

L'impact des importations de poulet sur la filière avicole béninoise

Analyse des questions commerciales, des préférences de consommation et des systèmes de production pour renforcer la compétitivité du secteur national

Dorothea Kulla, Priscilia Amoussou, Ambroise Yawédeou Dognon,
Tankpinou Rémy Gbèdé, Inès Thècle Glele, Maximilian Graser, Kouété Paul Jimmy,
Sakiratou Karimou, Agoussoussi Thierry Kinkpet, Kai A. Klause,
Gabriela Maldonado Castro, Esther Minguemadje Marner



Seminar für Ländliche Entwicklung | Centre pour le Développement Rural

Depuis 1962, le SLE propose une formation professionnelle orientée vers la pratique pour les futurs experts et cadres dans le domaine de la coopération internationale au développement. Les cours vont des études de troisième cycle aux cours de formation pour experts internationaux à Berlin en passant par la recherche orientée vers la pratique et le conseil pour les organisations et les universités actives dans le domaine de la coopération au développement.

Dorothea Kulla, Cheffe d'équipe, Dipl. Géographie

E-Mail : d.kulla@gmx.de

J. P. Priscilia F. Amoussou, M. Sc. Agroéconomie

E-Mail : amoussoupriscilia.30@gmail.com

Ambroise Yawédeou Dognon, M. Sc. Économie

E-Mail : ambroisedognon@gmail.com

Tankpinou Rémy Gbèdè, M. Sc. Agroéconomie

E-Mail : remy.gbède@yahoo.fr

Inès Thècle Glele K. A., M. Sc. Agroéconomie

E-Mail : theclenes@yahoo.fr

Maximilian Graser, M. Sc. Gestion Intégrée des Ressources Naturelles

E-Mail : maxgraser@yahoo.de

Kouété Paul Jimmy, M. Sc. Agroéconomie

E-Mail : jimmykouetepaul@yahoo.fr

Sakiratou Karimou M., M. Sc. Agroéconomie

E-Mail : kmsakiratou@gmail.com

Agoussoussi Thierry Kinkpe, M. Sc. Agroéconomie

E-Mail : kinkpeth@hu-berlin.de

Kai A. Klause, M. Sc. Écologie Politique

E-Mail : kai.klause@yahoo.de

Gabriela Maldonado Castro, M. A. Économie Internationale

E-Mail : maldonado.gabriela@icloud.com

Esther Minguemadje Marner, M. Sc. Agroéconomie

E-Mail : esther.marner@yahoo.de

SLE Postgraduate Studies on International Cooperation for
Sustainable Development

SLE PUBLICATION SERIES S286 F

En coopération avec
l'Agence Allemande de la Coopération Internationale
(Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH)

L'impact des importations de poulet sur la filière avicole béninoise

Analyse des questions commerciales, des
préférences de consommation et des
systèmes de production pour renforcer
la compétitivité du secteur national

Dorothea Kulla
J. P. Priscilia F. Amoussou
Ambroise Yawédeou Dognon
Tankpinou Rémy Gbèdè
Inès Thècle Glele K. A.
Maximilian Graser

Kouété Paul Jimmy
Sakiratou Karimou M.
Agoussoussi Thierry Kinkpe
Kai A. Klause
Gabriela Maldonado Castro
Esther Minguemadje Marner

Berlin, Novembre 2021

En coopération avec



SLE PUBLICATION SERIES 286 F

Editeur	Humboldt-Universität zu Berlin Études du Centre pour le Développement Rural (Seminar für Ländliche Entwicklung, SLE) Hessische Str. 1-2 10115 Berlin Allemagne Phone: +49 30 2093-46890 FAX: +49 30 2093-46891 E-Mail: sle@agrar.hu-berlin.de Website: www.sle-berlin.de
Backstopper	Prof. Dr. Markus Hanisch
Impression	Zerbe Druck & Werbung Planckstr. 11 16537 Grünheide Allemagne
Distribution	SLE Hessische Str. 1-2 10115 Berlin Allemagne
Photo en Couverture	SLE, octobre 2020 : Hermine Chadare, vendeuse de volaille importée au marché Dantokpa, Cotonou
Copyright	2021 par SLE 1^{ère} Edition 2021 ISSN 1433-4585 ISBN 978-3-947621-26-2

Avant-propos

Depuis 58 ans, le Centre pour le Développement Rural de l'Université-Humboldt de Berlin forme chaque année 20 chercheurs et chercheuses à devenir des professionnel.le.s doté.e.s d'excellentes connaissances et compétences dans le domaine de la coopération au développement. Des projets de recherche empirique d'une durée de trois mois, menés en collaboration avec des agences de développement allemandes ou internationales, font partie intégrante de ce cours d'un an. Les participant.e.s travaillent en équipes interdisciplinaires supervisées par des chef.fe.s d'équipe expérimenté.e.s et mènent des recherches innovantes et tournées vers l'avenir sur les problèmes de développement qui se posent sur le terrain à l'échelle locale ou nationale. Cela contribue à l'enrichissement des connaissances mondiales et fournit aux organisations partenaires des pays hôtes des stratégies et des outils. Il est important à cet égard d'impliquer un grand nombre d'acteurs dans le processus, qui comprend des enquêtes et des consultations auprès des ménages, des expert.e.s et des parties prenantes des politiques publiques.

La plupart des études sont liées aux thèmes du développement rural et ont une orientation socio-économique, comme l'amélioration des moyens de subsistance agricoles ou la conception de régimes de gestion durable des ressources naturelles. Jusqu'à présent, nos pays partenaires étaient soit des pays en développement, soit des pays en transition, et parfois des États fragiles. Toutefois, à l'avenir, des études seront également menées dans le Nord, puisque les objectifs de développement durable (ODD) sont des préoccupations mondiales. De nouvelles méthodologies ont été introduites dans certaines études, par exemple la production de manuels ou de lignes directrices. Les autres axes prioritaires sont les évaluations, l'analyse d'impact et la planification participative. Dans ces cas, les pays hôtes respectifs servent de région test.

Au fil des ans, le SLE a réalisé plus de 200 projets de coopération dans plus de 90 pays. Les résultats sont publiés dans cette série.

La présente étude sur la filière avicole béninoise face aux importations occidentales de viande de poulet au Bénin a été réalisée en collaboration avec la GIZ.

Nous vous souhaitons une excellente lecture.

Cordialement,

Prof. Dr. Christian Ulrichs
Doyen de la Faculté des sciences de la vie
Université-Humboldt de Berlin

Prof. Dr. Markus Hanisch
Directeur du Centre pour le
Développement Rural (SLE)

Remerciements

Cette étude n'aurait pas atteint tous ses objectifs sans la précieuse contribution de certaines institutions et personnes. Il convient donc de les remercier.

Tout d'abord, nous remercions la GLZ, qui à travers les projets sectoriels « Commerce agricole, promotion de l'économie agricole, financement agricole » (AAA) et « Fonds d'Appui-Conseil aux Politiques Agricoles et Innovations » (FABI) et le projet global « Projet Centre d'Innovations Vertes pour le secteur agro-alimentaire » (ProCIVA) a permis et parrainé cette étude. Merci pour la confiance, que nous espérons avoir méritée. Votre soutien nous a été d'une très grande importance.

Nous remercions infiniment Monsieur Julian Sagebiel, qui a largement contribué à la modélisation et de l'analyse des expériences de choix. Son expertise et engagement ont été d'une valeur inestimable.

Nous remercions également Monsieur Dirk Sprenger pour son appui dans la constitution et l'accompagnement de l'équipe. Votre soutien a été très important, voire crucial, surtout cette année d'imprévus et d'incertitudes.

Nous sommes très reconnaissants envers nos transpositeurs, Messieurs Ernest Bio Bogoré et Adechina Odjo. Nous n'y serions pas arrivés sans votre engagement.

Nous remercions infiniment Monsieur Roger Godémé pour son soutien précieux en matière de transport et logistique. Notre recherche a vraiment bénéficié de votre appui.

Nos remerciements les plus sincères vont à tous ceux et toutes celles ayant répondu à nos questions au cours des enquêtes et entretiens : les producteurs.rice.s et les consommateurs.rice.s béninois.es de viande de poulet, les experts.e.s béninois.es et internationaux.ales de la filière avicole et du commerce international.

Nous témoignons notre gratitude à l'équipe entière du SLE, qui nous a accompagné des premiers pas jusqu'à l'achèvement de notre recherche. Nos remerciements particuliers vont à l'endroit de Prof. Dr. Markus Hanisch, qui nous a apporté mille et un conseils précieux tout le long du projet. Merci de votre soutien et de votre disponibilité !

Enfin, nous remercions toutes autres personnes et institutions qui de près ou de loin ont aussi d'une façon ou d'une autre contribué à l'aboutissement de cette étude. Recevez nos sincères reconnaissances.

Résumé

Contexte et objectifs de la recherche

En Europe, c'est principalement le blanc de poulet (la viande de poitrine issue de la production avicole¹) qui est consommée ; les parties restantes, telles que les cuisses et les ailes de poulet, sont exportées en grandes quantités vers des pays tiers. De même, les poules pondeuses, dont la capacité de ponte diminue fortement après environ deux ans et dont la viande est considérée comme trop coriace pour être consommée par les consommateur.rice.s européen.ne.s, sont exportées en grandes quantités sous forme de poulets entiers. Une grande partie de ces exportations est destinée aux pays du Sud, par exemple en Afrique. Le petit pays d'Afrique occidentale qu'est le Bénin est l'un des plus grands importateurs de viande de poulet congelée du continent africain. Cependant, les importations massives sont également liées au Nigeria voisin, qui a sévèrement découragé les importations formelles de viande de volaille pour protéger son propre marché. Par exemple, l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (Food and Agriculture Organization of the United Nations, FAO) a estimé qu'en 2015, environ 80 % de la viande de poulet importée au Bénin ont été réexportés au Nigeria par des canaux informels.

Le commerce avec le Sud permet à l'industrie avicole européenne de mieux exploiter sa production et d'ajouter de la valeur. En même temps, les exportations européennes peuvent substituer la production des pays tels que le Bénin. Les problèmes logistiques tels que l'interruption de la chaîne de froid présentent également des risques considérables pour la santé des consommateur.rice.s. La société civile souligne depuis longtemps (et avec un grand impact médiatique) les effets négatifs de ces exportations.

Notre exemple, le Bénin, n'a pas d'avantages comparatifs en termes de coûts dans le commerce international des produits avicoles en raison des conditions de production peu efficace sur le plan des coûts. La production nationale peut difficilement répondre à la demande croissante, du moins à court et moyen terme.

Dans ce contexte, les questions suivantes se posent : Quels sont les effets réels de ces importations ? Sont-elles purement négatives, ou y a-t-il aussi des aspects positifs ? Comment les consommateur.rice.s béninois.es perçoivent-il.elle.s l'offre

¹ Pour faciliter le langage, nous entendons dans le cadre de cette étude par « avicole » uniquement la viande de poulet ; les autres produits du poulet et les autres espèces de volailles ne sont pas considérés.

de viande de poulet en provenance d'Europe (préférences de consommation) ? Les importations européennes substituent-elles réellement la production avicole béninoise existante ou en développement (concurrence), ou constituent-elles plutôt une source complémentaire de protéines moins chers qui n'affecte pas du tout le marché local (segmentation du marché) ? Quels sont les systèmes de production sur le terrain, et dans quelles conditions fonctionnent-ils (systèmes et paramètres de production) ? A moyen ou long terme, des mesures politiques ciblées au niveau national pour promouvoir la production locale au Bénin sont-elles prévues, utiles et réalisables (cadre politico-institutionnel) ?

Ce qui est certain, c'est que cette discussion ne peut être menée sans faire des recherches profondes. Les aspects politiques, commerciaux et alimentaires sont pertinents et devraient être étudiés plus en détail, car la forte croissance démographique, l'urbanisation rapide et l'augmentation des revenus créent une demande croissante de produits d'origine animale, notamment de viande de volaille.

La présente étude sert à collecter des informations actuelles sur le marché avicole au Bénin (conditions cadres politiques, offre, demande, etc.) et à identifier des options d'action pour renforcer la production locale de viande de poulet. À cette fin, le commerce agricole international, les instruments de contrôle politique nationaux et régionaux, les systèmes et conditions de production ainsi que le comportement des consommateurs sont examinés.

En raison de l'importance de la filière avicole pour le développement rural, ce thème s'avère très actuel et pertinent. Les résultats de la recherche suscitent un large intérêt et peuvent contribuer à enrichir et à objectiver la discussion.

Méthodologie

Ainsi, les questions de recherche suivantes émergent des lacunes de la recherche existante et des objectifs de l'étude :

1. Quelles conditions cadres politiques et institutionnelles nationales et internationales sont pertinentes pour la filière avicole béninoise ?
2. Quels sont les acteurs impliqués dans les chaînes de valeur ajoutée (CVA) avicoles et quelle est leur pertinence ?
3. Comment les différents systèmes de production de la filière avicole se caractérisent-ils en termes de paramètres d'exploitation ?
4. Quels sont les différents produits avicoles disponibles sur le marché béninois ?

5. Dans quelle mesure les préférences et les paramètres de qualité des produits avicoles peuvent-ils être attribués à des groupes socio-démographiques homogènes de consommateur.rice.s ?
6. Dans quelle mesure les différents produits avicoles sont-ils en concurrence les uns avec les autres ?
7. Quelles sont les options d'action possibles pour renforcer la filière avicole béninoise ?

Cette étude est une étude de marché à la fois descriptive et exploratoire. Elle a été réalisée en plusieurs phases.

Dans la première phase, une revue systématique de la littérature (grise) existante a servi de méthode centrale pour se familiariser avec l'état de la recherche et ouvrir le spectre thématique pour des recherches ultérieures. L'observation participante a été utilisée pour identifier les produits de poulet offerts sur les marchés urbains béninois.

Ensuite, les paramètres de production, les paramètres sociodémographiques, les préférences de consommation et les données sur le comportement de consommation ont été collectés de manière quantitative afin d'étudier le fonctionnement et les caractéristiques du marché (y compris le consentement à payer, l'élasticité-prix croisée, les systèmes de production). À cette fin, des questionnaires standardisés ont été créés avec KoBoToolbox sur la base d'analyses documentaires et d'entretiens avec des expert.e.s. Un total de 421 enquêtes quantitatives a été réalisé.

Dans l'enquête quantitative auprès des producteur.rice.s, qui comptait 117 participant.e.s, l'échantillon a été largement déterminé par les projets partenaires de la GIZ, qui, en tant que « gardiens », ont mis l'équipe de recherche en contact avec les producteur.rice.s organisé.e.s en associations. Ces dernier.ière.s ont répondu à un questionnaire en ligne. Certains entretiens ont été réalisés par téléphone afin de couvrir tous les groupes de producteur.rice.s². L'enquête a pris en compte les exploitations modernes, traditionnelles et à production mixte.

L'enquête auprès des consommateur.rice.s, également quantitative, a été réalisée dans les plus grandes agglomérations urbaines (Abomey-Calavi, Cotonou et Porto-Novo) sur les marchés, dans les supermarchés et les magasins de produits surgelés³. Un échantillon aléatoire de consommateur.rice.s sur le point d'acheter

² Selon l'approche *Leave No One Behind* (LNOB)

³ Poissonneries

VI Résumé

de la viande de poulet a été interrogé. Il.elle.s ont été intercepté.e.s sur les marchés ou dans les supermarchés au moment des achats réels et interrogé.e.s verbalement. Sur cette base, un échantillon total de 304 participant.e.s a été constitué. Cette enquête a permis à l'équipe de recherche de saisir non seulement la préférence déclarée (produit désiré) mais aussi la préférence révélée (produit réellement acheté) pour les différents produits de poulet.

Dans la troisième phase, des entretiens semi-structurés ont été menées à l'aide d'outil qualitatif pour répondre aux questions et préoccupations non quantifiables ou difficiles à quantifier de cette étude. À cette fin, les acteurs des CVA, les expert.e.s de diverses institutions clés (ministères, organisations non-gouvernementales (ONG) etc.) du secteur et les consommateur.rice.s ont été identifié.e.s comme interlocuteur.rice.s. Au total, 38 entretiens qualitatifs ont été réalisés.

Enfin, un atelier multipartite a été organisé au Bénin avec des expert.e.s de la filière avicole (structures gouvernementales, associations, ONG, universités) pour l'élaboration participative de recommandations visant à renforcer la filière avicole béninoise. Les résultats préliminaires de l'analyse des données quantitatives (SPSS) et qualitatives (MAXQDA) ont été présentés à cette occasion comme base de discussion. Cette triangulation méthodologique a considérablement augmenté la validité des résultats.

Résultats

La complexité du sujet de recherche a nécessité une analyse de marché interdisciplinaire, qui réunit l'offre et la demande du marché, en tenant compte du cadre politico-institutionnel.

Cadre de la politique agricole et commerciale

La filière avicole béninoise est influencée par plusieurs facteurs liés à la politique agricole et commerciale. Les efforts de la politique agricole nationale et régionale visent à renforcer la filière. Cependant, les accords commerciaux internationaux de l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC) et ceux de la Communauté Économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), auxquels le Bénin est lié, sont complexes et limitent les marges de manoeuvre au niveau national. En particulier, son grand voisin, le Nigeria, qui mène des politiques protectionnistes du marché, fait pression pour une meilleure protection des marchés domestiques ouest-africains en raison du commerce interétatique informel de biens importés – dans le cas de la viande de poulet importée, il s'agissait d'environ 80 % des

importations au Bénin en 2015, selon la FAO. En outre, le gouvernement béninois doit relever le défi d'équilibrer les intérêts d'un large éventail d'acteurs des CVA dans ses politiques agricoles et commerciales. Les restrictions à l'importation entraîneraient des pertes pour les importateur.rice.s et les négociant.e.s, tant légaux qu'illégaux, une perte de recettes publiques – après tout, le tarif d'importation sur la viande de poulet est de 35 % – et des options de marché limitées pour les consommateur.rice.s. À long terme, cependant, la production moderne en particulier pourrait être renforcée, générant ainsi des emplois, des revenus et de la valeur ajoutée. Ce qui permettrait de proposer aux consommateur.rice.s des produits nationaux en fonction de leurs préférences de consommation. Pour ce renforcement à long terme de la production nationale de la viande de poulet, la coopération internationale joue également un rôle décisif. Outre les mesures ciblées de la politique de développement au Bénin, le questionnement critique de la cohérence politique des pratiques d'exportation au regard des objectifs de développement durable de la part des pays exportateurs et des communautés d'États, comme l'Union européenne (UE), est également pertinent.

Systèmes de production et CVA

Dans la production béninoise, cette étude identifie une CVA traditionnelle et une CVA moderne du poulet béninois, avec de nombreuses exploitations produisant des formes mixtes des deux. Les nombreuses exploitations traditionnelles (plus de 500 000), pour la plupart de petite taille, produisent ce que l'on appelle le poulet bicyclette, avec peu d'intrants et des races locales ou locales améliorées, tandis que les quelques exploitations modernes (quelques centaines) utilisent beaucoup d'intrants et des races améliorées ou importées. L'analyse des structures organisationnelles des CVA donne l'image suivante : les deux regroupent des fournisseur.euse.s d'intrants, des producteur.rice.s, des transformateur.rice.s, des commerçant.e.s (divisé.e.s en gros et en détail), des consommateur.rice.s et des organisations de soutien opérant à différents niveaux. L'analyse de pertinence montre que les quelques fournisseur.euse.s d'intrants – dont certain.e.s sont également importateur.rice.s d'intrants – ont une très grande influence sur la CVA moderne, car il.elle.s déterminent les prix et influencent la disponibilité des intrants grâce à leur position oligopolistique. Les résultats montrent également que le degré d'organisation de la CVA moderne est significativement plus élevé en profondeur et en largeur que celui de la CVA traditionnelle. Par exemple, l'organisation faîtière « Interprofession de l'Aviculture du Bénin » (IAB) rassemble les fournisseur.euse.s d'intrants, les producteur.rice.s et les transformateur.rice.s, réduisant ainsi les

coûts de transaction, alors que la plus importante organisation de la CVA traditionnelle, l'« Association Nationale des Aviculteurs du Bénin » (ANAB), ne rassemble que les producteur.rice.s. Dans cette CVA, le grand nombre d'acteurs (intermédiaires) entre la production et la consommation augmente le prix du marché. Les caractéristiques sociodémographiques suivantes se réfèrent aux producteur.rice.s organisé.e.s en associations et donc principalement aux producteur.rice.s modernes : La plupart d'entre eux.elles sont des hommes instruits de moins de 35 ans ayant peu d'expérience professionnelle. Les femmes, quant à elles, sont fortement sous-représentées avec seulement 15 %. La pertinence économique et sociale à long terme du secteur est soulignée par le faible âge des producteur.rice.s, qui se caractérisent également par un niveau d'éducation très élevé : 70 % ont un diplôme universitaire et 23 % ont atteint le niveau de l'enseignement secondaire.

Marché et consommation

Les produits de viande de poulet disponibles sur le marché béninois comprennent la viande de poulet produite de manière traditionnelle, celle de poulet produite de manière moderne et celle de poulet importé. L'étude conclut que les principaux obstacles à l'achat de produits locaux sont le prix, la disponibilité et la commodité (produits abattus, plumés, découpés) – des attributs qui sont particulièrement importants pour les jeunes, les consommateur.rice.s à faible revenu et ceux.elles qui vivent dans de petits ménages. Ces attributs sont généralement associés aux produits importés et dominent la consommation quotidienne. Trois consommateur.rice.s urbain.e.s sur quatre qui appartiennent à ce groupe sociodémographique de consommateur.rice.s consomment de la viande importée, dont la part du marché urbain général est proche de 60 %. Néanmoins, les consommateur.rice.s perçoivent la viande de poulet domestique comme un produit de haute qualité pour lequel il.elles sont prêts à dépenser plus d'argent que pour les produits carnés importés. Le degré de transformation et la forme du produit ont également une influence sur le consentement à payer. La qualité de la viande (goût, consistance, fraîcheur, etc.) et les aspects liés à l'hygiène (confiance au système de production, absence d'antibiotiques et d'hormones, etc.) sont également particulièrement importants pour les consommateur.rice.s plus âgé.e.s et à revenus élevés, qui accordent moins d'attention au prix et à la commodité.

Malgré la segmentation avérée et parfois prononcée du marché – c'est-à-dire des consommateur.rice.s ayant un comportement de consommation habituel qui ne réagissent pas aux incitations du marché et ne changent pas de produits de

poulet provenant de différents systèmes de production – il existe une concurrence entre les différents produits. Cette concurrence est faible entre la viande produite traditionnellement et la viande importée, alors qu'elle est prononcée entre la viande de poulet produite de façon moderne et la viande importée. Cela indique un potentiel de substitution des produits nationaux par des produits importés. Cette étude conclut donc que le secteur avicole béninois est inhibé dans son développement par les importations de viande de poulet.

Recommandations

Sur la base des résultats de l'étude, les participant.e.s à l'atelier final multipartite ont élaboré des recommandations à différents niveaux pour renforcer la filière nationale. À cette fin, il.elle.s ont d'abord identifié les domaines d'action dans lesquels les autorités et les parties prenantes des CVA devraient travailler ensemble. Plus précisément, il s'agit de : financement/assurance agricole, organisation des acteurs, formation/sensibilisation, protection du marché intérieur, technologies, marketing, subvention, orientation politique de développement et réglementation/contrôle.

Les recommandations suivantes ont été formulées :

Au niveau du secteur privé

- **Organisation des acteurs** : accélérer le processus d'unification des organisations de producteur.rice.s pour rejoindre l'organisation faîtière de la volaille ;
- **Transformation** : répondre aux demandes des client.e.s, notamment en termes de commodité. En pré-portionnant et en emballant le poulet localement produit, les producteur.rice.s et les commerçant.e.s pourraient certainement gagner de nouvelles parts de marché auprès de nombreux consommateur.rice.s ;
- **Marketing** : investir dans des stratégies de marketing innovantes et, par exemple, dans la création d'un label « Made in Benin ».

Au niveau du secteur public

- **Financement agricole/assurance** : création d'un guichet pour l'aviculture au sein du fonds national de développement agricole (FNDA) ; diversification des offres/produits d'assurance pour le secteur avicole ;

- **Technologie/infrastructure** : promouvoir et soutenir les initiatives privées de transformation (pré-portionnement et conditionnement) de la viande de poulet locale ;
- **Prix des intrants** : mettre en place des mécanismes de stabilisation des prix pour les produits de base (maïs, soja) ;
- **Formation/sensibilisation** : organiser des formations sur les systèmes de production et les soins vétérinaires pour les acteurs des CVA ; organiser des séances de formations et d'information au profit des Systèmes Financiers Décentralisés (SFD) sur l'aviculture pour mieux faire connaître sa rentabilité et les risques (adressée aux projets /État) ;
- **Protection du marché intérieur** : élaborer et adopter des politiques visant à protéger le marché intérieur, par exemple en institutionnalisant les prélèvements compensatoires sur les produits avicoles importés ; achever la mise à jour des réglementations vétérinaires (augmenter les frais d'inspection sanitaire des volailles importées) ; promouvoir le dialogue entre les acteurs des CVA (par exemple les associations du secteur privé) et les acteurs de la politique commerciale du gouvernement, par exemple par le biais de formats d'échange réguliers, tels qu'une plateforme multi-acteurs – conjointement avec des acteurs internationaux ;
- **Subventions** : révision des lois qui fixent le coût de la certification (réduction des coûts) afin d'encourager les entreprises avicoles à s'y conformer ; soutien financier et technique aux organisations de consommateurs pour surveiller le secteur ;
- **Orientation politique de développement** : élaboration d'un programme de développement pour la filière avicole (oeufs et viande de volaille) ;
- **Réglementation/contrôle** : élaborer des réglementations pour les couvoirs dans la production avicole traditionnelle ; élaborer un texte réglementaire pour établir le contrôle physico-chimique et microbiologique des produits carnés (par exemple la viande de poulet) avant leur mise sur le marché ; assurer le contrôle de la qualité et le respect des normes dans les couvoirs et les exploitations.

Au niveau régional

Mettre en oeuvre effectivement le tarif extérieur commun de la CEDEAO. Les membres de la CEDEAO disposent des instruments politiques et des marges de

manoeuvre pour mettre en oeuvre un tarif extérieur commun. La condition préalable est que tous les États de la CEDEAO rassemblent collectivement la volonté politique de le faire.

Au niveau international

La coopération internationale au développement peut conseiller les pays partenaires et les communautés d'États (ici : la CEDEAO) sur l'utilisation des mesures de défense commerciale auxquelles ils ont droit en vertu du droit de l'OMC et les soutenir dans leur mise en œuvre.

Dans les pays occidentaux industrialisés, il convient d'initier un changement de conscience pour une consommation durable de la viande de volaille. Souvent, les consommateur.rice.s ne sont même pas conscient.e.s des effets de leur comportement de consommation.

Conclusion

Les résultats de l'étude confirment que les importations de viande de poulet en provenance des pays du Nord concurrencent, du moins en partie, le poulet produit au Bénin. Ceci est particulièrement vrai pour la production moderne du poulet de chair et moins pour la production traditionnelle du poulet bicyclette. Cependant, il y a de l'espoir pour le secteur avicole béninois.

La quasi-totalité des consommateur.rice.s béninois.es déclare préférer la viande de poulet produite localement à celle importée. Cependant, le faible prix, la disponibilité constante et la commodité de ce dernier offrent suffisamment d'incitations, surtout pour les jeunes et/ou les citoyen.e.s moins fortuné.e.s, pour l'acheter quand même. Alors que deux cinquièmes des consommateur.rice.s sont fidèles à une ligne de produits, trois cinquièmes passent d'un produit à l'autre. Ces consommateur.rice.s sont susceptibles d'être réceptif.ve.s à des stratégies de marketing telles que l'amélioration de la transformation, de l'emballage, de la publicité ou la réduction des prix.

Les producteur.rice.s béninois.es sont confrontés à des défis différents selon le système de production : alors que dans la production moderne, c'est principalement le coût élevé des intrants qui fait grimper les prix, ce sont les nombreux.ses intermédiaires et les coûts de transaction élevés dans la production traditionnelle. Ces facteurs ont un impact négatif sur la compétitivité des produits nationaux par rapport aux produits importés, et le potentiel productif n'est pas

exploité. Cependant, la filière avicole est considérée comme l'une des filières agricoles les mieux organisées au Bénin, et les acteurs sont dynamiques et déterminés à professionnaliser et développer la production avicole béninoise.

L'État, en collaboration avec les partenaires de la coopération internationale, déploie de grands efforts pour promouvoir la filière avicole. Toutefois, ces efforts risquent d'être annihilés tant que la viande de poulet bon marché en provenance du Nord continuera d'inonder le marché béninois. Le gouvernement se trouve dans une position délicate en raison des intérêts différents et parfois même contradictoires des nombreux acteurs. En outre, les importations représentent en même temps une source de recettes publiques non négligeable

Tables des matières

Avant-propos	i
Remerciements	ii
Résumé.....	iii
Tables des matières	xiii
Liste des tableaux.....	xviii
Liste des figures.....	xx
Liste des images	xxi
Liste des encadrés.....	xxii
Abréviations.....	xxiii
 1 Introduction	 1
1.1 Remarques préliminaires	1
1.2 Aperçu.....	2
 2 Le Bénin et sa filière avicole.....	 3
2.1 Le Bénin – Profil du pays	3
2.1.1 Le rôle de l’agriculture	3
2.1.2 Le rôle des importations de viande de poulet	4
2.2 Les politiques agricoles et commerciales.....	5
2.2.1 Aperçu des politiques agricoles continentales, régionales et nationales.....	5
2.2.2 La stratégie de développement du secteur de l’élevage au niveau continental, régional et national	7
2.2.3 Programmes et projets nationaux spécifiques pour la filière avicole	8

2.2.4	Les différences entre la politique de commerciale du Benin et du Nigeria	8
2.2.5	Le commerce transfrontalier informel entre le Bénin et le Nigéria	11
2.3	Les systèmes de production avicole et les CVA	11
2.4	Le marché et la consommation	13
2.5	Les déficits et questions de recherche	14
2.5.1	Le cadre politico-institutionnel.....	14
2.5.2	Les systèmes de production et les CVA	15
2.5.3	Les préférences de consommation et la concurrence	15
3	Cadre de l'étude.....	17
3.1	Cadre de recherche	17
3.1.1	Objectifs et analyse d'impact	17
3.1.2	Questions de recherche	18
3.2	Cadre conceptuel.....	19
3.2.1	Le marché.....	19
3.2.1.1	La segmentation du marché avicole	20
3.2.1.2	Élasticité-prix croisée et consentement à payer.....	21
3.2.2	Chaînes de valeur ajoutée (CVA)	21
3.3	Méthodologie.....	22
3.3.1	Composition de l'équipe de recherche.....	22
3.3.2	Approche méthodologique et choix des instruments	24
3.3.3	Analyse secondaire	25
3.3.4	Instruments quantitatifs.....	25
3.3.4.1	Échantillonnage.....	25
3.3.4.2	Entretiens à l'aide des questionnaires structurés	27
3.3.4.3	Expérience de choix	28
3.3.5	Instruments qualitatifs.....	31
3.3.5.1	Entretiens semi-structurés	31
3.3.5.2	Observation participante	32
3.3.5.3	Atelier multipartite final.....	32

4	Le cadre politico-institutionnel	34
4.1	Aspects politico-institutionnels.....	34
4.1.1	Structure et conditions politico-institutionnelles de la filière avicole	34
4.1.2	Les incertitudes de la coordination institutionnelle et les possibilités de coopération	37
4.1.3	Les défis de la filière avicole au niveau politico-institutionnel.....	38
4.2	Aspects de la politique du commerce international.....	39
4.2.1	Perception de l'impact des importations de poulet congelé au Bénin	39
4.2.2	La décision de limiter les importations	41
4.2.3	La marge de manœuvre dans le contexte des accords commerciaux	42
4.3	Discussion et conclusion : Le cadre politico-institutionnel.....	44
5	Les systèmes de production avicole et CVA au Bénin	48
5.1	Les systèmes de production avicole	48
5.1.1	Paramètres de production des exploitations avicoles.....	48
5.1.2	Caractéristiques sociodémographiques des aviculteurs.rice.s enquêté.e.s.....	51
5.1.3	Typologie des systèmes d'élevage	52
5.1.3.1	Typologie à l'aide des paramètres d'exploitation	52
5.1.3.1	Description des systèmes d'élevage suivant les caractéristiques des éleveur.euse.s	55
5.2	Les CVA, leurs acteurs et leur pertinence.....	56
5.2.1	Les Chaînes de Valeur Ajoutée (CVA)	57
5.2.2	Acteurs des CVA et leurs associations	57
5.2.2.1	Structuration de la CVA poulet moderne et réseau organisationnel	61
5.2.2.2	Structuration de la CVA poulet traditionnel et réseau organisationnel	62
5.2.3	Les défis de la filière avicole au niveau des CVA.....	63
5.3	Discussion et conclusion : La production avicole et les CVA au Bénin	64

6	Le marché, les préférences de consommation et la concurrence	70
6.1	Le marché	70
6.1.1	Les différents produits avicoles disponibles sur le marché béninois	71
6.1.1.1	Les différents types de produits et leur prépondérance	71
6.1.1.2	Les origines des produits.....	72
6.1.2	Les marchés avicoles	74
6.1.2.1	L'évolution de la filière	74
6.1.2.2	L'offre nationale issue de la production traditionnelle	75
6.1.2.3	L'offre nationale issue de la production moderne	76
6.1.2.4	La consommation nationale et l'offre nationale issue des importations.....	76
6.1.3	Les prix.....	77
6.1.4	Une compétition déloyale ?.....	80
6.2	Les groupes des consommateur.rice.s urbain.e.s, leurs préférences et critères d'achat	80
6.2.1	Les critères d'achat	81
6.2.2	L'effet des caractéristiques sociodémographiques sur les critères d'achat et les préférences	88
6.2.3	Les groupes de types de consommateur.rice.s	90
6.2.4	L'utilité des consommateur.rice.s.....	96
6.2.5	Le consentement à payer	98
6.3	La concurrence entre les différents produits avicoles.....	100
6.3.1	Comportement de substitution	100
6.3.2	Elasticité.....	101
6.3.3	L'écart entre les préférences déclarées et révélées	104
6.4	Discussion et conclusion : Le marché, les préférences de consommation et la concurrence	104
7	Analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM) de la filière avicole béninoise	112
7.1	Les Forces et Faiblesses (facteurs internes)	112
7.2	Les Opportunités et Menaces (facteurs externes)	117

8	Recommandations et options d'action	120
8.1	Recommdandations	120
8.2	Options d'action	130
9	Conclusion et perspectives	135
9.1	Le cadre politique et institutionnel.....	135
9.2	Les systèmes de production et CVA	136
9.3	Le marché, la consommation et la concurrence.....	136
9.4	Quel peut être l'avenir de la filière avicole béninoise ?	138
10	Bibliographie	139
11	Annexe	144
	Annexe 1 : Aperçu des méthodes utilisées	144
	Annexe 2 : Caractéristiques sociodémographiques des consommateur.rice.s	145
	Annexe 3 : Liste des participant.e.s à l'atelier final	147

Liste des tableaux

Tableau 1 : Engagements du Bénin dans le commerce mondial	10
Tableau 2 : Les principales organisations de l'État et de la société civile.....	35
Tableau 3 : Fonctions des acteurs des CVA poulet traditionnel et moderne.....	36
Tableau 4 : Typologie des systèmes de production de viande de poulet.....	53
Tableau 5 : Caractéristiques des éleveur.euse.s suivant les systèmes de production de viande de poulet	55
Tableau 6 : Les acteurs privés principaux des CVA.....	59
Tableau 7 : Description des différents types de produits de viande de poulet rencontrés sur le marché béninois.....	72
Tableau 8 : Répartition des différentes CVA rencontrés selon leurs origines	73
Tableau 9 : Pertinence moyenne des critères d'achat	82
Tableau 10 : L'utilité des consommateur.rice.s.....	97
Tableau 11 : Le consentement à payer*	98
Tableau 12 : L'élasticité-prix directe.....	101
Tableau 13 : L'elasticité-prix croisée.....	102
Tableau 14 : Elasticité-prix de la demande de la viande de poulet	102
Tableau 15 : Synthèse des Forces.....	115
Tableau 16 : Synthèse des Faiblesses	116
Tableau 17 : Synthèse des Opportunités	118
Tableau 18 : Synthèse des Menaces	119
Tableau 19 : Recommandation 1 : Financement/Assurance agricole	121
Tableau 20 : Recommandation 2 : Organisation des acteurs.....	122
Tableau 21 : Recommandation 3 : Formation/Sensibilisation.....	123
Tableau 22 : Recommandation 4 : Protection du marché intérieur.....	124
Tableau 23 : Recommandation 5 : Technologies.....	125
Tableau 24 : Recommandation 6 : Marketing.....	126
Tableau 25 : Recommandation 7 : Subvention.....	127
Tableau 26 : Recommandation 8 : Orientation politique de développement	128

Tableau 27 : Recommandation 9 : Réglementation/Contrôle.....	129
Tableau 28 : Différents scénarii du prix de poulet dans les centres urbains (en FCFA/kg).....	131

Liste des figures

Figure 1 : Matrice d'impact	18
Figure 2 : Constitution et hiérarchie de l'équipe de recherche.....	24
Figure 3 : Une possibilité de choix de l'expérience de choix.....	29
Figure 4 : Caractéristiques sociodémographiques des aviculteur.rice.s	51
Figure 5 : La CVA poulet moderne et ses liens organisationnels	61
Figure 6 : La CVA poulet traditionnel et ses liens organisationnels.....	63
Figure 7 : L'offre de viande de poulet sur le marché béninois selon origine	74
Figure 8 : La part du marché avicole dans les centres urbains	77
Figure 9 : Le prix de poulet dans les centres urbains (en FCFA)	78
Figure 10 : Préférences déclarées : Pertinence moyenne des critères d'achat.....	86
Figure 11 : Préférences révélées : Pertinence moyenne des critères d'achat.....	87
Figure 12: L'influence de l'âge sur les critères d'achat	89
Figure 13 : L'influence du revenu du ménage sur les critères d'achat	90
Figure 14 : Pertinence moyenne des critères d'achat : Les jeunes pragmatiques .	93
Figure 15 : Pertinence moyenne des critères d'achat : Les habitué.e.s attentionné.e.s.....	94
Figure 16 : Pertinence moyenne des critères d'achat : Les exigeant.e.s empêché.e.s	94
Figure 17 : Pertinence moyenne des critères d'achat : Alimentation saine	95
Figure 18 : La part du marché : Les jeunes pragmatiques.....	95
Figure 19 : La part du marché : Les habitué.e.s attentionné.e.s.....	96
Figure 20 : Les parts du marché avicole dans les centres urbains pour différents scénarii	132

Liste des images

Image 1 : L'équipe de recherche entière en réunion.....	23
Image 2 : Enquête d'un consommateur au marché Dantokpa, Cotonou.....	27
Image 3 : Les participant.e.s à l'atelier final en novembre 2020	33
Image 4 : Poulets dans une exploitation traditionnelle	50
Image 5 : Vendeuses de poulet traditionnel au marché St. Michel, Cotonou	70
Image 6 : Poulet local fraîchement découpé au marché St. Michel, Cotonou	75

Liste des encadrés

Encadré 1 : Dieudonné Tossou, aviculteur semi-moderne.....	49
Encadré 2 : Armelle Aplogan, avicultrice moderne	52
Encadré 3 : Nestor Ahlinvi, aviculteur traditionnel	54
Encadré 4 : La sécurité alimentaire	109

Abréviations

ABSSA	Agence Béninoise de Sécurité Sanitaire des Aliments
AGOA	African Growth and Opportunity Act
AJAM	Association des Jeunes Agriculteurs Modernes du Bénin
AMAB	Assurance Mutuelle Agricole du Bénin
ANAB	Association Nationale des Aviculteurs du Bénin
APE	Accord de Partenariat Économique
ATDA	Agence Territoriale de Développement Agricole
ATRADIPA	Association des Transformateurs et Distributeurs des Produits Avicoles du Bénin
CARDeR	Centres d'Actions Régionales pour le Développement Rural
CCIB	Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin
CEDEAO	Communauté Economique des États d'Afrique de l'Ouest
CVA	Chaîne de Valeur Ajoutée
DDAEP	Direction Départementale de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche
DE	Direction de l'Élevage
ECOWAP	<i>Economic Community of West African States Agricultural Policy</i>
ECOWAS	<i>Economic Community of West African States</i>
FAO	<i>Food and Agriculture Organisation of the United Nations</i> Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (ONUAA)
FCFA	Franc de la Communauté Financière en Afrique
GAPD	Groupement des Aviculteurs pour une Promotion Durable
GATT	<i>General Agreement on Tariffs and Trade</i> Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce
GIZ	<i>Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit</i> Agence Allemande de la Coopération Internationale
IAB	Interprofession de l'Aviculture du Bénin

XXIV Abréviations

kg	kilogramme
KOBERSIDE	Société coopérative agricole KOBERSIDE International
LCSSA	Laboratoire central de Contrôle de la Sécurité Sanitaire des Aliments
LiDeSA	<i>Livestock Development Strategy for Africa</i> Stratégie de développement du secteur de l'élevage en Afrique
MAEP	Ministre de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche
MIC	Ministère de l'Industrie et du Commerce
NEPAD	<i>New Partnership for Africa's Development</i> Nouveau Partenariat pour le Développement de l'Afrique
OMC	Organisation Mondiale du Commerce
ONG	Organisation Non-Gouvernementale
PMA	Pays les Moins Avancés
PADAB	Projet d'Appui au Développement de l'Aviculture au Bénin
PADAM	Projet d'Appui au Développement de l'Aviculture Moderne
PAFILAV	Projet d'Appui au Développement de la filière Lait et Viande
PAG	Programme d'Actions du Gouvernement
PARASEP	Projet d'Appui au Renforcement des Acteurs du Secteur Privé
PDA	Pôles de Développement Agricole
PDDAA	Programme Détaillé de Développement de l'Agriculture Africaine
PMA	Pays les Moins Avancés
PME	Petites et Moyennes Entreprises
PIB	Produit Intérieur Brut
PNB	Produit National Brut
PNDF	Programmes Nationaux de Développement des filières
PNIA	Plan National d'Investissement Agricole
PNIASAN	Plan National d'Investissements Agricoles et de Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle
PRIA	Programme Régional d'Investissement Agricole

ProCAD	Programme Cadre d'Appui à la Diversification Agricole
ProCIVA	Projet Centres d'innovations vertes pour le secteur agroalimentaire
t	tonne
TSA	Tout Sauf les Armes
UA	Union Africaine
UAC	Université d'Abomey-Calavi
UEMOA	Union Économique et Monétaire Ouest-Africaine
UE	Union Européenne
UFISAB	Union des Fournisseurs d'Intrants et de Services en Aviculture du Bénin
UNA	Université Nationale d'Agriculture
UNAP-B	Union Nationale des Aviculteurs Professionnels du Bénin
UP	Université de Parakou
USD	US-Dollars
SA	Société anonyme
SARL	Société à responsabilité limitée
SLE	<i>Seminar für Ländliche Entwicklung</i> Centre pour le Développement Rural
SLEC	Schéma de Libéralisation des Échanges de la CEDEAO
SPG	Schéma de Préférences Généralisées
SPS	<i>Sanitary and Phytosanitary Measures Agreement</i> Accord sur les mesures sanitaires et phytosanitaires
TEC	Tarif Extérieur Commun
ZLECAf	Zone de Libre-Échange du Continent Africain

1 Introduction

Le Centre pour le Développement Rural (Seminar für Ländliche Entwicklung, SLE) de l'Université-Humboldt de Berlin en coopération avec la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) a effectué ce projet de recherche sur les importations de viande de poulet au Bénin entre juin et décembre 2020. Il s'agissait notamment de mieux cerner les effets de ces importations sur le comportement et les préférences des consommateurs et ainsi sur le secteur avicole⁴ béninois, c'est-à-dire les aspects de la production et du marché avicole, et la recherche d'options d'action pour le renforcement de ce dernier.

Avec ce projet de recherche, nous avons entamé un véritable voyage au cœur de la filière avicole béninoise. Le présent chapitre se veut d'embarquer nos lecteurs afin de les amener dans les profondeurs de la matière par la suite pour partager nos bases conceptuelles et approches méthodologiques, nos résultats de recherche souvent prévisibles, des fois étonnants, mais surtout – nous l'espérons – riches et variés ainsi que les conclusions tirées par l'équipe de recherche ensemble avec une multitude d'acteurs de la filière avicole béninoise.

Quelques remarques préliminaires sont incontournables pour tout projet international en 2020, qui restera gravée dans nos mémoires comme une année marquée par une crise sanitaire sans précédent et donc par des incertitudes, la recherche de réponses aux défis et aussi l'exploration de solutions souvent innovantes pour pouvoir accomplir les tâches et terminer le projet à succès. Ensuite, un aperçu de ce qui attend les lecteurs terminera ce chapitre introductif.

1.1 Remarques préliminaires

Nous avons commencé à travailler sur ce projet à Berlin en juin 2020 avec une équipe de cinq jeunes chercheurs en études post-master en « *International Cooperation for Sustainable Development* » au SLE et une cheffe d'équipe expérimentée. Après deux mois de préparation à Berlin, il était prévu que cette équipe de six se déplace au Bénin pendant trois mois pour collecter les données sur le terrain et rédiger ce rapport. Mais dû à la crise sanitaire de Covid-19, le voyage n'a pas pu avoir lieu, et il fallait maintenant chercher des solutions afin de pouvoir avoir les données nécessaires pour accomplir le projet : L'approche tandem est née !

⁴ Pour alléger le présent rapport, nous comprenons par le terme « avicole » (produit, secteur, filière, marché etc.) exclusivement la viande de poulet. Ceci s'applique au rapport entier.

2 Introduction

C'est ainsi que l'équipe de six s'est vu agrandir de cinq autres chercheur.euse.s béninois.es et deux consultants – un à Berlin et un à Cotonou – pour pouvoir coordonner les travaux menés simultanément avec une équipe de désormais treize membres sur deux continents.

Au moment où ces remarques préliminaires sont rédigées, la préparation et la collecte des données ont été bouclées, l'atelier final s'est tenu avec succès et la rédaction du présent rapport est en train d'être terminée.

Il ne nous reste que souhaiter un bon voyage au cœur de la filière avicole béninoise à nos lecteur.rice.s !

1.2 Aperçu

Les premiers chapitres de ce rapport d'étude sont dédiés à l'introduction des lecteur.rice.s au contexte dans lequel l'étude est ancrée (chap. 2) et au cadre de l'étude (chap. 3).

Ensuite, les résultats de la recherche sont présentés et discutés dans les chapitres 4 à 6. Ils commencent par le cadre politico-institutionnel (chap. 4), puis passent par les systèmes de production et les CVA avicoles béninoises et les acteurs qui les font vivre (chap. 5) pour finir par le marché, les préférences des consommateur.rice.s et la concurrence entre les différents produits avicoles (chap. 6).

Ensuite, une analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM) de la filière est menée (chap. 7). Des recommandations et options d'action (chap. 8) et les conclusions et perspectives (chap. 9) constituent les chapitres finaux du présent rapport.

2 Le Bénin et sa filière avicole

Pour mieux comprendre la nécessité et la valeur de la présente étude, ce chapitre décrit la situation actuelle de la filière avicole béninoise. Un regard particulier est jeté sur le cadre politique, les CVA et systèmes de production ainsi que le marché et la demande. Les informations traitées dérivent de l'analyse secondaire de la littérature existante.

2.1 Le Bénin – Profil du pays

Le Bénin est un pays d'Afrique de l'Ouest avec une superficie de 114 760 km², ce qui correspond à environ un tiers de la taille de l'Allemagne. En 2019, le Bénin comptait 11,8 millions d'habitants, dont 42 % de moins de 14 ans et 52 % dans les zones rurales. La densité de la population est estimée à 102 habitants/km². Le taux de croissance annuel de la population est de 2,7 %. Le Bénin est classé par le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD) au 166^{ème} rang sur 187 pays selon l'Indice de Développement Humain (IDH) (MAEP, 2016 ; FAO, 2015 ; Kulla et al., 2020 ; PNUD, 2020).

En 2019, la croissance économique était légèrement inférieure à 7 %. La même année, le Produit National Brut (PNB) par habitant était de 1 250 US-Dollars (USD). Cependant, la moitié de la population béninoise dispose de moins de 1,90 USD/jour. Cela signifie qu'environ 6 millions de Béninois.es vivent en dessous du seuil de pauvreté (Banque Mondiale (BM), 2020). En 2009, 43 % des personnes travaillant dans le secteur primaire étaient touchées par la pauvreté (MAEP, 2016).

Sur le plan climatique, le pays peut être découpé en deux zones différentes et une zone de transition : le climat de type subéquatorial au sud avec deux saisons pluvieuses par an, et le climat de type tropical continental avec une saison pluvieuse au nord. Le centre du pays connaît un climat de transition qui s'apparente au climat sub-soudanien. La pluviométrie est de 700 à 1 300 mm/an (FAO, 2005).

