



Commercialisation et consommation de la volaille traditionnelle en Afrique subsaharienne

ISSA Y^{1,3*}, L.Y. MOPATE², A. MISSOHOU³

¹ Institut Universitaire des Sciences et Techniques d'Abéché (IUSTA), BP: 6077 N'Djaména (Tchad)

² Laboratoire de Recherche Vétérinaire et Zootechnie de Farcha (LRVZ), BP : 433 N'Djaména (Tchad)

³ Laboratoire d'Alimentation et de Nutrition Animale (LANA), Ecole Inter-états des Sciences et Médecine Vétérinaires (EISMV) de Dakar, BP: 5077 Dakar-Fann (Sénégal)

* Auteur pour la correspondance : e-mail : issa_you@yahoo.fr

Mots clés : Aviculture traditionnelle, Commercialisation, Consommation, Acteurs, Afrique subsaharienne

Keywords: Traditional Poultry, Marketing, Consumption, players, Sub-Saharan Africa

1 RÉSUMÉ

En Afrique subsaharienne (ASS), l'élevage de volaille est très répandu et joue un rôle important dans la satisfaction des besoins domestiques et économiques pour des millions de petits producteurs généralement démunis. La vente des volailles permet aux ménages ruraux de générer des revenus en espèces. Cette synthèse fait un état des lieux sur la commercialisation et la consommation de la viande de volaille traditionnelle en ASS à travers la vente, la transformation et la consommation. Il en ressort que le commerce de volailles traditionnelles passe par des circuits courts et longs et met en jeu différentes catégories d'acteurs dans l'approvisionnement des marchés ruraux et urbains. Ces acteurs empruntent différents moyens de transport et des emballages selon les distances et le nombre de poulets acquis. Le niveau de la consommation des volailles est influencé par les manifestations religieuses, festives, les habitudes alimentaires, le niveau des revenus, les formes de transformations. Les critères organoleptiques de la volaille traditionnelle dictent la préférence de la majorité des consommateurs par rapport aux produits de l'élevage semi-industriel. Si les poulets souffrent rarement d'interdit, les pigeons et canards sont indexés dans certains pays pour des appréhensions d'ordre coutumière. Pour mieux organiser et structurer la filière volaille locale et lui permettre de satisfaire la demande, la production des connaissances dans chaque pays s'impose.

Marketing and consumption of indigenous poultry in sub-Sahara Africa

ABSTRACT

In sub-Saharan Africa (SSA), poultry farming is widespread and plays an important role in meeting the domestic needs for millions of generally economic poor small producers. The sale of poultry allows rural households to generate cash income. This summary is an overview of the marketing and consumption of poultry meat in SSA through traditional sales, processing and consumption. It appears that poultry trade involves different categories of players in the supply of rural and urban markets. These players take differ in means of transport and packaging and the number of chickens purchased. The level of consumption of poultry is influenced by the religious events, festive, food habits, income levels, types of transformations. Organoleptic criteria of indigenous poultry dictate the preference of the majority of consumers with respect to livestock products, semi-industrial.



Chicken is seldom forbidden but pigeons and ducks are feared in some countries due to customary practices. To better organize and structure the local poultry industry to enable it to meet demand, the production knowledge in each country is required.

2 INTRODUCTION

En Afrique subsaharienne, l'aviculture rurale représente une part importante de l'économie nationale en général et de l'économie rurale en particulier (Sonaiya et Swan, 2004). Outre son rôle socioculturel, la volaille villageoise constitue une source intéressante de revenus et de protéines animales alimentaires pour les populations rurales (Dessie et Ogle 1996 ; Gondwe *et al.*, 2005 ; Mandal *et al.*, 2006 ; Guèye, 2010 ; Emuron *et al.*, 2010). Elle joue un rôle important non seulement dans la subsistance du ménage, mais aussi dans l'économie des populations des zones rurales (Sonaiya et Swan, 2004). Du fait de ses nombreuses potentialités (espèce à cycle court, de production plus facile et nécessitant peu d'investissements, accessible à tous), elle occupe aujourd'hui une place de choix dans les stratégies de développement et de lutte contre la pauvreté dans la plupart des pays en voie de développement (Sonaiya et Swan, 2004). La commercialisation des volailles est l'une des rares occasions pour les ruraux, de générer rapidement des revenus en espèces pour subvenir à leurs besoins (Aklilu *et al.*, 2007 ; Guèye, 2010). Ces revenus sont utilisés pour

l'achat des biens de consommation familiale, contribuant ainsi au bien-être familial (Aklilu *et al.*, 2007).

Les différents acteurs qui interviennent dans l'activité jouent un rôle principal dans la collecte, le transport et la commercialisation de poulets villageois au niveau de marchés des villages et dans les centres urbains (Okot, 1990). De plus, la viande des poulets locaux est très appréciée et plus chèrement payée par les consommateurs africains, qui la trouvent de bonnes qualités organoleptiques, en comparaison à celle des souches exotiques ou commerciales importées (CTA, 1987 ; Ba, 1989 ; Gueye, 1998 ; Aklilu *et al.*, 2007 ; Teno, 2009). La transformation des poulets villageois constitue aujourd'hui une activité importante pour les acteurs de ce maillon (Ouedraogo et Zoundi, 2001). Cette synthèse dresse un état des lieux sur la commercialisation et la consommation de la volaille traditionnelle en Afrique subsaharienne. Autrement dit, elle analyse la filière en aval à travers la vente, la transformation et la consommation de volaille traditionnelle.

