



وحدة تنسيق المشروع  
UNITE DE COORDINATION DU PROJET

### Rapport provisoire

## Identification des Opportunités d'Innovation dans la Chaîne de Valeur



Mars 2023



## Table des matières

SIGLES ET ABRÉVIATIONS .....	iii
RÉSUMÉ EXECUTIF .....	iv
1. Introduction .....	1
2. APPROCHE METHODOLOGIQUE .....	4
2.1. APPROCHE GLOBALE .....	4
2.2. APPROCHE OPERATIONNELLE .....	4
2.2.1. Phase de démarrage de la mission .....	4
2.2.2. Phase de collecte des données ; .....	5
2.2.2.1. <b>Revue documentaire approfondie</b> .....	5
2.2.2.2. <b>Le ciblage des acteurs institutionnels</b> .....	5
2.2.2.3. <b>L'échantillonnage des groupes cibles pour l'enquête individuelle</b> .....	5
2.2.2.4. <b>Recrutement et formation des enquêteurs</b> .....	7
2.2.2.5. <b>Etape de collecte de données</b> .....	7
2.2.3. La Phase d'élaboration du rapport diagnostic. ....	8
2.2.4. Limites de l'étude .....	8
4. CONTEXTE SECTORIEL DE L'ELEVAGE EN MAURITANIE .....	9
5. ANALYSE DES CHAINES DE VALEURS DE L'ELEVAGE DANS LA ZONE DU PROJET .....	10
5.1. MAILLON PRODUCTION .....	10
5.1.1. Systèmes d'élevage .....	10
5.1.1.1. <b>L'élevage sédentaire</b> .....	10
5.1.1.2. <b>L'élevage transhumant</b> .....	10
5.1.1.3. <b>La situation sanitaire</b> .....	11
5.1.1.4. <b>L'accès aux médicaments</b> .....	11
5.1.2. Les effectifs du cheptel. ....	12
5.1.3. La qualité des races élevées. ....	12
5.1.4. Pasteurs et résilience à la sécheresse. ....	13
5.1.5. Les parcours mauritaniens.....	14
5.1.6. Les acteurs de la production.....	15
5.1.6.1. <b>Les fournisseurs d'intrants et de services :</b> .....	15
5.1.6.2. .... <b>Les éléveurs</b> .....	17
5.1.7. Les produits.....	18

5.1.8. Les faiblesses de l'élevage mauritanien .....	19
5.2. MAILLON TRANSFORMATION .....	23
5.2.1. Caractéristiques principales .....	23
5.2.2. Les produits de la transformation.....	23
<b>5.2.2.1. Transformation viande rouge .....</b>	<b>23</b>
<b>5.2.2.2. Transformation du lait et produit laitiers.....</b>	<b>26</b>
5.3. MAILLON COMMERCIALISATION.....	28
5.3.1. Caractéristiques principales .....	28
<b>5.3.1.1. Les infrastructures.....</b>	<b>28</b>
<b>5.3.1.2. Transports .....</b>	<b>28</b>
<b>5.3.1.3. Les prix moyens .....</b>	<b>28</b>
5.3.2. Les acteurs de la chaîne.....	29
5.3.3. Impact social .....	29
<b>5.3.3.1. Analyse SWOT du maillon de la commercialisation .....</b>	<b>30</b>
6. RÉSULTATS ATTENDUS DE LA MISSION .....	32
6.1. Etat des lieux des Filières et chaînes de valeurs existantes .....	32
6.1.1. Filières et chaînes de valeur pour les commerçants .....	32
6.1.2. Filières et chaînes de valeur pour les éleveurs.....	34
6.1.3. Filières et chaînes de valeur pour les transformateurs de produits animaux .....	38
6.1.4. Prestataires de services.....	40
6.1.5. Fournisseurs d'intrants.....	41
6.2. Zones productives.....	41
6.2.1. Zone d'élevage.....	41
6.2.2. Zones de transformation des produits animaux. ....	42
6.3. Thèmes porteurs des SP à financer par le PRAPS-2-MR .....	43
6.3.1. Éleveurs .....	43
6.3.2. Transformateurs de produits animaux .....	43
6.3.3. Commerçants d'animaux et de produits animaux.....	44
6.3.4. Fournisseurs de services et intrants .....	44
6.4. Chaînes de valeur prioritaires et zones.....	44
6.4.1. Chaînes prioritaires pour les commerçants.....	44
6.4.2. Chaînes prioritaires pour les éleveurs .....	45
6.4.3. Chaînes prioritaires pour les transformateurs .....	46

6.4.4. Chaines prioritaires pour les fournisseurs d'intrants .....	46
6.5. Imperfections des marchés.....	47
6.5.1. Marchés des ressources clés pour les commerçants et distributeurs .....	47
6.5.2. Marchés des ressources clés pour les éleveurs .....	48
6.5.3. Marchés des ressources clés pour les transformateurs .....	52
6.5.4. Marchés des ressources clés pour les fournisseurs d'intrants .....	53
6.6. Mesures et stratégies de réduction des imperfections.....	<a href="#"><u>Error! Bookmark not defined.</u></a>
6.6.1. Réduction des imperfections du marché au niveau des transformateurs .....	54
6.6.2. Réduction des imperfections du marché au niveau des éleveurs .....	55
6.6.3. Réduction des imperfections du marché au niveau des fournisseurs d'intrants ....	56
6.6.4. Réduction des imperfections du marché au niveau des commerçants .....	57
6.6.5. Réduction des imperfections du marché au niveau des fournisseurs de services..	57
CONCLUSION GÉNÉRALE.....	59
BIBLIOGRAPHIE .....	II
ANNEXES .....	II

## **Liste des tableaux**

Tableau 1: Typologies des acteurs rencontrés.....	5
Tableau 2: Répartition de l'échantillon par groupe cibles .....	7
Tableau 3: Effectif du cheptel au niveau national et dans les wilayas en 2022 .....	12
Tableau 4: Analyse SWOT de la chaîne de valeur viande .....	25
Tableau 5: Nombre de mini-laiteries par région : .....	26
Tableau 6: SWOT chaîne de valeur lait.....	27
Tableau 7: Prix moyens des différents types de viande.....	29
Tableau 8: SWOT maillon commercialisation .....	30
Tableau 9 : Type de produits commercialisés par région et par les commerçants.....	32
Tableau 10 : Tranche d'âge des transformateurs .....	32
Tableau 11 : Volume de produits animaux commercialisés par les commerçants.....	33
Tableau 12 : Principaux lieux de commercialisation des produits animaux .....	33
Tableau 13: Filières importantes pour les éleveurs .....	34
Tableau 14: Effectif moyen du cheptel par région et par filière.....	35
Tableau 15: Région et chaînes de valeurs pour les éleveurs.....	37
Tableau 16 : Distribution des produits transformés par région .....	38
Tableau 17 : sexe et produits transformés .....	39
Tableau 18 : Age et produits transformés.....	39
Tableau 19 : Quantité des produits transformés ces 12 derniers mois.....	40
Tableau 20 : Typologies de services offerts aux acteurs directs des chaînes de valeurs élevage par les fournisseurs de services.....	40
Tableau 21 : Effectif de clients par entreprise.....	40
Tableau 22 : Typologie de clients .....	41
Tableau 23 : Distribution des fournisseurs d'intrants par région .....	41
Tableau 24: Zones de forte production .....	42
Tableau 25: Zones de transformation .....	42
Tableau 26 : Chiffre d'affaires des 12 derniers mois ( MRU) .....	44
Tableau 27: Type d'animaux et produits vendus par les éleveurs par région.....	45
Tableau 28 : Recette moyenne pour les 12 derniers mois pour les transformateurs .....	46
Tableau 29 : Chiffre d'affaires moyen sur les 12 derniers mois pour les fournisseurs d'intrants	46
Tableau 30: Contraintes rencontrées par les commerçants .....	47
Tableau 31: Région et Type d'aliment bétail utilisé.....	48
Tableau 32: Lieu de vente des aliment bétail dans les régions.....	49
Tableau 33: Source d'eau utilisée par les éleveurs par région.....	49
Tableau 34: Région et demande en abreuvement du bétail en saison sèche.....	50
Tableau 35: Type de contraintes rencontrées par les éleveurs par région.....	51
Tableau 36 : Principales contraintes dans la transformation des produits animaux .....	52
Tableau 37 : Type de contraintes rencontrées par les distributeurs d'intrants .....	53
Tableau 38 : Principales contraintes rencontrées les prestataires de services.....	53
Tableau 39 : Solutions suggérées par les transformateurs de produits animaux.....	54
Tableau 40: Type de solutions proposées par les éleveurs par région .....	55
Tableau 41 : Solutions suggérées par les acteurs de la distribution d'intrants pour animaux. ....	56
Tableau 42: Solutions suggérées par les commerçants de produits animaux .....	57
Tableau 43 : Solutions suggérées par les fournisseurs de services.....	58

## SIGLES ET ABRÉVIATIONS

<b>PRAPS</b>	Projet Régional d'Appui au Pastoralisme au Sahel
<b>CILSS</b>	Comité inter-état de lutte contre la Sécheresse au Sahel
<b>CSA</b>	Commissariat à la Sécurité Alimentaire
<b>GNAP</b>	Groupement National des Associations de Coopératives Pastorales en Mie
<b>PAM</b>	Programme Alimentaire Mondial
<b>ONG</b>	Organisation Non Gouvernementale
<b>UGP</b>	Unité de Gestion du Projet
<b>UCP</b>	Unité de Coordination du Projet
<b>GIE</b>	Groupement d'intérêt économique
<b>PTFs</b>	Partenaires Techniques et Financiers
<b>UNICEF</b>	Organisation des Nations Unies pour l'Enfance
<b>RIM</b>	République Islamique de Mauritanie
<b>Wilaya</b>	Région
<b>Moughataa</b>	Département
<b>UM</b>	Ancienne Ouguiya « Monnaie Nationale »
<b>MRU</b>	Nouvelle Ouguiya « Monnaie Nationale »
<b>COOP</b>	Coopérative
<b>STEs</b>	Services Techniques de l'Etat (Régions)
<b>TDRS</b>	Termes de références
<b>PV</b>	Procès-Verbal
<b>THIAKRY</b>	Lait Caillé mélangé au gros couscous
<b>CNERV</b>	Office National de Recherche et développement de l'élevage

## RÉSUMÉ EXECUTIF

L'objectif de la composante 3 du PRAPS-2-MR est d'améliorer des chaînes de valeur du bétail à travers : (i) l'amélioration de l'accès des pasteurs et agropasteurs, aux infrastructures de transformation et de commercialisation des produits de l'élevage (marchés de bétail, aires d'abattage...) et (ii) l'amélioration de la compétitivité des filières animales.

Dans le cadre de la mise en œuvre des activités de la composante 3.3, le PRAPS-2-MR envisage de financer 40 sous projets à couts partagés « matching grant ». Pour ce faire, il est prévu la mise en place d'un mécanisme de financement, destiné à couvrir les risques liés à l'adoption d'innovations dans les chaînes de valeur pastorales. Ce mécanisme permet aussi de réduire la contrainte financière rencontrée, notamment par les petits producteurs (difficulté d'accès au crédit), pour réaliser des investissements nécessaires à l'amélioration de leurs performances, à leur intégration aux chaînes de valeurs pour des produits à forte valeur ajoutée et partant à l'augmentation de leurs revenus et de leur résilience.

L'objectif général de la présente étude est d'identifier et caractériser les thèmes porteurs et prioritaires des SP au niveau de la zone d'intervention afin de disposer d'une banque de données sur les investissements jugés prioritaires et économiquement viables dans les différentes chaînes de valeur et mieux définir les opportunités d'innovation éligibles au soutien du Projet.

L'étude a été conduite dans la zone du projet en réalisant des entretiens avec les services techniques et avec les acteurs du secteur privé. Des enquêtes individuelles ont été réalisées auprès des acteurs directs pour capter les chaînes de valeurs au niveau de la fourniture d'intrants, de la production, transformation, commercialisation des produits animaux et de la fourniture de services aux acteurs.

Comme résultats saillants, on note que cette étude a permis de disposer des données de référence socio-économiques sur les différents acteurs directs des chaînes de valeurs des produits de l'élevage que sont les fournisseurs d'intrants (aliments bétail et produits vétérinaires), les éleveurs, les transformateurs de produits de l'élevage, les commerçants et distributeurs des produits et enfin les fournisseurs de services (techniques, financiers, conseil)

Elle a aussi permis de d'identifier les principaux thèmes porteurs des SP à financer par le PRAPS-2-MR, de prioriser les chaînes de valeurs, d'analyser les imperfections du marché et de proposer des stratégies et mesures pour aplanir ces imperfections au niveau de chaque maillon.

### **Principaux thèmes porteurs des SP à financer par le PRAPS-2-MR:**

- Etant données que la majorité des éleveurs opèrent dans la production des bovins, caprins et ovins, il est donc judicieux de focaliser les actions du projet au développement de ces types de production en améliorant les facteurs de performance que sont: les races, l'aliment, la santé animale et l'accès au marché.
- Pour ce qui est de la transformation, le développement de ce maillon passe par la technologie de conservation.
- Les acteurs de la commercialisation ont pour préoccupation permanente l'approvisionnement et la conservation des produits périssables. C'est pourquoi, le projet impactera ces derniers si ces actions se focalisaient sur la mise en réseau avec les transformateurs et les éleveurs.
- Les fournisseurs de services et d'intrants ont besoin de disposer à la fois de process éprouvé et de technologies de transformation des matières locales pour accompagner les éleveurs et les transformateurs.

### **Le choix des chaînes à prioriser :**

Il a été fait sur la base des chiffres d'affaires et du potentiel au niveau de chaque région. Ainsi la vente des animaux sur pieds étant une activité génératrice de revenus pour les commerçants, l'élevage des petits et gros ruminants est à prioriser selon le potentiel de chaque région ; au niveau des transformateurs, la viande et le lait sont les chaînes à prioriser ; il faudra trouver une alternative pour que les concentrées alimentaires pour le bétail et les produits vétérinaires soient disponibles.

### **Les imperfections des marchés**

Elles constituent un danger pour les agents économiques car cela engendre des coûts supplémentaires sur les prix des produits finaux. C'est pourquoi, il est vital de corriger ses imperfections afin de faciliter l'interaction entre agents économiques. Ainsi :

- La question des équipements constituent le plus gros soucis des commerçants ;
- Au niveau des éleveurs, ce sont les contraintes pour nourrir le bétail, les lieux de vente des animaux et les sources d'eau et la demande en eau. On note aussi les prix élevés et instables des intrants en raison sans doute du fait qu'il existe peu de fournisseurs d'intrants dans les bassins d'éleveurs ;
- Au niveau des transformateurs, la conservation est la variable qui crée toutes les distorsions économiques du marché ;
- Pour les fournisseurs d'intrants, l'importation des produits vétérinaires est contraignante et occasionne beaucoup de frais entraînant une flambée des prix pour les éleveurs. Pour l'aliment bétail, l'acquisition de la matière première est également une contrainte et engendre des prix élevés pour les éleveurs ne

disposant pas de foins. De même, les aliments bétail importés subissent les mêmes problèmes que les produits vétérinaires à cause des tracasseries routières que rencontrent les transporteurs ;

- Les prestataires de services disent manquer cruellement d'équipements, d'employés qualifiés et de consommables chimiques pour certaines prestations.

#### **Mesures et stratégies de réduction des imperfections du marché**

- Du point des acteurs du maillon transformation, des équipements et technologies modernes devraient permettre d'avoir des laiteries modernes et capables d'absorber l'ensemble des produits laitier en période d'abondance ;
- Au niveau des éleveurs, plusieurs solutions ont été proposées mais la plus urgente est la diminution des prix des intrants (aliment bétail et produits vétérinaires) ;
- Les fournisseurs d'intrants quant à eux proposent être accompagnés sur l'acquisition d'équipements et de matière premières ;
- Les prestataires de services, souhaitent être accompagné à disposer plus de fonds de roulement et disposer de certains équipements de pointe pour assurer des services de qualité supérieure ;
- Au niveau des commerçants de produits animaux, les solutions qui peuvent aider à réduire les imperfections du marché sont essentiellement le transport et la conservation.

## 1. Introduction

Le PRAPS-2-MR a pour objectif de développement « **d'améliorer la résilience des pasteurs et des agropasteurs dans certaines zones ciblées de la région du Sahel** » à travers des interventions appropriées ciblant l'optimisation de l'élevage extensif et de la gestion des ressources pastorales ainsi que le développement des principales filières et des sous-produits de l'élevage. Il est structuré autour de cinq composantes qui sont :

- Amélioration de la santé animale et contrôle des médicaments vétérinaires ;
- Gestion durable des paysages et amélioration de la gouvernance ;
- Amélioration des chaînes de valeur du bétail ;
- Amélioration de l'inclusion sociale et économique, femmes et jeunes ;
- Coordination du projet, renforcement institutionnel, et prévention et réponse aux urgences.

L'objectif de la composante 3 « Amélioration des chaînes de valeur du bétail » est d'améliorer des chaînes de valeur du bétail à travers : (i) l'amélioration de l'accès, des pasteurs et agropasteurs, aux infrastructures de transformation et de commercialisation des produits de l'élevage (marchés de bétail, aires d'abattage...) et (ii) l'amélioration de la compétitivité des filières animales.

Elle est structurée autour de trois sous composantes : (i) Développement d'une infrastructure de marché stratégique pour le commerce régional, (ii) Renforcement des capacités des organisations nationales et régionales de producteurs pastoraux et (iii) Développement de la chaîne de valeur et financement de sous-projets.

L'objectif de cette sous-composante 3.3 est de développer des opérations innovantes de valorisation des filières pastorales.

Dans le cadre de la mise en œuvre des activités de la composante 3.3, le PRAPS-2-MR envisage de financer 40 sous projets à couts partagés « matching grant ». Pour ce faire, il est prévu la mise en place d'un mécanisme de financement, destiné à couvrir les risques liés à l'adoption d'innovations dans les chaînes de valeur pastorales. Ce mécanisme permet aussi de réduire la contrainte financière rencontrée, notamment par les petits producteurs (difficulté d'accès au crédit), pour réaliser des investissements nécessaires à l'amélioration de leurs performances, à leur intégration aux chaînes de valeurs pour des produits à forte valeur ajoutée et partant à l'augmentation de leurs revenus et de leur résilience.

Les procédures de financement des SP<sup>1</sup> sont fixées dans le Manuel de Financement des Sous-Projets détaillant les modalités d'exécution de la sous-composante 3.3. Le prestataire est invité à prendre connaissance de ce Manuel pour prendre en compte en particulier la nécessité d'adapter ses recommandations au mode d'intervention et aux moyens limités dont dispose la sous-composante.

Ce manuel prévoit, au démarrage du projet, la réalisation d'une étude pour l'analyse et le choix des CV<sup>2</sup> puis sélection des thèmes prioritaires des SP à financer par le PRAPS, sur la base de critères pertinents et détaillés. En effet, les ressources sont relativement limitées et devant financer un nombre restreint de SP, l'étape d'identification des CV et des Thèmes porteurs et prioritaires des SP est fondamentale pour la mise en œuvre de la sous-composante 3.3 et conditionnera la capacité du Projet à contribuer à l'émergence de SP réellement innovants susceptibles de résoudre des goulots d'étranglement et d'avoir un effet de levier dans leurs filières.

Cette étude a été confiée au groupement CEFCOD/SGIE sa /ADA Consulting Africa.

**L'objectif général** de cette activité est d'identifier et caractériser les thèmes porteurs et prioritaires des SP au niveau de la zone d'intervention afin de disposer d'une banque de données sur les investissements jugés prioritaires et économiquement viables dans les différentes chaînes de valeur et mieux définir les opportunités d'innovation éligibles au soutien du Projet

#### **Les objectifs spécifiques sont :**

- Identifier et cartographier l'ensemble des chaînes des valeurs du bétail et les principaux maillons/segments des filières pastorales au niveau de la zone d'intervention et de tout autre endroit stratégique ayant un lien avec une base productive implantée dans cette zone ;
- Diagnostiquer et analyser les contraintes et opportunités d'affaires pour les segments des CV et faire leur classement par ordre de priorité pour les interventions du PRAPS-2-MR sur la base des critères principaux suivants
  - Importance du potentiel, notamment autour des infrastructures existantes sur les axes nationaux ou transfrontaliers des flux commerciaux du bétail et des produits animaux ;
  - Incidence des conditions sécuritaires dans les endroits concernés sur les CV et proposition de solutions d'adaptation ;

---

<sup>1</sup> Sous projet

<sup>2</sup> Chaîne de valeur

- Contribution aux biens publics : préservation/amélioration du bien-être et de la santé animale et humaine, de l'environnement (lutte contre les CC, adaptation aux CC, transport et abris adaptés, etc.) ;
- Filières et CV inclusives aux femmes et aux jeunes ;
- Obstacles à la participation des femmes et aux jeunes aux CV à haute valeur ajoutée et la prise en compte de leurs besoins spécifiques ;
- Caractère innovant : utilisation de techniques, de technologies ou de pratiques réussies dans des contextes similaires ;
- Caractère structurant, pouvant avoir un effet de levier sur un nombre important d'acteurs de la chaîne de valeur ;
- Création de valeurs, de revenus pour les acteurs pastoraux et de réduction d'inégalité de genre ;
- Rentabilité et durabilité : impacts socioéconomiques et environnementaux, mesures de mitigation ou de correction d'éventuels impacts négatifs ;
- Intégration poussée du numérique dans l'activité du SP.