2.1.1 Le rôle de l'agriculture

Le Bénin est un pays essentiellement agricole. L'économie du pays dépend fortement des ressources naturelles et de l'agriculture avec plus de 60 % de la population vivant de l'agriculture de subsistance (MAEP, 2016). Selon la FAO, environ 70 % de la population travaillaient dans le secteur agricole en 2015. Environ un tiers du Produit Intérieur Brut (PIB) est généré par l'agriculture (FAO, 2015 ; BM 2020). En outre, les exportations agricoles représentent 80 % des exportations totales du pays.

4 Le Bénin et sa filière avicole

En gros, les cultures les plus importantes en termes de production végétale sont, à part le coton, les produits maraîchers, le manioc, l'igname, le maïs et l'ananas. L'élevage de bovins, ovins, caprins, volailles et la pêche jouent également un rôle très important dans les activités agricoles (Kulla et al., 2020). Le sous-secteur de l'élevage contribue environ 6 % au PIB agricole (FAO, 2015). Environ 60 % de la population sont engagés dans l'élevage (FAO, 2015).

2.1.2 Le rôle des importations de viande de poulet

Le Bénin est un importateur net de viande de poulet, qui est un aliment abordable de plus en plus dominant dans les assiettes béninoises. Il est important de mentionner que la croissance des importations est trop élevée pour s'expliquer seulement par la consommation intérieure. En réalité, elle est liée à des réexportations informelles d'énormes quantités de poulet importé vers le Nigeria (Golub et Mbaye, 2019). Les importations ont augmenté considérablement depuis 1990.

Les défenseur.euse.s du commerce libre justifient les exportations des pays occidentaux par le fait que les pays d'Afrique de l'Ouest ne sont pas en mesure de répondre à la demande intérieure croissante de viande de volaille par la production nationale et postulent que cet échange est aussi bénéfique pour les pays importateurs.

Cependant, des voix s'élèvent au sein de la société civile, critiquant en particulier le remplacement de la production domestique de volaille dans les pays du Sud. Dans le contexte ouest-africain en particulier, ces effets socio-économiques négatifs sont médiatisés par diverses ONG, qui soulignent depuis des années ou même décennies les ravages faites par le poulet importé dans cette région (*Brot für die Welt*, 2017). Elles argumentent que le commerce est perturbé par des subventions et des préférences des consommateur.rice.s en Europe qui entravent une véritable compétition. Elles ont réussi à mettre le sujet sur l'agenda politique aussi en Europe, origine principale des exportations.

Toutes ces contributions à la littérature existante ont une attention particulière aux conditions d'ordre général : Concernant le cadre politico-institutionnel dans lequel le secteur avicole béninois se situe, la littérature suggère que les importations de poulet congelé en provenance des pays occidentaux pourraient constituer une menace pour la production locale de viande de poulet dans les pays d'Afrique de l'Ouest, mais qu'une interdiction de ces importations ne serait pas non plus la solution. Un ensemble de mesures politiques serait plutôt nécessaire pour

surmonter les différents défis que chaque pays doit relever afin de développer sa production intérieure (Rudloff et Schmieg, 2016).

2.2 Les politiques agricoles et commerciales

La filière avicole béninoise s'est développée dans le cadre des stratégies continentales et régionales établies pour renforcer le secteur agricole avec des initiatives spécifiques pour le secteur de l'élevage. L'aviculture est reconnue comme une filière à fort potentiel tant au niveau régional que national. La politique agricole est complémentée par la politique commerciale, qui a joué un rôle important dans le développement de la filière, notamment en ce qui concerne la question des importations. Ce chapitre aborde ces aspects.

2.2.1 Aperçu des politiques agricoles continentales, régionales et nationales

En 2003 à Maputo au Mozambique, l'Afrique à travers l'Union Africaine (UA) s'est dotée d'une stratégie globale de développement, dénommée « Nouveau Partenariat pour le Développement de l'Afrique » (NEPAD). Le volet agricole du NEPAD, le « Programme Détaillé de Développement de l'Agriculture Africaine » (PDDAA), est formulé pour servir de cadre d'intervention aux politiques et stratégies de développement de ce secteur sur l'ensemble du continent. Parmi les principales décisions de ce sommet, il y a la recommandation faite aux pays d'allouer au moins 10 % de leur budget au développement du secteur agricole et d'y atteindre un taux de croissance de 6 %. Les chefs d'État des pays africains ont renouvelé leurs engagements en faveur des principes et objectifs du PDDAA en 2014 à travers la Déclaration de l'UA dite Déclaration de Malabo (Guinée Equatoriale). L'accent a été mis sur la croissance et la transformation accélérées de l'agriculture en Afrique pour une prospérité équitable et de meilleures conditions de vie (Département Agriculture Environnement & Ressources en Eau de la CEDEAO (DAERE), 2017).

Le lancement du PDDAA en 2003 a conduit la Communauté Économique des États d'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) à inscrire le processus de sa Politique Agricole (*Economic Community of West African States Agricultural Policy*, ECOWAP) dans la dynamique continentale du PDDAA. Adoptée en janvier 2005 à Accra par les chefs d'État, cette politique régionale agricole de la CEDEAO constitue un cadre de référence et de convergence des politiques et programmes dans la région. Sa mise en œuvre s'appuie sur deux piliers essentiels : les 15 Plans Nationaux d'Investissement Agricole (PNIA) des pays membres et le Programme Régional

6 Le Bénin et sa filière avicole

d'Investissement Agricole (PRIA). Ils sont principalement centrés sur des investissements productifs et couvrent les différents sous-secteurs agricoles dont l'élevage (DAERE, 2017).

Dans ce contexte, le gouvernement actuel du Bénin a mis en place le Programme d'Actions du Gouvernement 2016-2021 (PAG). Celui-ci, dans son volet agriculture, met l'accent sur l'investissement pour une agriculture d'envergure. A cet effet, un Plan Stratégique de Développement du Secteur Agricole 2017-2025 (PSDSA) et son cadre de planification stratégique, le Plan National d'Investissements Agricoles et de Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle 2017-2021 (PNIASAN) ont été formulés et rendus opérationnels. Le PSDSA définit la politique agricole au Bénin, et avec le PNIASAN, les orientations de l'ECOWAP/PDDAA (MAEP, 2017) sont suivies. Le PSDSA spécifie 13 filières prioritaires au niveau national. La filière avicole est concernée par deux de ces 13 filières, à savoir la filière œufs de table (concerne exclusivement la filière avicole) et la filière lait et viande qui concerne toutes les viandes y compris la viande de volaille (MAEP, 2017).

L'une des réformes majeures accompagnant la mise en œuvre de ces politiques est l'approche filière et l'approche territoriale du développement agricole. Cela a conduit à la dissolution des six anciens Centres d'Actions Régionales pour le Développement Rural (CARDer), qui combinaient la double fonction de promotion des filières agricoles et du contrôle régalien dans leurs départements de couverture. A leur place ont été créés sept Pôles de Développement Agricole (PDA) avec les Agences Territoriales de Développement Agricole (ATDA) pour leur administration, et douze Directions Départementales de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche (DDAEP).

Les ATDA assurent un appui direct aux activités productives des filières et CVA spécifiques au niveau de chaque PDA dans les maillons production, transformation et commercialisation. Les DDAEP sont plus orientées à assurer le rôle régalien de l'État à travers un appui direct aux activités de réglementation et de contrôle ; en d'autres termes la surveillance, le contrôle, l'intervention et le suivi-évaluation. La création des PDA et des ATDA pour leur administration a induit des tendances à la spécialisation des PDA pour certaines filières ou CVA prioritaires. Cela va vers la prise de position de leadership de mise en œuvre des programmes spécifiques associés au développement des filières ciblées (PSDSA, 2017).

2.2.2 La stratégie de développement du secteur de l'élevage au niveau continental, régional et national

Le secteur de l'élevage dispose du potentiel de contribuer de manière significative à la croissance agricole et la transformation socio-économique énoncées dans la Déclaration de Malabo. L'importance de l'élevage est également évoquée dans la prise de conscience des décideurs africains de la nécessité d'améliorer la production animale afin de répondre à la hausse de la demande pour les produits d'origine animale due au nombre croissant des consommateurs africains en milieux urbains (UA-BIRA, 2015).

En effet, le Conseil exécutif lors de sa 24^{ème} session ordinaire tenue à Addis-Abeba en janvier 2014, a chargé la Commission de l'UA de diriger et de coordonner la formulation d'une Stratégie de développement du secteur de l'élevage en Afrique (*The Livestock Development Strategy for Africa*, LiDeSA) afin de revitaliser son potentiel sous-utilisé. La LiDeSA a pour objectif de transformer le secteur en vue d'améliorer sa contribution au développement socio-économique et à la croissance équitable (UA-BIRA, 2015). La mise en œuvre de la LiDeSA s'est traduite par la création de programmes sous-régionaux spécifiques selon l'importance de la filière animale dans les différentes régions de l'Afrique.

En Afrique de l'Ouest, l'aviculture est reconnue comme étant l'une des filières agroalimentaires les plus porteuses pour favoriser une croissance durable et engendrer une réduction de la pauvreté (Centre d'étude et de coopération internationale (CECI), 2020). Cela justifie les actions entreprises au niveau des instances sous-régionales pour le développement du secteur avicole. Notamment, l'Union Économique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA) a récemment lancé le programme sous-régional d'employabilité des jeunes et des femmes en aviculture, porté dans les pays membres par les organisations professionnelles avicoles telles que l'IAB au Bénin.

Au niveau national, la mise en œuvre du PSDSA s'appuie sur quatre programmes cadres spécifiques dont le Programme Elevage. Son objectif général est de développer les productions animales en améliorant la productivité et la production des produits animaux des filières prioritaires dont les volailles en promouvant et structurant équitablement les CVA.

2.2.3 Programmes et projets nationaux spécifiques pour la filière avicole

Pour les filières prioritaires en lien avec la production avicole, le gouvernement a développé, comme pour les autres filières prioritaires au niveau national, des Programmes Nationaux de Développement des Filières (PNDF). L'objectif général de ces PNDP est de contribuer à la sécurité alimentaire et nutritionnelle de la population et d'augmenter le volume et les recettes d'exportation à travers l'amélioration des niveaux de productions animales. On distingue ainsi le PNDP Œufs de table et le PNDP Lait et Viande.

Le PNDP Lait et Viande est exécuté sous la responsabilité de l'ATDA 2 avec pour objectifs spécifiques d'améliorer la productivité et la production des différentes espèces animales, de valoriser les CVA des filières lait et viande et d'augmenter les revenus des acteurs des deux filières.

Le PNDP Œufs de Table s'occupe, comme son nom l'indique, des œufs de consommation et est exécuté dans l'ATDA 7. Les objectifs spécifiques sont d'accroître la production des œufs de table, d'améliorer la compétitivité de la CVA œufs de table et de renforcer les capacités organisationnelles des acteurs (MAEP, 2018).

À ces deux PNDP majeurs dans la filière avicole décrits ci-dessus, on peut ajouter quelques projets intervenant dans la filière, notamment le Projet d'Appui au Développement des Filières Lait et Viande et à la Promotion des Entreprises d'Élevage (PRODEFILAV-PEL). Il est la continuité du PAFILAV, un projet mis en œuvre avec le soutien financier de la Banque Africaine de Développement. Le projet vise à promouvoir des exploitations et entreprises agricoles de production intensive de lait et de viande et des CVA lait et viande performantes et compétitives. En ce qui concerne la volaille, ce programme vise à organiser des campagnes de vaccination des volailles contre la maladie de Newcastle et à construire des marchés de volaille. Étant en train de finaliser la mobilisation du financement, ce projet sera exécuté sous la responsabilité de l'ATDA 2 avec ses zones d'intervention couvrant les PDA 2 et 4.

2.2.4 Les différences entre la politique de commerciale du Benin et du Nigeria

Le Bénin et le Nigeria font partie de la CEDEAO. La CEDEAO n'est pas reconnue par l'OMC comme une union douanière à part entière, comme c'est le cas avec l'UE, car elle ne respecte pas le « Principe de Pratique Libre » (*Free Practice Principle*).

Pour cela, chaque pays membre a des taux de droits consolidés différents qui ont été négociés au temps de son adhésion à l'OMC (Hollinger et Staatz, 2015).

Dans le cadre de la CEDEAO, le Bénin, le Nigeria et les autres membres de la communauté ont établi un agenda commercial commun afin de réaliser l'intégration régionale. Pour cela, ils ont créé deux instruments : le Schéma de Libéralisation des Échanges (SLEC) et le Tarif Extérieur Commun (TEC) de la CEDEAO. Dans le cas du poulet congelé, le TEC qui devrait être appliqué par tous les pays membres de la communauté est de 35 %. En réalité, cependant, le Bénin applique ce tarif, tandis que le Nigeria a imposé une quasi-interdiction d'importation de viande de poulet depuis le début des années 2000. Et ceci n'est qu'un petit exemple des différences entre les deux pays en matière de politique commerciale.

Ces différences remontent à très longtemps et couvrent d'autres secteurs que celui de la volaille. Dès 1989, le Bénin a adopté une politique commerciale ouverte. En contraste, le Nigeria a adopté une politique protectionniste et une stratégie de substitution des importations peu après son indépendance en 1960 afin de développer sa propre production (Bensassi et al., 2016). Golub et Mbaye (2019) affirment même que le Bénin a adopté une stratégie de développement basé sur la fonction d'État-entrepôt depuis 1973. Les auteurs avertissent qu'en raison de l'importance des revenus que le Bénin tire du commerce informel avec le Nigeria, le pays est très vulnérable aux chocs macroéconomiques et aux fermetures de frontières de la part du Nigeria, comme cela a été le cas récemment⁵.

Les différences ont également été constatées lors des négociations du TEC-CEDEAO. Une des motivations de l'adoption du TEC-CEDEAO était que sa mise en place est une condition préalable à la signature de l'Accord de Partenariat Économique (APE) communautaire avec l'UE. Le TEC-CEDEAO a remplacé le TEC de l'UEMOA qui avait quatre bandes tarifaires, la plus élevée étant de 20 %. En réponse aux demandes de protection accrue de certains membres de la CEDEAO comme le Nigeria, qui a demandé une cinquième bande tarifaire de 50 %, une nouvelle bande de 35 % pour les marchandises spécifiques destinées au développement a été intégrée (Hollinger et Staatz, 2015).

Les négociations sur l'APE ont été longues et ont révélé d'importantes différences d'intérêts entre les pays membres de la CEDEAO. Krapohl et Van Huut (2020)

⁵ En août 2019, le Nigeria a fermé unilatéralement ses frontières avec les pays voisins. Cependant, l'effet escompté – une relance de l'économie nationale – ne s'est toutefois pas concrétisé. En décembre 2020, les frontières ont été rouvertes.

10 Le Bénin et sa filière avicole

expliquent les facteurs qui rendent difficile l'équilibre des différents intérêts entre les membres et de négocier en bloc. Il s'agit, par exemple, des différents régimes commerciaux auxquels chaque membre est confronté lorsqu'il exporte vers l'UE. Parmi les pays d'Afrique de l'Ouest, 11 des 15 pays ont le statut de Pays les Moins Avancés (PMA) et bénéficient donc d'un traitement préférentiel dans le cadre de l'initiative « Tout sauf les armes » (TSA), tandis que d'autres n'ont pas ce statut. Les non-PMA en Afrique de l'Ouest sont le Cap-Vert, la Côte d'Ivoire, le Ghana et le Nigeria. De ces quatre pays, le Ghana et la Côte d'Ivoire ont signé un APE intérimaire bilatéral avec l'UE, qui est entré en vigueur en 2016.

Tableau 1 : Engagements du Bénin dans le commerce mondial	
OMC / GATT Depuis 1996/1963	- Pays les Moins Avancés (PMA), consolidation de droits - Initiative de l'UE : « Tout sauf les Armes » (TSA) - États-Unis : « <i>African Growth and Opportunity Act</i> » (AGOA)
UEMOA Depuis 1994	- TEC-UEMOA (2000-2015) : 20 % pour la viande de poulet
CEDEAO Depuis 1975	- TEC-CEDEAO (appliquée depuis 2015 au Bénin) : 35 % pour la viande de poulet - SLEC : toute marchandise provenant de la CEDEAO est censée circuler en franchise de droits dans la région - Harmonisation de la Taxe sur la Valeur Ajoutée (TVA)
ZLECAf Depuis 2019	- Est entré en vigueur le 30 mai 2019 pour les 24 pays qui ont déposé leurs instruments de ratification à ce jour - Le 5 février 2021, 36 pays ont déposé leurs instruments de ratification, le Bénin n'est pas parmi eux. - Le début des échanges commerciaux dans l'accord de la ZLECAf a commencé le 1^{er} janvier 2021.
APE EU-CEDEAO (plus Mauritanie)	- Non encore en vigueur - Signé en 2014 par le Bénin et 10 autres pays. Aujourd'hui, le Nigeria est le seul pays n'ayant pas signé l'accord. - Il n'y aura pas de réduction des droits de douane pour la viande de poulet congelée
Source: Propre illustration	

Bien que les pays non-PMA bénéficient également d'avantages au titre du Schéma de Préférences Généralisées (SPG) ou sa version plus favorable, le SPG+, ces avantages sont plus limités que ceux accordés aux PMA. En conséquence, il se pourrait que les non-PMA aient intérêt à signer l'APE pour accéder au marché

européen, pendant que les PMA n'ont pas le même intérêt, craignant des problèmes de concurrence que cela pourrait entraîner par exemple pour les producteurs locaux.

Une autre différence vient des préférences accordées à certains types de produits : le pétrole brut et le gaz par exemple ne sont pas soumis à des droits de douane, car leur importation est dans l'intérêt de l'UE. Si la plupart des exportations d'un pays tombent sous cette catégorie, il n'est pas nécessaire que le pays signe l'APE pour exporter vers l'UE. Ce dernier serait le cas du Nigeria, dont 96 % des exportations vers l'UE sont en franchise de droits (Krapohl et Van Huut, 2020).

2.2.5 Le commerce transfrontalier informel entre le Bénin et le Nigeria

Le Bénin est un importateur majeur de poulet congelé parmi les pays d'Afrique de l'Ouest. Ceci est liée au commerce transfrontalier informel avec le Nigeria. La FAO (2015) estime qu'environ 80 % des importations de poulet au Bénin sont réexportées vers ce pays. Golub et Mbaye (2019) considèrent que les différences politiques expliquées plus tôt dans ce chapitre sont à l'origine du commerce transfrontalier informel.

Cette activité, en effet, a une structuration institutionnelle très bien organisée et établie. Habituellement, ce sont de grandes entreprises officielles qui importent légalement des produits. En contraste, la distribution est généralement effectuée par de petits opérateurs informels ou semi-formels (Golub et Mbaye, 2019).

Le commerce transfrontalier génère des revenus pour l'État. Golub et Mbaye (2019) estiment que la valeur ajoutée qu'il génère par la commercialisation et la distribution (y compris les recettes fiscales) des produits (importations, mais principalement réexportation) équivaut à 20 % du PIB du Bénin. La valeur ajoutée générée par le poulet congelé équivaut à 50% de sa valeur d'importation.

C'est dans ce contexte que le Bénin s'est positionné comme l'un des plus grands importateurs de viande de poulet congelée ces dernières années. La manière dont cette situation influence le développement de la filière avicole sera examinée plus tard dans ce rapport (voir chap. 4).

2.3 Les systèmes de production avicole et les CVA

La viande de volaille est l'un des produits d'origine animale les plus consommés à l'échelle mondiale et le principal moteur de la croissance de la production mondiale de viande. La consommation de ce produit n'a cessé d'augmenter ces

12 Le Bénin et sa filière avicole

dernières années. Cela est particulièrement le cas dans les pays du Sud, où la consommation est en constante augmentation et où la viande de volaille comme source de protéines gagne en importance. Des facteurs tels que la croissance démographique, l'urbanisation et l'augmentation de revenus dans les pays en développement ont favorisé cette tendance. Dans les années à venir, la demande de viande de volaille devrait continuer à augmenter.

Le Bénin n'est pas resté indifférent à cette tendance mondiale. En fait, la demande augmente, surtout dans le sud du pays, en raison de l'évolution des niveaux de revenus et de l'urbanisation en cours. Bien que la consommation de viande soit encore majoritairement réservée aux groupes à revenus moyens et supérieurs, l'importance de la consommation de viande de volaille pour la sécurité alimentaire des groupes à faibles revenus augmente également. En réponse à cette demande croissante, la production a également augmenté ces dernières années. En fait, la viande de poulet est la deuxième viande la plus produite, derrière le bétail, avec une production moyenne de 11 725 t de viande par an pour la période de 2013 à 2015, ce qui représentait 18 % de la viande produite au niveau national (MAEP, 2017).

Dans ce contexte, le gouvernement, dans le but de contribuer à la sécurité et à la souveraineté alimentaires du pays, a fixé comme objectif une croissance de 113 % par rapport à la production moyenne de 2013 à 2015 jusqu'en 2021. Pour concrétiser les efforts, le gouvernement, à travers le MAEP, a mis sur pied des orientations politiques et des projets spécifiques pour développer le secteur.

On trouve en gros deux systèmes différents de production avicole : d'une part l'aviculture villageoise ou traditionnelle, et d'autre part l'aviculture moderne ou commerciale. Nombre d'élevages constituent un mélange de ces deux systèmes.

La large majorité des 550 000 ménages ruraux sont engagés dans l'élevage traditionnel de poulets qu'on appelle « poulets bicyclette ». Cet élevage est de type extensif et, en général, couvre principalement les besoins nutritionnels des familles et permet accessoirement d'obtenir des revenus en espèces grâce aux ventes sur les marchés locaux.

Le système moderne d'élevage de volaille est représenté par 650 producteurs.rices en 2015 (Gerold et al., 2015). Ce type d'élevage semi-intensif ou intensif se fait essentiellement dans les zones périurbaines du sud du Bénin, s'appuie principalement sur des races importées et utilise des intrants de source importée ou nationale (Union Nationale des Aviculteurs Professionnels du Bénin (UNAP-B), 2008).

En ce qui concerne les CVA, plusieurs études ont été menées sur la filière avicole béninoise (Gerold et al., 2015 ; FAO, 2015, Ibrahima, 2019). Ces études indiquent l'existence de deux principales CVA au Bénin qui correspondent aux deux systèmes de production décrits plus haut : la CVA poulet traditionnel et la CVA poulet moderne. Il convient de noter l'existence d'une partie d'une autre CVA distincte au Bénin, à savoir la CVA poulet importé.

Ce sont les producteur.rice.s et les commerçant.e.s qui fournissent les nombreux segments du marché avec la gamme des différents produits avicoles, mais les réseaux et la pertinence des acteurs sont différents pour chaque CVA. Selon les recherches existantes, on peut dire que la CVA poulet moderne est beaucoup plus étendue et mieux structurée que celle du poulet traditionnel. Les processus allant du poussin à l'assiette, c'est-à-dire de la production primaire au consommateur.rice final.e, sont également mieux ficelés dans la CVA poulet moderne que dans le CVA poulet traditionnel.

La littérature disponible (Assante-Addo et Weible, 2019) indique que les produits à base de viande de poulet proposés sur les marchés ouest-africains peuvent être distingués en trois types différents. Le poulet congelé importé est vendu sous forme plumé, en entier ou déjà découpé en morceaux et se distingue par ces caractéristiques du poulet local (traditionnel et moderne), qui est principalement vendu vivant et abattu lors de l'achat sur les marchés locaux.

2.4 Le marché et la consommation

La viande de poulet importée est comparativement moins chère. Mais bien que le prix soit un critère d'achat central, d'autres paramètres de qualité influencent le comportement des consommateur.rice.s. Des enquêtes au Ghana et au Nigeria montrent que les décisions d'achat sont également fondées sur des attributs non liés au prix, tels que la commodité, la fraîcheur et l'origine du produit (Woolverton et Frimpong, 2013). Les auteur.rice.s soulignent que les consommateur.rice.s ghanéen.ne.s urbain.e.s préfèrent la viande de poulet importée pour des simples raisons de commodité. Sa facilité de préparation est en phase avec l'évolution du mode de vie urbain et, outre les avantages en termes de temps et de commodité, offre également la possibilité de ne sélectionner que certains morceaux de viande et donc des quantités de viande plus faibles par rapport à un poulet entier vivant.

Sodjinou et al. (2015) montrent à cet égard dans la zone rurale du nord du Bénin que si certains groupes de consommateur.rice.s préfèrent la viande déjà découpée, d'autres préfèrent acheter l'animal vivant pour le sélectionner en fonction de certaines caractéristiques telles que la couleur du plumage, l'état de santé, la

14 Le Bénin et sa filière avicole

viande, le sexe et l'âge du poulet. De l'autre côté, la viande de poulet local est préférée en raison de son goût et de son origine. Asante-Addo et Weible (2019) montrent que les consommateur.rice.s urbain.e.s ghanéen.ne.s sont prêt.e.s à payer plus pour le poulet domestique, alors que leurs préférences varient selon les segments et sont largement influencées par leur attitude envers la nourriture. Sodjinou et al. (2015) montrent que les consommateur.rice.s préfèrent des oiseaux plus charnus de races traditionnelles au plumage blanc et d'un âge compris entre six et douze mois. Leur préférence pour le plumage blanc, qui est le plus courant pour les races exotiques, pourrait davantage entraver la conservation des races indigènes, qui sont généralement de couleur brune ou noire (Sodjinou et al., 2015).

En outre, les attitudes et les perceptions sont des facteurs clés qui influencent la consommation de viande de poulet (Asante-Addo et Weible, 2020) : Les consommateur.rice.s perçoivent la viande de volaille produite localement comme étant plus saine et plus fraîche. Toutefois, la littérature indique également que les élites urbaines préfèrent la viande de poulet importée, qui est proposée au supermarché et donc dans ce cas plus chère, car elles ont davantage confiance en sa qualité hygiénique (Woolverton et Frimpong, 2013).

2.5 Les déficits et questions de recherche

Le MAEP (2017) évoque une « absence d'études de marché ». Sur la base des conclusions de la littérature existante, il est clair que toute analyse plus approfondie du marché de la volaille au Bénin nécessite une approche différenciée. Une analyse approfondie de la filière avicole béninoise s'impose, comprenant un examen du cadre politico-institutionnel, des CVA et de la production, des préférences des consommateur.rice.s et de la concurrence entre les différents produits avicoles.

2.5.1 Le cadre politico-institutionnel

Dans une première étape, il convient d'identifier le cadre politique et institutionnel dans lequel la filière avicole béninoise évolue. Serait-il possible pour un petit pays comme le Bénin de se rendre compétitif dans le cadre institutionnel commercial international dont il fait partie ? Et quelle est la marge de manœuvre pour l'État béninois de protéger ses producteur.rice.s dans ce contexte ? Quels sont les développements politiques les plus souhaités considérant les caractéristiques de sa population, de ses consommateur.rice.s et producteur.rice.s ?

Il est nécessaire de mener une revue critique de la littérature qui identifie le cadre politico-institutionnel pertinent pour la filière avicole béninoise, notamment dans les domaines de la politique agricole et commerciale, afin de mieux

comprendre le contexte et identifier les possibilités de renforcement de la filière. La littérature actuelle sur cet aspect spécifique est assez limitée. Ainsi, l'un des objectifs de cette étude est de contribuer aux connaissances dans ce domaine.

2.5.2 Les systèmes de production et les CVA

Ce projet de recherche répond à certains déficits de recherche en matière du paysage des acteurs et organisations professionnelles des deux CVA locales, à savoir la CVA poulet traditionnel et la CVA poulet moderne, y compris le rôle et le statut des femmes et des jeunes. Une approche de la recherche axée sur les CVA dans l'analyse de la filière avicole et un regard particulier sur les systèmes de production avec leurs paramètres spécifiques peuvent donc aider à boucher ces déficits de recherche. Une partie de l'étude porte sur les systèmes béninois de production de viande de poulet et sur la description des paramètres d'exploitation.

Des études déjà publiées montrent comment les interventions sur la volaille contribuent aux moyens de subsistance des ménages ruraux. Les enquêtes anthropologiques et socioéconomiques soulignent que la production de viande de volaille, lorsqu'elle est soutenue par des microcrédits, devient une activité d'importance économique pour les petit.e.s agriculteur.rice.s béninois.e.s et peut donc être considérée comme un pilier de la sécurité alimentaire pour les ménages (Thomsen *et al.*, 2005). Cependant, il y a une insuffisance dans la littérature spécifiquement sur le Bénin et ses paramètres opérationnels des systèmes de production traditionnels et modernes. Cette étude examine donc la filière avicole béninoise aussi du point de vue des producteur.rice.s afin de dresser un tableau aussi complet que possible de la filière.

2.5.3 Les préférences de consommation et la concurrence

Concernant les préférences, la littérature actuelle soit n'examine que la viande de poulet produite de manière traditionnelle, soit compare la viande de poulet local à la viande de poulet importée, sans faire une distinction entre la production traditionnelle et moderne. Bien que des études sur les préférences pour le poulet traditionnel dans les zones rurales du Bénin ont été menées, les préférences de la population urbaine restent inexplorées. Sur la base de la littérature disponible, il est donc clair que cette analyse des préférences des consommateur.rice.s au Bénin nécessite une approche différenciée selon des critères socio-démographiques qui fait la distinction entre la viande de poulet issue de la production traditionnelle et celle issue de la production moderne et celle importée.

En raison de la consommation croissante, il est également de plus en plus urgent d'étudier les préférences des consommateurs en ce qui concerne les différentes caractéristiques des produits et les paramètres sous-jacents de leurs décisions d'achat. En outre, cette étude contribue à la littérature scientifique en examinant les perceptions de différents groupes concernant les aspects liés à l'hygiène et à la santé des différents produits avicoles. En d'autres termes : Quels groupes socio-démographiques homogènes consomment quel type de poulet et pour quelles raisons ?

Bien que des analyses de marché et des études sur le comportement des consommateurs en Afrique de l'Ouest ont été réalisées, la littérature ne s'accorde pas sur le fait que la viande de poulet importée soit un bien complémentaire ou substituable à la production nationale dans le contexte béninois. Si les viandes de volaille importées sont susceptibles de remplacer les produits nationaux, le développement de la filière avicole et donc sa compétitivité pourraient être entravés en raison des prix nettement plus bas des produits importés si la politique d'importation du Bénin reste inchangée. La présente étude essaie de répondre à cette question si et comment les produits avicoles issus des différents systèmes de production sont en concurrence.

3 Cadre de l'étude

Ce chapitre présente le cadre de recherche, le cadre conceptuel et la méthodologie de la recherche.

3.1 Cadre de recherche

Cette section donne un aperçu de l'approche de recherche et présente les objectifs de l'étude, l'impact souhaité ainsi que l'utilité et l'utilisation possibles des résultats. Il aide à comprendre comment la question des importations de viande de poulet depuis l'occident peut être étudiée et comprise du point de vue du marché béninois.

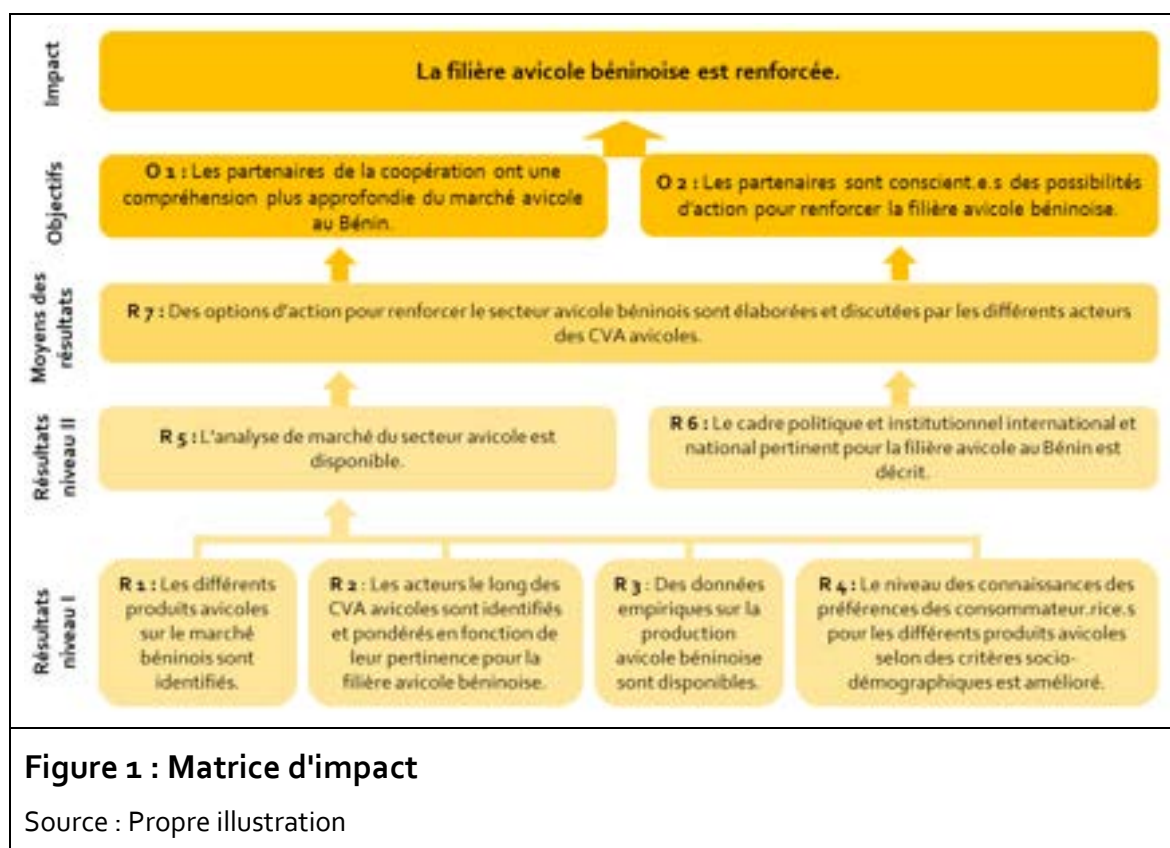
3.1.1 Objectifs et analyse d'impact

L'étude des avantages et des inconvénients potentiels des importations de viande de volaille au Bénin a été menée dans une perspective nationale en tenant compte du contexte spécifique du pays et des conditions régionales et mondiales.

Pour une meilleure compréhension de l'impact du projet de recherche, il est important de considérer les facteurs dont il dépend. La matrice d'impact (voir fig. 1) illustre les produits et les résultats du projet de recherche qui peuvent conduire à l'impact. Les résultats sont en relation de cause à effet. Concrètement, cela signifie que les résultats du premier niveau permettent des analyses consécutives et mènent aux résultats du deuxième niveau et ainsi de suite.

Les résultats du premier niveau définissent les conclusions de la recherche de base et fournissent une vue d'ensemble des produits avicoles béninois disponibles sur le marché, une meilleure compréhension des acteurs impliqués dans les CVA avicoles, des connaissances sur les systèmes de production locaux et un aperçu des préférences des consommateurs de viande de poulet selon des critères socio-démographiques. Les résultats du deuxième niveau présentent une analyse approfondie du marché avicole béninois d'une part, et d'autre part une description du paysage politico-institutionnel international et national.

Les moyens de résultats sont des résultats du troisième niveau qui découlent d'un processus participatif, car ils reposent sur l'interaction des différents acteurs de la filière avicole béninoise pour la formulation des recommandations et des options d'action.



Les objectifs décrivent l'effet que le projet de recherche peut avoir, c'est-à-dire l'utilisation des différents résultats par les utilisateurs ciblés. Le premier objectif vise à transférer la connaissance des résultats de recherche aux partenaires de coopération. Le deuxième vise à assurer que ces partenaires connaissent les recommandations et options d'action proposées par la présente étude.

3.1.2 Questions de recherche

Les questions de recherche suivantes ont été développées afin de trouver des solutions au problème principal, qui a été défini comme suit :

« La filière avicole béninoise n'est pas compétitive face aux importations, ce qui empêche les CVA avicoles nationales de se développer ».

La première question cible les conditions cadres dans lequel l'aviculture béninoise évolue.

- Quelles conditions cadres politiques et institutionnelles nationales et internationales sont pertinentes pour la filière avicole béninoise ?

La question suivante vise à bien caractériser et mieux comprendre le paysage des produits.

- Quels sont les différents produits avicoles disponibles sur le marché béninois ?

Les informations sur la filière avicole béninoise sont recueillies afin d'identifier les acteurs le long des différentes CVA avicoles et sur les différents systèmes de production pour répondre aux questions suivantes du côté de l'offre.

- Quels sont les acteurs impliqués dans les CVA avicoles et quelle est leur pertinence ?
- Comment les différents systèmes de production de la filière avicole se caractérisent-ils en termes de paramètres d'exploitation ?

Une connaissance approfondie des préférences des consommateur.rice.s permet d'apporter une réponse à la question suivante sur la demande.

- Dans quelle mesure les préférences et les paramètres de qualité des produits avicoles peuvent-ils être attribués à des groupes socio-démographiques homogènes de consommateur.rice.s ?

Toutes les questions de recherche précédemment présentées contribuent à répondre à la prochaine question qui cherche à évaluer la concurrence entre les différents produits avicoles sur le marché national.

- Dans quelle mesure les différents produits avicoles sont-ils en concurrence les uns avec les autres ?

Les réponses aux questions précédentes ouvrent la brèche à la dernière dernière question de recherche.

- Quelles sont les options d'action possibles pour renforcer la filière avicole béninoise ?

3.2 Cadre conceptuel

Le cadre conceptuel du marché unit le côté des producteur.rice.s avec celui des consommateur.rice.s et permet une analyse compréhensible. Dans cette section, les concepts clés qui constituent l'assise conceptuelle de notre recherche sont présentés.

3.2.1 Le marché

Nous comprenons le marché comme un endroit physique ou virtuel où se confrontent l'offre et la demande de produits pour former des prix. La théorie de l'offre et de la demande est fondamentale en microéconomie et décrit comment des vendeur.euse.s (offreur.euse.s) et acheteur.euse.s (demandeur.euse.s)

s'influencent mutuellement pour déterminer le prix et les quantités de transaction (la main invisible). Il s'agit d'une définition microéconomique basée sur au moins un objet d'échange qui passe d'une main à une autre (Mankiw, 2010).

L'offre est la quantité de produits en vente sur le marché. Dans la définition microéconomique, les ménages (consommateur.rice.s) choisissent les biens afin de maximiser leurs utilités (Mankiw, 2010). L'utilité est une mesure de la satisfaction d'un ménage qui nous aide à comparer leurs différents niveaux de satisfaction qu'il dérive des différents produits. Seulement l'ordre des valeurs d'utilité nous laisse tirer des conclusions sur quel produit est préféré par rapport à un autre produit alors que leurs valeurs totales n'ont pas de signification. Les consommateur.rice.s vont choisir le produit sur la courbe d'utilité qui touche leurs contraintes budgétaires au point le plus haut afin de maximiser son utilité. Au total, la demande est la quantité de produits qui procure le plus d'utilité aux consommateur.rice.s sous les contraintes de leurs budgets.

3.2.1.1 La segmentation du marché avicole

Dans notre cas, de diverses catégories de produits de viande de poulet sont échangés, notamment :

- a. des produits de poulet congelé importé ;
- b. des produits de poulet local traditionnel ;
- c. des produits de poulet local moderne.

La littérature suggère que toutes ces catégories de viande de poulet sont demandées par différentes catégories de consommateur.rice.s, qui font partie des groupes sociodémographiques différents. Ainsi, les producteur.rice.s et les consommateur.rice.s se rencontrent sur le marché pour des transactions des produits avicoles.

Notre compréhension de la segmentation du marché est basée sur l'hypothèse que le marché est divisé en plusieurs groupes sociodémographiques, qui sont des segments d'acheteur.euse.s qui doivent être aussi similaires (homogènes) que possible en termes de comportement d'achat dans le même groupe. Par rapport aux autres groupes, ils doivent être aussi dissemblables (hétérogènes) que possible (*Gabler Wirtschaftslexikon*, 2020).

Cette dissemblance est liée aux différentes préférences et attentes par rapport aux paramètres de qualité. Des facteurs comme par exemple le genre, l'âge, l'état civil, les revenus ou des combinaisons de ceux-ci sont utilisés pour former les segments (Rankl, 2013). L'objectif principal habituel de la segmentation du marché

est de découvrir, par exemple, les différences entre les acheteurs afin de tirer des conclusions pour des programmes spécifiques de marketing. Plus important pour notre étude, la segmentation permet d'identifier des options politiques pour activement intervenir afin de par exemple renforcer certains segments du marché (*Gabler Wirtschaftslexikon*, 2020). La connaissance de la segmentation sociodémographique du marché avicole est une étape importante pour analyser le marché en plus de détail et, par exemple, déterminer le consentement des consommateur.rice.s à payer pour des différents produits avicoles.

3.2.1.2 Élasticité-prix croisée et consentement à payer

Pour pouvoir tirer des conclusions sur l'ensemble des produits, en particulier la concurrence entre eux, on va utiliser l'**élasticité-prix croisée**. L'élasticité-prix croisée mesure la sensibilité de la demande d'un bien par rapport aux variations du prix d'un autre bien, *ceteris paribus* (Houssas, 2011). On suppose qu'une augmentation du prix X (par exemple de la viande de poulet importé) diminue la demande pour le produit X et augmente la demande pour le produit Y (par exemple pour le poulet traditionnel) si les deux produits X et Y sont concurrents. En même temps, une diminution du prix X causera une augmentation de la demande pour le même produit X et une diminution de la demande pour le produit Y.

L'élasticité-prix croisée nous montre les changements de la demande pour les (trois) différentes catégories de produits après un changement du prix d'un de ces produits, un comportement aussi connu comme comportement de substitution.

Le **consentement à payer** nous indique quels montants les consommateur.rice.s sont prêt.e.s à dépenser au maximum pour un certain produit (MBN, 2020). Il permet de chiffrer la valorisation des consommateur.rice.s pour les différents produits. Le consentement à payer par segment sociodémographique peut être reformulé en opportunités pour la filière avicole. Avec ces données, les producteur.rice.s peuvent mieux cibler des segments spécifiques et augmenter en même temps le surplus des producteur.rice.s et des consommateur.rice.s.

3.2.2 Chaînes de valeur ajoutée (CVA)

Les différentes catégories de produits avicoles forment – selon notre définition – chacune une CVA. Selon Kaplinsky et Morris (2001), une CVA est définie comme l'ensemble des activités nécessaires pour amener un produit ou un service depuis sa conception jusqu'à sa livraison aux consommateur.rice.s finaux.ale.s en passant par les différentes phases de production (impliquant une combinaison de transformation physique et l'apport de divers services des producteur.rice.s).

22 Cadre de l'étude

L'approche CVA est un instrument utilisé notamment dans la coopération internationale au développement, par exemple par la GIZ et la FAO. L'objectif d'une approche de la promotion des CVA est d'améliorer et de renforcer la valeur ajoutée locale ou régionale dans le cadre de la valeur ajoutée totale d'un produit agricole (Kaplan et al., 2016). La théorie des CVA et de leur promotion fournit le cadre de l'objectif de l'étude, qui consiste à identifier les acteurs clés le long des différentes CVA avicoles et à analyser leur pertinence dans ce domaine.

Selon l'approche utilisée par la GIZ, une analyse complète d'une CVA est composée de plusieurs méthodes (GTZ, 2007). Étant donné que cette analyse a été utilisée dans cette étude plutôt comme une approche de recherche d'accompagnement, l'analyse des CVA se limite dans ce cas à la cartographie des acteurs par maillon et des organisations sous la forme d'une chaîne et d'un réseau, et à l'analyse qualitative des maillons et de leur importance, qui est complétée par des résultats quantitatifs.

3.3 Méthodologie

Cette section illustre la conception de la recherche et des méthodes pour répondre aux questions de recherche. Un aperçu des méthodes utilisées pour répondre aux différentes questions de recherche se trouve en annexe 1.

3.3.1 Composition de l'équipe de recherche

Comme mentionné dans la section 1.1, l'équipe de recherche était initialement constitué de cinq chercheur.euse.s – tou.te.s des étudiant.e.s en post-master du SLE – et d'une cheffe d'équipe.

Après une phase préparatoire de deux mois, dédiée au développement du concept de recherche à Berlin, l'équipe devrait se rendre au Bénin pour effectuer la recherche sur le terrain pendant environ deux mois et demi.

L'apparition du nouveau coronavirus a bouleversé ce plan initial rendant impossible le déplacement de l'équipe. Ainsi, il fallait trouver une solution pour pouvoir assurer la collecte de données de bonne qualité en grande quantité, l'échantillon minimal de consommateur.rice.s à enquêter étant de 300 pour avoir des résultats représentatifs. Déjà au début des travaux, les chercheur.euse.s avaient chacun.e pris la responsabilité pour une question de recherche spécifique. Ce fait s'avérait comme un coup de chance, car la solution trouvée était de monter une nouvelle équipe de cinq chercheur.euse.s au Bénin, dont chaque membre travaillait en « tandem » avec un membre de l'équipe initiale de Berlin sur une

question de recherche spécifique. Ainsi, chaque question de recherche avait au final deux responsables, un.e en Allemagne et un.e au Bénin.

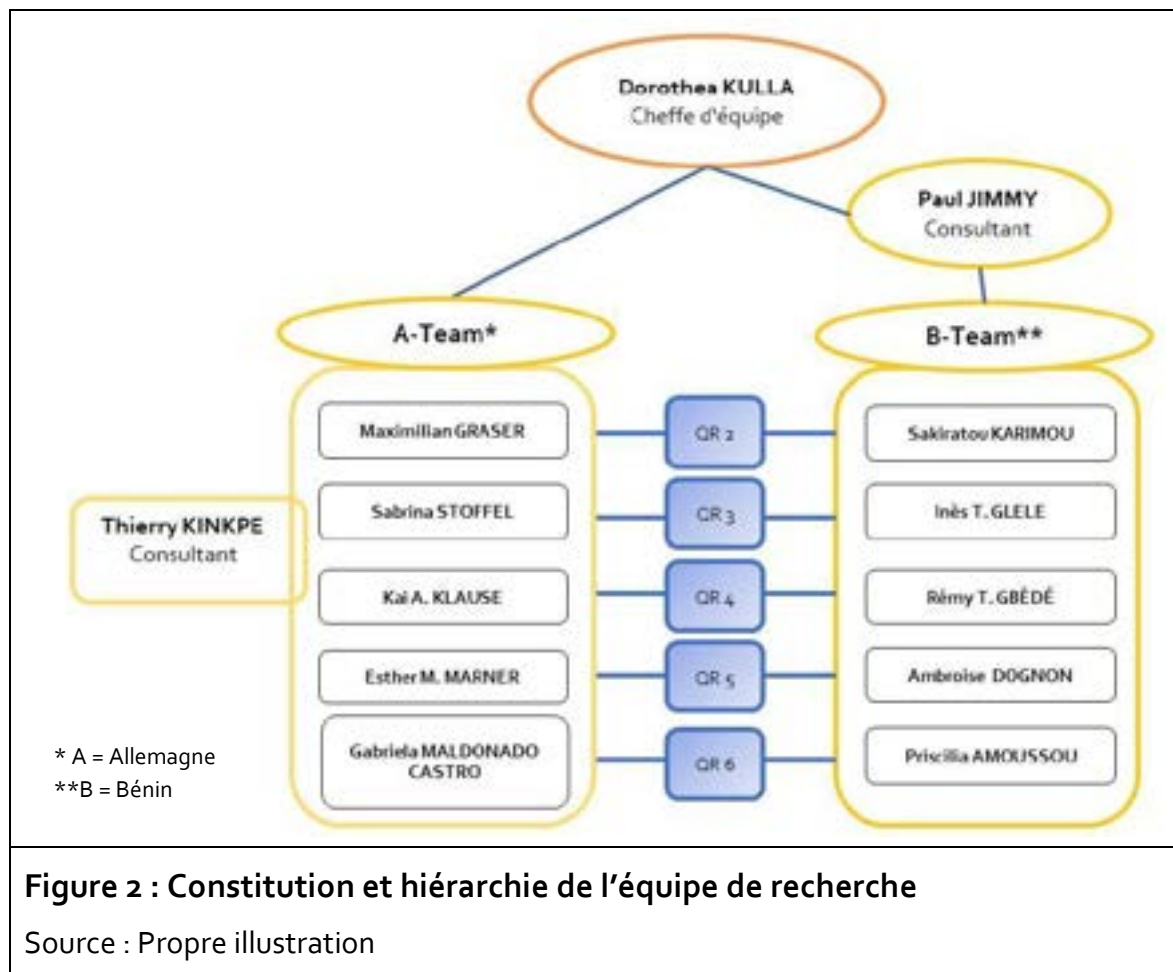
Pour renforcer cette équipe élargie, deux consultants ont été engagés : un pour accompagner l'équipe en Allemagne dans sa démarche scientifique, et un pour représenter le projet et coordonner l'équipe au Bénin.

La figure 2 présente la constitution et les hiérarchies de l'équipe. La présence de l'équipe béninoise a d'abord permis d'effectuer les enquêtes et entretiens nécessaires pour l'atteinte des objectifs de l'étude. Au-delà de ça, la participation renforcée d'expert.e.s nationaux.ales a contribué à approfondir et raffiner la recherche et a donc fortement influencé la qualité des résultats.