3 COMMERCIALISATION DE LA VOLAILLE TRADITIONNELLE

L'élevage de volailles a toujours joué un rôle important dans la satisfaction des besoins domestiques et économiques pour des millions de petits producteurs généralement démunis (Dessie et Ogle 1996 ; Gondwe *et al.*, 2005 ; Guèye, 2005 ; Mandal *et al.*, 2006 ; Emuron *et al.*, 2010). Les poulets locaux sont commercialisés généralement à l'état vivant (Emuron *et al.*, 2010) (photo). Les vendeurs et les acheteurs échangent des produits dont les valeurs peuvent être hautement différentes

(Missohou *et al.*, 2002 ; Gondwe *et al.*, 2005). Il est fréquent de rencontrer des producteurs échangeant entre eux quelques poulets contre un mouton ou une chèvre (Aklilu *et al.*, 2007 ; Kugonza *et al.*, 2008). Ainsi, Missohou *et al.* (2002) ont signalé qu'au Sénégal, les agriculteurs échangent six poulets locaux pour une chèvre. En Ouganda, la volaille est utilisée pour payer la main-d'œuvre (Kugonza *et al.*, 2008).



Photo : Poulets indigènes exposés à la vente sur un marché hebdomadaire du village

La commercialisation des volailles est l'une des rares occasions pour les ménages ruraux, de générer des revenus en espèces notamment les agriculteurs sans accès à la terre ou à d'autres ressources telles que les petits ruminants et/ou bovins (Guèye, 2009 ; Aklilu *et al.*, 2007). La paysanne n'hésite pas à prélever quelques œufs ou prendre carrément un ou deux poulets pour les vendre aux collecteurs qui viennent souvent jusqu'au village afin de satisfaire aux besoins immédiats de la famille (sel, piment, thé, sucre). La possession de volailles assure des degrés variables d'exploitation durable et de stabilité. Au Cameroun, 18 % des produits de l'aviculture sont destinés à la vente (Fotsa *et al.*, 2007). Au Burkina Faso, 40 % des poulets locaux produits sont vendus par les ménages en milieu rural (Yaméogo, 2003). A Jamma en Ethiopie, les ménages ont reconnu que leurs poulets sont destinés dans 38 % de cas à la vente (Mammo *et al.*, 2008). Des résultats similaires ont été aussi obtenus au Nord-ouest de l'Ethiopie (Halima *et al.*, 2007). Au Niger, dans la région Keita, 38 % des poulets produits sont utilisés par les éleveurs pour la vente (Bell et Abdou, 1995). Sur les marchés, les ventes des poulets sont régulières pendant toute l'année (Guèye *et al.*, 1998). Cependant, des variations des périodes de vente sont observées au cours de l'année entraînant de fortes fluctuations au niveau des prix sur les marchés. Ainsi, les études réalisées par Aklilu *et al.* (2007) et Emuron *et al.* (2010) montrent que la vente et le prix de volailles augmentent sensiblement avec les saisons, les festivités de fin

d'année et les fêtes religieuses, tandis qu'elle (la vente) chute pendant la période de pré-Pâques et pré-Noël. L'activité de vente de volailles sur les marchés ruraux est dominée en majorité par les femmes. Elles représentent 40 à 58 % en Ethiopie (Aklilu *et al.*, 2007), 88 % au marché de Kalerwe en Ouganda (Emuron *et al.*, 2010), 74 % au Botswana (Guèye, 2003) et plus de 50 % au Nigéria (Alabi *et al.*, 2006). Au Sénégal, le système de commercialisation de la volaille est informel et peu développé (Guèye *et al.*, 1998). Cependant, le critère poids et la taille de volailles sont les seuls mis en jeu lors de l'achat du poulet du pays (Guèye *et al.*, 1998 ; Teno, 2009). Toutefois, les résultats de l'analyse du système de commercialisation du poulet du pays dans le département de Dakar, rapportent que le poids est le critère le plus recherché par les ménages et les restaurateurs alors que pour les sacrifices la couleur de plumage et le sexe sont les critères les plus recherchés (Teno, 2010). Sur les marchés ruraux au Sénégal et au Malawi, les mâles sont plus vendus que les femelles (Guèye *et al.*, 1998 ; Gondwe *et al.*, 2005). Dans des nombreux pays d'Afrique subsaharienne, les commerçants estiment que le coût de transport, les taxes et les maladies constituent des contraintes majeures à la commercialisation de poulets villageois (Kaudia et Kitalyi, 2002; Guasi *et al.*, 2004 ; Emuron *et al.*, 2010).

3.1 Circuits commerciaux : Selon Boris et Couty (1981), le circuit est défini comme une succession d'intermédiaires et de lieux par lesquels



transitent pendant une période définie, des flux de produits, de monnaies et d'information sur la demande et l'offre. En effet, l'étude d'une filière de production ne se limite pas aux activités commerciales mais couvre l'ensemble des activités d'amont et d'aval. Elle comprend la chaîne des activités réalisées par les éleveurs, les marchands, les transporteurs et les consommateurs (Earis et Couty, 1981). Les circuits de commercialisation de volaille traditionnelle en Afrique subsaharienne sont informels (Branckaert et Guèye, 1999 ; Mlozi et al., 2003). Ces circuits qui concernent la vente des poulets et des œufs sont importants et complexes, tant par l'importance des échanges que par le nombre des courants qui les caractérisent (Gondwe et al., 2005). Les producteurs vendent à la fois aux grossistes, aux détaillants et aux consommateurs (Charles-Eric, 2006). Le courant le plus important est celui qui s'effectue dans le sens villages-centres urbains. Il est régulier mais intermittent. Ainsi, certains villages ou petits centres sont réputés pour l'importance de leurs marchés (Dare, 1977).

