

Réseau National des Chambres d'Agriculture du Niger
Chambre Régionale d'Agriculture de Dosso / Chambre Régionale d'Agriculture de Tahoua



Rédaction : Aïssa Kimba et Balkissa Seyni Issa (RECA), Docteur Hamey Soumana Hamza (CRA Dosso), Docteur Leïla Mahaman Bassirou (CRA Tahoua) / 15 mai 2023.

Système d'information en élevage

Diagnostic participatif des besoins en conseils et informations et des canaux de diffusion

1. Contexte général de l'action

L'élevage constitue une activité économique de premier plan au Niger qui occupe plus de 87% de la population active soit comme activité principale, soit comme activité secondaire. Son apport est en moyenne de 15% au revenu des ménages et de 25% à la satisfaction des besoins alimentaires.

Pour les agro-éleveurs et les autres acteurs de filières animales, l'accès à l'information est capital pour minimiser les risques liés au climat et au marché afin de mieux rentabiliser leurs activités économiques. Au Niger malgré l'avancée enregistrée depuis une bonne décennie dans le domaine des TIC, très peu d'agro-pasteurs les utilisent pour s'informer sur les cours des marchés des animaux et des produits dont ils ont besoin et sur la disponibilité et les conditions d'accès à l'eau et aux pâturages, etc.

Pour permettre aux éleveurs et agro-éleveurs de minimiser ce risque et de profiter véritablement de leurs activités, plusieurs projets/programmes ont contribué à la mise en place de quelques systèmes d'information au Niger dont :

- Le Système d'Information sur les Marchés à Bétail (SIM-B) du Ministère en charge de l'élevage avec l'appui technique et financier des partenaires ;
- Le Système d'Information sur la Transhumance (SIT), développé par VSF- Belgique en collaboration avec la Direction du développement pastoral du Ministère de l'élevage du Niger dans deux (2) régions (Dosso et Tillabéry) ;
- Le Système Endogène d'Information et de Suivi Pastorale (SEISPa) mis en place par l'Association pour la Redynamisation de l'Élevage au Niger (AREN) dans la région de Diffa avec l'appui de CARE International. Il est animé par les membres de AREN, et les Services Techniques Déconcentrés de l'Élevage (STD/Élevage) de la région.

Ces systèmes ne couvrent pas totalement les besoins des éleveurs/agro-éleveurs, les autres acteurs professionnels ainsi que les potentiels investisseurs dans les différentes filières / chaînes de valeurs animales au Niger.

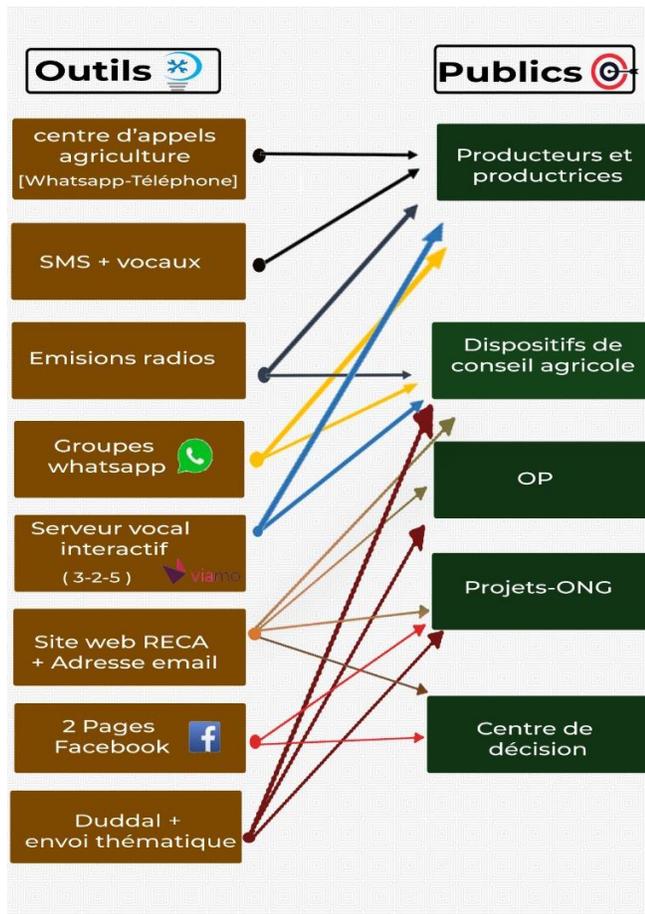
En 2020, le RECA en collaboration avec Enabel dans le cadre du Programme d'Appui au Développement de l'Élevage (PRADEL) a expérimenté l'application du dispositif e- Extension en élevage, qui est le Centre d'Appel en Elevage (CAEL). A la suite de cette expérience de CAEL, quelques améliorations restent encore à faire dont :

- La maîtrise de certaines thématiques en élevage liées aux préoccupations des éleveurs ;
- Le renforcement du personnel de l'équipe opérationnelle ;
- Le renforcement en équipements et matériels techniques (smartphone des éleveurs).

Partant de ce constat, le **Projet de Renforcement de l'Entreprenariat en Elevage (REEL Mahita)** du Portefeuille Niger-Belgique 2022-2026, compte renforcer l'amélioration et la mise à l'échelle du CAEL.

