

## ETUDE DU MARCHÉ DU LAIT DE CHAMELLE

Dans la zone sud de la région de TAHOUA selon une approche « chaîne de valeurs »



*Version finale*

### Rapporteurs

*Moustafa SOWOU, Economiste*

*Doulla Biga TAHIROU, Agropastoraliste*

Avril 2013

---

## TABLE DE MATIERES

---

TABLE DE MATIERES .....	2
LISTE DES TABLEAUX .....	5
Tableau1 : Répartition de l'offre dans la région de Tahoua .....	5
Tableau2 : Estimation de la demande dans la région de Tahoua .....	5
Tableau3 : Répartition de la demande selon les acteurs .....	5
Tableau4 : Répartition des commerçants-revendeurs suivant les localités .....	5
Tableau5 : Répartition des transformateur-grossistes suivant les localités .....	5
Tableau6 : Répartition des restaurants et hôtels visités suivant les localités .....	5
Tableau7 : les prix pratiqués à l'achat et à la vente suivant les localités .....	5
LISTE DES Graphiques .....	5
Graphique 7 : circuit long à Tahoua.....	5
Graphique 8 : circuit court à Niamey.....	5
Graphique 9 : circuit long à Niamey.....	5
LISTE DES Histogrammes .....	6
LISTE DES CARTES .....	6
LISTE DES photos.....	6
SIGLES ET ABREVIATIONS .....	7
I. INTRODUCTION .....	10
1.1. Contexte et Justification.....	10
1.2. Approche méthodologie.....	11
II. ORGANISATION DE L'ENQUETE SUR LE TERRAIN .....	12
2.1. Objectifs .....	12
2.2. Zones d'intervention .....	12
2.3. Mode de recueil de données et cible.....	13
2.3. Equipe.....	15
III. PRESENTATION DU CADRE DE L'ETUDE .....	15
3.1. Généralités.....	15
3.2. Description de la région.....	15
IV. ANALYSE DE L'OFFRE DU LAIT DE CHAMELLE .....	16
4.1. Environnement du secteur .....	16

4.1.1.	Système d'élevage camelin.....	16
4.1.2.	Production du lait de chamelle au Niger .....	19
4.1.3.	Différents projets Institutions d'appui à la filière .....	20
4.2.	Segmentation de l'offre et zones de production .....	20
4.2.1.	Définition et caractéristiques du produit.....	20
4.2.2.	Zone de production et quantification de l'offre .....	21
4.2.3.	<i>Caractéristiques et Saisonnalité de l'Offre de lait de chamelle</i> .....	24
4.3.	Synthèse sur l'Offre de lait de chamelle dans la région de Tahoua.....	25
V.	ANALYSE DE LA DEMANDE DU LAIT DE CHAMELLE .....	27
5.1.	La consommation du lait de chamelle au Niger .....	27
5.1.1.	Profil des consommateurs.....	28
5.1.1.1.	<i>Caractéristiques sociodémographiques</i> .....	28
5.1.1.2.	<i>Caractéristiques socio professionnelles</i> .....	29
5.1.2.	Déterminants de la consommation.....	30
5.1.2.1.	<i>Le revenu des consommateurs</i> .....	30
5.1.2.2.	<i>Les dépenses en consommation du lait de chamelle(LC)</i> .....	31
5.1.2.3.	<i>Les motifs d'achat du lait de chamelle</i> .....	32
5.1.2.4.	<i>Appréciation de la qualité du lait de chamelle</i> .....	32
5.1.2.5.	<i>Mode de conditionnement</i> .....	33
5.1.2.6.	<i>Appréciation du prix</i> .....	34
5.2.	Segmentation de la demande.....	34
5.2.1.	La demande réelle dans les zones couvertes par l'étude.....	34
5.2.2.	<i>La demande potentielle</i> .....	37
5.2.2.1.	<i>Demande potentielle dans les zones d'enquête</i> .....	37
	Tableau2 : Estimation de la demande dans la région de Tahoua .....	38
	Tableau3 : Répartition de la demande selon les acteurs .....	39
5.2.2.2.	<i>Demande hors zone d'étude</i> .....	40
5.3.	Adéquation entre l'offre et la demande du lait de chamelle .....	40
VI.	CIRCUITS ET FLUX DE COMMERCIALISATION DU LAIT DE CHAMELLE.....	41
6.1.	Les circuits de commercialisation dans les zones de l'étude.....	41

6.2.	Les flux internationaux.....	43
6.3.	Segmentation de la clientèle .....	44
6.4.	Les prix d'achat et de vente du lait de chamelle .....	45
6.5.	La Concurrence et la part du marché du lait de chamelle.....	46
6.5.1.	<i>La concurrence directe</i> .....	46
6.5.2.	<i>La concurrence indirecte</i> .....	47
6.5.3.	<i>La part du marché du lait de chamelle</i> .....	47
VII.	ANALYSE DES PERSPECTIVES DE TRANSPORT POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE .....	48
VIII.	ANALYSE SWOT DE LA FILIERE.....	49
IX.	STRATEGIES DE PROMOTION DE LA FILIERE .....	51
9.1.	Département de Tahoua .....	51
9.2.	Département d'Illéla.....	53
9.3.	Département de Konni .....	54
X.	LE LAIT DE CHAMELLE ET LE MARCHE MONDIAL.....	58
10.1.	La Mauritanie .....	58
10.2.	Le Maroc.....	59
10.3.	Les Emirats Arabes Unies .....	59
10.4.	Les produits dérivés à base du lait de chamelle au Niger et ailleurs.....	59
	CONCLUSION .....	60
	ANNEXE .....	62
	A1 : Liste détaillée des clients .....	63
	A2 : Liste des personnes contactées.....	66

## **LISTE DES TABLEAUX**

---

**Tableau1** : Répartition de l'offre dans la région de Tahoua

**Tableau2** : Estimation de la demande dans la région de Tahoua

**Tableau3** : Répartition de la demande selon les acteurs

**Tableau4** : Répartition des commerçants-revendeurs suivant les localités

**Tableau5** : Répartition des transformateur-grossistes suivant les localités

**Tableau6** : Répartition des restaurants et hôtels visités suivant les localités

**Tableau7** : les prix pratiqués à l'achat et à la vente suivant les localités

**Tableau 8** : Conditions des transporteurs visitées

## **LISTE DES GRAPHIQUES**

---

**Graphique 1** : Site de production autour de Tahoua

**Graphique 2** : Site de production autour de Badaguichiri

**Graphique 3** : Site de production autour d'Illéla

**Graphique 4** : Site de production autour de Konni

**Graphique5** : Structure du marché auprès de l'acteur Habsou et Fils à Niamey

**Graphique 6** : circuit court à Tahoua

**Graphique 7** : circuit long à Tahoua

**Graphique 8** : circuit court à Niamey

**Graphique 9** : circuit long à Niamey

**Graphique10** : Stratégie de promotion de la filière/ Badaguichiri

**Graphique11**: Stratégie de promotion de la filière/ Konni

## **LISTE DES HISTOGRAMMES**

---

**Histogramme1** : Niveau d’instruction des consommateurs

**Histogramme2** : Répartition en fonction de l’ethnie des consommateurs

**Histogramme3** : Répartition en fonction des professions des consommateurs

**Histogramme4** : Répartition en fonction du revenu mensuel des consommateurs

**Histogramme5** : Dépenses mensuelles lait de chamelle des consommateurs

**Histogramme6** : Motif de consommation du LC des consommateurs

**Histogramme7** : Appréciation de la qualité du LC par des consommateurs

**Histogramme8** : Répartition en fonction du mode de conditionnement

**Histogramme9** : Appréciation du prix du LC par les consommateurs

**Histogramme10** : Répartition de la consommation du lait des autres espèces

## **LISTE DES CARTES**

---

**Carte1** : Répartition de l’Offre par département

**Carte2** : Structure de l’offre et la demande dans la ville de Tahoua

**Carte3** : Flux de commercialisation

## **LISTE DES PHOTOS**

---

**Photo 1**: Lait cru de chamelle conditionné à Tahoua

**Photo 2**: Conditionnement du lait de chamelle à Niamey

## SIGLES ET ABBREVIATIONS

---

AIDD	Actions Intégrées pour un Développement Durable
CIRAD	Coopération International pour la Recharge agronomique
CP	Consultant Principal
FAO	Food Agriculture Organisation
FCFA	Franc Communauté Financière d'Afrique
FED	Fond Européen de Développement
LABOCEL	Laboratoire Central de l'Elevage
LC	Lait de Chamelle
LCB	Local Capacity Builder
ONG	Organisation Non Gouvernementale
OP	Offre potentielle
PIB	Produit Intérieur Brute
SFD	Système Financier Décentralisé
SMIG	Salaire Minimum Interprofessionnel Garanti
SNV	Organisation Néerlandaise de Développement
SONITRAV	Société Nigérienne des Transport Voyageur
SWOT	Strengths Weaknesses Opportunities and Threats
UBT	Unité Bétail Tropical

## RESUME EXECUTIF

Cette présente étude du marché du lait de chamelle fait suite à une mission exploratoire de la SNV dans le Nord Tahoua qui a révélé l'existence d'un vrai potentiel en lait de chamelle qui malheureusement n'est pas valorisé. Dans le but de développer cette filière, il y a eu nécessité d'évaluer le marché.

En vue de regrouper les éléments aussi bien de l'offre que de la demande dans les principales zones afin d'analyser le marché, une enquête de vingt (20) jours a été menée dans les départements de Tahoua, Illéla, Konni et dans la ville de Niamey.

Les résultats de l'enquête menée ont confirmé l'existence de ce potentiel dans la région. Si vers le Nord, l'offre mobilisable est de 2 330 litres la saison sèche et de 4 600 litres la saison des pluies, vers le sud, la tendance se renverse avec une offre de 11 638 litres la saison sèche et de 2 305 litres la saison des pluies. Ceci s'explique par le fait que pendant la saison sèche, les troupeaux descendent du Nord vers le Sud en quête de pâturage et de l'eau augmentant du coup le potentiel au sud puis remontent vers le Nord pendant l'hivernage afin de ne pas bloquer l'exploitation agricole. L'offre globale dans la zone d'étude serait donc de **13 968 litres** pendant la saison sèche et de **7205 litres** pendant la saison des pluies. Les grandes zones de production sont entre autres Tahoua, Illéla (Badaguichiri, Zéla, Tajaé, Zouraré), Konni (Malbaza-Nobi, Tsarnaoua-Zango Mozagué, Bazaga ...)

Par ailleurs la demande a été estimée suivant deux approches : celle des consommateurs et celle des commerçants. En retenant toute fois l'approche des consommateurs puisqu'elle est la plus fiable, on a noté que la demande potentielle est de l'ordre de **280 942 Litre/jour**, constante toute l'année parce que la consommation du lait de chamelle n'est pas soumise à une fluctuation saisonnière comme le lait de vache dont la consommation chute pendant l'hivernage.

La valeur marchande du lait de chamelle n'est pas totalement perçue par tous les acteurs ce qui fait que les pesanteurs sociologiques, les normes et traditions cristallisent la valorisation du produit. Ainsi, en termes d'offre réelle, on a noté l'existence de quelques producteurs dont les principaux sont : la ferme de l'espoir à Abalak au Nord, beaucoup de noyaux autour de Tahoua (Union de coopératives AZAWAK à Kalibitan, union de coopératives à Bagga et quelques producteurs à Kalfou, kolomat...). A Tahoua où les relations marchandes sont formelles, l'offre réelle sans le Nord est autour de **250 l/jour**. A Niamey on a noté la présence d'un seul acteur formel ; la structure gérée par Mme Habsou OURO, qui mobilise autour de 115 litres/jour. On a noté également la présence de quelques producteurs périurbains et ruraux qui vendent également à Niamey notamment le groupe d'opérateurs économiques dont Ali MOSSI qui ont des troupeaux de chammelles laitières à Say.

En termes de demande réelle, on a noté qu'il existe à Tahoua treize (13) points de vente du lait de chamelle concentrés dans deux quartiers de la ville (Guébin Zogui et Moboyan Amaré) vendant chacun une quantité moyenne de douze (12) litres par jour. A Niamey on a pu dénombrer cinq (5) points de vente qui sont des alimentations et station d'essence appartenant majoritairement aux Touaregs.

On a constaté qu'en matière d'adéquation entre l'offre et la demande, le déséquilibre est frappant. L'offre fait 5% de la demande pendant la saison sèche, et 3% de la demande pendant l'hivernage.

Sur le marché du lait de chamelle, l'étude a révélé que le prix est pratiquement une donnée connue des consommateurs et des non consommateurs avec une tendance chaque fois à la hausse. Issu de la confrontation entre l'offre et la demande où la demande est rigide à la baisse, il est clair que ce prix soit loin d'être un prix administré. En effet on a constaté qu'il varie généralement de 750F à 850F le litre au niveau des producteurs et de 1000F à 2000F le litre au niveau des consommateurs. Par contre certaines spécificités sont à souligner au niveau des prix pratiqués qui vont dans certains cas, largement au delà de 2 000F le litre.

En matière de concurrence, il nous a semblé opportun de distinguer la concurrence directe de l'indirecte. Cependant l'état actuel de la filière ne permet pas d'envisager une concurrence directe car les acteurs commerçants actifs dans la filière sont en très petit nombre contre une demande très forte. Les importations des produits laitiers à base du lait de chamelle n'existent pas car ces produits aussi sont rares sur le marché mondial. La concurrence directe est caractérisée par le lait de vache qui peut être considéré comme un produit de substitution au lait de chamelle.

En matière de flux de commercialisation, l'étude a révélé qu'en dehors des flux nationaux établis entre les différents pôles à l'intérieur du Niger (Tahoua-Maradi, Tahoua-Niamey, Niamey-Maradi...), il existe bien des flux partant des pôles de production du Niger (Abalak, Tahoua, Niamey) pour des pays étrangers (Burkina-Faso, Bénin, Algérie, Nigéria).

Parmi les grands enjeux du développement de la filière il ya le transport ; trois sur six (3/6) compagnies de transport interurbains sont prêtes à accompagner le projet. En faisant de Tahoua le point de départ principal, leur prestation engendrera en termes de coût entre 100 et 150F/litre de lait transporté. Néanmoins d'autres pistes pourront être explorées ; par exemple négocier avec les industriels propriétaires des grands camions frigorifiques sur l'axe principal Tahoua-Niamey afin qu'ils puissent prendre le lait de chamelle après avoir déchargé leurs produits laitiers.

Pour développer cette filière il y a forcément nécessité de plus sensibiliser et structurer les producteurs et pousser quelques uns vers la production intensive ; créer des conditions de collecte et de stockage dans les grandes zones de production ; moderniser la filière en professionnalisant tous les acteurs de l'amont à l'aval ; identifier les acteurs privés potentiels susceptibles d'absorber l'offre, la canaliser afin de ponctionner la demande. A Tahoua on peut appuyer un acteur privé principal et d'autres petits acteurs (Exemple de petits acteurs : revendeur individuel Mme Goma MODIBO, Mr Mohamed BILAL...) afin de faire vivre les petits producteurs. A Konni, vu la proximité du marché Nigérian et des demandes du secteur Hôtelier il sera bien d'appuyer deux acteurs de taille moyenne les accompagner sur un sentier de croissance modérée pour que les petits producteurs ne soient pas écrasés. A Niamey, l'acteur idéal autour du quel on peut structurer la filière est l'entreprise « Habsou et Fils » ; déjà actif dans la filière, cette structure peut servir de levier pour regrouper les petits et grands producteurs autour de Niamey et développer le marché.

Aussi, faudra-il pour tous ces acteurs existants ou potentiels, mener des études sur la rentabilité de leur activité afin de bien orienter les appuis.

# I. INTRODUCTION

## 1.1. Contexte et Justification

Au Niger, le secteur rural en général et l'élevage en particulier occupe une grande partie de la population ; il représente un capital estimé à près de 2 000 milliards de F CFA en 2008. Il contribue pour 13% au PIB du pays et pour 40% au PIB agricole et intervient pour 25% dans le budget des collectivités territoriales<sup>1</sup>.

Si le pays possède un cheptel camelin assez important (1 565 420 de dromadaires soit environ 14% du cheptel national), la production laitière des chamelles, quant à elle, n'est pas suffisamment valorisée alors que le lait joue un rôle de premier plan pour la population nigérienne qui est dans sa majorité pastorale. On a souvent coutume de dire que là où l'agriculture n'est pas possible, seul l'élevage est en mesure de transformer les ressources végétales disponibles en produits animaux utilisables par l'homme. En effet dans les zones arides, semi arides et sahéliennes, des espèces animales comme le camelin se montrent particulièrement bien adaptées à ces écosystèmes difficiles d'où il tire cependant l'essentiel de sa subsistance et dont une partie est transformée en lait, aliment le plus consommé au monde.

D'après les estimations de la FAO en 2003, la production annuelle du lait de chamelle du Niger était de 10 800 tonnes, loin devant l'Algérie (8 000 tonnes), le Maroc (3 900 tonnes) et la Tunisie (1 000 tonnes). Dans un rapport du Ministère de l'Elevage et des Industries Animales, le potentiel de la production laitière cameline était estimé en 2008 à 87 587 tonnes<sup>2</sup>. Malgré ce potentiel très important, la filière semble du moins la plus négligée et ce potentiel est insuffisamment exploité. La valorisation du lait de chamelle pourra servir de levier pour la lutte contre la pauvreté et la sécurisation des revenus des pasteurs et agropasteurs camelins.

C'est dans ce contexte que la SNV, acteur clé dans la promotion des filières agropastorales au Niger, a engagé une étude exploratoire sur le lait de chamelle dont les résultats ont confirmé l'existence d'un potentiel réel dans la région de Tahoua et de sa disponibilité. La SNV dans le souci de cerner tous les paramètres du marché afin d'engager des actions innovantes en vue de la promotion de la commercialisation de ce lait a senti la nécessité de commanditer une étude de marché qui devra permettre de développer un projet de valorisation à grande échelle du lait de chamelle et la promotion de sa commercialisation. Elle entend impulser une dynamique nouvelle dans la valorisation de la filière du lait de chamelle en descendant des zones du Nord de Tahoua qui concentrent plus de 80% du potentiel vers les zones Sud de la Région de Tahoua, dans une aire qui s'étendrait sur les Communes de Tahoua, Badaguichiri, Illéla, Tajaé, Malbaza, Doguérawa, Tsernaoua et Konni. Ces Communes ont été choisies à la fois pour leur accessibilité en toute saison, leur localisation le long des axes principaux de Tahoua-Konni-Maradi et Konni-Sokoto (Nigéria) et la présence d'importants noyaux d'éleveurs sédentaires et transhumants (7 à 8 mois) gravitant autour de ces centres potentiels de commercialisation et de consommations de lait de chamelle

---

<sup>1</sup> Revue du secteur de l'élevage au Niger, FAO 2011

<sup>2</sup> Zakazy RHISSA, Elevage au Niger, FAO/SFW, Février 2010

## **1.2. Approche méthodologie**

Cette étude de marché a suivi une démarche méthodologique axée sur trois phases principales ; une phase préparatoire, une phase de collecte de données et une phase d'analyse des données et élaboration du rapport d'étude de marché.

- Phase préparatoire

Lors de cette phase, l'ONG AIDD a procédé à la mise en place de l'équipe de consultants préalablement identifiés. Des rencontres d'échanges et de travail ont eu lieu au siège de l'AIDD avec pour objectif de permettre à toute l'équipe d'avoir le même niveau d'information, de cerner les produits attendus de l'étude et de concevoir des outils de collecte de donnée (questionnaires, guide d'entretien...). De même, à cette étape, une rencontre de cadrage a eu lieu dans les locaux du commanditaire(SNV) en présence du conseiller en charge du projet, le responsable du département Agriculture et l'ONG AIDD représentée par son président et le consultant principal.

- Phase de collecte des données

- Recherches documentaires et bibliographiques sur la production et la commercialisation du lait de chamelle au Niger à travers la consultation de la littérature existante.
- Enquête sur le terrain : Cette phase est la plus déterminante dans la collecte des données. Les zones concernées par l'enquête sont des communes aussi bien rurales qu'urbaines situées entre Tahoua et Konni. En plus, une partie de cette enquête s'est déroulée à Niamey qui a été considéré comme un grand pôle de consommation. L'enquête a duré au total vingt (20) jours.

- Phase d'analyse des données et rédaction du rapport d'étude de marché

Au cours de cette étape, les questionnaires administrés et les notes prises ont été dépouillés et les informations et données recueillies exploitées conformément aux objectifs de l'étude.

## **II. ORGANISATION DE L'ENQUETE SUR LE TERRAIN**

### **2.1. Objectifs**

Cette enquête sur le terrain avait pour objectif de collecter des données afin d'analyser le marché du lait de chamelle à travers l'offre et la demande. Plus spécifiquement, ces données devront permettre de :

- Identifier les principaux acteurs de l'offre de lait de chamelle (producteurs) et déterminer la carte géographique de l'offre suivant les zones avec les quantités offertes y compris les modalités pratiques
- Identifier les acteurs de la demande (clients grossistes, revendeurs, détaillants, consommateurs et leur caractéristiques sociodémographiques...)
- Analyser les flux commerciaux exercés sur le lait de chamelle
- Déterminer la taille de la demande et les prix pratiqués à tous les niveaux
- Analyser la concurrence et la part de marché du lait de chamelle
- Analyser les goulets d'étranglement et les enjeux de transport de l'offre à la demande
- Proposer des stratégies pour booster la commercialisation du lait de chamelle.

### **2.2. Zones d'intervention**

L'enquête a été réalisée dans neuf (9) Communes urbaines et rurales des Départements de Tahoua, Illéla Malbaza et Konni, communes situées et/ou proches de la desserte principale Tahoua-Konni. Cette étude a également concerné la ville de Niamey dans son aspect demande en lait de chamelle. Les principales communes sillonnées dans les différents départements sont :

- Département de Tahoua : la commune I et II de la ville de Tahoua et quelques villages situés tout autour de Tahoua ;
- Le département d'Illéla : la commune rurale de Badaguichiri, la commune urbaine d'Illéla, la commune rurale de Tajae
- Le département de Malbaza : la commune de Malbaza, le village de Nobi, la commune de Doguérawa
- Le département de Konni : la commune rurale de Tsernawa et des villages tout autour de Tsernawa, la commune urbaine de Konni
- Niamey

### **2.3. Mode de recueil de données et cible**

Dans la phase préparatoire de l'étude, des questionnaires ont été préparés en fonction des différents acteurs et des produits attendus de l'étude. Comme la démarche classique le prévoit, tout questionnaire doit être testé sur la population cible avant d'être administré. Une fois sur le terrain, l'équipe a pré testé les questionnaires et s'est rendue compte que l'état embryonnaire de la filière ne favorisera pas l'utilisation exclusive de questionnaires comme outil de collecte de données auprès de tous les acteurs. Ainsi il a été décidé d'administrer des questionnaires aux consommateurs et collecter les informations auprès des autres acteurs par des guides d'entretien. En dehors de ces questionnaires, les techniques majeures utilisées pour collecter les données ont été des observations participantes sans oublier des entretiens semi directifs. Des interviews ouverts ont été privilégiés pour les acteurs qui sont en nombre restreint (ex: grossistes, transformateurs...).