3.1.1 Circuits courts : ils sont caractérisés par un faible nombre ou une absence d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur et/ou une faible distance entre ceux-ci. Ces circuits permettent également aux producteurs de retirer une plus grande valeur ajoutée des produits commercialisés (Moustier, 1999). En effet, il est fréquent de trouver des petits marchés dans chaque village et commune dans la région où les paysans apportent leurs produits pour les vendre soit directement aux consommateurs soit aux commerçants.

3.1.2. Circuits longs : Dans les circuits longs, la volaille fait l'objet de chaînes de vente relativement longues. Le taux de marge est beaucoup plus élevé au stade de détail en milieu urbain qu'au stade de collecte en milieu rural. Les coûts de transports pénalisent plus les productions rurales que les productions urbaines, surtout dans les pays d'Afrique tropicale humide. Les pouvoirs de négociation entre producteurs et commerçants dépendent étroitement de la distance du lieu de production au marché urbain. De plus, des liens étroits de fidélisation existent entre fournisseurs et distributeurs (Moustier, 1999).

3.2 Moyens de transport du poulet : En Afrique subsaharienne (ASS), il n'existe pas de moyens spécialisés pour le transport de poulets locaux (Byarugaba, 2007). Le mode de transport est très varié et dépend de la proximité du marché du

village (Moustier, 1999). Au niveau du village, les déplacements s'effectuent à pied, à l'âne, à cheval ou en chariot. On observe le plus souvent le long des routes des colonnes d'hommes et de femmes qui se rendent au marché hebdomadaire en utilisant différents moyens de transport (Gondwe et al., 2005, Emuron et al., 2010). Au Tchad, la bicyclette est le moyen le plus utilisé par les collecteurs villageois et les ambulants détaillants, alors que le camion sert pour le transport des effectifs plus importants et sur de grandes distances (Baalam, 1975). La motocyclette est de plus en plus utilisée dans le transport des volailles. A Bongor au sud du Tchad par exemple, 50 % des commerçants assurent le transport de volailles avec des motocyclettes contre 23% en bicyclettes, 12 % en véhicules et 15 % à pieds sur des faibles distances (Mopaté et Djimé, 2012). La majorité des commerçants (52,9 %) transportent les poulets de l'Est de l'Ouganda vers le marché de Kampala par des autobus, par motocyclettes (7,8 %) et par des camions gros porteurs (92,2%) dans lesquels sont également embarqués des bovins et d'autres produits agricoles (Emuron et al., 2010). Pour des centres d'achat très éloignés, le transport des volailles en véhicule s'impose. Les poulets vivants collectés aux marchés villageois sont confinés dans des cages de nature différente et de dimensions variables. Les cages sont souvent poussiéreuses et insalubres et ne sont presque jamais nettoyées ou désinfectées (Emuron et al., 2010). Si l'effectif est petit, les poulets sont attachés sur les côtés de camion. Si l'effectif est grand, les animaux sont placés dans des cages non appropriées, souvent mal disposées et soumises aux conditions de stress thermique (chaleur) pendant de longues heures entraînant beaucoup de pertes (Knowles et Broom, 1990 ; MacCaluim et al., 2003 ; Nijdam et al., 2005).

3.3 Approvisionnement en poulets villageois : La majeure partie de la consommation urbaine repose sur l'approvisionnement des villes en produits agricoles provenant souvent de l'intérieur du pays (Zallé, 1999). Pour la filière volaille, si dans certaines villes d'Afrique la production industrielle de poulets de chair est en plein essor, cela n'est pas le cas pour d'autres où l'approvisionnement des villes en poulets reste largement dépendant de l'élevage familial rural (Zoundi, 1997 ; Moustier, 2001). Au Tchad, les opérateurs de la filière de la volaille se tournent de plus en plus vers l'élevage



traditionnel à cause du faible développement de la production semi-industrielle (Mopaté *et* Idriss, 2002 ; Mopaté, 2010a et 2010b).

3.4 Acteurs de l'approvisionnement : La filière d'approvisionnement de la volaille du secteur traditionnel comprend une série d'acteurs qui sont en général des producteurs, des commerçants, des collecteurs, des intermédiaires et des consommateurs (Ouedraogo et Zoundi, 2001). Les poulets vivants et les œufs sont soit vendus directement aux consommateurs soit à des intermédiaires ou à détaillants (Aklilu *et al.*, 2007).

3.4.1 Producteurs : ce sont les éleveurs ruraux de poulets traditionnels qui pratiquent un mode de production extensive avec peu d'intrants. Ces producteurs vendent leurs produits directement aux consommateurs ou à des intermédiaires sur le marché (Aklilu *et al.*, 2007). En Ouganda, 46 % des commerçants de Kampala achètent des poulets provenant directement des ménages agricoles en milieu rural (Emuron *et al.*, 2010).