- Faire les recommandations en matière de maillons, thématiques et zones d'investissement prioritaires pour résoudre les goulots d'étranglement et imperfections de marché identifiées ;
  - Mettre à la disposition de l'UCP et des comités de sélection une base pratique et des outils techniques pour l'élaboration des dossiers d'appel à proposition et la sélection des SP.

Le présent rapport analyse le contexte de l'élevage en Mauritanie l'état des lieux sur les différents maillons avant de proposer les chaines de valeurs à promouvoir par région.

**Formatted:** Indent: Before: 0 cm, First line: 0 cm

## **2. APPROCHE METHODOLOGIQUE**

### **2.1. APPROCHE GLOBALE**

La méthodologie utilisée pour conduire la présente étude se caractérise par une approche participative et inclusive dans la mesure où elle prend en compte tous les acteurs et partenaires du secteur de l'élevage en Mauritanie. Elle se compose des trois (3) phases suivantes :

- une phase de démarrage de la mission ;
- une phase de collecte des données ;
- une phase de rédaction du rapport d'étude.

### **2.2. APPROCHE OPERATIONNELLE**

#### **2.2.1. Phase de démarrage de la mission**

Elle s'est réalisée autour des activités suivantes :

- **la rencontre de cadrage** : elle a permis de présenter aux parties prenantes la méthodologie détaillée qui va servir à réaliser la mission de diagnostic et le chronogramme détaillé de la mission. La méthodologie détaillée de la mission de diagnostic est axée sur la revue documentaire, l'échantillonnage (détermination de l'échantillon et sa répartition en fonction des wilayas), l'élaboration des outils de collecte (questionnaires, guides d'entretiens et fiches techniques d'observation), les méthodes de collecte des données, la présentation des outils de traitement et d'analyse des données.
- **la finalisation de la méthodologie** : elle a consisté à intégrer les différents amendements, remarques et observations des différents acteurs au cours de l'atelier de cadrage méthodologique. Elle a permis d'avoir une méthodologie détaillée et finalisée.
- **l'élaboration du rapport de démarrage** : ce rapport comprend en plus de la méthodologie détaillée finale, le calendrier précis de travail et le plan de rédaction du rapport d'étude.
- **la revue documentaire initiale**: elle a concerné le recueil et l'exploitation de plusieurs types de documents notamment ceux mis à la disposition de l'équipe d'experts par le Commanditaire, les documents de politiques et stratégies, les rapports d'études dans le secteur de l'élevage, de la promotion des chaînes de valeurs des produits animaux au niveau de la Mauritanie et dans la sous-région, etc.
- **Elaboration des outils d'investigation**: au total six(06) outils de collecte de données ont été élaborés. Il s'agit d'un guide d'entretien adressé aux acteurs institutionnels (services techniques, projets, ONGs, faitières ou coopératives), un

questionnaire éleveur, un questionnaire transformateur, un questionnaire commerçant, un questionnaire fournisseur d'intrants et un questionnaire fournisseur de services/prestataire.

### **2.2.2. Phase de collecte des données ;**

Elle comprend plusieurs étapes dont :

#### **2.2.2.1. Revue documentaire approfondie**

Afin d'appréhender tous les aspects liés à la mission de diagnostic, les consultants ont pris connaissance du contenu de plusieurs documents disponibles. Ces différents documents ont été analysés et synthétisés pour le besoin de l'étude. Ainsi, l'étude documentaire a permis de faire l'état des lieux, les acquis, les forces, les faiblesses, les opportunités dans le secteur de l'élevage en général et de ses chaînes de valeurs en particulier. La revue documentaire s'est poursuivie jusqu'à l'élaboration du rapport provisoire.

#### **2.2.2.2. Le ciblage des acteurs institutionnels**

Les acteurs institutionnels sont les représentants des structures techniques impliquées dans le secteur semencier. Le tableau ci-dessous donne la liste des structures qui ont été rencontrés lors de la phase d'investigation (liste détaillée complète en annexe).

Tableau 1: Typologies des acteurs rencontrées

<b>Types d'acteurs</b>	<b>Acteurs institutionnels</b>
Institutions ou structures publiques	- Direction générale de l'élevage - Direction de l'Industrie - Abattoirs de Nouakchott
Structures privées	- Fédération de l'Industrie - Fédération de l'élevage
Organisations des acteurs	- Coopératives, Associations, ONGs, GIEs, etc...
Collectivités territoriales	- Conseils Régionaux, Communes, localités (villages Abritant) les sites présélectionnés par le "PRAPS"

Source : groupement CEFCOD-SGIE sa-ADA consulting Africa

#### **2.2.2.3. L'échantillonnage des groupes cibles pour l'enquête individuelle**

##### **❖ Groupes cibles**

Cinq (05) groupes d'acteurs ont été identifiés pour l'enquête individuelle. Il s'agit des :  
(i)Fournisseurs d'intrants, (ii) Eleveurs, (iii) Transformateurs de produits animaux,  
(iv)Commerçants des produits d'animaux, (v) Fournisseurs de services.

❖ **Méthodes d'échantillonnage**

Trois méthodes d'échantillonnage ont été utilisées selon l'existence ou pas d'une base de données sur le groupe cible.

Lorsqu'il existe une liste des groupes cibles, l'échantillonnage est fait par un tirage aléatoire de 30 à 50% des catégories d'acteurs de cette liste selon le nombre (Eleveurs par exemple).

Par contre, en absence de liste sur les groupes cibles, le consultant a adopté deux méthodes dont l'échantillonnage par quota et l'échantillonnage par boule de neige.

**La méthode d'échantillonnage par quota** : cette méthode n'exige pas une liste préalable des groupes cibles mais exige la représentativité de chaque catégorie d'acteurs au sein de chaque groupe d'acteurs cibles. A travers, les renseignements auprès des services techniques, des coopératives, du voisinage, il est possible de savoir si un individu est acteur dans une activité donnée, mais c'est au cours de l'enquête que l'on pourrait le classer dans une catégorie donnée. Cette méthode bien que permettant d'avoir la taille de l'échantillon que l'on veut, elle peut écarter de l'échantillon certains individus et même certaines catégories d'acteurs clés. L'enquêteur doit être préparé à cela pour que sur le terrain, il prenne les dispositions pour avoir un échantillon représentatif.

**La méthode d'échantillonnage par boule de neige** : cette méthode est basée sur le principe que l'on ne connaît pas d'emblée la population des acteurs que l'on cible et qui sont souvent en nombre restreint (exemple commerçants) mais ils se connaissent entre eux. Aussi l'échantillon est constitué à partir du premier acteur enquêté qui indiquera les autres acteurs qui mènent les mêmes activités que lui. Cette méthode, bien que permettant d'avoir des informations sur l'activité des individus, les résultats d'ensemble peuvent ne pas être représentatifs des différentes catégories d'acteurs qui existent dans le village ou la zone. En effet, l'échantillon peut être constitué seulement d'individus ayant le même volume d'activité, un club d'amis, etc. ; alors qu'il est souhaitable d'avoir un échantillon avec des grands, des moyens et des petits dans la même activité. L'enquêteur doit être préparé à cela pour que sur le terrain, il prenne les dispositions pour avoir un échantillon représentatif.

Le détail sur la méthodologie d'échantillonnage est annexé à ce document.

Le choix des groupes cibles a été fait sur la base des 45 localités renfermant sites 50 sites préalablement retenus par le PRAPS (Liste en Annexe).

L'enquête a couvert au total 29 localités sur 45 et 31 Sites sur 50, soit 62 % de l'échantillon initialement programmés par le PRAPS.

#### **2.2.2.4. Recrutement et formation des enquêteurs**

Le consultant a procédé au recrutement de quinze (10) enquêteurs expérimentés et parlant la langue des régions ciblées. (liste des enquêteurs en annexe)

Les enquêteurs ont été formés sur les questionnaires à administrer auprès des groupes cibles. Cette formation leur a permis de mieux cerner les objectifs et les enjeux de la mission, de s'approprier le contenu des questionnaires, et les astuces pour amener les individus à coopérer. Un test de simulation a été réalisé pour apprécier l'approche, le temps d'enquête, l'attitudes des enquêteurs, (test de remplissage des questionnaires, jeu de rôle).

A la fin des travaux, l'équipe de la mission a établi un plan de déploiement des enquêteurs sur le terrain ainsi qu'un système de supervision (bilan journalier aux experts sur le terrain et à travers un groupe WhatsApp).

#### **2.2.2.5. Etape de collecte de données**

La collecte des données a été réalisée sur le terrain auprès des acteurs directs et indirects des chaînes de valeurs de l'élevage dans sept wilayas (Brakna, Hodh el Charghi, Hodh el Gharbi, Gorgol, Guidimaka, Tagant et leTrarza).

Elle a utilisé les outils et techniques des enquêtes qualitatives et quantitatives. L'enquête quantitative a concerné l'administration des questionnaires et l'enquête qualitative s'est appuyée sur les techniques de discussions de groupes (Focus group), d'entretiens d'approfondissement et d'entretiens spécifiques avec les acteurs institutionnels.

L'enquête s'est réalisée auprès de 468 acteurs concernés par les CV des filières lait et viandes de l'élevage.

L'échantillon prévu n'a pas été atteint en raison surtout de l'absence de certains acteurs privé sur le terrain notamment les fournisseurs d'intrants et les fournisseurs de services. En effet, la plupart du temps ces activités sont réalisées par les services techniques déconcentrés de l'Etat.

Tableau 2: Répartition de l'échantillon par groupe cibles

<b>Groupes cibles</b>	<b>Prévu</b>	<b>Réalisé</b>
Fournisseurs d'intrants,	70	10
Eleveurs,	300	362
Transformateurs de produits animaux,	140	60

Commerçants des produits d'animaux,	140	35
Fournisseurs de services	70	03
Total	770	468

Source : groupement CEFCOD-SGIE-ADA consulting Africa

#### **2.2.3. La Phase d'élaboration du rapport diagnostic.**

Avant d'élaborer le rapport provisoire, les données quantitatives collectées ont été saisies, traitées et analysées avec les logiciels SPSS pour les statistiques descriptives (%) et EXCEL pour la détermination des moyennes et la génération des graphiques (histogrammes). Quant aux données qualitatives, elles ont été traitées de façon manuelle. Après avoir compilé les données collectées et exploité la documentation disponible, l'étape suivante a consisté à l'analyse des résultats obtenus et à la rédaction du présent rapport.

Le rapport provisoire sera soumis à un atelier de validation organisé par l'autorité contractante. Leurs différents apports (remarques, commentaires et observations) seront intégrés dans le rapport définitif.

#### **2.2.4. Limites de l'étude**

Au cours de la réalisation de cette étude, le consultant a rencontré des difficultés qui constituent des limites pour cette étude. Il s'agit entre autres de :

- Absence, insuffisance de données ou données non actualisées ;
- Les approches auxquelles, le consultant a fait recours (pour parer à l'absence d'une base de sondage) comme l'échantillonnage par quotas et la méthode boule de neige, bien qu'elles soient pertinentes dans ce contexte présentent aussi des insuffisances liées à la manière dont l'enquêteur constitue son échantillon sur le terrain ;
- La difficulté de rencontrer certains acteurs et responsables techniques locaux liés à la fête de " Maouloud ", les réunions politiques (visite du président Rosso/ Néma) et les jours fériés "Week-end".

#### **4. CONTEXTE SECTORIEL DE L'ELEVAGE EN MAURITANIE**

La Mauritanie est un pays relativement vaste (1 030 700 km<sup>2</sup>), presque désertique (une partie importante du territoire), et très peu peuplé avec un peu plus de 4,4 millions d'habitants, dont près de la moitié urbanisés dans des agglomérations de plus de 5 000 habitants (et un tiers dans la seule capitale Nouakchott), la terre est une ressource essentielle pour la vie des populations rurales pauvres. Elle est source de nourriture, d'habitat, de revenu et d'identité sociale.

L'occupation de l'espace diminue fortement lorsqu'on va vers le nord, du fait de multiples phénomènes dont la désertification, les sécheresses récurrentes et les autres effets négatifs induits par les changements climatiques.

L'élevage assure le revenu de 80% de la population mauritanienne selon la dernière étude de la Banque Mondiale et maintient l'égalité sociale à travers son fonds de solidarité alimenté par la zakat, le houbsé et le muniha.

Elle est une activité essentielle dans le monde rural, l'agriculture étant cantonnée dans une bande de savane herbeuse qui s'étire d'est en ouest le long du fleuve Sénégal, sur les terrains alluviaux fertiles.

Plus de la moitié des 4,4 millions d'habitants de la Mauritanie vivent de l'agriculture et de l'élevage. Cependant, la production de céréales de ce pays aride ne répond qu'à un tiers des besoins alimentaires nationaux, obligeant à une dépendance à l'égard des importations. Les questions agropastorales sont aujourd'hui au centre des enjeux des investissements responsables dans les domaines de l'agriculture, secteur vital pour la réalisation de la sécurité alimentaire en Mauritanie.

La Mauritanie est un pays du Sahel très exposé aux aléas climatiques, son territoire est dès lors soumis à des fluctuations de la production agricole et des mouvements de transhumance notamment vers le Sénégal, le Mali et même au-delà vers la côte d'Ivoire, le Burkina et la Guinée.

L'élevage assure de nombreuses fonctions au profit de la population, notamment : la *fonction d'épargne*. *En effet, quand le commerce et / ou la production agricole ne couvre pas les besoins de la famille, ou quand on doit faire face à des dépenses exceptionnelles (maladies, funérailles, baptêmes, dot, etc.), on a recours aux animaux que l'on place sur le marché.* Inversement, l'argent généré par le commerce et la vente des surplus agricoles est souvent consacré à l'achat de bétail, qui permet de fertiliser les champs, soit par les gros ruminants qui, en saison sèche, stationnent la nuit dans les champs, soit par le fumier des petits ruminants qui stationnent tous les soirs dans les concessions et dont le fumier est transporté dans les champs.

Il joue un rôle appréciable dans l'accroissement de la production agricole par l'apport de la fumure et de la force de travail (labour, transport).

Il fournit divers produits : viande (consommée surtout à l'occasion de fêtes familiales et religieuses), lait (produit et vendu par les femmes peules), cuir.

Néanmoins, cette activité reste confrontée à de nombreuses contraintes.

Il sert de valeur refuge pour des tas d'autres raisons : si on cherche à camoufler sa fortune surtout celle mal acquise.

## **5. ANALYSE DES CHAINES DE VALEURS DE L'ELEVAGE DANS LA ZONE DU PROJET**

### **5.1. MAILLON PRODUCTION**

#### ***5.1.1. Systèmes d'élevage***

Les systèmes d'élevage sont fonction du mode d'alimentation et d'entretien des aniamux. Compte tenu, des variations considérables de la qualité des pâturages et de la disponibilité de l'eau d'une saison à l'autre, mais aussi, d'une zone à l'autre, nous pouvons retenir deux formes principales qui sont : la transhumance et la sédentarité.

##### ***5.1.1.1. L'élevage sédentaire.***

Il est essentiellement pratiqué par les éleveurs de bovins et de caprins, qui sont à la fois cultivateurs peulhs, soninkés et maures noirs. Dans certains villages, les effectifs peuvent être très importants et sont constitués surtout de bovins et de caprins rassemblés en troupeaux qui peuvent être collectifs ou individuels, confiés à un berger. Ils peuvent aussi être laissés en libre pâture.

C'est la forme d'élevage la plus intéressante, car les effectifs sont moins importants et, il existe une complémentation avec des sous-produits agricoles : foins, fanes d'arachides et de niébé qui sont stockés pour être redistribuer durant la période de soudure.

##### ***5.1.1.2. L'élevage transhumant***

C'est un ensemble de mouvements saisonniers, de rythmes pendulaires et de caractères cycliques, intéressant, la totalité de la masse pastorale qui l'effectue à l'intérieur de pâturages coutumiers. C'est la technique d'élevage qui consiste à exploiter la complémentarité de plusieurs pâturages. Et, elle est essentiellement effectuée, dans la wilaya, par des éleveurs de moutons et de bovins qui suivent le front de verdure, qui peut les conduire vers le sud au Mali et/ ou au Sénégal voire en Guinée durant la saison sèche. Ces migrations d'une zone à l'autre leur permettent d'avoir deux naissances par an.

L'élevage transhumant est de loin le mode le plus répandu chez les éleveurs dans toute la zone du projet, à la fois chez les maures que chez les peulhs. Bien que dicté par la

recherche des pâtrages et des points d'eau, les déplacements s'effectuent le plus souvent dans des circuits et des calendriers connus d'avance. On peut distinguer en Mauritanie plusieurs types de transhumance :

- La transhumance interne : il peut s'agir d'une transhumance entre des terroirs d'une même zone entre le Diéri et le walo, dans la même wilaya ou département entre le nord et le sud.
- La transhumance externe : entre la Mauritanie et les pays voisins notamment le Sénégal et surtout le Mali pour les régions du sud-ouest par les éleveurs d'ovins qui ne restent en Mauritanie que quelques mois (2 à 6).

#### **5.1.1.3. La situation sanitaire**

Elle est dans l'ensemble médiocre : faute de moyen en personnel, en équipement et, en médicaments., les services d'élevage ne peuvent exécuter, que des actions sanitaires très limitées et, à la charge des éleveurs.

#### **5.1.1.4. L'accès aux médicaments**

Le marché mauritanien du médicament vétérinaire est bien approvisionné par deux grands groupes pharmaceutiques privés qui sont CPVS (CLINIQUEET PHARMACIE VETERINAIRE DU SAHEL) et le groupe LOUBEYRATT.

Dans le souci de permettre un approvisionnement régulier en médicaments et d'éviter une augmentation anormale des prix, l'Etat avait créé dans le cadre du PROJET DE DEVELOPPEMENT DE L'ELEVAGE EN MAURITANIE (PROJET ELEVAGE II) le BIE, le bureau des intrants d'élevage qui approvisionne le pays en médicaments et en aliments bétail et a le monopole de la vente de certains vaccins qui sont utilisés dans les campagnes annuelles que les services de l'élevage entreprennent et qui sont disponibles au niveau des services régionaux.

##### **❖ La structure publique**

Au niveau de la wilaya, il y a un Délégué régional responsable de la politique du secteur de l'élevage, il est secondé par des chefs de service.

Au niveau de chaque Moughataa, il y a un inspecteur et des chefs de bureau voir tableau sur le personnel régional de l'élevage. Ce sont eux qui distribuent les médicaments.

##### **❖ La structure privée :**

Pharmacies et cliniques privées qui sont souvent des succursales des deux groupes qui importent le médicament vétérinaire. Des cadres et agents de l'élevage au chômage ou à la participant aussi à l'approvisionnement en médicaments vétérinaires par l'ouverture de pharmacies vétérinaires qui feront aussi office de cliniques où les éleveurs achètent ou font traiter leurs animaux malades. Des fois on rencontre d'autres personnels de

l'élevage qui sont des pharmaciens et cliniciens ambulants ou des auxiliaires vétérinaires et ceci aussi bien en ville que dans les campagnes.

### **5.1.2. *Les effectifs du cheptel.***

Elle se traduit d'abord d'un cheptel riche et varié et très rustique adaptés aux conditions rigoureuses de sa nature faite d'alternances de sécheresses et d'années plus clémentes comme en 2022.

Le tableau suivant donne l'importance du cheptel en Mauritanie selon la direction des services vétérinaires (DSV).

*Tableau 3: Effectif du cheptel au niveau national et dans les wilayas en 2022.*

<b>WILAYA</b>	<b>BOVINS</b>	<b>PETITS RUMINANTS</b>	<b>CAMELINS</b>
H. Chargui	405 700	2 386 100	223000
H. Gharbi	452 015	3 859 193	206527
Assaba	479853	3 728 376	127572
Guidimakha	550 000	1320000	120000
Gorgol	386 690	1257080	14120
Brakna	300 000	1500000	15000
Trarza	156 064	2 300 966	175918
Tagant	49 500	590070	117200
T. zemmour	.....	14600	58500
Inchiri	.....	221200	93600
Adrar	.....	74200	187500
<b>TOTAL</b>	<b>2779822</b>	<b>17251715</b>	<b>1338937</b>

Source : Direction des services vétérinaires (DSV). 2022

Selon, les enretiens avec les services techniques sur le terrain, actuellement ce cheptel est estimé à 3 millions de bovins, 18 millions de petits ruminants et 1,5 millions de camelins. La campagne de recensement en fin 2022, réalisé avec l'aide de plusieurs bailleurs de fonds dont la FAO, devront donner des données résultats plus fiables sur le cheptel mauritanien.

