

Étude sur les bouchers de la ville de Tillabéri : acteurs de la filière bétail

Hassoumi DJIBO

Maître de Conférences du CAMES, Enseignant Chercheur, Université BOUBAKAR
BA de Tillabéri, BP.175/Ti

Tel. 00227 92080683

*Auteur correspondant : dhassoumi@yahoo.fr

Article soumis le 25/10/2024 et accepté le 23/12/2024

Réf. AUM11-0246

Résumé : Quelles sont les caractéristiques des acteurs qui sont impliqués dans la commercialisation de la viande à Tillabéri ? Cette question de recherche est accompagnée par l'hypothèse selon laquelle, la filière bétail est confrontée à des contraintes liées au contexte de crise sécuritaire dans la région de Tillabéri. L'objectif de cette étude est d'analyser le circuit de commercialisation de la chaîne de valeur viande. La méthode utilisée, consiste à procéder d'abord, par la revue bibliographique. Elle consiste ensuite, à mener une enquête de terrain à l'aide d'un guide d'entretien, adressé à trente-sept (37) bouchers résidents de la ville. Les résultats de l'étude révèlent l'existence de plusieurs marchés bétail qui ravitaillent la ville.

Mots-clés : Filière bétail, commercialisation de viande, ville, Tillabéri.

Study on the butchers of the town of tillabéri: actors in the livestock industry

Abstract : What are the characteristics of the actors involved in the marketing of meat in Tillabéri? This research question is accompanied by the hypothesis according to which the livestock sector is faced with constraints linked to the context of security crisis in the Tillabéri region. The objective of this study is to analyze the marketing circuit of the meat value chain. The method used consists of proceeding first by reviewing the bibliography. It then consists of carrying out a field survey using an interview guide, addressed to thirty-seven (37) resident butchers of the city. The results of the study reveal the existence of several livestock markets which supply the city.

Keywords: Livestock sector, meat marketing, city, Tillabéri.

Introduction

« On appelle filière de production, l'ensemble des agents (ou fraction d'agents) économiques qui concourent directement à l'élaboration d'un produit final. La filière retrace donc, la

succession des opérations qui, partant en amont d'une matière première ou d'un produit alimentaire aboutit en aval, après plusieurs stades de transformation/valorisation à un ou plusieurs produits finis au niveau du consommateur. Plus précisément, l'ensemble des agents qui contribuent directement à la production, puis à la transformation et à l'acheminement jusqu'au marché de réalisation d'un même produit agricole (ou d'élevage) » (Fabre P., 1994).

La filière bétail/viande se définit comme l'ensemble des relations réciproques des acteurs impliqués dans la production, la transformation, la commercialisation et la consommation relatifs au bétail (bovins, ovins, caprins, camelins), ainsi qu'aux produits carnés issus de ces animaux.

Les pratiques de l'élevage dans la région de Tillabéri ne se limitent pas à l'exercice d'embouche, du pastoralisme, ou à la conduite des animaux au bord du fleuve, de ses affluents et des autres points d'eau à la recherche du pâturage. Elle constitue surtout un élément fondamental dans l'alimentation des populations en matière de viande, du cuir et peau et surtout d'approvisionnement en lait et produits laitiers. Ces différentes pratiques pastorales constituent la source principale de revenu pour les bouchers et certains acteurs impliqués dans la commercialisation de la viande à Tillabéri.

Sur le plan macroéconomique, les productions animales contribuent pour près de onze pour cent (11%) à la constitution du Produit Intérieur Brut (PIB) et vingt-quatre pour cent (24%) au PIB agricole. L'élevage constitue la deuxième source de revenu d'exportation (après les ressources minières) et représente soixante-deux pour cent (62%) des revenus d'exportation du secteur rural et, vingt-un pour cent (21%) des exportations totales du Pays. L'élevage est un secteur créateur d'emploi pour une chaîne importante d'acteurs constitués par les éleveurs, les commerçants de bétail, les transformateurs des produits animaux et les consommateurs, (FAO, 2017 p.1).