3.4.2 Collecteurs : ce sont des marchands qui s'occupent du commerce de la volaille, pour qui ce commerce représente une source de revenu et d'activités économiques. Ces commerçants font le lien entre les producteurs et autres opérateurs économiques ou les consommateurs de la filière. Ces opérateurs se déplacent de village en village pour collecter des œufs et poulets et les diriger vers les marchés urbains. Les marchés ruraux constituent les lieux d'approvisionnement des collecteurs (Okot, 1990 ; Ouedraogo et Zoundi ; 1999 ; Dessie et Ogle 2001 ; Mlozi *et al.*, 2003 ; Gondwe *et al.*, 2005 ; Emuron *et al.*, 2010). Entre dans cette catégorie, toutes les personnes qui n'élèvent pas de volailles ou du moins ne sont pas reconnues comme des aviculteurs mais qui en commercialisent. Les collecteurs constituent un monde hétéroclite où l'on rencontre toutes les catégories socioprofessionnelles. Ils jouent un rôle dans la collecte et le transport de poulets vers les commerçants urbains (Okot, 1990).

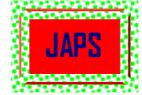
Certains intermédiaires exercent à titre personnel et d'autres travaillent pour le compte de grossistes à qui ils remettent les produits dès leurs achats effectués. D'autres encore sont des commerçants ambulants qui changent d'activités au gré des saisons ou des spéculations rentables (Jeannôt, 1998). Les études réalisées par Emuron *et al.* (2010) en Ouganda, Dessie et Ogle (2001) en Ethiopie, Mlozi *et al.* (2003) en Tanzanie, Gondwe *et al.*

(2005) au Malawi et Ouedraogo et Zoundi, (2001) au Burkina Faso mettent en évidence la présence des intermédiaires dans la chaîne de commercialisation de poulets villageois. Ainsi, à Kampala en Ouganda, 50 % des commerçants sont approvisionnés en poulets par des intermédiaires (Emuron *et al.*, 2010). Ces derniers génèrent 65 % de bénéfices plus que les producteurs (Mlozi *et al.*, 2003). Les intermédiaires payent aux producteurs un tiers du prix des poulets offert sur les marchés urbains (Kitalyi, 1998). On distingue les collecteurs villageois et les collecteurs ou grossistes urbains (Ouedraogo et Zoundi, 2001).

3.4.3 Collecteurs villageois : ce sont des acheteurs locaux ruraux généralement des agriculteurs qui viennent chercher dans le commerce de la volaille un moyen pour étendre leur champ d'activité économique. Ils parcourent les villages et les marchés ruraux pour acheter les poulets auprès des producteurs. Ces collecteurs peuvent disposer de leurs propres capitaux, achètent les poulets et les revendent aux grossistes. Certains collecteurs agissent aussi en tant qu'intermédiaires au service des grossistes. Ainsi, ces collecteurs regroupent les poulets en des lots suffisamment importants pour être transférés au grossiste moyennant un salaire ou une commission.

3.4.5 Grossistes urbains : en général, ils achètent les poulets avec les collecteurs villageois et les producteurs. Avec les collecteurs villageois, des rendez-vous sont pris dans un village donné où tous les collecteurs des villages environnants se rendent à la rencontre du grossiste. Il faut noter que chaque grossiste a ses clients collecteurs-livreurs, ce qui signifie une segmentation du marché (Ouedraogo et Zoundi, 2001). Le plus souvent, ces grossistes travaillent sur des effectifs très importants de volailles. Ils ont pour principaux clients les détaillants, les collectivités, les restaurants, les hôtels. La principale fonction des grossistes consiste à équilibrer les disponibilités du marché en fonction de la demande, et à faire venir la volaille des lieux où elle est abondante et bon marché vers ceux où elle est relativement rare et coûteuse.

3.4.6 Revendeurs urbains : ce sont des demi-grossistes qui rencontrent les grossistes à leur retour, à l'entrée de la ville, et prennent le produit pour le revendre aux détaillants, aux hôtels-bars-restaurants et aux grilleurs. C'est seulement dans le cas où le produit n'est pas entièrement enlevé par les revendeurs urbains que le grossiste peut lui-



même le vendre aux grilleurs et aux restaurateurs (Ouedraogo, et Zoundi, 2001).

3.4.7 Détaillants : c'est le groupe le plus important sur le plan des effectifs, le plus diversifié de par sa composition. On y rencontre des différentes tranches d'âge et des différentes catégories socio-professionnelles. Les détaillants se rencontrent dans les points de vente précis où ils vendent les poulets aux consommateurs que sont les ménages (Ouedraogo, et Zoundi, 2001).

4 CONSOMMATION DE POULETS TRADITIONNELS

Différents facteurs économiques et socio-culturels sont susceptibles d'influencer la consommation de la volaille (Solomon *et al.*, 2003 ; Budiastra *et al.*, 2006). Au nombre de ces facteurs, il y a les manifestations religieuses, festives, les habitudes alimentaires, le niveau des revenus, les formes de transformations. Les manifestations religieuses et les fêtes affectent de manière significative la consommation de poulets. Ainsi, les études réalisées en Ethiopie (Aklilu *et al.*, 2007) et en Ouganda (Emuron *et al.*, 2010) montrent que la consommation de la viande de volailles augmente avec les festivités de fin d'année et les fêtes religieuses et diminue pendant la période de jeûne avant Pâques. Ces auteurs ajoutent que la consommation de volaille par les ménages est plus élevée pour les ménages dirigés par une femme que pour les ménages dirigés par des hommes. La consommation de volaille notamment les poulets ne connaît pas d'interdit religieux, contrairement à la viande porcine chez les musulmans et les chrétiens orthodoxes ((Tedele et Ogle 2001). La transformation des poulets constitue une activité importante pour les acteurs de ce maillon dans les grandes agglomérations africaines. A Ouagadougou, les principaux lieux de transformation du poulet du pays sont les bars-restaurants, les abords des rues et les hôtels. Les différents produits transformés sont le poulet rôti, le poulet grillé, le poulet sauté, le poulet au four « poulet télévisé » (Ouedraogo et Zoundi, 2001). Au Cameroun, Awono *et al.*, (2005) ont montré que pour 86 % des ménages, le principal déterminant dans le choix du poulet reste le prix. Seuls 9 % des ménages achètent le poulet pour son goût et sa chair succulente. Le reste (5 %) des ménages achètent les découpes importées de poulets parce que la cuisson est facile. Concernant les revenus tirés de cette activité, les données disponibles sont absentes. Toutefois, la dépense