### **5.1.3. *La qualité des races élevées.***

En Mauritanie, les races élevées sont de très bonnes qualités bien que n'étant pas exploitées pour leurs potentialités premières :

- La race zébu maure l'une des meilleures races laitières pouvant potentiellement produire jusqu'à 10 litres de lait par jour, elle nourrit donc bien son veau ce que les éleveurs maures ont compris très tôt ce qui leur permet des veaux d'un an vigoureux, en bonne santé et pouvant être mis sur le marché très tôt.

- Les zébus peuhls (le Gobra et le zébu du sahel) ont très bonne qualité bouchère, bien qu'élever par des éleveurs laitiers mais la qualité chez ces animaux est leur rusticité. Leur rendement boucher se situe au sommet des zébu exploités au sahel entre 50 et 55%. Les animaux âgés de plus de cinq ans étaient très résistants aux maladies infectieuses qui ravageaient le cheptel sahélien, notamment la peste bovine et la PPCB.
- Les ovins en particulier le mouton maure à poils ras ou Touabir, popularisés en Afrique par une variété appelée Ladoum nom emprunté à la tribu du même nom, qui a contribué à sa sélection jusqu'à en faire une variété stable, de grande taille, à la robe blanche et aux yeux bleus, les mâles pouvant atteindre 80 à 100 kg de poids vif.
- La chèvre du sahel excellente race chez les caprins très prolifique les naissances gémellaires sont de règles, cette race produit une viande savoureuse et elle a été spécialisée dans la production laitière en saison froide, quand chez toutes les autres espèces la production de lait diminue en période froide. Du fait de son régime alimentaire basé à près de 80 % sur l'exploitation des arbres et arbustes variés, fait que son lait est très riche et est recommandé pour l'alimentation des jeunes enfants.
- Les dromadaires, notamment la race Regueibat qui est une bonne laitière et comme la chèvre, le dromadaire qui se nourrit essentiellement de pâturages aériens arbres et arbustes, donne un lait très riche mais un peu salé du fait de sa résistance à la soif, ce qui en fait d'ailleurs un animal adapté au désert.

#### **5.1.4. Pasteurs et résilience à la sécheresse.**

En 1969, la Mauritanie a connu l'une des pires sécheresses de sa jeune existence, du moins le sud-ouest qui concerne les régions du Trarza, du Brakna, du Gorgol et une partie importante de l'Assaba et du Tagant entraînant des pertes colossales du cheptel de ces zones par endroit les pertes sont estimées entre 80 et 100%. Les willayas de la vallée dont le cheptel à 300000 bovins pour chacune ont vu leur cheptel réduit entre 60 000 et 80000 à la fin de la sécheresse et la baisse de pluviosité qui s'en suivi.

Avant la sécheresse, la vie des éleveurs était organisée autour de trois endroits principaux :

- Les campements d'hivernage qui se trouvent généralement dans le nord,
- Les campements de saison sèche qui se trouvent au milieu et ;
- Les campements de période de soudure qui sont au sud à l'extrême sud.

La prise de conscience globale de la population que la sécheresse est une donnée structurelle dans le climat mauritanien, a fait que la population a massivement migré vers le centre et le sud du pays. Ainsi des régions entières se sont dépeuplées au profit des premiers villages naissant autour de la route de l'espoir récemment mis en place et dans

les zones de refuge de la période de soudure, leur permettant de joindre rapidement les zones de transhumance à l'extérieur comme le Sénégal et le Mali leur permettant ainsi de minimiser les pertes en cas de sécheresse sévère.

Dans cette nouvelle configuration de nouvelles habitudes ont vu le jour, envoyer les enfants à l'école, les femmes et les enfants sont envoyés dans les villages et les villes pour travailler comme domestiques, aller en voyage à l'extérieur, cultiver la terre et servir de bergers dans les villages et tous ces métiers nouveaux ont permis de renouveler le troupeau, de construire et d'instruire les enfants, donc de trouver des solutions durables aux problèmes pastoraux et d'asseoir les bases d'une plus grande résilience aux aléas climatiques.

#### **5.1.5. *Les parcours mauritaniens.***

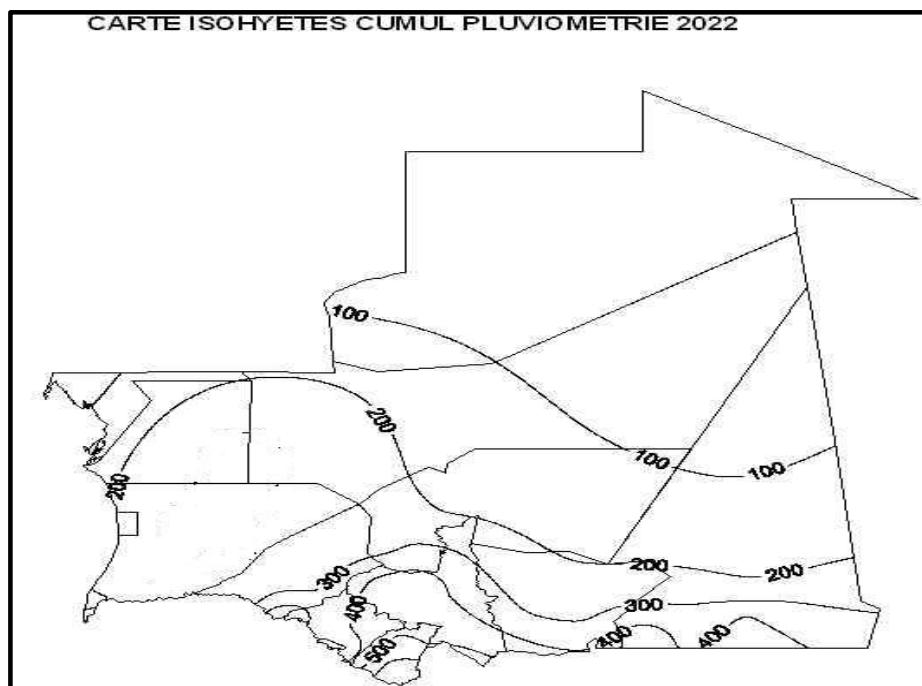
Comme nous l'avons vu plus haut, l'élevage en Mauritanie est essentiellement, extensif basé sur la mobilité des troupeaux l'exploitation de pâturages complémentaires allant du nord au sud.

On distingue cinq types de parcours en fonction de la pluviométrie :

- Les parcours sahariens qui sont les plus vastes et qui comprennent les zones qui reçoivent entre 50 et 200 mm de pluies. C'est le domaine de grandes parfois fixées avec des herbacées annuelles qui poussent souvent en Hiver et quelques plantes pérennes comme l'herbe à éléphant qui ne sont exploitables que par les camelins, les ânes et les rares espèces faunistiques qui peuplent ses contrées comme l'Addax et l'oryx qui sont en voie d'extinction du fait de la chasse. Ces parcours constituent la limite nord des campements d'hivernage. Ils sont prisés par les éleveurs du fait de nombreuses zones de cures salées qui s'y trouvent du fait de la grande valeur bromatologique des herbacées annuelles qui y poussent.
- Les parcours saharo-sahéliens qui sont les zones qui reçoivent entre 200 et 400 mm de pluie : c'est la plus grande zone pastorale du pays située à cheval sur la route de l'espoir et qui constitue la zone d'établissement des campements de saison sèche autour de l'isohyète 300, c'est le domaine de l'Acacia raddiana du Balanites aegyptiaca et du Cenchrus biflorus et la zone d'élevage par excellence du bovin. Les bouviers préfèrent cette zone du fait des espèces qui y poussent et du fait que les herbes qui y poussent ne se chargent beaucoup de silice du fait de la pluviométrie moyenne et donc restent bien appétées même après fanage. Si l'année est pluvieuse les animaux peuvent y rester toute l'année sans bouger.
- Les parcours sahéliens qui concernent les zones qui reçoivent entre 400 et 600 mm de pluie. A l'est c'est la zone frontalière avec le Mali et à l'ouest c'est la zone frontalière avec le Sénégal, c'est la zone agro-pastorale de la Mauritanie avec l'existence de vastes plaines inondables et de grandes mares qui sont utilisées pour l'abreuvement

des animaux pendant la saison sèche voire la période de soudure. Dans cette zone, les animaux à part le mouton, sont sédentaires et ne se déplacent que lors de sécheresses exceptionnelles.

- Les parcours soudanais qui concernent le sud du Gorgol et le sud du Guidimaka zones qui reçoivent plus de 600 mm de pluies. Cette zone est très étroite et ne concerne que l'extrême sud de ces deux régions et sert surtout de refuge durant la période de soudure avant que les animaux ne franchissent les frontières des pays voisins.
- Les parcours du littoral atlantique qui va de Ndiago à Nouadhibou qui sont surtout exploités par le dromadaire.



### **5.1.6. *Les acteurs de la production***

#### **5.1.6.1. Les fournisseurs d'intrants et de services :**

Ce sont les fournisseurs d'aliments bétail et de médicaments et les prestataires de service.

### a) **Fournisseurs d'aliments bétail**

Ce sont essentiellement des commerçants d'autres denrées alimentaires et qui vendent aussi l'aliment bétail. A Nouakchott, il y'a trois grands groupes qui fabriquent de l'aliment bétail qui est souvent constitué de son de blé ou de riz, de maïs, de blé et d'autres ingrédients que je ne connais pas et qui ne sont pas écrits sur l'emballage.

Formatted: Highlight

On rencontre d'autres types de tourteaux venant des pays voisins, tourteaux d'arachides venant du Sénégal et des tourteaux de coton venant du Mali souvent vendus en contre bande au niveau des frontières.

Lors des grandes crises alimentaires l'Etat importe des quantités importantes d'aliments dans le cadre des campagnes organisées pour la sauvegarde du bétail. Mais souvent ces aliments arrivent souvent en retard et augmente la spéculation sur les prix des aliments qui passent du simple au double.

Formatted: Highlight

Par ailleurs le manque de législations sur les produits vendus comme aliment bétail fait qu'on peut vendre n'importe quoi comme aliment bétail, il n'y'a aucune exigence sur la qualité des produits vendus sur le marché. La composition bromatologique des aliments est inconnue ces aliments de qualité plus que médiocre sont souvent utilisés par les éleveurs comme aliments de leste : un éleveur me disait avoir donné à sa vache six kg de tourteaux mauritaniens par jour si on sait qu'une UBT consomme 6 ,25 kg/ jour et n'a besoin que de 40grammes de MAD (matière azotée digestible) pour son entretien on comprend l'arnaque. Les tourteaux sont utilisés comme complément alimentaire.

Formatted: Highlight

Mais les seuls posés par les éleveurs et leur disponibilité soit dans les magasins à part dans les marchés à bétail ou dans les grandes zones de concentration des animaux et qu'ils ne soient pas vendus dans les commerces.

Formatted: Highlight

### b) **Les fournisseurs de médicaments :**

Comme nous l'avons vu plus haut les médicaments sont disponibles mais c'est leur qualité qui est décriée et aussi de diversité de ces médicaments qui se résument essentiellement à des antibiotiques et des antiparasitaires.

Formatted: Highlight

La provenance explique la médiocrité de leur qualité dont la plupart viennent de chine, de Jordanie, de Syrie, de Pakistan, Inde très peu de grands groupes pharmaceutiques connus pour la qualité de leurs produits, ainsi un flacon d'ivermectine en provenance coûte 15 MRU alors que le même flacon en provenance de France coûte 750 MRU soit (o fois plus et le flacon de même quantité).

Ces médicaments ne sont disponibles que dans les grandes agglomérations.

### c) **Les prestataires de service**

Ce sont en général des ONG et les auxiliaires qu'ils forment mais aussi, les anciens techniciens d'élevage qui agissent sur le terrain pastoral mauritanien.

Ainsi 114 ONGs nationales et surtout internationales ont travaillé dans le pays dont certaines ont des volets élevage, nous citerons certaines comme GRDR, ACF, OXFAM et des ONG nationales comme AMAD et qui font à peu près les mêmes activités sur le terrain à savoir la lutte contre la pauvreté et renforcer la résilience des éleveurs face à la sécheresse.

Les activités ont constitué entre autres à distribuer des animaux en particulier des petits ruminants à certaines familles pauvres et à construire dans certains sites poulilliers avec introduction de coqs raceurs pour améliorer la productivité des espèces locales qui en avaient vraiment besoin.

Formatted: Highlight

Ce qui est préoccupant c'est que tous ceux qui agissent sur le terrain une fois partis, on ne retrouve aucune trace de leur passage et que ces entités travaillent en totale indépendance sans que la direction dans un premier temps et le Ministère de l'élevage par la suite soient associés à leurs activités et qu'elles soient ancrées dans la politique du Ministère s'il y'en a eu une réellement.

Ce qui explique qu'après le départ des ONGs, n'ayant pas transmis le flambeau aux services de l'élevage concernés, et donc il n'y'a pas eu de suivi et donc pas de traces.

Formatted: Highlight

D'ailleurs c'est à se demander est ce que ces services sont de l'élevage ou des entités individuelles et des prestataires de service qui agissent de façon indépendante par rapport à la politique du Ministère. Si un délégué régional te dit que si ce n'étais pas toi doyen moi je ne travaillerai pas avec une mission qui travaille avec le PRAPS.

Formatted: Highlight

En conclusion, nous exhortons le Ministère de l'élevage à donner de l'importance à tous ceux qui interviennent sur le terrain aussi bien les ONGs, les autres projets qui ont des volets élevage et les individus qui travaillent sur le terrain pour les renforcer comptabiliser leur travail et faire un suivi régulier de leurs activités pour leur impact soit durable. Il faut que les activités de tous ces intervenants soient en conformité avec la politique du Ministère et qu'ils travaillent avec les délégations et les inspections du Ministère.

Formatted: Highlight

#### **5.1.6.2. Les éleveurs**

On distingue au moins six(06) types d'éleveurs selon le mode de production.

Acteurs du système pastoral nomade ;

Acteurs des systèmes pastoraux transhumants qui regroupent:

- Système pastoral à propriétaire urbain
- Système pastoral à élevage transhumant bovin de zébus maure
- Système pastoral à élevage transhumant ovin
- Système agropastoral à élevage transhumant bovin de zébus peulhs

Acteurs du système sédentaire associé à l'agriculture qui regroupe deux sous-systèmes

- Système agropastoral à élevage sédentaire caprin associé à l'agriculture pluviale, de décrue ou oasisenne
- Système agropastoral à élevage sédentaire bovin associé à l'agriculture irriguée

Acteurs du système extensif urbain qui est un système sédentaire dans les villes

Acteurs du système semi-intensif composé de:

- Système périurbain semi-intensif laitier camelin associé à un troupeau transhumant
- Système périurbain semi-intensif laitier bovin associé à un troupeau transhumant

Acteurs du système intensif

- Système avicole poulets de chairs intensif
- Système bovin intensif

#### **5.1.7. *Les produits***

Les éleveurs peuvent disposer de plusieurs type de produits animaux qu'ils consomment ou vendent. Il s'agit de: Animaux sur pieds, Produits laitiers, Déjections animales, Viandes

Pour ce qui est des animaux sur pieds, dans toutes les wilayas, on trouve des marchés d'importance inégales dans les gros villages qui sont souvent des chefs-lieux des Moughataas et/ ou des communes et qui sont souvent des marchés transitionnels pour le grand marché régional qui est souvent la capitale de la wilaya ou la plus grande agglomération de la wilaya.

Les grands marchés répertoriés sont :

- au niveau du Hodh Chargui : Néma et Timbédra ;
- au niveau du Hodh Gharbi Aioun el Atrouss et Tintane ;
- au niveau de L'Assaba, Kiffa ;
- au niveau du Guidimakha : Sélibaby ;
- au niveau du Gorgol Kaédi, Maghama et Lexeiba ;
- au niveau du Brakna : Boghé et Aleg ;
- au niveau du Trarza : Rosso et Boutilimit.

Formatted: Highlight

Pour la quasi-totalité des marchés visités, les petits ruminants sont plus nombreux.

Selon les commerçants du bétail rencontrés sur place, le nombre d'animaux arrivant sur les marchés varient selon les saisons. Les animaux sont plus nombreux vers la fin de l'hivernage, après avoir retrouvé leur embonpoint, ou après avoir mis bas ils sont vendus.

Les petits ruminants connaissent d'autres pics de vente à l'approche des fêtes religieuses (Korité et Tabaski surtout).

### **5.1.8. Les faiblesses de l'élevage mauritanien**

En Mauritanie les faiblesses de l'élevage sont nombreuses et le fait d'un déficit de politique d'élevage cohérente depuis l'indépendance. Le colon français avait besoin de la viande des bovins du pays et a mis en place un système qui permettait de maintenir les animaux en bonne santé et de convoyer la viande saine vers la France. Ce système a perduré après l'indépendance jusqu'à ce que le colon ait mis en place des moyens qui lui permettaient de se passer de la viande en provenance du pays. La direction de l'élevage a continué à privilégier la continuation de cette politique qui permettait en même temps de lutter contre les grandes pandémies qui sont la Peste bovine et la PPCB. Même dans le cadre de la formation, les écoles africaines ont privilégié la formation en santé animale jusqu'à tout récemment à partir des années 75-80.

Formatted: Highlight

En Mauritanie du fait de l'importance de son cheptel et l'autosuffisance en viande, l'Etat a peu investi dans l'élevage et le peu qui se faisait était destiné à la mise en place des infrastructures bâtiments, parcs de vaccination et les puits pastoraux et rien dans le développement des productions. Donc on peut dire que les principales faiblesses de l'élevage sont dans :

- Le retard dans la prise en conscience de l'importance du secteur ;
- La faiblesse de son encadrement ;
- Le manque de coordination entre le travail des projets et autres intervenants sur le terrain et les services de l'élevage ;
- L'absence de recherche et de vulgarisation des produits de la recherche ;
- L'absence de législation régissant l'organisation du secteur sur le terrain ;
- La non implication de l'administration territoriale pour le développement en général ;
- Le déficit hydrique ou l'absence d'eau dans certaines zones.

#### **a) Le retard dans la prise en conscience de l'importance du secteur**

Depuis l'indépendance jusqu'en 2014, l'élevage a toujours été un appendice de l'agriculture et a peu bénéficié des investissements de l'Etat tout en étant la direction la plus performante du pays grâce à ses cadres de la première génération des années 60 à 70. La deuxième génération de vétérinaires a poursuivi, l'œuvre en réussissant à freiner la propagation des grandes maladies notamment la peste grâce à la mise en place de coordination de zones d'élevages qui regroupent deux ou trois régions sous la direction d'un vétérinaire.

Formatted: Highlight

Il a fallu attendre 2014 pour voir la direction de l'élevage érigée en Ministère de l'élevage et la mise en place à coïncidé avec le départ à la retraite de tout le personnel technique ayant participé à la mise en place de la grandeur du secteur.

Donc le ministère a été mis en place et tous les cadres techniques de conception sont partis à la retraite, un ministère gourmand de cadres des délégations régionales et des inspections départementales ont été créées et il n'y a pas de cadres pour meubler l'édifice et le peu d cadres qui sont restés sont inexpérimentés et mal utilisés. Au niveau du Ministère on estime que seuls 32 % du personnel est de formation pastorale.

Dans les régions au niveau il devait y voir un délégué et trois chefs de service et, dans les inspections il devait y avoir un inspecteur et trois chefs de bureaux.

**b) La faiblesse de l'encadrement.**

Cette faiblesse se traduit sur le terrain par l'absence au niveau de la délégation par l'absence de chefs service et au des inspections par l'absence de chefs de bureaux. Normalement dans chaque on doit trouver un docteur vétérinaire délégué régional assistés de trois chefs de service qui peuvent être des ingénieurs, des assistants d'élevage ou des infirmiers. Dans ce cas, les responsables régionaux et les inspecteurs départementaux sont plus pris par les tâches administratives lors des distributions d'aliments bétail, lors des visites des Ministres des gouverneurs. Lors des campagnes de vaccination les services sont le plus souvent fermés.

Formatted: Highlight

Dans ce cadre, il faut souligner l'absence de spécialistes dans tout le système actuel pas de spécialiste en pastoralisme, ni en aviculture qui ne semble même préoccuper le ministère, ni en production animale, ni en pisciculture ni en cultures fourragères qui sont des terrains laissés en friche. De ce fait, depuis les campagnes d'insémination artificielle menée par le projet PADEL, il n'y a eu aucune initiative sur le terrain susceptible de faire évoluer l'élevage vers le développement.

**c) Le manque de coordination entre les intervenants.**

Pourquoi les projets et les autres intervenants sur le terrain ne laissent pas de trace à la fin de leur période d'activités ? nous savons que beaucoup d'initiatives ont été faites par les ONGs dans le cadre de la lutte contre la pauvreté, telles que la distribution de bétails à des ménages pauvres, l'introduction de coqs raceurs pour l'amélioration de la qualité des poulets locaux , la construction de poulaillers améliorés, les mini-laiteries toutes ces actions n'ont laissé aucune trace du fait que les services n'ont jamais travaillé en collaboration avec les promoteurs de ces actions et n'ont jamais considéré ces activités comme relevant de leurs rôles et de leurs responsabilités.