Dans le cadre de cette étude, nous mettons l'accent sur l'approche chaîne de valeur, définie comme : un enchaînement d'activités transformant des « inputs » en « outputs » achetés, au final, par des consommateurs. Ces activités sont, par ailleurs, interconnectées¹. La chaîne de valeur est caractérisée par un ou plusieurs produits spécifiques, un territoire, un marché, des formes de relations (échanges, contrats, réseaux, entre acteurs), et des acteurs qui partagent et entretiennent ces relations.

1. Contexte de l'étude

Pays sahélien, le Niger couvre une superficie de 1.267.000 Km² avec une population d'environ 24.000.000 d'habitants selon les estimations de l'Institut National de la Statistique (INS, 2023) et d'une densité de 18,94 hbts/km². Son économie est basée sur le secteur agricole et de l'élevage qui d'ailleurs constitue les deux secteurs complémentaires en termes d'activités. La région de Tillabéri ne fait pas exception. L'élevage joue un rôle important dans la création d'emplois et la distribution des revenus. Après l'agriculture, l'élevage constitue la deuxième activité de la population malgré qu'elle traverse d'énormes difficultés qui réduisent les valeurs de ses pratiques.

Cependant, en dépit de l'apport toujours croissant dans l'économie de la région et dans l'amélioration des conditions de vie des populations de la ville de Tillabéri, la filière pastorale est soumise à des nombreuses techniques organisationnelles, politiques, juridiques, institutionnelles et socio-économiques. Elle est soumise également à un certain nombre de contraintes ayant trait aux difficultés récurrentes d'alimentation du bétail et aux problèmes sanitaires persistants, à la faible disponibilité et la difficulté d'accès aux intrants zootechniques, à l'insuffisance d'infrastructures et d'équipements des marchés à bétail, à l'insuffisance des infrastructures modernes d'abattage des animaux de boucherie et la vétusté des infrastructures existantes, à la conservation des

¹ <https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/chaîne-de-valeur/#definition>

produits frais de l'élevage, au manque d'unités appropriées de transformation de viande en kilichi, et le manque de connaissances innovantes pour accélérer les processus de modernisation.

En plus, il faut souligner que le commerce de la viande s'exerce dans un cadre essentiellement informel avec une multitude d'intervenants professionnels ou non, résidents de la ville ou des communes avoisinantes. La multiplicité et la diversité de ces intervenants et l'éloignement des marchés de collecte et de regroupement, de transporteurs, de ceux de consommation terminale rendent le cycle de commercialisation souvent long. Donc, aussi bien pour les produits destinés à la demande intérieure que pour ceux destinés à l'exportation, les prix de revient sont grevés par des surcoûts et prélèvements indus. En effet, nombreux sont les surcoûts qui correspondent à la rémunération des multiples intermédiaires à l'achat comme à la vente des animaux, et les surcoûts dus au transport en raison de l'inorganisation des expéditions et de l'absence de transporteurs spécialisés ou l'éloignement des centres d'abattage moderne et en raison aussi des prélèvements illégaux auxquels les bouchers sont souvent victimes.

Pour faire face à ces contraintes, un certain nombre de solutions ou d'actions sont proposées à savoir : l'amélioration du pâturage pour les animaux, l'amélioration de la quantité et de la qualité des viandes couramment consommées, le renforcement et l'amélioration de la santé animale, le renouvellement d'infrastructures au centre de l'abattoir...

C'est dans ce contexte que nous réalisons cette étude dont, le thème est « Étude de la chaîne de valeur viande dans la ville de Tillabéri : des petites entreprises au développement de l'économie locale ». L'objectif est d'analyser le circuit de commercialisation de la viande dans la ville de Tillabéri. Pour ce faire, nous traiterons dans un premier temps, le matériel et les méthodes qui sont utilisées pour la mener à bien. Nous terminerons par les résultats de cette étude et les discussions.

2. Matériel et méthodes

Les paragraphes qui suivent traitent le matériel et les méthodes utilisés pour réaliser l'étude. Ainsi, nous verrons dans un premier temps le matériel utilisé. Dans un second temps nous expliquerons les étapes suivies pour mener à bien le travail.