2. Rappel : mise en place des premiers centres d'appels

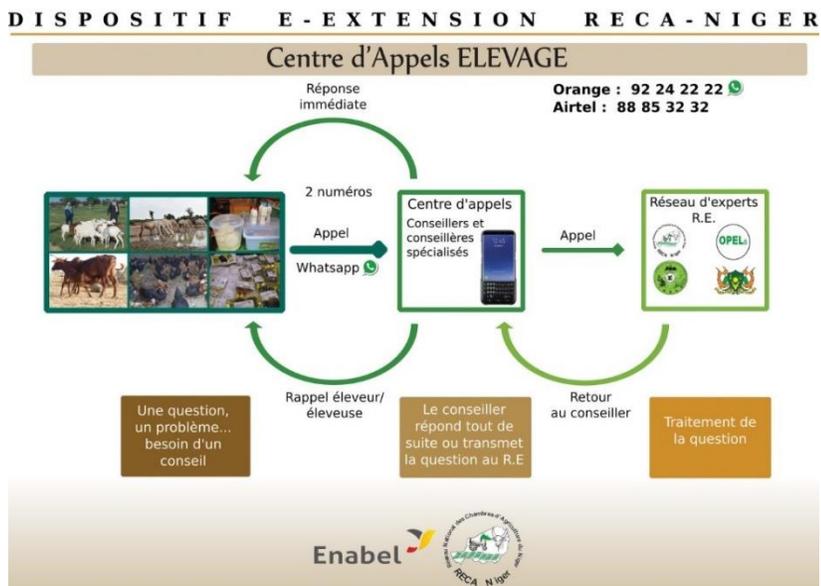
Le RECA a démarré en 2017, un Centre d'Appels pour fournir des conseils agricoles et des informations sur les thématiques liées à la protection phytosanitaire, le prix en gros de produits maraichers sur le marché de Niamey et les semences des cultures maraichères et pluviales. Les services du Centre d'Appels ont été élargis en 2018 sur les cultures pluviales et à l'élevage, en 2019 sur la pisciculture, les intrants, l'aviculture, l'arboriculture, et l'irrigation.



Le Centre d'Appels est animé par des téléconseillers soutenus par des « personnes ressources » pour répondre aux préoccupations des acteurs des chaînes de valeur. Ces personnes sont le personnel du RECA et aussi des personnes ressources « volontaires » de la Recherche, des Ministères ou autres structures, et également des producteurs ou éleveurs expérimentés. Elles sont volontaires car elles ne sont pas rémunérées pour les réponses qu'elles donnent.

Le Centre d'Appels est l'élément central d'un dispositif « e-Extension » ou conseil agricole à distance qui comprend des outils digitaux (SMS, messages vocaux, groupes WhatsApp, serveur vocal interactif) mais aussi des notes écrites et des émissions radio. Conseils et informations doivent être adaptés à différents publics (agriculteurs, éleveurs, agropasteurs, exploitations de type ferme, exploitations familiales, personnel des dispositifs de conseil, etc.) et la diffusion s'appuie sur différents outils.

En 2020, le RECA, en collaboration avec Enabel dans le cadre du Programme d'Appui au Développement de l'Élevage (PRADEL), a expérimenté l'application du dispositif e- Extension en élevage **en créant le Centre d'Appel en Elevage (CAEL).**



Le Centre d'Appels en Elevage (CAEL) s'inspire du dispositif de e-Extension sur l'Agriculture appliqué au Niger. Il s'agissait de répondre aux demandes des éleveurs et agropasteurs sur certains thèmes prioritaires tels que (1) la santé animale, (2) le prix des animaux sur pied et aliments bétail sur le marché, (3) l'alimentation des animaux. Ces informations sont livrées en trois (3) langues locales (Zarma, Haoussa et Fulfuldé), à travers les canaux des radios communautaires et les groupes WhatsApp.

Durant une période d'implémentation de 12 mois de l'année 2021, le CAEL a pu enrôler près de 5 809 acteurs dont 228 numéros WhatsApp sur les régions de Dosso et de Tahoua, 3 groupes vocaux sur des thématiques liées à l'élevage. En plus de ces canaux de communication, le RECA a utilisé aussi des fiches techniques sur la maladie de Newcastle, l'embouche, la pasteurellose, la fabrication du fromage de chèvre pour informer et sensibiliser les acteurs.

Cela n'a pas fonctionné comme prévu, ce qui peut s'expliquer par plusieurs raisons :

- Moins de téléphones et beaucoup moins de smartphones pour les éleveurs ;
- Moins de maîtrise de l'outils WhatsApp des éleveurs ;
- Un sujet prioritaire, la santé animale, mais impossibilité de donner des conseils par rapport aux maladies ou aux produits vétérinaires pour le RECA, faute de personnel qualifié (vétérinaire) ;
- Différentes catégories d'éleveurs n'ayant pas les mêmes centres d'intérêts, n'étant pas utilisateurs des mêmes outils de communication ;
- Manque de maîtrise de certaines thématiques en élevage liées aux préoccupations des éleveurs.

Suite aux constats de l'évaluation du Centre d'Appel en Elevage (CAEL), il est ressorti une insuffisance dans le ciblage des acteurs et bénéficiaires des informations et de conseils, ce qui a conduit à une faible utilisation du Centre d'appels et des autres outils de conseil agricole ou en élevage à distance.

Selon les constats d'Enabel, a priori, cette expérience semble être pertinente, dans ce sens que les différents professionnels seraient intéressés par une source d'information de qualité et fiable sur l'élevage, ciblée selon leurs besoins spécifiques et en mesure d'orienter vers des solutions personnalisées. Il a été aussi constaté un décalage entre le besoin d'un réel système d'information et une approche orientée vers les appels.

Ainsi le centre d'appel, ne pourrait être, au mieux, qu'une des composantes d'un réel système d'information. La question du système d'information reste pertinente, mais serait à penser dans un nouveau cadre d'intervention. L'action présente tient compte de cette leçon tirée du CAEL et propose de mettre un système qui est **un ensemble de solutions conçues à partir des besoins formulés par les acteurs à la base**.