#### ***d) Absence de recherche et de vulgarisation***

Pour vulgariser une action au bénéfice des éleveurs, il faut faire de la recherche et dans ce cadre notre centre national d'élevage et de recherche vétérinaire et par la suite l'ONARDEP ont brillé par leur absence et pourtant les sujets de recherche ne manquent pas et pourraient avoir un impact important dans les évolutions de l'élevage mauritaniens :

- Par exemple quelles sont les potentialités des métisses Zébu maure-Zébu Peuhl en matière de production de viande et de production laitière ;
- Quel est le meilleur protocole sanitaire à mettre en œuvre pour lutter efficacement contre les maladies parasitaires qui sont d'apparition récente en Mauritanie ;
- Quelle la meilleure ration alimentaire pour l'embouche des bovins et des ovins utilisant des aliments locaux et les tourteaux fabriqués en Mauritanie.

Nous avons vu aujourd'hui que le mouton maure à poils ras est en train de battre tous les records de poids et de prix au Sénégal avec des reproducteurs achetés à 50 millions de FCFA.

Les sujets de recherche développement ne manquent et peuvent tout de suite être implémentés sur le terrain au bénéfice du développement de l'élevage.

#### ***e) Législation régissant l'organisation du secteur sur le terrain.***

Bien qu'il y ait eu un code pastoral qui a été promulgué depuis belle lurette et son décret d'application, en réalité ce code est réellement théorique et inadapté aux réalités mauritanies. Dans le cadre d'un programme commun ICARDA-PADEL, nous avons voulu implémentés ce code mais c'était impossible à mettre en œuvre et il ne répondait aux besoins des éleveurs qui voulaient avoir leurs mots à dire dans la gestion de leurs terroirs. Ils voulaient avoir qui leur donne le droit d'avoir des prérogatives sur la gestion des pâturages et des points d'eau sont sur leur parcours de façon à éviter la dégradation, d'avoir des règles claires qui doivent présider à la cohabitation entre éleveurs et agriculteurs pour éviter des conflits qui peuvent conduire à des situations désastreuses.

Des associations d'éleveurs existent mais elles sont quelque fois très grandes qu'elles ne peuvent pas répondre aux préoccupations des éleveurs qui sont :

- L'accès aux médicaments ;
- L'accès aux aliments bétail ;
- L'accès aux points d'eau ;
- L'accès au crédit ;
- Les facilités de transport.

Ces associations sont souvent gérées par des personnalités qui n'ont rien avoir avec l'élevage et sont là depuis des années et ne sont là que faire de la prédateur et la plupart

de ce qui est destiné aux éleveurs s'arrêtent à leur niveau comme disent les anglais business is business. Ils font leurs affaires sur le dos des éleveurs et ils sont les seuls bénéficiaires des aides des ONGs et de l'Etat.

**f) Le manque d'investissement de l'administration territoriale**

Durant nos investigations de terrain, il n'y a que deux Wali qui ont donné des avis sur ce que nous faisons, les autres se sont contentés d'écouter nos explications et de nous souhaiter bonne chance.

**g) Le manque d'eau dans certaines zones**

Les situations diffèrent d'une zone à l'autre :

- Au Trarza et dans le nord du Brakna, il y'a une grande nappe phréatique qui a été exploité depuis le temps colonial pour abreuver les animaux qui sont destinés aux abattoirs de Saint-Louis puis Dakar pour ravitailler la France en viande bovine. Cette nappe se divise en deux zones, dans la partie sud non loin du fleuve elle est peu profonde, allant de 2 à 10 mètres de profondeurs, elle est dans la zone agricole les puits y sont peu nombreux, elle est surtout exploitée pour les besoins domestiques. Dès qu'on s'éloigne de la vallée dans le nord, elle devient très profonde et est surtout exploitée par des puits et sondages profonds pour l'abreuvement des animaux et l'exhaure ne peut se faire que des pompes solaires ou par traction animale : des ânes, des taureaux et des dromadaires, dans le nord vers Nouakchott elle est exploitée pour l'alimentation de la ville en eau.
- Cette nappe s'estompe dans les environs du Lac d'Aleg faisant place à la place de Biseau sec qui continue ainsi jusqu'aux environs de Bassiknou, où apparaissent les Pérites du Dhar qui est une nappe très profonde, très grande dont les profondeurs varient de 50 à plus de 100 mètres et même plus,
- Dans la zone du biseau sec, l'eau se trouve dans les grandes mares, en creusant dans les lits des nombreux oueds qui traversent la zone du nord au sud ou en creusant dans de petites failles des sondages et puits qui donnent de faibles débits.
- Actuellement, trois projets de ravitaillement en eau des populations existent , l'Aftout Es Sahéli, qui va ravitailler toute la zone de l'Aftout dont l'eau est tirée à partir de la mare créée par le barrage de Foum Gleïta, l'autre est le ravitaillement de la ville de Kiffa à partir du fleuve à hauteur de Gouraye et le dernier est le projet permettant le ravitaillement des villes de Néma -Timbédra et peut être au-delà espérons que dans ces projets qu'on ait prévu des bornes fontaines pour le ravitaillement en eau des animaux surtout lors des grands déplacements vers les zones de transhumance.

## **5.2. MAILLON TRANSFORMATION**

### ***5.2.1. Caractéristiques principales***

La Mauritanie dispose d'un potentiel important dans plusieurs chaînes de valeur de l'élevage, dont le développement permettra de créer plusieurs opportunités d'emplois et des revenus pour la population mauritanienne. La promotion de la filière élevage, en particulier la chaîne de valeur lait et viande rouge est au centre des politiques et stratégies nationales de développement. Les produits de l'élevage (lait, viande) constituent des sources de revenus et de nutriments (protéines), essentiels à la sécurité alimentaire.

En Mauritanie la filière viande est structurée à deux niveaux de circuit à savoir le circuit bétail sur pied (vif) et le circuit viande proprement dit. Pour le lait, la filière est également constituée par un ensemble de circuit à savoir, la collecte du lait, la transformation et la commercialisation.

L'activité de la transformation concernant les deux filières demeure à l'état actuel très timide en raison de l'insuffisance et de l'inadaptation des équipements. Ce qui montre par l'absence de valeur ajoutée malgré l'existence d'une ressource disponible exploitable largement suffisant pour la consommation domestique et les exportations.

Aujourd'hui, l'augmentation de la productivité à travers la mise en place des unités industrielles permettra de couvrir, au moins, les besoins du pays en lait et produits dérivés, tout en prenant en compte les impacts des changements climatiques constituent une priorité. L'intensification des interventions ciblant le développement des principales filières (lait et produits dérivés, viande en morceaux, déchets et rebuts, cuirs et peaux semi-finis, laine et poile, aliments de bétail, etc.) permettront de placer le secteur sur une trajectoire de développement durable tout en réduisant également les importations des produits d'origine animales tels que le lait et produits laitiers.

### ***5.2.2. Les produits de la transformation***

Les principaux produits de la transformation sont la viande fraîche, la viande séchée, les viandes grillées, les viandes soupées, les peaux et les autres produits du cinquième quartier (têtes, boyaux, pattes, foies, etc.).

#### ***5.2.2.1. Transformation viande rouge***

##### **a) Mode de transformation**

La transformation industrielle de la viande rouge (production de conserves et autres dérivés) n'existe pas au niveau de la Mauritanie. Concernant les abattoirs seuls Nouakchott en dispose mais un second abattoir est en construction à Néma.

Toutefois, on peut rencontrer des activités de transformation artisanale de façon traditionnelle réalisées par des bouchers et grilleurs. La transformation concerne les

bovins, ovins, caprins et camelins et se pratique d'une manière générale par abattage dans les infrastructures agréées (abattoirs, aires d'abattage) où les mesures d'hygiène ne sont pas suffisamment maîtrisées due à une absence ou insuffisance d'installation d'assainissement, d'équipement de traitement des eaux usées et les déchets générés. Les autres modes de transformation de la viande (séchage, cuisson, grillade) sont en général réalisés dans des conditions d'hygiène ne respectant les normes sanitaires requises.

Les modes d'abattages de toutes les espèces confondus (bovins, ovins, caprins, camelins) sont fait par saignée et l'habillage est réalisé de manière manuelle dans les abattoirs et les aires d'abattages.

Les abattages réalisés dans les aires abattages et les abattoirs font l'objet d'un contrôle vétérinaire. Cependant, les abattages clandestins hors abattoirs et aires d'abattages ne font aucun contrôle vétérinaire et constituent de sources potentielles d'insécurité sanitaire pour les consommateurs.

#### **b) Les acteurs de la transformation**

Le maillon de la transformation de la viande rouge en Mauritanie est constitué de quelques type d'acteurs à savoir :

- **Les bouchers abatteurs-détaillants**, qui approvisionnement directement au quotidien les consommateurs sans intermédiaire,
- **Les grilleurs**, qui comme leurs noms indiquent, assurent principalement la vente de la viande grillée sous forme de morceau ou de brochettes. Ils sont installés aussi dans les centres urbains, semi-urbains et en général le long des routes ou garages de transport interurbain
- **Les restaurateurs**, qui sont généralement des professionnels de la transformation de la viande,
- **Les services d'inspection sanitaires de la viande**, sont assurés par les vétérinaires agréés par les autorités mauritanienes.

#### **c) Les infrastructures de transformation**

Le programme Praps1 a mis en place quelques infrastructures de transformation (aires, d'abattages et abattoirs). Ce sont des investissements publics qui participent à la structuration de la filière bétail viande. Leur gestion relève aux collectivités municipales qui collectent des taxes d'abattages.

#### **d) Impact environnemental**

L'impact négatif environnemental du maillon de la transformation de chaîne de valeur viande est constitué essentiellement par une pollution des déchets issus de l'abattage déversés directement dans l'environnement, les mauvaises odeurs autour des aires abattages, et l'utilisation abusive du charbon par les grilleurs.

### e) Impact social

Le maillon de la transformation de la viande crue en Mauritanie relève essentiellement de la fonction masculine. Les femmes sont plutôt présentent dans la transformation au niveau de la restauration collective. La quasi-totalité des activités de la transformation de la viande sont de type informel.

### f) Analyse SWOT chaîne de valeur viande

Tableau 4: Analyse SWOT de la chaîne de valeur viande

Désignation	Forces	Faibles	Opportunités	Menaces
Abattoirs	Savoir-faire des acteurs, Contrôle sanitaire actif Acteurs multiples	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque d'équipements de travail,</li> <li>- Absence d'entretien des abattoirs,</li> <li>- Non-respect des normes de qualités,</li> <li>- Absence d'application des normes de la réglementation,</li> <li>- Ignorance des normes standards,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Projet de réalisation en cours (abattoirs modernes conformes aux normes,</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Abattages clandestins Risques sanitaires</li> </ul>
Bouchers, grilleurs	Savoir-faire endogènes traditionnel,	Capacités techniques faibles, Faible structuration des acteurs,	Orientation politique au profit de la chaîne de valeur, Disponibilités d'appui des organismes et PTFs	
Viande et Produits dérivés	Produit à haute valeur ajoutée,	Faible diversification des produits, Insuffisance valorisation des produits dérivés (peaux, cuir, cornes...),	Développement de nouveau produit à haute valeur ajoutée, Evolution des modes de consommation, Ouverture du marché sous régionale	Concurrence déloyale, Charges liées à la conservation élevées,

Source : compilé par Groupement CEFCOD- SGIE Consult- ADA consulting Africa

,

### **5.2.2.2. Transformation du lait et produit laitiers**

#### **a) Principales caractéristiques**

Dans le domaine du lait, il n'existe aucune industrie de Transformation digne de ce nom à l'intérieur du Pays. En dehors de Néma (Hodh El Charghi) où une (1) Unité complète de transformation de lait ( 12.000L de lait / jour) toutes les mini-laiteries ( 04) sont concentrées à Nouakchott. Cependant, on dénombre Une Quarantaine de mini -laiteries de capacité de 100L à 200L /, assurées et gérées par les femmes rurales.

Formatted: Highlight

Dans le cadre de la lutte contre la Pauvreté, ces unités permettent aux villageois de consommer leur lait local et d'intégrer les femmes dans les activités de Développement.

Tableau 5: Nombre de mini-laiteries par région :

<b>Régions</b>	<b>Nombre de mini-laiterie</b>
Brakina	5
Gorgol	6
Assaba	7
Hodh El Gharbi	6
Hodh El Charghi	5
Tagant	3
Trarza	8
<b>Total</b>	<b>40</b>

Source : compilé par Groupement CEFCOD- SGIE Consult- ADA consulting Africa

En plus de ces 40 mini-laiteries ; on a enregistré 3 Centre de Collecte à Rosso (Trarza), 01 Centre de collecte à Kiffa et 05 centres au Hodh El Charghi.

Le projet PRAPS dans sa phase 1 (Praps 1) a mis en place près de 25 mini laiteries dans le cadre de la lutte contre la malnutrition et de la réduction de la population chez population vulnérables en particulier des coopératives femmes rurales. Plus de 500 femmes en milieu rural ont été formées et équipées par le PRAPS et valorisent le lait frais en la transformant en lait caillé, Yaourt, fromages, 'Thiakry', etc.

Aujourd'hui, le manque d'emballage et le service d'entretien des équipements solaires constituent un handicap majeur au développement de la chaîne de valeur lait.

Le faible niveau de la transformation du lait explique la faiblesse de la valeur ajoutée de cette filière. Les quelques unités de transformations de volume assez important sont localisées dans la capitale Nouakchott. La majorité d'entre elles utilisent de la poudre de lait importé pour la transformation en produit dérivés.

La saisonnalité de la production limite la transformation et la commercialisation du lait en provoquant des variations d'offre importantes sur l'année. La demande et l'offre de lait

sont inversement proportionnelles entre les périodes d'hivernage et de saison sèche. De ce fait la transformation et la commercialisation des produits laitiers restent limitées en hivernage alors que les quantités de lait disponibles sont importantes, quantités qui se raréfient l'approche de la saison chaude ou la demande est maximale.

#### **b) Les produits**

Le secteur de la transformation laitière concerne essentiellement le lait de vache et de chameau. Le lait est consommé sous deux principales formes. Une fois trait, une partie est consommée cru et frais et une autre quantité fait l'objet de transformation pour donner les produits laitiers comme le lait caillé, le beurre, le ghee, la crème maturée, le fromage et le Yaourt. Le lait des petits ruminants est généralement utilisé pour la consommation familiale en milieu rural. Ces produits malgré la demande croissante ne sont encore disponibles qu'en faibles quantités en dépit du potentiel existant. La transformation se fait de manière artisanale en partie, et au niveau des mini-laiteries et d'unités semi-industrielles disposant de quelques matériels et équipements appropriés.

#### **c) Les acteurs**

Les principaux acteurs intervenants dans la transformation du lait sont les éleveurs, les collecteurs (transporteurs), les transformateurs (laiteries, mini-laiteries) et les vendeurs.

#### **d) Analyse SWOT chaîne de valeur lait**

Tableau 6: SWOT chaîne de valeur lait

Désignation	Forces	Faibles	Opportunités	Menaces
Infrastructures laitières	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Politique de l'Etat favorable aux PME/PMI</li> <li>- Appui du PRAPS / BM au Dev de la filière lait</li> <li>-Existence d'un potentiel de cheptel important</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faible niveau du tissu industriel</li> <li>- Faible implication des pouvoirs politiques</li> <li>- Politique laitière insuffisamment mise en œuvre ;</li> <li>- Faible capacité de collecte de conservation et de transport du lait Frais ;</li> <li>- Faible niveau d'organisation des producteurs laitiers ;</li> <li>- Faible investissement en faveur de la filière lait ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existence de nombreuses structures de micro-finances et d'appui</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Insuffisances pluviométriques et persistance de la sécheresse</li> <li>-Mentalités rétrograde dans la vente du lait dans certaines régions</li> </ul>

Acteurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir-faire traditionnel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Faible maîtrise de techniques améliorées de production par les producteurs ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Marché local et frontalier porteurs</li> </ul>	
Produits	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produit à forte valeur ajoutée,</li> <li>- Forte demande nationale</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Contexte peu favorable au développement d'une collecte par les transformateurs à grande échelle à cause du système d'élevage extensif et de l'irrégularité/saisonnalité de la production laitière</li> </ul>		

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

### 5.3. MAILLON COMMERCIALISATION

#### 5.3.1. Caractéristiques principales

La vente des animaux sur pied est une pratique ancestrale et culturelle en Mauritanie. Le mode de commercialisation des bétails sur pied et la viande est de type informel.

##### 5.3.1.1. Les infrastructures

Les infrastructures de commercialisation des animaux sur pied sont constituées d'un réseau de marchés à bétail dont la majorité d'entre eux ne font l'objet d'aucun suivi.

Dans le cadre du renforcement de la structuration de la chaîne de valeur bétail sur pieds, le projet PRAPS dans sa phase 1 a mis en œuvre déjà un certain nombre de marchés à bétail moderne, et programmé dans la phase 2 (PRAPS 2) 12 marchés à bétails au niveau national. La gestion de ces marchés incombe systématiquement aux municipalités qui tirent des taxes.

##### 5.3.1.2. Transports

Les animaux sont transportés vers les marchés de consommation nationaux ou des pays voisins comme le Sénégal et le Mali à travers des camions improvisés et souvent mélanger avec d'autres marchandises. Parfois, pour des petites distances entre les différents types de marchés les animaux sont convoyés à pied ou par transport mixte à travers les véhicules légers de tout terrain par transport mixte.

##### 5.3.1.3. Les prix moyens

Les prix moyens des animaux sur pied et leurs produits dérivés au niveau national varient en fonction de plusieurs facteurs tels que la saison, la région, l'espèce, l'état de l'animal

gras, mince, gros, petit....). De ce fait, c'est très difficile de tirer une moyenne nationale des prix des animaux sur pied. La viande suit également la même logique que les animaux sur pied. Quelques données sur les prix moyens sont reportées dans le tableau ci-après :

Tableau 7: Prix moyens des différents types de viande

Désignation	Unité	Prix moyen en MRU
Bovin	Kg	150
Caprin	Kg	200
Ovin	Kg	200
Camelin	Kg	150

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### **Prix moyens des différents types de bétail sur pied**

Les prix moyens pratiqués au niveau national selon l'âge et le poids de l'animal se résument ci-après :

- bovins : 15.000 MRU ET 30.000 MRU,
- Ovin / Caprin : 1.500 --- 4.000 MRU
- Camelin: 20.000 -- 40.000 MRU

#### **5.3.2. Les acteurs de la chaîne**

La commercialisation du bétail sur pied est exercée par une multitude d'acteurs. On peut énumérer quelques-uns qu'on trouve habituellement au sein des marchés à bétail.

- **Les Collecteurs** : Ils font les grands marchés à bétail hebdomadaire des villages pour s'approvisionner en bêtes et constituer un stock destiné à la vente.
- **Les convoyeurs** : ils ont comme rôle d'acheminer à pied ou en camion les bêtes jusqu'à la destination finale (marchés terminaux).
- **Les marchands de bétail** : ils font les marchés hebdomadaires, ainsi que les marchés interurbains et frontaliers. Ils s'approvisionnent principalement chez les collecteurs et secondairement chez les emboucheurs et les producteurs.

En ce qui concerne le commerce des peaux, on peut distinguer sur le marché mauritanien une seule catégorie d'acteur. Il s'agit des collecteurs de peaux Maliens qui s'approvisionnent directement par les bouchers détaillants. Les peaux collectées sont acheminées principalement au Mali où le traitement effectué.

#### **5.3.3. Impact social**

Les acteurs du maillon de commercialisation bénéficient une très faible valeur ajoutée dans leur exploitation due à la cherté de la matière tant au niveau des animaux sur pied que la vente de la viande. La marge de bénéfices tirée de la vente reste très faibles

surtout à une certaine période de l'année où les animaux se font rares ou partent à la recherche du pâturage.

En revanche, les marchés à bétail génèrent beaucoup d'emploi surtout chez les producteurs, mais le seul problème que ces emplois générés restent instables due à l'irrégularité des marchés, tant au niveau des prix d'achat que les bénéfices tirés. Certains marchands préfèrent s'aventurer temporairement pour résoudre un problème d'argent et disparaissent.

Les emplois créés dans le maillon de la commercialisation profitent surtout aux vieux sans emploi ou en période de retraite. Les jeunes sont très faiblement représentés et quant aux femmes exerçant en qualité de commerçantes sont pratiquement absentes.

#### **5.3.3.1. Analyse SWOT du maillon de la commercialisation**

Aussi bien pour le lait, la viande et leurs dérivés, la vente se fait le plus souvent sur le marché local. Les exportations sur pied se font généralement en période de fête de Korité et Tabaski dans les zones frontalières.