3.4.8 Consommateurs : ils sont au bout de la chaîne. A l'opposé de producteurs, les consommateurs ont une propension à consommer s'ils disposent des revenus élevés qui leur permettent de se nourrir convenablement. Leur forte ou faible demande des produits agricoles, notamment les poulets traditionnels, à une incidence sur la production.

pour la nourriture dans les pays africains suit la loi d'Engel. Cette loi affirme que lorsque le revenu s'accroît, les dépenses aussi augmentent, mais que la proportion du revenu dépensée pour l'alimentation décroît. De même que l'accroissement régulier du revenu entraîne l'amélioration du niveau de vie, il est évident que l'amélioration du niveau de vie ne s'opère pas au même rythme suivant les catégories socioprofessionnelles. L'étude réalisée par Teno (2009) sur les déterminants de la consommation du poulet du pays dans la région de Dakar au Sénégal a montré que, les localités pauvres malgré leur faible pouvoir d'achat ont cependant tendance à accorder un grand budget à l'alimentation du fait de la taille de ménage élevée.

4.1 Habitudes alimentaires : en ASS, la population est attachée aux traditions alimentaires. Les consommateurs ne choisissent pas seulement leur alimentation en fonction des contenus caloriques et du prix ; les caractéristiques qualitatives, en liaison avec le mode de préparation et les référents socioculturels, sont cruciaux dans le choix des produits (Chaléard *et al.*, 2002). Le niveau moyen de consommation des ménages en poulet est plus élevé en Ethiopie (un poulet et huit œufs) qu'en Gambie avec un poulet en deux mois et une consommation très négligeable en œufs (Aichi *et al.*, 1998). Cette différence est due à une utilisation plus importante par les éthiopiens dans les plats traditionnels à la fois d'œufs et de viande de poulet servi lors d'occasions spéciales (sauce aux œufs, poulet frit et ragoût de poulet). En Tanzanie, le poulet est souvent consommé sous forme braisée (Mlozi *et al.*, 2003). La question genre transparait dans les habitudes de consommation de la viande de poulet. Ainsi, certains organes tels que le gésier sont réservés aux hommes au Botswana, en Ethiopie, au Kenya, au Lesotho, au Mozambique, en Namibie, au Swaziland, en Tanzanie et en Ouganda (Gueye,



2001b). Il en est de même du cou au Kenya. Il est même strictement interdit aux femmes de consommer de poulet dans certaines localités de la Tanzanie et du Kenya (Gueye, 2001b). Par ailleurs, il existe des restrictions et interdictions par rapport à l'élevage de certaines espèces avicoles et à la consommation de leurs produits (viande et surtout les œufs) dans certaines communautés locales en Afrique (Guèye *et al.*, 2000). C'est le cas de réticence à l'élevage des canards par certaines communautés africaines et la consommation de ses produits qu'ils considèrent comme impropres. Certaines communautés sénégalaises considèrent l'élevage de la pintade comme étant un signe de pauvreté alors que d'autres le considèrent comme étant associées au bon augure (Guèye, 2005). Chez les *Sereer* de l'Ouest du Sénégal, la consommation de la viande de pigeon est prohibée aux jeunes filles. Cette viande aurait des effets négatifs sur leur virginité et leur future maternité ou prolificité (Guèye et Bessei, 1995). De plus, dans beaucoup de communautés rurales en ASS, la consommation d'œufs est souvent interdite aux enfants et aux femmes enceintes.

4.2 Critères organoleptiques : ils entrent en ligne de compte dans la consommation des poulets traditionnels. Ainsi, le poulet est apprécié par presque tous les ménages et les consommateurs d'Afrique subsaharienne, comme étant une viande de très bonne qualité organoleptique (Gandemer et Kim 1993, Guèye *et al.*, 2000, Teno, 2009). Sa chair est jugée très tendre ; elle se sépare facilement des os après cuisson dans les sauces africaines

5 CONCLUSION

Il ressort de cette étude une diversité d'acteurs dans la commercialisation du poulet villageois vifs et transformé. Ces acteurs empruntent des circuits soit courts soit longs pour approvisionner les différents marchés de consommation. On note également une diversité de moyens de transport utilisés dans le commerce de volailles traditionnelles selon les effectifs. De plus, il apparaît que les facteurs socio-culturels, les manifestations religieuses influencent de manière significative aussi bien la commercialisation que la consommation de poulets

6 BIBLIOGRAPHIE

Aichi J. K: 1998. Village chicken production systems in rural Africa. Household food security and gender issues. Food and