#### ➤ Echantillonnage

Au niveau de l'échantillonnage, le problème rencontré est que l'état actuel de la filière n'a pas permis une délimitation facile des acteurs suivant les différents maillons afin d'identifier la population cible et échantillonner. C'est ce qui fait que les chiffres avancés du point de vue d'acteurs enquêtés paraissent étiques quant à l'importance spatiale de la zone d'étude. Dans chaque sous-zone l'équipe a toujours essayé d'identifier deux catégories d'acteurs au niveau de chaque maillon : acteur réellement actif dans la filière et acteur potentiel.

- *Au niveau des producteurs* le problème ne s'est pas posé parce que la plus part appartiennent aux coopératives et l'approche verticale nous a permis de descendre des responsables vers les acteurs de base. En dehors de ces coopératives, groupements et autres des producteurs individuels ont été ciblés puis visités à Tahoua.
- *Au niveau des commerçants*, des études et enquêtes antérieures menées par la SNV et son partenaire à Tahoua ont permis d'avoir une idée de ceux qui vendent effectivement le lait de chamelle dans la ville. L'équipe a identifié au total neuf (9) localisés dans deux quartiers et ces neuf commerçants ont été systématiquement enquêtés. Etant donné que la population totale est petite on n'a pas jugé opportun de tailler un échantillon. Après ces neuf points de vente réels, l'équipe s'est entretenue avec le Directeur régional du commerce de Tahoua pour avoir une idée du nombre de commerçants de produits laitiers afin de connaître la population de commerçants potentiels de lait de chamelle. Etant donné que les statistiques n'existent pas, l'équipe a procédé à un sondage aléatoire en choisissant un certain nombre de quartiers et dans ces quartiers un certain nombre de grands axes. Le critère de choix de ces acteurs potentiels est qu'il doit être vendeur de produits laitiers et avoir au moins trois (3) frigos.

A Badaguichiri, par exemple étant donné qu'aucun commerçant ne vende le lait de chamelle, l'équipe a procédé à un recensement systématique de tous les points de vente de produits laitiers et en a trouvé au total quatre-vingt treize (93) et l'échantillon choisi représente 33% de cette population totale (93). Le critère de choix à ce niveau

également est que le commerçant de produits laitiers doit avoir au moins trois (3) frigos. A Konni, c'était un sondage aléatoire qui a porté sur un certain nombre de points de vente de produits laitiers qui possèdent plus de trois frigos. A Niamey l'enquête a été beaucoup plus difficile parce que les acteurs n'étaient pas ouverts et n'étaient pas disponibles aussi. L'équipe a remonté vers le fournisseur principal avant de redescendre vers les commerçants actifs.

- *Au niveau des consommateurs*, l'équipe a rencontré quelques difficultés notamment dans l'identification des consommateurs réels. Les commerçants du lait de chamelle ne tiennent pas une base de données de leurs clients consommateurs. L'équipe s'est organisée à cet effet et a pu toucher ceux qui étaient disponibles en se plaçant à ces points de vente à des heures de pointe allant jusqu'à 23 heures.

#### ➤ Résultats

L'enquête a permis de toucher le nombre d'acteurs suivant :

- **Producteurs** : des focus groupes de 12 à 15 personnes ont été constitués principalement dans les communes de Badaguichiri, Illéla (Zéla), Tajae, Malbaza (Nobi), Tsernawa (Zango Mouzagué). A Tahoua, sept (7) producteurs ont été rencontrés et trois (03) à Konni.
- **Commerçants<sup>3</sup>** : Ils constituent des acteurs très importants dans la chaîne ; lors de l'enquête, au total 85 commerçants ont été rencontrés avec 39% à Tahoua suivi de Konni (19%), Badaguichiri (14%) et Niamey (28%). Ces commerçants ciblés sont ceux qui distribuent ou revendent les produits laitiers.
- **Consommateurs** : Ils sont une quarantaine, ces consommateurs de lait en général identifiés puis interrogés avec 45% à Tahoua, 15% à Niamey, 13% à Konni et le reste dans les autres communes.
- **Compagnies de transport** : elles sont au total six (6) qui ont été interrogées lors de l'enquête.
- **Les acteurs institutionnels** : Au total (5) Maires ont été rencontrés dans les communes de Badaguichiri, Illéla, Tajae, Tsernawa et Konni ; la direction régionale de l'élevage à Tahoua (2 agents : le directeur général adjoint, le responsable production animale et le Directeur régional du LABOCEL ), la direction départementale de l'élevage Tahoua (1 agent : le directeur départemental), la direction communale de l'élevage (2 agents) la direction régionale du commerce (1 agent : le directeur régional), un para vétérinaire (Badaguichiri), un technicien d'élevage (Malbaza), l'agent communal de l'élevage à Tsernawa...

---

<sup>3</sup> Les commerçants ici sont les transformateurs, les grossistes, les revendeurs, bref tous ceux qui connectent les producteurs aux consommateurs.

### **2.3. Equipe**

Pour mener cette enquête, l'équipe de consultants mobilisés est composée de cinq (05) personnes :

- Un agropastoraliste ; consultant associé
- Un socio-économiste ; enquêteur
- Un économiste-financier ; consultant principal
- Un docteur vétérinaire ; enquêteur
- Un sociologue ; enquêteur

## **III. PRESENTATION DU CADRE DE L'ETUDE**

### **3.1. Généralités**

L'économie de la région de Tahoua est basée principalement sur l'agriculture qui concerne plus de 90 % de la population, alors que l'élevage représente l'activité dominante dans la zone Nord. Il contribue dans tous les cas à assurer la sécurité alimentaire de nombreux ménages.

Selon le rapport annuel de 2012 de la Direction régionale de Tahoua, les effectifs du cheptel de la région se chiffrent à 1.900 819 bovins, 2161201 ovins, 2.436 873 caprins, 564 566 camelins, 28.644 équins et 421845 asins, soit un total de 3 014 499 UBT<sup>4</sup>. Malgré ce potentiel numériquement important, la productivité est fortement limitée en raison d'un mode d'élevage toujours contemplatif et de la pratique de la conduite extensive du bétail. Les faibles disponibilités alimentaires et leurs dépendances vis-à-vis des aléas climatiques représentent la contrainte majeure à toute intensification de production et rendent ce système de production instable et fragile.

### **3.2. Description de la région**

Selon les résultats du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGP/H) de 2001, la population de la région de Tahoua est estimée à 1.972.729 habitants soit 17,84% de la population totale du pays et de 2 741 922 habitants en 2011 selon les estimations de l'INS. Cette population est très inégalement répartie avec des densités variant de 1 hbt/Km<sup>2</sup> à Tchintabaraden à 75 hbt/Km<sup>2</sup> à Birnin N' Konni. Les principaux groupes socio- ethniques présents dans la région sont par ordre d'importance : les Haoussa (78,2%), les Touaregs (17,5%), les Peuls (2,5%), les Djermas (0,8%), les Arabes (0,7%) et les Kanouri (0,2%), (Source : Institut National de la Statistique, RGP/H2001).

---

<sup>4</sup> Taux de conversion utilisés :

1 Bovin = 0,8 UBT

1 Ovin = 0,10 UBT

1 Caprin = 0,10 UBT

1 Camelin = 1,0 UBT

1 Equin = 1,0 UBT

1 Asin = 0,50 UBT

Le climat qui est de type sahélien dans la zone sud comprise entre les isohyètes 250 et 600 mm est caractérisé par deux saisons distinctes :

- Une saison sèche qui se décompose en saison sèche froide d'octobre à février et en saison sèche chaude de mai à juin.
- Une saison de pluies d'environ trois à quatre (4) mois avec un régime pluviométrique variable dans l'espace et dans le temps

Les ressources en eau sont constituées par des eaux de surface : mares temporaires, mares permanentes, barrages d'épandage, barrages collinaires, dépressions naturelles (sources) et des eaux souterraines exploitées par des puisards, des puits cimentés, et des forages profonds destinés à assurer également l'alimentation en eau du cheptel

La végétation va de la steppe en passant par des formations contrastées ou arbustives clairsemées dans les parties septentrionales à types plus diffus et arborés dans le sud. Elle peut varier en densité et en hauteur en fonction des changements de sols ou des microclimats notamment au niveau des zones humides où elle est plus haute et plus touffue.

La végétation herbacée des parcours est composée de graminées vivaces et annuelles. Les zones dépressionnaires telles que les *maggia*, offrent de larges possibilités d'intensification des productions animales grâce à la pratique de la culture des légumineuses fourragères telles que la dolique et le haricot fourrager.

La végétation ligneuse est formée d'essences diverses, dont les plus fréquentes sont : *Acacia albida*, *Acacia radiana*, *Acacia nilotica*, *Acacia Seyal*, *Acacia senegal*, *Balanites aegyptiaca*, *Zizifusmauritanica*, *Bauhinia rufescens*, *Maeuriacrassifolia*, *Guierasenegalensis*, *Azydiractaindica*, etc.... Cette végétation contribue pour l'essentiel à l'alimentation de base du dromadaire. L'emprise agricole devenue tentaculaire et colonisatrice des parcours et des enclaves pastorales constitue un sérieux obstacle aux activités d'élevage urbain, périurbain et même rural, obligeant les éleveurs installés en périphérie des villes à n'élever que quelques chamelles laitières (3 à 4) qui sont remplacées par d'autres au fur et à mesure de leur tarissement.

## **IV. ANALYSE DE L'OFFRE DU LAIT DE CHAMELLE**

### **4.1. Environnement du secteur**

#### *4.1.1. Système d'élevage camelin*

Les systèmes d'élevage pratiqués sont en général de type extensif qui fait appel aux unités fourragères issues des parcours.

Les élevages de dromadaires sont sédentaires, transhumants ou nomades. Ils sont étroitement liés aux disponibilités fourragères et aux points d'eau. Les différents systèmes sont :

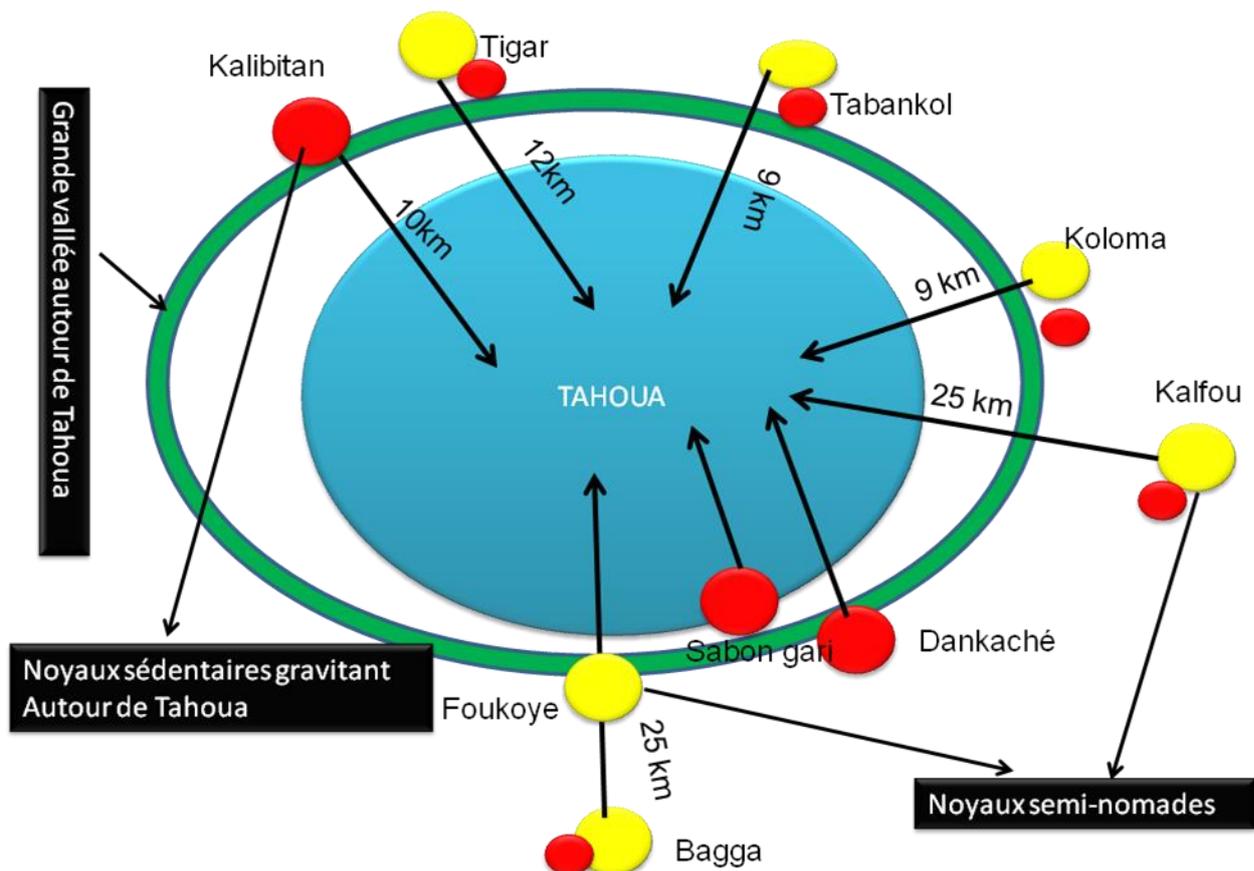
- Le nomadisme pratiqué par les éleveurs Peuhls et Touaregs, est un mode d'élevage exclusivement extensif fondé sur l'exploitation des pâturages naturels de la zone pastorale et des migrations transitoires vers le sud aux plus mauvaises périodes.

- Le système transhumant dans lequel les éleveurs migrent avec tout ou une partie des troupeaux en vue de profiter de meilleures conditions d'affouragement, tandis que quelques chamelles sont laissées à la famille restée au point d'attache pour leur approvisionnement en lait. Les déplacements ne se font au hasard, mais sont basés sur une connaissance du milieu pastoral et agropastoral.
- Le système sédentaire qui a vu l'intégration du dromadaire en zone agricole et dans lequel les animaux sont gardés à proximité des villages, mais laissés en liberté toute la journée à la recherche du fourrage.

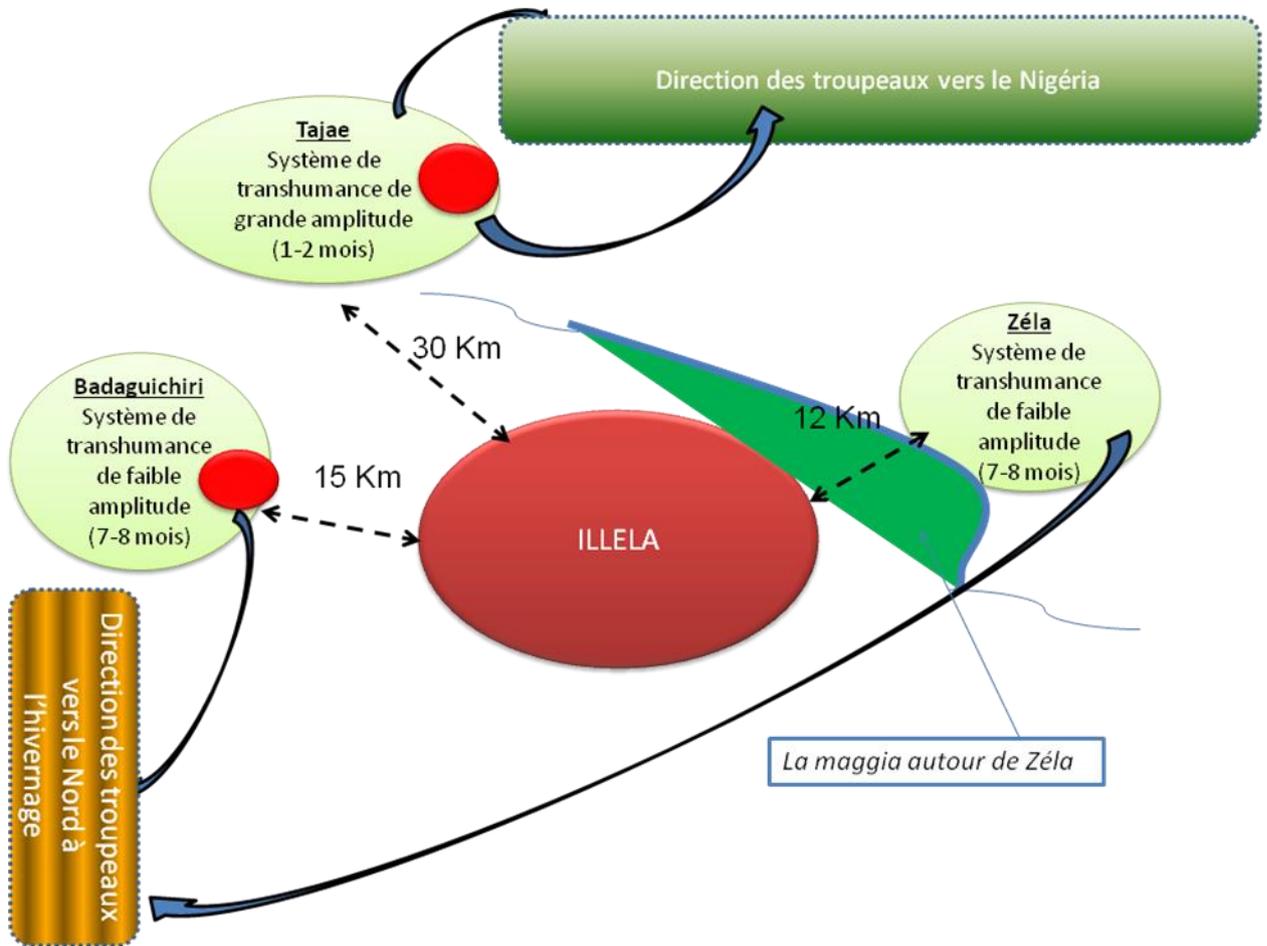
Dans les zones à écosystèmes favorables et à fortes potentialités agricoles telles que les Maggia, le développement de la culture de la dolique et du haricot fourrager constitue un apport important dans l'amélioration de l'alimentation du cheptel de l'exploitation, dont le dromadaire qui y est élevé.

Le dromadaire doit satisfaire les besoins en produits animaux de l'éleveur : il fournit chamelon, lait, viande et travail.

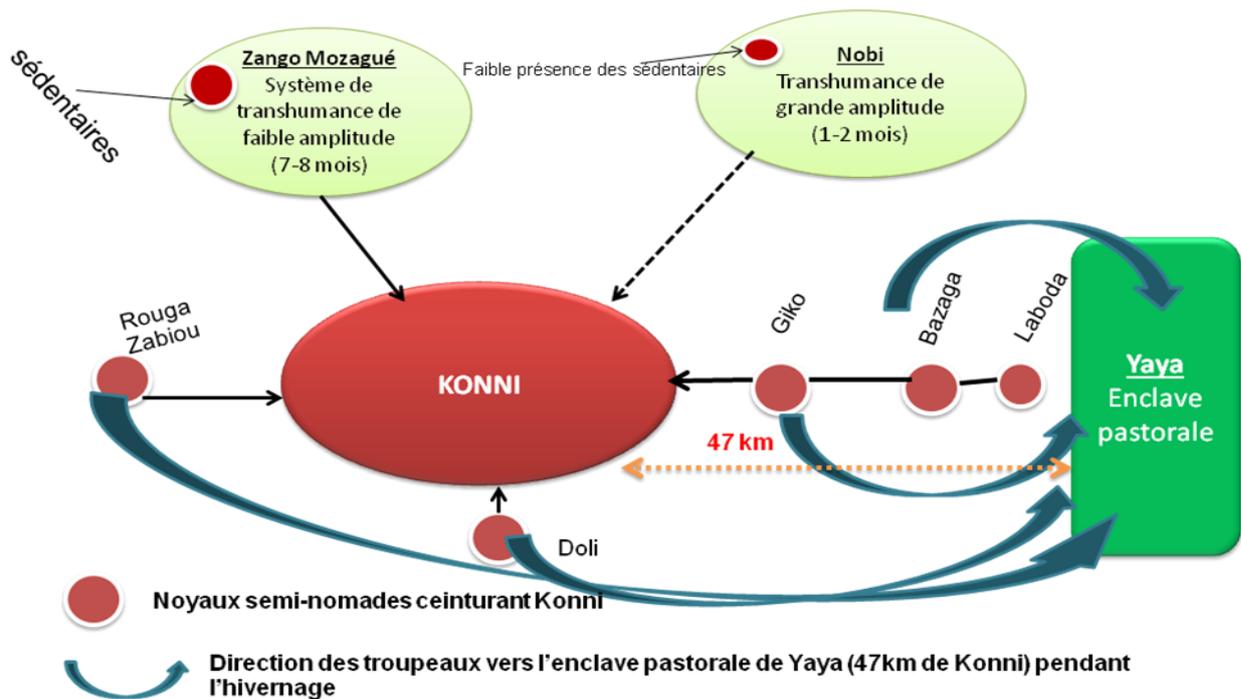
### Système autour de Tahoua



**Système autour d'Iléléla**



**Système autour de Konni**



#### 4.1.2. Production du lait de chamelle au Niger

Au Niger, les données recueillies en milieu pastoral par Saley et Steinmetz en 1998 font état d'une production annuelle de 1760 litres avec 2 traites et 2400 litres avec 3 traites, le chamelon prélevant environ 50% de la quantité totale. D'autres auteurs (Xavier Pacholek et *al* 2000) rapportent la production individuelle à 1640 litres de lait par an, soit une moyenne de 4,5 litres de lait par jour pouvant atteindre 6-8 litres au pic de lactation survenant 2 à 3 mois après la mise bas. Cette performance est trois fois plus importante que celle des vaches placées dans les mêmes conditions d'élevage (1-3 litres par jour). D'autres facteurs influencent la production individuelle à savoir la qualité de l'alimentation, le rang de lactation, l'âge de la chamelle, le potentiel génétique (la race Manga est réputée la meilleure) et individuel, et l'encadrement sanitaire. L'enquête effectuée dans le cadre de cette mission a confirmé effectivement ces études antérieures.

- La production laitière du troupeau est conditionnée par la saison de reproduction. Chez les touaregs, les mises bas sont très étalées, de grandes quantités de lait sont produites en fin de saison des pluies et en saison sèche froide et avec un minimum de mars à juillet. Cette aptitude remarquable a conduit certains éleveurs de vaches comme les Peul Wodaabe à se tourner, depuis les dernières sécheresses, vers l'élevage de quelques chameaux destinés à nourrir leurs enfants pendant la soudure (Xavier Pacholek et *al* 2000).