Tableau 8: SWOT maillon commercialisation

Désignation	Forces	Faibles	Opportunités	Menaces
Commerce intérieur et extérieur	Existence d'acteurs très expérimentés Offre en produit très importantes Fortes demandes sous régional d'animaux mauritaniens (Sénégal, Mali)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Prix non rémunérateurs au producteur,</li> <li>- Très faible demande du marché mauritanien par rapport à l'offre</li> <li>- Saisonnalités des ressources pastorales</li> <li>- Impact des changements climatiques</li> <li>- Normalisation du maillon</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Elargissement du marché extérieur mauritanien (libre échange inter-état africains : CEDEAO, UEMOA, ZLECAF...),</li> <li>Promotion et accompagnement du maillon par les partenaires (PTFs)</li> <li>Promotion de nouvelle chaîne de valeur (peaux et cuir)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effondre du marché,</li> <li>Risques Sanitaires</li> <li>Fluctuation des monnaies,</li> <li>La législation sous régionale</li> </ul>
Acteurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Savoir faire</li> <li>- Bonne connaissance du marché sous régional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Très faible organisation des acteurs,</li> <li>- Faible capacité technique des acteurs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Forte demande sous régionale,</li> <li>Création d'emploi</li> </ul>	Sécurité

Environnement sociaux-politiques	Orientation politiques en faveur du développement du maillon Emergences des marchés à bétail moderne et bien structurés (PTFs),	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Manque de logistiques adaptées pour le transport</li> <li>- Faible qualité hygiénique des produits carnés issus de la transformation</li> </ul>	Elargissement des accords (spécification tarifaires), Promotion du maillon	
----------------------------------	---	--	--	--

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

## 6. RÉSULTATS ATTENDUS DE LA MISSION

### 6.1. Etat des lieux des Filières et chaînes de valeurs existantes

#### 6.1.1. *Filières et chaînes de valeur pour les commerçants (dans quels filières ou CV) ?*

Comme le prétend la théorie économique, le marché est le moteur et le meilleur développement d'une activité économique. En effet, le comportement des agents économiques de la distribution permet de comprendre la tendance de la demande des produits. En partant de ce principe, on peut donc voir dans le tableau ci-dessous que les animaux sur pieds restent les produits les plus commercialisés comparativement au lait et ses dérivés. En analysant par région, on se rend compte que Hodh el Charghi est la région où les transactions des animaux sur pieds sont les plus fortes suivie de Guidimaka. Pour le lait et ses dérivés, Tagant et Trarza sont les zones où ce commerce est développé. Mais qui sont les commerçants des animaux et produits animaux ?

Formatted: Highlight

Tableau 9 : Type de produits commercialisés par région et par les commerçants

Regions	Animaux sur pied	Lait et dérivées (Yaourt, fromage, savons)	Grand Total
Brakna	9.30%	0.00%	9.30%
Hodh el Charghi	23.26%	0.00%	23.26%
Hodh el Gharbi	4.65%	2.33%	6.98%
Gorgol	2.33%	0.00%	2.33%
Guidimaka	16.28%	4.65%	20.93%
Tagant	13.95%	6.98%	20.93%
Trarza	9.30%	6.98%	16.28%
<b>Grand Total</b>	<b>79.07%</b>	<b>20.93%</b>	<b>100.00%</b>

Source : Compilé par le Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

En analysant les tranches d'âge des commerçants des animaux et des produits animaux, on se rend compte que ce sont essentiellement adultes (plus de 35 ans) qui opèrent dans ce maillon. On observe une forte concentration toujours dans la région de Hodh el Charghi (tableau 10).

Tableau 10 : Tranche d'âge des transformateurs (*quels produits ou filières : lait, bétail-viande, peaux, cuirs ?*)

Region	Tranche d'âge		Grand Total
	MOINS DE 35 ANS	PLUS DE 35 ANS	
Brakna	0%	9%	9%
Hodh el Charghi	0%	23%	23%

Hodh el Gharbi	0%	7%	7%
Gorgol	0%	2%	2%
Guidimaka	0%	21%	21%
tagant	2%	19%	21%
Trarza	0%	16%	16%
<b>Grand Total</b>	<b>2%</b>	<b>98%</b>	<b>100%</b>

Source : Compilé par le Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

En termes de volume, un acteur pris aléatoirement aurait commercialisé en moyenne plus de 3 700 bêtes et environ 38 000 litres de laits et dérivés.

Tableau 11 : Volume de produits animaux commercialisés par les commerçants

Type de produits commercialisés	Volume commercialisé lors des 12 derniers mois
Animaux sur pied : Nombre	3 767
Lait et dérivées (yaourt, fromage, savons) : Litres	38 000

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Les enquêtes indiquent deux types de lieux où les transactions ont lieu. Il y'a le marché local, le marché frontalier. On note aussi des transactions qui se passent à la fois sur le marché local et sur le marché transfrontalier. Naturellement, la région de **Hodh el Charghi** domine avec une proportion de plus de 22% suivi de la région de **Tagant** (cf. Tableau 12).

Tableau 12 : Principaux lieux de commercialisation des produits animaux

Region & lieu	Proportion (%)
<b>Brakna</b>	<b>10.00%</b>
Marché local	7.50%
Marché local;Marché frontalier	2.50%
<b>Hodh el Charghi</b>	<b>22.50%</b>
Marché local	20.00%
Marché local;Marché frontalier	2.50%
<b>Hodh el Gharbi</b>	<b>5.00%</b>
Marché local	5.00%
<b>Gorgol</b>	<b>2.50%</b>
Marché local	2.50%
<b>Guidimaka</b>	<b>20.00%</b>
Marché local	20.00%
<b>tagant</b>	<b>22.50%</b>
Marché local	22.50%
<b>Trarza</b>	<b>17.50%</b>
Marché local	7.50%
Marché local;Marché frontalier	10.00%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### **6.1.2. Filières et chaines de valeur pour les éleveurs**



Dans cette section, une description des filières et chaines de valeur dans lesquelles évoluent les éleveurs sont analysés. Les différentes régions, les filières recensées sont : Asins, Bovin, Camelin, Caprins, Equins, Ovins. Contrairement aux statistiques précédentes, la région de Hodh el Charghi n'est pas une la zone de production mais une région les commerçants sont les plus actifs. En matière de production, la région de Guidimaka et celle de Gorgol sont les régions d'éleveurs. En effet, ces deux régions totalisent plus de 70% d'animaux sur pieds comparés aux autres régions. Mais quelle sont les filières importantes pour les éleveurs ? Les résultats montrent que les bovins, les ovins et les caprins sont les filières qui occupent les éleveurs dans toutes les régions.

Tableau 13: Filières importantes pour les éleveurs

Region et filière	Proportion (%)
<b>Brakna</b>	<b>4.37%</b>
Asins	12.50%
Bovin	25.00%
camelin	12.50%
Caprins	25.00%
ovins	25.00%
<b>Hodh el Charghi</b>	<b>9.29%</b>
Asins	11.76%
Bovin	29.41%
camelin	11.76%

Region et filière	Proportion (%)
Caprins	23.53%
Equins	5.88%
ovins	17.65%
<b>Gorgol</b>	<b>24.04%</b>
Asins	4.55%
Bovin	27.27%
camelin	2.27%
Caprins	29.55%
Equins	6.82%
ovins	29.55%
<b>Guidimaka</b>	<b>46.99%</b>
Asins	11.63%
Bovin	30.23%
Caprins	30.23%
Equins	2.33%
ovins	25.58%
<b>tagant</b>	<b>6.56%</b>
Bovin	33.33%
Caprins	33.33%
ovins	33.33%
<b>Trarza</b>	<b>6.56%</b>
Asins	16.67%
Bovin	25.00%
camelin	16.67%
Caprins	25.00%
Equins	8.33%
ovins	8.33%
<b>Hodh El Gharbi</b>	<b>2.19%</b>
Asins	25.00%
Bovin	25.00%
camelin	25.00%
ovins	25.00%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Les résultats montrent que la région de Trarza est la zone où les éleveurs ont plus d'effectifs comparée aux autres régions. En effet, dans cette région, l'éleveur moyen possède en moyenne 154 têtes. On note une moyenne variant de 141 à 300 têtes respectivement pour les caprins, ovin et bovin. La même tendance se confirme dans la région de Hodh el Charghi mais avec des effectifs moins élevés. De façon globale, un éleveur posséderait environs 57 bêtes en moyenne dans le pays (Cf. tableau 14).

Tableau 14: Effectif moyen du cheptel par région et par filière

<b>Region et type d'animaux</b>	<b>Effectif moyen du cheptel</b>
<b>Brakna</b>	<b>69</b>
Asins	8
Bovin	29
camelin	85
Caprins	50
ovins	150
<b>Hodh el Charghi</b>	<b>105</b>
Asins	18
Bovin	176
camelin	31
Caprins	82
Equins	14
ovins	156
<b>Gorgol</b>	<b>31</b>
Asins	5
Bovin	49
camelin	10
Caprins	30
Equins	3
ovins	29
<b>Guidimaka</b>	<b>38</b>
Asins	5
Bovin	46
Caprins	34
Equins	2
ovins	52
<b>Hodh El Gharbi</b>	<b>126</b>
Asins	3
Bovin	400
camelin	22
ovins	80
<b>tagant</b>	<b>94</b>
Bovin	94
Caprins	101
ovins	88
<b>Trarza</b>	<b>154</b>
Asins	3
Bovin	300
camelin	153
Caprins	141
Equins	7
ovins	200
<b>Grand Total</b>	<b>57</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

L'analyse des chaînes de valeur pour les éleveurs montrent une grande disparité entre les régions du pays. En effet, au Brakna, l'élevage naisseur est la chaîne la plus dominante car occupant plus de 63% des éleveurs. Certains éleveurs combinent plusieurs chaînes de valeur. Toujours dans la même région, plus de 38% des éleveurs sont à la fois dans l'élevage naisseur, l'embouche et la production du lait. Cette combinaison rentre dans la diversification des revenus car elle peut à l'éleveur d'avoir des entrées d'argent nécessaire à la gestion de son exploitation. Bien que faible, la combinaison de plusieurs chaînes permet à l'éleveur de faire face aux charges opérationnelles et variables. La faiblesse d'un tel système est que l'éleveur n'est pas spécialisé dans une chaîne et cela pourrait réduire ses capacités techniques à maîtriser une technique de production donnée.

Les chaînes de valeur en vogue dans la région de Hodh el Charghi sont moins combinées. En effet, les éleveurs semblent se spécialiser à faire de l'élevage naisseur (82%) et du lait (18%). Par contre dans la région du Gorgol, la production laitière domine (59%) suivie de l'embouche. La combinaison élevage naisseur et embouche occupe 14%. Dans la région de Guidimaka, l'élevage naisseur domine également avec plus de 49%. Aussi, la combinaison Naisseur-Embouche-Laitier occupe 33%. Au Tagant, l'élevage naisseur domine aussi avec 75% et la combinaison Naisseur-Laitier occuperait 25%. L'Embouche et Laitier occupent plus de 50% des éleveurs dans la région de Trarza. Il faut noter que cette région ne pratique que des combinaisons. Enfin, dans la région de Hodh El Gharbi, l'ensemble des éleveurs sont spécialisés dans l'élevage naisseur.

**Commented [MD1]:** Quelles activités spécifiques ou CV de la filière lait

Tableau 15: Région et chaînes de valeurs pour les éleveurs

Region et objectif de l'éleveur	Proportion (%)
<b>Brakna</b>	<b>4%</b>
Naisseur	63%
Naisseur;Embouche;Laitier	38%
<b>Hodh el Charghi</b>	<b>9%</b>
Laitier	18%
Naisseur	82%
<b>Gorgol</b>	<b>24%</b>
Embouche	11%
Embouche;Naisseur;Laitier	9%
Laitier	59%
Naisseur	7%
Naisseur;Embouche	14%
<b>Guidimaka</b>	<b>47%</b>
Embouche	9%
Laitier	3%
Naisseur	49%
Naisseur;Embouche;Laitier	33%
Naisseur;Laitier	3%

Region et objectif de l'éleveur	Proportion (%)
Naisseur;Laitier;Embouche	2%
<b>Taggant</b>	<b>7%</b>
Naisseur	75%
Naisseur;Laitier	25%
<b>Trarza</b>	<b>7%</b>
Embouche;Laitier	50%
Naisseur;Embouche	17%
Naisseur;Embouche;Laitier	33%
<b>Hodh El Gharbi</b>	<b>2%</b>
Naisseur	100%
<b>Grand Total</b>	<b>100%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### **6.1.3. Filières et chaines de valeur pour les transformateurs de produits animaux**

Cette section questionne les chaines de valeur dans lesquelles les transformateurs des produits animaux évoluent. Les résultats montrent que la commercialisation de la viande domine ce secteur. Elle est suivie par la valorisation des peaux, le lait et la production du beurre à partir du lait (cf. tableau 16). En analysant l'importance de chaque produit dans les régions, on constate que Hodh el Charghi (30%), suivi de Brakna (20%) et Guidimaka (18%) transforment majoritairement les produits animaux.

En analysant les produits transformés dans chaque région, on note que la viande est fortement valorisée à Hodh el Charghi, Brakna et Guidimaka. Le beurre est presque absent dans toutes les régions exceptée Hodh el Gharbi.

Tableau 16 : Distribution des produits transformés par région

Produits transformés	Regions							Grand Total
	Brakna	Hodh el Charghi	Hodh el Gharbi	Gor gol	Ass aba	Guidimaka	tag ant	
BEURRE (SIRME)	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%
Lait (yaourt, fromage, lait frais)	0%	1%	1%	1%	0%	0%	1%	6%
Peau	4%	3%	1%	0%	0%	3%	1%	13%
Viande	15%	25%	11%	1%	1%	15%	10%	80%
<b>Grand Total</b>	<b>20%</b>	<b>30%</b>	<b>15%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>18%</b>	<b>13%</b>	<b>100%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

La valorisation de la viande a un visage masculin tandis que la transformation du lait et du beurre est une affaire de femme (Cf. tableau 17). De prime à bord, les femmes restent moins actives dans les chaînes de valeur de la transformation. On note quand même que les femmes sont présentes dans tous les secteurs de la transformation même si leur effectif reste faible comparativement aux hommes.

Formatted: Highlight

L'un des objectifs du projet étant de créer plus d'emplois, plus de revenus pour les couches marginales, il est donc crucial qu'il renforce les capacités des femmes dans les régions d'interventions pour leur permettre de mieux prendre avantage du potentiel.

Tableau 17 : sexe et produits transformés

Type de produits transformés	Sexe		
	Femme	Homme	Grand Total
BEURRE (SIRME)	1.41%	0.00%	1.41%
Lait (yaourt, fromage, lait frais)	4.23%	1.41%	5.63%
Peau	1.41%	11.27%	12.68%
Viande	1.41%	78.87%	80.28%
<b>Grand Total</b>	<b>8.45%</b>	<b>91.55%</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Formatted: Highlight

L'analyse sur les tranches d'âge montre que la transformation est majoritairement faite par les adultes (plus de 97%). Les jeunes transformateurs représentent à peine 3%. Cela reste faible mais il constitue une opportunité pour le projet car celui-ci peut travailler à doter les jeunes de ressources productives et de compétence s'auto-employer dans la transformation.

Tableau 18 : Age et produits transformés

Type de produits transformés	Tranche d'âge		
	MOINS DE 35 ANS	PLUS DE 35 ANS	Grand Total
BEURRE (SIRME)	0.00%	1.41%	1.41%
Lait (yaourt, fromage, lait frais)	1.41%	4.23%	5.63%
Peau	0.00%	12.68%	12.68%
Viande	1.41%	78.87%	80.28%
<b>Grand Total</b>	<b>2.82%</b>	<b>97.18%</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Les quantités moyennes transformées annuellement sont de l'ordre de 45 tonnes pour la viande, plus de 2 900 peaux, plus de 24 000 litres de produits laitiers et environ 80 kg de beurre de lait. Vu que le volume de la viande, le lait et des peaux semblent plus élevés, les actions du projet devraient se focaliser sur les transformateurs de ces produits.

Toutefois, le beurre n'est pas à abandonner car c'est une chaîne de valeur qui permet d'inclure une couche marginale.

Tableau 19 : Quantité des produits transformés ces 12 derniers mois

Produits	Quantité moyenne transformée les 12 derniers mois
BEURRE	80 kg
Lait (yaourt, fromage, lait frais)	24 400 litres
Peau	2 995 peaux
Viande	45 146.2 kg

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### 6.1.4. Prestataires de services

Cette section questionne les types de services offerts aux acteurs directs des chaînes de valeur animales. Il ressort de l'analyse qu'une pharmacie vétérinaire, une ONG sur l'appui-conseil et un bureau d'études ont été identifiés comme prestataires de services.

Tableau 20 : Typologies de services offerts aux acteurs directs des chaînes de valeurs élevage par les fournisseurs de services

Type de services fournis aux éleveurs	Raison sociale			Grand Total
	BUREAU	ONG HA	PHARMACIE VET	
Appui-conseils en gestion de micro-entreprises	1	1		2
Services santé animale			1	1
<b>Grand Total</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>3</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

L'analyse des effectifs de client de chaque prestataire indique que la pharmacie vétérinaire enregistre plus de clients (cf. tableau 21).

Tableau 21 : Effectif de clients par entreprise

Raison sociale	Effectif des clients servis au cours des 12 derniers Mois
BUREAU	2
ONG HA	20
PHARMACIE VET	300
<b>Grand Total</b>	<b>322</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

L'analyse de la typologie des clients des prestataires de services montre une distribution plus ou moins équitable (33%) pour les différentes couches.

Tableau 22 : Typologie de clients

Typologie des clients	Proportion (%)
Eleveurs	33.33%
Eleveurs & Transformateurs	33.33%
Transformateurs	33.33%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### 6.1.5. Fournisseurs d'intrants

Les fournisseurs d'intrants jouent un rôle important dans la réussite de l'élevage. La distribution spatiale des fournisseurs d'intrants montre une forte concentration dans la région de Brakna suivi de Gorgol et de Assaba. Au regard de cette distribution spatiale, il est évident qu'un ajustement pour avoir une distribution plus ou moins équitable serait une meilleure alternative. Le projet peut donc motiver et inciter des acteurs à créer des représentations dans les zones déficitaires ou à inciter l'ouverture de nouvelles boutiques de distribution dans les régions à faible concentration.

Tableau 23 : Distribution des fournisseurs d'intrants par région

Regions	Proportion (%)
Brakna	30.00%
Hodh el Charghi	10.00%
Gorgol	20.00%
Assaba	20.00%
tagant	10.00%
Trarza	10.00%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Formatted: Highlight

Formatted: Highlight

Formatted: Highlight

#### 6.2. Zones productives

##### 6.2.1. Zone d'élevage

Les filières et les chaines de valeur à développer prennent toutes racines dans les bassins de production. On ne peut donc transformer, commercialiser, distribuer des intrants et offrir des prestations de services en ignorant les zones productives. Bien que les bassins de production doivent aussi tenir compte de la demande du marché, il est aussi important que les zones de production soient clairement identifiées avant toutes actions sérieuses et viables.

Les statistiques descriptives présentées dans le tableau 24 montrent que les régions de Guidimaka, Gorgol sont les grands bassins d'élevage dans le pays. Bien que les autres

Commented [MD2]: Ces données ne sont-elles pas contradictoires avec la réalité et les statistiques officielles ?

régions aussi pratiquent l'élevage, ces deux régions à elles seules pèsent plus de 71% de l'ensemble. Ces résultats indiquent que le projet gagnerait à se focaliser sur ces deux régions en premier lieu avant de s'installer **dans les zones régions du pays.**

Formatted: Highlight

Tableau 24: Zones de forte production

Region	Effectif du cheptel	Poids de la région (%)
Brakna	550	4%
Hodh el Charghi	1 785	9%
Gorgol	1 384	24%
Guidimaka	3 289	47%
Hodh El Gharbi	505	2%
tagant	1 129	7%
Trarza	1 842	7%
<b>Grand Total</b>	<b>10 484</b>	<b>100%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Commented [MD3]: ???????

Commented [MD4]: ?

Commented [MD5]: ?

#### 6.2.2. Zones de transformation des produits animaux.

Les zones de transformations peuvent être différentes des zones de production bien qu'il aurait été plus économiques de transformer les productions animales à proximité des zones de bassins de production. Toutefois, il y a des aspects culturels et de savoir-faire à prendre en compte dans l'analyse.

Le tableau ci-dessous indique que les acteurs de la transformation sont plus concentrés dans les régions de Hodh el Charghi et du Brakna alors que Guidimaka, Gorgol sont les grands bassins d'élevage dans le pays.

Le projet devrait donc trouver un système de mise en relation entre les transformateurs et les éleveurs vu qu'ils ne sont pas dans les mêmes régions et peuvent ne pas se connaître.

Tableau 25: Zones de transformation

Commented [MD6]: Est le Trarza ?

Region	Beurre (SIRME)	Lait (Yaourt, fromage, lait frais)	Peau	Viande	Grand Total
Brakna	0%	0%	4%	15%	20%
Hodh el Charghi	0%	1%	3%	25%	30%
Hodh el Gharbi	1%	1%	1%	11%	15%
Gorgol	0%	1%	0%	1%	3%
Assaba	0%	0%	0%	1%	1%

Guidimaka	0%	0%	3%	15%	18%
tagant	0%	1%	1%	10%	13%
<b>Grand Total</b>	<b>1%</b>	<b>6%</b>	<b>13%</b>	<b>80%</b>	<b>100%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

### 6.3. Thèmes porteurs des SP à financer par le PRAPS-2-MR

La performance des chaînes de valeur animales est fonction des capacités de production, de la compétitivité des acteurs dans la production des biens et services. C'est pourquoi, les sous-projets (SP) à financer devraient partir du principe que les besoins des acteurs sont différents. Aussi, les contraintes que ces acteurs rencontrent varient d'un groupe d'acteurs à un autre et cela devrait être pris en compte.