En 2021, il a été mis en place un nouveau dispositif de conseil agricole à distance appelé Centre d'Information et d'Accompagnement des Promoteurs Agricoles (CIAPA). Ce centre d'appels est dédié à un public différent que sont les promoteurs des fermes ou exploitations agricoles qui ne sont pas des exploitations agricoles familiales classiques. Il s'agissait d'apporter des informations à des professionnels et aussi de potentiels investisseurs dans les différentes chaînes de valeurs des filières, notamment animales, au Niger.

3. Démarrage d'une nouvelle phase du centre élevage à partir d'un diagnostic

Depuis, 2023, une convention lie le Projet REEL Mahita et le RECA, avec la participation des Chambres Régionales d'Agriculture de Dosso et Tahoua. Cette convention a comme objectif de contribuer à la professionnalisation des acteurs des chaînes de valeurs à travers un système d'information adapté aux filières cibles du projet. De façon spécifique, cette action vise à améliorer l'accès à l'information et au conseil au profit des acteurs des filières et chaînes de valeur animales des régions de Dosso et Tahoua à travers un système digital performant.

Deux (2) résultats majeurs sont attendus :

- R1 : Un système digital d'information intégrant des services d'appui-conseil et d'informations sur les filières bétail/viande, lait et aviculture est mis au point et fonctionnel ;
- R2 : Les performances du dispositif digital de conseil et d'information sont suivis et évalués régulièrement.

Pour prendre en compte, les résultats de cette évaluation et pour remédier aux insuffisances de l'expérience du CAEL, dans le cadre du contrat qui lie le Projet REEL Mahita (Financement Enabel) au RECA, il a été prévu de réaliser **un diagnostic participatif d'identification des acteurs et de leurs besoins**.

Ce diagnostic a été réalisé du 20/02 au 2/03/2023 par le RECA et les Chambres Régionales d'Agriculture de Tahoua et Dosso. Les TDR de la mission ont été préparés et partagés aux Interventions Officiers du Projet REEL Mahita au niveau des deux régions. Ces derniers ont informé les agents communaux de l'Elevage pour la mobilisation des acteurs des différentes chaînes de valeur sur lesquelles le PRADEL a

eu à intervenir et a mis en place des groupements d'entreprises intégrées et coopératives sous le nom des GEIC. Il était prévu de faire des ouvertures aux acteurs qui ne sont pas membres des GEIC, mais la durée de la mission et l'organisation des entretiens n'ont pas permis cela. C'est seulement à Sokorbé où les acteurs de l'embouche non membres des GEIC ont été rencontrés.

Le groupement d'entreprises intégrées et collaboratives (GEIC) est un réseau d'acteurs regroupant des entreprises de tailles diverses et appartenant aux différents maillons de la même chaîne de valeur et installées sur le même territoire de proximité appelé « bassin ». Ces entreprises développent entre elles des relations d'affaires inter-entreprises et s'appuient sur des partenariats institutionnels dans leur environnement.



Trois chaînes de valeur (aviculture, bétail-viande et lait-produits laitiers) ont été concernées par les interviews au niveau de chaque région. A Tahoua, les bassins visités ont été Bouza, Madaoua et Konni et à Dosso les bassins concernés ont été Doutchi, Koré Mairoua, Bengou, Gaya et Tanda, Sokorbé et Loga. Par après, la Conseillère en élevage de la CRA de Tahoua a complété avec la commune de Tahoua.

Les cibles de projet REEL Mahita sont :

- Les exploitations familiales d'élevage ;
- Les micro-entreprises et coopératives de base ;
- Les petites moyennes et grandes entreprises formelles de production, de transformation et de commercialisation, union des coopératives.

Ces différents acteurs sont regroupés dans les GEIC qui constituent des cadres de concertation de ces acteurs au niveau des bassins.

Un atelier d'une (1) journée sera organisé pour le partage et la validation des résultats du diagnostic et les différents outils e-Extension proposés. Chaque région (Dosso et Tahoua) sera représentée par 3 participants (DREL, CRA et OPEL ou IP). Des organisations basées à Niamey seront invitées : des représentants des OP et des Interprofessions, des représentants des services du Ministère de l'Élevage et d'ONG. L'atelier de validation du diagnostic sera couplé avec celui de validation du cahier de charges du système digital.

4. Le nombre d'acteurs concernés par le diagnostic

La mission s'est rendue uniquement dans les chefs-lieux de département ou de commune. Les acteurs des différents maillons des trois chaînes de valeur ont été invités par les agents du projet et les agents de l'élevage. Ce sont les acteurs résidant sur place qui ont pu participer aux rencontres.

Tableau 1 : Nombre d'acteurs rencontrés dans la Région de Tahoua
Total acteurs Région de Tahoua : 46 personnes (33 hommes et 13 femmes)

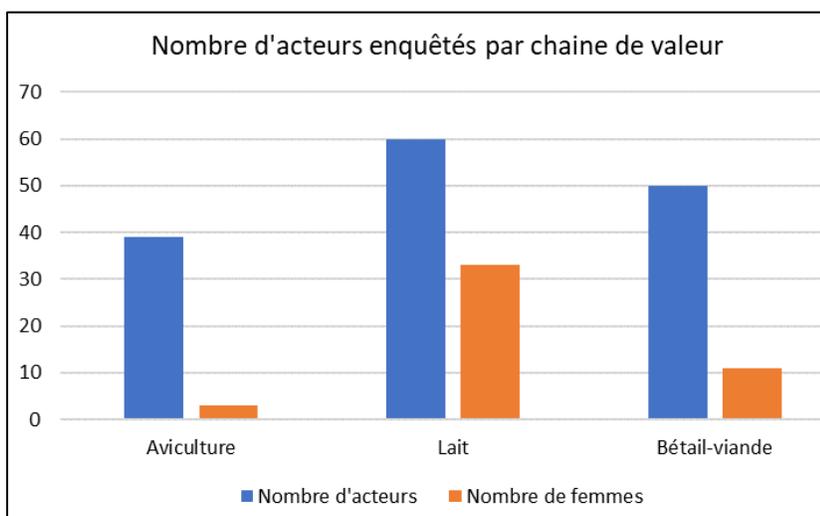
	Producteur			Transforma.			Commerçant		
	H	F	T	H	F	T	H	F	T
Région Tahoua									
CDV Aviculture	9	1	10	8	1	9	3	0	3
CDV Lait				1	9	10			
CDV Bétail viande	6	2	8	6	0	6			
Total	15	3	18	15	10	25	3	0	3