Sous différentes formes, tous les groupes ethnolinguistiques de la région de Tahoua consomment le lait de chamelle et les produits dérivés, même si l'on peut constater quelques différences de goûts, ainsi :

- Les populations sédentaires consomment plutôt du lait caillé, alors que les nomades préfèrent le lait frais ;
- Le lait de chamelle occupe une place de choix dans l'alimentation des nomades. Il constitue la base essentielle de l'alimentation des familles d'éleveurs. Il est disponible tout au long de l'année et est apprécié pour sa valeur nutritive. Ce produit est consommé par les populations arabes et touarègues et peuls notamment les enfants pour lutter contre la malnutrition. Il est bu cru, ou mélangé à la bouillie de mil et/ou à la pâte de mil ou de sorgho.

La production laitière du dromadaire est influencée par certaines pathologies que l'enquête a confirmées. Les principales pathologies camélines rencontrées et qui font l'objet d'une attention soutenue actuellement par les services vétérinaires sont la pasteurellose, la trypanosomiase les parasitismes interne et externe et la diarrhée du chamelon. Depuis quelques années, la vaccination des camelins fait partie intégrante des programmes de protection sanitaire du cheptel.

En matière de transformation en dérivés laitiers et principalement le fromage de lait de chamelle, les tentatives de fabrication selon les méthodes traditionnelles ont plutôt connu des échecs. Mais la découverte d'un ferment spécifique le CAMIFLOC ND permet la fabrication du fromage à base de lait de chamelle

#### *4.1.3. Différents projets Institutions d'appui à la filière*

Au Niger, les projets réalisés dans le cadre de la filière caméline sont rares de même que les institutions et organismes d'appui à cette filière. On peut citer entre autres :

- Le projet de renforcement institutionnel et technique de la filière caméline (Tahoua, 1995-2000 financement FED)
- Le projet de développement de la filière caméline (Zinder, 1997-1998, partenaires : FAC/CIRAD/IEMVT)
- Projet Camelin (Agadez, 2000, FED)

Les principaux organismes et institutions d'appui à la filière :

- La FAO
- SNV
- ONG KARKARA

## **4.2. Segmentation de l'offre et zones de production**

### *4.2.1. Définition et caractéristiques du produit*

Le produit en question ici est le lait de chamelle. Généralement, le lait de chamelle est légèrement plus salé que le lait de vache. Il est également trois fois plus riche en vitamine C et contient du fer, des acides gras non saturés et des vitamines B. C'est un aliment naturel et indispensable dans les régions qui manquent d'eau et de fourrage. Les pertes sont souvent élevées, les troupeaux étant généralement loin des marchés urbains, notamment au moment où

la période de production bat son plein. Généralement vendu cru, le lait de chamelle est présente sur le marché sous divers modes de conditionnement :

#### Tahoua :

Le lait est conditionné cru dans les sachets plastiques transparents comme le montre la photo ci-dessous.



**Photo 1:** Lait cru de chamelle conditionné à Tahoua

#### Niamey

Le lait de chamelle est conditionné cru à Niamey dans des bidons plastiques d'eau minérale de 1,5 litre



**Photo 2:** Conditionnement du lait de chamelle à Niamey

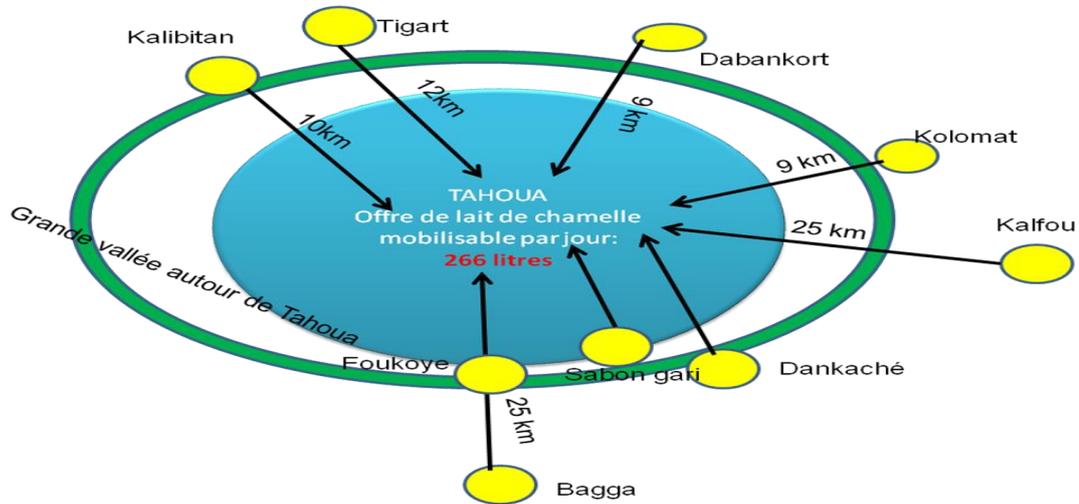
#### *4.2.2. Zone de production et quantification de l'offre*

En dehors de la zone nord qui regorge un potentiel important, l'étude du marché s'est intéressée à l'offre dans la zone sud de la région de Tahoua couverte.

Autour de Tahoua, la mission exploratoire a confirmé l'existence d'une importante concentration de dromadaires autour de la ville dans 9 campements (Bagga, Manak, Dabankort, Tigart, Korigit, Kolamat, Nomo, Tambass et Malhba) et dont le nombre serait supérieur à 1000 têtes de dromadaires. Ils sont en partie sédentaires et développent un élevage

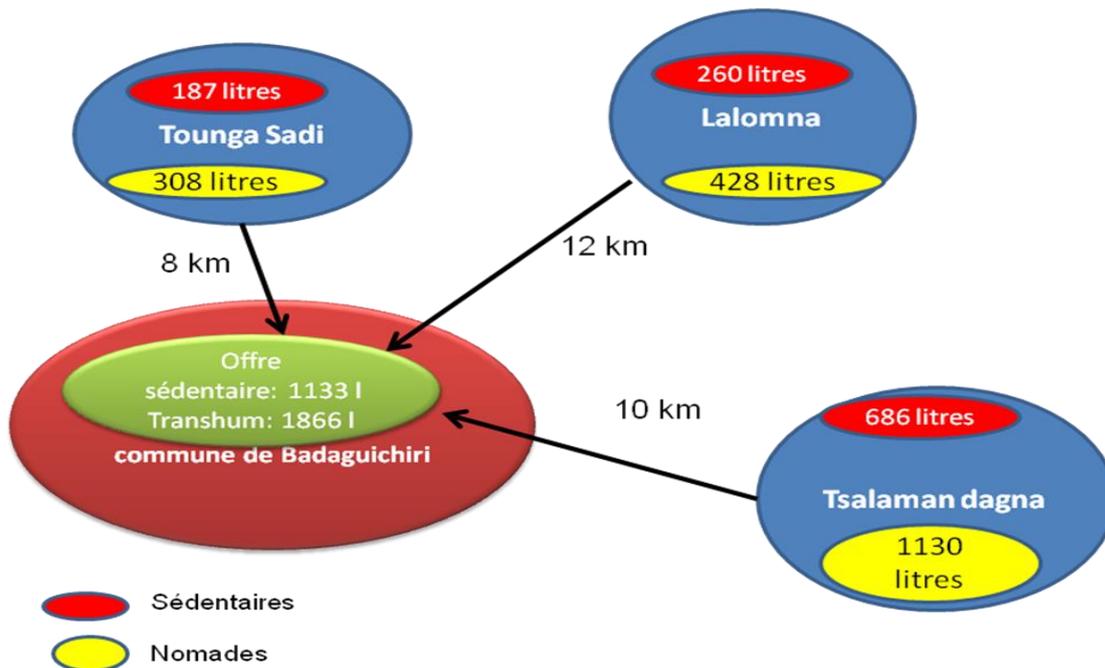
périurbain dans les grandes vallées autour de la ville dans un rayon de 25 km. La production journalière est estimée à 266 litres en moyenne.

- Département de Tahoua



**Graphique 1** :Site de production autour de Tahoua

- Commune de Badaguichiri

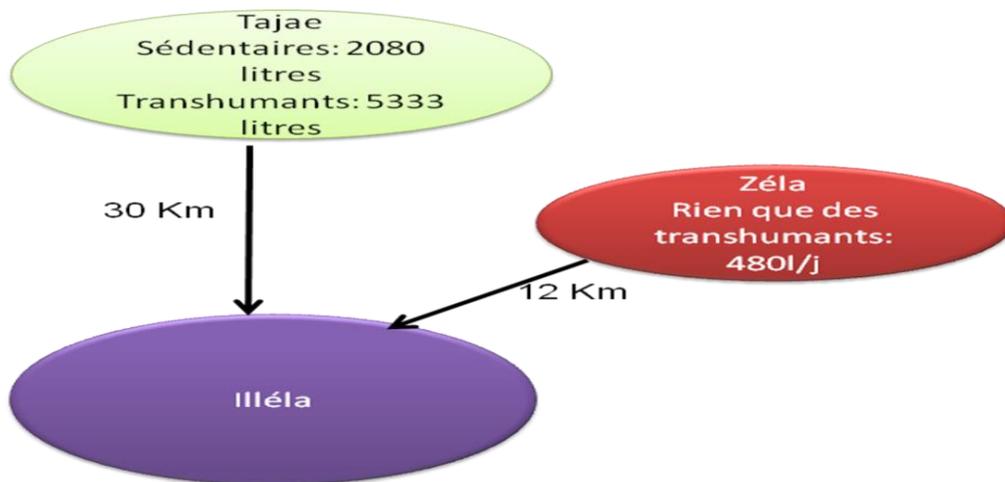


**Graphique 2** :Site de production autour de Badaguichiri

A Badaguichiri, la mission a noté à travers des entretiens menés avec les producteurs et le para vétérinaire l'existence de trois noyaux sédentaires dans les rayons de 12km qui représentent un potentiel laitier important. L'offre mobilisable serait de l'ordre de 349l/jour pendant la saison sèche et de 785l/jour pendant la saison pluvieuse. On note également un passage très important de troupeaux transhumants pour une période plus ou moins longue

allant de 6 à 8 mois. La taille du troupeau transhumant est estimée à 3000 dromadaires avec une production de 1866 litre par jour pendant la saison sèche.

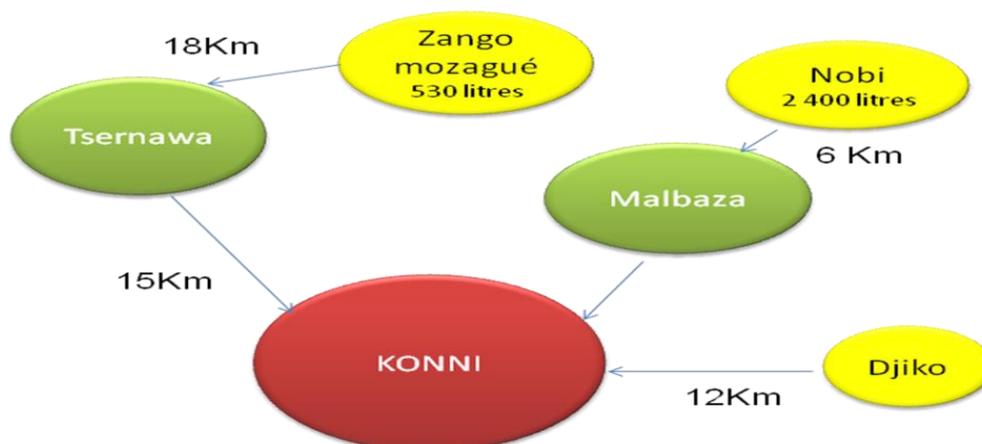
- Illéla-Tajae



**Graphique 3** :Site de production autour d'Illéla

A Illéla(Zéla), on ne peut trouver le lait de chamelle qu'entre les mois de Novembre et Juin parce qu'il ya pas de troupeaux sédentarisés. La quantité mobilisable pendant cette période de 7 à 8 mois est de 480l/jour. Par contre à Tajae le potentiel est très important. On remarque dans cette zone qu'une partie du troupeau est sédentarisé notamment dans l'enclave pastorale de Zouraré avec un cheptel de 200 chammelles et 450 dromadaires males. La production des sédentaires de zouraré est estimée à 640 litres la saison sèche et 1440 litres la saison pluvieuse. Les transhumants de grande amplitude qui séjournent dans les pourtours de Tajaé pour une durée de 1 à 2 mois avant de continuer sur le Nigéria sont capables de produire jusqu'à 5 333 litres.

- Département de Konni



**Graphique 4** :Site de production autour de Konni

Dans le département de Konni, on a pu identifier des zones de production intéressantes qui regorgent des grandes potentialités ; ces zones sont marquées en jaune et leurs sites de production sont localisés autour des vallées et des marres c'est le cas notamment de Zango mozagué.

#### 4.2.3. *Caractéristiques et Saisonnalité de l'Offre de lait de chamelle*

Dans les différentes communes enquêtées plusieurs types d'éleveurs de camelins ont été identifiés déterminant ainsi la saisonnalité de l'offre :

- Des éleveurs sédentaires, vivant en ville et banlieue et dans les grosses bourgades, élevant quelques têtes de chameaux (2 à 10 têtes) pour la production de lait frais. C'est principalement le cas au niveau de la ville de Tahoua où il est noté l'existence de quelques unités gravitant autour de Tahoua sur dans un rayon de 20 km, produisant entre 60 et 80 litres par jour de lait cru de chamelle. Ces unités sont en train de rentrer dans le schéma de la distribution et la commercialisation du lait de chamelle avec l'approvisionnement de la ville de Tahoua et de certains clients se rendant directement sur les lieux de collecte. Ces éleveurs sédentarisés sont surtout des Touareg retrouvés également dans la vallée et à l'Est de Badaguichiri(dans les villages de Tounga Saadi, Lallama, Salama Dangna, Goudou, dans un rayon de 12km).Ceux-ci ne pratiquent la traite que pour la satisfaction des besoins familiaux et sociaux (autoconsommation et(don) et exceptionnellement à la demande mais sans proposition monétaire.
- Des agropasteurs combinant les cultures fourragères pour améliorer la productivité de leur cheptel. Ils sont localisés le long des Maggia dans les Communes de Doguéroua, Tsernaoua et Konni. Les exploitations élevant des chameaux font rarement la traite, ou suite à une demande sociale. La production laitière est très intéressante au regard de la qualité de l'alimentation disponible et régulièrement distribuée aux animaux. La traite peut être effectuée de 2 à 3 voire 5 fois par jour, et la quantité extraite par chamelle varie de 5 à 6 litres par jour.
- Des éleveurs agriculteurs rencontrés dans les Communes rurales de Tajaé et Malbaza. Ils pratiquent les deux activités. En période de saison de pluies leurs troupeaux remontent en zone pastorale et ne redescendent en zone agricole qu'après la libération des aires de cultures. Ils y passent 1 à 2 mois avant de continuer leur mouvement sur le Nigéria où ils séjournent 5 à 6 mois. Il s'agit des troupeaux des gros éleveurs dont les effectifs ont été estimés à plus de 2000 têtes. Par contre il a été dénombré une dizaine d'éleveurs moyens qui demeurent au voisinage de la localité de Nobi pendant 7 mois.

Dans tous les cas leur court ou long séjour en zone agricole offre l'opportunité de valoriser le lait qui peut être produit par les nombreux éleveurs installés aux alentours des villages.

- Des pasteurs transhumants dont l'amplitude des mouvements est variable avec des destinations intérieures ou transfrontalières. Des mouvements de faible amplitude sont observés dans les Communes de Illéla, (zone de Zéilé) et Malbaza (secteur de Nobi). Les éleveurs restent 7 à 8 mois sur place en opérant des contrats de fumure avec les agriculteurs. Cette pratique date de nombreuses générations. Le lait de l'exploitation n'est

pas vendu, mais autoconsommé et donné en cas d'abondance. Une chamelle peut produire en moyenne 5 litres de lait par jour.

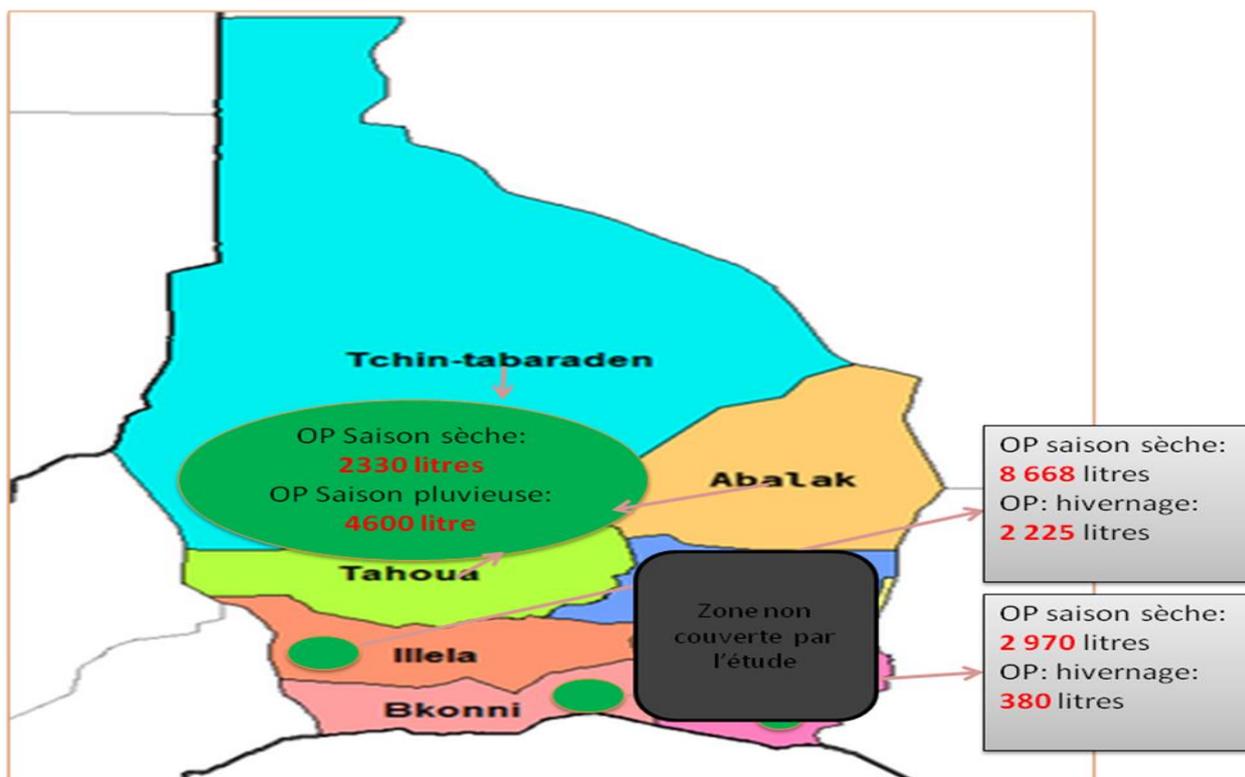
Pour les transhumants de grande amplitude, leur séjour en territoire nigérien est assez bref, d'une durée de 1 à 2 mois, avec des disponibilités en lait de chamelle assez intéressantes qui pourraient être favorablement exploitées et alimentées le circuit d'approvisionnement des villes en lait.

Cette abondance en lait de chamelle a été signalée par les pasteurs et correspond au retour des camelins de la zone pastorale. De l'aveu de certains éleveurs, un changement de mentalité n'est pas à exclure pour valoriser cette ressource.

- Des pasteurs semi nomades qui ne s'éloignent de la périphérie de la ville Konni qu'au début de la saison des pluies pour rejoindre les enclaves pastorales du Nord-Ouest à 40km en direction de Yaya. En saison sèche, ces éleveurs se fixent à Marmaro, Doli, Laboda, AngoualLallé, Kaoura Jikokirba et Rougazabi des villages ceinturant la ville de Konni dans un rayon 15km. Ces producteurs ne commercialisent pas de lait de chamelle, mais sont prêts à intégrer un système marchand si les conditions restent favorables.

#### **4.3. Synthèse sur l'Offre de lait de chamelle dans la région de Tahoua**

De façon globale, on peut estimer à 13 968 litres, la quantité de lait de chamelle mobilisable par jour pendant la saison sèche et 7 205 litres l'offre mobilisable par jour pendant la saison pluvieuse dans la région de Tahoua sans compter les départements de Madaoua, Bouza, Keita ; une bonne partie des départements de Tchintabaraden et d'Abalak. L'axe concerné par l'étude exploratoire et la présente étude du marché étant le Nord-Ouest vers le Sud-ouest.



**Cartel 1** : Répartition de l'Offre par département

Zones	Quantification de l'offre						
	Saison sèche			TOTAL	Saison pluvieuse		TOTAL
<b>Zone Nord<sup>5</sup></b>	2330			2330	4600		4600
<b>Zone Sud</b>	<b>Sédentaire</b>	<b>Transhumant</b>			<b>Sédentaire</b>	<b>Transhumant</b>	
<i>Département d'Illéla</i>							
Illéla (Zéla)	0	480	480	0	0	0	
Badaguichiri	349	1867	2215	785	0	785	
Tajae	640	5333	5973	1440	0	1440	
<i>Département de Konni</i>			0			0	
Malbaza(Nobi)	1867	533	2400	0	0	0	
Tsernawou(Z. Mozagué)	120	200	320	200	0	200	
Autour de Konni	100	150	250	180	0	180	
<b>TOTAL</b>	<b>13968</b>				<b>7205</b>		

**Tableau 1** : Répartition de l'offre dans la région de Tahoua

Pour estimer la quantité de lait de chamelle produite dans la zone Sud, la démarche suivie a tenu compte des hypothèses et données suivantes :

- L'enquête a révélé que la plus part des troupeaux nomades sédentarisés dans la zone sud de Tahoua contiennent beaucoup de femelles allaitantes (dépassant 40% dans

<sup>5</sup> Zone nord : Département de Tahoua, d'Abalak et de Tchintabaraden

certain cas) ce qui est supérieur aux 20% observés au Nord et les 13%<sup>6</sup> avancé par les études de Mr. Zakari Rhissa

- Les données directement collectées sur le terrain, notamment les effectifs des troupeaux et leur durée de présence sur les sites
- Les parts autoconsommées et les dons qui varient des zones où le produit n'est pas commercialisé aux zones où il l'est.

Les résultats de la présente enquête, pouvant être qualifiés de sommaire, ne revendiquent pas une exactitude scientifique. La méthode d'estimation des cheptels et les paramètres nécessaires n'ont pas encore fait objet d'études scientifiques sérieuses et spécifiques au dromadaire comme cela est le cas avec la vache. A cet effet, ces résultats peuvent être supposés proches de la réalité.