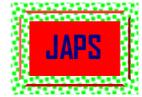
(Gandemer et Kim 1993). Le goût et l'aspect ferme et résistant de la chair sont les principales raisons qui motivent le choix de la consommation du poulet du pays dans les ménages (Teno, 2009). Selon cet auteur, l'aspect naturel, la richesse en vitamines (aspect nutritionnel) sont également les raisons qui motivent le choix du poulet du pays dans la ration au niveau de la région de Dakar. Dans les pays fortement islamisés comme le Sénégal, les consommateurs préfèrent le plus souvent le poulet vivant au poulet abattu (Aly, 1982). Dans quelques villes du Tchad, les poulets acquis vivants au marché peuvent y être abattus et plumés à la demande des clients (Mopaté, 2010a ; Mopaté et Djimé, 2012). Pour les citadins, la préférence des poulets locaux par rapport aux poulets exotiques réside dans la croyance selon laquelle ils sont plus savoureux et n'ont pas de résidus de médicaments. Le goût perçu est considéré comme l'attribut principal qui attire les consommateurs de Kampala (56,7%) vers les poulets locaux. Ces critères sont suffisants pour que les consommateurs payent plus cher pour l'achat de poulet local en Ouganda (Emuron *et al.*, 2010) et au Malawi (Gondwe *et al.*, 2005).

Au Sénégal, Guèye *et al.* (2000) ont rapporté qu'en 2000, le prix moyen relevé au niveau de cinq marchés de Dakar a été de 1892 FCFA/kg viande de poulet local, ce prix étant de 24,6% supérieur à celui de la viande issue du poulet exotique. Les consommateurs sont donc disposés à payer plus pour avoir la viande de poulet local.

traditionnels. Cependant, des données disponibles sur les dépenses engagées dans la consommation de poulets traditionnels tant dans les ménages que dans les lieux de transformation hors-foyer sont peu nombreuses. Il serait nécessaire qu'une étude soit entreprise sur ces aspects en vue d'améliorer la connaissance de cette filière, considérée comme véritable levier de développement socio-économique et de lutte contre la pauvreté en milieu rural.

Agriculture Organization of the United Nations (FAO), Rome.

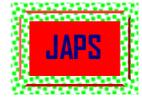
Agbédé G.B., Teguia A. et Mandjeli Y., 1995. Enquête sur l'élevage traditionnel des



- volailles au Cameroun. *Tropicultura*, 13: 22-24
- Aklilu H.A., Almekinders C.J.M, Udo H.M.J., Van Der zijpp A. J : 2007. Village poultry consumption and marketing in relation to gender, religious festivals and market access. *Tropical Animal Health and Production*. 39:165-177
- Alabi R.A., Esobhawan A.O., Aruna M.B: 2006. Econometric determination of the contribution of the family poultry to the women's income in the Niger- Delta, Nigeria. *Journal of Central European Agriculture* 7: 753-760
- Aly D : 1982. Le poulet de chair au Sénégal production commercialisation perspectives de développement. Thèse: Méd. Vét: Dakar; 8.
- Awono B.C., Laroche D.C., Grongnet J.-F., Vermersch D., Havard M., Lhuissier A: 2005. Déterminants de la consommation urbaine de poulet de chair au Cameroun : cas de la ville de Yaoundé, Atelier « Agriculture et développement urbain en Afrique de l'Ouest et du Centre », Yaoundé, Cameroun, 30 Octobre - 3 Novembre.
- Ba Y.M: 1989. La consommation des denrées alimentaires d'origines animales (D .A.O.A.) face à la tradition et à l'islam au Sénégal. Thèse Méd. Vét., EISMV : Dakar, 61
- Balaam F: 1975. Contribution a l'étude du développement de l'aviculture au Tchad: Production d'œufs de consommation et de poulets de chair. Thèse: Méd. Vét: Dakar; 1
- Bell J.G. and Abdou I: 1995. Dynamics of village poultry production in the Keita region of Niger. *Nigerian J. Anim. Prod.*, 22, 141-144.
- Boris, P et Couty : 1981. Quelques propositions pour l'étude de la commercialisation des produits agricoles en Afrique. Amira n° 53 Paris.
- Budiasra I.G.S., Udo H.M.J., AJ Van der Zijpp, Murti T.W., Bailiarti E., Murti T.W : 2006. Fêtes religieuses et de l'offre et la demande des petits ruminants dans le centre de Java - Indonésie, (thèse de doctorat, la dynamique de développement des petits ruminants dans le centre de Java, en Indonésie, systèmes de production animale, l'Université de Wageningen, Pays-Bas).
- Branckaert R.D.S. and Guèye E.F: 1999. FAO's programme for support to family poultry production. In *Poultry as a Tool in poverty Eradication and Promotion of Gender Equality - Proceedings of a Workshop*. <http://www.husdyr.kvl.dk/htm/php/tune99/24-Branckaert.htm>
- Byarugaba D. K : 2007. The structure and importance of the commercial and village based poultry industry in Uganda, A consultancy report for FAO, Kampala, 54p.
- Chaléard J., Moustier P. et Leplaideur A : 2002. L'approvisionnement vivrier des villes en Guinée : entre fragilité et dynamisme, *Autrepart* 23 : 5-23
- Charles-Eric B : 2006. Première évaluation de la structure et de l'importance du secteur avicole commercial et familial en Afrique de l'Ouest. Synthèse des rapports nationaux Bénin, Cameroun, Mali, Niger, Sénégal et Togo. Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture. Rome. 48p.
- CTA : 1987. Œuf de brousse ou poule de luxe. *Spore-Bulletin CTA*, 1987, 8,16 pages. Adresse URL : [<http://nzdl.sadl.uleth.ca/cgi-bin/library>], consulté le 10/06/2009
- Dare I : 1977. Contribution a l'étude de l'aviculture au NIGER. Thèse: Méd. Vét: Dakar; 9.
- Dessie T. and Ogle B : 1996. A Survey of Village Poultry Production in the Central Highlands of Ethiopia. Part I of M.Sc. Thesis. Swedish University of Agricultural Sciences, Department of Animal Nutrition and Management.
- Earis P.I. et Couty P.H: 1981. prix, marchés et circuits commerciaux africains. Quelques propositions pour l'étude de la commercialisation des produits agricoles en Afrique. O.R.S.T.O.M, Paris, 52p.
- Emuron N., Magala H., Kyazze F.B., Kugonza D.R., Kyarisiima C.C: 2010. Factors influencing the trade of local chickens in Kampala city markets. *Livestock Research for Rural* 22:4
- Fotsa J. C., Rognon X., Tixier-Boichard M., Ngou Ngoupayou J. D., Pone Kamdem D., Manjeli Y. et Bordas A : 2007. Exploitation de la poule locale (*Gallus gallus*) en zone de forêt humide du Cameroun. *Bulletin de Santé et de Production Animales en Afrique*, 55 : 59-73