Image 1 : L'équipe de recherche entière en réunion

Photo : SLE, 2020



3.3.2 Approche méthodologique et choix des instruments

Cette étude de marché est à la fois descriptive et exploratoire : les caractéristiques descriptives sont expliquées par l'approche quantitative, qui vise à identifier et à décrire le fonctionnement et les caractéristiques du marché. D'autre part, la conception exploratoire et expérimentale de l'étude utilise majoritairement des méthodes qualitatives pour expliquer et comprendre la composition du marché ainsi que le comportement des acteurs (voir Strauss et Corbin, 1990).

C'est pour cela que nous utilisons l'approche des méthodes mixtes, qui combine des méthodes qualitatives et quantitatives pour la collecte des données et les techniques d'analyse. Cette approche nous permet de compenser les faiblesses et de mettre en valeur les points forts des deux méthodes, notamment en ce qui concerne l'hétérogénéité des questions de recherche, qui exige l'application de différents instruments. De cette façon, nous cherchons à accroître à la fois la crédibilité et la validité de nos résultats.

Des pré-tests ont fait partie intégrante de la recherche afin de tester et, si nécessaire, d'ajuster les méthodes et/ou le contenu (par exemple des questionnaires).

L'utilisation des méthodes mixtes implique le choix d'unités de recherche multiples. Selon la question de recherche (voir annexe 1), les unités de recherche sont des acteurs des CVA y compris les producteur.rice.s, les consommateur.rice.s ou des institutions politiques ou publiques.

3.3.3 Analyse secondaire

L'analyse documentaire et la revue de littérature ont été des méthodes centrales utilisées pendant la première phase de recherche.

Ainsi nous avons :

- a. identifié le cadre politico-institutionnel international et national pertinent pour le secteur avicole béninois afin de mieux comprendre le contexte légal ; et
- b. identifié les acteurs le long des CVA des différents produits avicoles ;
- c. développé des catégories déductives à partir de la littérature existante pour les enquêtes quantitative et qualitative auprès des consommateur.rice.s et des producteur.rice.s ;
- d. identifié les marges de manœuvre pour renforcer le secteur avicole béninois.

3.3.4 Instruments quantitatifs

Nous avons appliqué des méthodes d'enquête quantitatives pour répondre aux exigences empiriques et représentatives de l'étude. De cette manière, nous avons obtenu des données quantifiables sur les préférences des consommateur.rice.s et leur comportement, les systèmes de production ainsi que les segments de marché.

3.3.4.1 Échantillonnage

La démarche d'échantillonnage a varié selon l'enquête des producteur.rice.s ou des consommateur.rice.s. D'après la littérature (PAFILAV, 2015 ; PNDF-OT, 2018), la zone sud du Bénin représentée désormais par le PDA Ouémé-Atlantique-Littoral-Mono (PDA 7), regorge plus de 70 % des exploitations avicoles modernes, tandis que la plupart des ménages sur tout le territoire béninois sont considérés comme pratiquant l'élevage traditionnel. Notre perspective pour l'échantillonnage était de prendre en compte aussi bien des exploitations modernes que des exploitations

semi-traditionnelles ou traditionnelles. L'échantillonnage était aléatoire et basé sur les réponses reçues du remplissage en ligne volontaire des producteurs eux-mêmes, avec l'aide de leurs proches ou de l'équipe de recherche. Dans certains cas, les producteur.rice.s intéressé.e.s ont pris contact avec l'équipe de recherche pour se faire aider, c'est-à-dire se faire administrer le questionnaire par téléphone. Le nombre de questionnaires entièrement remplis a constitué notre échantillon des producteur.rice.s.

Concernant les consommateur.rice.s, l'échantillonnage a été raisonné pour le choix des villes, et aléatoire pour les enquêté.e.s. Selon la FAO (2015), les grandes villes du Bénin, en l'occurrence Cotonou, Abomey-Calavi et Porto-Novo, représentent les marchés terminaux des produits de volailles (plus de 80 %). Pour cette raison, ces trois villes ont été choisies pour l'enquête des consommateur.rice.s. Aussi, dans chacune des villes ou dans leurs environs, des marchés, des espaces dans les marchés ou encore des points de vente spécifiques ont été identifiés. Il s'agit des grands ou moyens marchés urbains, des supermarchés et des grandes poissonneries de la place. Aussi, le ciblage a pris en compte la présence de tous les types de produits ou de la prédominance de l'un ou l'autre des produits sur les différents points/lieux de collecte cibles. Par ailleurs, le choix a tenu compte de l'importance et la reconnaissance quasi générale des points/lieux de collecte comme des espaces où ont lieu des transactions sur les produits cibles de notre étude. En absence d'une liste ou d'un recensement préalable des consommateur.rice.s, l'enquêté.e est toute personne rencontrée sur les marchés ou points de vente sélectionnés, ayant acheté un des produits cibles de l'étude. Tou.te.s les potentiel.le.s enquêté.e.s rencontré.e.s dans les marchés, pour plusieurs raisons (être pressé.e, non intéressé.e, etc.), n'ont pas accepté l'invitation; ce qui confère un caractère aléatoire à l'échantillon des consommateur.rice.s. L'échantillon est donc composé des personnes rencontrées qui ont répondu favorablement à l'invitation des chercheur.euse.s chargé.e.s d'administrer le questionnaire pour participer à l'enquête.

Par ailleurs, des acteurs tels que des représentant.e.s des organisations des maillons des CVA cibles et des expert.e.s tel.le.s que des chercheur.euse.s ont été identifié.e.s comme des personnes ressources ou informateur.rice.s clé.e.s. Il.elle.s ont été minutieusement choisi.e.s comme représentatif.ve.s de leurs catégories respectives de par leur position dans leurs organisations ou leurs expérience et familiarité avec les thématiques de l'étude.

3.3.4.2 Entretiens à l'aide des questionnaires structurés

Des questionnaires standardisés ont été utilisés pour collecter des données quantitatives. Ces questionnaires ont été paramétrés avec l'outil de collecte électronique des données KoboToolbox. Au total, 421 entretiens quantitatifs ont été menés, 304 concernant des consommateur.rice.s (voir image. 2) et 117 concernant des producteur.rice.s.



Image 2 : Enquête d'un consommateur au marché Dantokpa, Cotonou

Source : SLE 2020

Dans le cas des producteur.rice.s, les questionnaires ont été distribués en ligne à travers des associations comme l'IAB ou l' UNAP-B, afin d'obtenir des données empiriques sur la production avicole béninoise. La taille et la localisation (urbaine, semi-urbaine ou rurale) de l'entreprise, les chiffres d'affaires, le nombre de salarié.e.s, leur genre etc. ont été pris en compte. L'approche de remplissage en ligne volontaire des questionnaires par les producteur.rice.s eux.elles-mêmes ou avec l'aide de leurs proches a été privilégiée pour deux raisons principales : Premièrement, l'enquête en ligne a donné la possibilité d'exploiter l'opportunité des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) en expansion, et pouvoir prendre en compte les producteur.rice.s réparti.e.s presque sur l'ensemble du territoire béninois. Ceci n'aurait pas été possible dans le délai relativement court avec des entretiens face à face. Deuxièmement, la réalisation de l'enquête des

producteur.rice.s en ligne a permis une bonne gestion des ressources humaines de l'équipe de recherche. En effet, cela a permis aux cinq chercheur.euse.s mobilisé.e.s de focaliser sur l'enquête des consommateur.rice.s dans la même période. Toutefois, l'enquête en ligne des producteur.trice.s a nécessité un suivi pour s'assurer de l'évolution du nombre de formulaires remplis. Aussi, les producteur.trice.s (intéressé.e.s de participer à l'enquête) qui ont éventuellement eu des difficultés à remplir le formulaire du questionnaire en ligne ont pris contact avec l'équipe de recherche. Deux numéros de téléphone avaient été fournis dans le message d'accompagnement de la mise en ligne du formulaire du questionnaire. Dans ces cas, l'entretien s'est déroulé par téléphone.

En outre, des enquêtes quantitatives structurées ont été conduites auprès des consommateur.rice.s afin d'améliorer la connaissance de leurs préférences pour la viande de poulet selon des critères sociodémographiques. Dans ce cas, les entretiens ont été menés face à face avec les consommateur.rice.s rencontré.e.s dans les marchés cibles. L'enquête a permis de recueillir des informations fiables basées sur les choix révélés des consommateur.rice.s rencontré.e.s dans les marchés. Cela joue un rôle central dans l'identification (effective) des segments de marché sur la base des caractéristiques sociales, démographiques et géographiques. Nous avons utilisé des catégories déductives obtenues à partir de recherches documentaires et d'entretiens avec des expert.e.s sur les paramètres de qualité et les préférences. Enfin, les entretiens quantitatifs avec les consommateur.rice.s ont servi à recueillir des données sur le consentement à payer dans le cadre d'une expérience de choix.

3.3.4.3 Expérience de choix

L'expérience de choix (*choice experiment*) permet d'évaluer le consentement des consommateur.rice.s à payer pour des différentes caractéristiques du poulet (voir sous section 6.2.5) et la concurrence entre les différents produits avicoles (voir chap. 6.3) les uns avec les autres.

L'expérience de choix suggère une situation d'achat réel des consommateur.rice.s, qui sont appelé.e.s à choisir entre quatre options d'une carte de choix. Dans notre étude, 302 expériences de choix ont été menées sur le marché. Chaque ensemble de choix contenait la viande d'un poulet béninois traditionnel, la viande d'un poulet béninois moderne et la viande d'un poulet importé. Cela reflète les réalités des grands marchés béninois sur lesquels on trouve ces trois types de produits. En plus, les consommateur.rice.s pouvaient opter pour le non-achat. Cela est important puisque l'utilité des achats des produits choisis par les

consommateur.rice.s est à chaque fois mis en relation avec la dernière option du non-achat, ce qui ramène les consommateur.rice.s à une utilité nulle. Sans l'option du non-achat, on force le consommateur ou la consommatrice à faire un choix qu'il ou elle n'aurait probablement pas fait en réalité, ce qui n'est pas réaliste.

Si vous étiez dans un marché où il n'y a que les 3 produits ci-dessous, lequel choisiriez-vous ?

Poulet béninois traditionnel  Prix par kg : 1900 FCFA - 25% que les prix moyen de 2500 FCFA	Poulet importé congelé  Prix par kg : 1600 FCFA +5% que les prix moyen de 1500 FCFA
Poulet béninois traditionnel  Prix par kg : 2000 FCFA - 10% que les prix moyen de 2200 FCFA	Je ne choisis aucune de ces options : Je n'achète rien !

Figure 3 : Une possibilité de choix de l'expérience de choix
Source : Propre illustration

Figure 3 illustre une possibilité de choix d'un total de 36 cartes de choix. Chaque consommateur.rice enquêté.e a été appelé.e à répondre à six de ces cartes de choix, qui ont été choisis de manière aléatoire. Chaque fois, une carte montre les quatre options avec des variations différentes des caractéristiques du produit.

Chaque produit est composé des caractéristiques CVA, commodité et prix. Les variations des caractéristiques peuvent être réelles (ce qui existe déjà sur le marché) ou hypothétiques (ce qui n'existe pas encore sur le marché), mais doivent être réalistes. Ainsi, la méthodologie de l'expérience de choix permet de voir comment la courbe de demande change si les caractéristiques du produit, peu importe si elles sont réelles ou hypothétiques, changent.

La décision finale pour une des options dépend du

facteur CVA + facteur commodité + facteur prix

Pour nous, il était important de pouvoir déduire l'importance de l'influence de chacun des trois facteurs sur la décision d'achat. Les facteurs doivent être indépendants les uns des autres.

Les variations de la caractéristique **CVA** sont le **poulet béninois traditionnel**, le **poulet béninois moderne** et le **poulet importé congelé**. On suppose que la perception des différentes CVA dont les poulets sont issus évoque une appréciation, puis une volonté d'achat spécifique pour chaque produit. La variation de la caractéristique **commodité** est entre **poulet découpé** et **poulet entier**.

Les variations de la caractéristique du **prix** sont les plus importantes, mais ne doivent pas dominer tous les autres facteurs. Pour les poulets béninois, nous avons six variations de prix qui ne sont pas les mêmes que les six variations pour le poulet importé. Au prix le moins cher, chaque consommateur.rice devrait être prêt.e à acheter ce produit, tandis qu'au prix le plus cher, aucun.e consommateur.rice ne devrait être prêt.e à l'acheter. Les prix de référence sur lesquels les variations ont été calculées en % ont été obtenus dans un premier pré-test sur les différents produits avicoles qu'on peut trouver sur les grands marchés de Cotonou. On supposait que les prix sur les autres grands marchés urbains du sud Bénin ne sont pas considérablement différents.

Les variations de prix pourraient se réaliser à cause des différentes politiques mises en place par le gouvernement béninois sur le secteur agricole. Pour le poulet importé, elles simulent une possible augmentation du prix liée à une augmentation de la taxe d'importation ou du tarif douanier. Les changements de prix du poulet béninois sont basés sur une possible réduction des coûts des intrants qui pourrait être réalisée grâce au soutien du gouvernement auprès des producteur.rice.s et toute la CVA.

Globalement, l'objectif de l'expérience de choix était de comprendre à quel changement de prix les consommateur.rice.s vont changer leur demande d'un produit pour un autre avec des caractéristiques différentes. L'analyse statistique a permis finalement de savoir quelles caractéristiques sont importantes pour la décision finale d'achat, et quel est le consentement à payer pour ces caractéristiques. Les résultats de l'expérience de choix nous donnent aussi une idée sur le changement des parts du marché après des interventions politiques spécifiques. Ces informations constituent la base sur laquelle les acteurs de la filière avicole béninoise peuvent finalement formuler les recommandations adéquates pour le renforcement et la compétitivité de la filière. Néanmoins, il ne faut pas oublier que tous les résultats sont liés à des préférences déclarées.

Les **préférences déclarées** sont hypothétiques. On ne peut pas les observer ou mesurer dans les marchés. Cela est avantageux, vu que les variations dans les caractéristiques peuvent aussi être hypothétiques. Les **préférences révélées** par contre sont celles qu'on peut effectivement observer dans les marchés ; ce sont les réalités d'achat qu'on a observé en détail dans la première partie de l'enquête auprès des consommateur.rice.s.

3.3.5 Instruments qualitatifs

Les méthodes de recherche qualitative sont un élément central pour répondre aux questions et aux préoccupations non-quantifiables de cette étude. Pour garantir la qualité et la crédibilité de l'étude, nous avons suivi les principes de la collecte de données (Yin, 2009). Nous avons utilisé plusieurs sources de données pour accroître la validité, créé une base de données distincte et maintenu une chaîne de preuves en élaborant un protocole.

3.3.5.1 Entretiens semi-structurés

Nous avons mené des entretiens semi-structurés avec des acteurs et des expert.e.s de la filière avicole béninoise (informateur.rice.s clés) afin d'acquérir rapidement des connaissances internes spécifiques, étendues et concentrées au-delà de la littérature secondaire (Beebe, 1995). Au total, 38 entretiens qualitatifs ont été menés. Également, des entretiens avec des expert.e.s (informateur.rice.s clés) spécialistes sur les conditions cadres politico-institutionnelles nationales et internationales pertinentes pour la filière avicole béninoise ont été menés. De plus, des entretiens semi-directifs avec les producteur.rice.s et les consommateur.rice.s ont permis de collecter leurs avis et expériences.

Concernant les producteur.trice.s, trois ont été considéré.e.s parmi les participants à l'enquête quantitative pour des visites de sites de production. A l'occasion, des entretiens semi-structurés approfondis ont été conduits sur les thématiques du questionnaire.

Avec les consommateur.rice.s, les entretiens semi-structurés ont été effectué par téléphone. Une dizaine parmi ceux ou celles ayant participé à l'enquête quantitative (face à face) ont été contacté.

Cela contribue à la triangulation méthodique et augmente la crédibilité et la validité des résultats. Premièrement, nous avons appliqué des méthodes d'enquête qualitatives pour comprendre les motivations des préférences et les paramètres de qualité des données collectées au cours des enquêtes quantitatives. Cela nous a permis de tirer des conclusions sur les raisons pour lesquelles les

consommateur.rice.s préfèrent tel ou tel produit avicole et sur leurs paramètres de qualité sélectifs. Deuxièmement, nous avons pu précatégoriser de manière inductive les préférences et les paramètres de qualité. En outre, nous avons ainsi évité que des catégories de réponse prédéfinies mènent à une perception sélective de la réalité. Nous avons utilisé un échantillon en cluster selon les caractéristiques sociodémographiques. Ainsi nous avons pu échanger avec des consommateur.rice.s différent.e.s en termes de genre, niveau d'éducation, niveau de revenus préférences déclarées et taille du ménage.

3.3.5.2 Observation participante

Les observations sont particulièrement utiles pour reconnaître les structures et les processus, par exemple d'organisations, ou les types d'interaction (Thierbach et Petschick, 2014). La méthode a été utilisée dans 35 points de vente de produits avicoles à Cotonou afin d'identifier les produits de viande de poulet disponibles sur le marché béninois. Les points de vente comprenaient les boutiques avicoles, les poissonneries, les boucheries, les supermarchés et hypermarchés.

Une grille d'observation a été utilisée. Elle a permis de renseigner les types de produits avicoles identifiés, leur forme, le type de système de production d'origine.

3.3.5.3 Atelier multipartite final

Enfin, un atelier multipartite final a été organisé avec les partenaires de coopération et des expert.e.s de la filière avicole béninoise (voir la liste de participant.e.s en annexe 3).



Image 3 : Les participant.e.s à l'atelier final en novembre 2020

Photo : SLE 2020

Les données et les analyses de nos travaux de recherche ont été utilisées à cette fin. L'objectif de l'atelier était d'élaborer des recommandations qui peuvent aider à renforcer la filière avicole béninoise de manière participative.

La méthodologie de l'atelier avait été développée conjointement par les deux équipes en Allemagne et au Bénin selon les besoins concrets en matière de formulation de recommandations. Après une présentation des résultats de recherche en plénum, trois groupes de travail ont été créés pour développer les recommandations concernant 1. le cadre politique et institutionnel de la filière avicole béninoise ; 2. les CVA et systèmes de production et 3. la consommation et le marché. Ces recommandations étaient par la suite présentées, discutées et adoptées par le plénum. La durée de l'atelier était d'un jour et demi.

4 Le cadre politico-institutionnel

Avant d'analyser la filière avicole en matière de systèmes de production, de CVA et de préférences des consommateurs, il est très important de décrire le cadre politique et institutionnel dans lequel la filière se développe. Sur la base des entretiens semi-directifs avec des acteurs de la filière avicole béninoise et aussi avec des représentants de la société civile internationale, ce chapitre décrit les aspects politiques et institutionnels pertinents pour la filière avicole. Il est divisé en deux sections : La première section se centre sur les aspects institutionnels, tandis que la deuxième se concentre sur les aspects de la politique commerciale.

4.1 Aspects politico-institutionnels

Ce chapitre décrit les institutions pertinentes pour le développement de la filière avicole, les relations entre elles et les défis au niveau politico-institutionnel que la filière doit relever pour son développement.

4.1.1 Structure et conditions politico-institutionnelles de la filière avicole

Concernant la filière avicole béninoise, le Ministre de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche (MAEP) prend en charge le principal mandat politique. Plusieurs subdivisions au sein de ce ministère ont divers liens avec la filière avicole (voir tab. 2). Les organes ministériels s'occupent principalement du domaine fonctionnel de la planification des politiques pour le secteur et, dans une certaine mesure, de la mise en œuvre ainsi que de la promotion des CVA. Au sein de la société civile, il convient de mentionner tout particulièrement les universités nationales, qui ont une place dans le secteur en termes de recherche et de développement dans le domaine de la volaille, mais aussi une organisation de défense de droits des consommateurs.

D'une part, si l'on examine les fonctions des différentes organisations de la filière dans leur ensemble, on constate que les mandats et les compétences sont beaucoup moins prononcés dans la CVA poulet traditionnel que dans la CVA poulet moderne. D'autre part, il y a une accumulation d'institutions étatiques dans la fonction de contrôle du secteur avicole. Toutefois, en raison des peu de données disponibles, il n'est pas possible de dire si les compétences de l'État sont absentes ou peu claires dans le domaine politique de la CVA poulet traditionnel.

Tableau 2 : Les principales organisations de l'État et de la société civile

Groupe d'acteur	Nom de l'Organisation	Information
État/public	Ministre de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche (MAEP)	Le MAEP est notamment chargé de la définition de la politique du secteur, des normes, de la réglementation, de la stratégie et tout ce qui touche à chaque maillon de la filière, de la promotion de l'élevage intensif, des infrastructures, de l'agrément des produits (E2)
	Agence Béninoise de Sécurité Sanitaire des Aliments (ABSSA), MAEP	Responsable des importations et exportations d'aliments pour animaux/denrées alimentaires, approbation de nouveaux produits, y compris la protection des consommateurs (E17)
	Division Contrôle aux Frontières, Direction de l'Élevage, MAEP	Contrôles des frontières, par exemple, la confiscation des mauvais biens ; délivrance de certificats d'importation (E17)
	Ministère de l'Industrie et du Commerce (MIC), Direction de la Concurrence	Chargée de la mise en œuvre des règles de commerce en général et ceux de la concurrence en particulier (E6)
	Direction Départementale de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche DDAEP	Contrôle et réglementation, par exemple des normes et de la législation, suivi de la mise en œuvre au Bénin. Distribution de produits importés, développement de stratégies de production de volaille (E5).
	Laboratoire central de Contrôle de la Sécurité Sanitaire des Aliments (LCSSA)	Garantir au niveau national, régional et international la qualité des analyses relatives à la sécurité sanitaire des produits agricoles, agroalimentaires et des intrants agricoles (E9)
Société civile	La voix des consommateurs	Garantir la disponibilité, la qualité et l'accès de base des produits aux consommateurs (E8)
	Laboratoire de Recherches Avicoles et de Zoo-Économie, Faculté des Sciences Agronomiques, UAC	Laboratoire d'amélioration des aliments pour animaux et de leur utilisation, par exemple stabilisation de l'élevage des poulets Goliath, recherche pour améliorer les méthodes de culture, conseil agricole aux producteurs (E18)
	Faculté d'Agronomie, UP	Analyses économiques, commercialisation des produits agricoles et de la volaille, études de développement (E7)
	Université Nationale d'Agriculture (UNA)	Enseignement de l'économie agricole, de la gestion agricole, de la politique agricole ; recherche d'aliments pour améliorer l'élevage des poulets (E11)
Source : Propre illustration		

Le tableau 3 doit donc être compris plutôt comme une approche visant à décrire les fonctions des acteurs politiques du secteur et ne prétend pas être complet. Il convient également de mentionner que l'Agence Béninoise de Sécurité Sanitaire des Aliments (ABSSA) et l'Association des Transformateurs et Distributeurs des Produits Avicoles du Bénin (ATRADIPA) sont encore très jeunes, de sorte que leurs domaines de compétence sont encore quelque peu flous (E3 ; E19). Les représentant.e.s du MAEP déclarent qu'il.elle.s interviennent dans « tous les maillons de la filière en ce qui concerne la réglementation, la politique, la stratégie et tout ce qui touche à chaque maillon de la filière » (E2), mais les discussions des expert.e.s montrent que le MAEP n'est pas vraiment actif dans le domaine du conseil et de la recherche : « Au Bénin, l'Etat n'investit pas vraiment dans la recherche » (E7). La vulgarisation agricole est plus susceptible d'être assurée par le secteur privé et les organisations de la coopération internationale. Les universités nationales dominent la tâche de recherche.

Dans le domaine de la promotion de la filière avicole, le MAEP préconise les deux CVA afin de devenir plus indépendant des importations (E2).

Domaines de la politique	Fonctions					
	Planification	Exécution	Contrôle	Conseil	Recherche	Promotion
Aviculture moderne	MAEP MIC IAB	MAEP AJAM ATRADIPA IAB	ABSSA MAEP LCSSA MIC DDAEP	GIZ <i>Oxfam</i> IAB	IAB UAC UP UNA	MAEP DDAEP MIC IAB <i>La voix des consommateurs</i>
Aviculture traditionnelle	MAEP	ANAB		GIZ, <i>Oxfam</i> ANAB	UAC UP UNA	ANAB, MAEP

Légende : **bleu** – État/public ; **vert** – Société civile ; **rouge** – privé ; *italique* – non interviewé

Source : Propre illustration

4.1.2 Les incertitudes de la coordination institutionnelle et les possibilités de coopération

Le MAEP décrit la filière avicole comme l'une des mieux structurées de l'agriculture du pays. Cependant, les résultats de l'étude montrent qu'il y a des difficultés de coordination entre les principaux acteurs politiques, notamment dans la fonction de contrôle de la filière, par exemple dans le mandat de l'ABSSA (E3). Il convient de mentionner que la personne ressource représentant le MIC n'a pas pu démontrer une quelconque connaissance des accords commerciaux internationaux. La question qui se pose est : comment des politiques sectorielles nationales fructueuses peuvent être conçues sans connaissance profonde des relations commerciales internationales ? (E6). En outre, les responsabilités des organisations gouvernementales dans la CVA poulet traditionnel restent, à l'exception de quelques points, floues. Cependant, contrôler plus d'un demi-million d'aviculteur.rice.s traditionnel.le.s est également presque impossible (voir Gerold et al., 2015).

De tous les acteurs interviewés, celui de l'Association des Jeunes Agriculteurs Modernes du Bénin (AJAM) est celui qui est le mieux mis en réseau avec d'autres acteurs. C'est un résultat passionnant, car selon leur président, il n'y a pratiquement pas de participation politique ni de programmes pour les jeunes aviculteur.rice.s (E14). La DDAEP s'attache déjà à établir des contacts avec les universités et les étudiant.e.s en leur donnant les moyens de prendre plus facilement pied dans la production (E15). L'UAC souligne l'importance de réunir la communauté scientifique avec les acteurs clés du monde politique et du secteur privé et d'établir des échanges réguliers (E18). Si l'État met davantage l'accent sur une bonne mise en réseau avec les jeunes aviculteur.rice.s et les universités, cela pourrait également renforcer la filière avicole. L'ATRADIPA propose une meilleure structuration des acteurs afin qu'ils puissent pleinement jouer leurs rôles. Cela permettrait d'assurer le bon fonctionnement et contribuerait à la prospérité du secteur (E15). Malheureusement, il n'existe jusque-là aucune approche pour y parvenir, comme le montrent les voix du MAEP : « Il s'agit donc de voir comment mettre les producteurs de maïs et de céréales en relation avec les provendiers afin de réduire le coût lié à l'aliment, pareil pour les vaccins. » (E2) Afin de discuter d'éventuelles stratégies d'exportation pour la volaille béninoise, l'IAB n'a été contacté jusqu'à présent que par la Chambre de Commerce et d'Industrie du Bénin (CCIB), mais pas par d'autres institutions de l'État (E19).

4.1.3 Les défis de la filière avicole au niveau politico-institutionnel

Les acteurs publics sont convaincus que le développement national peut être stimulé par le développement de la filière avicole. Par conséquent, des incitations sont prévues pour une production industrielle nationale plus importante afin de collecter plus de taxes par la production que par l'importation (E2). Mais l'accent est également mis sur le développement de la production locale (E5), comme le confirme le président de l'ANAB : « entre-temps nous avons eu une réunion avec le ministre et nous lui avons dit que nous ne voulons plus ces volailles qui viennent de l'extérieur, il nous demande si nous sommes prêts à produire pour couvrir les besoins » (E16).

Les acteurs ont exprimé une satisfaction générale à l'égard des programmes de développement et des mesures d'appui (E5). Le MAEP encourage un meilleur dialogue avec les acteurs des CVA afin de s'éloigner d'une politique agricole plutôt descendante et axée sur la planification pour aller vers une participation plus participative [*sic*] (E12) : « L'autre aspect, c'est le dialogue avec les acteurs. Ce n'est qu'à travers ça qu'on peut trouver les solutions pertinentes [...]. Le dialogue a été bien accueilli ». Cela s'explique en partie par le manque de clarté des accords conclus avec les autorités administratives locales, par exemple sur les questions d'utilisation des terres pour la production de poulets, mais aussi par le sentiment qu'il n'y a pas de contrôle complet des maillons de la CVA, par exemple au niveau du port dans le cas des importations (E17).

Les représentant.e.s du secteur privé, comme l'IAB, critiquent le faible pouvoir politique des associations. Il s'agit plus précisément du fait qu'il n'existe pas de loi ou de disposition similaire qui donne à l'IAB un mandat pour faire appliquer la politique avicole (E19). La filière avicole serait considérée par l'État comme un « secteur phare », mais certain.e.s critiquent le manque de soutien financier, par exemple par des projets clés. L'État ne soutient pas la durabilité des projets financés (E19). L'ATRADIPA fait quand-même l'éloge des projets d'État (PARASEP) en tant que tels, qui sont de plus en plus participatifs et répondent aux différents besoins des acteurs de la CVA, mais qui manquent de la volonté de l'État pour les mettre en œuvre (E15). En revanche, presque tou.te.s les expert.e.s du secteur privé interrogé.e.s ont une opinion très positive sur des projets (ProCAD, PADAM) et des organisations (UE, GIZ) de la coopération internationale, où des questions concrètes telles que les stations d'élevage ou l'amélioration de l'accès aux intrants comme les poussins ou les aliments sont abordées (E14, E15).

Les représentant.e.s de la société civile soulignent également que le gouvernement fait des efforts pour renforcer la filière avicole, mais qu'il y a un

manque particulier de mise en œuvre ou de volonté de les mettre en œuvre (E11). « Dans les pays africains, il est difficile d'avoir une volonté à long ou moyen terme », (E25). Ici aussi, le problème d'un gouvernement faible et d'un personnel insuffisamment qualifié sont également abordés (E25). En outre, un expert aborde le problème de la corruption dans les institutions de l'État et la manière de la traiter : « Nous avons parlé avec eux [le gouvernement] de la corruption à la frontière, mais ils ne s'en souciaient pas tant que ça » (E25). Les représentant.e.s des universités critiquent le fait que l'État n'investit pratiquement pas dans la recherche et le développement technique pour la filière avicole (E7), et qu'il entrave même dans certains cas les projets de recherche dans ce domaine (E18). L'organisation de défense de droits des consommateur.rice.s critique le fait que les préoccupations des consommateur.rice.s ne soient pas incluses dans les stratégies de développement de la filière (E8).

4.2 Aspects de la politique du commerce international

Cette section décrit la perception des acteurs de la filière avicole sur la situation des importations massives de poulet congelé. Elle examine les raisons qui pourraient rendre difficile au gouvernement la prise des mesures pour protéger le marché intérieur. Enfin, la marge de manœuvre dont disposent les autorités au cas où elles décideraient de protéger le marché intérieur est décrite.

4.2.1 Perception de l'impact des importations de poulet congelé au Bénin

Les acteurs privés et étatiques considèrent que les importations qui envahissent le marché béninois sont un effet secondaire des importations d'origine principalement européenne qui passent par le Bénin et ont pour destination finale le Nigeria (E2, E3, E12, E15). Bien que les gouvernements béninois et nigérian aient pris des mesures pour éliminer le commerce informel, les succès ont été limités (E25). En fait, la frontière entre le Nigeria et le Bénin a été fermée d'août 2019 à décembre 2020 par décision unilatérale du Nigeria. Mais le commerce transfrontalier informel serait si bien organisé et institutionnalisé qu'une telle mesure, bien qu'elle puisse réduire la quantité de produits échangés, ne serait pas suffisante pour résoudre ce problème complexe (E25).

La partie des importations qui reste sur le marché béninois est en concurrence avec la production nationale, qui a des coûts de production et donc des prix plus élevés. Cette différence de prix est considérable, et cela n'est pas seulement dû aux faibles coûts de production dans l'UE et dans le reste des pays exportateurs, mais

surtout aux prix des restes de poulet dans ces pays occidentaux à cause des préférences des consommateurs. Cette situation pourrait même s'aggraver à l'avenir, car les poules pondeuses et non les poulets de chair sont de plus en plus exportés vers les pays africains à des prix encore plus bas que les restes de poulets de chair (E4).

Les acteurs privés reconnaissent que les produits qui restent au Bénin couvrent les besoins en protéines à des prix abordables que la production nationale n'est pas en mesure de couvrir. Selon les acteurs étatiques interrogés, le faible pouvoir d'achat d'une partie de la population amènerait ces consommateurs à choisir des produits importés (E3) et désavantagerait les produits locaux. Les acteurs étatiques ont souligné que cette situation décourage les investissements privés dans la filière avicole (E12, E13) et mène à l'abandon des exploitations locales (E19). En ce sens, il existe un large consensus parmi les acteurs interrogés sur le fait que les importations de viande de poulet représentent une concurrence déloyale (E19, E8) et peuvent annihiler les efforts nationaux visant à promouvoir la filière avicole (E13) (voir chap. 6).

L'une des principales préoccupations liées aux importations est la qualité des produits et, par conséquent, les risques sanitaires liés aux produits congelés. Les contrôles sanitaires des produits sont effectués par différents organismes (ABSSA, LCSSA, DDAEP) sous le mandat du MAEP et du MIC, par exemple, au niveau de la douane avant de les envoyer dans les dépôts (E17). Toutefois, la qualité des produits n'est pas garantie. Il existe des plaintes de consommateurs contre les entreprises qui distribuent des produits congelés impropres à la consommation (E6). C'est une conséquence de la rupture de la chaîne du froid lors de la commercialisation de ces produits. Le problème est qu'il y a un manque d'infrastructures au Bénin et au Nigeria pour conserver les produits de manière correcte (E4, E19, E25).

Cette situation est une grande préoccupation non seulement pour les consommateurs béninois, mais aussi nigérien. La viande de poulet est stockée dans des conteneurs froids, mais il y a des coupures de courant au Bénin et au Nigeria qui durent parfois 24 à 48 heures, même jusqu'à une semaine (E25). En outre, comme les produits sont transportés illicitement à Lagos, il n'existe souvent pas de transport adéquat qui assurerait la chaîne du froid. Malgré cela, ces produits sont vendus au Nigeria, ce qui y causerait de graves problèmes sanitaires (E25).

4.2.2 La décision de limiter les importations

Les acteurs interrogés ont exprimé que les importations ont un impact négatif sur le développement de la filière avicole (voir chap. 6). Ils ont donc suggéré qu'il est nécessaire de limiter les importations pour donner à la filière une chance de décoller. Cependant, il n'y a pas de consensus sur la faisabilité d'une telle restriction. Les facteurs mentionnés, comme des obstacles possibles à la prise de décisions dans ce sens, sont présentés ci-dessous.

La décision de limiter les importations n'affecterait pas seulement les acteurs de la filière avicole, mais aussi les consommateurs. En fait, les acteurs privés ont exprimé que face aux demandes de limitation des importations, la réponse des autorités était que cela poserait un problème car l'offre locale ne répond pas à la demande de la population (E16). Face à cela, deux mesures simultanées de la part du gouvernement sont nécessaires : d'une part le soutien à la production nationale afin qu'elle puisse produire davantage à des prix plus compétitifs que les prix actuels, et d'autre part une législation qui limite progressivement les importations (E15, E11). Cette vision a été officialisée auprès du gouvernement par les membres de l'IAB à travers la « Stratégie nationale de relance de la filière avicole nationale pour la sécurité alimentaire » en 2017.

Lorsqu'il s'agit de limiter les importations, le Bénin se trouve dans une situation particulière, car l'État génère des recettes fiscales grâce aux importations. Ces dernières, à leur tour, seraient liées au commerce transfrontalier informel avec le Nigeria (voir chap. 4.3). Cela pourrait compromettre la volonté des autorités à prendre des mesures pour limiter les importations. La perte de ces recettes affecterait le budget de l'État. Pour cette raison, les autorités responsables seraient réticentes à prendre de telles mesures (E6, E13, E7). À moins que l'État ne trouve un moyen de compenser ces pertes de revenu en interne, certains acteurs interrogés considèrent que la limitation des importations est difficilement réalisable (E13, E7). Dans ce sens, ce ne sont pas seulement les nuisances pour la production nationale qui sont préoccupantes, mais aussi la dépendance du pays à l'égard de ces recettes fiscales. Cette situation rend à son tour le Bénin vulnérable aux décisions du gouvernement nigérian visant à freiner le commerce transfrontalier informel (E25).

La décision de limiter les importations pourrait également être affectée par l'existence de lobbies qui défendent les importations (E11). Dans l'atelier final, certains acteurs de la filière avicole ont également évoqué cette question, en soulignant qu'il y a des puissants importateurs.rice.s engagé.e.s dans le commerce transfrontalier informel. Il.elle.s auraient suffisamment de connexions politiques pour influencer les décisions du gouvernement. Les acteurs considèrent

4.2 Le cadre politico-institutionnel

que la stratégie susmentionnée de développement du secteur avicole, qui inclut la réduction des importations, a été bloquée pour favoriser les intérêts des importateurs. Il existe des entreprises qui, dans le passé, avaient le monopole de l'importation de poulet congelé. Depuis 2017/2018, la plus grande de ces entreprises aurait connu des difficultés en raison de problèmes politiques. Ce qui, combiné avec la fermeture des frontières avec le Nigeria, aurait donné aux producteurs locaux la possibilité de commercialiser leurs produits (E6, E11).

Un autre facteur mentionné par les personnes interrogées qui pourrait entraver la décision de limiter les importations est lié à une marge de manœuvre. À cet égard, tous les acteurs considèrent que les accords commerciaux limitent l'espace politique. Cependant, il n'y a pas de consensus sur la mesure dans laquelle c'est le cas. Cela s'explique par le fait que les différentes parties prenantes ont des niveaux de connaissance très différents sur cette question.

Finalement, compte tenu des facteurs qui pourraient empêcher le gouvernement de décider de limiter les importations, certains acteurs publics et de la société civile affirment que les mesures visant d'accroître la productivité pourraient permettre d'équilibrer les produits nationaux et importés et donner ainsi à l'industrie une chance de se développer (E6, E7, E12). Des mesures telles que les subventions à la production nationale sont nécessaires pour améliorer la productivité, selon certains acteurs étatiques et de la société civile (E5, E11, E7, E12). Par contre, un des acteurs de la société civile allemande (E4) affirme qu'étant donné les bas prix des produits importés, la filière avicole béninoise, même avec une productivité accrue, n'a aucune chance de concurrencer les produits importés.

4.2.3 La marge de manœuvre dans le contexte des accords commerciaux

Les experts interrogés ont mentionné certaines options dont dispose théoriquement le Bénin au cas où il déciderait de limiter ses importations. Il s'agit notamment de l'augmentation des droits de douane, du recours à des mesures de défense commerciale et d'autres mesures telles que l'imposition de quotas ou de taxes.

L'une des options discutées était d'augmenter le droit de douane actuel pour la viande de poulet de 35 %, qui correspond à la TEC-CEDEAO, à 60 %, qui correspond à son taux de droit consolidé. Bien que cette mesure ne soit pas contraire aux engagements du Bénin envers l'OMC, elle contreviendrait aux engagements du Bénin envers la CEDEAO (E25, E6, E15, E25, E26).

Tant dans le cadre de l'OMC que de la CEDEAO, le Bénin dispose de mesures de défense commerciale : des mesures de sauvegarde, des mesures anti-subsidies et compensatoires, des mesures anti-dumping (et des mesures complémentaires de protection sous la CEDEAO). Toutefois, la possibilité pour le pays de mettre en œuvre ces mesures dépend de ses capacités institutionnelles et techniques ainsi que de ses ressources financières (E20). Si le Bénin veut recourir à l'une de ces mesures, le pays doit prouver que les importations sont contestables (E20, E4, E27).

Par exemple, pour appliquer des mesures anti-dumping, le Bénin devrait démontrer à travers une enquête l'existence d'une situation de dumping. Cela nécessite un organisme gouvernemental ayant la capacité de rassembler les données pertinentes et de procéder à l'analyse nécessaire. En outre, le coût d'une telle enquête est très élevé pour un pays comme le Bénin (E20). Cependant, les acteurs restent optimistes et considèrent que la mise en œuvre de la ZLECAf sera une grande opportunité pour les pays africains de développer ce genre de capacités institutionnelles pour défendre les intérêts des membres de l'UA.

Au-delà de l'augmentation du droit de douane ou des mesures de défense commerciale, il existe d'autres mesures que certains pays membres de la CEDEAO utilisent pour protéger leurs marchés intérieurs (E3, E13, E4, E11). Certains acteurs publics et de la société civile interrogés soulignent le succès que certaines de ces mesures ont eu dans la promotion de la production nationale dans des pays tels que la Côte d'Ivoire et le Sénégal (E8, E3, E13, E4). Plus précisément, les mesures mentionnées comprennent l'imposition de quotas (E14) ou de taxes (E11) pour rendre les importations plus chères, ou la fermeture de frontières (E12, E26). Certaines de ces mesures ne sont pas nécessairement conformes aux engagements pris par le Bénin dans le cadre de l'OMC et à la logique de l'intégration régionale. Dans ce sens, les acteurs de la société civile internationale voient un rôle pour l'UE au cas où le Bénin mettrait en œuvre une mesure qui ne serait pas conforme à ses engagements envers l'OMC. Ils s'attendent à ce que l'UE accepte la décision du Bénin et ne tente pas de régler la question devant l'OMC (E26, E27, E20). Étant donné que le Bénin est un PMA, il serait possible de s'attendre au même comportement de la part d'autres grands exportateurs de viande de poulet.

Les acteurs de la société civile internationale soulignent que bien qu'il existe encore des options, aucune d'entre elles n'est exempte de difficultés. Il est important de mentionner que la pertinence de chaque mesure pour protéger le marché national est quand même très discutée, et avant de l'envisager, il serait important d'évaluer toutes les conséquences de l'application d'une telle mesure. Augmenter les tarifs pourrait entraîner une augmentation des prix pour les

44 Le cadre politico-institutionnel

consommateurs, en particulier pour les plus pauvres (E23). En outre, si elle est faite unilatéralement, elle pourrait également encourager le commerce illégal en provenance des pays voisins qui allaient garder un tarif de 35 % (E20, E27).

Finalement, certains acteurs ont fait référence à l'APE UE-CEDEAO plus Mauritanie (qui n'est pas entré en vigueur). Ils doutent de l'opportunité de faire partie de cet accord (E4, E12). Concernant les effets de l'accord sur la filière avicole, la viande de poulet importé est exclue de la libéralisation parce qu'elle appartient au groupe de produits sensibles. Cela signifie qu'en matière de réduction de droits de douane, la mise en œuvre de cet accord n'aurait pas d'impact sur ce produit. Toutefois, la concrétisation de cet accord pourrait entraîner une nouvelle réduction de la marge de manœuvre du Bénin (E4).

4.3 Discussion et conclusion : Le cadre politico-institutionnel

D'une part, dans le chapitre 2.2, les orientations politiques au niveau continental et régional qui orientent la politique agricole du Bénin ont été décrites. Il en ressort que la filière avicole est un secteur prioritaire à promouvoir au Bénin. D'autre part, les stratégies, programmes et projets qui visent à renforcer le secteur ont été identifiés. Sur cette base, dans la présente section, nous avons cherché à déterminer les aspects politico-institutionnels influençant le développement de la filière.

Tout d'abord, nous avons décrit la structure institutionnelle de la filière avicole en matière d'institutions existantes et de leurs fonctions. Cette analyse a révélé des difficultés de coordination entre elles, notamment dans la fonction de contrôle. Au niveau des CVA, il a également été observé que les compétences de l'État sont plus présentes dans la CVA poulet moderne que dans la CVA poulet traditionnel.

En outre, plusieurs acteurs privés interrogés ont exprimé leur satisfaction à l'égard des projets et programmes passés et actuels tels que le PARASEP. L'effort réalisé ces dernières années pour renforcer la filière est reconnu. Cependant, les différents acteurs ont indiqué certains aspects qui représentent un défi pour le développement de la filière ; à savoir :

- le faible pouvoir politique des organisations ;
- le manque de soutien financier ;
- le manque de soutien pour rendre les projets financés durables ;
- le manque de volonté politique pour mettre en œuvre les projets existants ;

- le manque d'investissement dans la recherche et le développement technique de l'industrie ;
- l'absence de prise en compte des préoccupations des consommateurs dans les stratégies de développement de la filière.

Le renforcement de ces aspects pourrait augmenter les chances de décollage de la filière avicole.

Cette section se concentre également sur les aspects liés à la politique commerciale du Bénin. Dans ce sens, les acteurs de la filière et les experts ont été interrogés sur leur perception de la question des importations et sur la faisabilité de leur limitation.

Concernant le premier point, une façon de voir la situation des importations est que le Bénin est un petit pays coincé entre deux grandes puissances économiques, l'UE et le Nigeria, la plus grande économie d'Afrique de l'Ouest. D'une part, l'UE dispose d'une offre croissante de viande de poulet à des prix très bas. D'autre part, les différences entre les politiques commerciales du Bénin et du Nigeria créent un espace pour un commerce transfrontalier informel. Dans ce sens, on peut voir la politique commerciale européenne et la politique nigériane, qui se démarque de la politique commerciale commune de la CEDEAO, jouant un rôle dans la question des importations au Bénin.

La part des importations destinée au marché béninois est préoccupante à deux égards : D'une part, le prix des produits importés est très bas. Ce qui pourrait favoriser la consommation de ces produits au détriment des produits nationaux. D'autre part, les produits importés sont associés à des risques sanitaires. Dans ce contexte, il est important de tenir compte de ces deux facteurs au moment de décider d'imposer ou non des mesures visant à protéger le marché intérieur.

L'importance de la volaille dans la stratégie de développement du pays n'est pas seulement perçue à travers les politiques agricoles mises en œuvre, mais aussi les politiques commerciales qui les complètent. En ce sens, il a été observé que le soutien à la filière avicole s'est concentré sur des projets visant à accroître la productivité dans le secteur, mais l'aspect des importations a été négligé. Pour les acteurs interrogés, cela ne serait pas suffisant pour développer la filière, car ils considèrent que les importations sont un frein à son développement. Au-delà des perceptions des acteurs de la filière avicole, pour confirmer cette thèse, il est nécessaire de faire une analyse objective de l'effet des importations. Cette analyse est présentée dans le chapitre 6.

Dans ce contexte, et considérant qu'il s'agit d'un problème actuel mais pas nouveau, les acteurs interrogés ont identifié différents facteurs qui expliqueraient pourquoi le Bénin ne prendrait pas de mesures pour protéger son marché national, comme l'ont fait d'autres pays en l'Afrique de l'Ouest ou ailleurs, étant confrontés à des situations similaires. Les facteurs mentionnés sont notamment :

- l'insuffisance de l'offre intérieure pour répondre à la demande de sources de protéines abordables ;
- l'existence également d'importateurs qui ont le pouvoir politique de bloquer les mesures qui limitent les importations ;
- l'importance des recettes fiscales générées par les importations pour le budget de l'État ;
- la marge de manœuvre très limitée des accords commerciaux existants.

Le premier aspect est un fait accepté par tous les acteurs interviewés. En ce sens, les acteurs privés suggèrent une réduction progressive des importations accompagnée de mesures qui conduisent à une augmentation de la productivité et de la production intérieure.

Le second facteur, concernant les importateurs politiquement puissants, a également été fréquemment mentionné par les acteurs interrogés et aussi au cours de l'atelier final. Ceci est conforme aux résultats de la recherche des auteurs Golub et Mbaye (2019) sur ce sujet. Les auteurs évoquent un commerce informel très bien établi et structuré où quelques grandes entreprises avec des contacts au haut niveau politique importent de manière formelle, alors que la distribution (le commerce informel) est faite par des opérateurs de taille moyenne ou petite.

En ce qui concerne l'importance des recettes fiscales, ce facteur pourrait placer l'État béninois dans une situation de dépendance vis-à-vis des réexportations vers le Nigeria. Une telle situation pourrait compromettre la volonté politique de l'État dans sa décision de prendre ou non des mesures pour réduire les importations. Cette thèse est également soutenue par Golub et Mbaye (2019), qui ont examiné en détail le commerce transfrontalier informel entre le Bénin et le Nigeria. Les auteurs affirment qu'en fait, la stratégie de développement du Bénin est basée sur la fonction d'État-entrepôt depuis 1973 et que cela rend le Bénin vulnérable aux chocs macroéconomiques et autres mesures contre le commerce transfrontalier informel de la part du Nigeria.

Concernant la question des accords commerciaux internationaux dans lesquels le pays est engagé, il a été observé que les connaissances de plusieurs acteurs

nationaux sont limitées. Ces connaissances seraient particulièrement importantes pour les responsables du développement de la filière avicole, étant donné que les politiques commerciales internationales ont un impact direct sur leurs activités et que seule une maîtrise adéquate leur permettrait de défendre leurs intérêts.

Étant donné les connaissances limitées des acteurs nationaux interrogés concernant les accords commerciaux et leurs implications pour la filière avicole, la question de la marge de manœuvre n'est pas non plus claire pour eux. Certaines parties prenantes estiment que les accords limitent le Bénin à un point tel qu'aucune décision ne peut être prise pour une restriction des importations. Cependant, les acteurs et les expert.e.s qui connaissent bien le sujet ont expliqué les options théoriquement disponibles et ont donné leur avis sur leur faisabilité. Également, les exemples d'autres membres de la CEDEAO montrent qu'il existe encore une marge de manœuvre. Il s'agit avant tout d'une décision politique. Dans cette décision, le gouvernement doit trouver un équilibre entre les intérêts de tous les acteurs impliqués y compris celle du gouvernement, qui profite lui-même des recettes fiscales de ces importations.