2.1. Matériel

Cette étude s'est réalisée dans la ville de Tillabéri. Elle a concerné neuf (9) quartiers de la ville à savoir : Madina, Tillakaina, Gandatché, Bagdad, Kabia, Koira Tegui, Daikaina et Bella (voir carte).

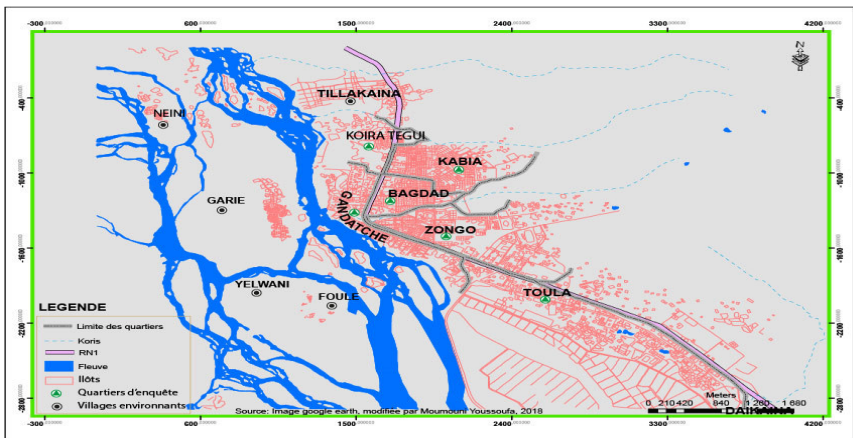


Figure 1 : carte de ville de Tillabéri

A noter que l'étude concerne trente-sept (37) bouchers. L'enquête a été conduite à l'aide d'un guide d'entretien et d'une fiche d'observation.

2.2. Méthodologie

La démarche méthodologique proposée, est purement qualitative. Elle se veut une démarche holistique, participative, transversale et itérative. Elle comprend trois phases opérationnelles qui sont :

PHASE 1 : Revue bibliographique

Une première étape est réservée à la revue documentaire (collecte des documents) et aux entretiens auprès de toutes les structures susceptibles de fournir des informations pertinentes permettant de mieux réaliser l'étude. Il faut noter que certaines données qualitatives seront recueillies au niveau de l'abattoir de Tillabéri.

PHASE 2 : collecte des données

Durant trente-sept (37) jours calendaires, les informations qualitatives et des témoignages sont méthodiquement enregistrées, transcrites par l'appui d'un de mes anciens étudiants de l'Université BOUBAKAR BA. Ainsi, l'enregistrement des données auprès de chaque boucher a pris une journée, afin de ne pas perturber son activité. Dans le cadre de cette analyse, la triangulation est une procédure visant la validité des savoirs produits par la recherche. Dans l'étude en question, la triangulation consiste à recouper les informations issues de sources différentes et de méthodes indépendantes lorsqu'il est nécessaire. Cet outil est important dans toute la phase de la recherche qualitative de manière à diversifier les sources. Même si elle n'est pas obligatoire, elle pourrait être fortement conseillée lorsqu'il est possible.

PHASE 3 : analyse des données

Cette phase a pris une durée de deux années. Une analyse qui a débuté en novembre 2021, n'a été finalisée qu'en octobre 2023. Ce temps nous a permis de mieux comprendre les relations qui existent entre les acteurs de la chaîne. Cela nous a permis également de mieux organiser les idées.

3. Résultats et discussion

Les résultats de cette étude concernent les acteurs directs qui sont impliqués dans la chaîne de valeur viande depuis l'élevage des animaux jusqu'aux consommateurs de viande. L'étude s'intéresse aussi, aux acteurs externes ou acteurs indirects qui sont traités dans le deuxième point de cette partie. Enfin, nous terminerons cette

partie de notre étude par les contraintes de la chaîne de valeur viande.