Tableau 2 : Nombre d'acteurs rencontrés dans la Région de Dosso
Total acteurs Région de Dosso : 103 personnes (69 hommes et 34 femmes)

	Producteur			Transforma.			Commerçant		
	H	F	T	H	F	T	H	F	T
Région Dosso									
CDV Aviculture	8	0	8	3	1	4	5	0	5
CDV Lait	9	12	21	4	10	14	13	2	15
CDV Bétail viande	10	9	19	16	0	16	1	0	1
Total	27	21	48	23	11	34	19	2	21

Tableau 3 : Nombre d'acteurs rencontrés pour les deux régions
Total acteurs pour les deux Région : 149 personnes (102 hommes et 47 femmes)

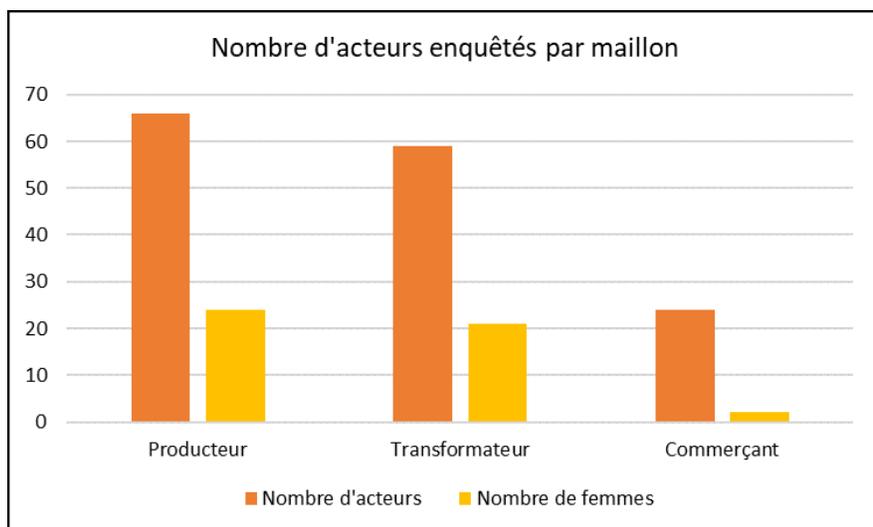
	Producteur			Transforma.			Commerçant		
	H	F	T	H	F	T	H	F	T
Total 2 régions									
CDV Aviculture	17	1	18	11	2	13	8	0	8
CDV Lait	9	12	21	5	19	24	13	2	15
CDV Bétail viande	16	11	27	22	0	22	1	0	1
Total	42	24	66	38	21	59	22	2	24



Graphe 1 : Nombre d'acteurs enquêtés par chaîne de valeur
Total : Aviculture 39 – Lait 60 – Bétail-viande 50
Dont femmes : Aviculture 8% – Lait 55% – Bétail-viande 22%

La CDV lait comprend le plus grand nombre de femmes enquêtés avec 55%, suivi de la CDV bétail-viande (22%).

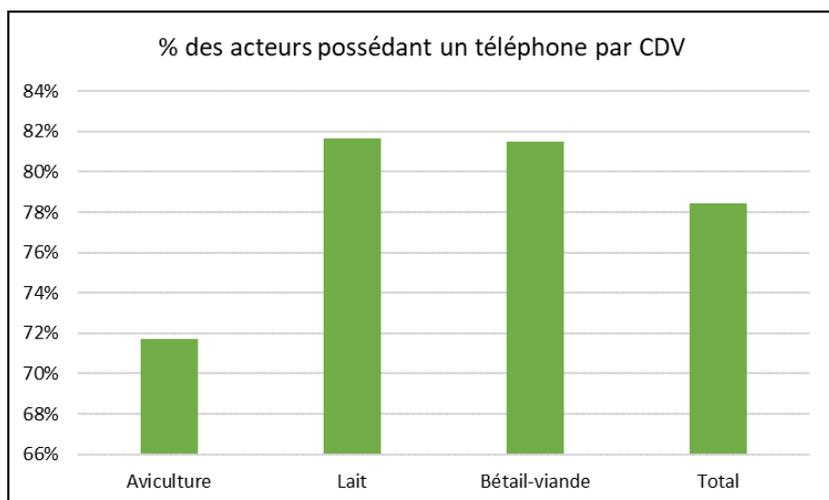
Les femmes n'ont représenté que 8% des personnes enquêtées pour la CDV aviculture.



Le nombre d'enquêtés est proche pour les maillons producteur et transformateur (autour de 60 acteurs) mais beaucoup plus faible pour le maillon « commerçant – collecteur ».

Au niveau des maillons producteurs et transformateurs, les femmes représentent 36% des acteurs enquêtés mais seulement 8% des acteurs enquêtés du maillon « commerçant – collecteur ».