5 Les systèmes de production avicole et CVA au Bénin

Ce chapitre présente les résultats de l'étude concernant l'offre de la filière avicole béninoise et l'ensemble des CVA. L'accent est d'abord mis sur les producteur.rice.s comme maillon principal des CVA, puis ensuite sur les autres maillons. Enfin, la discussion des résultats et les conclusions viennent boucler le chapitre.

5.1 Les systèmes de production avicole

Cette section présente les caractéristiques des systèmes de production avicole béninois suivant les paramètres d'exploitation. La collecte de données à travers la diffusion en ligne du questionnaire numérique via les organisations professionnelles avicoles (IAB, UNAP-B, AJAM, ANAB) et dans une moindre mesure par le remplissage par appel téléphonique, ont permis d'avoir au total 117 réponses, dont 101 étaient pleinement exploitables. Les analyses ont été faites à l'aide du logiciel SPSS. Ainsi, les résultats de l'analyse des données collectées auprès de ces aviculteur.rice.s et des informations recueillies à travers des entretiens d'expert.e.s sont présentés dans ce chapitre.

5.1.1 Paramètres de production des exploitations avicoles

Avant de décrire les caractéristiques sociodémographiques, cette section donne un bref aperçu des paramètres d'exploitation.

Si l'on examine ces paramètres en ce qui concerne le **type d'élevage**, plus d'un tiers (36,8 %) des producteur.rice.s se considèrent comme des éleveur.euse.s de poulets semi-intensifs, qui pratiquent un mélange de production traditionnelle et moderne. Un quart des aviculteur.rice.s (25,4 %) produisent de manière traditionnelle, un cinquième (21,1 %) de manière moderne selon leur propre évaluation. Le reste des producteur.rice.s combine plusieurs types.

Si l'on considère la **taille du poulailler**, environ 40 % des producteur.rice.s interrogé.e.s ont des poulaillers de plus de 500 m², et 20 % de l'échantillon ont des poulaillers de 100 à 250 m². Le **cheptel** varie cependant beaucoup d'une exploitation à l'autre. Le nombre moyen de poulets par exploitation est de 562 têtes. Environ 14 % des aviculteur.rice.s interrogé.e.s ont moins de 50 oiseaux, alors qu'il existe également des exploitations comptant plus de 5 000 têtes.

Interrogés sur la **forme juridique** des unités de production de poulet, 41 % des répondant.e.s ont indiqué une unité de production de poulet formelle. Il s'agit

notamment des coopératives/associations, établissements, des SARL ou des SA. En moyenne, une exploitation agricole **crée du travail** pour 3-4 personnes à temps plein et 3-4 à temps partiel. Il y a également environ deux fois plus d'hommes que de femmes employé.e.s, ce qui est le cas pour les deux formes d'emploi.

En ce qui concerne les **rares de poulet**, il existe une grande variété dans les élevages. Les principales races importées sont Isa Brown, Hubbard, Rox, Novogen Hy-lyne. En ce qui concerne les races locales, les poulets appelés « bicyclette » représentent la « race » traditionnelle. Les races Goliath, Peulh, Zado, Sahouè, Holli, etc. sont considérées comme des poulets de race locale améliorée. Dans de nombreuses exploitations, les races de poulets sont mélangées, ce qui apporte des avantages dans la croissance des animaux ainsi que dans la résistance aux maladies.

Encadré 1 : Dieudonné Tossou, aviculteur semi-moderne

Monsieur Tossou est membre de l'Association des Jeunes Agriculteurs Modernes du Bénin (AJAM). Sa ferme est située à Abomey-Calavi. Il possède un cheptel de 400 poulets, aussi bien de races locales que de races importées du Nigeria. Cuisinier de profession, sa production lui permet de satisfaire les demandes variées de ses client.e.s.



À la question si et comment on peut promouvoir les poulets produits au Bénin un jour, il répond : « *Il nous faudra aussi des sites, parce que si nous voyons aujourd'hui, beaucoup de personnes qui produisent sont obligées d'aller dans des zones très reculées. [...] C'est les revendeuses qui doivent venir acheter dans la brousse avant de venir revendre en ville. Donc du coup, elles prennent ça [...] à vil prix, elles augmentent leur prix [...]. Là, ça devient cher pour le béninois lambda.* »

Photo : Trésor Loumbou, 2020

Les **poussins** élevés au Bénin proviennent d'origines assez diversifiées. En ce qui concerne les poulets de races locales, les poussins sont produits localement et le plus souvent par l'aviculteur.rice. Selon les responsables de l'ANAB et AJAM, des initiatives sont actuellement en cours avec des projets afin de promouvoir des couvoirs de poussins de races locales (E14, E18). En ce qui concerne l'élevage des

poulets de chair ou pondeuses de races étrangères, les poussins proviennent des pays de l'UE ou du Brésil, mais également de la sous-région, principalement du Nigeria.



Image 4 : Poulets dans une exploitation traditionnelle

Photo : SLE 2020

Dans l'élevage de poulets au Bénin, diverses **formes d'habitat** sont utilisées, allant des batteries (exclusivement des poules pondeuses) et des volières à la forme en plein air ou en divagation sans infrastructure particulière. Le type de logement le plus courant pour les aviculteur.rice.s organisé.e.s est la volière.

Les principaux **aliments de base** sont le maïs, le soja ou la provende⁶. Les producteur.rice.s béninois.es obtiennent la plupart (27 %) de leurs aliments sur les marchés locaux ou régionaux. Toutefois, 17% s'approvisionnent sur les marchés d'envergure nationale et 15 % les produisent eux.elles-mêmes. Certain.e.s éleveur.euse.s utilisent également les restes des repas du ménage pour nourrir les poulets. Ceci a principalement pour objectif d'amoinrir les dépenses liées à l'alimentation et d'assurer la disponibilité de l'aliment en tout temps.

⁶ La provende est constituée d'un mélange d'ingrédients dont la composition varie suivant l'objectif de la production, l'âge des sujets et le ou le.la fabricant.e. Elle est soit achetée auprès d'un.e fournisseur.euse ou fabriquée par l'éleveur.euse lui.elle-même.

Le **suivi sanitaire** au Bénin est assuré par des vétérinaires qualifié.e.s qui accompagnent les éleveur.euse.s dans la mise en place et le respect de la prophylaxie et la gestion des cas de maladie ou d'épidémie. Dans l'ensemble, 62 % des enquêté.e.s ont déclaré être en contact avec les services vétérinaires.

5.1.2 Caractéristiques sociodémographiques des aviculteur.rice.s enquêté.e.s

Les caractéristiques sociodémographiques exposées ici ne représentent que les producteurs.rice.s enquêté.e.s qui sont membres des associations, mais cela peut néanmoins éclairer sur la pertinence sociale de la filière, l'évolution démographique attendue des producteur.rice.s et donc les mesures politiques possibles pour les renforcer.

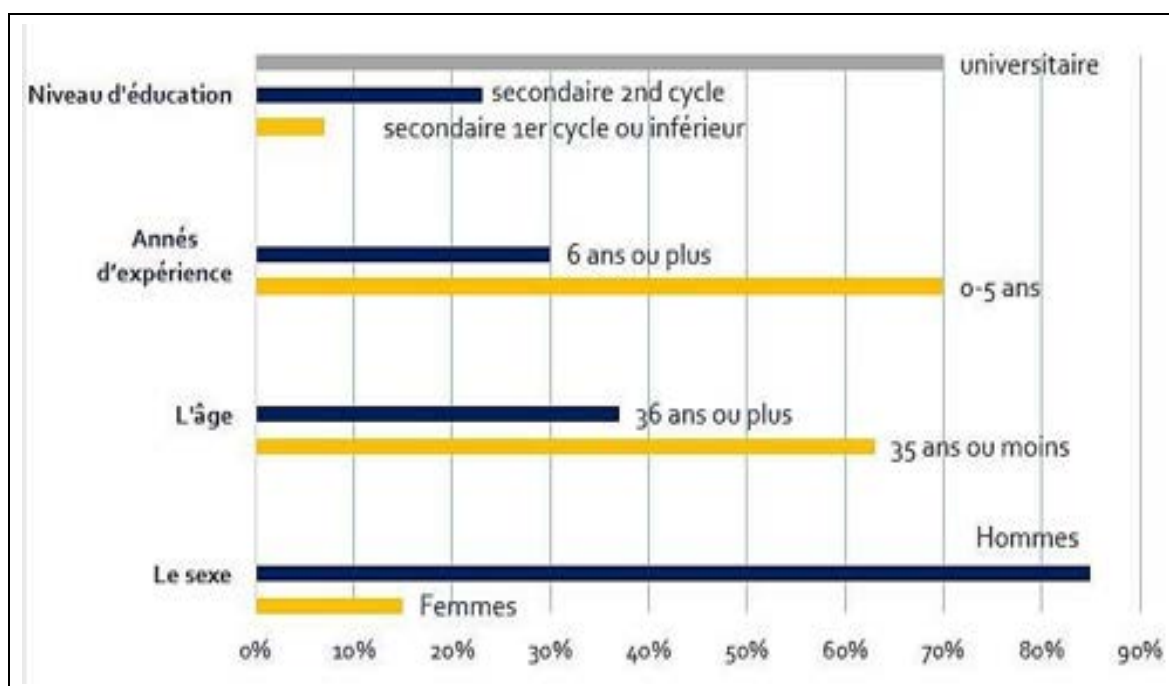


Figure 4 : Caractéristiques sociodémographiques des aviculteur.rice.s

Source : Propre illustration

La plupart de ces producteur.rice.s sont des hommes bien formés, âgés de moins de 35 ans et n'ayant que quelques années d'expérience professionnelle (voir fig. 4). Les femmes, quant à elles, sont très peu représentées avec seulement 15 %. En outre, la pertinence économique et sociale à long terme de la filière est mise en évidence par le jeune âge des producteur.rice.s, qui n'ont d'ailleurs commencé l'élevage qu'il y a quelques années. Ils se remarquent également par leur niveau d'éducation – 70 % ont atteint le niveau universitaire et 23 % le niveau secondaire.

Encadré 2 : Armelle Aplogan, avicultrice moderne



Madame Aplogan est membre du réseau KOBERSIDE. Sa ferme est située dans la commune de Tori au Sud du Bénin, à proximité des grandes villes Ouidah, Abomey-Calavi et Cotonou. Elle est en fin de cycle de production de sa deuxième bande de 1.000 poulets de chair. Elle a également démarré une production de poulets Goliath avec 350 têtes.

À la question si les potentialités de satisfaire la demande locale existent, Madame Aplogan répond : *« Bien sûr ! Et mon objectif est de produire 5 000 poulets chair par mois si les conditions sont réunies. J'y crois. Je crois que les potentialités existent. Si les moyens sont mis à notre disposition, on peut y arriver. »*

Photo : SLE 2020

5.1.3 Typologie des systèmes d'élevage

Ce sous-chapitre présente la typologie des systèmes d'élevage de poulet pour la production de viande au Bénin. Dans un premier temps, des paramètres d'exploitation ont été utilisés pour catégoriser les systèmes. Ensuite, ces systèmes ont été décrits suivant quelques caractéristiques des éleveur.euse.s.

5.1.3.1 Typologie à l'aide des paramètres d'exploitation

La race élevée, le type d'habitat, la taille du cheptel et la forme de l'entreprise sont les critères utilisés dans cette typologie. Sur la base de ces critères, les systèmes d'élevage de poulet au Bénin ont été subdivisés en trois systèmes plus ou moins homogènes : le système traditionnel, celui moderne et celui semi-moderne. Aussi, ces groupes ont été analysés suivant un autre paramètre d'exploitation important : le recours au service des vétérinaires. Le tableau 4 présente les caractéristiques de chaque système de production suivant les critères susmentionnés.

Dans l'ensemble, 48,5 % des éleveur.euse.s enquêté.e.s dans le cadre de cette étude élèvent les poulets dans le système moderne, tandis que les éleveur.euse.s traditionnel.le.s et semi-modernes sont représenté.e.s dans la même proportion (25,74 %). Ce résultat n'indique pas que l'élevage moderne est le plus pratiqué au Bénin, mais plutôt que ce type d'élevage est pratiqué par la majorité des éleveur.euse.s appartenant à l'UNAP-B. En général, c'est l'élevage traditionnel qui

est le plus représenté au Bénin car il est pratiqué dans presque tous les ménages des milieux ruraux du Bénin et même dans certains ménages en zone urbaine et périurbaine. Dans les trois systèmes, on note une grande variabilité de la taille des cheptels.

Tableau 4 : Typologie des systèmes de production de viande de poulet

Paramètre de production	Elements de comparaison	Système de production			En-semble
		Trad.	Semi-mod.	Mod.	
Composition du groupe	Individus	26	26	49	101
	Fréquence relative (%)	25,74	25,74	48,51	100
Race*	Une seule locale pure	26,92	15,38	0,00	11,11
	Une seule locale améliorée	57,69	53,85	8,51	33,33
	Une seule importée	0,00	0,00	48,94	23,23
	Plusieurs races	15,38	30,77	42,55	32,32
Type d'habitat utilisé pour les animaux*	Batterie	0,00	0,00	25,00	12,00
	Volière	73,08	84,62	75,00	77,00
	Plein air	26,92	15,38	0,00	11,00
Forme de l'entreprise*	Informelle	88,46	15,38	59,18	55,45
	Formelle	11,54	84,62	40,82	44,55
Taille du cheptel (nombre de têtes de poulet)	Moyenne	164,62	496,42	973,44	621,53
	Ecart-type	185,96	965,80	1 080,92	947,65
	Minimum	20,00	60,00	22,00	20,00
	Maximum	700,00	5 000,00	5 500,00	5 500,00
Recours au vétérinaire *	Non	60,87	29,17	30,23	37,78
	Oui	39,13	70,83	69,77	62,22
* % des membres du groupe					
Source: Propre illustration					

Dans le système moderne, ce sont les races importées et rarement les races locales améliorées qui sont élevées. Les cheptels sont souvent de grande taille dans ce système (près de 1 000 têtes en moyenne par unité). Les éleveur.euse.s

traditionnel.le.s et semi-modernes élèvent une ou plusieurs races locales. On les distingue par le fait que dans le système semi-moderne on retrouve des croisements entre races locales et importées. La taille des cheptels est aussi plus élevée en moyenne (près de 500 têtes), et les unités de production sont souvent formalisées. Par contre, c'est seulement les races locales (pure ou améliorée) qu'on retrouve dans le système traditionnel avec des cheptels de petites tailles (164 têtes en moyenne) et des unités de production en majorité informelles.

Dans le système moderne, les animaux sont soit dans les volières ou dans des batteries (jamais en plein air), alors que dans les systèmes traditionnels et semi-modernes, il n'y a pas d'élevage en batterie. On retrouve plus l'élevage en plein air dans le système traditionnel.

Plus de 60 % des éleveur.euse.s enquêté.e.s font recours au service des vétérinaires pour le suivi sanitaire de leur cheptel. Ce recours est plus élevé dans les systèmes moderne et semi-moderne (70 % environ) alors que moins de 40 % des éleveur.euse.s traditionnel.le.s ont déclaré faire recours au service des vétérinaires. Il.elle.s s'occupent personnellement de leurs animaux à l'aide surtout des recettes phyto-thérapeutiques.

Encadré 3 : Nestor Ahlinvi, aviculteur traditionnel



Monsieur Ahlinvi est enseignant d'anglais de profession. Il s'est lancé dans l'aviculture par passion avec 10 poulets et est membre de l'Association Nationale des Aviculteurs du Bénin (ANAB). Sa ferme est située à Porto-Novo. Il possède actuellement 85 poulets. Monsieur Ahlinvi expérimente sur sa ferme des croisements à partir d'une diversité de poulets de races locales traditionnelles et améliorées dans le but d'avoir des poussins locaux ayant de meilleures performances que les poussins importés.

À la question si la production locale peut concurrencer les produits importés, Monsieur Ahlinvi répond : « *Tout est possible. Ce n'est qu'une question de dynamisme. Si les autres ont pu le faire, nous le pouvons aussi.* »

Photo : SLE 2020

5.1.3.1 Description des systèmes d'élevage suivant les caractéristiques des éleveur.euse.s

Le tableau 5 présente les caractéristiques de l'éleveur.euse suivant les systèmes de production identifiés. Dans l'ensemble, 66 % des éleveur.euse.s appartiennent à une association. Cette appartenance est plus accentuée chez les éleveur.euse.s semi-modernes (près de 81 %).

Seulement quelques éleveur.euse.s ayant participé à cette étude sont sans diplôme académique. On note particulièrement que tou.te.s les éleveur.euse.s modernes enquêté.e.s sont diplômé.e.s.

Tableau 5 : Caractéristiques des éleveur.euse.s suivant les systèmes de production de viande de poulet

Caractéristiques de l'éleveur.euse	Élément de comparaison	Système de production			En-semble
		Trad.	Semi-mod.	Mod.	
Composition du groupe	Individus	26	26	49	101
Appartenance à une association*	Non	38,46	19,23	38,78	33,66
	Oui	61,54	80,77	61,22	66,34
Diplôme académique*	Non	3,85	3,85	0,00	1,98
	Oui	96,15	96,15	100,00	98,02
Sexe*	Féminin	15,38	15,38	16,33	15,84
	Masculin	84,62	84,62	83,67	84,16
Âge*	18 à 35 ans	76,92	76,92	48,98	63,37
	36 à 60 ans	23,08	23,08	46,94	34,65
	plus de 60 ans	0,00	0,00	4,08	1,98
Part du revenu issue de la production de viande de poulet*	≤ 20 %	38,10	8,70	30,00	26,19
	20 - 40 %	33,33	47,83	27,50	34,52
	40 - 60 %	19,05	26,09	20,00	21,43
	60 - 80 %	9,52	17,39	22,50	17,86
* % des membres du groupe					
Source : Propre illustration					

Globalement, l'élevage de volaille est plus pratiqué par les hommes (84 %). Mais il n'y a pas de différence significative entre le sex-ratio des éleveur.euse.s pour les systèmes d'élevage.

Dans la majorité (plus de 63 %), les éleveur.euse.s sont jeunes (18 à 35 ans). Moins de 2 % sont âgés de plus de 60 ans. Ces derniers pratiquent tous le système d'élevage moderne. Aussi environ 47 % des éleveur.euse.s modernes sont âgé.e.s de 36 à 60 ans, alors que près de 80 % des éleveur.euse.s des systèmes traditionnel et semi-moderne sont jeunes. Il apparaît donc que le système d'élevage moderne est plus pratiqué par des éleveur.euse.s d'un certain âge, probablement à cause des moyens financiers que ce système exige. Puisqu'avec peu de moyens, on peut lancer la production traditionnelle ou semi-moderne, les jeunes s'investissent plus dans ces systèmes.

Près de 40 % des éleveur.euse.s traditionnel.le.s tirent moins de 20 % de leurs revenus de la production de la viande de poulet ; et près de 35 % en tirent 20 à 40 % de leurs revenus. Moins de 10 % tirent 60 à 80 % de leur revenu de cet élevage. Ces résultats indiquent que l'élevage de poulet traditionnel est une activité secondaire pour la plupart des éleveur.euse.s qui le pratiquent. La tendance n'est pas exactement la même pour les autres : Plus de 20 % des éleveur.euse.s modernes et près de 18 % des éleveur.euse.s semi-modernes tirent plus de 60 % de leurs revenus de l'aviculture orientée vers la production de viande de poulet. Ceci indique que les éleveur.euse.s modernes et semi-modernes ont tendance à se professionnaliser dans cet élevage et à le pratiquer comme principale activité.

5.2 Les CVA, leurs acteurs et leur pertinence

Cette section est consacrée à une revue de la littérature et aux premières réponses à la question de recherche : « Quels sont les acteurs impliqués dans les CVA avicoles et quelle est leur pertinence ? »

Dans un premier temps, les acteurs et organisations les plus importants des CVA de la filière avicole béninoise sont identifiés, pour autant que les recherches bibliographiques effectuées à ce jour l'indiquent. Ici, les entretiens avec des expert.e.s ont été également utilisés. Il s'agit d'une part des groupes d'acteurs de la production et de la consommation, et d'autre part des organisations supérieures du secteur. Les sous-sections suivantes décrivent la structure des deux CVA du poulet moderne et traditionnel ainsi que de leurs réseaux organisationnels, le cadre politico-institutionnel du secteur avicole national sur la base des différents groupes de parties prenantes, les problèmes et l'importance des parties prenantes.

5.2.1 Les Chaînes de Valeur Ajoutée (CVA)

La filière avicole au Bénin comprend les CVA de poulet dit traditionnel et de poulet dit moderne (voir chap. 2.3). Ces CVA diffèrent de par le type de poulets produits, mais aussi par le système de production utilisé. Les acteurs et leurs réseaux organisationnels s'esquissent comme suit.

5.2.2 Acteurs des CVA et leurs associations

Dans les deux CVA de poulet traditionnel et moderne, les types d'acteurs intervenants sont répartis par maillon. Les informations suivantes résultent principalement d'observations et de conversations sur le marché.

Les fournisseur.euse.s d'intrants

Les fournisseur.euse.s d'intrants constituent la base des différentes CVA.

Dans la **CVA poulet traditionnel**, des intrants spécifiques ne sont pas très communs. Souvent, les poulets ne reçoivent pas d'aliments spéciaux et peu de soins vétérinaires. Cependant des vétérinaires font aussi partie des fournisseur.euse.s d'intrants dans la CVA. Il.elle.s passent de ferme en ferme pour fournir des soins vétérinaires aux poulets élevés dans les fermes et campements en milieu rural.

Dans la **CVA poulet moderne**, les fournisseur.euse.s d'intrants incluent les fournisseur.euse.s de poussins d'un jour, les fournisseur.euse.s d'aliments, les importateur.trice.s de produits vétérinaires et les prestataires de services zootechniques et vétérinaires. Les fournisseurs de poussins d'un jour peuvent être des producteur.rice.s locaux.ales de poussins ou des importateur.rice.s. Les importateur.rice.s de produits vétérinaires vendent leurs produits aux producteur.rice.s et aux prestataires de services zootechniques et vétérinaires. Dans ce type d'aviculture, les fournisseur.euse.s d'intrants sont indispensables pour les producteurs.

Les producteur.rice.s

Les producteur.rice.s de la **CVA poulet traditionnel**, en majorité, assurent la production des œufs et des poussins et sont donc pour la plupart leur propres fournisseur.euse.s. Pour ces producteur.rice.s, l'élevage de poulet est une activité secondaire en plus de la production végétale. Il existe de plus en plus d'entreprises formelles dans la production traditionnelle, mais leur nombre reste très faible par rapport aux ménages producteurs. Les relations entre les fournisseur.rice.s d'intrants et les producteur.rice.s traditionnel.le.s sont rarement basées sur des contrats formels. Cependant, des contrats verbaux sont souvent noués entre

eux.elles ; ces ententes ou contrats sont basés sur la confiance. Les producteur.rices de poulet traditionnel vendent de petits nombres d'animaux surtout aux collecteur.rice.s qui sillonnent les villages et marchés primaires de collecte en milieu rural pour revendre la volaille ensuite aux grossistes.

Les producteur.rice.s de la **CVA poulet moderne** sont souvent des entreprises et fermes de capacité supérieure à l'aviculture traditionnelle. La majeure partie du poulet moderne est produite dans les zones périurbaines avec des poussins importés et destinée aux zones urbaines.

Les commerçant.e.s

Les **grossistes** achètent les poulets en grande quantité chez les producteur.rice.s pour les revendre aux semi-grossistes. Il.elle.s disposent souvent des collecteur.rice.s qui parcourent des villages, fermes et hameaux pour acheter les poulets des petit.e.s producteur.rice.s. Au niveau de la CVA poulet traditionnel, les producteur.rice.s amènent aussi leurs poulets des campements et villages pour les vendre aux grossistes dans les marchés.

Les **semi-grossistes** sont les acteurs qui se trouvent après les grossistes et avant les détaillant.e.s. Il.elle.s ont pour rôle de permettre aux détaillant.e.s d'acheter une quantité modérée de poulets.

Les **détaillant.e.s** ou **vendeur.euse.s** se situent dans la CVA juste avant les consommateur.rice.s. Il.elle.s vendent aux dernier.ière.s les poulets selon leurs besoins. Les détaillant.e.s s'approvisionnent chez les semi-grossistes ou transformateur.rice.s, ou les producteur.rice.s amènent leurs poulets directement vers eux. Le Bénin compte environ 5 000 vendeur.euse.s de produits avicoles.

Les transformateur.rice.s

Les transformateur.rice.s abattent les poulets, les plument, les découpent des fois en morceaux et les emballent. Leur rôle est de rendre les poulets plus commodés pour répondre aux besoins des consommateur.rice.s. Les transformateur.rice.s s'approvisionnent soit directement chez les producteur.rice.s ou chez les grossistes et semi-grossistes, soit se positionnent sur les marchés et traitent directement avec les consommateur.rice.s. Environ dix transformateur.rice.s travaillent dans un marché.

Les organisations

De nombreux acteurs différents font partie d'une association. La plus grande et en même temps l'organisation faîtière de la CVA moderne est l'Interprofession de

l'Aviculture du Bénin (IAB). Elle rassemble tous les intérêts des différents acteurs, de la fourniture d'intrants en passant par la production et la transformation. Au cours des cinq dernières années, ces associations ont connu de nombreuses restructurations. Les petites associations qui existaient auparavant sont maintenant regroupées au sein de l'Union des Fournisseurs d'Intrants et de Services en Aviculture du Bénin (UFISAB), de l'Union Nationale des Aviculteurs Professionnels du Bénin (UNAP-B) et de l'Association des Transformateurs et Distributeurs des Produits Avicoles du Bénin (ATRADIPA). Il existe également de petites associations qui représentent les intérêts des jeunes producteur.rice.s et vendeur.euse.s. Les acteurs de la CVA poulet traditionnel ont l'Association Nationale des Aviculteurs du Bénin (ANAB) comme seule grande association. En outre, il existe une association qui s'oppose à l'importation de volailles, qui s'appelle Groupement des Aviculteurs pour une Promotion Durable (GAPD). Les principaux acteurs privés du secteur sont énumérés et leur objectif principal est expliqué dans le tableau 6.

Tableau 6 : Les acteurs privés principaux des CVA		
Organisation	Maillon	Information
Aviculture moderne		
Interprofession de l'Aviculture du Bénin (IAB)	Transversal	L'IAB est la faîtière des acteurs de la filière avicole regroupant les producteur.rice.s d'œufs de table et de viande de volaille, les fournisseur.euse.s de poussins, les fabricant.e.s d'aliments, les importateur.rices de produits vétérinaires, les prestataires de services vétérinaires et les transformateur.rice.s – distributeur.rice.s des produits avicoles. ; IAB promeut des aviculteurs du Bénin et défend leur intérêts (association de : UNAP-B, UFISAB, ATRADIPA-Bénin), ils développent des stratégies contractuelles pour résoudre les problèmes des acteurs, créer un accès au marché, assurer l'approvisionnement en intrants, promouvoir le développement et la recherche (E19).
Union des Fournisseurs d'Intrants et de Services en	Fourniture d'intrants	L'UFISAB regroupe les fournisseur.euse.s de poussins d'un jour, les fabricant.e.s d'aliments de bétail (cela inclut les grand.e.s importateur.rice.s comme le « Groupe Veto

Aviculture du Bénin (UFISAB)		Services » et « AGRISATCH »), les importateur.rice.s de produits vétérinaires, les prestataires de services zootechniques et vétérinaires en aviculture moderne.
Union Nationale des Aviculteurs Professionnels du Bénin (UNAP-B)	Production	L'UNAP-B adresse les besoins des producteur.rice.s, assure la professionnalisation des aviculteurs modernes du Bénin, dans un environnement favorable au développement de leurs activités et à leur épanouissement.
Association des Jeunes Agriculteurs Modernes du Bénin (AJAM)	Production	Groupe de jeunes dynamiques et dévoués aux activités agricoles et avicoles dans le souci de les moderniser ; Mise en place d'un système de commercialisation pour leurs propres produits (E14)
Association des Transformateurs et Distributeurs des Produits Avicoles du Bénin (ATRADIPA)	Transformation, Distribution	Transformateur.rice.s et distributeur.rice.s de produits avicoles localement produits (E19)
Organisation des vendeur.euse.s de produits avicoles	Vente	Cette organisation n'est pas encore bien structurée et son fonctionnement peine à décoller.
Aviculture Traditionnelle		
Association Nationale des Aviculteurs du Bénin (ANAB)	Transversal	Principale association dans le secteur traditionnel ; amélioration de la technicité de production et des conditions d'approvisionnement en vaccins, homogénéisation des modes de production ; <i>« Notre rôle c'est de lutter contre la sous-alimentation, c'est notre premier objectif que le Bénin ne soit pas pauvre en protéines. Et ce faisant nous avons dit qu'il faut compter sur nos propres forces et pour cela les choses de chez nous, le naturel, le familial, la volaille, nous allons le développer. »</i> (E16)
Groupement des Aviculteurs pour une Promotion Durable (GAPD)	Service de vulgarisation avicole, transversal	Des technicien.ne.s qui s'opposent à l'importation de poulets congelés
Source : Gerold et al., 2015, modifié		

5.2.2.1 Structuration de la CVA poulet moderne et réseau organisationnel

Au niveau du secteur privé, l'AJAM est l'association qui a le plus de connexions. On y trouve des collaborations avec différents fournisseur.euse.s, comme CoopDIPA et des vétérinaires, mais aussi avec des acteurs de la coopération internationale, comme GIZ ou Oxfam, notamment avec ProCIVA dans le domaine de l'appui technique au niveau des incubateurs (E14). L'approche de la coopérative SCOOP Koberside, qui permet à ses membres d'avoir accès à des technicien.ne.s, des vétérinaires et des vendeur.euse.s d'aliments, est intéressante (P2). De bonnes relations existent également avec les fournisseur.euse.s de poussins du Nigeria, où des accords contractuels sont en cours d'élaboration (E22). L'IAB mentionne la coopération avec le MAEP (E19). La figure 5 montre les liens organisationnels de la CVA.

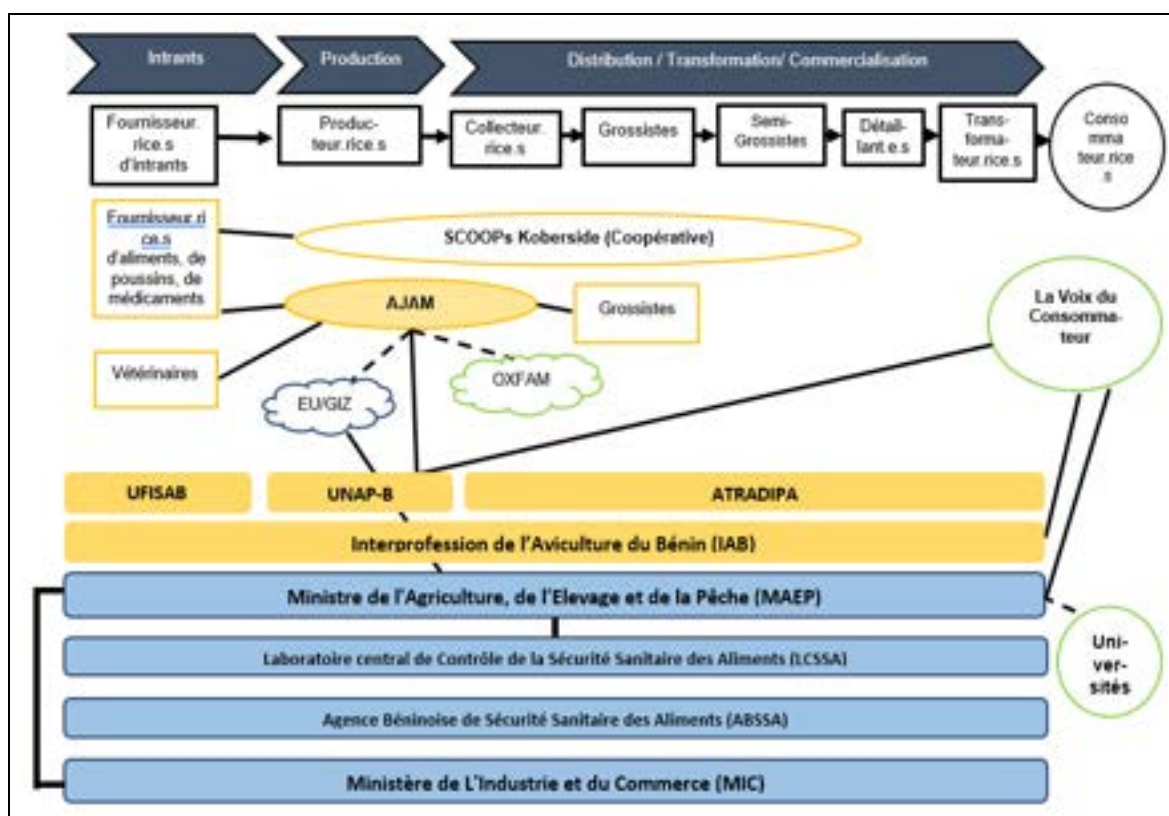


Figure 5 : La CVA poulet moderne et ses liens organisationnels

Source : Propre illustration

Du côté de l'État, c'est le MAEP qui « touche à chaque maillon de la filière de la promotion de l'élevage intensif » (E2). Le DDAEP déclare notamment qu'il est en contact avec tous les membres de la CVA moderne, « c'est-à-dire les éleveurs, les importateurs et les distributeurs [...]. Nous aidons les acteurs à suivre les normes » (E5). En outre, le MAEP, en tant qu'acteur politique principal du secteur, coopère

également avec le LCSSA (E17), mais aussi au niveau de la production avec le MIC, qui agit lui-même au niveau de la commercialisation de la CVA (E6). Le MIC et le MAEP ont en commun le fait que, tout comme l'IAB, ils coopèrent avec des acteurs de la coopération internationale, par exemple dans le cadre du projet PARASEP, qui est financé par l'UE : « c'est un creuset qui permet de résoudre un tant soit peu, les problèmes liés à la filière. » (E5). Les activités de la société civile dans le secteur s'expriment surtout par la coopération d'une ONG comme Oxfam avec des associations comme AJAM, ou des universités et de l'organisation de consommateurs (La voix des consommateurs) avec le MAEP, ou encore avec des représentant.e.s du secteur privé au niveau individuel (E18).

5.2.2.2 Structuration de la CVA poulet traditionnel et réseau organisationnel

Dans la CVA poulet traditionnel, il est frappant de constater que l'ANAB est la seule association digne de mention qui s'étend sur tous les maillons de la CVA. L'ANAB travaille également dans le cadre de projets avec des acteurs de la coopération internationale. Selon le directeur de l'association, des changements positifs pour la CVA traditionnelle peuvent être perçus en conséquence. Autre nouveauté, c'est un échange accru avec le MAEP, qui a demandé si l'ANAB était disposé à produire davantage de poulets pour répondre à la demande croissante du pays (E16). L'IAB travaille également à l'intégration de l'ANAB dans l'organisation faîtière (E19). La figure 6 présente la CVA poulet traditionnel avec les organisations.

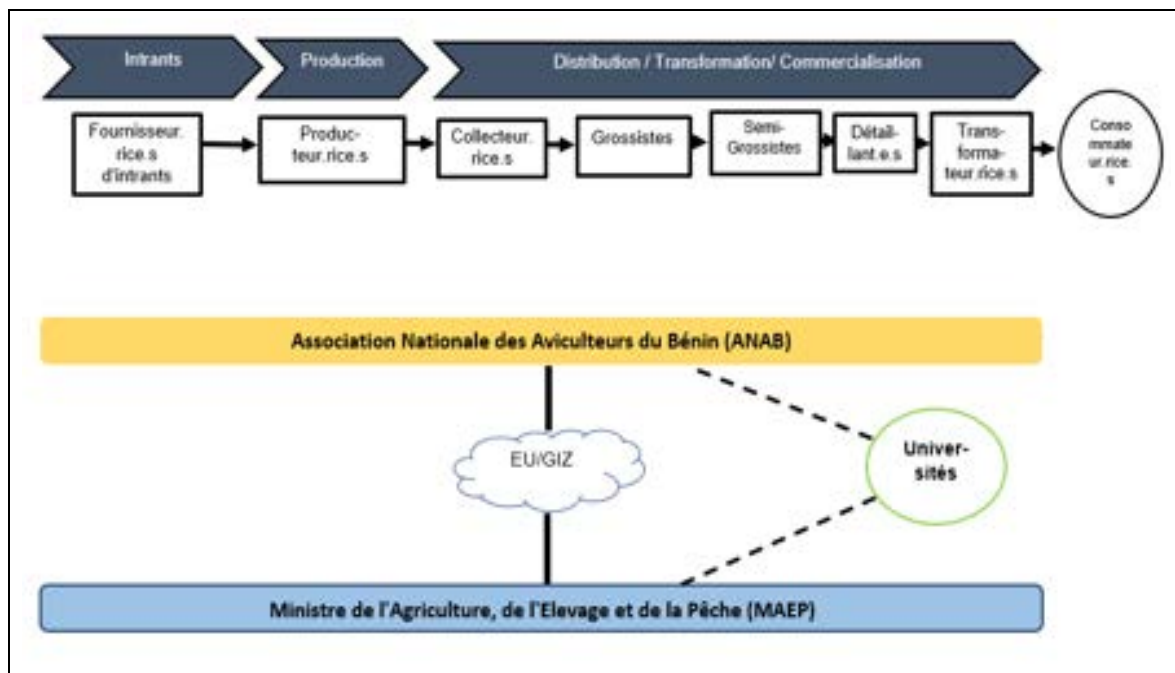


Figure 6 : La CVA poulet traditionnel et ses liens organisationnels

Source : Propre illustration

5.2.3 Les défis de la filière avicole au niveau des CVA

Au cours des entretiens, les expert.e.s ont également été interrogé.e.s sur les défis et les problèmes auxquels la filière avicole nationale est confronté selon eux. Dans ce qui suit, les défis au niveau politico-institutionnel et le long des CVA sont présentés.

Dans le domaine des CVA, l'État voit un problème majeur dans l'importation des intrants : « Nous sommes presque dans une situation de quasi-monopole pour la production de certains intrants » (E12), ce qui affecte la compétitivité globale des CVA. Cette dépendance à l'égard des importateur.rice.s, mais aussi des fournisseur.euse.s d'aliments pour les poussins et poulets, est également largement critiquée par la société civile et le secteur privé (E11, E15). Ici, il n'y a que deux ou trois acteurs qui déterminent ce maillon de la CVA moderne. Par conséquent, il y a des problèmes notables de disponibilité et de prix des intrants. Ces problèmes s'intensifient dans des situations de chocs extérieurs telle que la fermeture de la frontière avec le Nigeria. En outre, la qualité des intrants importés serait médiocre : « Les poussins sont l'intrant numéro un, et cet intrant n'est pas toujours disponible à tout moment et en bonne qualité parce qu'on n'a pas encore développé les couvoirs. » (E19).

Un autre défi des CVA est leur structure organisationnelle le long de leurs maillons. Un enseignant universitaire le dit ainsi : « Sinon de façon formelle, ils [les

acteurs de la CVA] ne sont pas très organisés [...]. Mais pour la volaille locale ce n'est pas évident, mais ils sont désorganisés globalement. » (E7). Cela correspond également aux perceptions du secteur privé, qui voit un manque d'arrangements contractuels pour les relations commerciales, ce qui entraîne des problèmes de vente pour les producteur.rice.s (E15). L'absence d'un bon système d'information entre la demande et l'offre est mentionnée, le risque le plus important étant du côté des producteur.rice.s.

Le gouvernement voit un autre défi concernant les personnes qui veulent travailler dans le secteur sans avoir les qualifications nécessaires. Cela contraste avec l'opinion des acteurs du secteur privé, qui considèrent les obstacles techniques et leur amélioration comme problème majeur au niveau des conditions de production, par exemple l'accès à des incubateurs de haute qualité (E14). Il est également difficile de porter seul les coûts de production et de commercialisation. Les fournisseur.euse.s se plaignent du manque d'accès à l'électricité pour améliorer les conditions. (E21).

5.3 Discussion et conclusion : La production avicole et les CVA au Bénin

La présente section met les résultats présentés dans ce chapitre en lien avec la littérature existante et les conclusions des autres chapitres. Les spécificités liées aux systèmes de production seront mises en évidence. Aussi la pondération des acteurs des CVA et des organisations sera soulignée ainsi que les déséquilibres et approches pour plus d'équilibre.

Les résultats de la typologie montrent que les systèmes de production avicole béninoise peuvent être subdivisés en trois systèmes plus ou moins homogènes : traditionnel, moderne et semi-moderne. Une autre étude sur le secteur avicole béninois (Gerold et al., 2015) a tenté de classer l'aviculture en traditionnelle et moderne en fonction de variables telles que les types d'élevage, le logement et l'utilisation des ressources. Dans le cas de cette étude, il s'agit d'une typologie dérivée de la signification et de la qualité des paramètres. Elle est spécifique aux circonstances actuelles de la production de poulet au Bénin et ne doit pas être considérée comme universelle. Cependant, on peut considérer qu'il s'agit d'une contre-approche de Gerold et al. pour faire la typologie du secteur de la volaille au Bénin.

Selon les aviculteur.rice.s et les expert.e.s sur le terrain, les races locales améliorées ne sont pas stables et leurs caractéristiques pas clairement connues (E21). Les cas de perte d'un grand nombre de poussins par exemple sont fréquents

dans les exploitations, d'autant plus qu'aucune certification n'accompagne généralement leur fourniture (E19). Le fait que plus de 60 % des aviculteur.rice.s interrogé.e.s utilisent les services de vétérinaire.rice.s ne semble pas changer grand chose à la perte de poussins. Il serait intéressant de rechercher si les conditions de livraison des poussins sont plus responsables des décès ou si ce sont les conditions d'élevage au Bénin qui en sont responsables.

Dans l'échantillon actuel, un.e producteur.rice sur quatre se procure ses aliments principalement sur le marché local ou régional et un.e sur six les produit lui.elle-même. Il y a quelques années à peine, Gerold et al. (2015) ont noté que 90 % des exploitations avicoles modernes en particulier cultivent leurs propres aliments.

Malheureusement, les données quantitatives recueillies ne permettent pas de savoir où les marchés locaux ou nationaux s'approvisionnent en aliments pour animaux. Néanmoins, les informations provenant des entretiens avec les experts indiquent que les aviculteur.rice.s modernes en particulier sont dépendants des aliments importés par rapport aux aviculteur.rice.s traditionnel.le.s, qui n'achètent des aliments que dans une faible mesure.

Les entretiens qualitatifs menés dans le cadre de cette étude montrent également que probablement seule une fraction des aliments destinés à l'élevage moderne est produite en interne, car les producteur.rice.s se plaignent du coût élevé des aliments et de leur qualité souvent douteuse et y voient l'un des principaux obstacles à l'aviculture : « Nous devrions pouvoir disposer de la nourriture nécessaire à un prix abordable. Sinon, le coût de production est élevé, ce qui nous empêche de concurrencer les poulets congelés » (E19). Ceci est contraire aux résultats de l'étude de Gerold et al (2015). Il serait donc important d'entreprendre des recherches plus approfondies à ce sujet.

Congrûment avec les résultats de PAFILAV (2016), l'étude a montré que la majorité des personnes impliquées dans la production de volailles avaient entre 18 et 35 ans. Dans un contexte où l'accès à l'emploi est difficile, ce secteur d'activité pourrait être présenté comme une solution adéquate pour réduire le chômage en créant de nombreux emplois pour les jeunes et les femmes. Également concordant avec l'étude de la FAO (2015), l'analyse montre que les productrices sont minoritaires (15 %). De même, l'étude de PAFILAV (2016) a révélé que seuls 18 % des éleveur.euse.s traditionnels de volailles et 10 % des aviculteur.rice.s modernes sont des femmes. Se basant sur l'échantillon limité de cette étude, il apparaît clair que les femmes ne sont pas très actives dans les associations de volailles. Dans l'ensemble, la majorité des aviculteurs.rice.s du système de production transitoire semi-moderne font partie d'une association.

Les entretiens qualitatifs avec les expert.e.s montrent en particulier que l'accès au crédit est difficile, surtout pour les femmes en zone rurale. Afin d'exploiter le potentiel de diversification de leurs revenus avec l'élevage de poulets, elles ont donc besoin de plus de soutien financier ou autre.

D'après les résultats, on peut supposer que le secteur de la volaille est créateur d'emplois. Environ 3 à 4 d'emplois à temps plein et le même nombre d'emplois occasionnels sont créés par exploitation.

Une étude au Botswana a révélé que deux tiers des propriétaires d'exploitations d'élevage de poulet ont un niveau d'éducation élevé ou supérieur (voir Baliyan et al, 2017). Dans la même logique, la présente étude a révélé un niveau d'éducation élevé pour plus de 90 % des répondant.e.s. Ce qui laisse entrevoir des possibilités de professionnalisation accrue de l'ensemble du secteur. En outre, de nombreux.euses expert.e.s interrogé.e.s considèrent le secteur avicole comme un tremplin pour promouvoir le développement de l'esprit d'entreprise en tant que tel, et pour offrir aux personnes, en particulier aux femmes et aux jeunes ayant reçu une éducation qualifiée, une opportunité d'intégration professionnelle dans l'agriculture et les domaines connexes (E15, E25).

Parmi les expert.e.s de l'État, de la société civile et du secteur privé interrogé.e.s, il y a un accord sur le fait que les importateur.rice.s et fournisseur.rice.s de produits, en particulier des poussins et d'aliments pour animaux, ont une grande, voire la plus grande influence au sein de la CVA moderne et donc aussi sur le prix final du produit. Ainsi, les prix des intrants ont un impact élevé sur la rentabilité de la production, mais c'est aussi de l'accès difficile aux intrants qu'il s'agit. Ce qui « contribue à la faiblesse de la compétitivité des produits » (E12). La raison en est, entre autres, l'insuffisance de la production des poussins et donc le recours à l'importation. L'aviculteur.rice dépense environ 60 à 80 % de ses frais pour l'alimentation des animaux et ne reçoit comme propre revenu qu'une petite partie du prix final de l'animal (E18), soit environ 300 FCFA (Gerold et al., 2015). L'UAC propose donc dans ses recherches et ses conseils aux producteur.rice.s de produire leur propre alimentation pour la production de poulets (E18).

Si l'on essaie de pondérer l'importance des acteurs en fonction du nombre de travailleur.euse.s, le plus grand nombre d'emplois dans la CVA moderne se trouve dans le secteur de la transformation et de la distribution : « Pour transformer 1 000 volailles parfois le minimum qu'on retrouve c'est 15 à 25 personnes qui sont

employées et qui sont payés »⁷ (E15). Cependant, seule la moitié environ des producteur.rice.s modernes ont une relation stable avec les autres acteurs de la CVA, notamment les fournisseur.euse.s, les vétérinaires et les transformateur.rice.s (voir chap. 5.2). Du côté des transformateur.rice.s, il semble aussi qu'il y ait parfois un manque de poulets pour la transformation, et parfois il y en a trop à transformer. Selon le secrétaire général de l'ATRADIPA, l'existence de contrats entre producteur.rice.s et transformateur.rice.s permettra de remédier aux déficits et excédents de la production (E15).

Selon Gerold et al. (2015), le revenu net pour les producteur.rice.s de la CVA poulet traditionnel est d'environ 470 FCFA par poulet, mais au niveau des commerçant.e.s, il est d'environ 870 FCFA. Dans l'ensemble, la commercialisation des animaux issus de l'élevage traditionnel s'effectue par le biais de nombreux maillons de la CVA (Gerold et al., 2015). Ce point a également été mentionné par les expert.e.s comme un point de critique, car on peut se demander si tous ces maillons de la CVA remplissent également des fonctions qui apportent une valeur ajoutée à tous les acteurs, ou s'ils n'augmentent que le prix final pour les consommateur.rice.s : « Il pourrait avoir une réduction du prix lorsqu'on réduit le nombre d'acteurs entre producteurs et consommateurs. Parce que le prix de la volaille locale n'est pas lié au coût de production, mais au nombre d'acteurs qu'il y a dans la CVA. » (E7).

Par rapport aux producteur.rice.s modernes, les producteur.rice.s traditionnel.le.s sont moins organisé.e.s (Gerold et al., 2015). Ces déclarations peuvent aussi être soutenues par le fait que seule l'ANAB représente les éleveur.euse.s traditionnels (voir chap.5.2).

Les résultats de l'enquête auprès des producteur.rice.s (voir chap. 5.2) montrent également que 87 % des producteur.rice.s dans l'élevage traditionnel n'ont pas des relations stables avec leurs partenaires commerciaux ; seuls 13 % parlent de relations stables. Cela reflète également les déclarations du professeur de l'UP interviewé, qui perçoit la CVA poulet traditionnel comme étant « globalement désorganisée » (E7).

En moyenne, les producteur.rice.s de la CVA poulet traditionnel sont plus susceptibles d'être organisé.e.s en coopératives que les producteur.rice.s de la CVA poulet moderne. Bien que la société coopérative agricole simplifiée (SCOOPS)

⁷ Cependant, il s'agit ici des emplois spontanés, pendant que les emplois dans la production sont permanents.