3.1. Acteurs directs

Les résultats issus de cette étude dénotent qu'il se crée à l'intérieur de la chaîne de valeur viande, tout un réseau de relations et d'affaires qui se jouent entre les acteurs des différents maillons depuis l'élevage sur pied fournit par les éleveurs des différents marchés à bétail, en passant par l'abattoir jusqu'à la production de viande rouge et ses dérivés des produits de consommation. Ce processus de transformation et commercialisation de la viande s'effectue avec des échanges économiques et interrelations entre les acteurs de différents maillons créant ainsi, des revenus qui leur assurent une prise en charge dans un contexte de pauvreté, provoquée par les sanctions de la CEDEAO, depuis le coup du 26 juillet 2023. Ainsi, se créent des jeux d'alliances, de convivialité et de devoirs réciproques entre les bouchers, les vendeurs de bétail et les démarcheurs dont, leur rôle consiste à la facilitation d'achat et de vente d'animaux dans les marchés locaux.

Si la profession de boucher n'est pas traditionnellement réservée à une caste particulière, comme il en est pour les forgerons par exemple, elle révèle cependant à l'observateur avisé des spécificités quant à l'origine ethnique et géographique de ses acteurs. Cette logique d'appartenance ethno-professionnelle des bouchers est commune entre la ville de Tillabéri et de Bamako. Au Mali, la profession de boucher est censée être ouverte à tous, le recrutement ne dépendant pas du critère ethnique. Cependant, à Bamako, une enquête de terrain, motivée par une intuition, a montré que la grande majorité des bouchers (au total plusieurs centaines) seraient soninké d'adoption, et qui plus est, proviennent presque tous de la région de Banamba (une centaine de kilomètres au Nord de Bamako) (Birama SISSOKO, Marie Laure DE NORAY, 1995). S'agissant des résultats de cette étude, on se rend à l'évidence que les bouchers sont tous, appartenance à l'ethnie haoussa et en provenance de la région de Maradi. Dès

lors une sorte d'effets d'entraînement se crée faisant que la plupart a des liens de famille. Les résultats de l'étude révèlent également qu'ils sont relativement jeunes et majoritairement héritiers du métier. Ainsi, parmi les 37 bouchers de Tillabéri, 26 ont la tranche d'âge 18-45 ans et seulement 11 sont âgés de plus de 45ans. Ce qui permet d'affirmer que le commerce de viande est un réseau d'intégration des jeunes d'origines de la région de Maradi. L'activité leur assure une intégration sociale à travers les revenus qui y sont perçus.

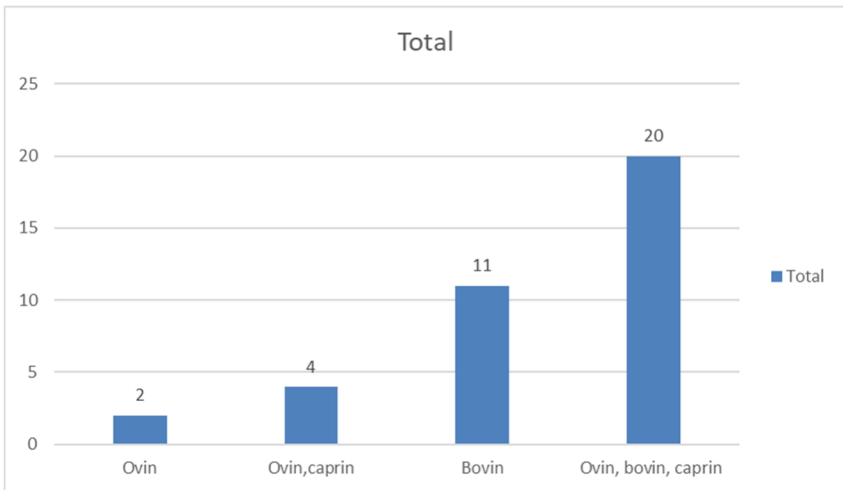


Figure 2 : Types de viandes commercialisé par les bouché de Tillabéri

Rappelons que la viande qui est la principale source de protéines d'origine animale pour la population, est produite au niveau des abattoirs. Mais, il y'a aussi des cas où les bouchers qui ne respectent pas la loi égorgent les animaux dans leurs maisons. En effet, parmi les animaux égorgés à l'abattoir, on trouve des bovins, ovins et caprins. Ceux qui commercialisent la viande de bovins, ovins et caprins représentent plus de la moitié de bouchers de Tillabéri (20 sur 37). Il faut noter qu'il existe des bouchers qui ne commercialisent que la viande de bovin ou d'ovin. Les données