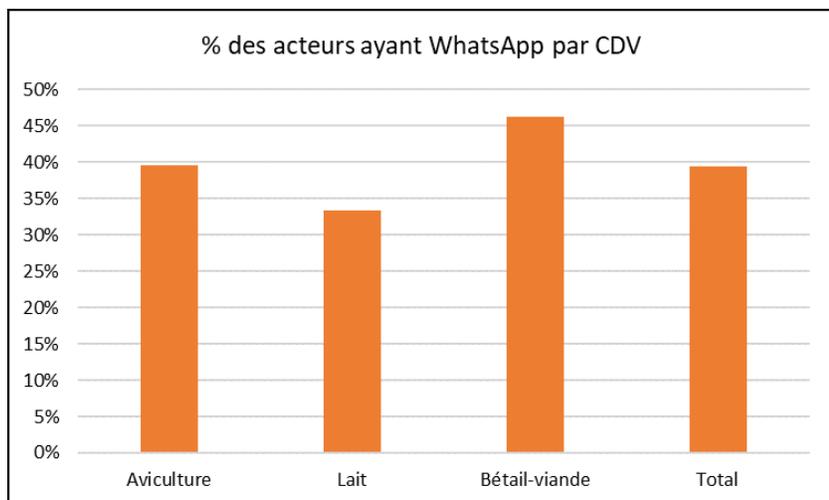
5. Le téléphone : les équipements disponibles



Avant de commenter les résultats du diagnostic par rapport aux canaux permettant aux acteurs de recevoir des conseils et des informations, voici une présentation des équipements disponibles. Cela semble important pour mieux comprendre les avis des acteurs.

En moyenne 78% des acteurs enquêtés possèdent un téléphone et cela dépasse 80% pour les acteurs des CDV lait et bétail-viande.

C'est un pourcentage particulièrement élevé. Les acteurs qui n'ont pas de téléphone sont tous des producteurs. Pour les maillons transformation et commerçants – collecteurs, tous les acteurs ont un téléphone, ce qui semble logique pour l'organisation de leurs activités.



En moyenne 40% des acteurs ont accès à WhatsApp donc disposent d'un Smartphone avec 46% pour la CDV bétail-viande, 40% pour la CDV aviculture et 33% pour la chaîne de valeur lait.

Là également c'est un taux d'équipement particulièrement élevé par rapport à l'ensemble de la population nigérienne.

Ces chiffres en termes d'équipement et d'accès tant au téléphone qu'à internet sont très largement au-dessus des producteurs / éleveurs moyens et plus globalement de l'ensemble de la population suivant notre expérience. L'hypothèse que l'on peut avancer est que ce sont les acteurs engagés dans les activités du PRADEL qui a sélectionné les acteurs les plus performants des chaînes de valeur.

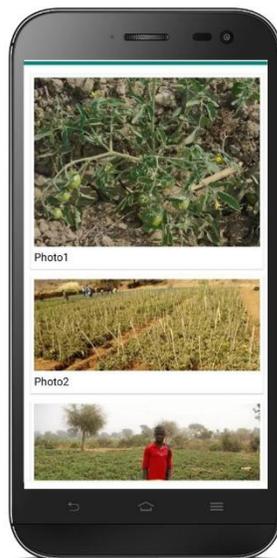
6. Les résultats globaux du diagnostic / les canaux de diffusion

a. Les agents de l'élevage

Les agents de l'élevage sont cités systématiquement par les acteurs des maillons production et transformation pour les trois chaînes de valeur des deux régions.

Pour le maillon commerçant, les agents de l'élevage sont cités seulement par les collecteurs pour la CDV lait.

Du fait que les acteurs interrogés sont tous des acteurs qui ont bénéficié des actions du projet PRADEL, projet qui a travaillé en partenariat avec les services de l'Élevage, ce résultat est donc normal. Il indique **la bonne implication des agents de l'élevage auprès des acteurs des GEIC.**



Les dispositifs de conseil agricole à distance, ou les autres outils digitaux, ne vont pas remplacer les conseillers en agriculture ou élevage mais sont complémentaires. Normalement, la première personne à qui devrait téléphoner un producteur est son conseiller local, qu'il soit du service public, d'un organisme professionnel ou du secteur privé. Ce conseiller connaît le contexte, peut même connaître le producteur, et plein d'autres informations locales. Si on prend la zone géographique d'une commune au Niger, les distances entre les différents villages sont importantes

et le nombre de producteurs est élevé. Un conseiller ne peut pas être présent physiquement (en présentiel) chez tous les producteurs et surtout en cas de besoins car il a des programmes de travail. Il doit aussi utiliser le téléphone ou d'autres outils digitaux (en distanciel).

Ce conseiller ne peut pas tout savoir et a besoin d'informations ou de conseils actualisés pour répondre aux demandes des producteurs. Il a donc besoin lui-même de pouvoir interroger des spécialistes ou des sources d'informations (centre d'appels), et également disposer d'outils qu'il peut consulter, ce qui est possible avec différents outils digitaux notamment des applications.

Depuis, le démarrage du Centre d'Appels du RECA, il est considéré deux publics, les agents des dispositifs d'appui conseil et les producteurs / productrices. Le RECA est parti sur l'hypothèse qu'il n'est pas souhaitable de développer un centre d'appels traitant des centaines de milliers d'appels mais qu'il faut développer des relais et des articulations entre ces relais et une source d'informations / conseils. Il faut renforcer la capacité des conseillers à donner des informations et conseils à distance dans leurs zones de travail. Par contre, il est nécessaire de développer un service d'informations et de conseils à distance pour les conseillers avec différents outils dont des applications (extrait d'un élément tiré de l'application ReCA (renforcement du conseil agricole) pour les conseillers agricoles.

b. Les appels directs

Les appels directs sont systématiquement préférés comme canal d'information pour les deux régions, pour les trois chaînes de valeur et la totalité des maillons. Mais les acteurs souhaitent surtout qu'ils soient appelés directement pour recevoir des conseils (gratuitement).