KOBERSIDE International soit active dans la CVA poulet moderne, une approche plus coopérative dans la CVA poulet traditionnel pourrait aider à résoudre les problèmes existants, tels que les coûts élevés de production ou un meilleur fonctionnement des relations avec les partenaires commerciaux dans tous les secteurs. En moyenne, il y a plus de femmes que d'hommes dans les coopératives. Par conséquent, une approche coopérative des acteurs de la CVA pourrait être une opportunité pour l'autonomisation des femmes.

Le problème des intrants n'a pas été mentionné dans la CVA poulet traditionnel. Cela est également dû au fait que les producteur.rice.s produisent eux-mêmes une grande partie des aliments pour leurs animaux. Cependant, le commerce informel y est très répandu. Selon un chercheur de l'Université de Birmingham, « le commerce informel emploie sûrement plus de personnes que l'industrie avicole officielle. » (E25).

En résumé, les résultats de l'étude ont permis de différencier trois systèmes de production de poulet au Bénin sur la base de paramètres d'exploitation sélectionnés : Le système traditionnel, le système semi-moderne et le système moderne. Ce dernier système est surtout pratiqué par des personnes âgées de plus de 35 ans et capables d'investir davantage dans l'entreprise. Dans la production semi-moderne et moderne, les aviculteur.rice.s ont tendance à avoir la production de poulet comme activité principale en comparaison aux aviculteur.rice.s traditionnel.le.s, ce qui suggère une professionnalisation dans ces types de systèmes.

Le plus grand défi pour les éleveur.euse.s modernes est la dépendance des intrants et leurs prix, tandis que pour les producteur.rice.s. traditionnel.le.s les problèmes d'accès aux ressources financières et techniques sont les facteurs qui doivent être corrigés pour améliorer l'offre de poulet local sur le marché.

Les acteurs de la CVA ont pu être identifiés et localisés. Il a également été possible d'analyser leur importance de manière qualitative, ce qui a permis de constater que dans la CVA poulet moderne, les importateur.rice.s et les fournisseur.euse.s d'intrants déterminent les prix et influencent la disponibilité des intrants par leur position d'oligopole. En outre, la CVA poulet traditionnel est caractérisée par une désorganisation générale et un manque de relations commerciales stables, ce qui augmente les coûts de transaction. Mais dans l'ensemble, un grand nombre d'acteurs s'efforcent d'améliorer et de réglementer les relations entre eux.

L'État considère la production nationale comme très importante, mais ne met pas en place assez d'incitations pour la promouvoir. C'est là que les organisations

de la coopération internationale ont tendance à intervenir. Le manque de clarté qui prévaut en ce qui concerne les fonctions politiques dans le secteur a été particulièrement évident dans le domaine du contrôle.

L'étude n'a pas permis une analyse économique complète des CVA. Pour ce faire, d'autres études seraient nécessaires, mais elles peuvent s'appuyer sur les résultats de celle-ci. L'Université Nationale d'Agriculture (UNA) suggère de mener des enquêtes ciblées au niveau de chaque catégorie pour savoir quelles sont les forces et les faiblesses, les opportunités et les menaces au niveau de chaque catégorie d'acteur (E11). En outre, des recherches supplémentaires et plus approfondies sont nécessaires sur les aspects et arrangements institutionnels. Cela permettrait « d'améliorer les relations entre les acteurs pour faciliter l'accès aux intrants et l'accès au marché. » (E11)

6 Le marché, les préférences de consommation et la concurrence

La production et la consommation ne peuvent être considérées indépendamment l'une de l'autre, mais interagissent comme un tout et sont donc examinées de manière cohérente. Ce chapitre rassemble les dynamiques de l'offre et de la demande du marché et examine ensuite le comportement concurrentiel des différentes CVA.



Image 5 : Vendeuses de poulet traditionnel au marché St. Michel, Cotonou

Photo : SLE 2020

6.1 Le marché

La présente section analyse l'offre et la demande du marché. Sur cette base, elle examine les produits avicoles disponibles sur le marché, les préférences différenciées et le consentement à payer des consommateurs selon des critères sociodémographiques avant d'utiliser les élasticités-prix croisées pour mettre en lumière le comportement concurrentiel des différents produits. Ainsi, trois questions de recherche sont répondues, à savoir : « Quels sont les différents produits avicoles disponibles sur le marché béninois ? » ; « Dans quelle mesure les préférences et les paramètres de qualité des produits avicoles peuvent-ils être attribués à des groupes sociodémographiques homogènes de

consommateur.rice.s ? » et « Dans quelle mesure les différents produits avicoles sont-ils en concurrence les uns avec les autres ? »

Au-delà des questions de recherche, les auteur.rice.s examinent brièvement dans quelle mesure la viande de poulet importée contribue à la sécurité alimentaire au Bénin.

6.1.1 Les différents produits avicoles disponibles sur le marché béninois

Dans cette sous-section, un inventaire des différents produits de viande de poulet – qu'elle soit produite au Bénin ou importée – est présenté comme première étape de l'analyse du marché.

6.1.1.1 Les différents types de produits et leur prépondérance

Les différents types de produits de viande de poulet disponibles sur le marché béninois⁸ sont présentés dans le tableau 7. Des résultats il ressort qu'au total 15 différents produits de poulet sont disponibles sur le marché. On peut distinguer :

- le poulet vivant ;
- la viande de poulet complet ;
- les parties et organes de poulet, que sont : la cuisse de poulet, le blanc de poulet, l'aile de poulet, le gésier de poulet, la pointe, le dos de poulet, le foie de poulet, les pattes de poulet ;
- les produits à base de poulet à savoir : la saucisse de poulet, la croquette de poulet, les nuggets de poulet, les rillettes de poulet et les donuts de poulet.

Parmi ces produits, la viande de poulet complet est le produit le plus rencontré dans l'ensemble des points de vente (25 % d'apparition), suivie de la cuisse de poulet (17 % d'apparition). Le gésier de poulet, l'aile de poulet et le poulet vivant viennent ensuite (respectivement 13 %, 11 % et 9 %). La prédominance de ces cinq types de produits avicoles dans cette enquête exploratoire sur le marché reflète la tendance de leur reconnaissance comme des produits usuels. Les autres produits rencontrés forment la catégorie des produits non usuels ou peu courants. Par ailleurs, il faut noter que ces différents produits de poulet se trouvent sous

⁸ Basé sur l'observation dans 35 points de vente dans la ville de Cotonou. Les auteur.rice.s estiment que la toute la gamme de produits disponibles au Bénin a été répertoriée.

différentes formes sur le marché, entre autres : viande crue cuisson rapide ou viande crue cuisson normale, viande crue assaisonnée et viande fumée.

Tableau 7 : Description des différents types de produits de viande de poulet rencontrés sur le marché béninois

Type de produit	Nombre de fois	Fréquence relative (en %)
Poulet complet	28	24,78
Cuisse	19	16,8
Gésier	15	13,27
Aile	13	11,5
Poulet vivant	10	8,85
Blanc de poulet	9	8,00
Foie	3	2,65
Nuggets	3	2,65
Pattes	2	1,77
Pointe	2	1,77
Dos	2	1,77
Saucisse	2	1,77
Croquette	2	1,77
Rillettes	2	1,77
Donuts	1	0.88
total	113	100

Source : Propre illustration basée sur l'observation de 35 points de vente à Cotonou

6.1.1.2 Les origines des produits

Les différents types de produits rencontrés ont trois sources : la production locale traditionnelle, la production locale moderne et l'importation. Le poulet vivant provient majoritairement (90 %) de la production locale traditionnelle. La viande de poulet complet congelé provient principalement (70 %) de l'importation. Les autres 30 % de viande de poulet complet sont issus de la production locale moderne. Cela peut s'expliquer par le fait que le poulet transformé en viande et mis en vente sur le marché sous forme congelé est actuellement développé pour la production locale moderne. Le poulet local traditionnel est généralement transformé sur place dans les marchés locaux avec l'aide des transformateur.rice.s.

Concernant les parties et les organes de poulet, ils proviennent principalement de l'importation. Les autres types de produits à base de poulet (saucisse de poulet, croquette de poulet, rillette de poulet et donut de poulet) sont quasiment tous issus de l'importation (voir tab. 8).

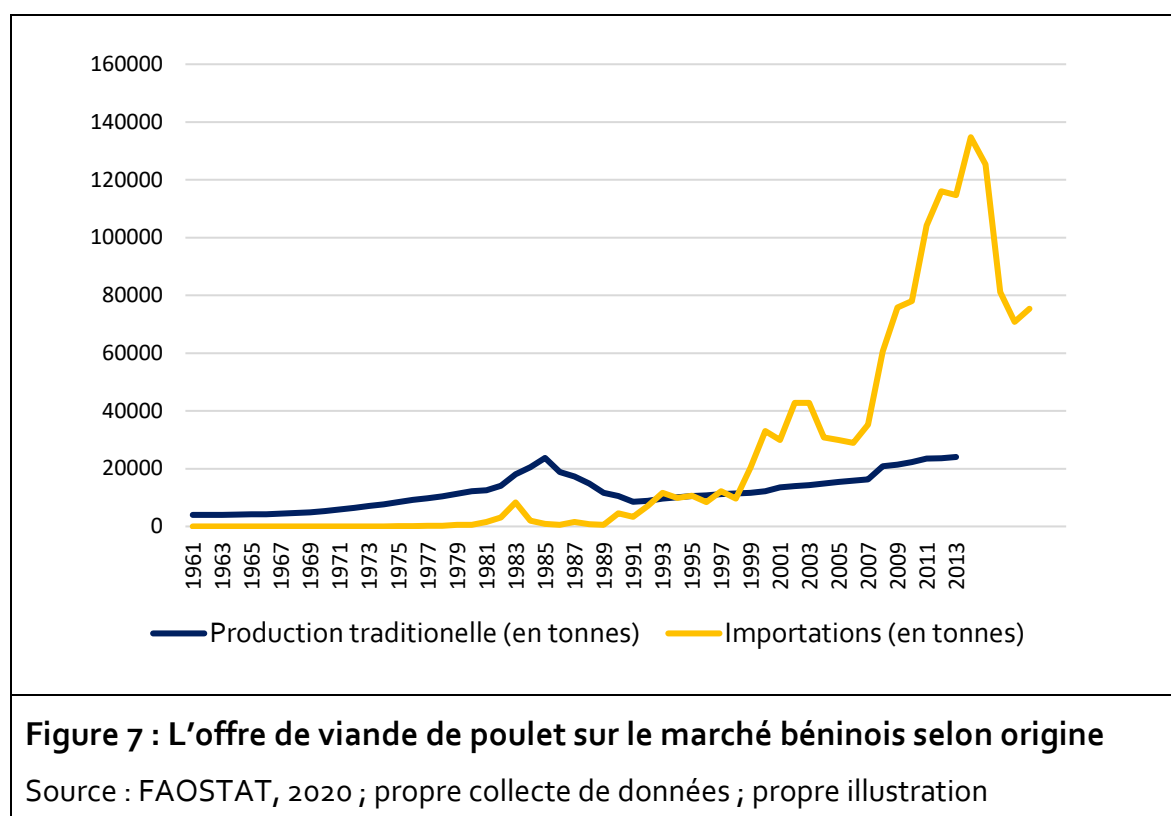
Tableau 8 : Répartition des différentes CVA rencontrés selon leurs origines			
Type de produit	CVA	Nombre	Pourcentage
Poulet complet	Local moderne	8	29
	Importé	20	71
Cuisse	Local moderne	2	11
	Importé	17	89
Gésier	Local moderne	1	7
	Importé	14	93
Aile	Local moderne	1	8
	Importé	12	92
Poulet vivant	Local traditionnel	9	90
	Locale moderne	1	10
Blanc de poulet	Local moderne	4	44
	Importé	5	56
Foie	Importé	3	100
Nuggets	Local moderne	1	33
	Importé	2	67
Pattes	Local traditionnel	1	50
	Locale moderne	1	50
Pointe	Importé	2	100
Dos	Importé	2	100
Saucisse	Importé	2	100
Croquette	Importé	2	100
Rillettes	Local moderne	1	50
	Importé	1	50
Donuts	Importé	1	100
Source : Propre illustration basée sur l'observation de 35 points de vente à Cotonou			

6.1.2 Les marchés avicoles

Il est projeté que la population béninoise urbaine (aujourd'hui 47 %) va dépasser la population béninoise rurale (aujourd'hui 53 %) dans quelques années seulement (FAO, 2020). Les marchés urbains sont aujourd'hui, en ce qui concerne la valeur d'échange, les plus importants. Avec de plus en plus de consommateurs, leur importance augmentera encore dans les années à venir. La concentration de notre recherche sur les grands marchés urbains peut alors être expliquée par cette évidence.

6.1.2.1 L'évolution de la filière

La figure 7 montre l'évolution de l'offre nationale des produits avicoles, qui est couverte par les viandes du poulet béninois et importé. La production traditionnelle a connu une croissance lente mais stable jusqu'en 1985. A partir de ce moment, la production nationale a quasiment été stagnante. C'est seulement à partir de la crise alimentaire de 2006/2007 que la production traditionnelle se relance doucement.



De l'autre cote, les importations avicoles ont commencé dans les années 1980, mais c'est seulement à partir de 1999 qu'elles commencent par dépasser la production nationale. En 2003, une petite chute des importations est observée. Cela ne dura pas longtemps ; à partir de la crise alimentaire jusqu'en 2015 les

importations tripleront. Après 2015, les importations chutent encore considérablement. La chute récente est liée à la demande diminuante du côté du Nigeria.

L'une des questions d'intérêt dans les sections suivantes est d'explorer si c'était l'influx des importations (à partir de 1980) qui a causé la stagnation dans la production locale (à partir de 1985).

6.1.2.2 L'offre nationale issue de la production traditionnelle

Les produits avicoles béninois proviennent en grande majorité de ce qui est appelé le « poulet bicyclette ». La production traditionnelle est décrite en détail dans le chapitre 5. Ici, il est question de rappeler que cette production se fait surtout par de petits.e.s agriculteur.rice.s dans les zones rurales et périurbaines. Jusqu'à ce jour, 60 % de la population du Bénin vit de l'agriculture de subsistance (MAEP, 2016). Il est important de noter qu'une grande partie de ces poulets est directement consommée dans les ménages et ne sera donc jamais échangée sur un marché. Seulement les surplus sont vendus sur les petits marchés ou auprès des vendeuse.s qui partent dans les zones rurales à la recherche des poulets traditionnels et les ramènent sur les grands marchés du pays.



Image 6 : Poulet local fraîchement découpé au marché St. Michel, Cotonou

Photo : SLE 2020

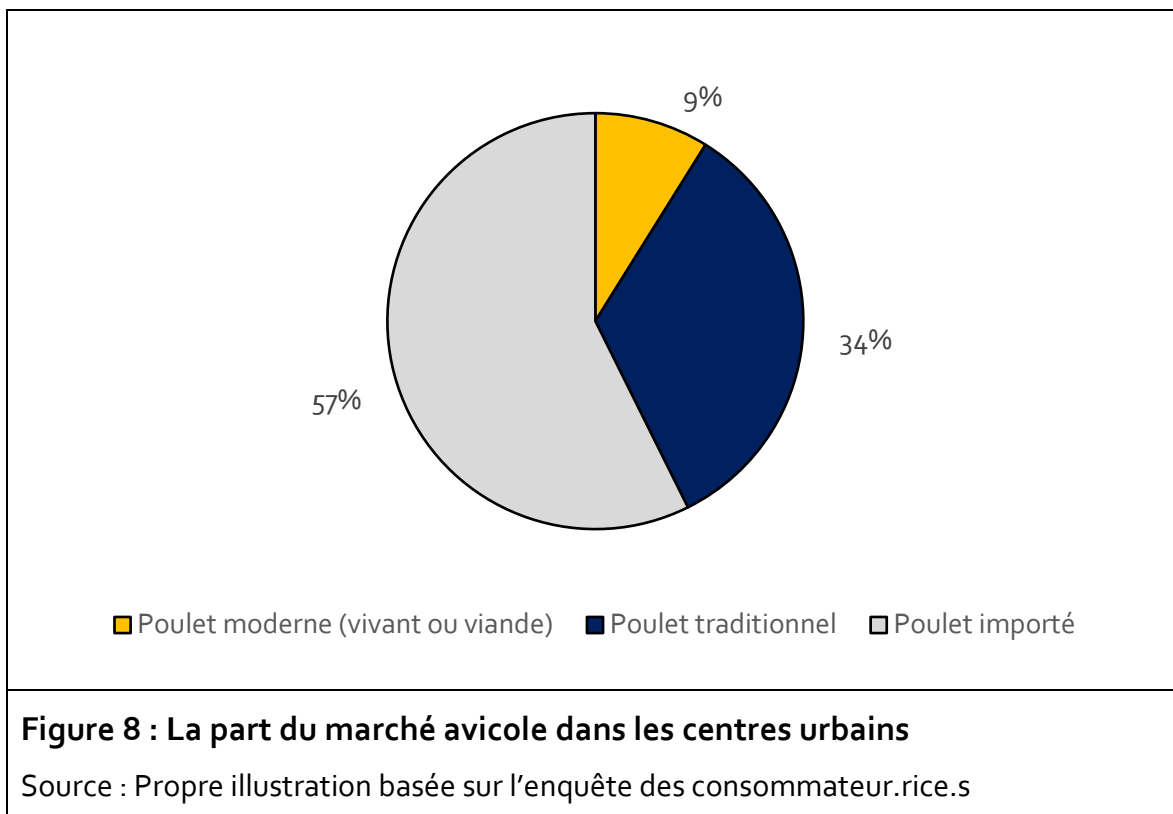
Le poulet dit traditionnel est très apprécié pour ses caractéristiques, surtout son goût, auprès des consommateurs (voir chap. 6.2). Sa part du marché est d'un tiers (34 %).

6.1.2.3 L'offre nationale issue de la production moderne

C'est aussi dans les zones rurales et périurbaines que les produits d'élevage moderne sont produits et distribués. La production moderne, semi-intensive ou intensive, a déjà été décrite dans la section 5.1. Ici, on rappelle que cet élevage est principalement destiné à la production des œufs. Les poulets ne sont vendus que quand ils atteignent un certain âge comme « poules reformées » au moment des fêtes. Ces produits sont donc surtout disponibles à certains moments de l'année, et la variabilité de leur disponibilité est forte. Leur part de marché a été estimée à 9 %.

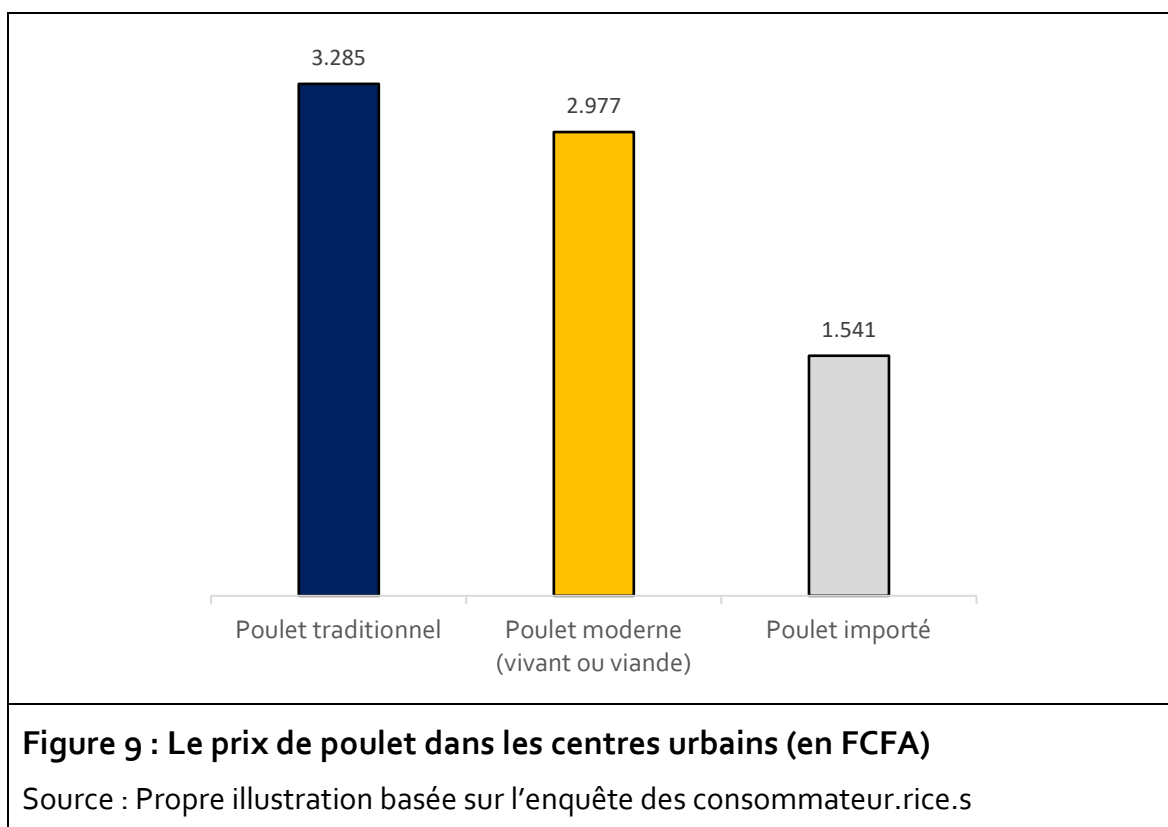
6.1.2.4 La consommation nationale et l'offre nationale issue des importations

La consommation nationale de viande de poulet a augmenté considérablement ces dernières années. Surtout à partir des années 2000, on observe une forte croissance. La demande de viande de poulet au Bénin n'est par contre pas couverte par la production locale, ce qui favorise les importations (FAO, 2015). La part du marché de la viande du poulet importé a été estimée à 57 %. La part du marché de la viande du poulet traditionnel a été estimée à 34 % et celle de la viande du poulet moderne a été estimée à 9 % (voir fig. 8). Au total, les produits locaux satisfont donc 43 % de la demande. La plus grande partie du marché urbain est cependant couverte par la viande des poulets importés.



6.1.3 Les prix

Les prix ont été calculés à l'aide de moyennes pondérées des prix des achats effectivement faits par les consommateur.rice.s. Pour rendre comparables les prix des différents produits avicoles, ils ont été calculés en kg de viande. Pour un poulet vivant, 60-65 % de son poids peuvent être considérés comme viande (FAO, 2015). La statistique suivante montre le prix moyen des trois viandes de poulet qui ont été enregistrées sur les grands marchés urbains du Bénin (voir fig. 9). En milieu urbain du Bénin, le prix de la viande de poulet traditionnel est en moyenne de 3 285 FCFA/kg de viande. L'offre limitée et les préférences des consommateur.rice.s. urbain.e.s l'expliquent en partie. Selon les résultats de notre étude (voir chapitre 5), cette viande est aussi plus chère à cause du nombre d'acteurs impliqués dans la CVA.



« Le prix de la volaille locale n'est pas lié au coût de production, mais au nombre d'acteurs qu'il y a dans l'intervalle. » (E 7)

Sur les marchés des grandes villes du Bénin, le prix du poulet local moderne est en moyenne de 2 980 FCFA/kg de viande. Ces poulets sont moins chers que les poulets traditionnels, mais plus chers que les poulets importés. Pour ceux-ci, le prix serait largement lié aux coûts des intrants (voir chap. 5).

« Malgré nos efforts, le coût de production revient relativement cher, alors qu'un poulet d'environ 1,2kg sur le marché, ça tourne autour de 2 000 FCFA. » (E 14)

Le prix de la viande de poulet importé est en moyenne de 1 540 FCFA/kg de viande dans les grandes villes du Bénin. Il est alors presque deux fois moins cher que la viande des poulets issus de la production nationale. Comment cela peut-il s'expliquer ?

D'un côté, la production industrielle dans les pays occidentaux fait face à des coûts de production moins élevés par rapport à la production de poulet moderne au Bénin. En conséquence, la production industrielle est aussi moins chère par kg de viande. Mais il y'a encore une autre cote : L'UE a longtemps été accusée de détruire les marchés africains avec des produits agricoles subventionnés. La critique

généralisée selon laquelle ces importations nuisent au commerce équitable a déjà entraîné un changement d'orientation du côté européen. Alors que les produits à base de poulet ont bénéficié de subventions à l'exportation jusqu'en 2003 (explication pour la chute dans les importations, voir fig. 7), elles ne sont plus autorisées par l'OMC et donc par la politique agricole de l'UE de nos jours (UE, 2019). Contrairement à ce que beaucoup de gens pensent, les producteurs européens ne reçoivent aucun paiement lié à leur production. Néanmoins, d'autres mécanismes de soutien les aident à être plus compétitifs sur le marché mondial. La Direction générale de l'agriculture et du développement rural de la Commission Européenne (DG AGRI) montre que les éleveurs de volaille en Europe tirent environ 20 % de leurs revenus de subventions indirectes. L'une des plus importantes subventions indirectes est le programme de soutien aux investissements qui finance les producteurs de volaille à hauteur de 40 % sur leurs frais de stabulation. De plus, même si ce n'est pas très répandu, les producteurs de volaille peuvent recevoir des paiements découplés par hectare s'ils produisent eux-mêmes leurs aliments pour la volaille. Ils peuvent ainsi bénéficier de subventions indirectes pour les céréales qui représentent 65 % de leurs coûts de production (Association de l'Aviculture, de l'Industrie et du Commerce de Volailles dans les Pays de l'Union Européenne, 2016).

Selon Rudloff et Schmieg (2016), l'augmentation des importations d'origine européenne s'explique surtout par les changements de modes de consommation européens. Les consommateurs européens ont tendance à n'acheter que le blanc de poulet au lieu du poulet entier. Le consentement des consommateurs occidentaux à payer pour cette viande de la poitrine (blanc de poulet) est tellement élevé que les producteurs européens ont déjà couvert leurs coûts de production avec cette vente. De plus, à partir de l'année 2000, les restes de poulet après satisfaction des préférences des consommateurs européens n'ont plus pu être transformés en aliment de bétail à cause de la maladie de la vache folle. Dans l'ensemble, cela a mis à disposition de grandes quantités de viande sur les marchés mondiaux que le monde occidental ne voulait et ne pouvait plus utiliser.

S'il n'y avait pas les importateurs africains, les producteurs européens devraient même payer pour se débarrasser de ces restes de poulet (E4). En conséquence, ils trouvent plus pratique d'exporter les morceaux de poulet restants vers des pays comme le Bénin tout en gagnant de l'argent que de chercher un autre moyen de s'en débarrasser sans gain ou même en perdant de l'argent (Rudloff et Schmieg, 2016). Comme il s'agit des restes de produits sans

utilité dans le monde occidental, les importateur.rice.s africain.e.s peuvent les acheter pour aussi peu que 500 FCFA (0,76 €) et les revendre à partir de 700 FCFA (1,14 €) avec du profit en Afrique de l'Ouest.

6.1.4 Une compétition déloyale ?

Le prix de la viande du poulet importé ne reflète pas ses coûts de production. Selon l'accord sur la mise en œuvre de l'article VI du GATT 1994 (l'accord anti-dumping, OMC, 1994), le dumping est défini comme l'introduction d'un produit dans le commerce d'un autre pays à un prix inférieur à sa valeur normale. Dans le contexte de la viande du poulet importé, cette valeur normale est disputée.

Dans la perspective des acteurs béninois, il semble clair que ce prix en dessous des coûts de la production reflète une situation de compétition déloyale. Les participant.e.s à l'atelier final ont déclaré qu'il y aurait effectivement une concurrence entre ces trois types de produits, mais que la concurrence exercée par la viande du poulet importé sur les poulets locaux était tout simplement déloyale.

Néanmoins, au niveau des consommateur.rice.s, le prix est seulement un facteur parmi plusieurs dans la décision d'achat. D'autres caractéristiques et paramètres de qualité spécifiques liées à chaque type de viande de poulet sont évidemment très importantes. Celle-ci sont discutées dans la section suivante.

6.2 Les groupes des consommateur.rice.s urbain.e.s, leurs préférences et critères d'achat

Dans cette section, la perception subjective des consommateur.rice.s sur la viande de poulet est examinée avant d'analyser les groupes de consommateur.rice.s en fonction de leurs caractéristiques sociodémographiques et de leurs besoins spécifiques sur le marché. Ensuite, l'utilité des consommateur.rice.s dans l'achat des différents produits est examinée avant de mettre en contexte leur consentement à payer pour ceux-ci tel que déterminé par les expériences de choix. Enfin, les résultats sont reliés à la littérature actuelle et des conclusions sont tirées.

L'attribution des préférences et des critères d'achat des produits avicoles à des groupes sociodémographiques homogènes de consommateur.rice.s est essentielle pour permettre aux producteur.rice.s et aux décideur.euse.s politiques de répondre aux besoins individuels de ces dernier.ière.s. Cette étude examine donc non seulement les préférences des consommateur.rice.s pour des différents produits avicoles et leurs caractéristiques, mais aussi les critères d'achat sous-jacents en ce

qui concerne leur influence sur la décision d'achat (voir chap. 6.3). En analysant l'influence des caractéristiques sociodémographiques sur les critères d'achat et les préférences, cette étude identifie des groupes homogènes de consommateur.rice.s ayant un comportement spécifique. Cette évaluation de la segmentation du marché (la division du marché en groupes de client.e.s clairement distincts à l'extérieur et homogènes à l'intérieur) ainsi effectuée sert de base à des stratégies différenciées de marketing et de politique.

6.2.1 Les critères d'achat

L'étude a évalué la pertinence de 19 critères d'achat collectés à travers des enquêtes quantitatives et qualitatives afin d'éclairer et comprendre le comportement des consommateur.rice.s ainsi que les préférences pour des produits spécifiques qui en découlent. Ces critères d'achat ont été élaborés de manière déductive et inductive et sont composés de facteurs économiques (par exemple le prix), de paramètres émotionnels et cognitifs concernant la qualité du produit (par exemple la perception de la fraîcheur de la viande) ainsi que d'attitudes et de valeurs (par exemple le respect de l'environnement). La base de cette analyse est l'évaluation par les consommateur.rice.s des critères d'achat, auxquels a été attribuée une pertinence entre « 0 » (non pertinent pour la décision d'achat) et « 5 » (très pertinent pour la décision d'achat).

L'analyse du classement des consommateur.rice.s en fonction des critères d'achat de la viande de poulet est présentée dans le tableau 9. Dans ce qui suit, ces critères d'achat sont présentés et mis en contexte.

En moyenne, le **goût** (4,0) des produits est le critère d'achat le plus pertinent. Le poulet savoureux est associé par la majorité des consommateur.rice.s à des poulets d'élevage local traditionnel.

« Le poulet de chair et le poulet bicyclette ont presque le même goût par rapport au poulet surgelé qui a un goût bizarre. » (C6)

La **commodité** (3,6), c'est-à-dire le fait que le produit soit disponible sous forme déjà plumée, coupée en morceaux et prêt à cuire, est le critère d'achat le deuxième plus pertinent. Le poulet traditionnel n'est généralement disponible que sous forme de poulet vivant, alors que les produits de poulet moderne le sont souvent et que les produits de poulet importé sont toujours disponibles sous forme transformée (voir chap. 6.1). En conséquence, la majorité des consommateur.rice.s perçoivent la viande de volaille importée comme la plus pratique : Plus de 80 % des consommateur.rice.s pensent que les produits avicoles traditionnels ou modernes sont les plus incommodes.

Tableau 9 : Pertinence moyenne des critères d'achat

Critère d'achat	Définition	Moyenne
Goût	Le goût de la viande joue un rôle dans ma décision d'achat.	4,0
Commodité	Je suis plus enclin à acheter la viande de volaille lorsqu'elle est déjà plumée, coupée en morceaux et prête à cuire.	3,6
Perception de la fraîcheur	Ma décision d'achat est influencée par le fait que je perçois ou non la viande de volaille comme étant « fraîche ».	3,6
Disponibilité	Il est important pour moi que le produit soit toujours disponible sur les marchés.	3,5
Aspects relatifs à la santé	Ma décision d'achat est influencée par le fait que je pense ou non que cette viande est bonne pour ma santé.	3,4
Consistance de la viande	Ma décision d'achat est influencée par la consistance de la viande de volaille (tendre, dure, ...).	3,4
Prix	Le prix influence ma décision d'achat.	2,9
Temps de cuisson	Pour ma décision d'achat, le temps de cuisson est important	2,9
Lieu d'achat	Pour ma décision d'achat, le lieu d'achat est important.	2,8
Origine de la volaille	L'origine de la volaille (national, importée) influence ma décision d'achat.	2,7
Teneur en matière grasse	Ma décision d'achat est influencée par la teneur en graisse de la viande de poulet.	2,7
Confiance et transparence dans l'élevage	Ma décision d'achat est influencée par le fait de savoir si l'élevage de poulets est transparent et si je fais confiance à la production	2,4
Sans antibiotique ni hormone	Il est important pour moi que le poulet soit exempt d'antibiotiques et d'hormones	2,4
Âge du poulet*	L'âge du poulet influence ma décision d'achat.	2,1
Taille de la jambe*	La taille de la jambe du poulet influence ma décision d'achat.	2,1
Respect de l'environnement	Pour moi, il est important que la production de poulet ne nuise pas à l'environnement.	1,8
La race du poulet*	La race du poulet influence ma décision d'achat.	1,3
Le sexe du poulet*	Le sexe du poulet influence ma décision d'achat.	1,1
Couleur du plumage*	La couleur du plumage du poulet influence ma décision d'achat.	0,7

* s'applique aux poulets vivants

Source : Enquête des consommateurs.rice.s

« Je ne préfère pas le local parce qu'il demande assez de travail (chauffer de l'eau, arranger le poulet, etc.). C'est pourquoi nous préférons l'importé. » (C2)

« Quand vous achetez le poulet traditionnel, il y a beaucoup de choses à faire avant la consommation : tuer, déshabiller, habiller et tout. » (E7)

La perception de la **fraîcheur** (3,6) de la viande est tout aussi importante. Ici, le poulet traditionnel est le plus performant, tandis que près de 70 % des consommateur.rice.s estiment que la viande importée est la moins fraîche.

« Je préfère prendre le vivant pour être sûre de la qualité et de la fraîcheur de la viande. » (Commentaire sur le questionnaire quantitatif, n.153)

La **disponibilité** (3,5) continue des produits n'est pas moins importante. Compte tenu du fait que la viande importée est disponible pendant toute l'année, alors que la production nationale, surtout moderne, ne peut pas répondre à la demande à tout moment, ce critère d'achat parle en faveur des produits importés et en partie des produits de poulet local d'élevage traditionnel.

« Mais à l'approche de la fête, on ne trouve pas assez de poulet traditionnel [...], et c'est à cette période que la consommation augmente vraiment. On ne trouve pas le poulet local sur le marché, et ceux qui en ont augmentent le prix. » (C5)

« J'aime le local, mais à défaut de temps pour aller au marché en prendre, je consomme plus l'importé facile à trouver dans les supermarchés. » (Commentaire sur le questionnaire quantitatif, n.24)

Les **aspects sanitaires** (3,4) sont un critère d'achat presque aussi pertinent. Pour ce facteur, la confiance des consommateur.rice.s est la plus élevée pour la production traditionnelle, tandis que près de trois quarts des consommateur.rice.s considèrent que la viande importée est la moins bonne en termes de sécurité sanitaire des aliments. Les préoccupations sanitaires concernant la viande importée sont liées à la fois au manque de confiance en la chaîne du froid et en l'alimentation des poulets.

« En ce qui concerne la sécurité alimentaire [...] tout ce qui est surgelé, on ne connaît pas dans quelles conditions ça a été

conservé. Et quand ça arrive ici, ils décongèlent, et quand ça n'a pas été acheté, ils recongèlent. » (C6)

En outre, la décision d'acheter est influencée par la perception de la **consistance** (3,4) de la viande par les consommateur.rice.s. En ce qui concerne ce facteur, le poulet traditionnel est le mieux apprécié dans ce sens que les consommateur.rice.s trouvent que la viande du poulet traditionnel est tendre et serrée.

En tant que critère d'achat économique, le **prix** (2,9) du produit est le septième facteur le plus important pour les consommateur.rice.s. Il y a ainsi six critères d'achat en moyenne plus importants pour le.la client.e que le prix. Cependant, l'évaluation de la pertinence du prix diffère fortement selon les caractéristiques sociodémographiques des consommateur.rice.s (voir chap. 6.2.3). Les prix du marché par kg de viande sont les plus bas pour les produits importés, suivis par les produits modernes et traditionnels (voir chap. 6.1.3).

« Le prix joue un grand rôle. Si les poulets locaux là le prix était bas et abordable, personne ne serait tenté d'aller acheter des poulets congelés conservés depuis des mois. » (C11)

« Le poulet local peut être actuellement considéré comme une viande de luxe [...]. » (E7)

De plus, l'évaluation du prix comme critère d'achat pertinent est significativement et hautement corrélée à la commodité. Les consommateur.rice.s de la tranche de revenu inférieure ont la possibilité d'acheter une petite quantité de viande et de dépenser moins en conséquence. Il.elle.s ne sont donc pas obligé.e.s d'acheter un poulet entier.

« [...] Au lieu d'acheter le poulet entier qui est relativement cher, les gens morcellent les poulets congelés en de petites quantités, c'est un élément important. » (E7)

Le **temps de cuisson** (2,9) de la viande suit le prix dans la note moyenne de pertinence. La perception ici est très différenciée. Si certain.e.s consommateur.rice.s préfèrent une cuisson rapide pour des raisons de temps, d'autres rejettent la viande à cuisson rapide pour diverses raisons. Les consommateur.rice.s qui ont une préférence pour la viande importée attachent beaucoup plus d'importance à un temps de cuisson court que les consommateur.rice.s qui ont tendance à préférer la viande produite au niveau national.

*« Les cuissons rapides me font peur, je me demande ce qu'ils ont introduit dans la viande pour que ce soit une cuisson rapide. »
(C5)*

« Je préfère l'importé. Nous, les cuisiniers, préférons ça pour vite préparer à nos patrons. » (C2)

Le **lieu d'achat** (2,8) et **l'origine de la viande** (2,7) sont des critères en corrélation significative avec d'autres facteurs et surtout entre eux. De nombreux marchés offrent exclusivement certains types de produits, et la décision d'acheter a été prise en sélectionnant l'emplacement du marché. Le lieu d'achat est donc moins à considérer comme un critère à part entière, mais est plutôt le résultat de la mise en valeur des critères d'achat économiques, émotionnels et cognitifs. Il en est de même pour l'origine de la viande. Ceux et celles qui trouvent cela très pertinent ont tendance à montrer un comportement d'achat habituel basé sur la perception du type de produit, réagissent en conséquence peu aux stimuli et ne cherchent pas de produits de substitution. Cela montre que des caractéristiques positives ou négatives sont attribuées aux différents types de produits sur la base de leur origine, ou que des types de produits sont catégoriquement rejetés sur la base de leur origine. La pertinence de l'origine de la viande est particulièrement forte et significative chez les consommateur.rice.s qui ont une préférence pour les produits nationaux.

« [L'importation] n'est pas bien pour le pays, vous le savez autant que moi-même. Il y a des bons produits au Bénin, pourquoi en importer [...] ? » (C3)

Les consommateur.rice.s attribuent une teneur plus élevée en **matière grasse** (2,7) aux produits carnés importés, ce qui constitue un critère d'achat pour beaucoup d'entre eux.

« Je suppose que les poulets bicyclettes ont eu le temps de se défouler et d'éliminer la graisse, [...] on voit bien qu'il y a plus de graisse dans la viande importée. » (C9)

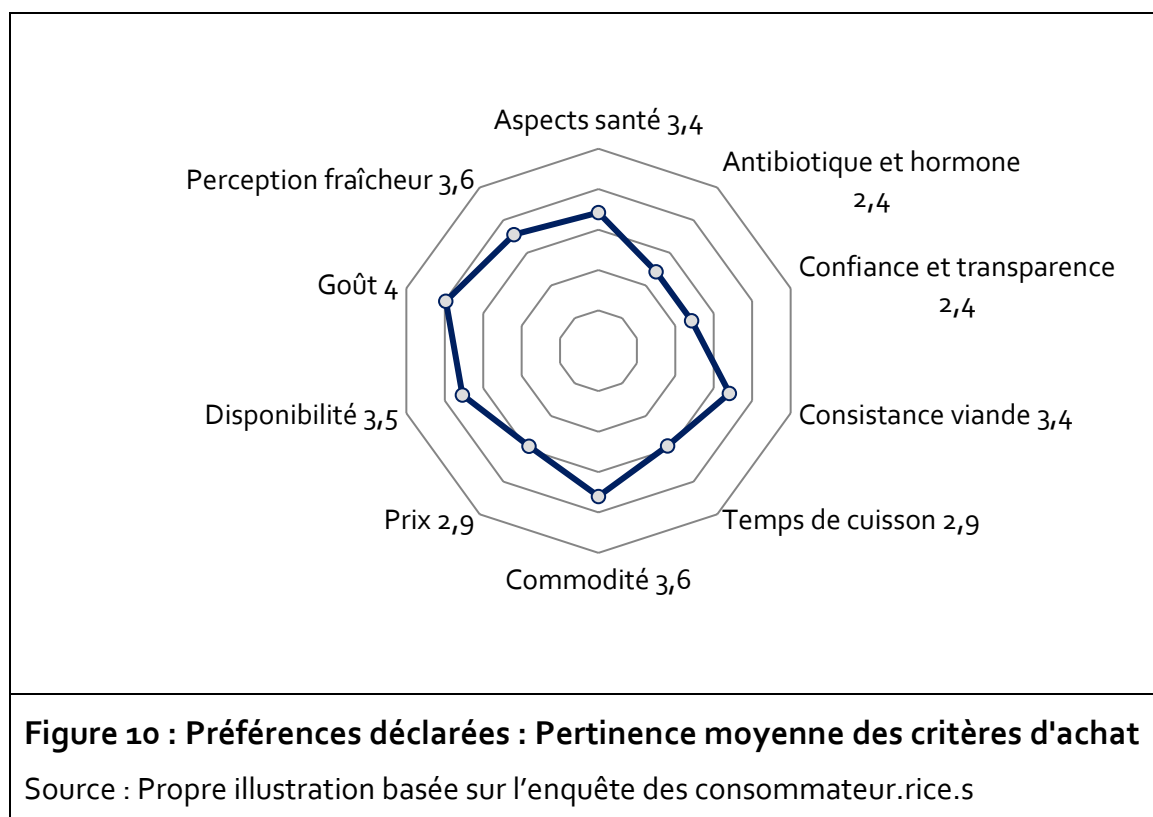
La pertinence de la **confiance** (2,4) dans le système de production et sa **transparence** est en corrélation significative avec le critère d'achat **sans antibiotiques ni hormones** (2,4) ainsi qu'avec les aspects sanitaires. Ici, il existe un désir pour plus de transparence dans les systèmes de production et une information plus compréhensible sur les produits parmi les consommateur.rice.s. En outre, les produits importés sont perçus comme étant plus difficiles à tracer et moins fiables que les produits nationaux. Il convient également de noter que de nombreux

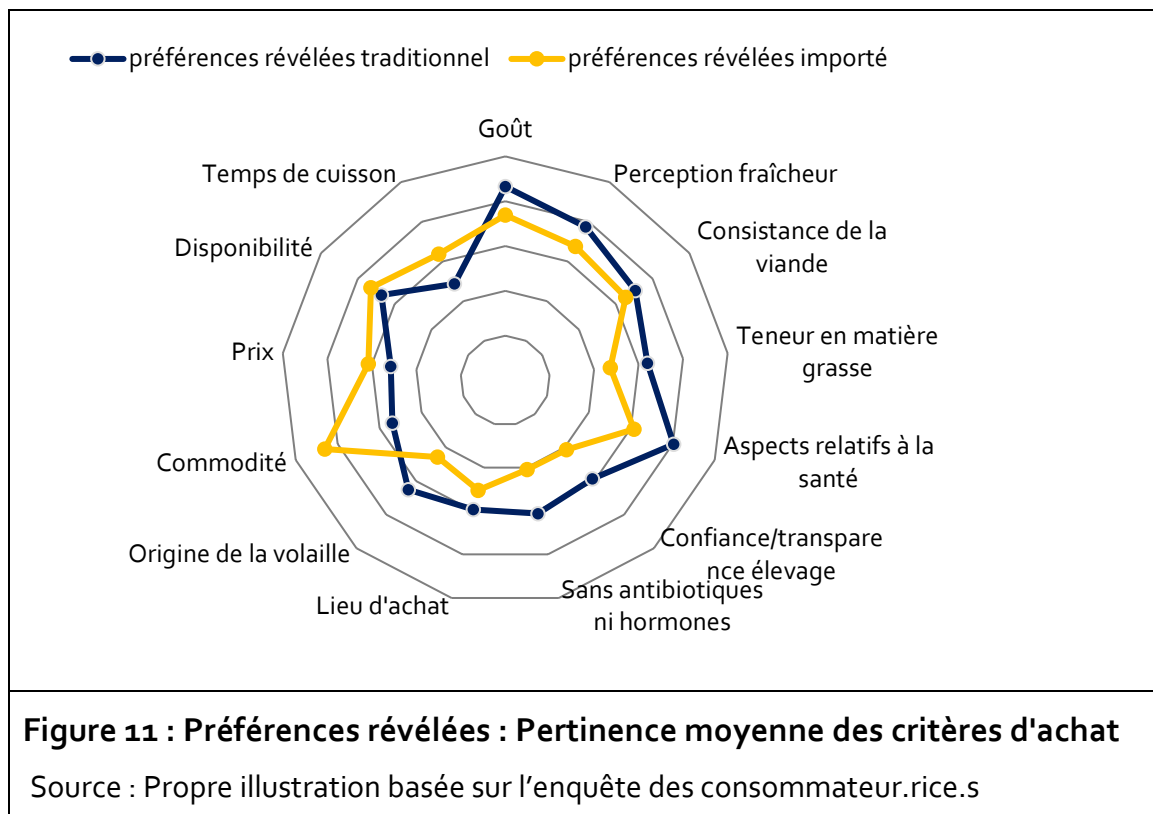
consommateur.rice.s disposent d'informations limitées sur l'utilisation et les effets des antibiotiques et des hormones sur la santé humaine.

« Quand nous allons acheter les poulets chair, on demande s'il y a d'antibiotiques, ils nous disent non, mais pourtant on sait qu'ils font ça derrière nous. » (C6)

« Je ne sais rien [d'antibiotiques et d'hormones]. » (C1)

Pour la plupart des consommateur.rice.s, il n'est pas important que la production de poulet nuise à l'**environnement** (1,8). En outre, les caractéristiques particulières des poulets vivants ne sont pas pertinentes pour les consommateur.rice.s qui achètent de la viande importée. Toutefois, pour les consommateur.rice.s qui préfèrent le poulet traditionnel, la pertinence moyenne de l'**âge** (2,1) de la **race** (1,3) et du **sex** du poulet (1,1) ainsi que de la **taille de la jambe** (2,1) et de la **couleur du plumage** (0,7) est sensiblement plus élevée.





L'enquête a révélé que la commodité et le prix sont les facteurs les plus importants lors de l'achat de viande importée. Les critères concernant la qualité perçue de la viande, d'autre part, indiquent un comportement d'achat qui donne la préférence à la viande produite au niveau national. Par conséquent, la pertinence moyenne des critères d'achat diffère sensiblement entre le groupe de consommateurs.rice.s ayant acheté des produits de poulet local élevé dans le système traditionnel le jour de la collecte des données (préférences révélées) et le groupe ayant acheté de la viande importée (voir fig. 11). Il convient de noter en particulier la commodité, qui est le critère d'achat le plus important (4,3) pour le groupe ayant une préférence révélée pour la viande importée, alors que ce facteur a beaucoup moins de poids (2,4) pour le groupe ayant une préférence pour la viande produite de manière traditionnelle qui met également moins l'accent sur le prix (2,8), le temps de cuisson (2,5) et la disponibilité des produits (3,5). Ce dernier groupe, cependant, est par ailleurs bien plus exigeant dans ses critères d'achat et accorde une attention particulière aux aspects sanitaires (4,1). C'est pourquoi le groupe considère qu'il est également beaucoup plus important que la viande de poulet soit sans antibiotiques et hormones (3,6) et privilégie donc un système de production transparent et fiable qui garantit des produits frais (4,0), l'origine du

produit étant également pertinente (3,7). En outre, la teneur en graisse (3,3) et le goût (4,4) de la viande sont plus déterminants.

Cette sous-section a montré que le goût, la commodité, la perception de la fraîcheur de la volaille, la disponibilité, les aspects relatifs à la santé, la consistance de la viande et le prix sont les principaux critères d'achat. Les résultats montrent également que la pertinence de ces critères d'achat dépend des préférences révélées des consommateur.rice.s. La commodité, le prix, la disponibilité ainsi que le temps de cuisson sont des critères particulièrement pertinents pour l'achat de produits importés. Les critères liés à la qualité du produit, en revanche, sont clairement en faveur de l'achat de produits nationaux.