de la figure n°2 montrent que près de 11 personnes sur 37, commercialisent uniquement la viande de bovin. Il convient de noter que la viande produite est destinée essentiellement à la consommation locale. Quant à la viande des ovins, seulement 2 personnes soulignent être spécialisées dans sa vente. 4 personnes soulignent la vente de la viande d'ovin et de caprin et 20 personnes s'identifient à commercer la viande d'ovin de bovin et même de caprins. Par la hausse de la pauvreté, la viande est perçue comme un aliment de luxe dont le cout a l'état actuel est juge élevé par les consommateurs, suscitant ainsi l'interrogation suivante : est-il possible à travers une analyse de la chaine de valeur viande, d'agir sur les différents maillons pour réduire le prix du Kg de cette denrée.

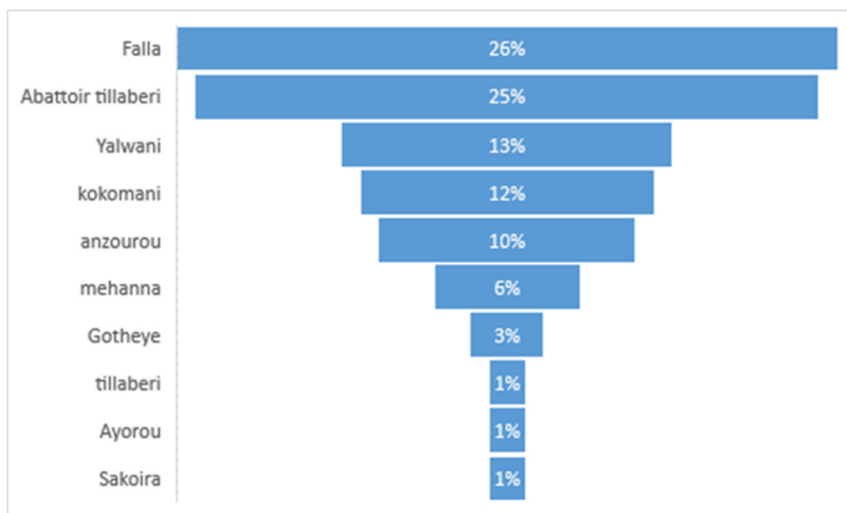


Figure 3 : La Zone d'importation ou ravitaillement des bouchers en animal ou en viande

Ce sont en général les éleveurs, emboucheurs, les vendeurs intermédiaires (Dillali) du bétail sur pied en provenance des différents marchés à bétail de la Région de Tillabéri en générale, qui sont les principaux fournisseurs. Mais, le constat qui ressort du graphique ci-dessus consiste à dire qu'une forte proportion de

bouchers se ravitaillent soit, à l'abattoir ou dans le marché de la ville de Tillabéri (25%). Leur rôle est d'assurer un approvisionnement régulier en bétail de bonne qualité. Un afflux de personnes vers les régions, devrait accroître les activités commerciales, améliorer la génération de revenus et réduire la pauvreté générale de la population. Cette augmentation des activités commerciales est favorisée par la présence des marchés (carte1). En effet, la distance entre deux (2) marchés est plus étroite. Cette densité des marchés dans la région s'explique par la forte production céréalière (riz), la production des arbres fruitiers et aussi par l'élevage. Il convient de retenir que la réputation des marchés est fonction des marchandises qui y sont commercialisées. Ainsi, si certains ont une réputation pour le commerce de bétail. Les principaux marchés de bétail où les bouchers se ravitaillent sont : Ayoro, Méhanna, Falla, Anzourou, Sakoira, Yalwani, Marie, Kokomani et Gotheye (figure 4). A ces marchés de bétail s'ajoute le marché hebdomadaire de Tillabéri.