- Gandemer G. et Kim I.E : 1993. Quelques éléments objectifs de comparaison de la qualité de la viande de poulets label et standard. Proceedings of the 11th European Symposium on poultry meat, Tours, 119-127.
- Gausi J.C.K., Safalaoh A.C.L., Banda J.W. and Ng'ong'ola Ntcheu D.H: 2004. Characterisation of the smallholder poultry marketing systems in rural Malawi. A case study of Malingunde extension planning area. *Livestock Research for Rural Development (LRRD)*, Vol. 16, Art. #97. Retrieved May 7, 2011, from <http://www.Irrd.org/Irrd16/12/kaus16097.htm>
- Gondwe N., Wollny B.C.A. and Kaumbata W.T: 2005. Marketing system and channels for scavenging local chickens in Lilongwe, Malawi. *Livestock Research for Rural Development (LRRD)*, 17: 3
- Guèye E. F., Ndiaye A . and Branckaert R. D. S: 1998. Prediction of body weight on the basis of body measurements in mature indigenous chickens in Senegal, *Livestock Research for Rural Development (LRRD)*, 10:3
- Guèye E.F., Dieng A. and Dieng S: 2000. Meat quality of indigenous and commercial chickens in Senegal. Proceedings of an International Workshop on Issues in Family Poultry Research and Development (Sonaiya E.B., Ed.), pp. 146-152.
- Guèye E.F: 1998. Village egg and fowl meat production in Africa. *World's Poultry Science Journal* 54: 73-86.
- Guèye E.F: 2001. Promoting cultural and gender equality in rural Africa through family poultry. *World Poultry* 17: 12-16.
- Guèye E.F: 2003. Méthodes et stratégies de formation et de vulgarisation en aviculture familiale. *Livestock Research for Rural Development (LRRD)*, 15 (12). Retrieved May 7, 2011, from <http://www.Irrd.org/Irrd15/12/guey1512.htm>
- Guèye E.F : 2005. Le rôle de la volaille villageoise et des petits ruminants pour la réduction de la pauvreté et la facilitation de la sécurité alimentaire. Rapport de l'atelier mouvements. Du 7 au 8 novembre 2005 Ouagadougou (Burkina Faso).
- Guèye E.F : 2010. Filière avicole dans le monde, en Afrique et au Tchad. Actes de l'Atelier, pour le Développement de l'Aviculture Professionnelle au Tchad (DAPIT), du 09 au 12 juin 2009, à N'Djaména (Tchad), Grimaud P. et Mathieu L. (éd.). Ministère de l'Elevage et des Ressources Animales (MERA), International Finance Corporation (IFC) of the World Bank Group, FAO, Service de Coopération et d'Action Culturelle (SCAC) de l'Ambassade de France, Laboratoire de Recherche Vétérinaires et Zootechniques (LRVZ), p. 9 – 13
- Halima H., Naser F. W. C., Tadelle D., Van Marle-Koster E. and De Kock A: 2007. Village-based indigenous chicken production system in north-west Ethiopia. *Tropical Animal Health and Production*, 39, 189-197
- Jeannot M. D. K : 1998. Politique agricoles et promotion rurale au Congo-Zaïre (1885-1997) Politique Science. Harmattan, 654p.
- Kaudia T.J. and Kitalyi A.J: 2002. The Bangladesh model and other experiences in family poultry development: Commercializing rearing of village chicken in Kenya. INFPDE. Conferences International Network for Family Poultry Development (INFPD) www.fao.org/ag/AGAinfo/themes/en/infpd/econf_bang.html
- Kitalyi A.J: 1998. Village chicken production in rural Africa, household food security and gender issues. Animal Production and Health Paper No. 142. Food and Agricultural Organisation of the United Nations, Rome.
- Knowles T. G. and Broom D.M: 1990. The handling and transport of broilers and spent hens. *Applied Animal Behavior Science* 28: 75-91
- Kugonza R.D., Kyarisiima C.C. and Iisa A: 2008. Indigenous chicken flocks of Eastern Uganda: I. Productivity, management and strategies for better. *Livestock Research for Rural Development* 20: 9
- MacCaluim J. M., Abeyesingh S. M., White R. P. and Wathes C. M: 2003. A continuous-choice assessment of the domestic fowl's aversion to concurrent transport stressors. *Animal Welfare* 12: 95-107
- Mammo M., Berhan T. and Tadelle D: 2008. Village chicken characteristics and their seasonal