6.2.2 L'effet des caractéristiques sociodémographiques sur les critères d'achat et les préférences

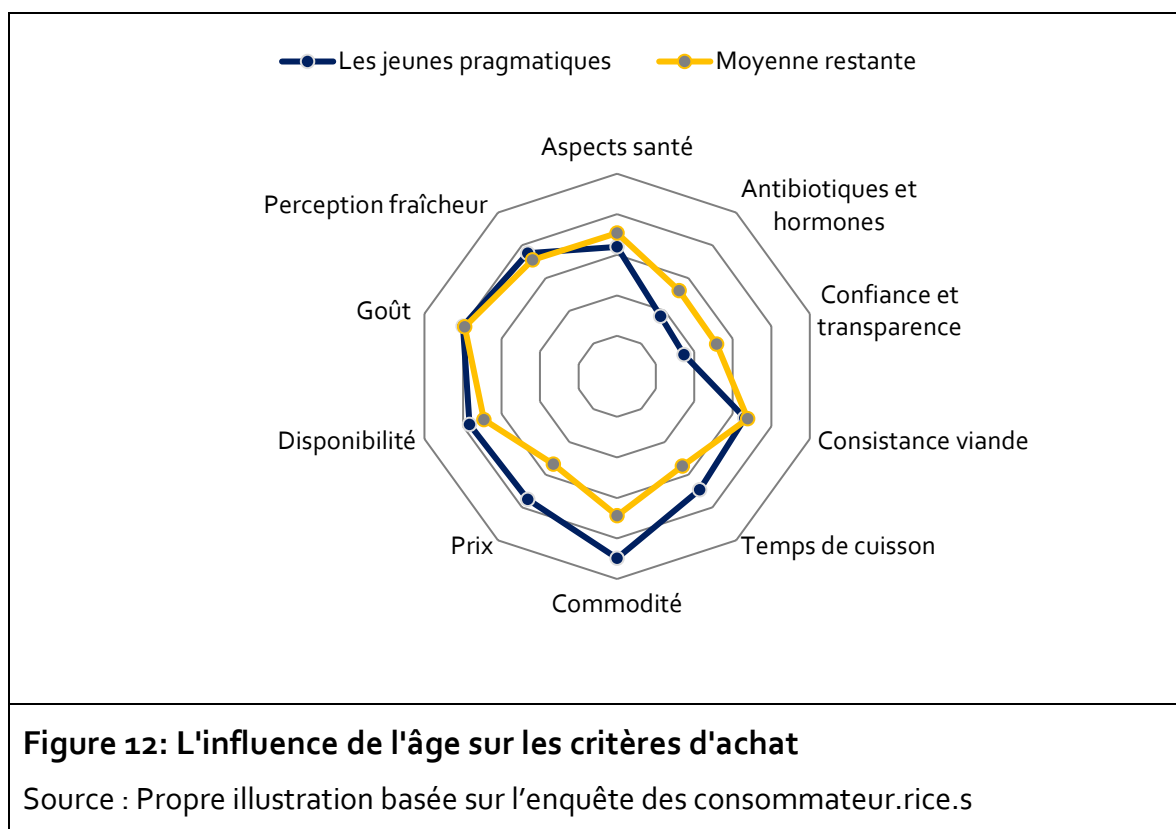
L'influence des différents paramètres sociodémographiques sur l'évaluation de la pertinence des critères d'achat est examinée ci-dessous. Il s'agit de caractéristiques démographiques, géographiques, psychographiques et comportementales. Parmi les caractéristiques examinées (voir annexe 2), huit paramètres sont examinés en fonction de leur influence sur les critères d'achat. Cette étude a enregistré les caractéristiques sociodémographiques de 237 consommateur.rice.s.

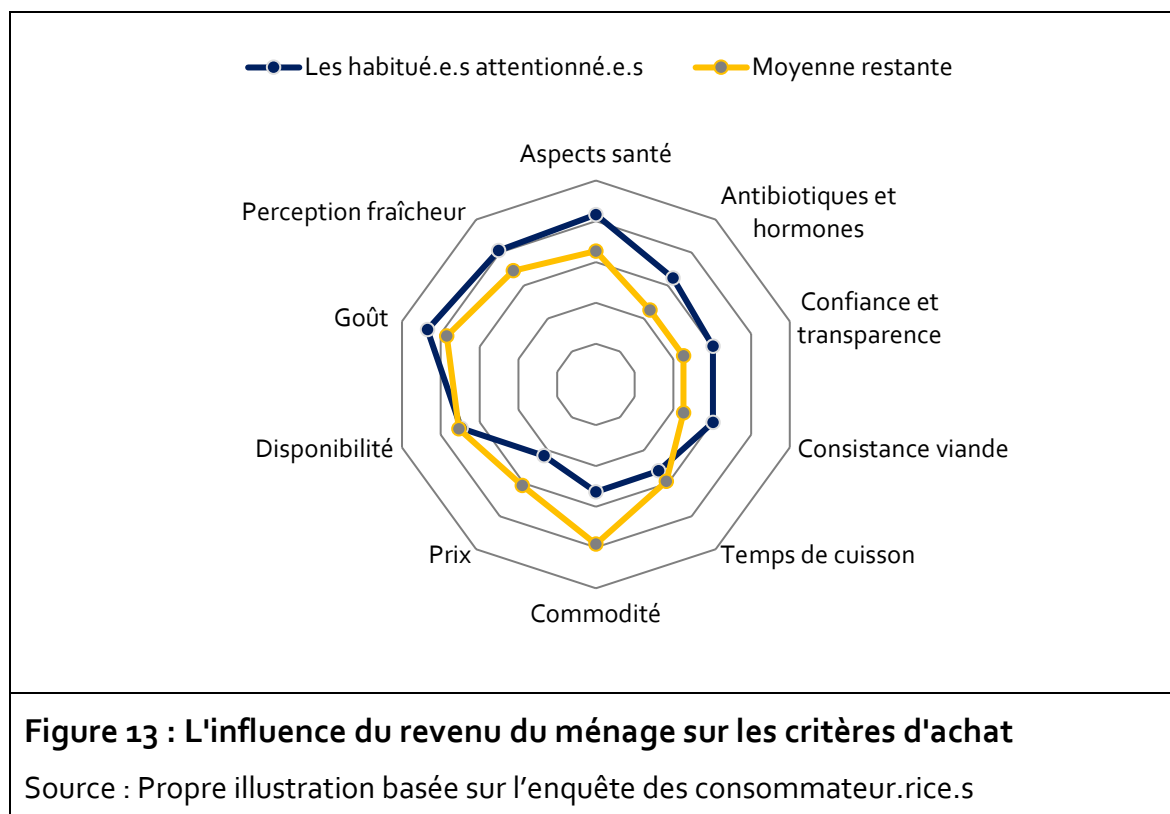
L'âge du consommateur.rice a une influence statistique significative sur l'évaluation de la pertinence du prix, de la commodité et du temps de cuisson. Les jeunes jusqu'à 35 ans estiment en moyenne que ces critères d'achat sont nettement plus pertinents. Il est frappant de constater que ces trois critères parlent en faveur des caractéristiques de la viande importée. En outre, les aspects sanitaires sont légèrement plus importants pour les consommateur.rice.s ayant plus de 35 ans. Le fait que les jeunes consommateur.rice.s considèrent les critères d'achat permettant de gagner du temps comme plus pertinents reflète les changements du mode de vie urbain. L'âge présente également des corrélations significatives avec d'autres caractéristiques : les jeunes sont plus souvent célibataires, vivent dans des ménages plus petits et ont moins d'argent à leur disposition. Cette influence de l'âge sur les critères d'achat est clairement évidente dans les préférences révélées. En comparaison, les jeunes achètent davantage de viande importée, alors que seul un.e consommateur.rice âgé.e sur deux achète le poulet importé, ce chiffre est d'un peu moins de 65 % chez les consommateur.rice.s ayant moins de 36 ans.

Le **revenu du ménage** a un impact significatif sur les différents critères d'achat. Les ménages à revenus élevés (supérieurs à 100 000 FCFA par mois) accordent

beaucoup plus d'importance aux caractéristiques qui sont plus susceptibles d'être attribuées aux produits carnés nationaux. Les aspects sanitaires et le goût sont particulièrement importants pour eux. Il.elle.s attachent également de l'importance à la fraîcheur du produit et au fait qu'ils peuvent avoir confiance en sa production. Les ménages à faibles revenus (inférieurs à 100 000 FCFA) attachent par contre une importance supérieure à la commodité et au prix. Ce qui tend à favoriser l'achat de viande importée. En conséquence, seul chaque deuxième ménage à revenu élevé achète de la viande importée, contre 70 % des ménages à faible revenus.

Tant pour les **petits ménages** de moins de quatre personnes que pour les **consommateur.rice.s célibataires**, la commodité est nettement plus pertinente et constitue même le critère d'achat le plus important. Il en est de même pour les **ménages sans enfants** et pour les **consommateur.rice.s d'origine non-béninoise**. Pour les **consommateur.rice.s plus instruit.e.s**, la sécurité sanitaire des aliments joue un rôle beaucoup plus important dans la décision d'achat que pour des consommateur.rice.s moins éduqué.e.s. Le **sexe** des consommateur.rice.s n'a pas d'influence significative sur les critères d'achat.





6.2.3 Les groupes de types de consommateur.rice.s

Deux groupes de consommateur.rice.s homogènes à l'interne sont présentés ici. En plus, il y a un autre groupe de consommateur.rice.s qui ne peut pas satisfaire sa préférence pour la viande de poulet traditionnel et un groupe qui fait consciemment attention à une alimentation saine lors de ses achats. L'affiliation au groupe a été enregistrée sur la base de caractéristiques sociodémographiques et psychographiques corrélées ayant une influence comparativement significative sur les critères d'achat. En conséquence, la pertinence des critères d'achat pondérés par les individus est similaire et très prononcée au sein des segments. Par conséquent, l'effet des stimuli (prix, marque, emballage, forme, caractéristiques du produit, promotions des ventes) sur les individus est similaire au sein des segments homogènes et suscite chez eux une réaction (décision d'achat) comparable, ce qui explique le comportement des consommateur.rice.s de leur groupe.

Les **jeunes pragmatiques** sont des consommateur.rice.s de 35 ans ou moins qui vivent dans des petits ménages de moins de quatre personnes et ont un revenu de ménage inférieur à 100 000 FCFA. Ce groupe représente près de 20 % des consommateur.rice.s et reflète le changement de style de vie de la jeune société urbaine. Il est donc particulièrement attiré par les produits peu coûteux et pragmatiques dont la préparation ne prend pas beaucoup de temps : Le prix (3,8),

la commodité (4,5) et le temps de cuisson de la viande (3,5) sont les critères d'achat significativement les plus pertinents pour ce groupe. Bien qu'il n'y ait pas beaucoup de différences dans l'évaluation du goût (4,0), ces consommateur.rice.s accordent beaucoup moins d'importance à la fiabilité et à la transparence du système de production (1,7) et aux antibiotiques utilisés (1,8). Cette pondération des critères d'achat est également visible dans le comportement des consommateur.rice.s : Près des trois quarts achètent de la viande de poulet importée (préférences révélées). Toutefois, nombre de ces consommateur.rice.s sont encore convaincu.e.s de la qualité de la viande du poulet béninois, de sorte que si ces produits étaient proposés sous une forme adaptée, il.elle.s tendraient vers la consommation domestique.

« Le poulet local est trop cher avec moins de viande, mais c'est doux. S'il est vendu plumé et moins cher, je l'achèterai. »
(Commentaire sur le questionnaire quantitatif, n.152)

Les habitué.e.s attentionné.e.s se distinguent des jeunes pragmatiques par leur composition sociodémographique : Ils ont plus de 35 ans, vivent dans un ménage d'au moins quatre personnes et ont un revenu du ménage supérieur à 100 000 FCFA. Ce groupe homogène représente un peu moins d'un quart de tou.te.s les consommateur.rice.s urbain.e.s et met particulièrement l'accent sur le goût (4.3), les aspects sanitaires (4.2) et la fraîcheur (4.1) lors des achats. Par rapport à la moyenne, il.elle.s sont également plus soucieux.euses du système de production (3,0) et de l'absence d'hormones et d'antibiotiques (3,2). Le prix ne joue pas un rôle majeur dans leur décision d'achat (2.2). Le confort (2,6) est également moins important pour eux que pour d'autres groupes de consommateur.rice.s. Il est même indiqué qu'il.elle.s préfèrent acheter des poulets vivants et être présent.e.s à l'abattage pour constater par eux-mêmes la fraîcheur et la qualité des produits. Les critères d'achat pondérés expliquent que la majorité de ce groupe achète des produits nationaux (47 % de produits traditionnels, 13 % de produits modernes). La proportion des consommateur.rice.s de ce groupe qui consomment de la viande importée (40 %) est très probablement réceptive aux stratégies de communication qui mettent l'accent sur les caractéristiques qualitatives de la production avicole nationale.

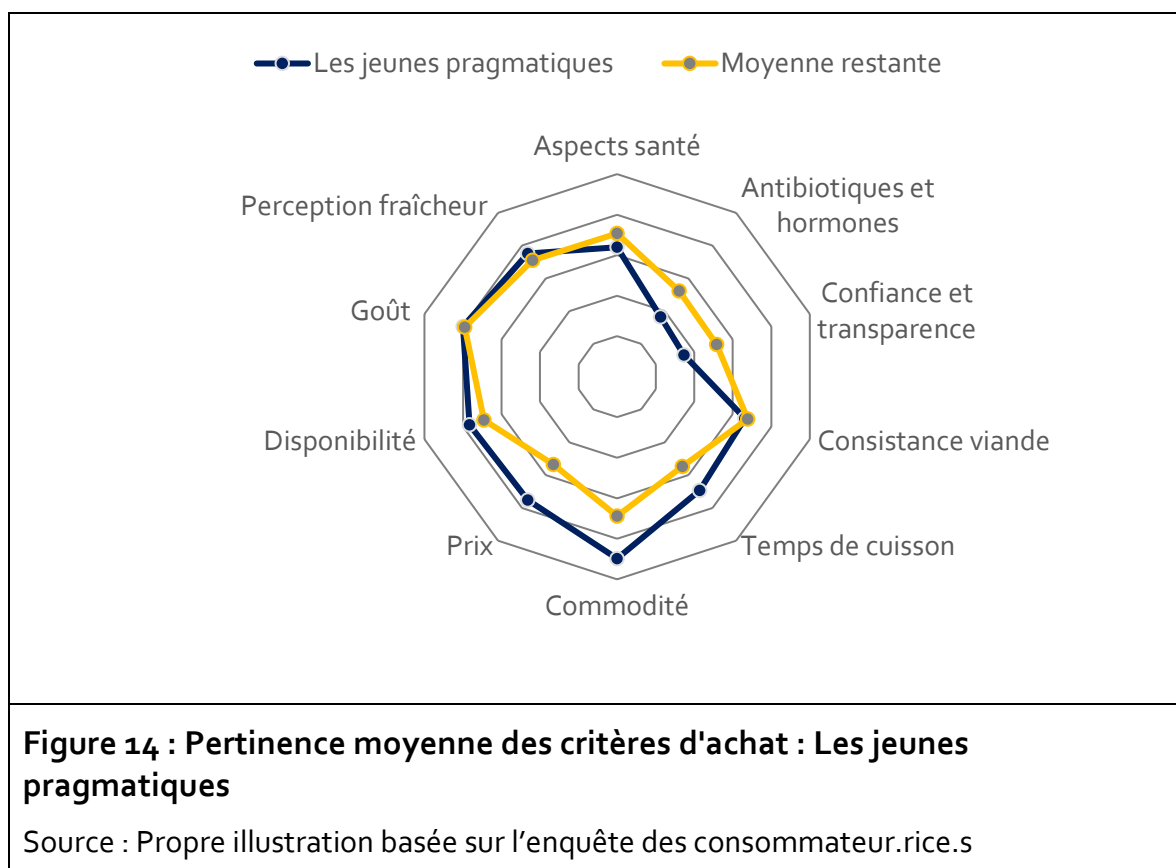
« Je préfère les poulets bicyclettes parce que c'est élevé naturellement et il y a aussi une différence au niveau du goût. Il ne contient pas de provende (du moins, on l'espère). [...] Le prix n'influence pas ma décision d'achat. Je préfère la qualité. » (C5)

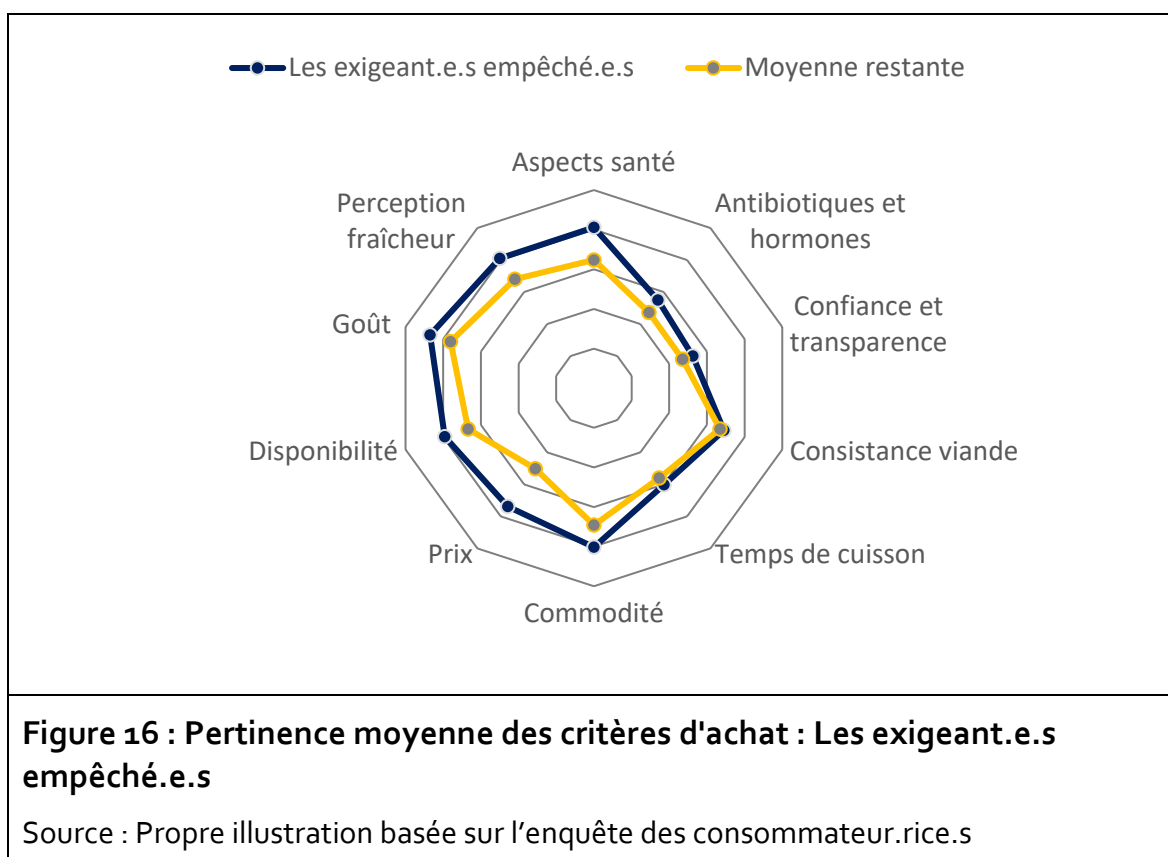
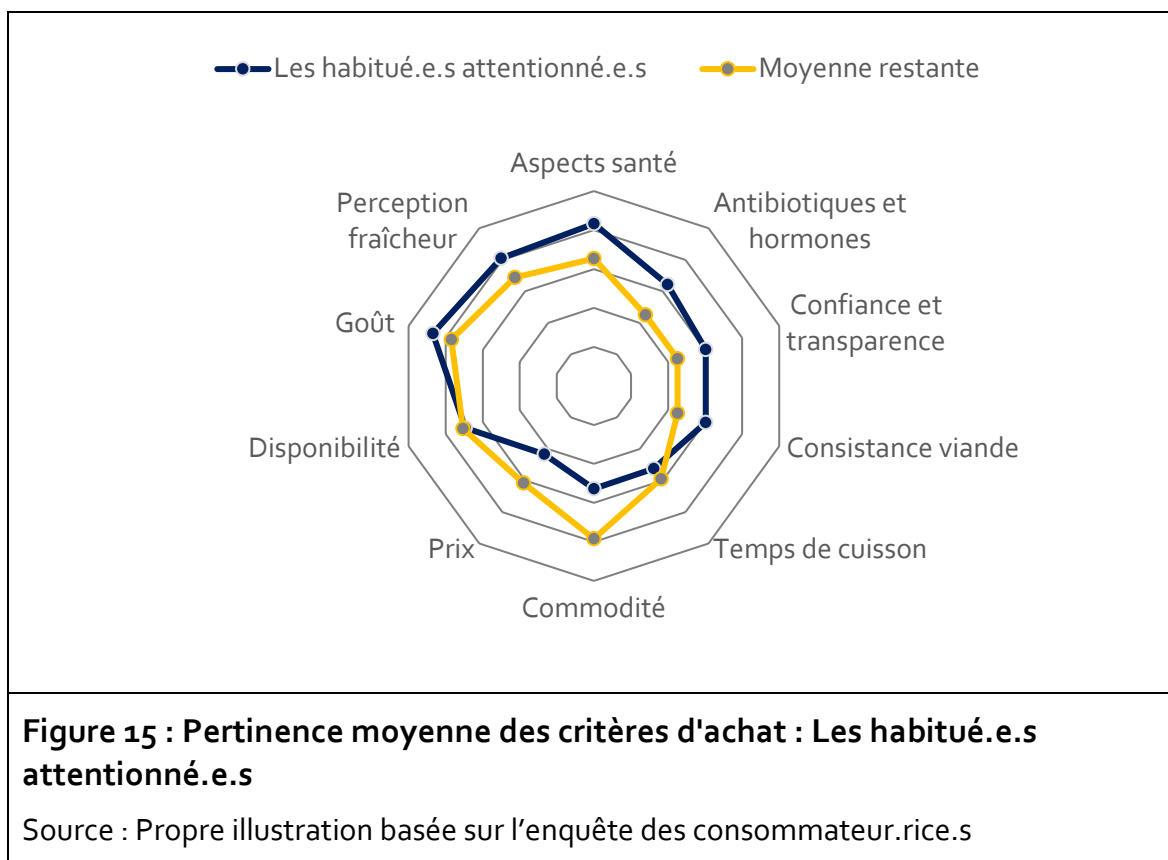
Les critères et le comportement d'achat de ces deux groupes se reflètent également dans leur consentement à payer (voir chap. 6.2.5) observé (voir tab. 10) : Ces deux groupes ont le taux le plus élevé pour la CVA de poulet traditionnel, tandis que la viande importée est celle qui a le moins de valeur à leurs yeux. Le consentement général à payer des habitué.e.s attentionné.e.s est plus élevé pour les trois CVA. En ce qui concerne la forme des produits, il est particulièrement frappant de constater que les jeunes pragmatiques sont prêts à dépenser considérablement plus pour de la viande déjà découpée que pour des poulets vivants. En revanche, le consentement à payer des habitué.e.s attentionné.e.s ne diffère pas de manière significative pour les poulets vivants par rapport à la viande coupée. Cela s'explique notamment par le fait que les caractéristiques de qualité de la viande découpée ne sont pas aussi facilement reconnaissables. Cependant, ce groupe paie le prix le plus élevé pour le poulet complet.

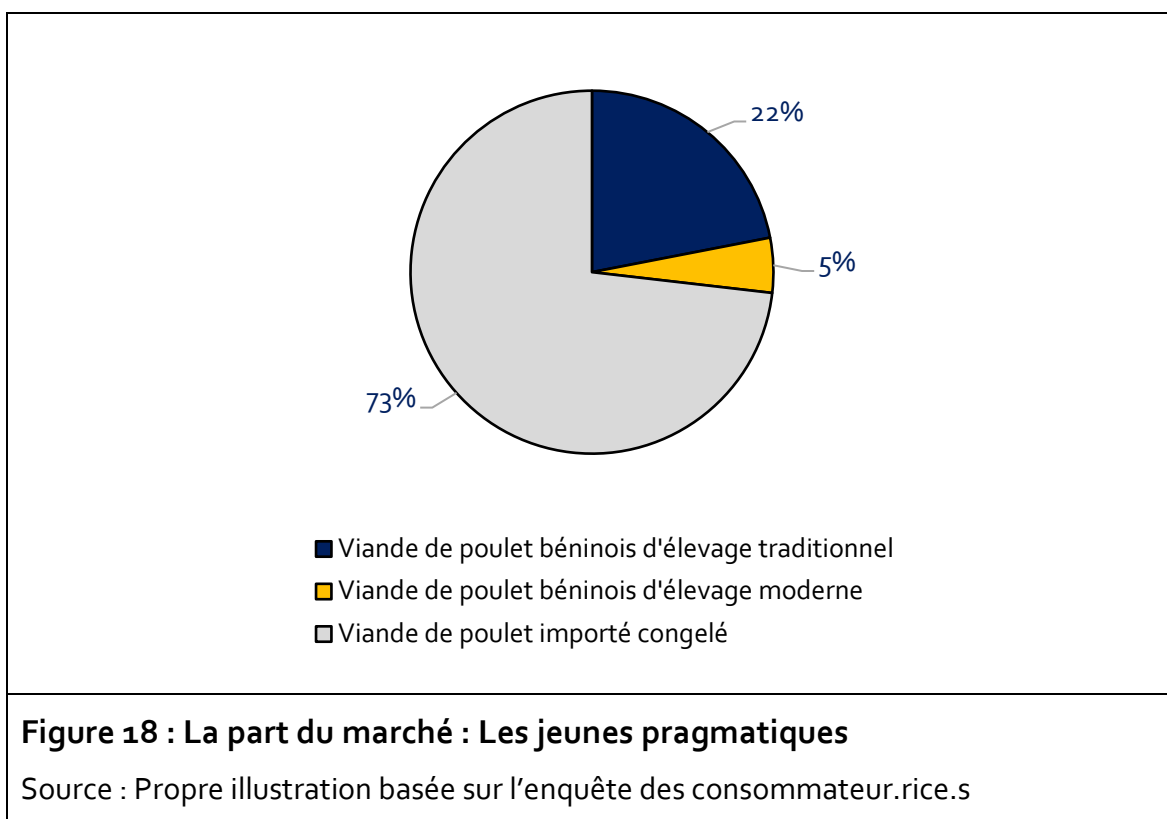
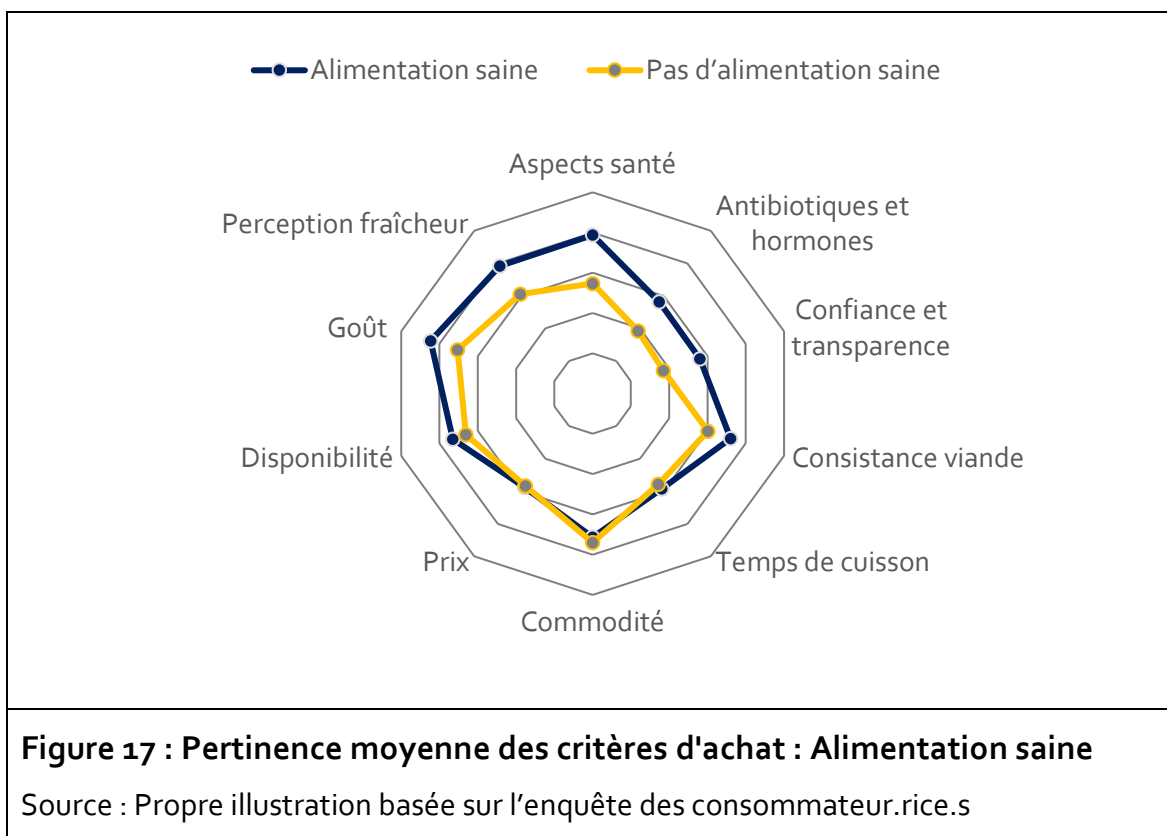
Contrairement aux deux premiers groupes, **les exigeant.e.s empêchés.e.s** ne sont pas défini.e.s par leurs caractéristiques sociodémographiques, mais par le fait qu'il.elle.s souhaitent acheter de la viande du poulet traditionnel (préférence déclarée), mais consomment en réalité des produits importés (préférence révélée). Ce groupe représente près de 30 % de tou.te.s les consommateur.rice.s urbain.e.s et est très exigeant. Il.elle.s souhaitent acheter de la viande de volaille de qualité nationale à un prix abordable sous forme transformée : Leurs besoins ne sont pas satisfaits par le marché. Le fait que moins de la moitié des consommateur.rice.s réponde en réalité à leur préférence déclarée pour la viande de volaille traditionnelle souligne ce résultat. La disponibilité des produits (4.0) est très importante pour ces consommateur.rice.s. Cela montre que si l'accès à la viande de volaille nationale était plus facile et sa disponibilité avérée tout le long de l'année, un nombre plus important de ces consommateur.rice.s opterait pour la viande produite au Bénin. Bien qu'il.elle.s attachent une grande importance aux caractéristiques de qualité telles que le goût (4.4), les aspects sanitaires (4.0) et la fraîcheur (4.0) des produits, le prix (3.7) et la commodité (4.0) sont suffisamment importants pour acheter de la viande importée. Ce groupe est sensible aux différences de prix, mais néanmoins réceptif à la viande de poulet transformée produite au Bénin et et aux stratégies de communication qui promeuvent les produits nationaux.

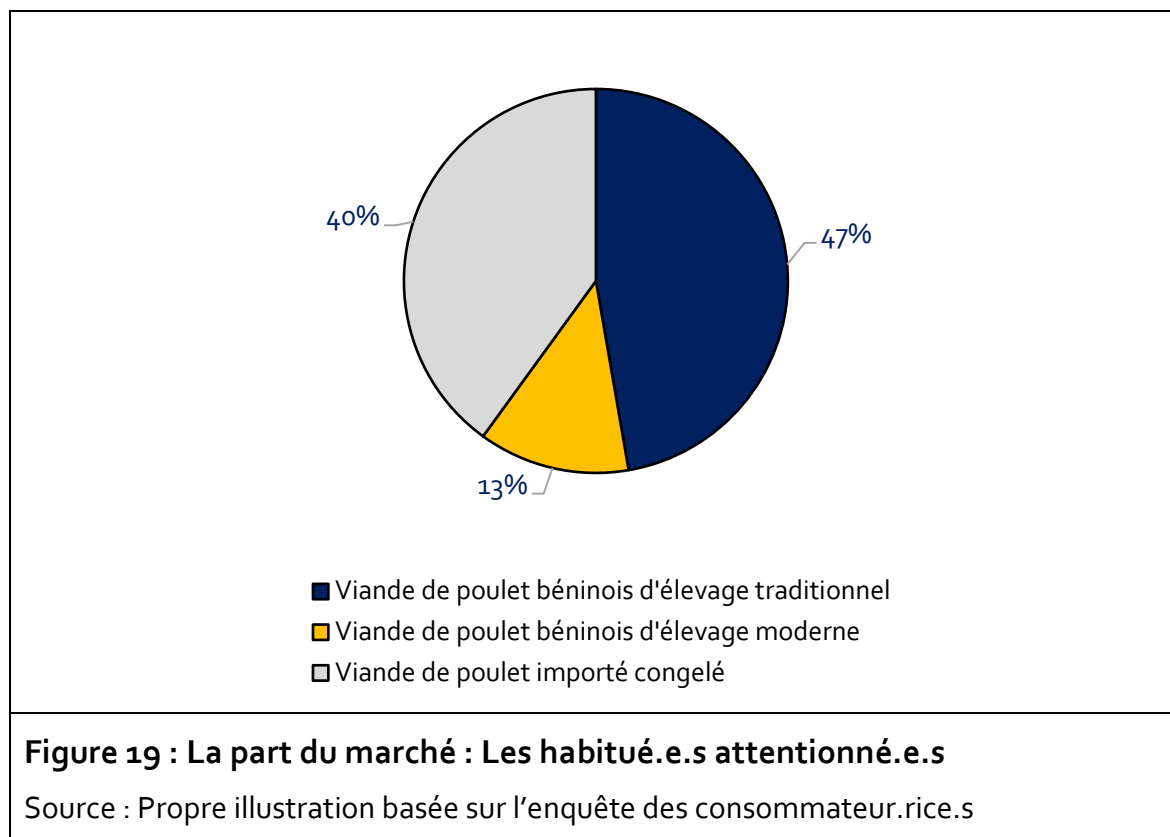
Le groupe suivant est défini par une caractéristique psychographique : Les consommateur.rice.s indiquent qu'il.elle.s font **consciemment attention à une alimentation saine** lors de leurs achats. Il est à noter que bien plus de la moitié des consommateur.rice.s tombent dans cette catégorie. Les consommateur.rice.s plus

instruit.e.s, plus âgé.e.s, de sexe féminin et à haut revenu sont tout aussi susceptibles d'adopter un comportement d'achat conscient que les consommateur.rice.s avec des enfants et/ou des employé.e.s. Cependant, on trouve dans ce groupe des caractéristiques sociodémographiques hétérogènes. Comme attendu, ces consommateur.rice.s attachent une grande importance aux critères d'achat qui sont associés à une viande de haute qualité et donc davantage aux produits nationaux : Le goût (4.2), les aspects sanitaires (3.9) et la fraîcheur de la viande sont les facteurs les plus importants pour eux. Par conséquent, la transparence d'un système de production fiable (2,8) et la viande sans antibiotiques ni hormones (2,8) jouent en comparaison également un rôle plus important pour ce groupe.









6.2.4 L'utilité des consommateurs.rice.s

Le concept de l'utilité a été décrit dans la sous-section 3.2.1. Ici, nous rappelons que l'utilité illustre l'ordre des préférences qu'un.e consommateur.rice.s atteint avec l'achat d'un certain produit. L'ordre des utilités (exprime en β) nous aide à comparer l'utilité que les consommateurs.rice.s béninois.e.s éprouvent pour la viande du poulet traditionnelle en comparaison avec la viande du poulet moderne ou importée. Sur la base de ces informations, il est possible de comparer les différentes préférences des consommateurs.rice.s. En conséquence, les valeurs des utilités en soi n'ont pas de signification. C'est l'ordre de grandeur qui compte pour montrer qu'un produit est préféré à un autre. Ils convient donc de mentionner qu'il fallait regarder l'ordre plutôt que la valeur des utilités dans les paragraphes suivants

L'expérience de choix a été réalisée avec 302 consommateurs.rice.s. dans les zones urbaines ciblées par l'enquête quantitative pour pouvoir tirer des conclusions sur les différentes utilités des caractéristiques de la viande de poulet. Les consommateurs.rice.s avaient donc la possibilité de choisir entre des produits qui

sortent des trois CVA distinctes, à savoir la CVA poulet traditionnel, la CVA poulet moderne et la CVA poulet importé.

La fonction d'utilité des consommateurs se décrit comme suit :

$$U = \beta_1 \text{ CVA} + \beta_2 \text{ prix} + \beta_3 \text{ commodité}$$

Les résultats de l'expérience de choix montrent les différentes utilités qui sont exprimées en facteur β . Le facteur β est une pondération qui explique quelle caractéristique donne plus d'utilité aux consommateurs. Cette utilité est toujours à comparer avec une utilité de 0 (zéro) qui résulte d'un non-achat. Bien que les valeurs totales n'aient pas de signification à elles seules (voir chap. 5.2), les résultats permettent de voir quelle caractéristique pèse plus relativement à l'autre.

Les résultats montrent que les valeurs qui font référence à la CVA (β_1) sont relativement élevées. Elle est donc le facteur le plus important pour les consommateurs. L'utilité comparée au non-achat est de 5,8 pour le poulet traditionnel, de 4,5 pour le poulet moderne et de 4,3 pour le poulet importé. Cela souligne que les consommateurs tirent plus de satisfaction des produits nationaux. Surtout le poulet traditionnel donne une grande utilité aux consommateurs (voir tab. 10).

Tableau 10 : L'utilité des consommateurs		
	Estimation	Erreur std.
β_1 traditionnel	5,844	0,236
β_1 moderne	4,591	0,224
β_1 importé	4,338	0,218
β_2 prix	-0,097	0,006
β_3 poulet complet	-0,099	0,077
β_3 poulet vivant	-0,160	0,091
Source : Propre illustration		

Assez surprenant, l'influence du prix (β_2) est presque aussi petite que celle de la commodité. La commodité est toujours mise en relation avec un produit qui est coupé en morceaux. Le facteur β_3 poulet complet nous indique que les consommateurs vont perdre 0,099 en utilité comparé à l'option de l'avoir déjà

découpé en morceaux. Pour le poulet vivant β_3 , l'utilité des consommateurs va diminuer de 0,160 comparé à l'option de l'avoir déjà coupé en morceaux. Comme déjà décrit dans le chapitre 6.2.1, la commodité du produit est alors un facteur qui influence la décision d'achat des consommateurs de manière significative.

6.2.5 Le consentement à payer

Le consentement à payer est composé d'un ensemble d'utilités des différentes caractéristiques. Il ne s'agit pas du prix direct du produit qu'on trouve sur le marché, mais plutôt d'un prix estimé qui valorise l'utilité et ainsi la valeur qu'un consommateur attribue à une certaine caractéristique du poulet. En conséquence, il peut être différent du prix du marché.

A l'aide d'un modèle de classe latente, des segments en forme de classes (sous-groupes) des consommateurs peuvent être identifiés. Les consommateurs ont été subdivisés suivant leur comportement d'achat qui n'est pas visible en soi mais seulement à travers des indicateurs (mesurables). Ces groupes sont alors catégoriques et s'appellent des groupes latents. Au total, le modèle a permis de créer 3 classes distinctes : le premier groupe représente à peu près 15 %, le deuxième 32 % et le troisième 53 % des consommateurs (voir tab. 11).

Tableau 11 : Le consentement à payer*			
	Classe 1 (15 %)	Classe 2 (32 %)	Classe 3 (53 %)
CVA poulet traditionnel	2 234,62 (2 534,18)	5 525,60 (941,95)***	3 898,04 (296,43)***
CVA poulet moderne	3 347,44 (2 308,02)	1 448,70 (538,77)**	3 531,99 (258,56)***
CVA poulet importé	6 942,90 (3 593,58)	731,04 (1 406,73)	2 649,05 (258,26)***
Poulet complet	-44,67 (432,89)	-566,26 (442,08)	-109,35 (61,65)
Poulet vivant	-1 303,12 (1 336,91)	-485,74 (717,35)	-190,07 (99,10)
Log Likelihood (NULL)	-2 509,19		
Log Likelihood at Conv.	-1 162,56		
BIC	475,15		

AIC	2 365,13
Nombre de choix	1810
Nombre de réponses	302
*** $p < 0.001$; ** $p < 0.01$; * $p < 0.05$ Standard Errors in Brackets	
*Latent Class Model avec tou.te.s les répondant.e.s	
Source : Propre illustration basée sur l'enquête des consommateur.rice.s	

Dans le premier groupe, on retrouve des consommateur.rice.s qui ont eu des choix inconsistants. Leurs préférences ne sont pas claires, et il semble qu'il.elle.s les auraient fait au hasard. Cela résulte en des consentements à payer non-significatifs. C'est pour cela que peu d'attention est accordée à ce groupe.

Le deuxième groupe représente un tiers des consommateur.rice.s enquêté.e.s. La probabilité qu'un.e des 172 consommateur.rice.s connaissant un comportement de substitution se retrouve dans ce groupe est de 32 %. Leur consentement à payer est plus élevé pour la viande du « poulet traditionnel » (5 525 FCFA), suivi de la viande du « poulet moderne » (1 450 FCFA). Pour la viande de « poulet importé », il.elle.s n'allaient pas payer plus de 730 FCFA. Ce deuxième groupe a une très forte préférence pour le poulet traditionnel. Leur utilité diminue fortement s'il.e.s devraient acheter un autre produit que celui qu'il.elle.s préfèrent. Un tiers des enquêtés ne sera pas prêt à facilement substituer la viande de poulet traditionnel par une autre. Ces consommateur.rice.s ne vont changer leurs décisions d'achats qu'avec de très grands changements des caractéristiques. La viande du poulet importé n'est alors, en ce qui les concerne, pas forcément en concurrence avec les viandes du poulet national. Pour ce groupe de consommateur.rice.s, on peut alors parler d'une niche du marché, et l'hypothèse d'une segmentation du marché se confirme.

La probabilité qu'un.e des 172 consommateur.rice.s se retrouve dans le troisième groupe est de 53 %. Ce groupe représente alors le groupe dominant. Le consentement à payer pour la viande de « poulet traditionnel » est de 3 900 FCFA. Pour la viande de « poulet moderne », il est de 3 530 FCFA, et pour la viande du poulet importé de 2 650 FCFA. Les consommateur.rice.s de ce groupe vont changer la viande de poulet qu'il.elle.s achètent avec un changement des caractéristiques du produit. Il.elle.s préfèrent la viande du poulet traditionnel, mais optent pour la viande du poulet importé quand le prix est assez bas. La viande de poulet importée avec un prix considérablement plus bas est pour eux alors en concurrence avec les viandes du poulet national.

6.3 La concurrence entre les différents produits avicoles

Comme déjà décrit dans le cadre conceptuel, l'expérience de choix offre aussi la possibilité d'estimer la concurrence entre les différents produits de poulet (voir chap. 3.3.4.3).

6.3.1 Comportement de substitution

Pour répondre à la question de recherche dans quelle mesure les différents produits avicoles sont en concurrence les uns avec les autres, on regarde le comportement de substitution. La méthode qui a été choisie – l'expérience de choix – est basée sur l'hypothèse d'un comportement de substitution. Cette hypothèse est discutée en premier. Ensuite l'élasticité-prix croisée est discutée afin de répondre sur la concurrence entre les trois produits.

Selon les résultats de l'expérience de choix, un grand nombre de consommateur.rice.s (77) a opté dans toutes les différentes situations d'achat (six fois sur six) pour la viande du poulet traditionnel. Cela reflète une forte préférence de 25 % des consommateur.rice.s pour cette viande. Tous les changements dans les caractéristiques du poulet traditionnel ne les ont pas amenés à choisir une autre viande de poulet. De l'autre côté, 39 consommateur.rice.s ont à chaque fois opté pour la viande du poulet importé, quelle que soit la variation de la commodité du produit ou de prix. Cela montre une très forte préférence pour cette viande. Encore un autre groupe de consommateur.rice.s a opté six fois sur six pour la viande du poulet moderne, quelle que soit la variation de la commodité du produit ou de prix. Ce total de 124 consommateur.rice.s ne montrent alors aucun comportement de substitution et confirment l'hypothèse contraire, qui propose qu'il n'y a pas nécessairement une substitution, mais qu'il s'agit d'une segmentation du marché, qui est caractérisée par un tel comportement d'achat habituel. En cas de non disponibilité du poulet qu'il.elle.s préfèrent, ces consommateur.rice.s abandonnent leur besoin en viande de poulet pour chercher des alternatives et ne réagissent pratiquement pas aux stimuli. Au contraire, les autres-consommateur.rice.s qui sont prêt.e.s à acheter un autre produit s'il y a un changement dans les caractéristiques du produit montrent un comportement de substitution. Globalement, l'hypothèse de la substitution entre les différents produits s'est donc avérée vraie, et la méthode choisie nous permet d'expliquer en détail dans quelle mesure il y a cette concurrence.

De plus, comme les achats réels ont montré un grand écart entre les préférences déclarées et les préférences révélées, on peut supposer pour l'expérience de choix qu'un grand groupe de consommateur.rice.s a déclaré qu'il.elle.s opteraient pour

acheter la viande du poulet traditionnel, alors qu'en réalité peut-être seulement la moitié le ferait. Cela doit alors mettre les résultats de l'expérience de choix en relation avec la réalité. Bien que 25 % des consommateur.rice.s enquêté.e.s aimeraient choisir la viande du poulet traditionnelle à chaque fois indépendamment du prix et de la forme, il.elle.s ne pourront éventuellement pas le faire. Cela reflète la théorie (voir chap. 3.2.1), selon laquelle les consommateur.rice.s veulent choisir le produit qui leur donne la plus grande utilité, mais qu'il.elle.s doivent choisir une utilité qui respecte aussi leur contrainte budgétaire (Mankiw, 2010). En d'autres mots, malgré leurs préférences les consommateur.rice.s n'achètent pas le produit qu'il.elle.s aiment le plus, mais plutôt celui que leur budget peut supporter. En conséquence, le niveau de substitution pourrait en réalité être plus élevé que celui indiqué par les résultats ici présentés.

6.3.2 Elasticité

Une élasticité est une mesure de l'intensité d'une réaction (d'un.e consommateur.rice dans le cas où il.elle est confronté à des différents prix et caractéristiques dans un choix d'ensemble) (voir chap. 6.4). Les élasticités présentées dans le tableau 14 décrivent les changements globaux estimés pour une augmentation d'1 % du prix pour les différentes viandes de poulet. Le niveau de substitution est calculé sur la base de l'échantillon entier. Le tableau ci-dessous montre la situation de la demande suivant l'**élasticité-prix directe** :

Tableau 12 : L'élasticité-prix directe	
$e < -1$	Élastique
$e = -1$	Élasticité unitaire
$-1 < e < 0$	Inélastique
$e > 0$	Bien de Giffen ⁹
Source : Mankiw, 2010, modifié	

Le tableau 13 montre la situation de la demande suivant l'**élasticité-prix croisée** :

⁹ La demande augmente avec la hausse du prix.

Tableau 13 : L'élasticité-prix croisée	
$e < 0$	Biens complémentaires
$e > 0$	Biens substituables
Source : Mankiw, 2010, modifié	

Tableau 14 : Elasticité-prix de la demande de la viande de poulet			
Élasticité (e)	Poulet traditionnel	Poulet moderne	Poulet importé
Poulet traditionnel	-0,82 %	0,42 %	0,16 %
Poulet moderne	1,24 %	-1,60 %	0,40 %
Poulet importé	0,58 %	0,51 %	-0,87 %
Pas de poulet	2,46 %	0,89 %	0,49 %
Source : Propre illustration basée sur l'enquête des consommateurs.rice.s			

Avec une augmentation du prix de la viande du **poulet traditionnel** d'1 %, on observe que :

- La demande pour la viande du poulet traditionnel diminue de 0,82 % ;
- La demande pour la viande du poulet moderne augmente de 1,24 % ;
- La demande pour la viande de poulet importé augmente de 0,58 %.

L'élasticité-prix directe de la viande du poulet traditionnel est selon nos attentes négative, ce qui veut dire que la demande pour ce produit diminue quand son prix augmente. Il s'agit alors d'un produit dit normal. La demande en viande du poulet traditionnel est inélastique suivant son prix, parce que la demande se réduit moins que proportionnellement à l'augmentation du prix en %. La moyenne du changement de la demande pour la viande du poulet moderne et la viande de poulet importé après l'augmentation d'1 % du prix du poulet traditionnel est selon nos attentes positive. Si le prix de la viande du poulet traditionnel augmente, les consommateurs.rice.s. changent leur demande pour une autre viande de poulet. La substitution est plus élevée pour la viande du poulet moderne que pour la viande importée.

Avec une augmentation du prix de la viande du **poulet moderne** d'1 %, on observe que :

- a. La demande pour la viande du poulet traditionnel augmente de 0,42 % ;
- b. La demande pour la viande du poulet moderne diminue de 1,60 % ;
- c. La demande pour la viande de poulet importé augmente de 0,51 %.

Pour le poulet moderne, l'élasticité-prix direct est encore négative (-1,60). Elle est inférieure à -1 % : la demande est dite élastique. En général, la demande pour le poulet de production moderne diminue quand son prix augmente. Il s'agit alors d'un produit dit normal, mais cette diminution est plus que proportionnelle à l'augmentation du prix.

Après une augmentation du prix du poulet moderne d'1 %, la moyenne du changement de la demande de la viande du poulet traditionnel est de 0,42 et ainsi moins forte que l'augmentation en demande de la viande du poulet importé.

Avec une augmentation du prix de la viande de **poulet importé** d'1 %, on observe que :

- a. La demande pour la viande du poulet traditionnel augmente de 0,16 % ;
- b. La demande pour la viande du poulet moderne augmente de 0,40 % ;
- c. La demande pour la viande de poulet importé diminue de 0,87 %.