Sur la base des données qualitatives et des statistiques descriptives présentées ci-dessus, les thèmes porteurs peuvent se décliner comme suit.

#### 6.3.1. Eleveurs

La majorité des éleveurs opèrent dans la production des bovins, caprins et ovins. Il est donc judicieux de focaliser les actions du projet au développement de ces types de production. Dans le domaine des ruminants, les facteurs de production les plus importantes pour atteindre une performance économiquement durable sont : les races, l'aliment, la santé animale et l'accès au marché. Pour disposer des races plus performances, le projet devrait travailler à rendre disponibles les semences animales (spermatozoïdes) et/ou des géniteurs plus robustes. Quant à l'aliment bétail, il est vital que des unités de transformation du fourrages (herbes, foin, espèces fourragères) et sous-produits agro-industriels soient installées à côté des zones de production pour rendre cet intrant plus disponible et à cout acceptable.

La santé animale reste une préoccupation même si les données montrent que les produits vétérinaires sont disponibles dans le pays. Ici la question est de savoir si les éleveurs connaissent les traitements adaptés pour chaque type de maladies ? le projet devrait donc accompagner les pharmacies vétérinaires privées à former davantage les éleveurs.

Formatted: Highlight

En dernier lieu, la question d'accès au marché est un aspect important et vital car l'éleveur doit disposer de contrats de production pour les animaux embouchés et le lait.

Formatted: Highlight

#### 6.3.2. Transformateurs de produits animaux

Le développement de ce maillon passe par la technologie de conservation, de traitement. Pour la viande par exemple, des chambres froides sont nécessaires pour sa conservation. De même, des camions réfrigérés sont nécessaires. Toutefois, des unités de fabrique de conserves de viandes permettent de mieux valoriser la viande fraîche

Formatted: Highlight

Formatted: Highlight

Formatted: Highlight

dont la conservation couterait plus d'énergies et d'infrastructures. Pour ce qui concerne le lait et ses dérivées, des laiteries modernes permettraient de mieux valoriser ces produits en tenant compte des exigences des consommateurs.

#### **6.3.3. Commerçants d'animaux et de produits animaux**

Les acteurs de ce maillon ont pour préoccupations permanente l'approvisionnement et la conservation des produits périsposables. C'est pourquoi, le projet impacterait ces derniers si ces actions se focalisaient sur la mise en réseau avec les transformateurs et les éleveurs. Ce réseautage permettra aux commerçants de disposer de contrats d'approvisionnement avec les transformateurs et les éleveurs. C'est aussi une opportunité de marché pour les éleveurs et les transformateurs.

#### **6.3.4. Fournisseurs de services et intrants**

Les fournisseurs d'intrants ont besoins de disposer à la fois de process éprouvé et de technologies de transformation des matières locales pour accompagner les éleveurs et les transformateurs. Les fournisseurs de services et intrants doivent être accompagnés pour fournir des services de qualité aux transformateurs et éleveurs.

### **6.4. Chaines de valeur prioritaires et zones**

Sur la base des statistiques descriptives, les chaines de valeur à prioriser devrait se décider à partir des marges unitaires par type d'activités. Toutefois, par manque de données précises, le chiffre d'affaires sera utilisé comme indicateur de décision.

#### **6.4.1. Chaines prioritaires pour les commerçants**

Le tableau 26 indique que la vente des animaux sur pieds reste une activité génératrice de revenus pour les commerçants. Un commerçant moyen aurait un chiffre d'affaires de 5 655 887 MRU/an contre 1 203 200 MRU/an. On devrait donc prioriser les animaux sur pieds toutefois, sa priorisation entraînerait une exclusion des femmes et des jeunes qui opèrent dans les produits laitiers.

Tableau 26 : Chiffre d'affaires des 12 derniers mois (MRU)

Type de produits commercialisés	Chiffre d'affaires moyen des 12 derniers mois
Animaux sur pied	5 655 887
Lait et dérivées (yaourt, fromage, savons)	1 203 200
<b>Grand Total</b>	<b>4 654 033</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

**Commented [MD7]:** Quels sont les sous projets prioritaires de ce thème prioritaire pour le maillon des commerçants

#### 6.4.2. Chaines prioritaires pour les éleveurs

Sur la base des recettes enregistrées dans les différentes régions et type d'animaux, on peut considérer que les caprins et les ovins sont à prioriser au Brakna. Dans la région de Hodh el Charghi, les chaines à prioriser sont respectivement les Bovin, les caprins et les camelins. Pour la région de Gorgol, l'ordre de priorité est le suivant : bovins, ovins et caprins. Quant à Guidimaka, les bovins, les caprins et les ovins sont prioriser par ordre. Dans la région de Hodh El Gharbi, seuls les ovins sont à prioriser. Dans la région de Taggant, les bovins, ovins et caprins sont à prioriser. Enfin, dans les bovins et les camelins sont à prioriser dans la région de Tarza

**Commented [MD8]:** Les thèmes des SP prioritaires proposés pour développer l'élevage sur pieds de ces espèces ou résoudre les goulots d'étranglement de la chaîne de valeur vente d'animaux sur pieds.  
Ex : embouche des animaux, élevage de génisse, cultures fourragères, etc.

Tableau 27: Type d'animaux et produits vendus par les éleveurs par région

Region/type d'animaux	Recettes moyennes des 12 derniers mois (MRU) ?
<b>Brakna</b>	<b>27 000</b>
Asins	
Bovin	
Camelin	
Caprins	18 000
Ovins	36 000
<b>Hodh el Charghi</b>	<b>212 917</b>
Asins	
Bovin	363 000
Camelin	100 000
Caprins	160 000
Equins	
Ovins	53 333
<b>Gorgol</b>	<b>45 074</b>
Asins;	
Bovin	114 000
Camelin	
Caprins	12 778
Equins	
Ovins	19 000
<b>Guidimaka</b>	<b>44 865</b>
Asins	
Bovin	92 500
Caprins	17 681
Equins	
Ovins	16 325
<b>Hodh El Gharbi</b>	<b>80 000</b>
Asins	
Bovin	
Camelin	
Ovins	80 000

Region/type d'animaux	Recettes moyennes des 12 derniers mois (MRU) ?
<b>Taggant</b>	<b>16 650</b>
Bovin	19 500
Caprins	14 900
Ovins	15 000
<b>Trarza</b>	<b>4 365 000</b>
Asins	
Bovin	8 640 000
Camelin	90 000
Caprins	
Equins	
Ovins	
<b>Grand Total</b>	<b>140 610</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### 6.4.3. *Chaines prioritaires pour les transformateurs*

**Commented [MD9]:** Pourquoi confondre toutes les CV ou filières ?

Au niveau des transformateurs, la viande et le lait sont les chaines à prioriser car les recettes enregistrées sont notables. Toutefois, si des marchés de niches sont identifiés, le beurre et la peau peuvent aussi être valorisés car ils permettent d'inclure des couches sociales.

Tableau 28 : Recette moyenne pour les 12 derniers mois pour les transformateurs

Produits transformés	Recette annuelle moyenne ( MRU)
BEURRE (SIRME)	11 200.0
Lait (yaourt, fromage, lait frais)	2 430 000.0
Peau	429 050.0
Viande	10 928 707.0
<b>Grand Total</b>	<b>9 087 141.4</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

**Commented [MD10]:** Les thèmes des SP prioritaires proposés pour développer ces CV et résoudre les goulets d'étranglement à ce niveau.  
Ex : collecte de lait, collecte des peaux, viande séchée, conservation lait au froid, etc.

#### 6.4.4. *Chaines prioritaires pour les fournisseurs d'intrants*

Certes, les données indiquent qu'il faut prioriser les **produits vétérinaires**, mais l'**aliment bétail** aura un impact sur les éleveurs par conséquent, il faudra trouver une alternative pour que les concentrées alimentaires pour le bétail soit disponibles.

Tableau 29 : Chiffre d'affaires moyen sur les 12 derniers mois pour les fournisseurs d'intrants

Type intrants	Chiffre d'affaires moyen sur les 12 derniers mois ( MRU)
Produits Vétérinaire	3 970 000

Aliment concentré	100 000
<b>Grand Total</b>	<b>4 070 000</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

## 6.5. Imperfections des marchés

### 6.5.1. Marchés des ressources clés pour les commerçants et distributeurs

Les imperfections des marchés constituent un danger pour les agents économiques car cela engendre des coûts supplémentaires sur les prix des produits finaux. C'est pourquoi, il est vital de corriger ses imperfections afin de faciliter l'interaction entre agents économiques.

Au niveau des commerçants, les imperfections des marchés sont visibles à travers les contraintes rencontrées par ce maillon dans les opérations économiques. Il ressort que la question des équipements constituent le plus gros souci des commerçants (plus de 17%). Les autres contraintes ont à peu près le même poids. Si le projet n'accompagne pas ces acteurs à aplatis ces contraintes, ils sont obligés de vendre souvent à un prix dérisoire leurs produits alors qu'ils pourraient le conserver et vendre à un prix rémunérateur en période de pénurie.

Tableau 30: Contraintes rencontrées par les commerçants

Type de contraintes	Proportion(%)
Conservation	5.88%
Conservation ; Main d'œuvre	2.94%
Équipements	17.65%
Équipements ; Conservation	2.94%
Équipements ; Conservation ; technologique	2.94%
Équipements ; Marché	2.94%
Équipements ; Marché ; technologique	5.88%
Équipements ; Matière première	5.88%
Équipements ; Matière première ; Main d'œuvre	2.94%
Équipements ; Matière première ; Marché	5.88%
Équipements ; Politique	5.88%
Main d'œuvre	2.94%
Marché	5.88%
Marché ; Conservation	5.88%
Marché ; Conservation ; Politique	2.94%
Marché ; Conservation ; technologique ; Politique	2.94%
Marché ; Matière première ; Conservation	5.88%
Matière première	2.94%
Matière première ; Marché ; Conservation	5.88%

Matière première ; Marché ; Politique	2.94%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

### **6.5.2. *Marchés des ressources clés pour les éleveurs***

Au niveau des éleveurs, les tableaux 31, 32, 33 et 34 montrent respectivement les contraintes pour nourrir le bétail, les lieux de vente des animaux et les sources d'eau et la demande en eau. Ce sont des intrants et des infrastructures vitaux pour la réussite et la viabilité de l'élevage. Si ces contraintes ne sont pas amoindries, l'élevage sera obligé de brader ses animaux par moment et cela créer une perte économique pour l'ensemble des acteurs.

Tableau 31: Région et Type d'aliment bétail utilisé

<b>Région et type d'aliment bétail</b>	<b>Proportion (%)</b>
<b>Brakna</b>	<b>3.91%</b>
Paille de brousse ; résidus culture ; Aliments composés ;	80.00%
Paille de brousse Tourteaux/Graines de coton ; Céréales ;	20.00%
<b>Hodh el Charghi</b>	<b>12.50%</b>
Paille de brousse ; résidus culture ; Aliments composés ;	56.25%
Paille de brousse ; résidus culture ; Tourteaux/Graines de coton ;	25.00%
Paille de brousse ; Tourteaux /Graines de coton ; Céréales ;	18.75%
<b>Gorgol</b>	<b>23.44%</b>
Paille de brousse ; résidus culture ; Foins ;	3.33%
Paille de brousse ; Tourteaux/Graines de coton ; Céréales ;	96.67%
<b>Guidimaka</b>	<b>44.53%</b>
Paille de brousse ;	7.02%
Paille de brousse ; Aliments composés ;	7.02%
Paille de brousse ; Foins ; résidus culture ;	1.75%
Paille de brousse ; résidus culture ;	3.51%
Paille de brousse ; résidus culture ; Aliments composés ;	7.02%
Paille de brousse ; résidus culture ; Foins ;	3.51%
Paille de brousse; Tourteaux/Graines de coton;	1.75%
Paille de brousse ; Tourteaux/Graines de coton ; Céréales ;	64.91%
Tourteaux / Graines de coton;	3.51%
<b>tagant</b>	<b>7.03%</b>
Paille de brousse ; Foins ; résidus culture ;	11.11%
Paille de brousse ; résidus culture ; Foins;	88.89%
<b>Trarza</b>	<b>5.47%</b>
Paille de brousse; résidus culture ;Foins;	85.71%
Paille de brousse;résidus culture ;Tourteaux/Graines de coton;	14.29%
<b>Hodh El Gharbi</b>	<b>3.13%</b>
Paille de brousse;	25.00%
Paille de brousse ; résidus culture ; Foins;	50.00%

Paille de brousse;résidus culture ;Tourteaux/Graines de coton;	25.00%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Tableau 32: Lieu de vente des aliment bétail dans les régions

<b>Region et lieu de vente des aliment bétail</b>	<b>Proportion (%)</b>
<b>Brakna</b>	<b>3.57%</b>
Marché local	100.00%
<b>Hodh el Charghi</b>	<b>8.04%</b>
Marché local	88.89%
Village voisin	11.11%
<b>Gorgol</b>	<b>25.00%</b>
Marché local	100.00%
<b>Guidimaka</b>	<b>50.89%</b>
Marché local ; Village voisin	3.51%
<b>MALI</b>	<b>1.75%</b>
Marché local	84.21%
Marché local ; Service d'élevage	1.75%
Marché local ; Village voisin	7.02%
<b>SENEGAL</b>	<b>1.75%</b>
<b>Hodh El Gharbi</b>	<b>2.68%</b>
Marché local	100.00%
<b>tagant</b>	<b>8.04%</b>
Marché local	100.00%
<b>Trarza</b>	<b>1.79%</b>
Marché local	100.00%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Tableau 33: Source d'eau utilisée par les éleveurs par région

<b>Region et source d'eau</b>	<b>Proportion(%)</b>
<b>Brakna</b>	<b>4.86%</b>
Cours d'eau ; Puits;	42.86%
Cours d'eau ;Robinet;Forage ;	42.86%
Robinet;	14.29%
<b>Hodh el Charghi</b>	<b>11.11%</b>
Cours d'eau ;Forage ;	18.75%
Cours d'eau ;Mare;Puits;	25.00%
Cours d'eau ;Puits;Forage ;	31.25%
Cours d'eau ;Robinet;Puits;	25.00%
<b>Gorgol</b>	<b>20.83%</b>
Cours d'eau ;	96.67%
Cours d'eau ;Puits;	3.33%

<b>Guidimaka</b>	<b>45.14%</b>
Cours d'eau ;	52.31%
Cours d'eau ;Forage ;	4.62%
Cours d'eau ;Mare;	6.15%
Cours d'eau ;Puits;	4.62%
Forage ;	1.54%
Mare;Puits;Barrage / retenue d'eau ;	4.62%
PUISARD;	3.08%
Puits;	20.00%
Puits;Forage ;	1.54%
Robinet;	1.54%
<b>Hodh El Gharbi</b>	<b>1.39%</b>
Cours d'eau ;Mare;Puits;	50.00%
Forage ;	50.00%
<b>tagant</b>	<b>8.33%</b>
Cours d'eau ;Mare;Robinet;Puits;Forage ;	25.00%
Mare;Puits;Barrage / retenue d'eau ;	50.00%
Mare;Robinet;Puits;	25.00%
<b>Trarza</b>	<b>8.33%</b>
Cours d'eau ;	50.00%
Cours d'eau ; Forage ;	50.00%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Tableau 34: Région et demande en abreuvement du bétail en saison sèche

<b>Region et abreuvement du bétail en saison sèche</b>	<b>Proportion (%)</b>
<b>Brakna</b>	<b>5.11%</b>
1 fois par semaine ;	42.86%
2 fois par jour ;	42.86%
continuellement ;	14.29%
<b>Hodh el Charghi</b>	<b>11.68%</b>
Moins d'une fois par semaine ;	25.00%
1 fois par semaine ;	31.25%
2 fois par jour ;	25.00%
continuellement ;	18.75%
<b>Gorgol</b>	<b>22.63%</b>
1 fois par jour ;	3.23%
continuellement ;	96.77%
<b>Guidimaka</b>	<b>44.53%</b>
Moins d'une fois par semaine ;	8.20%
1 fois par jour ;	8.20%
1 fois par semaine ;	6.56%
2 fois par jour ;	6.56%
2 fois par semaine ;	1.64%

continuellement ;	68.85%
<b>Hodh El Gharbi</b>	<b>1.46%</b>
1 fois tous les 2 jours ;	50.00%
2 fois par jour ;	50.00%
<b>tagant</b>	<b>8.76%</b>
1 fois par jour ;	50.00%
2 fois par jour ;	50.00%
<b>Trarza</b>	<b>5.84%</b>
1 fois par jour ;	75.00%
2 fois par jour ;	25.00%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Le tableau 35 présente les contraintes urgentes à gérer au niveau des éleveurs pour les permettre de produire convenablement à moindre couts. Il ressort de ce tableau que les prix élevés et instables des intrants est l'une des contraintes majeures. Cela est sans doute due au fait qu'il existe peu de **fournisseurs d'intrants dans les bassins d'éleveurs**. Il y a donc un certain monopole sur les prix des intrants.

Tableau 35: Type de contraintes rencontrées par les éleveurs par région

Contraintes	Proportion (%)
ALIMENTS CHERS ET RARES	3.03%
ALIMENTS NON DISPONIBLES TRES RARES CHERES	3.03%
ALIMENTS PAS DISPONIBLES ET RARES	6.06%
ALIMENTS RARES	8.08%
ALIMENTS RARES ET CHERS	3.03%
ALIMENTS TRES RARES ET CHERS	3.03%
CHERTE DES ALIMENTS DE BETAIL	1.01%
CHERTE DES PRIX	1.01%
COUT CHER	1.01%
COUT ELEVE DES INTRANTS	3.03%
MANQUE ALIMENT DE BETAIL	6.06%
MANQUE ALIMENTS RARES	3.03%
MANQUE D'ALIMENTATION - TRES RARES	3.03%
MANQUE DE MATERIEL ; MANQUE D'APPUI ;	1.01%
MANQUE DE MEDICAMENTS	1.01%
MANQUE DE SALUBRITE LES DECHETS SONT NOCIFS POUR LES ANIMAUX	3.03%
MANQUE DE VACCINATION	1.01%
MANQUE EQUIPEMENTS	1.01%
MANQUE EQUIPEMENTS MODERNES	3.03%
NON DISPONIBILITE DE PASTURE EN SAISON SECHE	1.01%
NON DISPONIBILITE DES PRODUITS DANS LE MARCHE LOCAL	3.03%

Contraintes	Proportion (%)
NON DISPONIBILITE LOCALE	1.01%
PAS D'ALIMENTS	6.06%
PAS D'ALIMENTS D'AILLEURS TRES CHERS	3.03%
PAS D'ALIMENTS TRES CHERS	3.03%
<b>PRIX ELEVE DES INTRANTS</b>	<b>16.16%</b>
PRODUITS RARES ET CHERS	3.03%
RARETE DES ALIMENTS TRES CHER	3.03%
TRES CHER	6.06%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### **6.5.3. Marchés des ressources clés pour les transformateurs**

Au niveau des transformateurs, la conservation est la variable qui crée toutes les distorsions économiques du marché. En effet, la défaillance à ce niveau oblige les laiteries à brader leurs produits par peur de tout perdre. De même, la viande fraîche n'est pas stockable si certaines conditions ne sont pas réunies.

Tableau 36 : Principales contraintes dans la transformation des produits animaux

Type de contrainte	Proportion( %)
<b>Conservation</b>	<b>12.96%</b>
Conservation, Main Oeuvre	3.70%
Conservation, technologique	3.70%
Equipements	7.41%
Equipements, Conservation	9.26%
Equipements, Conservation, Matière première	1.85%
Equipements, Conservation, technologique	1.85%
Equipements, Marché	1.85%
Equipements, Marché , Conservation	1.85%
Equipements, Marché, Conservation, Politique	3.70%
Equipements, Marché, Conservation, technologique, Politique	3.70%
Equipements, Marché, Main Œuvre, Politique	1.85%
Equipements, Marché, technologique	1.85%
Equipements, Matière, première, Conservation	7.41%
Equipements, Matière première, Conservation, technologique	1.85%
Equipements, Matière première, Marché	1.85%
Equipements, Matière première, Marché, Conservation	1.85%
Equipements, Matière première, Marché, Conservation, Main Œuvre, technologique	3.70%
Equipements, Matière première, Marché, Conservation, Main Œuvre, technologique Politique	1.85%

Equipements, Matière première, Marché, Conservation, technologique	5.56%
Equipements, Matière première, Marché, Conservation, technologique Politique	1.85%
Equipements, technologique	7.41%
Marché	7.41%
Technologie	1.85%
Technologie, Conservation, Marché	1.85%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### **6.5.4. Marchés des ressources clés pour les fournisseurs d'intrants**

Au niveau des fournisseurs d'intrants, trois grandes contraintes sont à régler pour un marché parfait. L'importation des produits vétérinaires est contraignante et occasionne beaucoup de frais entraînant une flambée des prix pour les éleveurs. Pour l'aliment bétail, l'acquisition de la matière première est également une contrainte et engendre des prix élevés pour les éleveurs ne disposant pas de foins. De même, les aliments bétail importés subissent les mêmes problèmes que les produits vétérinaires à cause des tracasseries routières que rencontrent les transporteurs.