Certains facteurs peuvent relativiser le résultat des estimations.

- Les déclarations tendanciellement plutôt en dessous ou au dessus de la réalité des cheptels présentes dans les zones enquêtées ;
- La mobilité des troupeaux d'une zone à une autre présente un risque de doublon et peut faire varier les estimations du cheptel d'une période à une autre en considérant les mêmes zones.

## V. ANALYSE DE LA DEMANDE DU LAIT DE CHAMELLE

### 5.1. La consommation du lait de chamelle au Niger

Le lait en général fait partie des habitudes alimentaires au Niger ; La quantité de lait disponible par personne et par an est tombée de 140 à 70 litres en 2008 si tout le lait produit était collecté. S'agissant de la consommation, selon l'enquête sur le budget de consommation des ménages en 2004 la consommation de lait ne dépasse guère 30 litres par personne et par an. Les statistiques du Ministère des Ressources Animales avancent cependant une consommation moyenne est de 49,82 litres tout lait confondu et de 19,04 litres de lait de vache par habitant et par an entre 1968 et 1995. Il convient de rappeler que les besoins minimums estimés par les Nations Unies sont **de 93 litres/hab/an**.

Cette consommation est variable selon les zones de production, selon les saisons et selon les groupes ethniques. En zone nomade, le lait est presque l'alimentation de base des populations tels les Peuls, les Touaregs, les Arabes, les Toubous, chez lesquels la consommation est de 1 à 3 litres par personne et par jour en fonction de la disponibilité en lait.

---

<sup>6</sup> Zakary Rhissa, 2010) revenue du secteur de l'élevage au Niger (FAO/SFW)

Il convient de citer aussi l'enquête menée par le Projet Camelin dans le Tadist (nord du département de Tahoua) en zone pastorale rapportée par YAHAYA et ISSA (1999), qui estime la consommation moyenne en tout lait confondu par personne et par jour à 3,5 litres en hivernage, 2,22 litres en saison froide et 1,4 litre en saison chaude avec une grande part du lait de chamelle.

### *5.1.1. Profil des consommateurs*

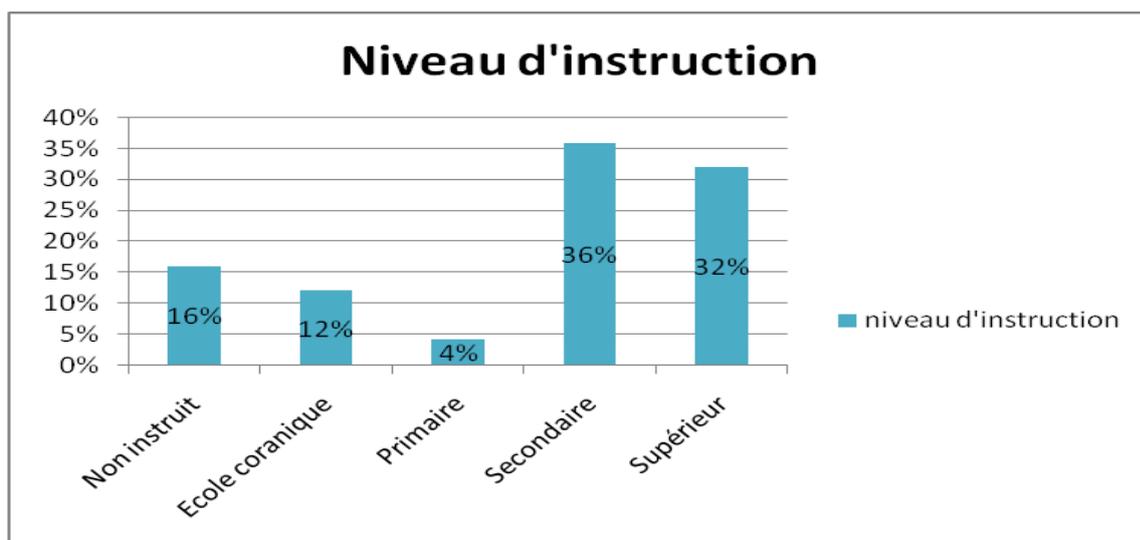
Pour analyser le profil des consommateurs de lait de chamelle dans le cadre de cette étude de marché, une enquête a été effectuée auprès de ces acteurs au sein des principaux pôles de consommation. Au total quarante consommateurs de lait ont été approchés mais vingt-cinq(25) consomment effectivement le lait de chamelle. Géographiquement, 45% des consommateurs rencontrés se localisent à Tahoua, 15% à Niamey, 13% à Konni et le reste dans les autres communes.

#### *5.1.1.1. Caractéristiques sociodémographiques*

Les caractéristiques sociodémographiques des consommateurs de lait de chamelle sont entre autres le genre, l'âge, l'ethnie, la situation matrimoniale et le niveau d'instruction.

- Sur les vingt cinq consommateurs effectifs de lait de chamelle rencontrés seulement 1 est une femme soit 4% de l'ensemble des consommateurs. L'âge moyen des consommateurs est de 38 ans avec un minimum de 20 ans et un maximum de 62 ans. Pour ces consommateurs, 80% d'entre eux sont mariés.
- Le niveau d'instruction

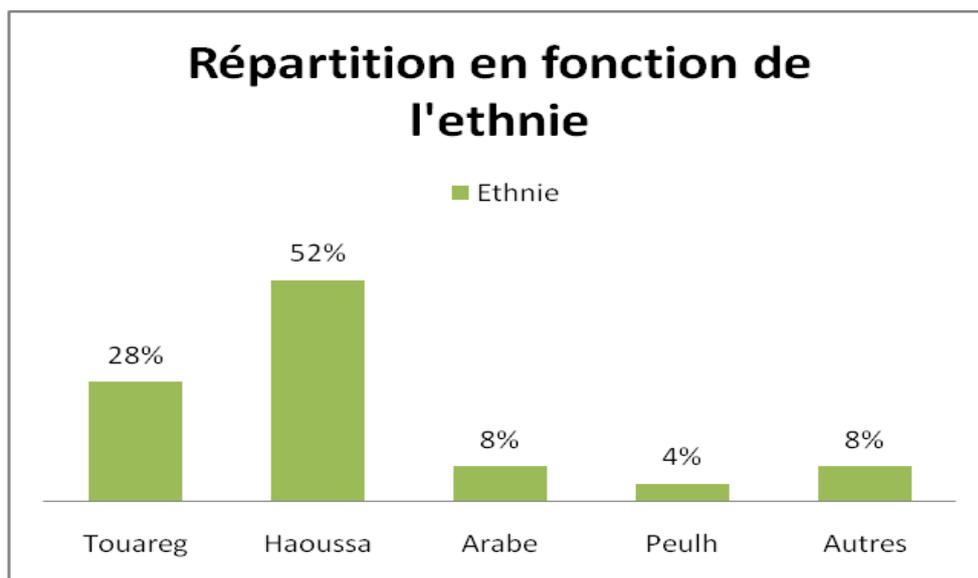
La plupart des consommateurs de lait de chamelle interrogés sont instruits (84% contre 16% de non instruits) ; le niveau d'instruction des consommateurs situés dans ces pôles urbains de consommation est intéressant. 32% ont un niveau supérieur et 36% un niveau secondaire.



**Histogramme1** : Niveau d'instruction des consommateurs

- Ethnies

Dans ces zones de consommation, l'ethnie majoritaire est les Haoussa (52%) suivi des Touareg (28%) ; il convient de rappeler que la concentration des Haoussa dans la région de Tahoua peut influencer le pseudo échantillon choisi.

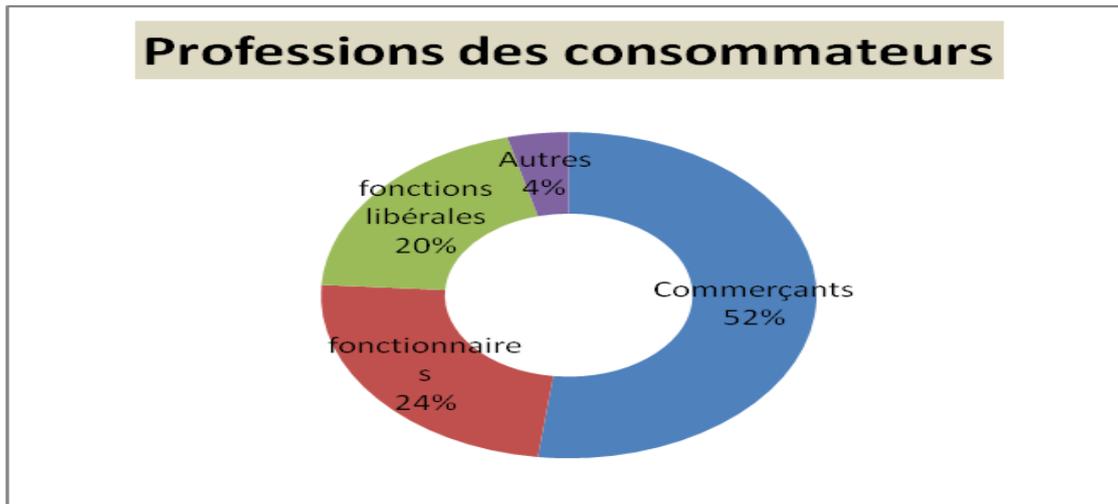


**Histogramme2** : Répartition en fonction de l'ethnie des consommateurs

#### 5.1.1.2. Caractéristiques socio professionnelles

Les catégories socioprofessionnelles les plus rencontrées au sein de ce maillon lors de l'enquête sont très variées. Elles vont des commerçants aux fonctionnaires en passant par les professions libérales. Selon les résultats de l'enquête, 52% des consommateurs sont des

commerçants, 24% sont des fonctionnaires (militaires, enseignants, maires...), 20% exercent des professions libérales (tailleurs, électriciens...)

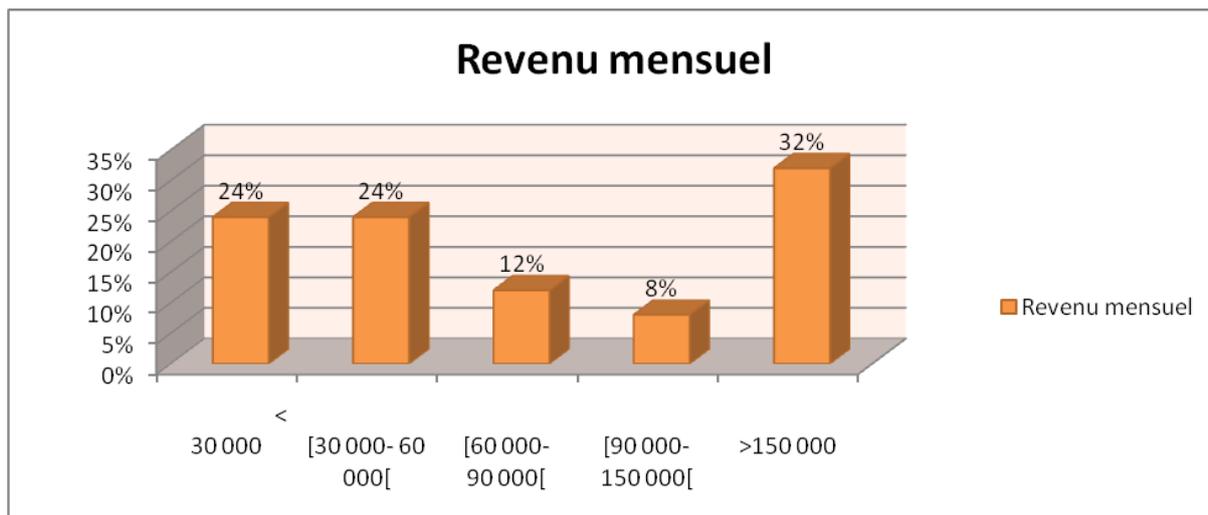


**Histogramme3** : Répartition en fonction des professions des consommateurs

## 5.1.2. Déterminants de la consommation

### 5.1.2.1. Le revenu des consommateurs

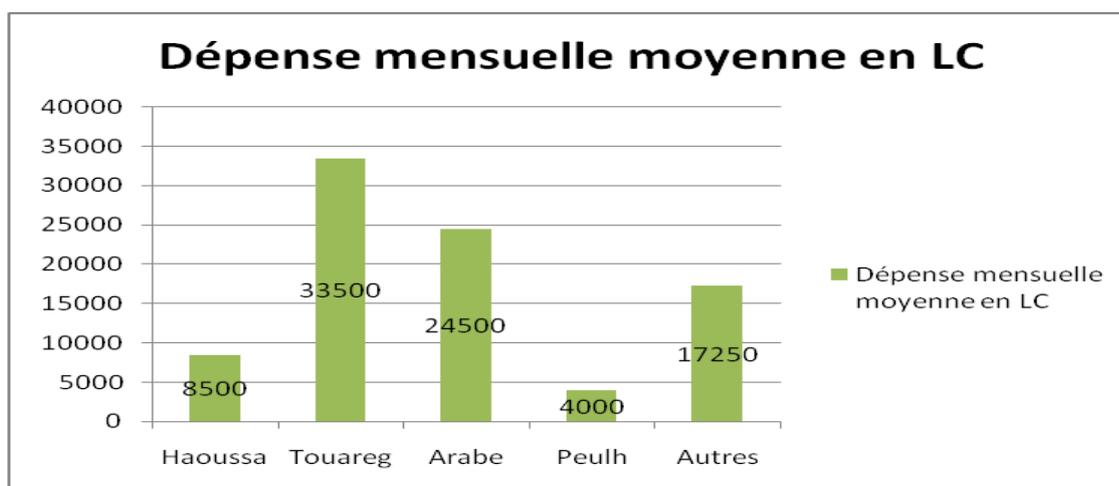
Le revenu est un facteur déterminant dans la consommation. Lors de l'enquête, 32% des consommateurs rencontrés gagnent un revenu mensuel supérieur à 150 000 FCFA. Plus de 60% des consommateurs de lait de chamelle gagne plus du double du SMIG ce qui confirme déjà d'idée que la consommation de ce lait n'est pas à la portée de tout le monde. Il a été difficile voire impossible de démontrer la corrélation linéaire entre le niveau des revenus et la consommation du lait de chamelle.



**Histogramme4** : Répartition en fonction du revenu mensuel des consommateurs

#### 5.1.2.2. Les dépenses en consommation du lait de chamelle(LC)

Les résultats de l'enquête ont révélé que les touaregs dépensent chaque mois en moyenne 33 500 FCFA pour la consommation du lait de chamelle, suivi des arabes qui dépensent eux 24 500 F mais les Haoussa qui sont majoritaires dépenseraient 8 500 F.

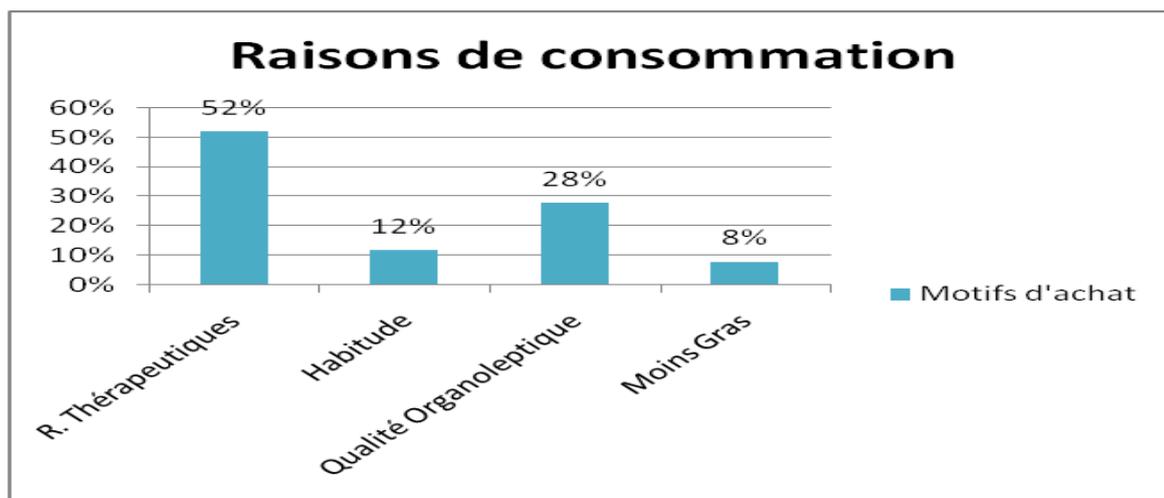


**Histogramme5** : Dépenses mensuelles lait de chamelle des consommateurs

### 5.1.2.3. Les motifs d'achat du lait de chamelle

La décision d'achat des consommateurs est un processus combinant des composantes cognitives (ensemble d'idées et connaissances sur le produit), affectives (sentiment favorable ou défavorable par rapport au produit) et conatives (réaction face au produit). Cette démarche des consommateurs s'applique aussi au lait de chamelle.

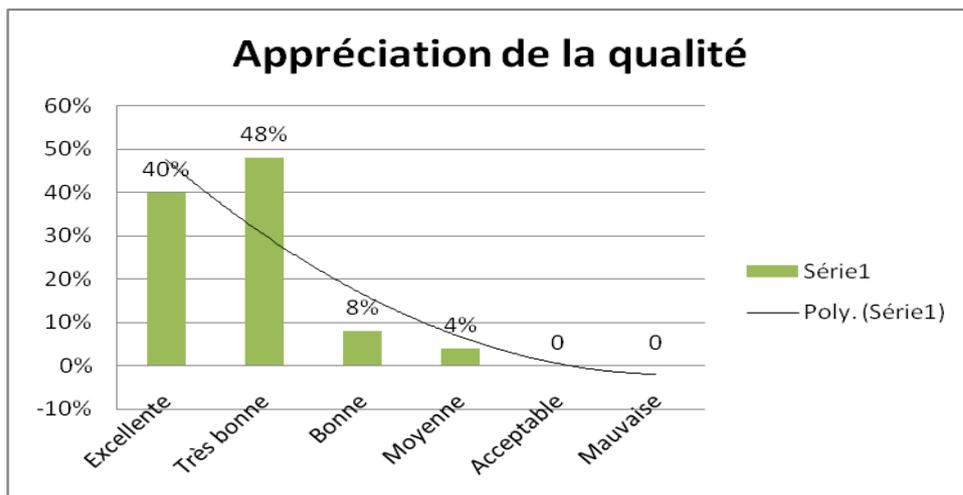
Selon les résultats de l'enquête effectuée, les principales raisons qui poussent les consommateurs à acheter le lait de chamelle sont les vertus thérapeutiques (52%), ces qualités organoleptiques (28%), habitude alimentaire (12%), et aussi le fait que ce lait a un taux faible en matière grasse.



**Histogramme6** : Motif de consommation du LC des consommateurs

### 5.1.2.4. Appréciation de la qualité du lait de chamelle

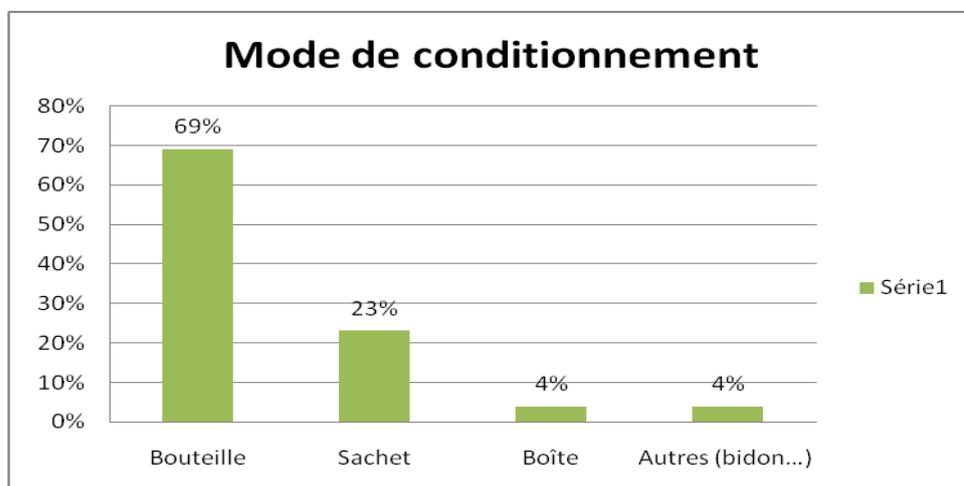
Selon les résultats de l'enquête, 96% des consommateurs interrogés préfèrent consommer le lait de chamelle dans sa forme cru sans aucune transformation préalable. Par rapport au goût et la qualité du lait, 40% estiment qu'il est excellent contre 48% de très bon, 8% de bon et 4% de moyenne. Donc presque tous les consommateurs apprécient sa qualité.



**Histogramme7** : Appréciation de la qualité du LC par des consommateurs

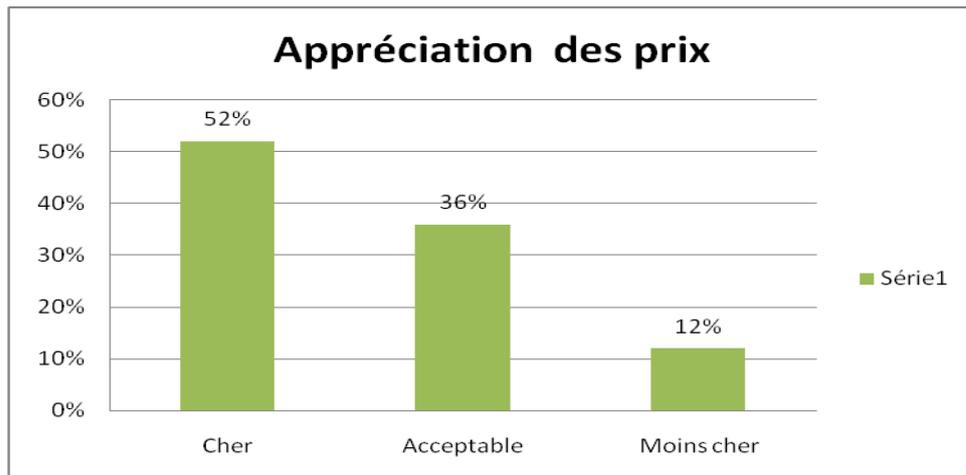
### 5.2.1.3. Mode de conditionnement

Le mode de conditionnement c'est la forme sous laquelle le produit est mis sur le marché. Généralement on le met en bouteille plastique de 1,5l, dans des sachets plastiques, en boîtes et de plus les bidon. Pour le lait en bouteille, 69% étaient favorable à un conditionnement en bouteille, 23% des consommateurs sont pour les sachets et les 8% pour soit en boîte soit en bidon.