Il est évident qu'il est impossible d'appeler tous les producteurs et productrices directement sur leur numéro de téléphone.

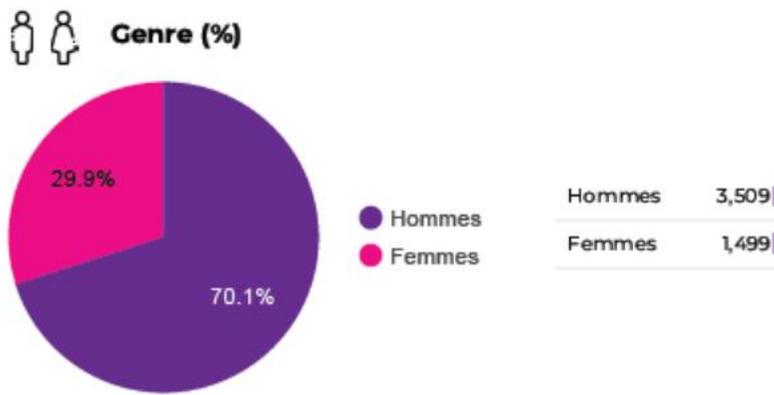
Dans le cadre du Centre d'Appels, des appels directs de producteurs sont faits. En premier, il s'agit de « rappels » quand les téléconseillers n'ont pas pu répondre directement à la demande ou bien doivent apporter un complément qu'ils n'avaient pas. Ces rappels sont à la charge du Centre d'Appels qui dispose d'un budget pour cela. Les téléconseillers prennent des forfaits pour cela afin de diminuer les coûts.

Le Centre d'Appels dispose également d'une liste de producteurs de références qui peuvent être appelés pour recueillir ou vérifier des informations, prendre des avis,

tester une annonce...

Surtout, le dispositif e-Extension du RECA développe l'envoi de messages vocaux (ou de SMS) directement sur le numéro des téléphones des producteurs ou productrices. Ces envois nécessitent d'avoir une base de données de producteurs et productrices avec certaines indications (activités, langues, capacité de lecture, localisation ...). Il s'agit d'appels directs car chaque destinataire reçoit cela sur son téléphone.

Certains acteurs mettent dans les appels directs d'autres canaux accessibles directement par téléphone simple (pas les smartphones) comme **le serveur vocal**. Ils ont cité le serveur vocal « 3 2 5 » du Sudio Kalangou. En fait il s'agit du serveur vocal mis en place par la société Viamo en partenariat avec AIRTEL. **Pour accéder à ce service, il faut obligatoirement disposer d'un numéro AIRTEL.** Ce serveur vocal propose gratuitement des contenus dans les domaines de la santé, de l'éducation et de l'agriculture / élevage. Pour Viamo, les contenus pour l'agriculture et l'élevage sont préparés par le RECA.

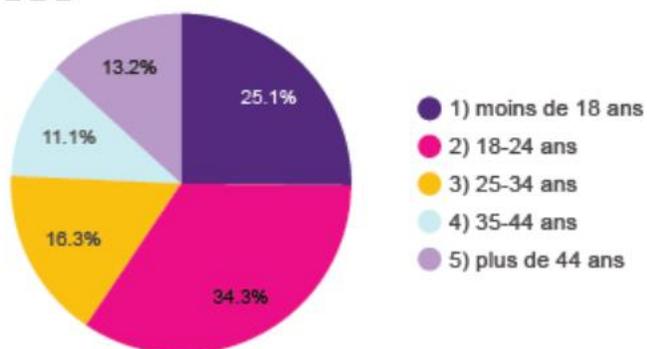


La gratuité du service a été remise en cause par AIRTEL en 2022. Un compromis a été trouvé avec une gratuité pour les 5 premiers appels par mois pour une personne, les appels supplémentaires sont payants. Mais l'abandon de la gratuité a provoqué une baisse très forte des appels qui sont passés de 100 000 en mai 2022 à 20 000 en avril 2023. Les données pour le mois d'avril 2023 : 5 000 auditeurs dont 30% de femmes.

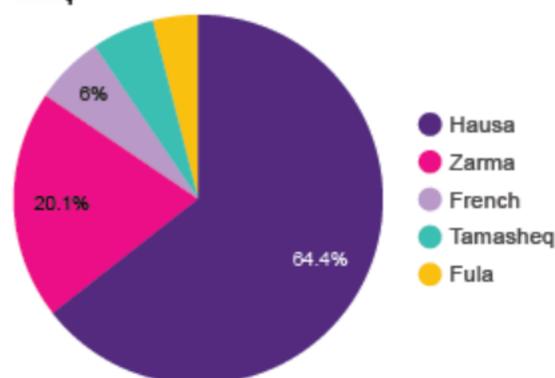
Title	No. de fois accédé *	No. de fois écouté	Appelants	Auditeurs	Conversion d'appelant en auditeur	% Auditeurs (Femmes)
1. Pour savoir pourquoi les oignons pourrissent et ses feuilles jaunissent	5,126	2,508	4,141	2,031	49%	31%
2. Les ennemis de culture	4,569	3,976	3,022	2,652	88%	28%
3. L'importance de la rotation des cultures	3,594	3,230	2,656	2,421	91%	29%
4. L'importance de l'utilisation des pesticides homologués	1,487	1,334	1,133	1,023	90%	27%
5. La protection des volailles contre la première cause de mortalité qui est la maladie de ...	1,287	1,111	1,005	869	86%	31%
6. comment lutter contre la plante jaune très fine qui s'enroule autour des plantes cultivées	871	703	758	624	82%	28%
7. Pour savoir comment choisir un bon pesticide	655	580	527	475	90%	25%
8. le traitement que vous devez faire contre les courges qui se trouvent pendant la fructifi...	433	413	359	347	97%	25%
9. Les tomates flétrissent et jaunissent sans pour autant manquer d'eau	382	356	336	313	93%	26%
10. Comment éviter que les tomates et poivrons ne soient pas attaqués par les nématodes	346	331	291	278	96%	26%
11. Pour écouter l'émission sur la grosse chenille qui ravage le fruit de la tomate	265	241	234	215	92%	22%
12. Pour savoir ce qu'il faut faire lorsque le bas des tomates pourrissent	245	228	233	216	93%	25%
13. Pour savoir ce qu'il faut faire lorsque les agrumes éclatent	183	170	173	164	95%	27%
14. La conservation du Niébé	161	161	147	147	100%	28%