Tableau 37 : Type de contraintes rencontrées par les distributeurs d'intrants

Type intrants/Contraintes	Proportion (%)
<b>Produits Vétérinaire</b>	<b>90.00%</b>
Equipements;Conservation	10.00%
<b>Equipements;Matière première</b>	<b>30.00%</b>
Equipements;Matière première;Conservation	10.00%
Equipements;Politique	10.00%
Equipements;technologique	10.00%
Matière première	10.00%
Matière première;technologique	10.00%
<b>Aliment concentré</b>	<b>10.00%</b>
Equipements;Matière première;Politique	10.00%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Les prestataires de services disent manquer cruellement d'équipements, d'employés qualifiés et de consommables chimiques pour certaines prestations. Aussi, certaines technologies leurs manquent pour offrir des prestations de qualité.

Tableau 38 : Principales contraintes rencontrées les prestataires de services

Type de contraintes	Proportion (%)
---------------------	----------------

Equipements	33.33%
Equipements ; Matière première ; Conservation ; Main Œuvre ; Technologie	33.33%
Technologie	33.33%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

## 6.6. Mesures et stratégies de réduction des imperfections

### 6.6.1. Réduction des imperfections du marché au niveau des transformateurs

Du point des acteurs du maillon transformation, des équipements et technologies modernes devraient permettre d'avoir des laiteries modernes et capable d'absorber l'ensemble des produits laitier en période d'abondance. Cela peut se faire en finançant les acteurs existant à travers un fonds de contreparties que le projet pourrait mettre en place.

Tableau 39 : Solutions suggérées par les transformateurs de produits animaux

Solutions suggérées par les acteurs	Proportion (%)
APPUI FINANCIER POUR LA FONCTIONALITE	2.44%
Avoir un lieu pour la conservation de viande	2.44%
CONSERVATION ET TRANSFORMATION SUR PLACE	2.44%
CONSTRUCTION D'UN ABATTOIR MODERNE AVEC EAU ET ELECTRICITE	2.44%
Création d'une société de formation de services transport	2.44%
DES POSSIBILITES DE VENDRE	2.44%
Disponibilisation de matériel	7.32%
Disponibilisation de matériel	2.44%
Disponibilisation d'équipement	2.44%
Disponibilisation d'équipements	2.44%
Disponibilisation des outils modernes	2.44%
Disponibilisation des outils modernes, des produits vétérinaires, la conservation et formation sur la transformation	2.44%
Disponibilisation d'outils modernes	2.44%
DISPONIBILISATION EQUIPEMENTS MODERNES	2.44%
Disponibiliser des véhicules	2.44%
DISPONIBILITE	2.44%
Disponibilité	2.44%
Disponibilité de conservation	2.44%
Equipement de travail	2.44%
EQUIPEMENT DE TRAVAIL ET DE SECURITE	2.44%
EQUIPEMENTS MODERNES POUR LA COUPE ET AUTRE	2.44%
IDEAUX POUR LES FICHES D'ADELBEGROU	2.44%

Commented [MD11]: Pour quels marchés ou zones d'élevage prioritaires ?

MANQUE DE CONSERVATION	2.44%
Mise en place conservation	4.88%
Mise en place d'un marché à bétail	2.44%
Mise en place pour les conservations	2.44%
OUTIL DE TRAVAIL MODERNE	4.88%
OUTIL ET EQUIPEMENT	2.44%
REDUCTION DES TAXES	2.44%
REHABILITATION ABATTOIR MODERNE	2.44%
Renforcement de capacités des boucheries	2.44%
RENFORCEMENT DE CAPACITES DES BOUCHERS	2.44%
Renforcement de capacités des bouchers	2.44%
Renforcement de comertes des bouchers	2.44%
Unité de transformation de déchets	4.88%
Véhicules	2.44%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### **6.6.2. Réduction des imperfections du marché au niveau des éleveurs**

Au niveau des éleveurs, plusieurs solutions ont été proposés mais la plus urgente est la diminution des prix des intrants (aliment bétail et produits vétérinaires).

Commented [MD12]: Zones élevage et marchés précis

Tableau 40: Type de solutions proposées par les éleveurs par région

<b>Contraintes</b>	<b>Proportion (%)</b>
Approvisionnement en aliments dans les parcs, eaux, forages, puits, etc	3.23%
Approvisionnement en aliments eaux forages et puits	3.23%
Autosuffisance alimentaire, détails, eaux, forages, puits	3.23%
Création de pharmacie vétérinaire	1.08%
Création des caisses de crédit pour les éleveurs	2.15%
Créer boutique et culture fourragère	1.08%
<b>Dimunition des prix des intrants</b>	<b>6.45%</b>
Disponibilisation aliment de bétail	3.23%
Disponibilisation aliments de bétail	3.23%
Disponibilisation de vaccination	1.08%
Disponibilisation équipements	1.08%
Disponibilisation équipements modernes	3.23%
Disponibiliser aliments dans les parcs eaux forages puits etc.	3.23%
Disponibiliser les aliments chez nous	1.08%
Disponibiliser les aliments dans les marchés locaux eaux forages et puits	3.23%
Disponibiliser les produits alimentaires eaux forages puits etc.	3.23%
Disponibilité des aliments eaux forages et puits	3.23%
Disponibilité des aliments et eaux forages et puits	3.23%
Disponibilité des aliments et eaux forages et puits etc.	3.23%

Disponibilité des aliments pour que la situation s'appaise; eaux; forages; puits	3.23%
Disponibilité des produits alimentaires eaux forages et puits etc	6.45%
Disponibilité des produits dans le marché eaux forages puits etc	3.23%
Disponibilité des produits dans les marchés eaux forages puits etc	3.23%
Disponibilité des produits et eaux forages et puits etc	2.15%
Disponibilité des produits locaux eaux forages et puits etc	3.23%
Disponibilité des produits locaux ; eaux ; forages, puits	2.15%
Disponibilité des produits locaux ; eaux; forages, puits; etc	1.08%
Disponibilité des produits ry diminution des prix très chers	3.23%
Il faut une disponibilité des aliments eaux forages et puits partout dans les parcs	3.23%
Mise en place de culture d'achat intrants	3.23%
Ouverture boutiques aliments de bétail	1.08%
Ouverture des boutiques aliments de bétail	1.08%
Parc vaccination	1.08%
Reduction des prix	4.30%
Réduire les prix	3.23%
Subvention	1.08%
Subvention	1.08%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

### **6.6.3. Réduction des imperfections du marché au niveau des fournisseurs d'intrants**

Les fournisseurs d'intrants quant à eux proposent être accompagnés sur l'acquisition d'équipements et de matière premières (cf. tableau 41). Pour les prestataires de services, la qualité des produits vétérinaires entache souvent leur réputation. C'est pourquoi, ils souhaitent être accompagné à disposer plus de fonds de roulement. Aussi, ils souhaitent disposer de certains équipements de pointe pour assurer des services de qualité supérieure.

Tableau 41 : Solutions suggérées par les acteurs de la distribution d'intrants pour animaux.

<b>Solutions suggérées</b>	<b>Proportion(%)</b>
Equipements ; Conservation	10.00%
<b>Equipements ; Matière première</b>	<b>30.00%</b>
Equipements ; Matière première ; Conservation	10.00%
Equipements ; Matière première ; Politique	10.00%
Equipements ; Politique	10.00%
Equipements ; technologique	10.00%
Matière première	10.00%
Matière première ; technologique	10.00%
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

#### 6.6.4. Réduction des imperfections du marché au niveau des commerçants

Au niveau des commerçants de produits animaux, les solutions qui peuvent aider à réduire les imperfections du marché sont essentiellement **le transport et la conservation**. En effet, le transport du lait et de la viande obéit à des normes qui ne sont pas facile à respecter par des acteurs ordinaires. Le projet gagnerait donc à accompagner les commerçants vers l'acquisition de camions réfrigérés et des chambres froides.

Tableau 42: Solutions suggérées par les commerçants de produits animaux

Type de solution	Proportion(%)
Création d'une usine laitière à DOUOIRARA	3.13%
Appui à l'alimentation (aliments de bétail)	3.13%
Appui au crédit éleveur	3.13%
Appui en équipement de transport (logistique des animaux)	3.13%
Appui financé pour mieux travailler (achat-vente animaux)	3.13%
Appui financier pour achat des animaux	3.13%
Augmenter de nourriture pour les animaux	3.13%
Caisse de dépôt et de crédit	3.13%
Conservation et transformation sur place	3.13%
Création d'un marché à bétail	3.13%
Demande de création d'un marché à bétail	3.13%
Disponibilisation de conservation en places	3.13%
Disponibilisation de marché de bétail	3.13%
Disponibiliser l'eau	3.13%
Fond de caisse d'appui et de crédit	3.13%
Forage en place	3.13%
il faut trouver des véhicules	3.13%
Magasin de stockage et appui financier	3.13%
Marché à bétail opérationnel (eau, électricité, activités, sécurité) proche de la ville et accessible	3.13%
Mêmes solutions proposées pour la fiche timbédra 1 et 2	6.25%
<b>Mise en place pour la conservation</b>	<b>9.38%</b>
Nous construire un marché à bétail	3.13%
On veut transformer sur place	6.25%
Transport - il faut trouver des véhicules	3.13%
Transport en place	3.13%
Transportation en place	3.13%
<b>Transporteur</b>	<b>6.25%</b>
<b>Grand Total</b>	<b>100.00%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

**Commented [MD13]:** Il n'y a pas de distinction entre les différentes chaînes de valeurs (animaux sur pieds, lait, viande rouge, peaux & cuirs, etc.)

**Commented [MD14]:** Il n'y a pas de distinction entre les différentes chaînes de valeurs (animaux sur pieds, lait, viande rouge, peaux & cuirs, etc.)

#### 6.6.5. Réduction des imperfections du marché au niveau des fournisseurs de services

Au niveau des fournisseurs de services, il est crucial que les acteurs soient accompagnés vers l'acquisition de technologies électroniques pour le diagnostic des maladies, le

contrôle de la qualité des produits (lait, viande...). Aussi, ces acteurs souhaitent bénéficier de fonds de roulement pour financer les activités opérationnelles.

Tableau 43 : Solutions suggérées par les fournisseurs de services

Type de solutions	Proportion (%)
<b>Qualité des médicaments et disponibilité, Saturation de l'offre périodique</b>	<b>40%</b>
Disponibilité matériel qualité et médicaments	15%
<b>Fonds de roulement et appui financier</b>	<b>35%</b>
Equipements de transport	5%
Promotion et Appuis	5%
<b>Grand Total</b>	<b>100%</b>

Source : Groupement CEFCOD-SGIE Consult- ADA consulting Africa

Pour mettre à la disposition comités de sélection une base pratique et des outils techniques pour l'élaboration des dossiers d'appel à proposition et la sélection des SP il faut :

- Tableau récapitulatif des thèmes des SP et CV prioritaires à financer pour les zones d'intervention prioritaires

**Commented [MD15]:** Faciliter l'exploitation de la lecture avec des tableaux récapitulatifs comparatifs

Filières	Chaînes de valeur	Goulot étranglement/ opportunités			Solutions proposées	Sous-projets prioritaires	
		Contraintes / opportunités	Segments /maillons	Zones		Thèmes prioritaires	Zones prioritaires
<u>Lait</u>	<u>Transformation</u>						
	<u>Lait cru</u>						
	<u>Etc.</u>						
<u>Bétail-viande</u>	<u>Animaux vivants</u>						
	<u>Boucherie</u>						
	<u>Charcuteries</u>						
	<u>Peaux &amp; cuirs</u>						
	<u>Fertilisant organique</u>						
	<u>Etc.</u>						

- Des comptes d'exploitations et activités principales pour chaque type de sous projet prioritaire

**Commented [MD16]:** Constituent des outils d'appui aux comités de sélection et de sélection

## CONCLUSION GÉNÉRALE

Formatted: French (France)

L'objectif général de la présente étude est d'identifier et caractériser les thèmes porteurs et prioritaires des SP au niveau de la zone d'intervention afin de disposer d'une banque de données sur les investissements jugés prioritaires et économiquement viables dans les différentes chaînes de valeur et mieux définir les opportunités d'innovation éligibles au soutien du Projet.

Au terme des investigations et des analyses, on peut retenir que cette étude a permis de disposer de données de référence socio-économiques sur les différents acteurs directs de la chaîne de valeurs des produits de l'élevage que sont les fournisseurs d'intrants (aliments bétail et produits vétérinaires), les éleveurs, les transformateurs de produits de l'élevage, les commerçants et distributeurs des produits et enfin les fournisseurs de services (techniques, financiers, conseil).

Elle a aussi permis d'identifier, les principaux thèmes porteurs des SP à financer par le PRAPS-2-MR, de prioriser les chaînes de valeurs, d'identifier et analyser les imperfections du marché et de proposer des mesures et des stratégies pour aplanir ces imperfections pour le développement des chaînes de valeurs identifiées. Les mesures et stratégies de réduction des imperfections du marché sont les suivantes :

- Du point de vue des acteurs du maillon transformation, des équipements et technologies modernes devraient permettre d'avoir des laiteries modernes et capables d'absorber l'ensemble des produits laitier en période d'abondance ;
- Au niveau des éleveurs, plusieurs solutions ont été proposés mais la plus urgente est la diminution des prix des intrants (aliment bétail et produits vétérinaires) ;
- Les fournisseurs d'intrants quant à eux proposent être accompagnés sur l'acquisition d'équipements et de matière premières ;
- Les prestataires de services, souhaitent être accompagnés à disposer plus de fonds de roulement et disposer de certains équipements de pointe pour assurer des services de qualité supérieure ;
- Au niveau des commerçants de produits animaux, les solutions qui peuvent aider à réduire les imperfections du marché sont essentiellement le transport et la conservation.

## BIBLIOGRAPHIE

N°	DOCUMENTS	EDITION : ANNEE
1	L'étrier, la houe et le livre 1960 - 1975/ F. De Chassey	Edition Harmattan 1978
2	Stratégie National de l'élevage	
3	Rapport Capitalisation autour de 25 Mini-laiterie	Oct 2021 PRAPPS
4	Programme de promotion des investissements en Mie	MAED/ BAD 2018
5	Etude des filières dattes, lait et viande	MAED/ BAD 2017
6	Stratégie pour la promotion de la recherche et de l'innovation : Outil de Développement économique et social	"HCRSI" Mars 2017
7	Stratégie Nationale d'industrialisation à l'horizon 2030	MCIAT-Décembre 2022

## ANNEXES

### Annexe 1: Echantillonnage pour les enquêtes individuelles des acteurs dans les chaînes de valeurs

Acteurs	Méthodes d'échantillonnage	Nombre/ région	Nombre de régions	Taille de l'échantillon
Fournisseurs d'intrants	<p>Echantillonnage par quota : n'exige pas une liste préalable, <b>l'essentiel c'est la représentativité des catégories d'acteurs</b></p> <p><b>Strate 1:</b> échantillon composé de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 10% de fournisseurs d'animaux reproducteurs et/ou de sperme pour insémination</li> <li>• 40% fournisseurs de fourrage frais et sec</li> <li>• 40% fournisseurs d'aliment bétail (tourteaux, granulés, provendre, etc.).</li> <li>• 10% fournisseurs de produits vétérinaire</li> </ul> <p><b>Strate 2:</b> pour chaque type de fournisseur d'intrants, retenir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% d'hommes</li> </ul>	10	6	60

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% de femmes et 30% de jeunes (<b>NB: quand c'est possible</b>)</li> </ul>			
Eleveurs	<p>Echantillonnage par quota: n'exige pas une liste préalable</p> <p><b>Strate 1:</b> échantillon composé de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 30% d'éleveurs de bovins,</li> <li>• 30% d'éleveurs d'ovins,</li> <li>• 20% d'éleveurs de caprins,</li> <li>• 15% d'éleveurs de Chameaux/ Dromadaires</li> <li>• 5% d'éleveurs d'autres (cheval/âne)</li> </ul> <p><b>Strate 2:</b> selon les wilayas et pour chaque espèce, retenir les éleveurs qui ont un:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Grand troupeau,</li> <li>• Troupeau moyen</li> <li>• Petit troupeau</li> </ul>	50	6	300
Transformateurs	<p>Echantillonnage par quota : n'exige pas une liste préalable</p> <p><b>Strate 1:</b> échantillon composé de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 35% d'emboucheurs,</li> <li>• 35% transforme le lait,</li> <li>• 10% transforme les peaux</li> <li>• 10% business de déjection animale</li> <li>• 10% transforme cornes et os</li> </ul> <p><b>Strate 2:</b> pour chaque type de transformateur, retenir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% d'hommes</li> <li>• 30% de femmes et 30% de jeunes (<b>NB: quand c'est possible</b>)</li> </ul>	20	6	120
Commerçants	Echantillonnage par boule de neige : les acteurs se connaissent entre eux donc il	20	6	120

	<p>suffit de connaître un qui indiquera les autres.</p> <p><b>Straté 1:</b> échantillon composé de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% vendeurs bétail sur pieds</li> <li>• 30% charcuterie (crue, séché, grillé, sardine, saucisson)</li> <li>• 30% produits laitiers</li> </ul> <p><b>Strate 2:</b> pour chaque type de fournisseur d'intrants, retenir:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% d'hommes,</li> <li>• 30% de femmes et 30% de jeunes (<b>NB: quand c'est possible dans la région</b>)</li> </ul>			
Fournisseurs de services	<p>Echantillonnage par boule de neige : les acteurs se connaissent entre eux</p> <p><b>Straté 1:</b> échantillon composé de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20% dans la santé animale</li> <li>• 30% dans l'appui conseil</li> <li>• 10% de fournisseurs d'emballage</li> <li>• 20% fournisseurs d'équipement</li> <li>• 20% de transporteurs</li> </ul> <p><b>Strate 2:</b> pour chaque service choisir</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 40% d'hommes</li> <li>• 30% de femmes et 30% de jeunes (<b>NB: quand c'est possible dans la région</b>)</li> </ul>	10	6	60
<b>Total</b>				<b>660</b>

Annexe 2 : LISTE DE PERSONNALITES RENCONTREES

N°	NOM ET PRENOMS	INSTITUTION	FONCTION	N° TELEPHONE
1	Med. Salem	Wilaya -Trarza	Hakhem (Préfet)	44.48.10.51
2	Med . Hamed ène	Délégation élevage Trarza	Inspecteur Tiguent	44.94.24.64
3	Moustapha O Magha	Conseil Régional Guidimakha	Vice Président	46.53.91.36
4	Thiam Alhousseynou	Délég .Agri. Guidimakha	Chef Sce Filières	46.84.57.96
5	Jamal O Sidi Med	Commune d'Achram - Tagant	SG. Mairie	20.52.66.66
6	Med. O Salekh	Wilaya -Brakhna	Waly (Gouverneur)	44.48.10.50
7	Med O Abdel Véyah	Wilaya -Brakhna	Waly -Mouçaid (adjt)	44.48.10.51
8	Camara Kodoré	Délégation Elevagee Aleg	Délégué/région	49.49.24.25
9	Ball Malik	RIMDIR-Néma	Coordinateur	36.30.24.23
10	Chieikh S'Ahmed Sidatty	Wilaya Guidimakha	Hakhem Ghabou	44.48.10.25
11	Diop Mamoudou	Délégation Elevage Aleg	Inspecteur-Aleg	46.44.47.57
12	Mama O Ely Mahmoud	Wilaya Hodh Echarghy	Inspecteur- Timbédra	46.74.62.27
13	Diop Souleymane	Wilaya Hodh Echarghy	Inspecteur Amourj	46.73.75.67
14	Moctar O Youba	Commune Adel Begrou	Maire Adel Begrou	20.74.00.51
15	Slama Werzehk	Délégation Elevage Adel- berou	Inspecteur Elevage	32.67.19.44
16	Ahmada Kelly	Wilaya Hodh Gharby	Waly (Gouverneur)	46.72.39.21
17	Camara.	Délégation Elevage Aleg	Inspecteur Male	41.22.11.69
18	Issa	Commune Male - Brakhna	Maire	32.69.54.28
19	Jaffar O Ah Salem	Fédération des bouchers Male	Président	46.42.97.62
20	Sidi O Med. M'Barekh	Commune Male - Brakhna	SG. Commune	48.40.05.25
21	Med. Hassen	Commune Bouhdida - Brakhna	SG. Commune	48.35?19.47

Annexe 4: LISTE DES ENQUETEURS / CHAINES DE VALEUR

N°	NOM ET PRENOMS	FONCTION	N° TELEPHONE
1	DIA ISMAEL	Enquêteur	46.43.75.18
2	LY MAMADOU	""	41.96.37.46
3	MOHAMED O BRAHIM	""	46.84.75.78
4	TALL AMADOU	""	32.46.51.70.
5	BA ABOUBEKRINE	""	46.50.79.95
6	YALL ALIOU	""	46.43.35.96
7	SECK AMADOU SALLA	""	41.69.68.70