La demande pour la viande de poulet importé est inélastique suivant son prix, parce que l'élasticité-prix directe est comprise entre 0 et -1. La réponse de la demande est moins que proportionnelle à l'augmentation du prix. La moyenne de cette élasticité est selon nos attentes négative. Ce qui veut dire que la demande de la viande de poulet importé diminue quand son prix augmente. Il s'agit alors d'un produit dit normal.

La moyenne du changement de la demande pour les produits nationaux après l'augmentation de 1 % est selon nos attentes positive. Si le prix de la viande de poulet importé augmente, les consommateurs changent leur demande en faveur des produits nationaux. On observe alors un comportement de substitution. Cette substitution est plus grande pour la viande du poulet moderne.

Sur la base de ces résultats, on peut conclure que pour les consommateurs, le plus important substitut du poulet importé est le poulet local moderne et le plus important substitut du poulet local traditionnel est le poulet local moderne.

6.3.3 L'écart entre les préférences déclarées et révélées

Plus de la moitié des consommateurs ont confessé qu'il.elle.s préfèrent la viande du poulet traditionnel. En même temps, seulement 49 % de ces consommateurs ont aussi acheté cette viande de poulet. Il y a alors un grand écart entre les préférences déclarées et les préférences révélées. Pour quelles raisons ces consommateurs ont-il.elle.s pris la décision d'acheter la viande du poulet importé, alors qu'il.elle.s ont tout.e.s déclaré préférer la viande du poulet traditionnel ? En regardant de près les paramètres sociodémographiques de ce groupe, il se révèle que c'est un groupe de consommateurs qui font particulièrement attention aux prix des produits (voir chap. 6.4).

6.4 Discussion et conclusion : Le marché, les préférences de consommation et la concurrence

Cette étude a révélé que, dans cet ordre, le goût, la commodité, la fraîcheur, la disponibilité, les aspects sanitaires, la consistance de la viande, le prix et le temps de cuisson sont les critères d'achat les plus pertinents pour la viande de poulet dans la zone urbaine béninoise. Ces résultats sont conformes à ceux de Woolverton et Frimpong (2013), qui montrent que les attributs non liés au prix tels que le goût, la commodité, la fraîcheur et l'origine peuvent être plus importants que le prix en tant que facteurs influençant la préférence des consommateurs pour la viande de poulet de chair au Ghana. Tout au contraire, Asante-Addo et Weible (2019) ont constaté dans leur étude que le prix est le critère d'achat le plus important. Les auteurs de la présente étude soutiennent que la commodité ne peut être considérée que dans le contexte du prix, car elle permet aux consommateurs à faible revenu d'acheter de petites quantités et aussi les parties qu'il.elle.s préfèrent. En outre, une explication possible de la pertinence relativement faible du prix comme critère d'achat est que les questions d'argent sont un sujet très sensible et apportent donc des réponses moins fiables.

Les présents résultats confirment les conclusions d'Asante-Addo et Weible (2020a) dans les zones urbaines ghanéennes et béninoises : la perception de la qualité et les attitudes sont des facteurs essentiels pour expliquer le comportement d'achat. Le prix, la commodité et la disponibilité sont des critères d'achat qui influencent positivement la consommation de viande de poulet importé (Woolverton et Frimpong, 2013), tandis que la qualité perçue de la viande est définie notamment par le goût et la fraîcheur et plaide pour la consommation des viandes nationales. Celles-ci sont perçues au Bénin ainsi qu'au Ghana (Asante-Addo et Weible, 2019 ; Woolverton et Frimpong, 2013) comme étant plus fraîches, plus

savoureuses, plus saines et donc de meilleure qualité. La perception de haute qualité de la viande de poulet traditionnel est conforme aux conclusions de Sodjinou et al. (2015).

Cependant, alors que les consommateur.rice.s ghanéen.ne.s perçoivent une association négative entre la sécurité sanitaire des aliments et la consommation de viande de poulet domestique (Asante-Addo et Weible, 2020a), cette étude montre que les consommateur.rice.s béninois.es préfèrent leurs produits nationaux aux produits importés également en raison de la meilleure perception de la sécurité sanitaire des aliments. Comme les études menées au Ghana, la présente étude suppose qu'une proportion importante de consommateur.rice.s est réceptive aux activités promotionnelles qui mettent l'accent sur les caractéristiques nationales de qualité de la viande telles que le goût et la fraîcheur. La présente étude ajoute que la sécurité sanitaire des aliments est un facteur tout aussi important pour les stratégies de communication au Bénin. Elle souligne que les stratégies politiques et de communication devraient être ciblées sur les besoins spécifiques des groupes de consommateur.rice.s. Ces groupes de consommateur.rice.s se distinguent par leurs caractéristiques sociodémographiques et psychographiques. Le fait que les consommateur.rice.s consomment de la viande nationale ou importée dépend non seulement de la disponibilité, mais aussi du fait qu'il.elle.s ont tendance à privilégier la qualité ou – la tendance contraire – le gain de temps et le prix dans leurs achats quotidiens. Les activités de marketing qui mettent l'accent sur ces caractéristiques de qualité des produits nationaux auront tendance à être efficaces auprès des consommateur.rice.s âgé.e.s, à revenu élevé et instruit.e.s ainsi que des ménages plus grands. En outre, la majorité des consommateur.rice.s font consciemment attention à une alimentation saine lorsqu'il.elle.s font leurs achats, ce qui se combine avec les caractéristiques de qualité des produits issus de la production traditionnelle et avec une baisse de la demande des produits modernes. Le besoin d'une offre de produits transformés, bon marché et permettant de gagner du temps s'exprime en particulier chez les jeunes consommateur.rice.s et les petits ménages à faible revenu et moins instruit.e.s, et n'est actuellement pas satisfait par les produits nationaux. C'est pour cela que cette étude confirme les conclusions de Woolverton et Frimpong (2013) : Il est possible que l'amélioration de la transformation de la viande des animaux locaux rende ces produits plus compétitifs par rapport aux produits importés. Cette hypothèse est également soutenue par d'autres recherches au Ghana et au Kenya (Asante-Addo et Weible, 2020b ; Bett et al., 2013) qui montrent que les consommateur.rice.s sont en moyenne prêt.e.s à dépenser plus pour les produits nationaux à base de viande de poulet que pour la viande importée. Bien que le consentement à payer marginal pour l'attribut de la

commodité du produit soit relativement faible, il ressort clairement de cette étude que les consommateurs sont prêts à payer pour une viande de poulet plus commode, qui n'est généralement pas disponible pour le poulet traditionnel. Ces résultats confirment les conclusions similaires d'Asante-Addo et Weible (2020b).

Sur le marché béninois, les consommateurs de viande de poulet peuvent être subdivisés dans une certaine mesure en sous-marchés homogènes. Cela est particulièrement évident dans la distinction entre la viande de poulet traditionnel et la viande de poulet importé. Les caractéristiques sociodémographiques influencent les critères d'achat qui, en raison des différentes caractéristiques des produits, sont clairement attribuées à une CVA et peuvent donc expliquer le comportement habituel des consommateurs qui est basé sur des habitudes établies. Ce fait est corroboré par l'observation selon laquelle plus de 40 % des consommateurs participant à l'expérience de choix n'ont montré aucun comportement de substitution : Bien que les attributs de prix et de commodité soient différents, ils ont toujours choisi le même type de produit ou décidé de ne pas acheter un produit quelconque. L'étude considère que ce groupe associe certains critères d'achat aux caractéristiques respectives des produits à un point tel que des décisions d'achat déjà fermement établies se traduisent par des actions d'achat. Pour ce segment de marché, il n'y a pas de comportement de substitution des produits nationaux. Ces derniers représentent le segment inébranlable pour chaque type de produit (25 % pour le poulet traditionnel, 3 % pour le poulet moderne et 13 % pour le poulet importé).

Cette ségrégation partielle du marché s'explique aussi par un groupe assez important qui a de très grandes préférences de qualité pour la viande du poulet traditionnel. Pour eux, la viande du poulet importé n'a qu'une très faible utilité, et même avec un prix comparativement plus bas, ne représente pas une forte concurrence pour leur produit favori : la viande du poulet traditionnel. Pour ce groupe de consommateurs, l'hypothèse de la ségrégation du marché s'est avérée juste : La viande du poulet importé ne les amènera pas à changer le choix de leurs achats, et la production nationale ne sera en conséquence pas influencée par les importations.

Toutefois, cela signifie également que près de 60 % des consommateurs choisissent entre différents types de produits et peuvent être influencés dans leurs décisions d'achat. Cela confirme les conclusions de Woolverton et Frimpong (2013) et Asante-Addo et Weible (2020b), selon lesquelles le prix et la commodité des produits ont un effet sur la décision d'achat, bien que les résultats de cette étude n'aient trouvé qu'un faible effet de ces deux facteurs. Par exemple, une

augmentation du prix de la viande importée entraînerait une baisse de la demande pour ce produit. Une partie de cette demande réduite serait répartie entre la demande de viande traditionnelle et la demande de poulet moderne. Certains consommateur.rice.s n'achèteraient pas du tout de viande. Pour ce sous-segment du marché, il existe donc des preuves d'un comportement de substitution de la viande importée vers les produits nationaux. Ce résultat est corroboré par le constat que près de 30 % des consommateur.rice.s préfèrent acheter le poulet traditionnel, mais que ceci n'est pas disponible ou est plus difficile à obtenir ou qu'ils attachent une grande importance au temps et au prix et consomment donc de la viande importée (préférences révélées).

Globalement, les résultats ont montré que la majorité des consommateur.trice.s révèlent un comportement de substitution si les caractéristiques des produits changent. Cela justifie l'hypothèse qu'une concurrence générale existe entre ces différents produits avicoles, qui en réalité ne sont le plus souvent pas vendus sur les mêmes marchés. En plus, cette concurrence est basée d'un côté sur le prix et de l'autre côté sur les caractéristiques de la viande du poulet telle que la commodité du produit. Tout d'abord, entre la viande du poulet traditionnel et la viande du poulet importé, la concurrence est faible. Les consommateur.rice.s qui préfèrent le poulet traditionnel vont le substituer par le poulet moderne plutôt que d'acheter la viande du poulet importé. Les résultats montrent que bien que la concurrence entre le poulet traditionnel et celui importé soit faible, elle existe toutefois. Ce résultat confirme le classement de Asante-Addo et Weible (2020), selon lequel ces produits présentent un comportement de substitution faible mais existant au Ghana. Pour ce groupe de consommateur.rice.s, il paraît que la concurrence entre les produits nationaux est plus grande qu'avec la viande du poulet importé. Un chercheur béninois (E7) soutient alors qu'il s'agirait de différentes niches de marché entre la viande du poulet traditionnel et importé.

L'hypothèse selon laquelle les deux systèmes nationaux (traditionnel et moderne) se complètent de manière à couvrir la demande nationale et qu'ils ne soient ainsi pas en compétition (E11) est réfutée. Bien que sur toute l'année une complémentarité afin de couvrir la demande locale semble logique, au moment de l'enquête il y avait aussi une concurrence entre la viande du poulet traditionnel et celle du poulet moderne. La conclusion que la concurrence se situe plutôt entre les produits nationaux et les produits importés s'est cependant avérée juste.

Dans l'ensemble, la concurrence est plus accentuée entre le poulet importé et le poulet national ; surtout entre la viande du poulet moderne et celle du poulet

importé. La concurrence entre la production commerciale et les produits importés a aussi été constatée par un chercheur béninois (E7). Celui-ci affirme que les produits importés sont en concurrence avec les poulets d'élevage moderne tels que les poulets de chair. Il parle alors d'une concurrence entre le poulet exotique produit localement et le poulet exotique importé. Le poulet moderne souffre donc plus de la concurrence de la viande du poulet importé que du poulet traditionnel.

La plus grande part du marché est couverte par la viande de poulet importé. Les producteur.rice.s béninois.es ont des difficultés à trouver suffisamment de client.e.s qui seraient prêt.e.s à payer pour leurs produits, qui sont comparativement chers et souvent non-transformés. En face de ce marché dominé par la viande du poulet importé, il existe aussi peu d'attraits pour les producteur.rice.s béninois.es d'augmenter et d'améliorer leur production. Au total, sous la concurrence de la viande du poulet importé, les producteur.rice.s béninois.es n'arriveront pas à bien développer leurs entreprises.

Parmi les préoccupations les plus mentionnées, il convient de citer le faible prix des produits importés, donc la concurrence déloyale. Les producteur.trice.s de poulet moderne se disent victimes d'une concurrence déloyale entre les produits importés et les produits locaux. Il.elle.s souhaitent augmenter leur compétitivité vis-à-vis des produits importés en augmentant leur productivité avec une diminution du coût des intrants, ce qui réduirait les coûts de leur production. Selon eux, cela pourrait garantir qu'il y ait une offre à un prix abordable pour les consommateur.trice.s. Il.elle.s sont convaincu.e.s qu'il.elle.s pourraient satisfaire la demande locale avec des produits de qualité s'il n'y avait pas cette concurrence. Par contre la voix la plus critique (E4) souligne que le Bénin est un exemple de la manière dont les exportations occidentales de viande de poulet ont porté préjudice à la production locale dans les pays d'Afrique de l'Ouest, qui est aujourd'hui incapable d'être compétitive.

En ce qui concerne les options dont disposerait le pays pour renforcer son secteur local et être compétitif face aux produits importés, l'expert de BfdW est clair : Aucun pays d'Afrique de l'Ouest ne pourra concurrencer les produits importés, non seulement en raison des coûts de production en Europe, mais surtout en raison des tendances de consommation existantes qui permettent d'exporter des carcasses de poulet à des prix aussi bas. En général, plusieurs acteurs publics admettent que les importations prennent une part du marché national et que cela représente un frein à la production nationale. Le degré de rejet des importations et aussi les aspects les plus préoccupants qui en dérivent varient selon l'acteur.

Encadré 4 : La sécurité alimentaire

Le groupe d'expert.e.s de haut niveau sur la sécurité alimentaire et la nutrition (High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition, HLPE), qui est l'interface scientifique-politique du Comité des Nations Unies sur la sécurité alimentaire mondiale, définit la sécurité alimentaire comme suit (2020) :

« [...] la sécurité alimentaire (est) une situation qui existe lorsque toutes les personnes, à tout moment, ont un accès physique, social et économique à une nourriture suffisante, saine et nutritive qui répond à leurs besoins et préférences alimentaires pour une vie saine et active. »

La sécurité alimentaire englobe les six dimensions 1) disponibilité ; 2) accès (économique, social et physique) ; 3) utilisation ; 4) agency (capacité d'agir) ; 5) stabilité et 6) durabilité.

La présente étude a montré que 15 % des consommateur.ice.s urbain.e.s de poulets ont un revenu mensuel par ménage inférieur à 50.000 FCFA. L'expérience de choix a révélé que si le prix de la viande importée augmentait fortement ou s'il n'y avait pas de viande importée disponible, certain.e.s de ces consommateur.rice.s renonceraient complètement à la consommation de viande de poulet. Cela indique que les importations de viande contribuent à la dimension de l'accès du concept de sécurité alimentaire pour un segment de marché. Cependant, les auteur.rice.s soulignent qu'aucun.e consommateur.ice de poulet n'a déclaré un revenu mensuel inférieur à 25.000 FCFA. Cela peut indiquer que les populations urbaines les plus pauvres n'achètent pas ou de façon irrégulière de la viande de poulet ou que dans les milieux urbains du Bénin, le revenu mensuel minimal par ménage est supérieur à 25.000 FCFA. Cependant les auteur.rice.s ne peuvent pas exclure la possibilité de fausses déclarations sur les revenus.

À court terme, la demande nationale de viande de poulet ne peut pas être satisfaite sans les importations ; elles contribuent donc à la dimension de la disponibilité. Bien que le gouvernement béninois augmente sa dépendance de l'extérieur par le biais des importations, il peut recourir à des produits importés en cas de chocs régionaux de nature politique, économique ou naturelle.

Toutefois, l'étude a également montré que les importations ont un effet de substitution pour certains segments du marché et n'ont pas d'impact bénéfique sur le développement du secteur national, en particulier la CVA poulet moderne. En raison d'un marché dominé par la viande de poulet importée et moins chère, les producteur.ice.s béninois.es sont peu incité.e.s à investir et à augmenter leur production. Le représentant de l'ONG béninoise « La Voix des Consommateurs » (E8) souligne que jusqu'à l'augmentation de la production nationale qu'il

escomptait, des sources alternatives de protéines disponibles au niveau local pourraient compenser la réduction de l'offre de viande de poulet bon marché. Il reste à voir si, en l'absence des importations, la production nationale pourrait vraiment se développer à un tel point qu'elle serait en mesure de répondre à une demande croissante à moyen ou long terme.

Dans ce contexte, il est également pertinent que la viande importée ne répond pas aux exigences de qualité et aux préférences de la majorité des consommateurs, pour qui la confiance en sa sécurité sanitaire est faible.

Pour ces raisons, cette étude conclut que les importations contribuent aux dimensions de la disponibilité quantitative et de l'utilisation à court terme. Cependant, ces besoins nutritionnels (utilisation) ne peuvent être satisfaits qu'au détriment de la consommation d'aliments perçus comme peu fiables et de qualité inférieure.

Les importations contribuent donc en partie à la sécurité alimentaire, en particulier pour les consommateurs à faible revenu. Toutefois, cette contribution est limitée à long terme en raison de la perception d'une qualité inférieure et de risques sanitaires de ces importations et de l'effet inhibiteur sur la production nationale dû à la situation de concurrence déloyale.

Bien que ces dimensions susmentionnées restent pertinentes, la prise en compte des notions d'agency (capacité d'agir) et de durabilité devient de plus en plus importante dans la sécurité alimentaire. Les importations ne contribuent que de manière très limitée à la capacité d'agir, voir la limitent. D'une part, l'offre de biens importés renforce la capacité de décision indépendante des consommateurs de choisir entre les produits offerts sur le marché. D'autre part, l'agency implique la capacité à participer aux processus qui façonnent la politique et la gouvernance du système alimentaire. Cependant, il y a un manque fondamental d'informations et de possibilités pour les consommateurs d'influencer la production, la transformation et la distribution des produits importés. Les producteurs et les consommateurs n'ont aucune possibilité de contribuer à façonner les systèmes de production peu transparents des produits importés et non préférés par le biais d'une participation politique.

La dimension de la durabilité fait référence à la capacité à long terme des systèmes alimentaires d'assurer la sécurité alimentaire actuelle sans compromettre les bases environnementales, économiques et sociales pour les générations futures. Bien que l'élevage intensif de volailles soit comparativement peu émetteur grâce au faible taux de conversion alimentaire (Prudêncio da Silva et al., 2014), cette production ne peut être qualifiée d'écologiquement durable. Les raisons en sont la perte de biodiversité due à la concentration du marché sur

quelques races de poulet et à l'utilisation d'aliments à base de soja, qui est associée à la déforestation dans la région de l'Amazonie brésilienne et donc aussi à une forte pollution de l'eau et à de fortes émissions de gaz à effet de serre (Brandt et al., 2019 ; Cerri et al., 2009). De ce point de vue, l'importation de poulet contrarie la durabilité de la sécurité alimentaire. L'aviculture intensive au Bénin utilise par contre du soja produit localement dans des conditions plus respectueuses de l'environnement. La production nationale assure donc plus de durabilité à la sécurité alimentaire.

En outre, les importations de poulet ne peuvent pas être classées socio-écologiquement durables, notamment en raison des antibiotiques et des hormones utilisés dans l'élevage intensive (van Boeckel et al., 2015) et des risques potentiels pour la santé des consommateurs béninois dus à l'insuffisance des chaînes du froid.

D'un point de vue économique, les importations en tant que (faible) substitut des produits nationaux ne sont pas viables à long terme, car les systèmes de production nationaux à forte intensité de main-d'œuvre ont un effet économique positif bien plus important que les emplois créés par les importations. Également, la majeure partie de la CVA ne reste pas au Bénin, mais dans la région d'origine des importations.

7 Analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM) de la filière avicole béninoise

Après l'étude et l'analyse de la littérature existante, la collecte de données sur le terrain et l'analyse des données, l'interprétation et la discussion des résultats, il convient de passer à une analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM) qui jouent sur la filière et ses différents volets.

L'analyse FFOM a été développée en deux étapes. D'abord, elle a été réalisée pendant l'atelier multipartite (voir chap. 3.3.5.3) ensemble avec les acteurs de la filière avicole béninoise sous trois différents angles de vue : CVA et systèmes de production, consommation et cadre politique et institutionnel. Ensuite, les résultats obtenus ont été synthétisés par l'équipe de recherche.

Ce chapitre présente cette synthèse. Les facteurs internes (forces et faiblesses) et externes (opportunités et menaces) sont discutés de façon générale, tout en mettant en exergue leurs interactions et leurs effets. Cela permet de mettre l'accent sur le fait qu'ils émanent d'un système complexe impliquant plusieurs acteurs et domaines d'actions. De plus, le potentiel de certains facteurs de renforcer ou de limiter d'autres est analysé compte tenu de son importance pour la formulation des recommandations subséquentes.

7.1 Les Forces et Faiblesses (facteurs internes)

L'analyse fait ressortir des facteurs pour la plupart à double tranchant. C'est-à-dire qu'un facteur présenté comme une force à un niveau donné a généralement en son sein un point de faiblesse. Ainsi, les avantages liés à certains facteurs pour le renforcement de la filière avicole béninoise sont annihilés par d'autres facteurs sous-jacents qui tendent à réduire la réalisation du potentiel.

En termes de structuration des acteurs, la filière avicole béninoise est à un très bon niveau avec l'existence de l'IAB, qui travaille avec les décideur.euse.s politiques et les partenaires au développement à la définition d'une vision et d'un plan d'action stratégique de développement de la filière intégrant les besoins réels de ses acteurs. Malheureusement, tout porte à croire que l'IAB réunit seulement les acteurs de l'aviculture moderne, ne comptant pas actuellement parmi ses membres l'ANAB qui regroupe les aviculteur.rice.s traditionnel.le.s. Les discussions en cours pour fédérer l'ANAB et l'UNAP-B en tant que des associations d'aviculteur.rice.s

pour que cette fédération les représente au sein de l'IAB méritent une attention particulière.

Du côté des fournisseur.euse.s d'intrants, quatre couvoirs existent au niveau national, dont deux sont fonctionnels et aptes à fournir des poussins d'un jour aux exploitations avicoles. Une faiblesse de cet aspect est que non seulement leur offre est insuffisante, mais aussi que les aviculteur.rice.s perçoivent que la qualité des poussins n'est pas bonne, et ont recours à l'importation des poussins d'un jour en provenance de l'Europe ou du Nigeria. La nécessité d'un bon système d'approvisionnement fiable en poussins d'un jour au niveau national se fait encore plus ressentir dans les situations de crise sanitaire mondiale telle que celle de la Covid-19.

L'utilisation du maïs et du soja en grande proportion dans la provenderie est un atout pour le secteur avicole. Toutefois, il y a une concurrence entre l'alimentation humaine et l'alimentation animale à base de ces produits. En effet, ces produits ne sont pas cultivés actuellement en tenant compte des besoins des animaux. On constate pour le cas de soja des périodes de rupture, car des quantités de soja produit au Bénin sont même exportées vers d'autres destinations. De plus, les coûts élevés de ces produits en période de soudure engendrent des accroissements de coûts de production avec pour corollaire des prix relativement élevés des produits avicoles locaux.

Il faut noter que l'État exonère les intrants et matériels avicoles importés depuis quelques années.

La qualité organoleptique des viandes de poulet produites localement est largement reconnue comme bonne. Autrement dit, le poulet local est très apprécié quant à la texture, le goût et la consistance de sa viande. Ajouté à cela, le concept du « consommables local » très en vogue actuellement est au profit du poulet local. Cependant on observe que les exploitations avicoles ainsi que les abattoirs existants se prêtent moins au contrôle sanitaire susceptible de favoriser une certaine certification de leurs produits. Les efforts de l'ABSSA en cours dans ce sens auprès des transformateur.rice.s de viande de poulet dans le cadre du projet PARASEP sont à saluer et doivent être étendus même aux exploitations avicoles.

Par ailleurs, de façon générale, le système de marketing pour le poulet local est insuffisamment développé. Les 4 P (Présentation du produit, Prix, Position/Place et Promotion du produit), qui sont des fondamentaux dans la mise en marché des produits, ne sont pas mis en œuvre de manière efficace. Cette situation entraîne

114 Analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM) de la filière avicole béninoise

parfois un manque de visibilité, d'information et de promotion des produits de viande de poulet local. Par exemple, la grande partie des consommateurs n'est pas informée de l'existence de la viande locale découpée, commode et prête à cuire et de ses dérivés sur le marché béninois.

Sur le plan politico-institutionnel, la dynamique en cours révèle l'intérêt accordé à la filière avicole béninoise. Depuis 2016, la volonté du gouvernement de faire du secteur agricole « Le principal levier de développement économique, de création de richesses et d'emplois au Bénin » a induit plusieurs réformes et documents nationaux de politique agricole dont notamment le PAG volet agriculture, le PSDSA, le PNIASAN et les PNDF. La promotion de l'aviculture apparaît au niveau de deux filières, à savoir la filière Lait et viande (essentiellement pour la viande) et la filière Œufs de table, (pour les œufs avec des possibilités de valorisation des poules réformées en viande). Dans les deux cas, les actions en faveur de la viande de poulets de façon spécifique sont très minces. Cela est dû par exemple au fait que le PNDF Lait et viande semble plus se focaliser sur les productions de viande de ruminants. Ainsi, il manque un programme coordonné spécifique pour le développement de l'aviculture.

Les tableaux 15 et 16 présentent la synthèse des forces et faiblesses de la filière avicole orientée vers la production de viande au Bénin.

Tableau 15 : Synthèse des Forces

CVA et systèmes de production
• Volonté des acteurs et des organisations (comme MAEP, ANAB, etc.) de changer/développer la filière (pour la production locale) • CVA poulet traditionnel et moderne offrent des opportunités d'emploi • Grande variété des produits avicoles grâce aux transformateur.rice.s • Préférence des consommateur.rice.s pour le poulet béninois en général • Organisation des acteurs de la filière • Disponibilité/essor du marché d'écoulement • Existence de 4 couvoirs dont 2 fonctionnels avec une capacité de production de poussins très importante • Production au niveau national des principales matières premières (par exemple aliments) • Certification démarrée par l'ABSSA pour les transformateurs de viande de poulet (Projet PARASEP)
Consommation
• Accessibilité et disponibilité de produits à base de viande de poulet contribuent à la sécurité alimentaire • Diversité de la viande de poulet : Gamme variée des produits de viande de poulet (poulet traditionnel, poulet moderne et poulet importé) • Bonne qualité de la viande de poulet produit localement (goût, consistance) • Appréciation de plus en plus forte du poulet local par les consommateur.rice.s • Engouement national pour le « consommables local » • Existence de l'interprofession de l'Aviculture au Bénin (IAB) • Organisation d'une journée nationale de l'aviculture • Existence du PNDF viande et lait • Augmentation du nombre d'unités de restauration
Cadre politique et institutionnel
• Approche filière et territorialisation des zones spécifiques à la filière • Existence de textes réglementaires régissant la filière/les maillons de la filière • Exonérations sur les intrants et matériels avicoles importés • Existence et application des textes de contrôle des denrées alimentaires importées • Existence des documents de politique : PSDSA, Programme Elevage • Existence de projets/programmes (PNDF Lait et viande et PNDF Œufs de table, PRODEFILAV-PEL) • Existence du Fonds National de Financement Agricole (FNDA)
Source : FFOM sur les CVA et systèmes de production, la consommation et le cadre politique et institutionnel

116 Analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM) de la filière avicole béninoise

Tableau 16 : Synthèse des Faiblesses

CVA et systèmes de production
• Insuffisance de formation appropriée des aviculteur.rice.s pour une professionnalisation conséquente • Accès limité aux intrants (aliments, poussins, produits vétérinaires) à cause de leur indisponibilité sur le marché et/ou du prix élevé • Faible contractualisation avec des distributeur.rice.s • Faible représentation à la base (ANAB) • Faible production locale par rapport à la quantité demandée • Cherté par moment des matières premières locales • Insuffisance de promotion de la production locale de poulet • Insuffisance de contrôles sanitaires au niveau des unités d'abattage existantes • Nombre élevé d'acteurs intermédiaires entre producteur.rice.s et consommateur.rice.s • Insuffisance de la production des poussins donc recours à l'importation
Consommation
• Difficultés de mise en marché : les 4 P (Présentation du produit, Prix, Position/Place et Promotion du produit) • Prix élevés de la viande de poulets locaux limitant l'accès des consommateur.rice.s à ces produits • Déficit de communication sur la production locale de poulets prêts à cuire (plumés et découpés) • Insuffisance de certification sanitaire des produits locaux (manque de contrôle de la qualité et sécurité sanitaire des aliments) • Coûts prohibitifs de certification des produits • Insuffisance d'inspection vétérinaire au niveau des exploitations locales (faible effectif des agents d'inspection) • Faible application des normes de qualité Iso 22000/ 2018 (hygiène et sécurité des denrées alimentaires) et Iso 9001 (système de management de qualité) • Non-respect du droit à l'information des consommateurs
Cadre politique et institutionnel
• Insuffisance d'actions en faveur de la sous-filière viande de volaille dans le PNDF Lait et viande • Absence d'un programme de développement de la filière avicole (sous-filière viande de poulet et œufs de consommation ensemble) • Faible application des textes réglementaires de contrôle de qualité des productions locales • Absence de politique autour de la protection du marché local

Source : FFOM sur les CVA et systèmes de production, consommation et cadre politique et institutionnel

7.2 Les Opportunités et Menaces (facteurs externes)

Les tableaux 17 et 18 présentent la synthèse des opportunités et des menaces de la filière avicole béninoise par domaine. L'analyse ressort que les opportunités et les menaces comportent des éléments importants à considérer. D'une part, en lien avec les systèmes de production de viande de poulet, la construction d'abattoirs modernes actuellement en cours représente une réelle opportunité pour les CVA avicoles locales. Cela marquera le début de l'industrialisation de la transformation de viande de poulet au Bénin avec ses avantages en termes de nombre d'emplois créés, mais surtout d'offre de viande plus commode, c'est-à-dire déjà prête à la cuisson. De plus, cela contribuera à renverser la concurrence de la viande de poulet importée, l'un des attributs d'attrait aux consommateurs de cette viande importée étant sa commodité.

Le Projet de caractérisation des races de poulets élevés au Bénin (Goliath et Foulani) avec l'appui du ProCAD (GIZ) en collaboration avec l'UNAP-B est utile pour une meilleure connaissance des produits issus avec la possibilité de certification et de conformité aux normes requises.

L'existence du Fonds National de Développement Agricole (FNDA), principale structure de financement dans le secteur agricole, est une opportunité, notamment lorsqu'il peut être un guichet spécifique pour l'aviculture. Cela encourage les projets d'extension des unités existantes ou encore la création de nouvelles exploitations de plus en plus équipées. L'objectif est de contribuer à renforcer l'offre locale en face d'un potentiel de marché béninois croissant sans cesse avec la démographie galopante.

Les TICs peuvent être mobilisés davantage pour favoriser le marketing des produits locaux. D'autre part, la récurrence des épizooties et l'apparition de nouvelles maladies représente une menace pour le secteur avicole.

Au niveau politique, les stratégies de développement et les projets au niveau régional promeuvent davantage la production animale, en l'occurrence l'aviculture. C'est par exemple le cas de la Stratégie de Développement de l'Élevage en Afrique (Livestock Development Strategy for Africa, LiDeSA) dont la mise en œuvre s'est traduite en des projets ciblant l'aviculture en zone ouest-africaine. Dans le domaine

118 Analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM) de la filière avicole béninoise

du commerce international, les accords commerciaux internationaux exposent le marché local à l’envahissement de la viande de poulet importée de l’extérieur. De même, la dépendance de l’État des ressources fiscales issues de l’importation soutient le manque de courage dans l’engagement des actions de protection du marché local. La marge de manœuvre du gouvernement pour de telles actions, par exemple les prélèvements compensatoires, est relativement faible, considérant les exigences de l’OMC en la matière. La menace de l’importation et des accords qui la favorisent deviennent majeures à considérer dans le souci de renforcer la filière avicole béninoise.

Tableau 17 : Synthèse des Opportunités
CVA et systèmes de production
• Abattoirs modernes de volailles en cours de construction • Existence d’un FNDA qui accompagne la filière avicole • Soutien à l’AJAM par le ProCIVA dans la promotion des poulets locaux traditionnels (Reproducteur, Naisseur, Finisseur) • Existence de projets de caractérisation des poulets Goliath et Foulani avec l’appui du ProCAD, GIZ en collaboration avec l’UNAP Bénin
Consommation
• Croissance démographique – consommation croissante • Contribution de l’aviculture à l’atteindre des Objectifs de Développement Durable (ODD) 1 et 2 • Développement de technologies et unités de transformation pour répondre aux exigences du marché • Possibilité de satisfaire les besoins de nombreux consommateurs par une baisse des prix des produits nationaux • Contribution du développement des TICs à la promotion du poulet produit localement • Considération de la filière avicole comme l’une des filières prioritaires du PAG
Cadre politique et institutionnel
• Existence d’une stratégie de développement du secteur de l’élevage en Afrique (LiDeSA) • Existence d’un programme sous-régional (UEMOA) d’employabilité des jeunes et des femmes en aviculture porté par l’IAB au niveau national • ECOWAP/PDDAA : référence à suivre pour la formulation de la politique nationale
Source : FFOM sur les CVA et systèmes de production, consommation et cadre politique et institutionnel

Tableau 18 : Synthèse des Menaces
CVA et systèmes de production
• Récurrence des maladies/ épizooties et apparition de nouvelles maladies (par exemple la grippe aviaire)
• Importations de viande de poulet dont le prix est très faible par rapport à celui de la production locale
• Difficulté d'accès au financement adapté (existence de seulement deux structures de financement)
• Cherté des intrants vétérinaires
Consommation
• Faible respect des normes nationales et internationales
• Nombre élevé d'unités de productions informelles
• Risque de suppression d'autres sources de protéines du marché si trop d'accent est mis par le gouvernement et l'économie sur la viande de volaille, ce qui réduit la diversité de l'offre
Cadre politique et institutionnel
• Importation de viande de poulet (Dépendance vis-à-vis des marchés extérieurs tels que UE, Brésil, etc. pour assurer la sécurité alimentaire)
• Dépendance vis-à-vis du marché extérieur (UE, Nigeria) pour assurer l'approvisionnement en poussin d'un jour, produits vétérinaires, et concentrés
Source : FFOM sur les CVA et systèmes de production, consommation et cadre politique et institutionnel

8 Recommandations et options d'action

Dans ce chapitre, des recommandations développées lors de l'atelier multipartite avec les différents acteurs du secteur avicole sont présentées, suivies des options d'action esquissées par l'équipe de recherche elle-même.

Les recommandations se présentent de manière plus concrète et sont destinées beaucoup plus aux acteurs – politiques, privés, de la société civile – au niveau national.

Dans les options d'actions, cinq scénarii de changement des prix pour les produits issus des différentes CVA sont esquissés. Elles peuvent servir d'outil pour des discussions ou d'autres recherches.

8.1 Recommandations

Les recommandations ont été élaborées dans un processus participatif avec les participant.e.s à l'atelier final. Elles permettent de tirer profit des forces et opportunités pour surmonter les faiblesses et les menaces.

Pour commencer, les exigences d'une bonne recommandation, à savoir qu'elle doit être réaliste et réalisable, ont été rappelées et discutées avec les participant.e.s. Ce qui implique que les recommandations de l'atelier final soient précises et ciblent les acteurs spécifiques au niveau de la filière avicole béninoise. Elles répartissent des responsabilités spécifiques, fixent une durée déterminée et tiennent compte des besoins réels, notamment en indiquant un score de priorisation. Le score de priorisation est compris entre 1 et 3, correspondant du plus prioritaire au moins prioritaire. Afin de garantir la durabilité, les recommandations doivent en plus être consensuelles.

Les recommandations formulées sont réparties en 9 domaines thématiques généraux, notamment : (1) financement/assurance agricole, (2) organisation des acteurs, (3) formation, (4) protection du marché intérieur, (5) développement technologique, (6) marketing, (7) subvention, (8) orientation politique de développement, (9) réglementation/contrôle. Il faut remarquer que certaines recommandations se sont retrouvées dans l'un ou l'autre des domaines thématiques d'appartenance.

La première recommandation porte sur le financement et l'assurance agricole, qui sont perçus comme peu développés. Elle est subdivisée en quatre sous-recommandations (voir tab. 19).

Tableau 19 : Recommandation 1 : Financement/Assurance agricole

La filière avicole a besoin de financement pour soutenir les exploitations avicoles à se développer et les initiatives de création des abattoirs modernes à se concrétiser. A cet effet, nous recommandons de :

1	Organiser des séances de formations et d'information au profit des Systèmes Financiers Décentralisés (SFD) sur l'aviculture pour mieux faire connaître sa rentabilité et les risques (adressée aux projets /Etat)	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	SFD, IAB, DE, AMAB, ATDA, PTF
	Délai	Court terme
2	Encourager et soutenir les initiatives privées dans la transformation de poulets	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	IAB, ATRADIPA, La Voix des Consommateurs, PTF
	Délai	Moyen terme
3	Demander la création d'un guichet pour l'aviculture au FNDA	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	IAB, DE, ATDA, PTF
	Délai	Court terme
4	Diversifier les offres/produits d'assurance pour la filière volaille	
	Priorisation	3
	Responsable (s)	AMAB, AIB, ANAB, UNAP-Bénin
	Délai	Moyen terme

Source : Documentation de l'atelier multipartite, novembre 2020, Ouidah, Bénin

122 Recommandations et options d'action

La deuxième recommandation tient compte du fait que l'union fait la force. Deux sous-recommandations portent sur une meilleure organisation des acteurs de la filière (voir tab. 20). La deuxième : « Mettre en oeuvre des mécanismes de stabilisation des prix des matières premières fondamentales (maïs, soja) » semble difficile et délicate selon les auteur.rice.s du présent rapport d'étude, mais a été formulée ainsi lors de l'atelier multipartite par les acteurs de la filière eux-mêmes.

Tableau 20 : Recommandation 2 : Organisation des acteurs

La structure des acteurs autour de l'IAB a besoin d'être renforcé pour son expansion pour couvrir la sous-filière aviculture traditionnelle améliorée. Cela permettra aux acteurs de mieux se positionner autour des tables de négociation pour profiter pleinement de la forte dynamique qui existe dans la filière avicole. Pour y arriver, nous recommandons de :

1	Accélérer le processus de fédération des organisations de producteur.rice.s pour adhérer ultérieurement à l'IAB	
	Priorisation	3
	Responsable (s)	ANAB, IAB, UNAP-Bénin
	Délai	Moyen terme
2	Mettre en œuvre des mécanismes de stabilisation des prix des matières premières fondamentales (maïs, soja)	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	MAEP, MIC, IAB
	Délai	Moyen terme
Source : Documentation de l'atelier multipartite, novembre 2020, Ouidah, Bénin		

La troisième recommandation porte sur la formation et la sensibilisation des différents acteurs de la filière (voir tab. 21). On pourrait ajouter à ces deux sous-recommandations d'autres thèmes de formation et de sensibilisation, comme l'aide aux investissements, des crédits avantageux ou des appels aux concours d'innovations, par exemple sur les systèmes de production, la commercialisation, des croisements des races réussis etc.

Tableau 21 : Recommandation 3 : Formation/Sensibilisation

Les acteurs de la filière avicole à divers niveaux ont besoin de formation pour améliorer leurs compétences ou leurs prestations au profit du renforcement de la filière. Pour cela, nous recommandons de :

1	Organiser davantage des formations sur les systèmes de production et les soins vétérinaires pour les acteurs des CVA (à l'endroit de IAB avec l'appui des ATDA)	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	DE, ANAB, PTF, IAB, ATDA, etc.
	Délai	Court terme
2	Organiser des séances de formations et d'information au profit des Systèmes Financiers Décentralisés (SFD) sur l'aviculture pour mieux faire connaître sa rentabilité et les risques (adressée aux projets /Etat)	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	SFD, IAB, DE, AMAB, ATDA, PTF
	Délai	Court terme
Source : Documentation de l'atelier multipartite, novembre 2020, Ouidah, Bénin		

La quatrième recommandation a pour objectif une meilleure protection du marché intérieur face à la concurrence déloyale de la viande de poulet importée. Quatre sous-recommandations ont été formulées (voir tab. 22). La quatrième sous-recommandation « Elaborer et adopter une politique de protection du marché local » semble un peu difficile selon les auteur.rice.s de la présente étude, mais a également été formulée en tant que telle. On pourrait y ajouter pour clarification « en utilisant les instruments politiques disponibles ».

Tableau 22 : Recommandation 4 : Protection du marché intérieur

Face à la concurrence déloyale de la viande de poulet reformée importée, la filière avicole locale a besoin de trouver différentes mesures de protection en prenant en compte les contraintes liées aux accords de commerce international dans lesquels le pays est engagé. A cet effet, nous recommandons de :

1	Institutionnaliser de prélèvements compensatoires sur les produits avicoles importés dont les viandes de volaille (voir document « stratégie de promotion de l'aviculture pour la sécurité alimentaire »)	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	MAEP, MEF, MIC, IAB, MPD
	Délai	Moyen terme
2	Faire aboutir le projet d'actualisation des prestations de services vétérinaires (augmentation des redevances liées à l'inspection sanitaires des volailles importées)	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	DE/MAEP, MIC, MEF
	Délai	Court terme
3	Encourager et soutenir les initiatives privées dans la transformation de poulets	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	IAB, ATRADIPA, La Voix des Consommateurs, PTF
	Délai	Moyen terme
4	Élaborer et adopter une politique de protection du marché local	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	DE/MAEP, MIC, IAB
	Délai	Moyen terme

Source : Documentation de l'atelier multipartite, novembre 2020, Ouidah, Bénin

La cinquième recommandation porte sur la nécessité du développement des technologies en faveur de la filière avicole béninoise, notamment sur la transformation et la commercialisation (voir tab. 23).

Tableau 23 : Recommandation 5 : Technologies

Le développement technologique est une condition indispensable pour le développement du secteur avicole concernant aussi bien chez les producteurs que les unités de transformation. Pour y parvenir, nous recommandons de :

1	Encourager et soutenir les initiatives privées dans la transformation de poulets	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	IAB, ATRADIPA, La Voix des Consommateurs, PTF
	Délai	Moyen terme
2	Développer des stratégies innovantes de mise en marché pour de meilleure vente des produits « Made in Bénin »	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	IAB, ATRADIPA, La Voix des Consommateurs, MIC
	Délai	Moyen terme

Source : Documentation de l'atelier multipartite, novembre 2020, Ouidah, Bénin

La sixième recommandation s'occupe de la question du marketing, notamment de la création d'un label « made in Bénin » (voir tab. 24).

Tableau 24 : Recommandation 6 : Marketing		
Les produits locaux tels que la viande poulet et les autres dérivés de produits de poulets sur le marché, ont besoin d'être davantage connus des consommateurs pour assurer leur meilleur écoulement. A cet effet, nous recommandons de :		
1	Développer des stratégies innovantes de mise en marché pour de meilleure vente des produits « made in Benin »	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	IAB, ATRADIPA, La Voix des Consommateurs, MIC
	Délai	Moyen terme
Source : Documentation de l'atelier multipartite, novembre 2020, Ouidah, Bénin		

La septième recommandation porte sur le sujet des subventions, notamment sur une éventuelle baisse des coûts de certification et le soutien des organisations qui défendent les droits des consommateurs (voir tab. 25).

Tableau 25 : Recommandation 7 : Subvention

Les accompagnements sous forme de subvention sont nécessaires au profit de certains acteurs pour jouer pleinement leurs rôles qui sont susceptibles de créer des biens publics. A cet effet, nous recommandons :

1	La relecture des actes qui fixent les coûts des certifications (revoir à la baisse les coûts) afin de favoriser la conformité aux entreprises avicoles	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	DE, ABSSA, IAB, LCSSA
	Délai	Court terme
2	L'appui financier et technique aux organisations de consommateurs pour la veille dans le secteur	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	IAB, ATRADIPA, La Voix des Consommateurs, PTF
	Délai	Moyen terme

Source : Documentation de l'atelier multipartite, novembre 2020, Ouidah, Bénin

La huitième recommandation touche le sujet de l'orientation de la politique de développement, notamment l'absence d'un programme politique spécifique à la filière avicole béninoise (voir tab. 26).

Tableau 26 : Recommandation 8 : Orientation politique de développement

Le secteur avicole a besoin d'un programme spécifique coordonné pour l'aviculture. Cela est nécessaire pour faciliter la synergie d'actions entre les acteurs pour des résultats probants que ne puissent donner des actions ou interventions isolées et noyées dans d'autres programmes plutôt sectoriels. A cet effet, nous recommandons de :

1	Elaborer un Programme de développement de la filière avicole (œufs de consommation et viande de volaille)	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	MAEP, MPD, IAB, PTF
	Délai	Moyen terme
Source : Documentation de l'atelier multipartite, novembre 2020, Ouidah, Bénin		

Enfin, la neuvième recommandation aborde le sujet de réglementation et contrôles pour appuyer les bonnes pratiques en termes de production et hygiène (voir tab. 27). Selon les auteur.rice.s de la présente étude, on pourrait y ajouter aussi des aspects de l'élevage respectueuse de l'environnement, du climat et du bien-être animal.

Tableau 27 : Recommandation 9 : Réglementation/Contrôle

Les réglementations et le contrôle sont utiles pour encadrer la filière, promouvoir les bonnes pratiques et garantir la sécurité sanitaire des aliments au profit des consommateurs. Pour cela, nous recommandons de :

1	Elaborer une réglementation relative aux couvoirs en aviculture traditionnelle	
	Priorisation	2
	Responsable (s)	DE/MAEP, IAB
	Délai	Moyen terme
2	Elaborer un texte réglementaire pour instaurer le contrôle physico-chimique et microbiologique des produits carnés (par ex. viande de poulets) avant la mise sur le marché	
	Priorisation	2
	Responsable (s)	DE/MAEP, LCSSA, IAB, ATRADIPA,
	Délai	Moyen terme
3	Assurer le contrôle de qualité et le respect des normes sur les couvoirs et fermes de production des reproducteurs	
	Priorisation	1
	Responsable (s)	DE, IAB, UNAP-B, ANAB
	Délai	Court terme

Source : Documentation de l'atelier multipartite, novembre 2020, Ouidah, Bénin

8.2 Options d'action

Les auteur.rice.s du présent rapport d'étude considèrent les recommandations de l'atelier final (voir chap. 8.1) comme une occasion d'indiquer aux décideur.euse.s politiques quelques options d'action possibles. Celles-ci contiennent cinq scénarii différents avec leurs conséquences sur la demande et doivent être comprises comme une base pour prendre des décisions conséquentes. Elles peuvent guider et donc aider les décideur.euse.s politiques à formuler des stratégies cohérentes et à mettre en œuvre les recommandations. La décision finale doit néanmoins être prise par le gouvernement béninois, à priori de commun accord avec les acteurs de la filière avicole béninoise.

Les scénarii reposent sur les suppositions suivantes :

Premièrement, il est supposé que les instruments politiques existants puissent être utilisés pour élaborer et adopter une politique de protection du marché local (recommandation 4.4, voir tab. 22).

Deuxièmement, il est supposé que la production nationale puisse augmenter facilement s'il y'a une demande du marché. Les auteur.rice.s du présent rapport estiment qu'une augmentation de la production nationale pourra se réaliser non pas à court mais du moyen à long terme. Ainsi, les scénarii devraient être compris comme des effets qui se réaliseront à moyen et à long terme.

Suite à ces clarifications, cette section fournit des scénarii de marché qui, sur la base de l'expérience de choix (voir chap. 3.3.4.3), calculent les parts de marché pour des conditions de marché changeantes en ce qui concerne le prix du marché des produits étudiés. Les calculs ont été faits sur la base des décisions des 302 consommateur.rice.s qui ont répondu à l'expérience de choix. Les auteur.rice.s soulignent ici que ces parts de marché des différents scénarii montrent des tendances du sens et de la magnitude de variation et ne doivent pas être compris comme des données précises et prévisibles. Les modèles économiques ne peuvent que réduire la réalité et la représenter dans des conditions expérimentales. De ce fait, les parts de marché calculées dans tous les scénarii supposent que le produit traditionnel est commercialisé sous forme de poulet vivant, le produit moderne sous forme de poulet complet et le produit importé en morceaux. En outre, ce modèle ne prend en compte que le prix, l'origine et la forme des produits, mais ignore d'autres critères d'achat importants (voir chap. 6.2.1).