Pour le mois d'avril 2023, sur les 14 sujets les plus écoutés, un seul sujet « élevage » sur la protection des volailles.

 **Age (%)**



 **Langue (%)**



Pour le Centre d'Appels (tant agriculture qu'élevage), les appels des femmes ne dépassent pas 2%. Pour le serveur vocal, les jeunes de moins de 35 ans représentent 75% des appelants et les femmes 30%.

c. La radio



Sur la Région de Dosso, la radio est considérée comme un canal de communication du passé : « seuls les vieux écoutent encore la radio », « le téléphone a remplacé la radio ». Ce n'est pas le cas à Tahoua où la radio reste citée par les différents maillons même pour les canaux pouvant être utilisés pour recevoir des informations et des conseils.

Il ne faut pas tirer une conclusion hâtive sur la place de la radio comme outil d'information car les acteurs enquêtés lors du diagnostic ont un profil spécifique.

Ils sont beaucoup plus équipés en téléphone et smartphone que la moyenne, et notamment que la moyenne des producteurs. Pour les autres maillons, transformateurs et les commerçants, la radio n'a jamais été un outil « professionnel ». La communication vers les clients et les fournisseurs est basée sur le téléphone.

Cependant, ce « déclin » de la radio, par rapport aux nouveaux outils de communication, avait déjà été noté par le RECA lors de missions précédentes auprès des agriculteurs. Il est certain que l'utilisation de la radio ne doit pas être abandonnée mais demande aussi des réaménagements, notamment, comme l'a indiqué un des acteurs, pour avoir une meilleure visibilité des heures de passage des émissions ou informations concernant l'élevage.

d. WhatsApp

Nous trouvons des divergences importantes sur **l'intérêt de WhatsApp** pour les acteurs des différentes chaînes de valeur et des différents maillons, du plus négatif « WhatsApp est une perte de temps » (commerçants CDV bétail viande Dosso) à une utilisation ciblée comme la commercialisation « tous les grands producteurs vendent leur production par WhatsApp » (producteurs CDV aviculture).

Il est vrai que suivre un groupe de 200 ou 300 personnes avec une centaine de messages par jour demande énormément de temps surtout si le groupe n'a pas une discipline pour centrer sur des échanges professionnels. Mais WhatsApp a aussi des avantages certains. Ainsi, les agriculteurs étant sur un groupe WhatsApp partagent les contenus avec leurs voisins qui n'y ont pas accès. Ces partages peuvent concerner une vingtaine de producteurs en moyenne et surtout les contenus sont enregistrés dans le smartphone et peuvent être consultés à tout moment. Les groupes WhatsApp permettent également des échanges et des conseils de producteurs à producteurs.

L'utilisation de WhatsApp doit être mieux définie et correspondre aux attentes des utilisateurs. Celles-ci vont être différentes suivant les acteurs.

e. Autres canaux

Contrairement aux agents de l'Elevage cités par tous les maillons producteurs et transformateurs, les SVPP n'ont été cités comme source d'informations que par 3 maillons sur 12 ayant participé au diagnostic : aviculture (producteurs et rôtisseurs sur Tahoua) et bétail-viande (producteurs toujours sur Tahoua).

Le Système d'information sur les marchés à bétail (SIMB) n'a également été cité que par 3 maillons : aviculture (producteurs et rôtisseurs sur Tahoua) et bétail-viande (transformateurs toujours sur Tahoua).

7. Les résultats globaux du diagnostic par chaîne de valeur

• CDV aviculture

Le maillon producteur est le maillon le plus « numérique » des trois chaînes de valeur, et le maillon ayant cité la quasi-totalité des canaux possibles pour l'information et le conseil. Cela est vraisemblablement dû au « profil » sociologique des éleveurs. Les réseaux sociaux (WhatsApp, Facebook, YouTube) sont tous utilisés, tant pour des échanges, des formations et aussi la commercialisation : « tous les grands producteurs vendent leur production par WhatsApp ». C'est aussi le maillon qui met le plus en avant les échanges et rencontres entre producteurs.

Pour le maillon « rôtisseurs / commerçants », les avis pour WhatsApp sont partagés : tout sauf WhatsApp à Tahoua, mais WhatsApp est donné comme canal souhaité à Dosso.

Pour le maillon commerçant, les avis sur les canaux souhaités sont peu détaillés et plus traditionnels : appels directs pour les deux régions, mairie ou collègues pour Dosso, WhatsApp pour Tahoua.

- **CDV Lait**

Sur Tahoua, seul le maillon transformation a été rencontré car les rendez-vous ont été pris un peu en retard avec les acteurs.

Sur Dosso, pour les trois maillons, les canaux les plus utilisés sont classiques : agent élevage, systèmes traditionnels - ruga et garso – réunions, appels directs par téléphone mais aussi WhatsApp. Les OPELs sont citées comme source d’informations à Dosso avec les maillons producteurs et collecteurs.