**Histogramme8** : Répartition en fonction du mode de conditionnement souhaité

### 5.1.2.6. *Appréciation du prix*



**Histogramme9** : Appréciation du prix du LC par les consommateurs

La plus part des consommateurs pensent que le prix du litre de lait (1000F) est élevé. Ce prix est pratiquement connu de tous les consommateurs et les non consommateurs.

## 5.2. Segmentation de la demande

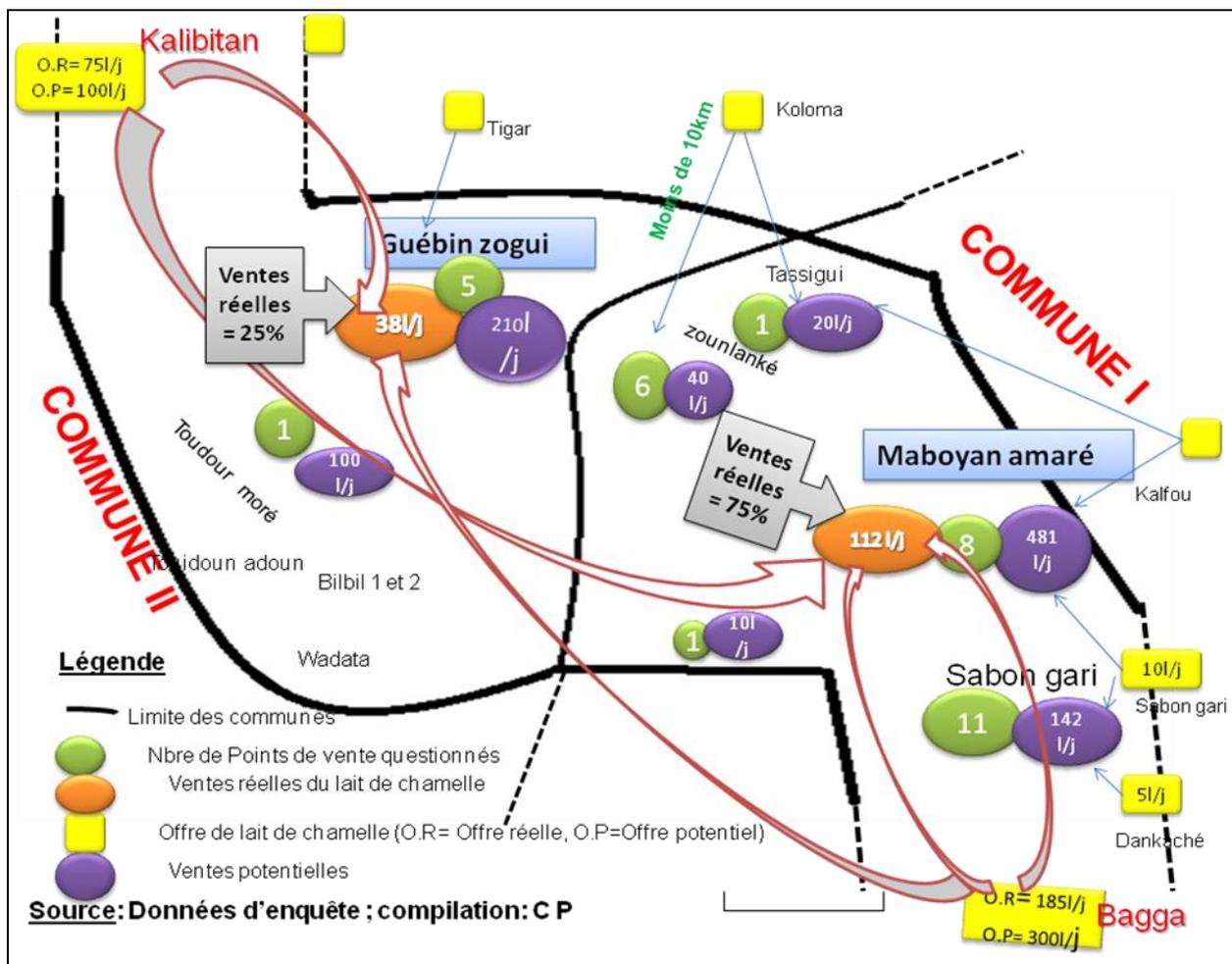
### 5.2.1. *La demande réelle dans les zones couvertes par l'étude*

Par demande réelle nous signifions la situation effective de consommation du lait de chamelle dans chacune des zones visitées.

En effet, il ressort de l'enquête menée que les zones qui enregistrent une demande réelle sont la ville de Tahoua et Niamey. Néanmoins on a remarqué qu'il existe des demandes irrégulières, difficilement quantifiables voire négligeables dans les autres zones. Il est à noter toutefois que dans les autres zones, les relations marchandes formelles n'existent presque pas autour du produit.

- Demande effective à Tahoua

A Tahoua, on constate que les points de vente du lait de chamelle se concentrent dans seulement deux (2) quartiers à savoir Moboyan Amaré et Guébin-Zogui avec Moboya Amaré qui totalise huit (8) points de vente pour une quantité de 112 litres par jour représentant 75% de la demande réelle contre 25% pour Guébin Zogui qui dispose de cinq (5) points de vente, absorbant une demande réelle de 38 litres par jour. Dans la ville de Tahoua, la demande réelle au passage de la mission est de l'ordre de 150 litres/jours.

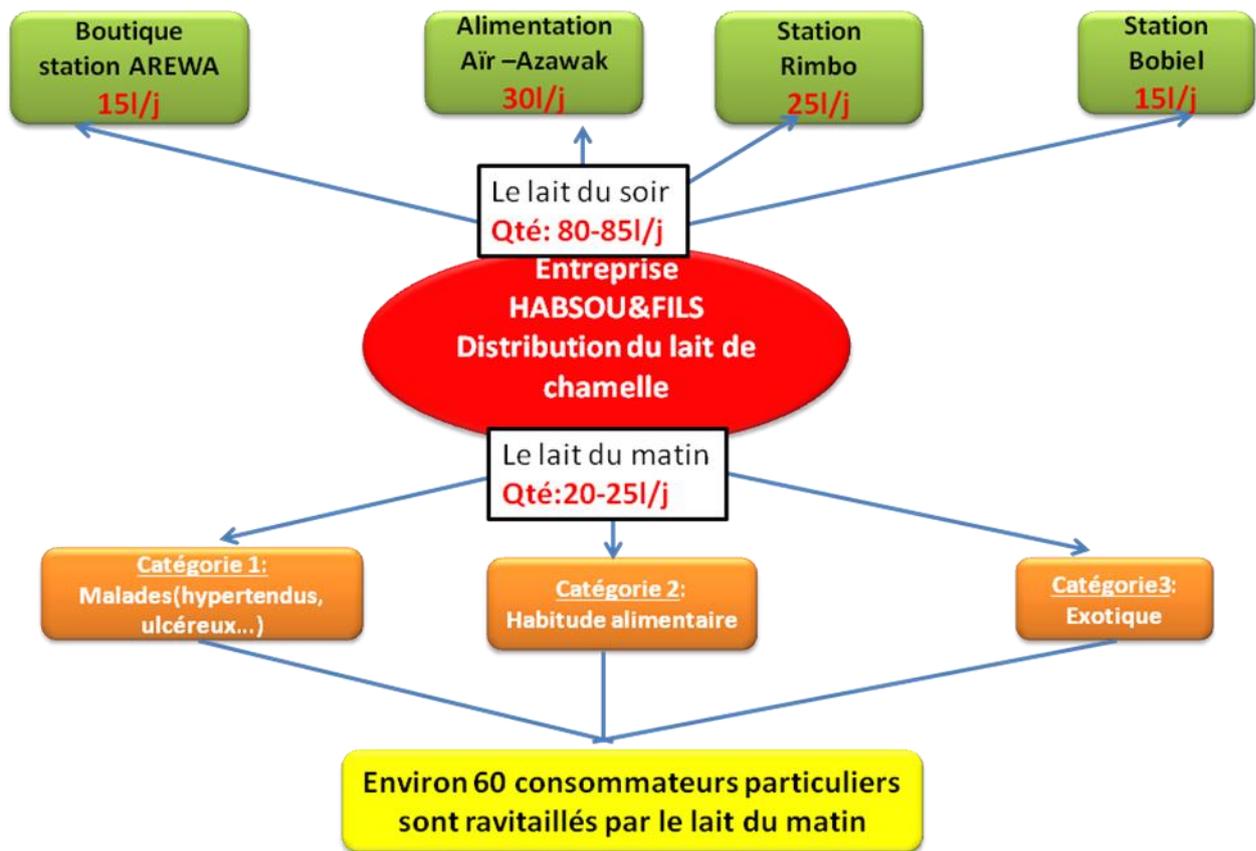


**Carte2 :** Structure de l'offre et la demande dans la ville de Tahoua

Sur la carte ci-dessus, les points en vert représentent les boutiques ou alimentations qui ont été interrogées dans le cadre de l'enquête. Les points marqués en orange représentent la demande réelle et ceux marqués en violet, la demande potentielle.

- Demande effective à Niamey

A Niamey, l'acteur de poids dans la production et la commercialisation du lait de chamelle est l'entreprise « Habsou & fils ». Après des échanges avec la responsable de cette société lors de l'enquête, il est apparu clairement que l'initiative date de sept ans avec un démarrage effectif en 2011. Avec une quantité journalière de 15 litres mise sur le marché au tout début (Novembre 2011), elle dispose actuellement d'un troupeau de 30 chameaux laitiers à proximité de Niamey (10 Km sur la route de Say) avec une production et commercialisation journalière oscillant entre 100 et 110 litres. Les commandes effectives que cette société enregistre se chiffrent à 300l/jour soit environ 33% de ces commandes satisfaites.

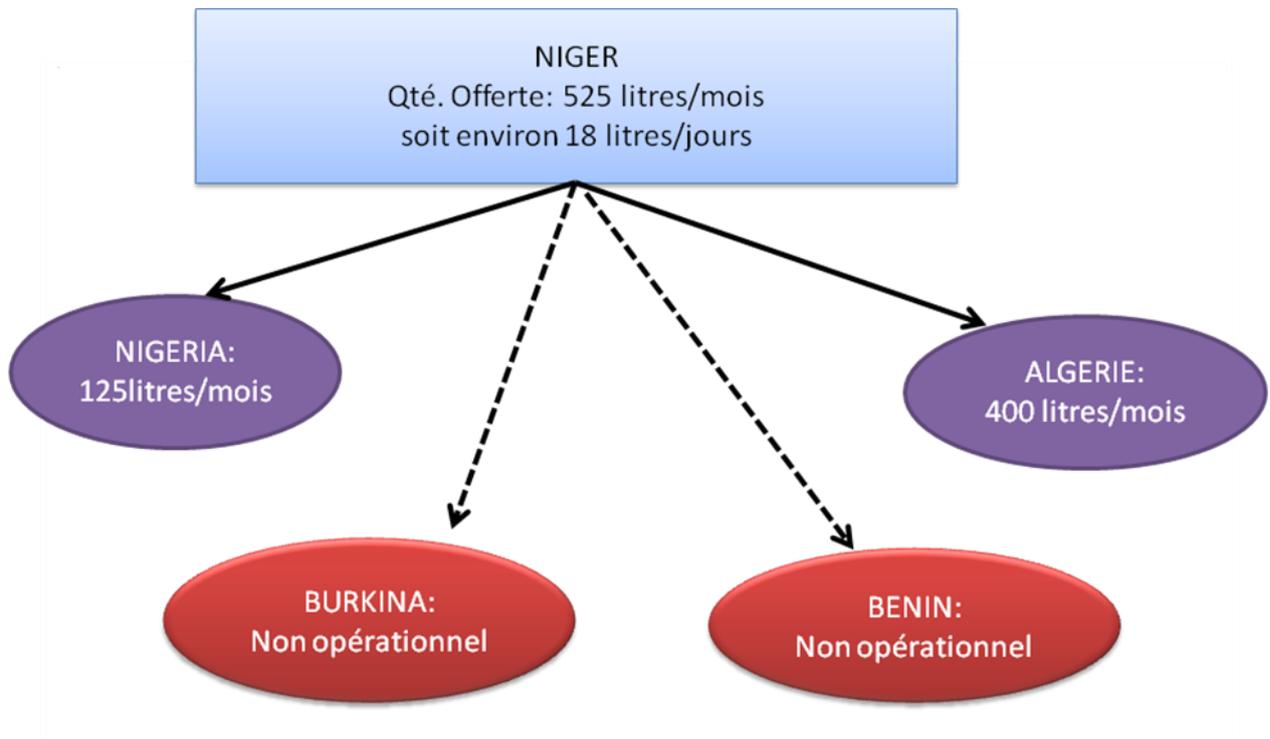


**Graphique5** : Structure du marché auprès de l'acteur Habsou et Fils à Niamey

A cause des difficultés d'approvisionnement en lait de chamelle autour de Niamey, il ya environ sept (7) commerçants touaregs à Banifandou qui ont amené des chameaux laitiers à proximité pour les exploiter afin de couvrir les besoins de consommation de leur famille.

Certains collecteurs, après avoir acquis une certaine expérience pour avoir travaillé dans l'association Tin Hinan de Mme Habsatou Wouro, se sont intégrés aussi dans le circuit de la collecte et de l'approvisionnement de la ville de Niamey en lait frais de chamelle à partir des grands élevages camelins installés dans la zone de Say (périmètre de Djébou), troupeaux appartenant à des opérateurs économiques résidant à Niamey. Les transactions se font entre les bergers et les collecteurs. La collecte du lait quant à elle se fait en général à moto.

## Demande hors Niger



En dehors du Niger on a constaté que le lait de chamelle produit est actuellement acheté par les Algériens et les Nigériens. Les Nigériens viennent avec leur véhicule à Tahoua acheter le lait. Les Algériens qui viennent au marché de Tchintabaraden s'approvisionnent à Abalak. La quantité totale qui traverse les frontières est estimée à 525 litres par mois. Par le passé certains producteurs individuels envoyaient le lait vers Ouagadougou mais ce circuit ne fonctionne plus. De la même manière l'Entreprise « Habsou et fils » avait l'habitude d'envoyer du lait aux consommateurs à Cotonou mais compte tenu de la demande locale qui dépasse l'offre, ce circuit a dû arrêter.

### **5.2.2. La demande potentielle**

#### **5.2.2.1. Demande potentielle dans les zones d'enquête**

Il existe selon la FAO, 200 millions<sup>7</sup> de clients potentiels de lait de chamelle dans le monde et plusieurs millions d'autres en Afrique en Europe et en Amérique. Ce qui veut dire que ce produit présente une grande potentialité dans l'avenir.

La demande potentielle suppose la quantité absorbable par le marché quand les conditions nécessaires pour le stimuler sont réunies.

L'analyse la demande potentielle a été faite suivant deux approches.

<sup>7</sup> <http://www.fao.org/AG/AGInfo/themes/fr/dairy/camel.html>

- Approche consommateurs

### Scénario 1

En dehors des résultats d'enquête, des hypothèses ont été nécessaires pour quantifier cette demande potentielle.

*Hypothèses :*

**H1 :** La taille de la population considérée qui est l'estimation de 2011 n'a pas significativement changé en 2013.

**H2 :** La répartition de la population faite en 2001 (supposant que dans la région Tahoua, 78,20% sont Haoussa, 17,50% sont Touareg, 0,7% sont Arabes, 2,5% sont peulh et 1,1% les autres ethnies) est inchangée.

*Résultats de l'enquête*

Sans se prêter à un jeu probabiliste vu que « l'univers » (population des consommateurs) et l'élément (population des consommateurs de lait de chamelle) sont non exhaustifs ; il a été supposé que les résultats de l'enquête relative aux consommateurs pourra être accepté avec une marge d'erreur non négligeable.

**R1 :** Les dépenses les consommateurs en lait de chamelle sont : Haoussa (8 500F /mois), Touareg (33 500F/mois), Arabes (24 500 F/mois), peulh (4 000F/mois), autres (17 250F/mois)

**R2 :** Etant donnée l'existence de fortes disparités d'un département à un autre et l'évidence d'une variabilité de goût d'une localité à une autre, l'enquête a permis d'établir en ce qui concerne la proportion de la population qui consomme le lait de chamelle dans la région de Tahoua ce qui suit : Haoussa (15%)<sup>8</sup>, Touareg (70%), Arabes (75%), Peulh(10%) et les autres ethnies (5%). Ces pourcentages représentent la proportion des consommateurs effectifs de lait de chamelle rapportée à la concentration de chaque groupe ethnique dans la région.

	Pop. Haoussa	Pop. Touareg	Pop. Arabe	Pop. Peulh	Autre	Total
Population	1 257 814	281 480	11 259	31 445	3 096	1 585 095
Consommateurs LC	188 672	197 036	8 444	3 145	155	397 452
Dépenses mensuelles LC	1 603 713 049	6 600 709 518	208 576 791	12 578 142	2 670 543	8 428 248 042
Dépenses journalières LC	53 457 102	220 023 651	6 952 560	419 271	89 018	280 941 601
<b>Demande/jour (litre)</b>	<b>53 457</b>	<b>220 024</b>	<b>6 953</b>	<b>419</b>	<b>89</b>	<b>280 942</b>
Demande annuelle (litre)	19 244 557	79 208 514	2 502 921	150 938	32 047	101 138 977
Répartition population	78,20%	17,50%	0,70%	2,50%	1,10%	
Répartition cons. LC	15%	70%	75%	10%	5%	

**Tableau2 :** Estimation de la demande dans la région de Tahoua

<sup>8</sup> Par rapport à la population totale haoussa

Donc la demande potentielle dans la région de Tahoua est de **280 942 litres par jour** :

L'approche consommateur est la plus fiable en ce sens qu'il prend en compte tout le maillon final de la chaîne. Cette approche consommateurs a été basée sur la caractérisation ethnolinguistique à cause du fait que la consommation du lait de chamelle varie d'un groupe ethnique à un autre. Cette manière de percevoir les choses est bien partagée par la FAO.

### Scénario 2

En considérant les besoins minimums fixés par les Nations Unies qui tournent autour d'une quantité de 93 l/hbt/an on peut déterminer la valeur de la demande potentielle qui couvre ces besoins.

- La population totale consommatrice du lait de chamelle dans la zone d'étude est de 397 452 habitants.
- Les besoins minimums sont de 93 l/hbt/an
- La valeur de la demande annuelle pour couvrir les besoins minimums des habitants consommateurs de lait de chamelle dans la zone d'étude est de 36 963 034 litres. Soit une quantité journalière de 102 675 litres

*Même si l'objectif était de couvrir les besoins minimums sans tenir compte des sensibilités ethnolinguistiques de la zone d'étude, la demande potentielle en lait de chamelle serait de 102 675 litres par jour.*

- Approche commerçants

Cette approche agrège la demande de l'ensemble des commerçants enquêtés. Il n'est pas question de parler d'échantillon sur l'ensemble des sites visités dans la mesure où la taille de la population totale n'est pas connue.<sup>9</sup>

Zones	Nombre acteurs	Demande réelle	Demande potentielle
Tahoua	33	150	1 003
Badaguichiri	12		235
Doguérawa	7		60
Tsernawa	8		94
Konni	18	10	170
Niamey	6	115	330
<b>TOTAL</b>	<b>84</b>	<b>275</b>	<b>1 892</b>

**Tableau3** : Répartition de la demande selon les acteurs

<sup>9</sup> La population totale ici fait allusion au nombre de commerçants laitiers dans les différentes zones

A ce niveau, les commerçants rencontrés qui sont au nombre de 84 sont prêts à commercialiser 1 892 litres par jour et parmi ces commerçants, quelques uns exercent déjà l'activité et le volume journalier est de 275 litres.

#### 5.2.2.2. *Demande hors zone d'étude*

Lors de l'enquête, il a été remarqué qu'en dehors des zones couvertes par l'étude il y a des zones demandeurs de lait de chamelle ; ces zones sont entre autres :

- Le Nigéria (Illéla, Sokoto...) : demande réelle (irrégulière, estimée à 125litres/mois), la demande potentielle (très considérable)
- Algérie, la demande réelle serait de l'ordre de 100litres /semaine ; ce circuit est devenue opérationnel du fait de l'ouverture de la frontière de l'Algérie avec le Niger qui fut fermée à cause du conflit malien. La demande potentielle est difficile à quantifier mais elle est considérable.
- Bénin (Cotonou) ; La L'Entreprise Habsou et Fils a répondu à des demandes du côté de Cotonou mais du fait de l'insuffisance de l'offre ce circuit ne fonctionne plus.
- Burkina-Faso : Un producteur de Sabon Gari (Tahoua) avait l'habitude d'envoyer du lait sur le Burkina pour certains consommateurs.

### **5.3. Adéquation entre l'offre et la demande du lait de chamelle**

D'une manière générale, l'équilibre est loin d'être atteint entre l'offre et la demande du lait de chamelle. L'analyse de la demande suivant l'approche du consommateur permet d'avancer le chiffre de **280 942 litres/jour** dans la région de Tahoua sans compter les départements de Madaoua, Bouza, Keita. Dans la même zone pratiquement, l'offre mobilisable après compilation des données de la mission exploratoire sur Nord Tahoua, les études conduites dans la zone périurbaine de Tahoua et les données de l'enquête menée dans le cadre de l'étude de marché, est chiffrée à **13 968 litres/jour** pendant la saison sèche ce qui prouve que seulement **5%** de la demande sera satisfaite si toute l'offre était mobilisée pendant cette période. L'offre est de l'ordre de **7 205 litres/jour** pendant la saison des pluies prouvant que seulement **3%** de la demande sera satisfaite pendant cette période. Lors de l'enquête on a noté qu'il n'y a pas de mévente au sein du circuit de commercialisation et les besoins restent très partiellement couverts.

En considérant le second scénario qui suppose que les besoins minimums soient couverts, on constate que la demande à ce niveau est de **102 675 litres** par jour ce qui est largement supérieur à l'offre. L'offre pendant la saison sèche représente **14%** de la demande et **7%** pendant la saison pluvieuse.

Dans tous les cas le marché du lait de chamelle présente une grande opportunité en matière de demande.