La transformation de la viande commence dès l'abattoir par les bouchés pour évoluer au niveau des femmes et hommes qui créent de la valeur ajoutée à différents niveaux de transformation finale. On retient tout d'abord les bouchés qui vendent de la viande en détails au marché domestique et ambulante. Ensuite les femmes transformatrices qui s'approvisionnent à l'abattoir et auprès des bouchés en viande, abats et autres éléments du cinquième quartier de la carcasse pour la restauration. Et enfin les bouchés transformateurs de viande en *kilichi*, viande boucanée, rôtis ...etc.

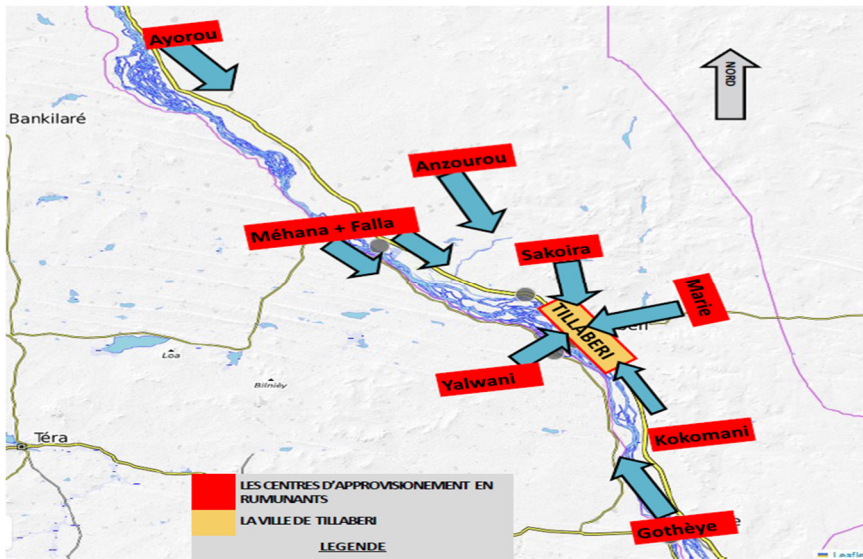


Figure 4 : L’approvisionnement de la ville de Tillabéri en viande

Les consommateurs sont de tous genres : hommes, femmes, enfants s’approvisionnent en viande et produits dérivés. On distingue les consommateurs de premier rang (Centre Régional des Œuvres Universitaires, Prison civile, Hôpital et centres de santé) qui sont intégrés verticalement dans leurs relations de contrats avec les bouchés producteurs et les consommateurs de deuxième rang (clientèle indigène) qui sont intégrés horizontalement pour s’acquérir en viande et produits dérivés (*Kilichi*, viande boucané, rôtis et autres) tout librement.

3.2. Acteurs externes ou acteurs indirects

Les acteurs externes de la chaîne de valeur ajoutée viande sont les structures étatiques, les institutions publiques et privés, les ONG et projets développements, la presse...etc. Ces derniers qui apportent leur soutien en matériels techniques, infrastructures, au financement des investissements, à la formation, l’information et équipements pour maintenir l’équilibre de la qualité de viande qui se rapporte à sa valeur ajoutée. Ils sont présents en amont et en

aval de cette chaîne depuis les activités et opérations de production et transformation jusqu'à commercialisation et emballage.



Figure 5 : abattoir de Tillabéri

L'abattoir de Tillabéri a fait l'objet d'un aménagement en bâtiments, en infrastructures et équipements de productions par le projet PATI (Projet d'aménagement territorial intégré) en 2021 publié par l'Agence Nigérienne de Presse (ANP).

La viande produite à l'abattoir de Tillabéri suit plusieurs étapes avant d'être délivrée aux consommateurs cibles. En effet, la viande suit un certain nombre de circuits suivant des niveaux différents selon sa nature du réseau de distribution.