- production situation in Jamma District, South Wollo, Ethiopia. *Livest. Research for Rural Development (LRRD)*, 20 (7), URL address: <http://www.lrrd.org/lrrd20/7/meng20109.htm>
- Mandal K. M., Khandekar N., et Khandekar P: 2006. L'élevage de volailles dans le district de Bareilly Backyard de l'Uttar Pradesh, en Inde. *Livestock Research For Rural Development (LRRD)*, 18 :7
- Missohou A., Dieye P.N. and Talaki E: 2002. Rural poultry production and productivity in Southern Senegal. *Livestock Research for Rural Development*, 14: 2
- Mlozi M.R.S., Kakengi A.V.M., Minga U. M., Mtambo A. M., Olsen J. E: 2003. Marketing of free range local chickens in Morogoro and Kilosa urban markets, Tanzania. *Livestock Research for Rural Development* 15
- Mopaté L.Y. et Idriss O.A: 2002. Etat du développement de l'aviculture familiale au Tchad. *Etudes et Recherches Sahéliennes*, Insah. Bamako, Mali, 4-5
- Mopaté L. Y: 2010a. Revue du secteur avicole du Tchad. Projet OSRO/CHD602/EC, Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO), Financement Union Européenne. 72 p: http://www.fao-ectad-bamako.org/fr/IMG/pdf/Chad_FR_.pdf
- Mopaté L. Y: 2010b. La filière volaille locale dans l'approvisionnement en viande des villes : cas de la ville de N'Djaména au Tchad. Actes de l'Atelier, pour le Développement de l'Aviculture Professionnelle au Tchad (DAPI), du 09 au 12 juin 2009, à N'Djaména (Tchad), Grimaud P. et Mathieu L. (éd.). Ministère de l'Elevage et des Ressources Animales (MERA), International Finance Corporation (IFC) of the World Bank Group, FAO, Service de Coopération et d'Action Culturelle (SCAC) de l'Ambassade de France, Laboratoire de Recherche Vétérinaires et Zootechniques (LRVZ), p. 14 – 18
- Mopaté L. Y. et Djimé M: 2012. Approvisionnement et transformation hors-foyer de la volaille villageoise dans la ville de Bongor, Tchad. *Revue Scientifique du Tchad (RST)*, 11 (1 spécial) : 63 – 73
- Moustier P: 1999. Agriculture urbaine en Afrique de l'ouest. Une contribution à la sécurité alimentaire et à l'assainissement des villes. In : Complémentarité entre agriculture urbaine et agriculture rurale. Centre de recherche pour le développement international.
- Moustier P: 2001. Spécificités des systèmes périurbains dans l'approvisionnement des villes africaines. In : Marchés urbains et développement laitier en Afrique subsaharienne : actes de l'atelier international, 9-10 septembre 1998, Montpellier, France, CIRAD, 37-41.
- Nijdam E., Delezie E., Lambootj E., Nabuurs M. J. A., Decuypere E. and Stegeman J. A: 2005. Processing, products, and food safety - Comparison of bruises and mortality, stress parameters, and meat quality in manually and mechanically caught broilers. *Poultry Science* 84: 467-474
- Okot M.W: 1990. A co-operative Approaches to smallholder Rural Poultry Production in Uganda. In: Smallholder Rural Poultry Production. Proceedings of a CTA Seminar, Thessaloniki, Greece, October, 9-13, pp. 249-253
- Ouedraogo S. et Zoundi S: 2001. Approvisionnement de la ville de Ouagadougou en poulets de chair. *International Development Research Centre*. 15 p. Accès Internet http://www.idrc.ca/en/ev-33703-201-1-DO_TOPIC.html (pages consultées en avril 2009).
- Salomon A., Workalemahu, A., Jabbar M., Ahmed M., Hurnissa, B: 2003. Commercialisation du bétail en Ethiopie. Un examen de la structure, les performances et les initiatives de développement, (socio-économique et politique de recherche Document de travail 52; International Livestock Research Institute, Nairobi, Kenya).
- Sonaiya E.B. et Swan S.E.J: 2004. Production en aviculture familiale, un manuel technique. Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture, Rome, 140.
- Tadelle D. and Olge B: 2001. Village poultry production systems in the central highlands



- of Ethiopia. *Tropical Animal Health and Production*, 33:521-537
- Teno G : 2009. Etude des déterminants de la consommation du poulet du pays : cas de la région de Dakar (Sénégal). Thèse: Méd. Vét: Dakar; 36
- Teno G : 2010. Analyse du système de commercialisation du poulet du pays dans le département de Dakar (Sénégal). Mém : Master : Dakar ; 3
- Zallé D : 1999. Agriculture urbaine en Afrique de l'Ouest : Une contribution à la sécurité alimentaire et à l'assainissement des villes. Centre de recherches pour le développement international, Centre technique de coopération agricole et rurale.
- Zoundi, S.J : 1997. Interaction agriculture-élevage et développement agricole en zone semi-aride d'Afrique Sub-saharienne, Communication présentée lors du Comité Technique National sur le thème Élevage-Population-Environnement, 8-10 décembre 1997 à Ouagadougou, 14 p.
- Yameogo N : 2003. Etude de la contribution de l'aviculture traditionnelle urbaine et péri urbaine dans la lutte contre les pathologies aviaires au Burkina-Faso. Université de Ouagadougou : UFR/SVT, IDRC, Rapport AGROPOLIS