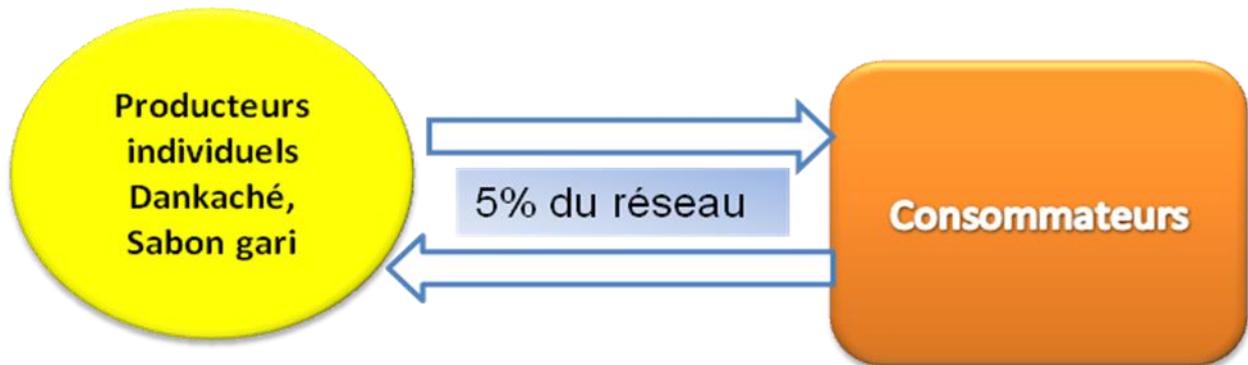
## VI. CIRCUITS ET FLUX DE COMMERCIALISATION DU LAIT DE CHAMELLE

### 6.1. Les circuits de commercialisation dans les zones de l'étude

- Tahoua

Le lait de chamelle commercialisé à Tahoua suit deux principaux circuits :

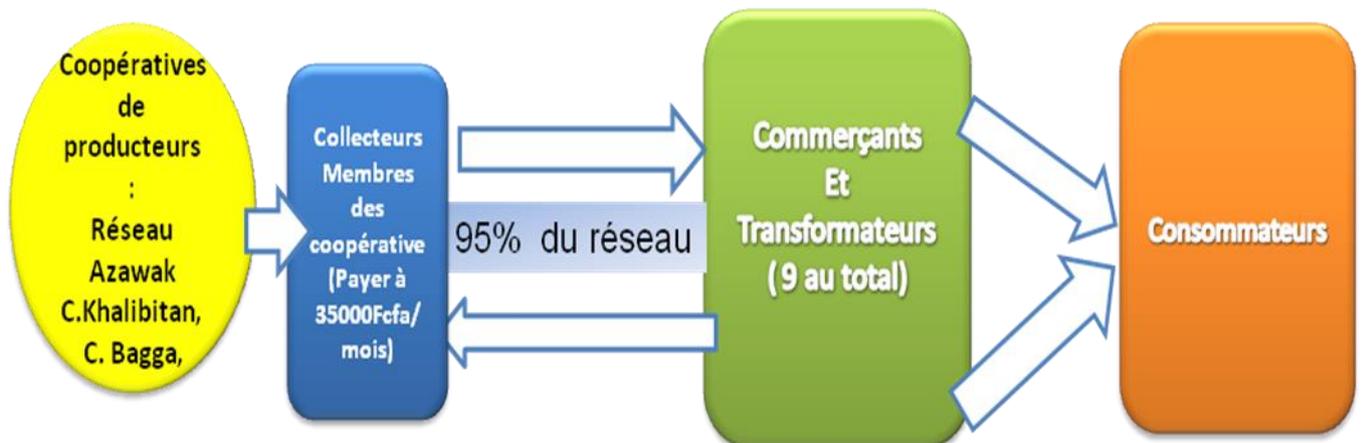
*Circuit court*



**Graphique 6** : circuit court à Tahoua

Ce circuit est caractérisé par deux acteurs, les producteurs individuels de lait de chamelle qui livrent directement aux consommateurs ou les consommateurs qui achètent directement auprès des producteurs.

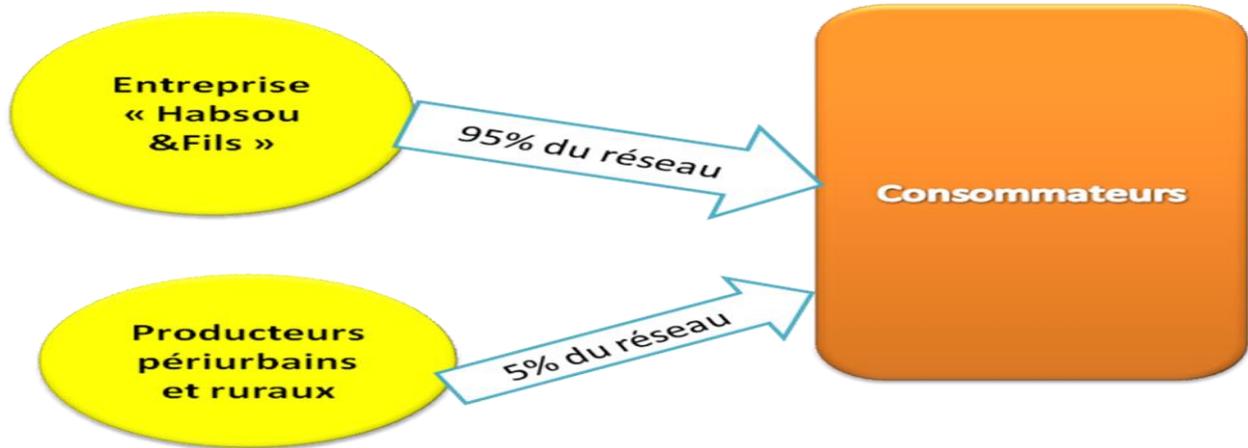
*Circuit long*



**Graphique 7** : circuit long à Tahoua

- Niamey

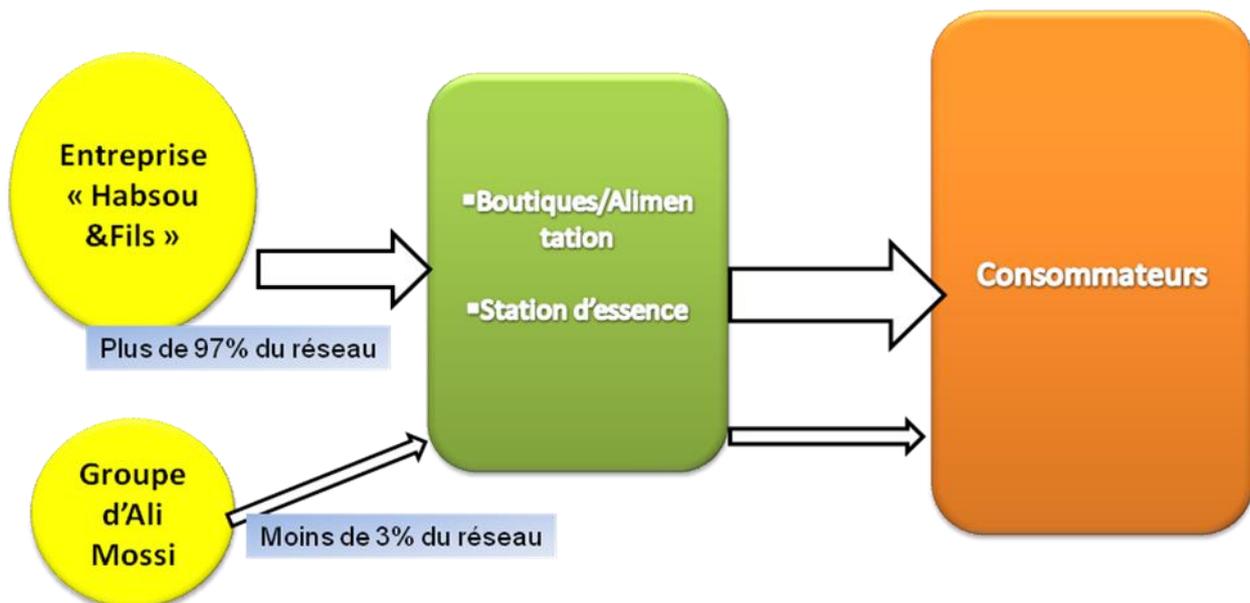
*Circuit court*



**Graphique 8** : circuit court à Niamey

Ce circuit met en action deux catégories de producteurs en lien avec les consommateurs ; ces producteurs la l'Entreprise Habsou et Fils et certains producteurs périurbains non organisés qui vendent généralement sur commande.

*Circuit long*



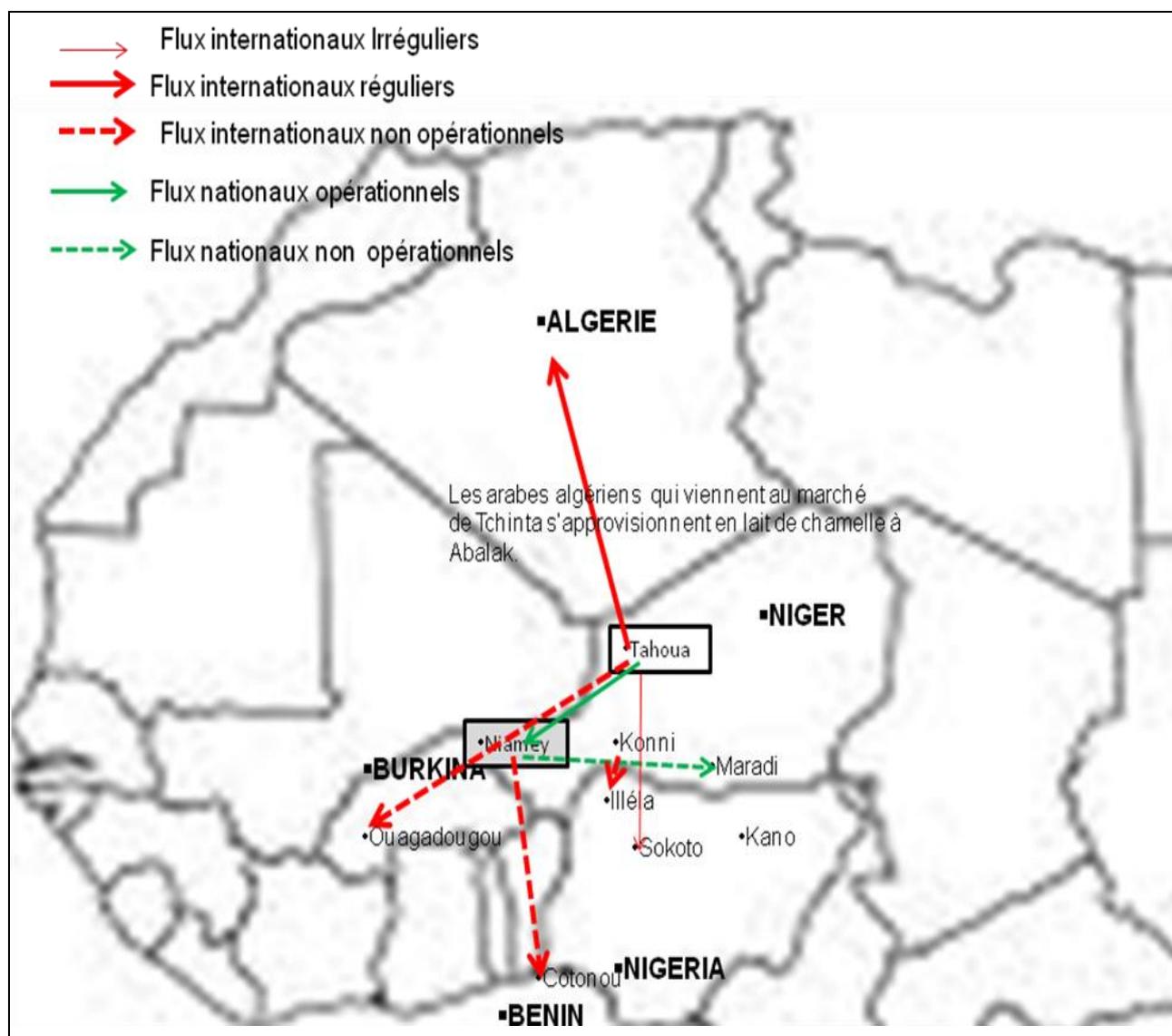
**Graphique 9** : circuit long à Niamey

Le circuit long est plus formel ; il est géré à plus de 97% par l'entreprise « Habsou et Fils ». Cette entreprise place le lait traité et conditionné auprès des boutiques, alimentations et stations d'essence. Les consommateurs s'approvisionnent au niveau de ces points de vente.

## 6.2. Les flux internationaux

L'enquête effectuée dans le cadre de cette étude de marché a révélé l'existence des flux entre le Niger et les pays environnants. Les principaux axes sont :

- L'axe Niger (Abalak) – Algérie ; l'acteur principal est la ferme de l'espoir
- L'axe Niger (Tahoua) – Burkina ; ici il s'agit de producteurs individuels
- L'axe Niger (Niamey) – Bénin (Cotonou), alimenté par la L'Entreprise Habsou et Fils mais non opérationnel malgré la demande car la production est insuffisante
- L'axe Niger (Tahoua) – Nigéria (Sokoto) ; Certains consommateurs de Sokoto et d'autres états avoisinants viennent acheter le lait à Tahoua.



**Carte3** : Flux de commercialisation

### 6.3. Segmentation de la clientèle

Le niveau actuel de la filière ne permet pas de bien catégoriser les clients cependant l'enquête réalisée a permis d'identifier et de regrouper ces acteurs en fonction de leur taille, de leur activité et de leur situation géographique.

- Les producteurs-revendeurs ; Ce sont les producteurs individuels qui reçoivent des commandes et qui livrent aux consommateurs.
- Les revendeurs individuels : Ce sont des acteurs qui en fait n'ont ni boutique ni alimentation mais qui achètent le lait de chamelle directement auprès des producteurs et viennent le revendre aux consommateurs. On n'a identifié qu'une seule revendeuse individuelle à Tahoua (Mme Goma Modibo : 96 06 80 45, quartier Maboyan amaré). La quantité effectivement écoulee sur le marché est de 22 litre par jour elle compte aller jusqu'à 50 litres par jour.
- Les commerçants revendeurs (boutiques, alimentations mini market, coopératives...) <sup>10</sup> : Ils sont les plus nombreux et ont généralement des points de vente des produits laitiers.

Zones	Nombre de commerçants-revendeurs
Tahoua	19
Badaguichiri	12
Doguérawa	7
Tsernawa	8
Konni	11
Niamey	6
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>

**Tableau4** : Répartition des commerçants-revendeurs suivant les localités

- Les transformateurs – grossistes <sup>11</sup>

Les transformateurs peuvent être considérés comme des grossistes en ce sens que les commerçants et revendeurs peuvent acheter auprès d'eux et le revendre aux consommateurs. Ces transformateurs sont au nombre de sept (7).

Zones	Nombre de transformateurs-grossistes
Tahoua	4
Badaguichiri	0
Doguérawa	0
Tsernawa	0
Konni	2
Niamey	1
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>

**Tableau5** : Répartition des transformateur-grossistes suivant les localités

<sup>10</sup> La liste détaillée de ces commerçants avec leur contact se trouve en annexe de ce présent rapport

<sup>11</sup> La liste détaillée des transformateurs se trouve en annexe

- Les Restaurants et Hôtels

Ils sont au total sept restaurants et quatre hôtels contactés qui sont prêt à accompagner dans ce projet de promotion de la commercialisation du lait de chamelle. S'il est vrai que la plus part de ces hôtels ne vendent pas de façon formelle le lait de chamelle, quelques uns enregistrent des commandes et s'approvisionnent auprès de producteurs individuels afin de satisfaire leur clients. C'est le cas de l'hôtel « **Etranne** » à Konni.

Zones	Nombre de Restaurants	Nombre d'Hôtels
Tahoua	5	2
Badaguichiri	0	0
Doguérawa	0	0
Tsernawa	0	0
Konni	2	2
Niamey	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>4</b>

**Tableau6** : Répartition des restaurants et hôtels visités suivant les localités

#### 6.4. Les prix d'achat et de vente du lait de chamelle

Le prix est très déterminant en matière de marché étant donné qu'il résulte de la confrontation entre l'offre et la demande de façon classique. Pour le lait de chamelle, le marché très atypique.

La situation des prix varie d'une zone à une autre ; elle est plus lucide dans les zones où les relations marchandes sont formelles et ancrées.

Zones	Prix d'achat	Prix de vente	Marge brute
Tahoua	850	1000	150
Badaguichiri	0	0	0
Doguérawa	0	0	0
Tsernawa	0	0	0
Konni	700	1000	300
<b>MOYENNE</b>	<b>775</b>	<b>1000</b>	<b>225</b>

**Tableau7** : les prix pratiqués à l'achat et à la vente suivant les localités

Le prix d'achat auprès des producteurs varie généralement de 700F en passant par 750F à 850F le litre. Ces commerçants revendent le lait à 1000 F le litre. Dans les exploitations individuelles qui vendent directement aux consommateurs le litre du lait est vendu à un prix variant entre 1250 F et 1500F (Cas de certains petits producteurs à Sabon Gari et Dankaché)

A Niamey, les commerçants (Alimentations, station d'essence...) achète auprès de la L'Entreprise Habsou et Fils le litre à 1000F ; ils le revendent à 1500 F réalisant ainsi une marge brute de 500F sur chaque litre vendu. Le prix consommateur n'étant pas contrôlé ni réglementé, certains revendeur vendent le litre du lait entre 2000 F et 3000F<sup>12</sup>.

A Konni la commercialisation du lait de chamelle va commencer de façon formelle. Des négociations sont en cours entre la mini laiterie « Nono Sahel » du groupement So de Yarda de Konni et des éleveurs semi-nomades du pourtour de la ville avec pour objet l'approvisionnement de manière régulière cette laiterie. La détermination s'est affirmée par le déplacement de deux membres du groupement des femmes qui ont sillonné les différents campements de la périphérie de Konni pour sensibiliser les pasteurs à valoriser le surplus de lait de leur exploitation, donc à se tourner vers le marché de l'offre pendant qu'on assiste à une forte demande de cette matière première.

Déjà un prix est pratiqué sur le marché ; pour intégrer le marché, un prix d'achat de 800 F légèrement au dessus de la moyenne observée pourra permettre au producteur de dégager une marge suffisante. En supposant que leur coût de production est de 550F ils feront une marge de 250 F sur chaque litre ; les commerçants en revendant le lait à 1000 F le litre, feront une marge de 200F sur chaque litre. Pour permettre à tous les acteurs de la chaîne de valeur de gagner de leur profession, il serait incommode de vouloir influencer le marché. A Bagga par exemple, les femmes responsables de l'union de coopératives ont proposé le prix de 600 F à l'achat du litre du lait mais ont rencontré une résistance farouche de la part des producteurs qui ont catégoriquement rejeté la proposition. A l'heure actuelle, seule l'autorégulation du marché pourra faire évoluer le prix ; le prix aura tendance à baisser au fur et à mesure que l'offre augmente et ce prix pourra monter quand l'offre diminuera ceci grâce au principe de la « **main invisible d'ADAMS SMITH** »

## **6.5. La Concurrence et la part du marché du lait de chamelle**

Dans un contexte commercial ou marketing et du point de vue d'une entreprise, la concurrence est l'ensemble des acteurs proposant des produits ou services répondant au même besoin que celui à laquelle cherche à répondre l'entreprise par le biais de son offre commerciale. Dans le contexte du marché du lait de chamelle, l'analyse de l'offre et de la demande montre que la demande dépasse largement l'offre et dans une telle situation, il serait difficile d'apprécier l'intensité de la concurrence vu que tout le lait de chamelle mis sur le marché par l'ensemble des acteurs est vendu et que peu d'acteurs se partagent le maillon.

### *6.5.1. La concurrence directe*

En terme de concurrence directe, c'est-à-dire les acteurs qui offre le même produit dans la même zone géographique ; on distingue à Tahoua par exemple neuf (9) acteurs vendant le même produit (le lait de chamelle) pour une population globale de 500 361 habitants et une population consommatrice de lait de chamelle de 123 864 habitants. En termes d'acteurs, l'intensité de la concurrence directe est presque nulle (9/123 864). En terme de quantité

---

<sup>12</sup> Certains clients proposent même d'augmenter le prix afin de s'assurer de la livraison

vendue, on constate qu'elle est de 150 l/jour au total pour une population de 123 864 habitants soit une intensité de concurrence presque nulle ( $150/123\ 864 = 0,001211002$ ).

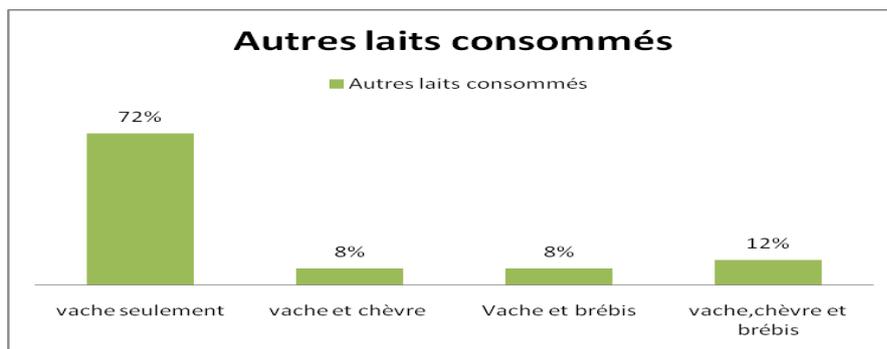
Dans les autres zones (Badaguichiri, Illéla, Malbaza, Doguérawa, Tsernawa, Konni) où les relations marchandes ne sont pas encore très établies, on pourra ne même pas parler de concurrence directe quand le projet va démarrer dans ces zones.

### 6.5.2. La concurrence indirecte

Quant à ce qui concerne la concurrence indirecte c'est-à-dire les produits un peu différents du lait de chamelle mais qui répondent aux mêmes besoins on pourra sans doute affirmer qu'il s'agit du lait de vache de chèvre et de brebis.

En effet selon les résultats de l'enquête menée, on a constaté que 72% des consommateurs de lait de chamelle consomment aussi le lait vache, 8% le lait de vache et de brebis, 8% le lait de vache et de chèvre et 12% le lait des trois espèces animales en dehors du lait de chamelle. Ces résultats confirment que le lait de vache est un produit de concurrence indirecte au lait de chamelle.

La demande du lait de vache est soumise à des fluctuations ; pendant la saison hivernale, les consommateurs en demandent moins alors que la demande du lait de chamelle est constante toute l'année



**Histogramme10** : Répartition de la consommation du lait des autres espèces

### 6.5.3. La part du marché du lait de chamelle

Etant donné que le lait de chamelle est indirectement concurrencé par le lait de vache, pour déterminer la part du marché du lait de chamelle, il serait intéressant d'analyser celle du lait de vache en passant par l'optique « dépenses des consommateurs ».

*Hypothèses :*

**H1** : Les dépenses annuelles par habitant en lait de vache étant de 34 800F<sup>13</sup> en 2008 pour la région de Tahoua est supposé inchangé

<sup>13</sup> Données de l'Etude de l'impact sur la hausse des cours de lait sur les producteurs et les consommateurs, cas du Niger par l'IRAM et le GRET en Juillet 2008

**H2** : La population de la partie de la région de Tahoua couverte par l'étude étant de 1 608 458 habitants en 2011 reste sensiblement le même en 2013.