En prenant en compte la nature du produit incriminé (animaux vivants ou viande), la filière bétail/viande est structurée autour de deux circuits : le circuit vif qui concerne le bétail sur pied ou vivant et le circuit mort ou circuit de la viande proprement dit. Les interrelations entre ces deux circuits sont très développées. En effet, le circuit mort est alimenté par le circuit vif qui fournit les marchés domestiques et extérieurs de bétail. S'agissant de l'approvisionnement du marché extérieur en bétail, il convient de souligner que le circuit vif est très actif et représente la deuxième

source de devises pour la région de Tillabéri, après les industries extractives. Malgré la forte contribution de ce circuit vif à l'équilibre de la balance commerciale, force est de reconnaître que son exploitation génère de nombreux désavantages notamment la non création de la valeur ajoutée, la perte des cuirs et peaux dans les différents quartiers.

Chez les pasteurs, l'élevage est orienté vers la production laitière. Cependant, le bétail est imprimé d'une valeur marchande qui se monnaie localement. Chez certaines catégories d'acteurs (emboucheurs, exportateurs), la production de viande à travers le circuit vif revêt beaucoup plus un caractère marchand.

Le circuit de commercialisation de la viande intègre le flux qui se joue au niveau des producteurs intermédiaires qui sont des bouchés, des éleveurs et des consommateurs. Il existe aussi des producteurs bouchés qui produisent et transforment la viande pour sa consommation. On appelle ce niveau le circuit moyen à un seul niveau.

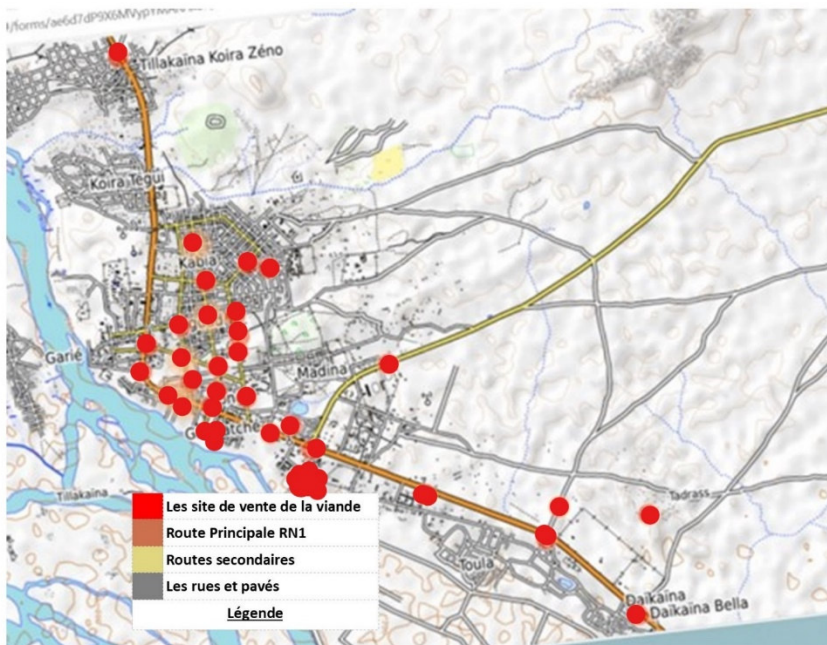
Au second degré, on a le flux du circuit moyen à deux niveaux. Il se joue des relations entre les producteurs et les consommateurs. En effets, les bouchés produisent et transforment la viande à la charge des consommateurs y compris les femmes transformatrices (malkou) et bouchés transformateurs (cliché), qui ajoutent de la valeur à leurs niveaux.

Les relations du flux du circuit à trois niveaux, c'est quand les femmes et hommes transformateurs achètent de la viande au niveau des bouchés producteurs intermédiaires pour créer de la valeur ajoutée à leurs différents niveaux de transformation finale (*Killiché*, viande boucanée et rôtis) pour vendre aux consommateurs soit sur place ou suivant des longues distances pour les commandes.