8	DIA MAMADOU	""	46.53.19.49
9	Tall Amadou	Expert. Superviseur	46.56.74.99
10	Amadou Diop	Expert. Superviseur	46.41.46.42

**Annexe 5: Fiches d'enquêtes des acteurs**

**QUESTIONNAIRE POUR ELEVEURS (PRODUCTION)**

**I. Information Générales**

<b>Région</b>	
<b>Province</b>	
<b>Commune</b>	
<b>Village/ville</b>	
<b>Nom de l'enquêteur</b>	
<b>Nom de l'éleveur</b>	
<b>Sexe</b> <b>1=Homme, 0=Femme</b>	
<b>Age</b> <i>1= moins de 35 ans, 2= plus de 35 ans</i>	
<b>Téléphone</b>	
<b>Type d'élevage :</b> <i>1=Naisseur, 2= Embouche, 3= Laitier</i>	
<b>TYPE Animaux élevés :</b> <i>1=Bovin, 2= Petits Ruminants, 3= Equin, 5= camelin, 6= Autre</i>	

**II. Taille et nature du cheptel**

<b>Espèce/ Race</b>	<b>Quantité actuelle (nombre de tête)</b>		<b>Quantité vendu au cours de l'année (nombre de tête)</b>		<b>Quantité n'appartenant pas à l'éleveur (nombre de tête)</b>		<b>Quantité confiée à d'autres éleveurs (nombre de tête)</b>		<b>Reproduction annuelle (nombre de tête issu des portées ; éclosion)</b>	
	<b>Loca le</b>	<b>Amélio rée</b>	<b>Loca le</b>	<b>Amélio rée</b>	<b>Loca le</b>	<b>Amélio rée</b>	<b>Loca le</b>	<b>Amélio rée</b>	<b>Loca le</b>	<b>Amélio rée</b>
<b>Bovins</b>										
<b>Petits ruminant s</b>										
<b>Cheval/A ne</b>										
<b>Chameau x/ Dromada ires</b>										
<b>Autres animaux</b>										

**III. Aliments et eaux**

### 1. Aliment

<b>Espèce/Race</b>	<b>Quels sont les trois principaux aliments utilisés pour nourrir les animaux au cours des 12 derniers mois ? 1 = Paille de brousse/ ; 2 = résidus culture ; 3= Foins, 4 = Son ; 5 = Tourteaux/Graines de coton ; 6 = Bloc de Sel ; 7 = Céréales, Niébé 8 = Aliments composés 9 = Autres aliments</b>	<b>Pendant combien de mois avez-vous acheté chacun de ces trois aliments ?</b>		<b>Au cours des 12 derniers mois, quelle quantité de chacun des trois principaux aliments avez-vous acheter vous-même pour nourrir les animaux possédés ou élevés par le ménage ? Codes Unité 1=Kilogramme ; 2=Gramme ; 3=Cope ; 4=Botte ; 5=Tiya 6=Tongolo 7=Sac de 50 Kg 8=Sac de 100 Kg 9=Charette</b>		<b>Au cours des 12 derniers mois, combien avez-vous payer en moyen ne pour nourri r vos anima ux (FCFA)</b>	<b>Quel est le principal lieu d'achat pour ce premier aliment ? 1= Marché local ; 2= Coopérative ; 3= Village voisin ; 4= Service d'élevage ; 5= Autre ménage ; 6= Vendeur ambulant ; 7=Banque à aliments pour bétail ; 8=Autre (à préciser)</b>
		<b>Aliment 1</b>	<b>Aliment 2</b>	<b>Aliment 1</b>	<b>Aliment 2</b>	<b>Aliment 3</b>	<b>Aliment 3</b>
<b>Bovins</b>							
<b>Petits ruminants</b>							
<b>Cheval/Ane</b>							
<b>Volailles</b>							
<b>Porcs</b>							
<b>Chameaux/ Dromadaires</b>							
<b>Autres animaux</b>							

## 2. Eau

<b>Espèce/Race</b>	<b>Quels sont les deux principales sources d'eau utilisées par l'éleveur possédés ou élevés ?</b> 1 = Cours d'eau ; 2 = Mare ; 3 = Robinet ; 4 = Puits 5 = Forage ; 6 = Barrage / retenue d'eau 7 = autre (à préciser)	<b>En moyenne, combien de fois abreuvez-vous les animaux dans l'année</b> 1 = Moins d'une fois par semaine ; 2 = 1 fois par semaine ; 3 = 2 fois par semaine ; 4 = 1 fois tous les 2 jours ; 5 = 1 fois par jour ; 6 = 2 fois par jour ; 7 = continuellement .	<b>Au cours des 12 derniers mois, combien avez-vous payer en moyenne pour abreuver vos animaux (FCFA)</b>
		<b>Saison sèche</b>	<b>Saison humide</b>
<b>Bovins</b>			
<b>Petits ruminants</b>			
<b>Cheval/Anne</b>			
<b>Chameaux/ Dromadaires</b>			
<b>Autres animaux</b>			

## IV. Santé

<b>Espèce/Race</b>	<b>Au cours des 12 derniers mois combien de fois avez-vous traiter vos animaux ?</b>	<b>Qui a soigné les animaux ces 12 derniers mois ?</b> 1 = Service vétérinaire public ; 2 = Vétérinaire privé ; 3 = Auxilliaire de l'élevage ; 4 = ONG ; 5 = Eleveur lui-même ; 6 = Autre (à préciser)	Combien avez-vous payé pour faire soigner vos animaux ces 12 derniers mois, tout inclus (honoraires, médicaments )
<b>Bovins</b>			
<b>Petits ruminants</b>			
<b>Cheval/Anne</b>			
<b>Chameaux/ Dromadaires</b>			
<b>Autres animaux</b>			

## V. Main d'œuvre

Espèce/Race	<i>Au cours de ces 12 derniers mois avez-vous utiliser de la main d'œuvre locale ? 1=Oui ; 2=Non</i>	Pendant combien de mois avez-vous eu recours à cette main d'œuvre au cours des 12 derniers mois ?	Pendant ces 12 derniers mois, combien d'hommes (de plus de 15 ans), avez-vous recruter	Pendant ces mois, combien de femme (de plus de 15 ans), avez-vous recruter	Pendant combien de jours en moyenne ont-ils été utiliser	Combien chacune de ces personnes a-t-elle été payée en moyenne par jour de travail ?	
						H	F
<b>Bovins</b>							
<b>Petits ruminants</b>							
<b>Cheval/Anne</b>							
<b>Chameaux/ Dromadaires</b>							
<b>Autres animaux</b>							

#### VI. Commercialisation des ANIMAUX

Espèce/Race	<i>Sous quelle forme vendez-vous vos produits ? 1=viande ; 2=Animaux sur pied ; 3=vian de ; 4=Œuf ; 5=Autre (précisez)</i>	<i>Quelle quantité moyen ne de produits avez-vous vendu au cours de ces 12 derniers mois</i>	Où avez-vous vendu principalement vos produits ? 1=Marché local 2=Marché frontalier 3=Autre marché 4=Boucher 5=Commerce directement à la ferme 6=Ménage voisin 7=Autre (à préciser)	Quel a été le montant total des Ventes ces 12 derniers mois (FCFA) ?	Avez-vous supporté d'autres charges (abattage, fournitures, transport, etc.) relatives à la commercialisation ? 1=Oui 2=Non	Quel est le montant total de ces charges en (FCFA)	Valeur des autres produits dérivés des animaux élevés (FCFA) ? 1=location , 2=fumier ; 3=cuir/P eau ; 4= plume ; 5=autre (précisez)
							H
<b>Bovins</b>							
<b>Petits ruminants</b>							
<b>Cheval/Anne</b>							

<b>Espèce/Race</b>	<b>Sous quelle forme vendez-vous vos produits ?</b> 1= viande ; 2= Animaux sur pied ; 3=vian de ; 4=Œuf ; 5=Autre (précisez)	<b>Quelle quantité moyen ne de produits avez-vous vendu au cours de ces 12 derniers mois</b> 1= Kg ; 2=Litre ; 3=Nombre ; 4=Plaquette 5=Autre (précisez)	<b>Où avez-vous vendu principalement vos produits ?</b> 1=Marché local 2=Marché frontalier 3=Autre marché 4=Boucher 5=Commerce directement à la ferme 6=Ménage voisin 7=Autre (à préciser)	<b>Quel a été le montant total des Ventes ces 12 derniers mois (FCFA) ?</b>	<b>Avez-vous supporté d'autres charges (abattage, fournitures, transport, etc.) relatives à la commercialisation ?</b> 1=Oui 2=Non	<b>Quel est le montant total de ces charges en (FCFA)</b>	<b>Valeur des autres produits dérivés des animaux élevés (FCFA) ?</b> 1=location ; 2=fumier ; 3=cuir/Peau ; 4=plume ; 5=autre (précisez)
	Chameaux/Dromadiers	Autres animaux					

## VII. Contraintes/Solutions

### 1. Contraintes

<b>Espèce/Race</b>	<b>Quelles sont les trois principales contraintes dans votre activité selon le maillon ?</b>						
	<b>Equipements</b>	<b>Alimentation</b>	<b>Eau</b>	<b>Santé</b>	<b>Main Oeuvre</b>	<b>Commercialisation</b>	<b>Politique</b>
<b>Bovins</b>							
<b>Petits ruminants</b>							
<b>Cheval/Anne</b>							
<b>Chameaux/Dromadiers</b>							
<b>Autres animaux</b>							

## 2. Solutions

Espèce/Race	Quelles solutions proposées vous pour chacune des contrainte énumérées						
	<i>Equipeme nts</i>	<i>Alimentat ion</i>	Ea u	Sant é	Main Oeuv re	Commercialisa tion	Politiq ue
<b>Bovins</b>							
<b>Petits ruminants</b>							
<b>Cheval/Anne</b>							
<b>Chameaux/Dromadaires</b>							
<b>Autres animaux</b>							

## QUESTIONNAIRE TRANSFORMATEURS

### VIII. Information Générales

<b>Région</b>	
<b>Province</b>	
<b>Commune</b>	
<b>Village/ville</b>	
<b>Nom de l'enquêteur</b>	
<b>Nom du responsable</b>	
<b>Sexe</b> 1=Homme, 0=Femme	
<b>Age</b> 1= moins de 35 ans, 2= plus de 35 ans	
<b>Téléphone</b>	
<b>Raison social</b>	
<b>Type de produit transformé</b> 1=Viande, 2= Œuf, 3= Peau, 4= Os & corne (Farine os Gélatine) ; 5= Lait (yaourt, fromage, lait frais) ; 6= Plume ; 7= Déjection 8=Autre (précisez)	

### IX. Volume de produits commercialisés/distribuée

Type de produits vendus	Quelle quantité moyenne de produits avez-vous l'habitude de vendre sur une période de 12 mois 1= Kg ; 2=Litre ; 3=Nombre ; 4=Plaquette 5=Autre (précisez)	Où avez-vous vendu principalement vos produits ces 12 derniers mois ? 1=Marché local ; 2=Marché frontalier ; 3= International ; 4=Autre marché ; 7=Autre (à préciser)	Quel est le montant total moyen des ventes sur une période de 12 mois (FCFA) ?	Avez-vous supporté d'autres charges (abattage, fournitures, transport, emballage, etc.) relatives à la transformation ? 1=Oui 2=Non	Quel est le montant total de ces charges en (FCFA)
Viande					
Œuf					
Peau					
Os et corne					
Lait					
Plume					
Déjection					
Autre					

### X. Main d'œuvre

Vendeur/Distributeur	Combien d'employé permanent disposez-vous	Combien de saisonnier employé vous par ans	Combien de saisonnier employé vous par ans	Combien de femme permanent disposez-vous	Combien d'homme permanent disposez-vous	Combien déjeune (Inf 35ans) permanent disposez-vous	Combien vous coutent cette main d'œuvre sur une période de 12 mois (FCFA)
<b>Viande</b>							
<b>Œuf</b>							
<b>peau</b>							
<b>Os et corne</b>							
<b>Lait</b>							
<b>Plume</b>							
<b>Déjection</b>							
<b>Autre</b>							

## XI. Contraintes

### 1. Contraintes

Espèce/Race	Quelles sont les trois principales contraintes dans votre activité ?						
	Equipements	Matière première	Marché	Conservation	Main Oeuvre	technologique	Politique
<b>Viande</b>							
<b>Œuf</b>							
<b>peau</b>							
<b>Os et corne</b>							
<b>Lait</b>							
<b>Plume</b>							
<b>Déjection</b>							
<b>Autre</b>							

## 2. Solutions

Espèce/Ra ce	Quelles solutions proposées vous pour chacune des contrainte énumérées						
	<i>Equipemen ts</i>	<i>Matière premièr e</i>	March é	Conservati on	Main Oeuvr e	technologiq ue	Politiqu e
<b>Viande</b>							
<b>Œuf</b>							
<b>peau</b>							
<b>Os et corne</b>							
<b>Lait</b>							
<b>Plume</b>							
<b>Dejection</b>							
<b>Autre</b>							

## QUESTIONNAIRE DISTRIBUTEUR D'INTRANTS

### XII. Information Générales

<b>Région</b>	
<b>Province</b>	
<b>Commune</b>	
<b>Village/ville</b>	
<b>Nom de l'enquêteur</b>	
<b>Nom du responsable</b>	
<b>Sexe</b> <b>1=Homme, 0=Femme</b>	
<b>Age</b> <b>1= moins de 35 ans, 2= plus de 35 ans</b>	
<b>Téléphone</b>	
<b>Raison social</b>	
<b>Type d'intrant commercialisé/distribué</b> <i>1=Semence( reproducteurs, poussins, sperme pour insémination) ; 2=Fourrage frais/sec, 3= Aliment concentré (granulés, provendre...), 4= produits vétérinaire (médicament, vitamine) ; 5=Autre (précisez)</i>	

### XIII. Volume de produits commercialisés/distribués

<b>Type d'intrants vendus</b>	<b>Quelle quantité moyenne de produits avez-vous l'habitude de vendre sur une période de 12 mois</b> <i>1= Kg ; 2=Litre ; 3=Nombre ; 4=Plaquette ; 5=dose ; 6=ml ; 7=mg ; 8=g 9 =Kit ; 10=Autre (précisez)</i>	<b>Où avez-vous vendu principalement vos produits ces 12 derniers mois</b> <i>? 1=Marché local ; 2=Marché frontalier ; 3= International ; 4=Autre marché ; 7=Autre (à préciser)</i>	<b>Quel est le montant total moyen des ventes sur une période de 12 mois (FCFA) ?</b>	<b>Qui sont vos principaux acheteurs ?</b> <i>1= Fermes ; 2=Petits éleveurs ; 3=Projet ; 4=Structure de recherche ; 5=Revendeurs ; 6=Autre (précisez)</i>	<b>Quel est le montant total des charges annuelles lié à l'acquisition de votre stock en (FCFA)</b>
<b>Semence (spermatozoïdes de race)</b>					
<b>Aliment</b>					
<b>Produits vétérinaire</b>					

Type d'intrants vendus	<i>Quelle quantité moyenne de produits avez-vous l'habitude de vendre sur une période de 12 mois</i> 1= Kg ; 2=Litre ; 3=Nombre ; 4=Plaquette ; 5=dose ; 6=ml ; 7=mg ; 8=g 9 =Kit ; 10=Autre (précisez)	Où avez-vous vendu principalement vos produits ces 12 derniers mois ? 1=Marché local ; 2=Marché frontalier ; 3= International ; 4=Autre marché ; 7=Autre (à préciser)	Quel est le montant total moyen des ventes sur une période de 12 mois (FCFA) ?	Qui sont vos principaux acheteurs ? 1= Fermes ; 2=Petits éleveurs ; 3=Projet ; 4=Structure de recherche ; 5=Revendeurs ; 6=Autre (précisez)	Quel est le montant total des charges annuelles lié à l'acquisition de votre stock en (FCFA)
Autre					

#### XIV. Main d'œuvre

Distributeur	Combien d'employé permanent disposez-vous	Combien de saisonnier employé vous par ans	Combien de saisonnier employé vous par ans	Combien de femme permanent disposez-vous	Combien d'homme permanent disposez-vous	Combien déjeune (Inf 35ans) permanent disposez-vous	Combien vous coutent cette main d'oeuvre sur une période de 12 mois (FCFA)
Semence							
Aliment							
Produits vétérinaire							
Autre							

**XV. Contraintes**  
**3. Contraintes**

<b>Espèce/Ra ce</b>	<b>Quelles sont les trois principales contraintes dans votre activité selon les points suivants ?</b>						
	<b>Equipemen ts</b>	<b>Matière premièr e</b>	<b>March é</b>	<b>Conservati on</b>	<b>Main Oeuvr e</b>	<b>technologiq ue</b>	<b>Politiqu e</b>
<b>Semence</b>							
<b>Aliment</b>							
<b>Produits vétérinaire</b>							
<b>Autre</b>							

**4. Solutions**

<b>Espèce/Ra ce</b>	<b>Quelles solutions proposées vous pour chacune des contrainte énumérées</b>						
	<b>Equipemen ts</b>	<b>Matière premièr e</b>	<b>March é</b>	<b>Conservati on</b>	<b>Main Oeuvr e</b>	<b>Technologiq ue</b>	<b>Politiqu e</b>
<b>Semence</b>							
<b>Aliment</b>							
<b>Produits vétérinaire</b>							
<b>Autre</b>							

## QUESTIONNAIRE COMMERÇANTS

### XVI. Information Générales

<b>Région</b>	
<b>Province</b>	
<b>Commune</b>	
<b>Village/ville</b>	
<b>Nom de l'enquêteur</b>	
<b>Nom du responsable</b>	
<b>Sexe</b> <b>1=Homme, 0=Femme</b>	
<b>Age</b> <b>1= moins de 35 ans, 2= plus de 35 ans</b>	
<b>Téléphone</b>	
<b>Raison social</b>	
<b>Type de produit commercialisé</b> <b>1=Viande, 2= Œuf, 3= animaux sur pied, 4= Produits de charcuterie(crue, séchée, sardine, saucisson, grillée) ; 5= Lait et dérivées(yaourt, fromage, savons) ; 6=Autre (précisez)</b>	

### XVII. Volume de produits commercialisés commercialisation/distribution

<b>Type de produits vendus</b>	<b>Quelle quantité moyenne de produits avez-vous l'habitude de vendre sur une période de 12 mois</b> <b>1= Kg ; 2=Litre ; 3=Nombre ; 4=Plaquette 5=Autre (précisez)</b>	<b>Où avez-vous vendu principalement vos produits ces 12 derniers mois</b> <b>? 1=Marché local ; 2=Marché frontalier ; 3= International ; 4=Autre marché ; 7=Autre (à préciser)</b>	<b>Quel est le montant total moyen des ventes sur une période de 12 mois (FCFA) ?</b>	<b>Avez-vous supporté d'autres charges (abattage, fournitures, transport, emballage, etc.) relatives à la commercialisation ?</b> <b>1=Oui 2=Non</b>	<b>Quel est le montant total de ces charges en (FCFA)</b>
<b>Viande</b>					
<b>Œuf</b>					
<b>Animaux sur pied</b>					
<b>Charcuterie</b>					
<b>Lait</b>					
<b>Autre</b>					

### XVIII. Main d'œuvre

Vendeur/Distributeur	Combien d'employé permanent disposez-vous	Combien de saisonnier employé vous par ans	Combien de saisonnier employé vous par ans	Combien de femme permanent disposez-vous	Combien d'homme permanent disposez-vous	Combien déjeune (Inf 35ans) permanent disposez-vous	Combien vous coutent cette main d'œuvre sur une période de 12 mois (FCFA)
<b>Viande</b>							
<b>Œuf</b>							
<b>Animaux sur pied</b>							
<b>Charcuterie</b>							
<b>Lait</b>							
<b>Autre</b>							

**XIX. Contraintes**  
**5. Contraintes**

<b>Espèce/Race</b>	<b>Quelles sont les trois principales contraintes dans votre activité ?</b>						
	<b>Equipements</b>	<b>Matière première</b>	<b>Marché</b>	<b>Conservation</b>	<b>Main Oeuvre</b>	<b>technologique</b>	<b>Politique</b>
<b>Bovins</b>							
<b>Viande</b>							
<b>Œuf</b>							
<b>Animaux sur pied</b>							
<b>Charcuterie</b>							
<b>Lait</b>							
<b>Autre</b>							

**6. Solutions**

<b>Espèce/Race</b>	<b>Quelles solutions proposées vous pour chacune des contrainte énumérées</b>						
	<b>Equipements</b>	<b>Alimentation</b>	<b>Eau</b>	<b>Santé</b>	<b>Main Oeuvre</b>	<b>Commercialisation</b>	<b>Politique</b>
<b>Viande</b>							
<b>Œuf</b>							
<b>Animaux sur pied</b>							
<b>Charcuterie</b>							
<b>Lait</b>							
<b>Autre</b>							