**H3** : Le prix d'achat du litre de lait de vache est de 500 F

**H4** : Le prix d'achat du litre du lait de chamelle est de 1000F

La demande en lait de vache dans la zone d'étude hors Niamey est de 310 969 litres par jour alors que celle du lait de chamelle est de 280 942 litres par jour. La part du marché du lait de chamelle serait alors de 47% contre 53% pour celle de la vache. Cette part du marché est considérable dans la mesure où on intègre le prix car le lait de chamelle coûte deux fois plus cher que le lait de vache.

## **VII. ANALYSE DES PERSPECTIVES DE TRANSPORT POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE**

L'une des problématiques au sien de la filière lait en général est celle du transport. En effet, si le lait est produit en grande quantité dans les zones de production il doit falloir le drainer vers les zones de consommation ; si les zones de consommation à proximité des sites de production sont saturées, il doit falloir chercher des moyens pour que cette denrée soit mise à disposition consommateurs plus éloignés. Dans le cadre du développement de la filière lait de chamelle, par la promotion de sa commercialisation, l'un des grands enjeux serait celui de drainer le surplus de l'offre vers les zones qui en font la demande.

Tahoua représente une zone de forte production qui présente également dans l'avenir un potentiel qui pourra être drainé vers d'autres zones telles que Niamey.

A Tahoua, au total six (6) compagnies de transport ont été approchées, sur les six, trois seulement étaient prêtes à accompagner dans ce projet. Ces trois compagnies que sont NIJMA TRANSPORT, SONITRAV et AÏR TRANSPORT sont disponibles à transporter le lait de Tahoua à Niamey. Le coût de transport serait de 100 à 150 F/litre. Nijma et Aïr Transport proposent les mêmes conditions à savoir 2000F pour 20 litres alors que Sonitrav propose 3000F pour les 20 litres.

TRANSPORTEURS	Conditions			
	Disponibilité	Prix	Quantité maximale	Exigences
NIJMA Transport	OUI	2000F/ 20l	5 bidons de 20l	Bien conserver le lait
3STV	NON			
RIMBO	NON			
SONEF	NON			
SONITRAV	OUI	3000F/20L	Non limitée	Nécessité de conservation
AÏR TRANSPORT	OUI	2000/20L	Non limitée	Prétraité le lait

**Tableau 8** : Conditions des transporteurs visités

En dehors des compagnies de transport pour rallier les gros centres urbains tels que Tahoua, Konni et Niamey, des motos ou des tricycles pourront être utilisés pour drainer le lait des zones production vers celles de consommation et connecter des sites entre eux.

En vue de pallier aux problèmes de conservation et de perte du lait en utilisant les bus des compagnies de transport, on pourra contacter les grandes sociétés laitières qui mettent sur les grands axes des camions frigorifiques qui amènent leurs produits laitiers à l'intérieur du pays afin qu'au retour il puisse prendre le lait de chamelle et l'amener à Niamey de Tahoua, à Konni de Tahoua/Maradi, à Niamey de Konni. Un contrat devra être signé entre cette société laitière et l'acteur privé qui envoie le lait.

### VIII. ANALYSE SWOT DE LA FILIERE

L'analyse SWOT de la CVA lait de chamelle telle qu'elle a été réalisée dans la partie australe de la région de Tahoua fait ressortir d'énormes potentialités et opportunités favorables à la promotion de la chaîne et à l'amélioration du niveau de vie des acteurs engagés. Toutefois, l'optimisme que suscitent les résultats de cette analyse ne doit en aucun cas nous faire perdre de vue les multiples contraintes auxquelles se buttent les acteurs aux différents maillons de la chaîne. Le tableau ci-dessous retrace ainsi, les forces, les faiblesses, les opportunités et les menaces de la chaîne de valeur lait de chamelle dans la partie australe de la région de Tahoua.

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importance numérique du cheptel camelin dans la région de Tahoua ;</li> <li>• Existence de troupeaux laitiers autour des grandes villes de la zone d'étude (possibilité de développement d'un élevage périurbain);</li> <li>• Existence de groupements, coopératives, associations et individualités dynamiques ;</li> <li>• Existence des transformateurs avec une grande capacité de transformation ;</li> <li>• Existence d'un savoir faire local</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atomicité de l'offre de lait ;</li> <li>• Faible rendement laitier de la race cameline prédominante dans la zone d'étude ;</li> <li>• Inexistence de relations d'affaire entre les différents acteurs ;</li> <li>• Mauvaises conditions de mise en marché (conditionnement, visibilité du produit, communication, etc.);</li> <li>• Matériel de conservation insuffisant ;</li> <li>• Faible respect des règles d'hygiène ;</li> <li>• Faible niveau d'organisation des producteurs ;</li> <li>• Insuffisance de fourrage et d'aires de pâturage à proximité des zones de consommation du lait ;</li> <li>• Diminution des ressources ligneuses constituant la base de l'alimentation des dromadaires du fait des coupes abusives des</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• disponibilité du lait de chamelle pendant toute l'année ;</li> <li>• Périssabilité retardée du lait de chamelle par rapport au lait de vache ;</li> <li>• Très bonne qualité organoleptique du lait de chamelle ;</li> <li>• Grandes Vertus thérapeutiques de ce lait ;</li> <li>• La volonté des différents acteurs de travailler en synergie pour le développement de la chaîne.</li> <li>• Existence d'un cadre de concertation des acteurs de la filière lait ;</li> <li>• Bonne intégration du produit dans les habitudes alimentaires des populations</li> </ul>	<p>arbres</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La non délimitation des couloirs et aires de pâturage au niveau de certaines zones (Tajaé) ;</li> <li>• Les pesanteurs socioéconomiques (vente du lait de chamelle considérée comme un tabou dans certaines communautés) ;</li> <li>• L'éloignement des zones de consommation des grandes zones de production</li> <li>• Méconnaissance des marchés de lait</li> <li>• La santé animale souvent négligée par les producteurs ;</li> <li>• Manque d'eau dans des zones arides empêchant l'application stricte de l'ensemble des mesures d'hygiène</li> <li>• Faibles accès aux intrants zootechniques et produits vétérinaires ;</li> <li>• Non standardisation du produit</li> <li>• Problème d'accessibilité des points de vente (Selon les résultats de l'enquête plus de 85% des consommateurs à Tahoua jugent inaccessible les points de vente du lait de chamelle) ;</li> <li>• La cherté du lait de chamelle par rapport aux autres types de lait ;</li> </ul>
<b>Opportunités</b>	<b>Menaces</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existence d'une forte demande du lait de chamelle dans la région de Tahoua (280 942 l/jour),</li> <li>• Grande potentialité en termes de demande à Niamey, au Nigéria et en Algérie,</li> <li>• Vulgarisation de la vaccination du cheptel camelin par l'Etat ;</li> <li>• Présence active des services vétérinaires de proximité dans la zone ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réduction /diminution progressive du cheptel du fait des maladies, épidémies et pathologies ;</li> <li>• Problèmes de disponibilité fourragère en certaines périodes du fait des aléas climatiques (Variabilité de l'offre fourragère) ;</li> <li>• Diminution du fourrage aérien du fait des coupes abusives du bois ?)</li> <li>• Non respect de l'hygiène de la traite entraînant la perte de la clientèle ; Risque de perte de la clientèle du fait du non respect de l'hygiène de la traite ;</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement du transport interurbain ;</li> <li>• Possibilité d'accompagnement des SFD et banques à vocation agricole ;</li> <li>• Volonté des organismes de développement tels que la SNV à promouvoir la filière</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concurrence des autres types de lait.</li> </ul>
--	---

## **IX. STRATEGIES DE PROMOTION DE LA FILIERE**

Les contraintes évoquées par les acteurs et le diagnostic liminaire de la filière ressorti dans l'analyse SWOT permet de formuler un certain nombre de stratégies nécessaires pour développer cette filière.

### **9.1. Département de Tahoua**

A Tahoua, on note déjà un début d'organisation notamment au niveau des producteurs ; les commerçants aussi sont sensibilisés et les activités de commercialisation ont démarré. Pour booster la filière à Tahoua il y a nécessité de :

**Stratégie 1 :** Améliorer le niveau de structuration des producteurs, et encourager quelques uns à une production intensive. Pour ce faire, on aura besoin de continuer la prospection tout autour de Tahoua avec l'aide du LCB AHROG, identifier de nouveaux producteurs et encourager la mise en place de coopératives et associations.

**Stratégie 2 :** Mettre en place un système innovant de mobilisation, de collecte et transport du lait de chamelle du Nord (Tchintabaraden, Abalak...) vers Tahoua. La SNV doit s'engager dans une logique de spécialisation des zones en fonction de leurs avantages et positions géographiques. Pour cela, elle doit continuer la prospection vers le Nord Tahoua afin de juger de l'opportunité de commanditer une étude de faisabilité et de rentabilité d'un centre de collecte de lait de chamelle idéalement dans le département d'Abalak/Tchinta et associer d'autres partenaires. Cette démarche trouve pleinement son sens dans la mesure où la présente étude de marché confirme la supériorité de la demande sur l'offre.

**Stratégie 3 :** Organiser un séminaire d'au moins trois (3) jours sur le thème « Entrepreneuriat et opportunité d'affaire au sein de la filière lait de chamelle » Avec pour objectif de sensibiliser, d'informer et de former les acteurs de la chaîne de valeur.

Les acteurs suivants pourront être invités à ce séminaire :

- Partenaires institutionnels dans la zone (Services techniques et déconcentrés, ONG partenaires...)

- Les partenaires financiers classiques et les SFD (BAGRI, ASUSU, TANADI ...)
- Les commerçants du lait de chamelle à Tahoua
- Les Hommes d'affaires et opérateurs économiques de Tahoua.

A l'issue de ce séminaire, le désir d'investir dans le secteur sera suscité chez les acteurs ; identifier ces acteurs et choisir le plus professionnel, le plus fiable et le plus passionné ou du moins les appuyer afin qu'il s'associe en Société Anonyme. Après identification du partenaire privé on pourra l'assister techniquement:

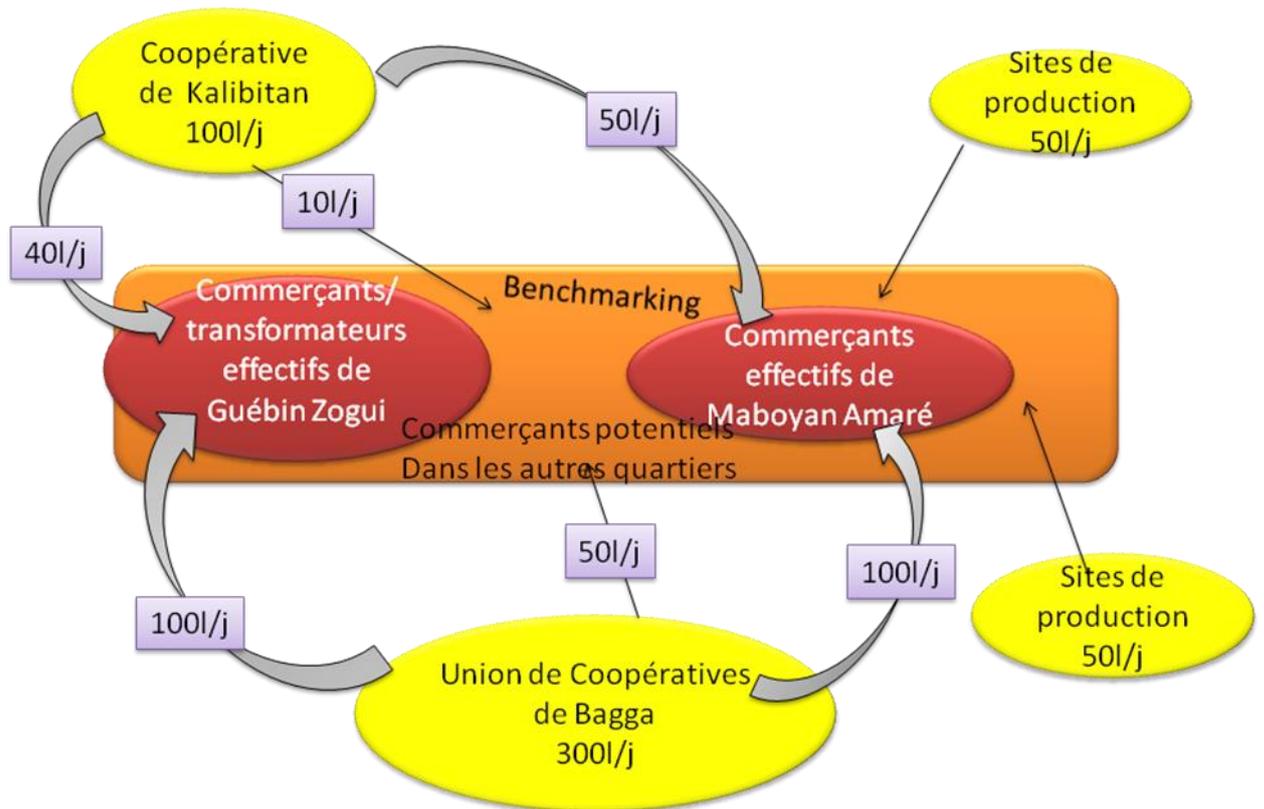
- Conduire une étude technico-économique sur la transformation du lait de chamelle
- Développer un modèle d'affaire bancable ressortant les orientations stratégiques,
- Faciliter leur partenariat avec des institutions financières
- Accompagner dans l'installation et le démarrage

**Stratégie 4 :** Développer des actions de communication afin que les consommateurs soient suffisamment informés de la disponibilité et de l'accessibilité des produits. Ces actions de communication pourront concerner la publicité, les vente promotionnelle, les journaux, l'organisation de foires sur le lait de chamelle, la dotation de chaque point de vente en panneaux publicitaire...)

**Stratégie 5 :** Avant toute action à l'endroit de la Mini-laiterie Kossam-Aren GIE, il serait préférable de mener une analyse de rentabilité ou du moins actualiser les éléments de l'analyse si elle a été récemment faite. Faire des propositions de stratégies commerciales afin de développer les activités de la mini-laiterie.

**Stratégie 6 :** Initier une méthode de collecte innovante basée sur le système « **Milk for Animal feed** » dans les zones où la pesanteur sociologique sur la commercialisation du lait de chamelle est réelle. Ceci conduira à prévoir des banques à aliments bétail à proximité de ces zones, banque qui seront prises en charge par les privés qui reçoivent le lait mais la SNV pourra accompagner dans la mise en place et fonctionnement de ces BAB.

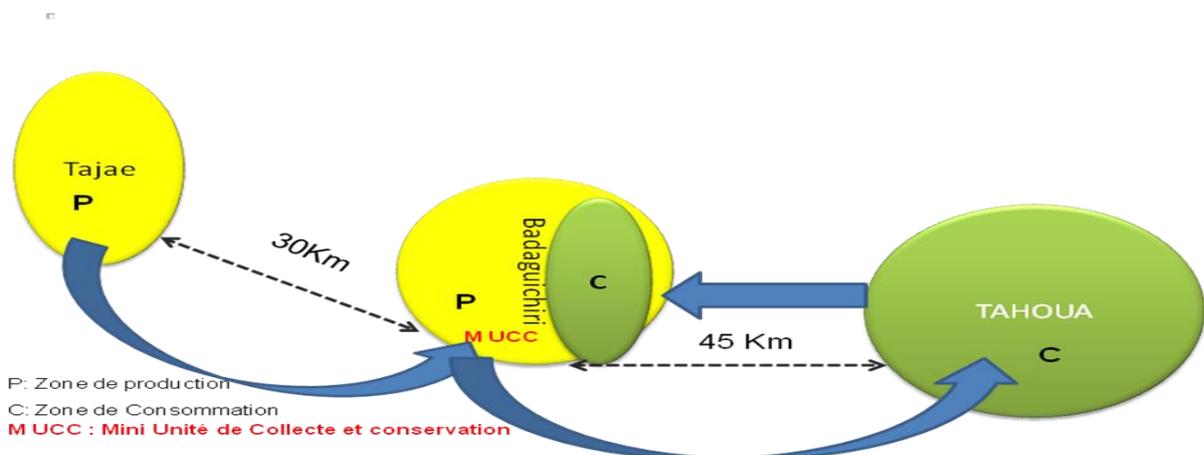
De façon spécifique nous pensons qu'à court terme la carte de distribution du lait de chamelle depuis les producteurs jusqu'aux consommateurs via les commerçants devra changer. Les deux unions de coopératives à Kalibitan et à Bagga devront augmenter leur capacité de production. En dehors des anciens commerçants ils ravitailleront les commerçants potentiels identifiés au cours de l'enquête. Les producteurs individuels et nouvelles coopératives qui vont être mises en place par le projet rentreront aussi dans la carte.



## 9.2. Département d'Illéla

Deux communes sont intéressantes dans ce département ; il s'agit de la commune de Badaguichiri et celle de Tajaé. Elles seront considérées comme des zones de production avec une potentielle demande solvable à Badaguichiri.

En termes de stratégie, on doit structurer les producteurs des deux communes et les connecter au marché situé une partie à Badaguichiri et une autre à Tahoua. On pourra installer un mini centre de collecte de lait de chamelle à Badaguichiri qui sera alimenté par des sites de production situés dans le département dans les rayons de 50Km de Badaguichiri.



**Graphique10** : Stratégie de promotion de la filière/ Badaguichiri

### 9.3. Département de Konni

- Les producteurs

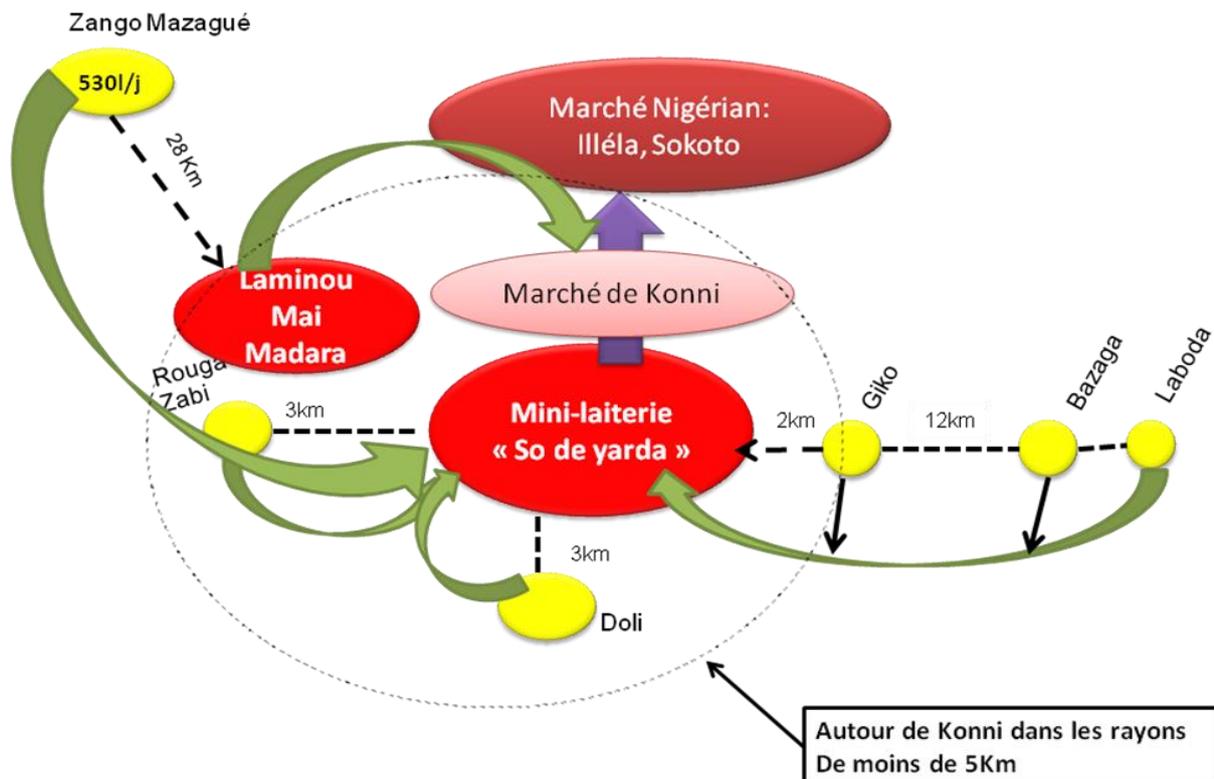
La plus grande zone de production qui concentre un potentiel considérable est Nobi. En matière de stratégie, ces producteurs doivent être sensibilisés, structurés puis connectés au marché. Commanditer une étude de rentabilité et de faisabilité de d'un centre de collecte à Malbaza pour les groupements de producteurs de Nobi afin que les zones de Malbaza et Doguérawa soient ravitaillées et le surplus vendu à la mini-laiterie de Konni. Les producteurs de Zango Mozagué pourront être structurés et connectés au marché de Tsernawa et Konni.

- Les commerçants

L'enquête a permis d'identifier deux acteurs principaux avec lesquels on peut développer la filière à Konni.

- La mini-laiterie « Nono sahel » des groupements féminins So da yarda et Kokari

Cette mini-laiterie a été mise en place par le projet PASEP et réhabilitée par la SNV en 2012. Elle a une capacité de transformation d'environ 200 litres mais environ 10% de cette capacité est exploitée. Dans le cadre de la promotion de la filière à Konni, cette mini-laiterie pourra être appuyée. Etant donné la proximité du marché Nigérian, il serait nécessaire d'accroître la capacité de production de la mini-laiterie, connecter les producteurs de l'axe Bazaga, et des sites de production de moins de 10 km tout autour de la ville de Konni à la mini-laiterie. Avant tout appui, il serait opportun de réaliser une analyse de rentabilité avec un plan stratégique afin de bien orienter les appuis.



**Graphique11:** Stratégie de promotion de la filière/ Konni

- Le revendeur individuel « Laminou Mai Madara » du vrai nom Laminou OUSMANE (Tel : 92 46 10 03).

Il collecte actuellement entre 25 et 30 litres de lait de vache le reconditionne à l'aide d'un thermo soudeuse dans des sachets destinés au « pure water ». Il engrange une marge de 12 000/jour sur cette activité qui lui prend environs trois (3) heures de temps dans la soirée. Il enregistre déjà des demandes en lait de chamelle et est prêt à s'engager dans cette dynamique avec une quantité initiale de 20 litres/jour.