4.2. Points de vente de viande dans la ville de Tillabéri

Il existe dans la ville de Tillabéri, 37 points de vente de la viande. Ils situent soit, au bord de la route nationale, soit à sa proximité ou sur les grandes voies et quelques fois dans les voiries. On y trouve

la viande sous forme de carcasse, la viande grillée et la viande appelée clichi (viande séchée).



Il faut noter que la vente de la viande de l'abattoir de Tillabéri se présente partout dans la ville suivant une distance plus ou moins longue entre les vendeurs de part et d'autre dans les quartiers, les marchés domestiques, les restaurants et hôtels sous la forme fraîche ou autres recettes dérivées de viande par les bouchés transformateurs et les femmes transformatrices. Ces dernières préparent et commercialisent les produits dérivés de la viande communément appelés malkou. Ces produits sont accessibles à moindre coût pour tout client qui désire satisfaire ses besoins en viande issue de la chaîne de valeur ajoutée viande de l'abattoir frigorifique de Tillabéri. La stratégie de bouchers se résume à

s'installer généralement dans des hangars et au bord des grandes voies de la ville (36 sur 37).

4.3. Contraintes de la filière bétail

Les résultats de l'enquête révèlent que la consommation de la viande est évaluée à crue. Cette faible quantité de la consommation de la viande s'explique non pas, par la faiblesse de l'offre mais plutôt, par le faible pouvoir d'achat des populations et le coût élevé du produit final. Selon les acteurs intervenant dans la filière, la cherté de la viande est due aux prix élevés du bétail sur les marchés qui ont des répercussions sur le prix de la viande. Mais, ce n'est que la face visible de l'iceberg. D'autres facteurs non moins importants contribuent au renchérissement du coût de la viande. C'est surtout, les aspects liés à la gouvernance de la filière qui laissent libre cours à certaines pratiques (contingentements des abattages, fixation des prix non étudiés et non indexés au pouvoir d'achat). Une étude fine de la chaîne des coûts laisse observer des marges excessives accaparées par les bouchers se traduisant, par un renchérissement des prix au consommateur (FAO, 2017 p.89).

Compte tenu de cette situation, l'enjeu principal de la politique de développement de la filière bétail/viande réside dans l'accroissement des productions animales qui doivent être accessibles à la population (prix modérés).

Compte tenu de cette situation, les exportations de viande fraîche ne pourraient être envisagées à court terme. Toutefois, une dynamique créée et entretenue par tous les acteurs et qui porte sur la réhabilitation des abattoirs, la construction de l'interprofession bétail/viande, la mise en œuvre des actions de promotion commerciale pourrait aider à envisager les exportations de viande fraîche à moyen et long terme.

Cependant, un produit phare mérite d'être promu, c'est le *Kilichi*. Son exportation pourrait se renforcer dans un cadre formel à court terme en agissant sur les facteurs de compétitivité négatif à savoir

le manque d'unité de transformation moderne, l'insuffisance des règles d'hygiène, et l'insuffisance du conditionnement.

Conclusion

Cette étude a permis d'analyser le maillon commercialisation de la viande dans la ville de Tillabéri. Cela s'est fait à travers une analyse globale de la chaîne de valeur viande, de l'élevage des animaux à leur commercialisation et à l'abattage. Ainsi, la commercialisation de la viande se fait principalement sur un axe (la route nationale) qui traverse la ville.

Références bibliographiques

Birama SISSOKO, Marie Laure DE NORAY (1995), Les bouchers de Bamako, une catégorie ethno-professionnelle bien spécifique, communication au colloque : dialogues, propositions, histoires pour une citoyenneté mondiale, Bamako, septembre.

Fabre P., (1994). Note de méthodologie générale sur l'analyse de filière : utilisation de l'analyse de filière pour l'analyse économique, Série, documents de formation pour la planification agricole n° 35, FAO.

FAO, (2017) Revue des filières bétail/viande & lait et des politiques qui les influencent au Niger p. 122.

<https://www.lecoindesentrepreneurs.fr/chaîne-de-valeur/#definition>