Jusqu'à ce jour, les efforts pour renforcer la filière avicole sont surtout concentrés sur une augmentation de la productivité et de la production intérieure. Néanmoins, les résultats indiquent que comme il s'agit d'une concurrence déloyale

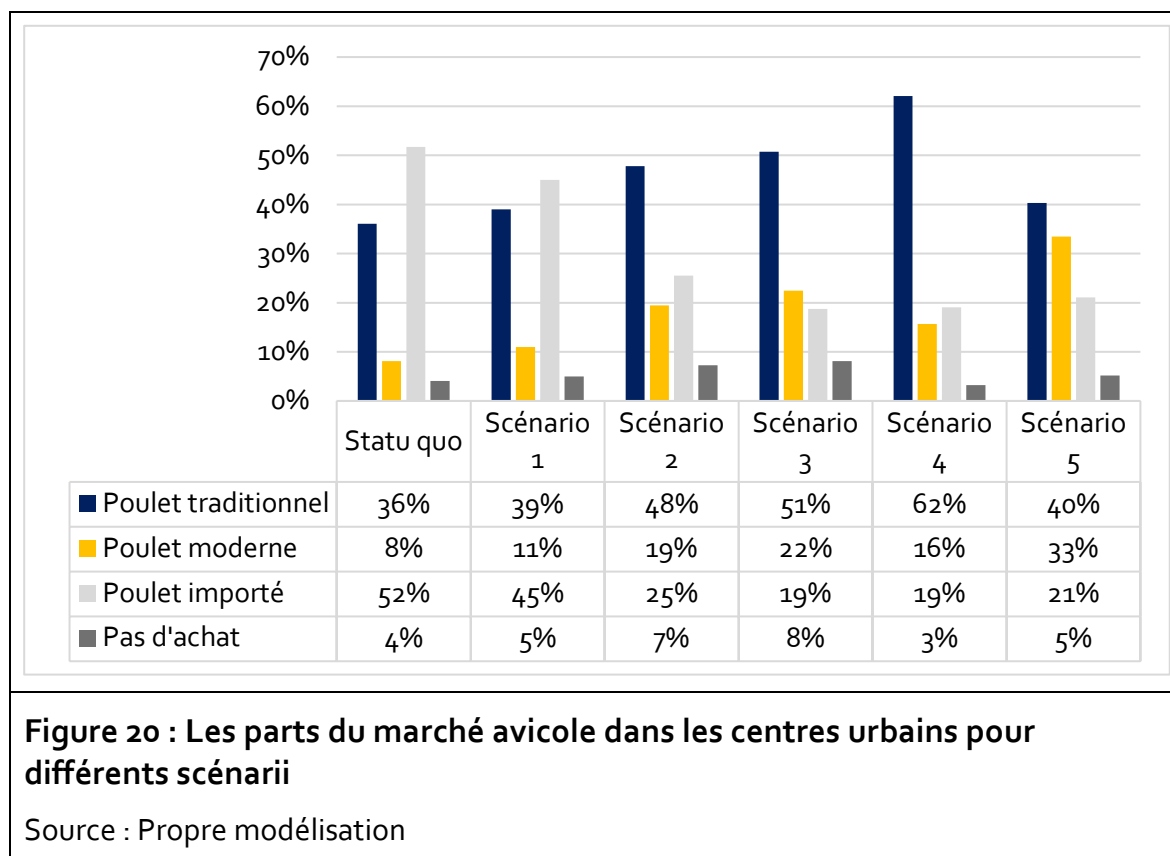
qui freine le développement, un renforcement de la filière avicole béninoise ne pourra s'achever si une réduction progressive des importations n'accompagne pas ces mesures. Selon les différents acteurs, la protection du marché national devrait être une priorité (voir tab. 22). Tout instrument de protection du marché local devrait prendre en considération l'importance des recettes des importations pour le budget de l'état. Un instrument qui ne pourra pas compenser les pertes de revenus serait en réalité très difficile à mettre en œuvre. En plus, afin de garantir qu'il n'y aura pas une diminution drastique de l'offre à court terme, un instrument qui n'interdit pas mais qui diminue plutôt les importations serait recommandable. Cela donnera le temps nécessaire à la production nationale de s'adapter et d'augmenter pour pouvoir satisfaire la demande croissante du marché intérieur.

Un instrument qui en même temps réduit une entrée des produits et peut compenser le budget perdu à l'État (dû à moins de taxes sur les importations collectées) est le prélèvement compensatoire (voir tab. 22).

Le tableau 28 donne un aperçu des différences de prix selon les différents scénarii.

Tableau 28 : Différents scénarii du prix de poulet dans les centres urbains (en FCFA/kg)						
CVA	Statu quo	Scénario 1	Scénario 2	Scénario 3	Scénario 4	Scénario 5
Poulet traditionnel	3 300	3 300	3 300	3 300	- 20 % = 2 640	3 300
Poulet moderne	3 000	3 000	3 000	3 000	- 10 % = 2 700	- 500 = 2 500
Poulet importé	1 500	+ 250 = 1 750	+ 1 000 = 2 500	+ 1 500 = 3 000	+ 1 000 = 2 500	2 500
Source : Propre illustration						

La figure 20 permet de comparer d'un coup d'œil les parts de marché pour les produits dans les scénarii respectifs.



Scénario 1

Le Scénario 1 prend en considération la valeur d'un prélèvement comme le suggère la « Stratégie nationale de relance de la filière avicole locale pour la sécurité alimentaire¹⁰ » (à paraître). Cette stratégie propose d'introduire pour la volaille non découpée en morceaux 300 FCFA/kg en plus et pour les morceaux et abats de volailles d'introduire 200 FCFA/kg de plus. Pour raison de simplification, le premier scénario augmente le prix initial (d'environ 1 500 FCFA/kg) de 250 FCFA/kg (pour un prix final de 1 750 FCFA/kg). Avec cette proposition, la demande pour le poulet importée diminuera de 52 % à 45 % de la part du marché au profit de la production nationale, qui augmentera pour atteindre la moitié de la part du marché.

Scénario 2

Le scénario 2 s'inspire du mécanisme de protection que la Côte d'Ivoire vient de mettre en place. A partir du 1^{er} janvier 2020 pour une durée de 10 ans, un prélèvement compensatoire de 1 000 FCFA/kg est appliqué sur toutes viandes de

¹⁰ Cette stratégie n'est pas encore adoptée et publiée. Les auteurs y ont pu avoir accès, mais ne peuvent pas la citer de manière officielle.

poulet importée afin de « permettre d'accroître la production locale » (AIP, 2020). Dans le contexte béninois, une introduction d'un prélèvement de la même hauteur augmentera le prix du poulet importé d'environ 1 500 FCFA à 2 500 FCFA. Les résultats montrent que bien que les prix du marché du poulet traditionnel et moderne restent inchangés dans ce scénario, la part de marché des produits traditionnels augmente de 12 %, et celle des produits modernes à plus de 200 %. La part de marché des produits importés, en revanche, diminue d'une moitié, passant à un quart du marché total. La proportion de consommateurs qui renoncent complètement à la consommation de produits de poulet augmente de 3 %.

Scénario 3

Le Scénario 3 souhaite voir une situation de marché où le prix du poulet importé est le même que le prix du poulet local moderne. Avec 1 500 FCFA supplémentaires (encore 500 FCFA de plus que dans le Scénario 2), le prix du poulet importé doublera à 3 000 FCFA. Par conséquent, la demande de produits nationaux augmentera davantage légèrement, tandis que la demande de produits importés continue de diminuer. Les résultats montrent que le poulet traditionnel garde la moitié de la part du marché (de 49 % à 51 %) et que la part du marché du poulet moderne augmente et passe à 22 %. Logiquement, la part du marché pour le poulet importé, qui est devenu encore plus cher, diminue et passe à 19 %.

Scénario 4

Le Scénario 4 ajoute à une augmentation du prix du poulet importé une diminution des prix des viandes nationales. Il reste alors comparable au Scénario 2 où les produits importés deviennent de 1 000 FCFA plus chers et se vendent donc sur le marché à 2 500 FCFA. Toutefois, en raison des mesures mises en œuvre pour promouvoir la filière avicole béninoise par un fond qui pourra être nourri par les collectes des prélèvements compensatoires, le prix du marché des produits traditionnels est réduit de 20 % et celui des produits modernes de 10 %. Ces chiffres ne sont pas calculés de manière empirique, mais servent d'exemple d'objectifs ambitieux pour la promotion de la filière. Les auteurs supposent que des mesures ciblées permettront de renforcer plus facilement la CVA traditionnelle que la CVA moderne à court et moyen terme. Cela est d'une part dû à la structure organisationnelle des CVA, et d'autre part à la concurrence accrue entre les CVA poulet moderne et poulet importé.

En conséquence, la demande de produits nationaux augmente fortement par rapport au *statu quo*, atteignant globalement 78 % ; le poulet traditionnel dominant

le marché avec une part de 62 % et le poulet moderne doublant sa part et passant à 16 %. Le poulet importé, en revanche, ne représente plus que moins d'un cinquième de la part du marché, et la proportion de personnes renonçant à la consommation de poulet diminue également légèrement. Le scénario permet donc de supposer que ces prix du marché entraînent un remplacement de la demande de nombreux consommateurs urbains de poulet importé par les produits nationaux.

Scénario 5

Le scénario 5 suppose également un prix de marché des produits importés de 2 500 FCFA, mais concentre les mesures de renforcement de la filière sur la CVA moderne. Une mise en œuvre de la recommandation 2 (voir tab. 19), qui demande une stabilisation des prix des intrants, pourra par exemple mener à un prix légèrement réduit. Dans ce scénario, le poulet moderne est donc aussi cher que le poulet importé, tandis que le poulet traditionnel conserve le prix de marché du *statu quo* de 3 300 FCFA. Ces prix du marché influencent la demande de sorte que la part de marché des produits modernes augmente considérablement par rapport aux produits traditionnels dans le troisième scénario.

Conclusion

Au total, les scénarii ont permis de simuler plusieurs mesures politiques différentes. Quelques scénarii sont plus adaptés aux politiques déjà existantes tandis que d'autres sont plus hypothétiques. Dans l'ensemble, les simulations montrent que les effets sur la demande peuvent être considérables selon les différentes mesures.

Néanmoins il est clair qu'une augmentation du prix de la viande importée va réduire sa demande au profit des produits nationaux. À côté des préférences des consommateurs, le soutien à la production moderne ou la production traditionnelle (qui en conséquence va permettre de réduire les prix respectifs) permettra de savoir quelle CVA nationale profitera plus d'une protection du marché locale.

9 Conclusion et perspectives

La présente étude avait pour premier objectif d'approfondir les connaissances sur la filière avicole béninoise et précisément sur trois volets : le cadre politique et institutionnel dans lequel la filière évolue, le côté production (offre) et le côté consommation (demande), afin d'évaluer l'impact des importations occidentales de viande de poulet sur cette filière.

Le deuxième objectif était de mettre ces connaissances d'abord à la disposition des acteurs de la filière afin d'élaborer par la suite de manière participative des recommandations et options d'action visant à renforcer la filière.

Dans ce chapitre, nous présentons les principales conclusions et perspectives tirées de cette recherche.

9.1 Le cadre politique et institutionnel

Au niveau national, les conditions cadres dans lesquelles la filière avicole évolue ne sont pas défavorables. Au contraire, beaucoup d'efforts sont menés par l'État béninois et des partenaires de la coopération internationale pour améliorer les conditions des producteur.rice.s et des consommateur.rice.s de viande de poulet.

Au niveau régional, précisément au niveau de la CEDEAO, des incohérences dans l'application de la loi existante se font sentir. Pendant que le Bénin pratique une politique de libre-échange, le grand voisin Nigeria protège son marché intérieur en empêchant l'importation de certains produits jugés pertinents pour le développement. Le TEC-CEDEAO, qui est de 35 % pour la viande de poulet, est appliqué par le Bénin, mais pas par le Nigeria. Cette différence dans l'application favorise le commerce informel entre les deux pays. La grande majorité de la viande de poulet importée au Bénin est réexportée vers le Nigeria. Tant que l'État béninois et / ou des citoyen.ne.s influent.e.s trouvent leur compte dans ce commerce, il sera difficile de réduire ou même d'arrêter les importations.

Au niveau international, précisément de l'UE, les politiques semblent être en faveur des producteur.rice.s européen.ne.s, notamment à travers des avantages ou subventions pour les aliments ou les habitations de bétail, ce qui réduit le coût de production. Le coût très bas de la viande de poulet importée perturbe les marchés des pays de destination et est perçu par les producteur.rice.s béninois.e.s comme une compétition déloyale.

9.2 Les systèmes de production et CVA

La production traditionnelle, dans laquelle environ 550 000 Béninois.es sont engagé.e.s, travaille avec des races locales ou améliorées et utilise très peu d'intrants. Elle est marquée par un nombre élevé d'intervenant.e.s, surtout entre le maillon production et consommation, ce qui joue sur le prix final. La viande de « poulet bicyclette » est la plus chère des trois CVA mentionnées. Le niveau de structuration des acteurs de la CVA traditionnelle est bas, et les relations entre eux sont majoritairement informelles.

La production moderne de viande de poulet se fait avec des races importées ou améliorées. On ne compte que quelques centaines d'entreprises actives dans cette production. Elle est marquée par la cherté des intrants, surtout des aliments. Le niveau de structuration entre les acteurs de la CVA moderne est élevé par rapport à la CVA traditionnelle. La viande provenant de ce type de production est légèrement moins chère que celle produite de manière traditionnelle, mais reste chère par rapport à la viande importée.

La CVA du poulet importé se termine au Bénin. La valeur ajoutée de la production et d'une partie de la commercialisation et de la transformation reste dans les pays de provenance.

Dû à leur productivité et production actuelles limitées, les deux CVA locales ne peuvent pas répondre aux besoins de la population béninoise – l'une des raisons qui favorise l'importation de viande de poulet depuis l'Occident.

9.3 Le marché, la consommation et la concurrence

Nous trouvons sur le marché béninois des produits de poulet provenant de trois différentes CVA : la viande de poulet issue de la production traditionnelle, la viande de poulet issue de la production moderne et la viande de poulet importée.

Avec 57 %, la viande de poulet importée a une part de marché très importante sur les grands marchés urbains, suivie de la viande de poulet issue de la production traditionnelle (34 %) et celle issue de la production moderne (9 %).

Au Bénin, la demande de viande de poulet est forte et croissante ; elle est la deuxième viande la plus consommée après les bovins. L'écart entre la préférence déclarée, qui se penche beaucoup plus vers la viande localement produite, et la préférence révélée est grande – beaucoup de consommateur.rice.s qui déclarent leur préférence pour le poulet local achètent en réalité la viande importée. Cela indique que les Béninois.e.s aimeraient consommer plus les produits de chez eux, mais qu'il y a des facteurs qui les empêchent d'acheter le poulet localement produit.

Les facteurs les plus importants déterminant le succès de la viande de poulet importée sont le prix bas et la commodité de cette dernière, rendant l'accès plus facile pour des personnes avec un pouvoir d'achat faible, comme par exemple des jeunes. Presque 20 % des consommateurs sont classés dans un groupe nommé « les jeunes pragmatiques ». Ces derniers ont jusqu'à 35 ans (au plus), vivent dans des ménages de moins de quatre membres et ont moins de 100 000 FCFA par mois à leur disposition. La part de marché de viande de poulet importé pour ce groupe est de 73 %.

Un autre groupe nommé « les habitués attentionnés » est constitué de personnes de plus de 35 ans vivants dans des grands ménages avec au moins quatre membres et disposant d'un revenu mensuel de plus 100 000 FCFA par ménage. Ils représentent environ un quart de la population urbaine. Leurs critères d'achat sont très différents de ceux des « jeunes pragmatiques » : Les facteurs goût, santé et fraîcheur de la viande sont les plus importants pour eux, le prix et la commodité jouent un rôle inférieur dans leur décision d'achat. Ils prêtent également plus d'attention aux systèmes de production et à l'absence d'antibiotiques et hormones. La part de marché de viande de poulet importée est de 40 % pour ce groupe, pendant que la part de marché de la viande issue de la production locale traditionnelle est de 47 % et de celle issue de la production moderne de 13 %.

Un troisième groupe de consommateurs se distingue pas par des facteurs socioéconomiques, mais par leur comportement : les « exigeants empêchés » déclarent préférer la viande localement produite, mais tendent lors de l'achat vers la viande importée. Environ 30 % des consommateurs sont classés dans ce groupe. Ils souhaiteraient acheter la viande de poulet produite localement de haute qualité et découpée, mais à un prix abordable.

Le quatrième groupe identifié et qui représente bien plus de la moitié des consommateurs urbains béninois sont des consommateurs qui font particulièrement attention à une alimentation saine. Ils sont souvent bien instruits, âgés, de sexe féminin, ont des revenus élevés et/ou des enfants.

Environ 40 % des consommateurs tiennent à des produits issus d'un système de production spécifique et renoncent plutôt à l'achat des produits issus d'une autre système si leur produit préféré devient plus cher. Les autres 60 % montrent dans cette situation un comportement de substitution. Ce groupe est susceptible d'être réactif aux stratégies de sensibilisation et de marketing.

La concurrence entre la viande de poulet importée et celle issue de la production moderne peut être considérée comme de niveau moyen. Celle entre la viande de poulet importée et celle issue de la production traditionnelle est, malgré petite, existante. Cela veut dire que la viande de poulet importée constitue bel et bien un facteur empêchant la filière avicole béninoise à se développer.

9.4 Quel peut être l'avenir de la filière avicole béninoise ?

Au vu de ces résultats, tout n'est pas perdu pour la filière avicole béninoise. L'État béninois et les partenaires de la coopération s'investissent à grande échelle pour la sortir de l'impasse. Les acteurs sont dynamiques et des recommandations et options d'action concrètes pour renforcer la filière avicole béninoise face aux importations occidentales de viande de poulet laissent entrevoir de bonnes perspectives. Les consommateurs expriment leur préférence pour le poulet béninois. Il suffit de se donner les moyens et réunir les efforts pour faire décoller le poulet béninois, soit en réduisant son prix, soit en augmentant le prix du poulet importé, soit en faisant les deux à la fois. Les moyens de le faire sont connus et disponibles.

Compte tenu de la complexité de la question et des niveaux d'analyse explorés, une dynamique réflexive et de co-innovation avec les acteurs pour soutenir la mise en œuvre des recommandations est souhaitée. Cela garantira l'atteinte des objectifs de façon durable.

10 Bibliographie

AIP (2020). Société des Editeurs de Presse de Côte d'Ivoire. Le prélèvement compensatoire de 1000 FCFA/kg de volaille importée en Cote d'ivoire reconduit pour 10 ans (assemblée nationale). (<https://www.pressecoatedivoire.ci/article/6461-le-prelevement-compensatoire-de-1000-fcfakg-de-volaille-importee-en-cote-divoire-reconduit-pour-10-ans-assemblee-nationale>, accédé le 17/05/2021).

Asante-Addo, C., Weible, D. (2019). "Everybody likes chicken" - a focus group study of consumers in Ghana. Paper prepared for presentation at the 59th annual conference of the GEWISOLA (German Association of Agricultural Economics). "Agriculture and Rural Areas in the Course of Societal Change", September 25th – 27th, 13ff. Braunschweig.

Asante-Addo, C., Weible, D. (2020a). Imported Versus Domestic Chicken Consumption in Ghana: Do Attitudes and Perceptions Matter? *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 1–24. <https://doi.org/10.1080/08974438.2020.1751767>.

Asante-Addo, C., Weible, D. (2020b). Is there hope for domestically produced poultry meat? A choice experiment of consumers in Ghana. *Agribusiness*, 36(2), 281–298. <https://doi.org/10.1002/agr.21626>.

Association de l'Aviculture, de l'Industrie et du Commerce de Volailles dans les Pays de l'Union Européenne (2016). Annual Report (fichier pdf). Extrait de : <https://www.avec-poultry.eu/wp-content/uploads/2018/04/AVEC-2016-BAT.pdf>

Baliyan, Som P., Masuku, Micah B. (2017). Socio-Economic Factors as Determinants of Farm Management Skills Among Broiler Poultry Producers in Botswana. *International Journal of Agricultural Economics*. Vol. 2, No. 2, 2017, pp. 27-34. doi: 10.11648/j.ijae.20170202.11

Bensassi, S., Jarreau, J., Mitaritonna, C. (2016). Determinants of Cross Border Informal Trade: the case of Benin. *International Food Policy Research Institute (IFPRI) (AGRODEP Working Paper 34)*.

Bett, H. K., Peters, K. J., Nwankwo, U. M., Bokelmann, W. (2013). Estimating consumer preferences and willingness to pay for the underutilised indigenous chicken products. *Food Policy*, 41, 218–225. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2013.05.012>.

BM (2020). Country Profile Togo. Groupe de la Banque Mondiale.
(<https://www.worldbank.org/en/country/benin>, accédé le 01/11/2020)

Brandt, K., Benning, R., Reichert, T. (2019). Hähnchenfleisch im Nachhaltigkeits-Check. Germanwatch e.V. Berlin / Bonn.

Brot für die Welt (2017). Das globale Huhn. Die Folgen unserer Lust auf Fleisch. Evangelischer Entwicklungsdienst Evangelisches Werk für Diakonie und Entwicklung e. V. (Hrsg.). Berlin.

CECI (2020). Centre d'étude et de coopération internationale.
(<https://www.ceci.ca/fr/projets/aviculture-et-developpement-durable-en-faveur-des-jeunes>, accédé le 20/11/2020).

Cerri, C. C., Maia, S. M. F., Galdos, M. V., Cerri, C. E. P., Feigl, B. J., Bernoux, M. (2009). Brazilian greenhouse gas emissions: the importance of agriculture and livestock. *Scientia Agricola*, 66(6), 831–843. <https://doi.org/10.1590/s0103-90162009000600017>.

Département Agriculture Environnement & Ressources en Eau de la CEDEAO (DAERE). (2017). Cadre d'orientation stratégique à l'Horizon 2025.

FAO (2005). AQUASTAT Profil de Pays – Benin.
(<http://www.fao.org/3/i9863fr/I9863FR.pdf>, accédé le 26/10/2020).

FAO (2015). Secteur Avicole Bénin. Revues nationales de l'élevage de la division de la production et de la santé. ISBN 978-92-5-208762-5.

FAOSTAT (2020). Benin. Livestock Primary. Indigenous Chicken Meat Production and Benin. Trade. Crops and livestock products. Import Quantity.

Gabler Wirtschaftslexikon (2020). Marktsegmentierung.
(<https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/marktsegmentierung-40268>, accédé le 16/07/2020).

Gerold, A., Aina, M., Hounsounou, V. (2015). Benin. La filière volaille et ses chaînes de valeur ajoutée. SEWOH. Frankfurt am Main.

Golub, S. S., Mbaye, A. A. (2019). Benin's informal trading with Nigeria. En F. Bourguignon, R. Houssa, J. P. Platteau, & P. & Reding, Benin Institutional Diagnostic.

GTZ (2007). ValueLinks Manual - The Methodology of Value Chain Promotion. Eschborn.

HLPE (2020). Food security and nutrition: building a global narrative towards 2030. A report by the High Level Panel of Experts on Food Security and Nutrition of the Committee on World Food Security. Rome.

Hollinger, F., Staatz, J. M. (2015). Trade Policy. Dans F. Hollinger, & J. M. Staatz, *Agricultural Growth in West Africa, Market and Policy Drivers*. Rome: FAO and the African Development Bank.

Ibrahima, F. I. (2019). Production and Consumption of Poultry Meat in Benin. *Turkish JAF Sci.Tech.* 7 (11), 1754-1758. <https://doi.org/10.24925/turjaf.v7i11.1754-1758.2471>.

Kaplan, M., Bettighofer, S., Brüntrup-Seidemann, S., Noltze, M. (2016). *Landwirtschaftliche Wertschöpfungsketten*. Deutsches Evaluierungsinstitut der Entwicklungszusammenarbeit (DEval). Bonn.

Kaplinsky, R., Morris, M. (2001). *A Handbook for Value Chain Research*. Ottawa: IDRC.

Krapohl, S., Van Huut, S. (2020). A missed opportunity for regionalism: the disparate behaviour of African countries in the EPA-negotiations with the EU. *Journal of European Integration*, 45(4), 565-582.

Kulla, D., Dall, K., Grupp, T., Kouago, R., Nice, T., Salloum, M., Schnieders, L. S. (2020). *Et moi, j'y gagne quoi? Perspectives d'intégration des entreprises privées dans le système d'Enseignement et de Formation Techniques Professionnels Agricoles (EFTPA) au Bénin et au Togo*. Berlin.

Mankiw, G. (2010). *Macroeconomics*, 7th Edition. Harvard University, New York : Worth Publisher.

Market Business News (MBN). Willingness to pay - Definition and meaning. (<https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/willingness-pay-definition-meaning>, accédé le 16/07/2020).

Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche (MAEP) (2016). *Étude de la Filière Avicole au Bénin. Géoréférencement et recensement exhaustifs des cheptels avicoles moderne et traditionnel*.

Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche (MAEP) (2017). *Plan Stratégique de Développement du Secteur Agricole (PSDSA) 2025 et Plan National d'Investissements Agricoles et de Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle (PNIASAN) 2017 – 2021*.

142 Bibliographie

Ministère de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche (MAEP) (2018). Plan de Développement Agricole du Pôle 7 (PDAP 7).

OMC- Organisation Mondial du Commerce (1994). Accord du Cycle d'Uruguay. Accord sur la Mise en Oeuvre de l'Article VI de l'Accord Général sur les Tarifs Douaniers et le Commerce de 1994. Partie I: Article 2 Détermination de l'existence d'un dumping.

PNUD - Le Programme des Nations unies pour le développement (2020). Bénin. (<https://www.bj.undp.org/content/benin/fr/home/about-us.html>, accédé le 23/11/2020).

Prudêncio da Silva, V., van der Werf, H. M. G., Soares, S. R., Corson, M. S. (2014). Environmental impacts of French and Brazilian broiler chicken production scenarios: An LCA approach. *Journal of Environmental Management*, 133, 222–231. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2013.12.011>.

Rankl, S. (2013). Mikrogeographische Marktsegmentierung mit Mixture-Modellen. Zugl.: Passau, Univ., Diss., 2013. Springer-Gabler Research. Springer-Gabler.

Rudloff, B., Schmieg, E. (2016). More bones to pick with the EU? Controversial poultry exports to Africa: sustainable trade policy as a task for the G20. SWP Comments 57. German Institute for International and Security Affairs. Berlin.

Sodjinou, E., Henningsen, A., O. Koudande, D., Biaoou, G., Mensah, G. A. (2015). Consumer's preferences for "bicycle poultry" in Benin: Implications for the design of breeding schemes, 389–409. <https://doi.org/10.22004/ag.econ.276805>.

Strauss, A. L., Corbin, J. M. (1990). Grounded theory: Grundlagen qualitativer Sozialforschung. Weinheim, Beltz, Psychologie-Verlag-Union.

Thierbach, C., Petschick, G. (2014). Beobachtung. En BaurN, Blasius J, Handbuch Methoden der empirischen Sozialforschung, Springer.

Thomsen, K.A., Chrysostome, C., & Houndonougbo, F.M. (2005). *Strategies for income generation and marketing within the local context: the case of smallholder poultry production and micro credits in Benin*. [Paper presentation]. Does poultry reduce poverty and assure food security?—a need for rethinking the approaches. Network for Smallholder Poultry Development. Copenhagen, Denmark. <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.571.2068&rep=rep1&type=pdf>

UA-BIRA (2015). The Livestock Development Strategy for Africa 2015-2035. Nairobi, Kenya.

Van Boeckel, T. P., Brower, C., Gilbert, M., Grenfell, B. T., Levin, S. A., Robinson, T. P., Teillant, A., & Laxminarayan, R. (2015). Global trends in antimicrobial use in food animals. *Proc Natl Acad Sci*, 112(18), 5649-54. <https://doi:10.1073/pnas.1503141112>

Woolverton, A. E., Frimpong, S. (2013). Consumer demand for domestic and imported broiler meat in urban ghana: bringing non-price effects into the equation. *British Journal of Marketing Studies* (3), 16–31.

Yin, R. K. (2009). *Case Study Research. Design and Methods*. Sage Publications, Thousand Oaks, 4th ed. 2009, pp. 240.

11 Annexe

Annexe 1 : Aperçu des méthodes utilisées

Question de recherche	Méthodologie	Unité(s) de recherche
Quelles conditions cadres politiques et institutionnelles nationales et internationales sont pertinentes pour la filière avicole béninoise ?	Analyse documentaire Entretiens avec des expert.e.s Analyse de documents	Les politiques et institutions La filière avicole béninoise
Quels sont les différents produits avicoles disponibles sur le marché béninois ?	Observation participative Entretiens qualitatifs semi-structurés	La filière avicole béninoise
Quels sont les acteurs impliqués dans les CVA avicoles et quelle est leur pertinence ?	Analyse documentaire Entretiens avec des expert.e.s	Acteurs le long des chaînes de valeur
Comment les différents systèmes de production de la filière avicole se caractérisent-ils en termes de paramètres d'exploitation ?	Enquête quantitative structurée Entretiens qualitatifs semi-structurés	Les producteur.rice.s
Dans quelle mesure les préférences et les paramètres de qualité des produits avicoles peuvent-ils être attribués à des groupes socio-démographiques homogènes de consommateur.rice.s ?	Analyse documentaire Entretiens avec des expert.e.s Enquêtes quantitatives standardisées Entretiens qualitatifs semi-structurés Expérience de choix	Les consommateur.rice.s
Dans quelle mesure les différents produits avicoles sont-ils en concurrence les uns avec les autres ?	Analyse de l'équilibre partiel Élasticité croisée des prix Expérience de choix	La filière avicole béninoise
Quelles sont les options d'action possibles pour renforcer la filière avicole béninoise ?	Atelier multipartite Analyse des Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM)	Les politiques et institutions La filière avicole béninoise

Annexe 2 : Caractéristiques sociodémographiques des consommateurs.rice.s

Caractéristique		Fréq.	%	% val.	% cum.
Âge	60 ans ou plus	6	2,5	2,5	2,5
	entre 18 et 35 ans	123	51,9	51,9	54,4
	entre 35 et 59 ans	107	45,1	45,1	99,6
	moins de 18 ans	1	0,4	0,4	100,0
Sexe	femme	146	61,6	61,6	61,6
	homme	91	38,4	38,4	100,0
Occupation	sans emploi	6	2,5	2,5	2,5
	indépendant.e	134	56,5	56,5	59,1
	employé.e	76	32,1	32,1	91,1
	élève / étudiant.e	16	6,8	6,8	97,9
	retraité.e	5	2,1	2,1	100,0
Niveau d'études	alphabétisé.e en langue locale	5	2,1	2,1	2,1
	aucun	26	11,0	11,0	13,1
	primaire	27	11,4	11,4	24,6
	secondaire 1 ^{er} cycle	34	14,3	14,4	39,0
	secondaire 2 nd cycle	41	17,3	17,4	56,4
	universitaire	103	43,5	43,6	100,0
Revenu mensuel du ménage (FCFA)	100 000 à 250 000 FCFA	60	25,3	25,3	25,3
	25 000 à 50 000 FCFA	34	14,3	14,3	39,7
	50 000 à 100 000 FCFA	77	32,5	32,5	72,2
	plus de 250 000 FCFA	66	27,8	27,8	100,0
Enfants dans le ménage	Non, il n'y a pas d'enfants dans mon ménage.	66	27,8	27,8	27,8
	Oui, il y a des enfants dans mon ménage.	171	72,2	72,2	100,0

Caractéristique		Fréq.	%	% val.	% cum.
Personnes dans le ménage	1	23	9,7	9,7	9,7
	2	22	9,3	9,3	19,0
	3	37	15,6	15,6	34,6
	4	39	16,5	16,5	51,1
	5	40	16,9	16,9	67,9
	6	36	15,2	15,2	83,1
	7	15	6,3	6,3	89,5
	8	10	4,2	4,2	93,7
	10	9	3,8	3,8	97,5
	11	1	0,4	0,4	97,9
	12	3	1,3	1,3	99,2
	15	1	0,4	0,4	99,6
	20	1	0,4	0,4	100,0
Statut civil	vivant seul.e	60	25,3	25,6	25,6
	vivant en couple	174	73,4	74,4	100,0
Pays d'origine	pas d'origine béninoise	60	25,3	25,3	25,3
	d'origine béninoise	177	74,7	74,7	100,0
Attention à une alimentation saine	Non, pas du tout !	11	4,6	4,6	4,6
	Oui, tout à fait !	146	61,6	61,6	66,2
	Quand cela me convient.	80	33,8	33,8	100
But d'achat	alimentation quotidienne pour mon ménage	222	93,7	93,7	93,7
	occasion spéciale (cérémonie, fête de famille, etc.)	12	5,1	5,1	98,7
	pour le service dans un restaurant ou hôtel	3	1,3	1,3	100,0

Annexe 3 : Liste des participant.e.s à l'atelier final

No.	Nom(s), prénom(s)	Structure
1	ACCROMBESSI, Robin F. J.	La Voix des Consommateurs
2	AHOSSI, Sylvestre	DPP / MAEP
3	AHOTON, Georges	AJAM
4	APLOGAN, Armelle	Société Coopérative KOBERSIDE International
5	AZOMAHOU, Camille	IAB
6	DA SILVA Al-Rachid Serge	ATDA7
7	DEGBEDJI ODOUMBOUROU, Dénise	Direction de la Concurrence / MIC
8	DEGBENOU, Nadège	LCSSA
9	FIOGBE, Célia	ATRADIPA / IAB
10	GANHOUEGNON KANLISSOU, Thérèse	COMUBA
11	GBEGNON, S. Irené	ABSSA
12	HOUNWANOU, S. Richard	DDAEP Littoral
13	KILEYI, David	ANAB
14	MENSAH, Cécile	UNAP-B
15	MORA JEREMIE, Kassim	DE / MAEP
16	OROUNLADJI, Boko Michel	LaRAZE, FSA / UAC
17	SENAHOUN, Jean de Kanty	UFISAB / IAB
18	SODJINOUE, Dr. Epiphane	FA / UP
19	TCHIBOZO, Vital	Le CHRISTAL
20	WABI, Dr. Karamatou	DE / MAEP

Personnes en soutien à l'atelier :

Modérateur principal : TCHEGNON, Philippe

Facilitateur.rice.s : AMOUSSOU, Priscilia
DOGNON, Ambroise
GBEDE, Rémy
GLELE, Inès
JIMMY, Paul
KARIMOU, Sakiratou

Liste des publications du SLE depuis 2011

Toutes les études peuvent être téléchargées à l'adresse suivante

www.sle-berlin.de.

- | | |
|--|--------|
| <p>Dorothea Kulla, Priscilia F. Amoussou, Ambroise Yawédeou Dognon, Tankpinou Rémy Gbèdé, Inès Thècle Glele, Maximilian Graser, Kouété Paul Jimmy, Sakiratou Karimou, Agoussoussi Thierry Kinkpet, Kai A. Klause, Gabriela Maldonado Castro, Esther Minguemadje Marner: <i>L'impact des importations de poulet sur la filière avicole béninoise: Analyse des questions commerciales, des preferences de consommation et des systems de production pour renforcer la competitivite du secteur national</i>. Berlin, 2021</p> | S286 F |
| <p>Dorothea Kulla, Priscilia F. Amoussou, Ambroise Yawédeou Dognon, Tankpinou Rémy Gbèdé, Inès Thècle Glele, Maximilian Graser, Kouété Paul Jimmy, Sakiratou Karimou, Agoussoussi Thierry Kinkpet, Kai A. Klause, Gabriela Maldonado Castro, Esther Minguemadje Marner: <i>The impact of chicken imports on the Beninese poultry industry: Analysis of trade issues, consumer preferences and production systems to strengthening the competitiveness of the national sector</i>. Berlin, 2021</p> | S 286 |
| <p>Nicole Paganini, Hilda Adams, Khutala Bokolo, Nomonde Buthelezi, Johanna Hansmann, Washiela Isaacs, Nomonde Kweza, Alexander Mewes, Hazel Nyaba, Vuyani Qamata, Vincent Reich, Moritz Reigl, Lara Sander, Haidee Swanby: <i>Agency in South Africa's food systems: A food justice perspective of food security in the Cape Flats and St. Helena Bay during the COVID-19 pandemic</i>. Berlin, 2021</p> | S285 |
| <p>Heino Güldemann, Darina Döbler, Carolin Kern, Joost Koks, Christopher Korb, Andrej Sbrisny: <i>Cooperate out of Poverty? Effects of Agricultural Cooperatives on Livelihoods and Food Security in Cambodia</i>. Berlin, 2021</p> | S284 |
| <p>Peter Weinert, Bartholomeow Ayinbila A-obe, Christopher Eichhorn, Nadja Frercksen, Juliane Kaufmann, Sarah Marie Müller, Sergio Rakotozafy Tercero: <i>Bridging the Gap between People and Nature. An Evaluation of GIZ/SADC Support Projects for Strengthening Transfrontier Conservation Area Management in Southern Africa</i>. Berlin, 2020</p> | S283 |

- Camilo Vargas Koch**, Wiebke Beushausen, Mengina Gilli, Simon Schoening, Lukas Schreiner, Jana Zotschew: *Adaptation of rural livelihoods to structural and climatic changes in Western Mongolia. An analysis of potentials of horticultural production and tourism activities as income sources in Khovd and Uvs Province*. Berlin, 2020 S282
- Dorothea Kulla**, Karen Dall, Thomas Grupp, Ronald Kouago, Thomas Nice, Mariam Salloum, Laura Sophie Schnieders: *Et moi, j'y gagne quoi ? Perspectives d'intégration des entreprises privées dans le système d'Enseignement et de Formation Techniques Professionnels Agricoles (EFTPA) au Bénin et au Togo*. Berlin, 2020 S281 F
- Klaus Droppelmann**, Amelie Bohlen, Eva Graf, Zachary Kansiime, Christian Kramer, Didier Munezero, Melany Riquetti, Franziska Ulrich: *What is in it for me? Perspectives on integrating the private sector into ATVET (Agricultural Technical Vocational Education and Training) in Rwanda and Uganda*. Berlin, 2020 S280
- Cosmas Kombat Lambini**, Julia Bayer, Tobias Beyer, Konstantin Engelbrecht, May Hokan, Yannic Kiewitt, Nicolas Mielich, Henrice Stöbesand: *Conflicts, participation and co-management in protected areas – A case study of Lobéké National Park, Cameroon*. Berlin, 2019 S279
- Alexander Kaminski**, Mara Gellner, Dominik Giese, Sharif Jabborov, Mario Lootz, Mary Lundebe, Boniface Nyika, Nicolas Patt, Azin Sadeghi, Muzamba Siachinga: *Opportunities and challenges for small-scale aquaculture in Zambia*. Berlin, 2019 S278
- Martin Schlecht**, Sascha Berndt, Josefine Greber, Jan Marinko, Ukeme Okon Archibong, Anja Schmidt, Carolin Speckhahn, Hanna Weinsheimer: *Scaling up diversity to scale up nutrition – Improving interventions addressing sustainable nutrition behavior in women of reproductive age and infants: Case studies from rural Zambia and Togo*. Berlin, 2019 S277
- Heidi Feldt**, Manuel Marx, Nora Nebelung, Lisa Kirtz, Verena Vad, Johannes von Stamm: *How to bridge the skills gap to promote decent rural (youth) employment – A practitioner's guide*. Berlin, 2018 S276-2

- Severin Halder**, Jessica Agüero, Patrick Dolle, Enrique Fernández, Celia Schmidt, Michelle Yang: *Perspectives of Urban Agriculture in Maputo and Cape Town – Dialog, networks and future scenarios*. Berlin, 2018 S275
- Klaus Droppelmann**, Peggy Günther, Franziska Kamm, Ulrike Rippke, Carolin Voigt, Bartosz Walenda: *Cassava, the 21st century crop for smallholders? Exploring innovations along the livelihood-value chain nexus in Malawi*. Berlin, 2018 S274
- Emil Gevorgyan**, Elena Ammel, Rebekka Goeke, Julia Legelli, Sönke Marahrens, Florian Neubauer, Colleen O'Connor: *Closing the Knowledge Gap between research, policy and practice – Circular knowledge exchange on African indigenous vegetables for improved food and nutrition security in Kenya and Tanzania*. Berlin, 2018 S273
- Camilo Vargas Koch**, Constantin Bittner, Moritz Fichtl, Annika Gottmann, Vanessa Dreier, Wiebke Thomas: *Entwicklungsalternativen in Bergbauregionen Perus – Umweltauswirkungen des Bergbaus und Einkommensalternativen in der Landwirtschaft in Junín und Cajamarca*. Berlin, 2017 S272, 1
- Camilo Vargas Koch**, Constantin Bittner, Moritz Fichtl, Annika Gottmann, Vanessa Dreier, Wiebke Thomas: *Alternativas de desarrollo en las regiones mineras de Perú. Impactos ambientales de la minería e ingresos alternativos en la agricultura en Junín y Cajamarca*. Berlin, 2018 S272, 2
- Susanne Dollmann**, Erik Burtchen, Diana Diekjürgen, Laura Kübke, Rebecca Younan and Sophia-Marie Zimmermann: *Keep the bee in Ethiopia's wheatbelt – Challenges for apiculture integration in the intensified agricultural landscape of Arsi-Zone*. Berlin, 2017 S271
- Rainer Tump**, Johanna Damböck, Patric Hehemann, Victor Kanyangi Ouna, Oscar Koome Mbabu, Lukas Nagel, Manuel Risch, Anne Wanjiru Mwangi, Fanni Zentai: *Land Corruption Risk Mapping – Developing a handbook on how to identify and tackle corruption risks in land governance*. Berlin, 2017 S270, 1
- Rainer Tump**, Johanna Damböck, Patric Hehemann, Victor Kanyangi Ouna, Oscar Koome Mbabu, Lukas Nagel, Manuel Risch, Anne Wanjiru Mwangi, Fanni Zentai: *Handbook on Land Corruption Risk Mapping – How to identify and tackle corruption risks in land governance*. Berlin, 2017 S270, 2

- Michaela Schaller**, Elena Ingrid Barth, Darinka Blies, Felicitas Röhrig, Malte Schümmelfeder: *Scaling out Climate Smart Agriculture. Strategies and guidelines for smallholder farming in Western Kenya*. Berlin, 2017 S269
- Thomas Pfeiffer**, Daniel Baumert, Erik Dolch (Coauthors: Artem Kichigin, Elnura Kochkunova): *Quality falls from Kyrgyz trees! Do consumers know? Research on supporting food safety compliance to facilitate market access for Kyrgyz SMEs and economic opportunities for Jalal-Abad / Kyrgyzstan*. Berlin, 2016 S268
- Thomas Pfeiffer**, David Bexte, Erik Dolch, Milica Sandalj, Edda Treiber, Nico Wilms-Posen: *Measuring gaps and weighing benefits: Analysis of Quality Infrastructure Services along the maize and pineapple value chains in Ghana with a focus on smallholder farmers*. Berlin, 2016 S266
- Bettina Kieck**, Diana Ayeh, Paul Beitzer, Nora Gerdes, Philip Günther, Britta Wiemers: *Inclusion Grows: Developing a manual on disability mainstreaming for the German Development Cooperation, Case study in Namibia*. Berlin, 2016 S265, 1
- Bettina Kieck**, Diana Ayeh, Paul Beitzer, Nora Gerdes, Philip Günther, Britta Wiemers: *Inclusion Grows: Toolkit on disability mainstreaming for the German Development Cooperation*. Berlin, 2016 S265, 2
- Ekkehard Kürschner**, Daniel Baumert, Christine Plastrotmann, Anna-Katharina Poppe, Kristina Riesinger, Sabrina Ziesemer: *Improving Market Access for Smallholder Rice Producers in the Philippines*. Berlin, 2016 S264
- Abdul Ilal**, Michaela Armando, Jakob Bihlmayer-Waldmann, Xavier Costa, Anita Demuth, Laura Köster, Alda Massinga, Osvaldo Mateus, Mariana Mora, Regina Pöhlmann, Matthias Schmidt, Luciana Zanotto, Clemente Zivale: *Financing Value Chains of perennial fruit crops in Mozambique: Recommendations for future interventions of financial cooperation*. Berlin, 2016 S263
- Erik Engel**, Judith Emmerling, Tim Niepel, Anna Peter, Cristina Simonetti-Techert: *How much would you pay? Adapting Fee-Based Agricultural Advisory Services to Mountainous Regions in Tajikistan*. Berlin, 2015 S262

- Richard Preissler**, Julia Davidson Nieto, Anique Hillbrand, Miriam Holländer, Martin Ihm: *Factores determinantes para el manejo sostenible del suelo en el ámbito de pequeños productores en Paraguay – Los ejemplos de agricultura de conservación y agroforestería*. Berlin, 2015 S261
- Richard Preissler**, Julia Davidson Nieto, Anique Hillbrand, Miriam Holländer, Martin Ihm: [Determinanten nachhaltiger Landbewirtschaftung im kleinbäuerlichen Kontext Paraguays die Beispiele Konservierende Landwirtschaft und Agroforstwirtschaft](#). Berlin, 2015 S261
- Emil Gevorgyan**, Paul Cronjaeger, Malin Elsen, Luca Gefäller: *Connecting Inno-vators, Making Pro-Poor Solutions Work – The Innovation System of African Leafy Vegetables in Kenya*. Berlin, 2015 S260
- Alfons Üllenberg**, Christoph Buchberger, Kathrin Meindl, Laura Rupp, Maxi Springsguth, Benjamin Straube: *Evaluating Cross-Border Natural Resource Management Projects – Community-Based Tourism Development and Fire Management in Conservation Areas of the SADC Region*. Berlin, 2015 S259
- Erik Engel**, Sohal Behmanesh, Timothy Johnston: *Inclusion financière et surendettement – Une étude à Kinshasa, République démocratique du Congo*. Berlin, 2014 S258
- Erik Engel**, Sohal Behmanesh, Timothy Johnston: [Financial inclusion and over-indebtedness – The situation in Kinshasa, Democratic Republic of Congo](#). Berlin, 2014 S258
- Anja Kühn**, Daniel Böhme, Bianca Kummer, Neomi Lorentz, Jonas Schüring, Klemens Thaler: *Promotion de la société civile et résilience en Haïti – La contribution de la société civile à l'augmentation de la résilience dans des conditions de fragilité étatique*. Berlin, 2013 S257
- Gregor Maaß**, Katharina Montens, Daniel Hurtado Cano, Alejandra Molina Osorio, Mario Pilz, Judith Stegemann, Juan Guillermo Vieira: *Entre reparación y transformación – Estrategias productivas en el marco de la reparación integral a las víctimas del conflicto armado en el Oriente de Caldas, Colombia*. Berlin, 2013 S256

- Wolfram Lange**, Leandro Cavalcante, Lea Dünöw, Rodrigo Medeiros, Christian Pirzer, Anja Schelchen, Yara Valverde Pagani: *HumaNatureza² = Proteção Mútua – Percepção de riscos e adaptação à mudança climática baseada nos ecossistemas na Mata Atlântica, Brasil*. Berlin, 2013 S255
- Jeremy Fergusson, Ekkehard Kürschner**, David Bühlmeier, Niklas Cramer, Alexes Flevotomas, Abdurasul Kayumov, Margitta Minah, Anna Niesing, Daniela Richter: *What has remained? – An ex post Evaluation of Watershed Management in the Mekong Region*. Berlin, 2013 S254
- Ilse Hoffmann**, Lloyd Blum, Lena Kern, Enno Mewes, Richard Oelmann: *Achieving Food Security in a Post Conflict Context, Recommendations for a Farmer Field School Approach in the Greenbelt of South Sudan*. Berlin 2012 S253
- Erik Engel**, Eva Becker, Bastian Domke, Linda Engel, Frank Erkenbrecher, Timothy Johnston, Jakob Lutz: *Pour mieux se débruiller? Autonomisation Économique par l'accès aux produits de microfinance en République démocratique de Congo*. Berlin, 2012 S252
- Ekkehard Kürschner**, Joscha Albert, Emil Gevorgyan, Eva Jünemann, Elisabetta Mina, Jonathan Julius Ziebula: *Empowering Youth, Opening up Perspectives – Employment Promotion as a Contribution to Peace Consolidation in South-East*. Berlin, 2012 S251
- Conrad Dorer, Monika Schneider**, Carolin Dittberner, Christian Konrad, Brigitte Reitter, René Rösler, Mattes Tempelmann, Elisabeth Bollrich, Melanie Hernandez-Sanchez: *Participatory Strategic Planning of Solid Waste Management in the Republic of Moldova*. Berlin, 2012 S250
- André Fabian, Gabriele Janikowski**, Elisabeth Bollrich, Ariana Fürst, Katharina Hinze, Melanie Hernandez Sanchez, Jens Treffner: *Bridging the Gap – Participatory District Development Planning in the Water Supply and Sanitation Sector of the Republic of Moldova*. Berlin, 2011 S247
- Steffen Weidner**, Nele Bünner, Zara Lee Casillano, Jonas Erhardt, Patrick Frommberg, Franziska Peuser, Eva Ringhof, Renezita Sales-Come: *Towards sustainable land-use – A socio-economic and environmental appraisal of agroforestry systems in the Philippine uplands*. Berlin, 2011 S246

- Christian Berg, Mirco Gaul,** Benjamin Korff, Kathrin Raabe, Johannes Strittmatter, Katharine Tröger, Valeriya Tyumeneva: *Tracing the Impacts of Rural Electrification in West Nile, Uganda – A Framework and Manual for Monitoring and Evaluation*. Berlin, 2011 S245
- Hildegard Schürings,** Nicole Bendsen, Justin Bomda, Malte Landgraff, Peter Lappe, Eva Range, Catharina Weule: *Réduction de la Pauvreté par la Microfinance? Analyse Participative des Clubs d'Epargne et de Crédit au Cameroun*. Berlin, 2011 S244