*A l'issue de cette étude de marché, l'équipe recommande vivement qu'une analyse de la filière du lait de chamelle à l'échelle de toute la région de Tahoua soit commanditée et que la présente étude de marché s'étende vers les autres départements non couverts jusqu'ici.*

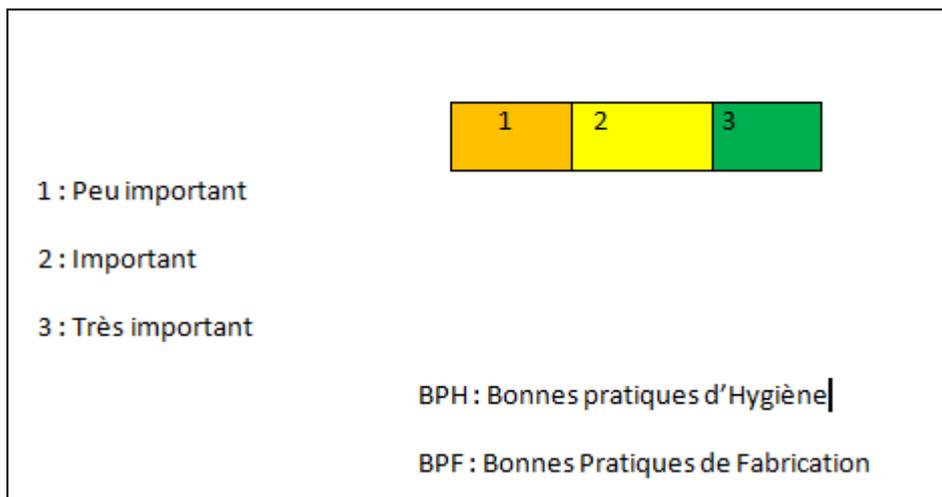
## Récapitulatif des actions de court terme inscrites dans les stratégies de promotion de la filière

En dehors des actions transversales telles que la communication et les différentes études de faisabilité pour les centres de collecte, d'autres actions intermédiaires à court terme sont nécessaires pour booster cette filière

Zones	Acteurs ciblés	Actions	Degré d'importance
Tahoua	Producteurs	<b>APT1.</b> Structuration (organisation en association et coopératives...)	2
		<b>APT2.</b> Formation en vie associative	1
		<b>APT3.</b> Formation sur Hygiène <sup>14</sup> de la traite et sur les BPH dans la manipulation du produit	3
		<b>APT4.</b> Mise en relation des producteurs avec les commerçants.	3
	Collecteurs	<b>ALT1.</b> Formation sur l'hygiène alimentaire	3
	Transformateurs (GIE AREN Kossam, Ibrahim Kader )	<b>ATT1.</b> Renforcement de capacités sur les BPH et BPF	3
		<b>ATT2.</b> Appui à la formalisation (enregistrement au RCCM...)	2
		<b>ATT3.</b> Plan de restructuration	3
		<b>ATT4.</b> Plan marketing	3
		<b>ATT5.</b> Business plan avec mise en place d'outils de gestion	3
		<b>ATT6.</b> Dotation en petits matériels (collecte, transport, conservation, conditionnement...)	2
	Commerçants (Cibler quelques uns puis organiser des foires de partage de connaissances)	<b>ACT1.</b> Formation sur les BPH et BPF	2
		<b>ACT2.</b> Appui en marketing et gestion	2
		<b>ACT3.</b> Dotation en petits matériels	1
	Badaguichiri-Tajae	Tous les acteurs	<b>AB1.</b> Sensibilisation, identification puis structuration des producteurs de la zone

<sup>14</sup> Proposer des mesures d'hygiène qui soient en adéquation avec les conditions des différents sites puis qu'il ya des sites qui manquent cruellement d'eau

		<b>AB2.</b> Mise en place une petite unité de collecte de lait de chamelle	2
		<b>AB3.</b> Mise en relation avec les coopératives avec les commerçants et/ou transformateurs de Tahoua et Badaguichiri via l'unité de collecte.	2
<b>Konni</b>	<i>Producteurs</i>	<b>APK1.</b> Sensibilisation et structuration des producteurs des noyaux semi-nomades de Konni et des sédentaires de Zango Mozagué et Nobi	2
		<b>APK2.</b> Formation des producteurs en hygiène de la traite	3
		<b>APK3.</b> Mise en relation des producteurs avec les commerçants	2
	<i>Transformateurs (So de yarda , Laminou Mai madara)</i>	<b>ATK1.</b> Renforcement de capacités sur les BPH et BPF	2
		<b>ATK2.</b> Appui à la formalisation (enregistrement au RCCM...)	1
		<b>ATK3.</b> Business plan avec mise en place d'outils de gestion et plan marketing	3
		<b>ATK4.</b> Dotation en petits matériels (collecte, transport, conservation, conditionnement...)	2
	<i>Commerçants</i>	<b>ACK1.</b> Formation sur les BPH et BPF	2
		<b>ACK2.</b> Appui en marketing et gestion	2
		<b>ACK3.</b> Dotation en petits matériels	2



## X. LE LAIT DE CHAMELLE ET LE MARCHE MONDIAL

Il est certain que le lait de chamelle soit moins connu que le lait des autres espèces animales sur le plan mondial. Cependant les vertus qu'il contient ont commencé par susciter des dynamiques dans certains pays du monde qui prennent des initiatives intéressantes quant à la promotion de cette filière.

### 10.1. La Mauritanie

L'entreprise privée Tiviski créée en 1989 avait pour objectif la valorisation du lait de chamelle. Du fait de la sous utilisation des capacités installées, elle a décidé traiter les autres laits (vache, chèvre...). Par la suite, l'entreprise s'est agrandie et a étendue son activité, avec une gamme de 14 produits pour une production moyenne de treize mille (13 000) litres de lait par jour. Depuis 2002 Tiviski a réussi un partenariat de transfert de technologie avec le groupe français Candia qui va révolutionner son existence en la dotant une ligne UHT. Ceci lui a permis avec l'aide de la FAO et du CIRAD d'explorer le marché européen (France, Grande bretagne...) et le marché asiatique.

Actuellement, le lait de chamelle est transformé en trois sous-produits: en dehors du traditionnel « **Zrik** », il y a le **fromage** « Caravane », surnommé le "camelbert" **le lait de chamelle pasteurisé, le lait de chamelle fermenté pasteurisé, le cosmétique**

Gamme de produits

Fromage caravane

Lait de chamelle pasteurisé

Lait de chamelle fermenté pasteurisé



## 10.2. Le Maroc

Le lait de chamelle en poudre sera bientôt disponible dans le marché de l'Union européenne. C'est l'objectif du groupe allemand Vitamol Camel Dairy & Products qui s'est associé à l'homme d'affaires marocain Abdelkader Saoudi pour lancer, dès mi-2013, une unité de production de lait de chamelle en poudre au Maroc. Les produits seront commercialisés sous la marque Vitamol. L'un d'entre eux sera destiné aux bébés car, aux yeux des promoteurs du projet, les bébés ont de plus en plus de mal à tolérer le lactose.

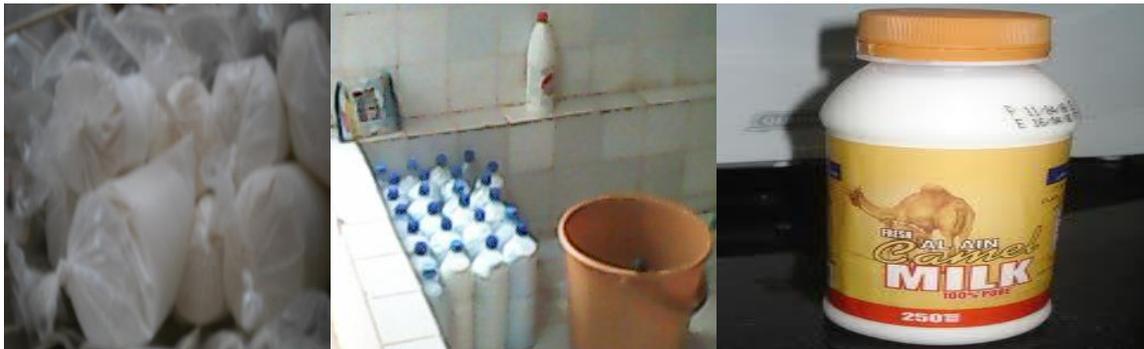
## 10.3. Les Emirats Arabes Unies

La Commission européenne pour la santé et la politique des consommateurs a autorisé les importations de lait de chamelle en provenance de l'émirat de Dubaï (Emirats arabes unis). Cette décision fait suite à l'accord des Etats membres le 6 février 2013 dernier.

## 10.4. Les produits dérivés à base du lait de chamelle au Niger et ailleurs

Niger

Dubaï



Kenya, Ethiopie et Somalie



## CONCLUSION

En définitif, il ressort de cette étude de marché que la filière lait de chamelle a encore un long chemin à parcourir. Si les récentes études prouvent l'évidence d'un réel potentiel en lait de chamelle dans la région de Tahoua, la présente étude vient confirmer cette évidence.

En revanche, le potentiel que présente la demande est encore plus grand qu'il semble dépasser toute imagination, estimé à environ **280 941 601 F/Jour**. En effet l'un des éléments les plus criards dans cette étude c'est la grande inadéquation entre l'offre et la demande ; l'offre potentielle représente environ 5% de la demande totale en saison sèche et 3% en saison pluvieuse. On note déjà la présence de quelques acteurs sur la filière aussi bien en amont qu'en aval, ce qui est un signe encourageant quant aux efforts de promotion de cette filière par la SNV. Par ailleurs, d'autres acteurs potentiels semblent être passionnés par le produit et peuvent éventuellement intégrer la dynamique. Le plus grand travail reste la mobilisation de l'offre, la sensibilisation et la structuration des producteurs. Il faudrait également encourager la production intensive et stimuler la demande par des actions de communication et impliquer aussi les acteurs institutionnels et l'Etat car en cette filière repose une grande potentialité en matière de lutte contre la pauvreté et la sécurisation de revenus des ménages eu égard à l'Initiative 3N, et aux autres politiques de développement du Niger.

## **BIBLIOGRAPHIE**

**Laouli Sama, Dr Elhadj Souley Ahmadou, Nata Traoré, Saratou Malan Goni, Amanaya Ag Irrichid**, (2012) : « Etude exploratoire de collecte d'information pour le développement de la chaîne de valeur du lait de dromadaire dans la région de Tahoua » SNV, DGPIA, CTB, 17 Pages

**Cabinet Agri-Bilan Konni** : identification et diagnostic des acteurs clefs de la chaîne de valeur lait dans les départements de Konni et malbaza (Région de Tahoua), Rapport final, octobre 2012, 37 pages.

**Amanaya Ag Irrichid**, (2012) : « Identification et de diagnostic des acteurs clefs de la chaîne de valeur lait dans le Département de Tahoua/Région de Tahoua » ONG AHROG, 20 pages

**FAO, Département Production et Santé Animale**, (2003) « Lait de chamelle pour l'Afrique, comptes rendus atelier international », ONG KARKARA/CIRAD, 222 Pages

**Kouassi Messan AGUE** (1998) : « Etude de la filière du lait de chamelle en Mauritanie » Thèse de doctorat à la Faculté de Médecine, de Pharmacie et d'Odonto-Stomatologie de Dakar- EISMV, 135 Pages

**IRAM, GRET** (2008) « l'Etude de l'impact sur la hausse des cours de lait sur les producteurs et les consommateurs, cas du Niger »

**Eric Paré** (2006) « Analyse de la consommation du lait et des produits laitiers, cas de Bobo Dioulasso » Diplôme d'Ingénieur en Développement Rural, IDR de IPB, 55 Pages

**Centre Local de Développement (CLD) de Beauce Sartigan** (2007) « Guide d'Etude de Marché » Canada 25 Pages

**Zakary Rhissa**, (2010) revenue du secteur de l'élevage au Niger ; FAO/SFW

**Alain Bernard** (2002) « Une laiterie UHT en Mauritanie : Tiviski », transfert de technologie et développement

# ANNEXE

---

## A1 : LISTE DETAILLEE DES CLIENTS

### Tahoua

N°	Type de Structure	Responsable	V.R	V.P	Contact	Quartier
1	Coopérative	Ousmane Rabedine	25	50	96495191	Moboya Amaré
2	Boutique/Alimentation	Moussa	18	36		Moboya Amaré
3	Unité de transf	Ibrahim Kader	0	200	96 88 32 78	Moboya Amaré
4	Centre L C Kajal	Mohamed khamed	0	20	90787813	Sabon gari
5	Coopérative	Mohamed Alhassane	18	100	96899926	Guebin zobi
6	Unité de transf	Zenaibou Roua	5	40	96245602	Guebin zobi
7	Boutique/Alimentation	Ibrahim ahamadou	10	50	96976306	Guebin zobi
8	Revendeur	Goma Modibo	22	50	96068045	Moboya Amaré
9	Boutique/Alimentation	Mohamed Abdramane	12	30	96461861	Moboya Amaré
10	Boutique/Alimentation	Harouna Kako	0	20	96882193	Tassigui
11	Boutique/Alimentation	Mahamadou Bilal	35	100	90779363	Moboya Amaré
12	Restaurant	Issoufou Arzika	0	10	96340749	Moboya Amaré
13	Boutique/Alimentation	Oumarou fodi	0	5	96383912	Moboya Amaré
14	Boutique/Alimentation	Abdoulaye Idrissa	0	5	94224161	Sabon gari
15	Boutique/Alimentation	Abdoulrachid	0	5	99986997	Sabon gari
16	Boutique/Alimentation	Issoufou Ibrahim	0	5	96348039	Sabon gari
17	Restaurant	Amina Garba	0	10	96986144	Sabon gari
18	Boutique/Alimentation	Illiasou Bachirou	0	10	96324665	Zoulanché
19	Boutique/Alimentation	Daga alain	0	5	98229641	Zoulanché
20	Boutique/Alimentation	Moctar Jeanson	0	10	96875753	Zoulanché
21	Boutique/Alimentation	Ibrahim Ahmed	0	5	97414167	Zoulanché
22	Boutique/Alimentation	Malan Issa	0	5	96260138	Zoulanché
23	Boutique/Alimentation	Abdoulkader	0	5	97986307	Zoulanché
24	Boutique/Alimentation	Issoufou Abdou	0	10	96925885	Kourfey
25	Boutique/Alimentation	Hama Issa	0	20	93896741	Sabon gari
26	Boutique/Alimentation	Abdoulkader Abdoulaye	0	15	96883563	Sabon gari
27	Restaurant	Sakina Ahamet	0	25	99114411	Sabon gari
28	Boutique/Alimentation	Moussa salifou	0	10	96423023	Sabon gari
29	Minimarket	Alhouseynu Moussa	0	17	96180083	Sabon gari
30	Restaurant	Boubacar Mossi	0	10	96272806	Face Tribune
31	Unité de transf	Nono lafia	0	100	94946760	Toudou Moré
32	Unité de transf	Idama	0	10	96272920	Route Aéroport
33	Restaurant	Hama Malan bouzou	5	10	94982414	Guebin zobi
<b>TOTAL</b>			<b>150</b>	<b>1003</b>		

### Badaguichiri

N°	Type de structure	Responsable	Vente potentielle (L/j)	Contact	
1	Boutique/Alimentation	Ibrahim Atta	5	96920671	
2	Boutique/Alimentation	Assoumane Issa	4	97978854	
3	Boutique/Alimentation	Djafar Souley	10	97305670	
4	Boutique/Alimentation	Elhadj Abdoulrazouk	15	96982180	
5	Boutique/Alimentation	Abdoul Razouk Issoufou	5	97545437	
6	Boutique/Alimentation	Elhadj Godabi	16	97181638	
7	Boutique/Alimentation	Aboubacar Seibou	5	96396618	
8	Boutique/Alimentation	Yacouba Kadi	5	91921335	
9	Boutique/Alimentation	Elhadj Arzika	5	96007512	
10	Boutique/Alimentation	Salha Adja	66	97307518	Grossiste
11	Boutique/Alimentation	Zakari Ousmane	33	96067408	Grossiste
12	Boutique/Alimentation	Bello Halilou	66	97414193	Grossiste
<b>TOTAL</b>			<b>235</b>		

### Doguérawa

N°	Type de structure	Responsable	Vente potentielle (L/j)	Contact
1	Boutique/Alimentation	Garba Moussa	5	99247894
2	Boutique/Alimentation	Ibrahim Illiassou	5	99358617
3	Boutique/Alimentation	Abdou Araga	10	91302081
4	Boutique/Alimentation	Mawoya Labo	10	97284290
5	Boutique/Alimentation		10	
6	Boutique/Alimentation		10	
7	Boutique/Alimentation		10	
<b>TOTAL</b>			<b>60</b>	

### Tsanaoua

N°	Type de structure	Responsable	Vente potentielle(L/j)	Contact
1	Boutique/Alimentation	Hayatou Assoumane	20	98471613
2	Boutique/Alimentation	Abdoulkader Abdoul	10	96848615
3	Boutique/Alimentation	Issoufa Souley	5	99635581
4	Boutique/Alimentation	Amadou Illiassou	2	91957184
5	Boutique/Alimentation	Ibrahim Idé	5	96738204
6	Boutique/Alimentation	Adamou Oumarou	20	96241721
7	Boutique/Alimentation	Boubacar Mamoudou	10	98458147
8	Boutique/Alimentation	Nana Mariama	22	96068045
<b>TOTAL</b>			<b>94</b>	

## Konni

N°	Type de structure	Responsable	Vente potentielle (L/j)	Contact
1	Boutique/Alimentation	Abdoul Aziz Harouna	5	96495972
2	Boutique/Alimentation	Mamane Sanou	10	96124574
3	Boutique/Alimentation	Kabirou Ibrahim	25	97099580
4	Boutique/Alimentation	Idrissa Djibo	20	96438922
5	Boutique/Alimentation	Gamatié Agika	20	94811191
6	Boutique/Alimentation	Ali Hamidou	5	97919031
7	Boutique/Alimentation	Abdoul Moutalib M	15	96007901
8	Boutique/Alimentation	Yousseuf Aboubacar	5	96180359
9	Boutique/Alimentation	Laminou Ousmane	20	92461003
10	Boutique/Alimentation	Boubacar Harouna	5	96040781
11	Boutique/Alimentation	Boureima Djibo	5	96550007
12	Minilaiterie YAYA	Zeinabou Touré	25	96605357
13	Hôtel NEVADA	Idrissa Yacouba	Intermédiaire	99000098
14	Hôtel ETRANNE	Abass Diallo	10	98111057
15	Restaurant Africain YA ALIME	Saratou Djiboudi	Intermédiaire	96658383
16	Restaurant Ivoire	Kadri Mamadou	Intermédiaire	98741273
TOTAL			170	

## Niamey

N°	Type de structure	Responsable	Ventes R (l/j)	Ventes P (L/j)	Contact
1	Boutique station AREWA	Mohamed Ahmadou	15	50	96 53 14 90
2	Alimentation Air-Azawak		30	60	91 07 28 62
3	Station Rimbo	Ali Rimbo	25	50	90 01 30 85
4	Station Bobiel		15	30	
5	Boutique Rond point 6ém	C. Billal	0	20	
6	Station Niger oil Bobiel		10	20	
7	Autres clients de Habsou		20	100	
TOTAL			115	330	

## **A2 : LISTE DES PERSONNES CONTACTEES**

### **Tahoua**

<b>N°</b>	<b>Noms et Prénoms</b>	<b>Fonction - structure - adresse - contacts</b>
1.	Souley AHAMADOU	Directeur régional Adjoint de l'élevage /96 89 69 09
2.	Abdou IDI	Responsable production animale/DRE/96 13 61 48
3.	Salifou SIAKOU	Directeur départemental de l'élevage/97 50 73 92
4.	Ousmane RABEDINE	Président du cadre de concertation de l'élevage/96 49 51 91
5.	Iddi BAKO	Directeur de LABOCEL/ 90 23 84 48
6.	Moussa Ziné SAREY	Directeur régional du commerce /96 28 75 35
7.	Mariama MAHAMADOU	Présidente de l'Union NIA DA HANGANESSA/96 64 39 04
8.	Zenabou ROUA	Présidente du groupement Kossam AREN/96 94 56 02
9.	Hamidou DIOGA	Chef d'escale NIJMA Transport/96 52 24 52
10.	Ibrahim KADRI	PDG Société Tarmamoun Ader
11.	Hamadou SEIFOU	Hôtel Amitié/ 96 98 17 41
12.	Aboubacar Mossi	Gérant Restaurant le délice
13.	Mamane OUSMANE	Chef d'escale SONITRAV/96 16 08 56
14.	Mohamed BELLO	Chef d'escale Aîr Transport/96 52 61 00
15.	Ali IBRAHIM	Responsable 3STV Tahoua/96 89 24 98
16.	Abdou SAMAD	SG Coopérative Kalibithan/ 93 88 07 70
17.	Amina GARBA	Responsable Restaurant la CLASS

### **Badaguichiri**

<b>N°</b>	<b>Noms et Prénoms</b>	<b>Fonction - structure - adresse - contacts</b>
18.	Oumarou TAWAYE	Vice-Maire/ 97 33 24 94
19.	Hawata IBRAHIM	Agent marie/96 55 68 17
20.	Moutari M	Paravétérinaire/ 96 49 82 01

### **Illéla**

<b>N°</b>	<b>Noms et Prénoms</b>	<b>Fonction - structure - adresse - contacts</b>
21.	Abouzeidi ALMOU	Maire Illéla/ 98 45 92 21
22.	Ibrahim AMADOU	Directeur départemental Adjoint élevage/ 96 52 90 13
23.	Amadou MAHAMADOU	Vétérinaire, Responsable SVPP Illéla/94 02 50 74

## Tajae

N°	Noms et Prénoms	Fonction - structure - adresse - contacts
24.	Soumana AMADOU	Vice Maire/ 96 51 81 36
25.	Akhadam MOHAMED	Chef groupement/ 96 30 60 00
26.	Mohamed ABDOU	Chargé de mission présidence/90 91 91 35
27.	Ghissa AGHALI	Représentant chef de village/ 96 36 56 39

## Tsernawa

N°	Noms et Prénoms	Fonction - structure - adresse - contacts
28.	Boubé NOMAOU	Maire de Tsarnaoua/ 96 56 86 28
29.	Mamane MAINASSARA	Directeur Communal de l'élevage/ 96 88 11 09

## Konni

N°	Noms et Prénoms	Fonction - structure - adresse - contacts
30.	Samaila OUSMANE	Maire de Konni/ 94 30 25 53
31.	Issoufou Baré MAHAMANE	LCB, responsable cabinet Agri-bilan Konni/96 18 26 56
32.	Abass DIALLO	Gérant, Etranne Hôtel/ 98 11 10 57
33.	Zeinabou TOURE	Présidente comité de gestion mini laiterie «yaya » 96 60 53 57
34.	Alou MAHATA	Gérant Hôtel NEVADA/ 98 59 00 28
35.	Saratou GIBOUJI	Responsable restaurant africain YAALIME / 96 65 83 83
36.	Kadri MAMADOU	Restaurant Ivoire / 98 74 12 73