Pour les canaux souhaités, les réponses sont plus restrictives avec presque uniquement les appels directs et un refus de la radio et de WhatsApp.

- **CDV Bétail-viande**

Les producteurs rencontrés font surtout de l’embouche. Pourtant leurs réponses par rapport aux canaux d’information et de conseils sont très différents de ceux des aviculteurs. Les canaux utilisés sont classiques (agent de l’élevage, les rencontres et relations, le téléphone) et les canaux souhaités limités (appels directs et agents de l’élevage). Pour WhatsApp, ce canal est donné comme possibilité à Tahoua et rejeté à Dosso.

8. Synthèse des canaux d’information par CDV et par maillon.

Première ligne : les canaux par lesquels les acteurs ont reçu des informations et/ou des conseils

Seconde ligne : les canaux par lesquels les acteurs souhaitent recevoir des informations et/ou des conseils.

CDV Aviculture / Tahoua

Maillon producteurs ou éleveurs	Maillon rôtisseurs / commerçants	Maillon commerçants
Les formations, collègues promoteurs, groupe des aviculteurs Radio, vocal, groupe WhatsApp, You Tube, appels téléphoniques, Facebook SIMB, agent élevage, SVPP Stage de perfectionnement au Nigeria Interprofession du Niger	Agent de l’élevage Appels directs par téléphone SVPP Les formations	Appels directs Mairie
WhatsApp, appels téléphoniques Rencontres périodiques du groupement Agent de l’élevage (conseil personnalisé) Radio, mais manque d’informations sur les horaires Certains suivent formations sur l’aviculture en ligne.	Agent élevage communal Radio SIMB, Centre d’appels, messages vocaux téléphoniques, Serveur vocal Bref tout ce qui concerne le téléphone sauf WhatsApp	WhatsApp

Pour la CDV aviculture sur la Région de Tahoua, les canaux souhaités sont nombreux et variés, incluant à la fois des canaux traditionnels (agents de l’élevage, radio, SIMB...) et s’appuyant sur la téléphonie (appels directs, messages, serveur vocal, WhatsApp).

CDV Aviculture / Dosso

Maillon producteurs ou éleveurs	Maillon rôtisseurs / commerçants	Maillon commerçants
Agent de l'élevage et les conseillers du projet ; Appels directs ; Fournisseurs du Nigeria, leaders d'opinion, grands producteurs ; Groupes WhatsApp du Burkina et Nigeria, les sites spécialisés sur l'aviculture ; Radio (le communal fait des émissions qui sont diffusées par la radio communautaire mais personne ne les écoute et la radio nationale est politisée), Centre d'Appels élevage, les numéros ont été partagés mais personne n'a appelé.	Collecteurs, clients, appels, Facebook, WhatsApp Appels directs Agent de l'élevage Réunions	Les clients, les collègues ; Appels directs ; Agent élevage.
Leaders d'opinion ; Groupes WhatsApp, tous les grands producteurs vendent leur production par WhatsApp Radio remplacée par le téléphone.	Téléphone (appels et WhatsApp) est le canal le plus adapté ; Les radios ne sont plus écoutées.	Les « vieillards » seuls écoutent les radios, il faut sensibiliser les acteurs sur le type d'information et les horaires.

Pour la CDV aviculture sur la Région de Dosso, c'est la radio qui fait l'unanimité ... « contre ». Les acteurs des trois maillons estiment que la radio appartient au passé. On retrouve les mêmes différences par maillon qu'à Tahoua avec des producteurs ouverts sur tous les canaux notamment numériques, des transformateurs également assez ouverts sur différents canaux et mettent en avant les relations avec leurs fournisseurs (amont) et leur client (aval) pour recueillir les informations qui leur sont utiles, et des commerçants utilisant plus le téléphone « simple » et les relations avec clients et collègues du maillon.

CDV Lait Tahoua

Maillon production	Maillon Transformation	Collecteurs du lait
	Radio, appels, messages, télévision ; Les formations ; Les relations, agent élevage, les journalistes ; Les foires.	
	Les appels directs, la radio, les formations, les relations	

CDV Lait Dosso

Maillon production	Maillon Transformation	Collecteurs du lait
Agents de l'élevage Appels directs par téléphone Garsos et rougas, marchés, réunions, cérémonies, leaders d'opinion (canaux traditionnels) ; Collecteurs de lait, OPELs (citées une seule fois à Gaya) ; Le serveur vocal du studio Kalangou (numéro court 325) ;	Téléphone avec appels directs Agents de l'élevage Clients, cérémonies, rencontres, marché Radio, télévision ; WhatsApp ; Application « Mon lait local » pour passer les commandes ;	Agents de l'élevage Les réunions, les formations Le comité de gestion du centre de collecte, L'Interprofession, OPELs, Appels directs, WhatsApp, Amis, collègues ; Les garsos.

Depuis l'avènement du téléphone, la radio est abandonnée	Système d'alerte par le biais de RBM.	
Les appels directs sont le canal sûr et adapté car beaucoup d'éleveurs disposent de numéros ; Les radios ne sont pas écoutées ; Les téléphones ont beaucoup remplacé la radio ; WhatsApp cité une seule fois	Les appels directs sont retenus comme le canal sûr et adapté compte tenu du taux d'analphabétisme des acteurs WhatsApp	Les appels en première position, plus adaptés car manque de smartphone, appropriés pour toute information rapide Le WhatsApp n'est pas utilisé

Les réponses des acteurs des trois maillons pour les canaux qui leur apportent informations et conseils sont assez homogènes et assez diversifiées, comprenant des canaux traditionnels (agent élevage, réunion, garso, etc.) et des canaux plus récents (serveur vocal, WhatsApp, téléphone, etc.). Par contre pour les canaux qui seraient souhaités, les réponses sont d'une part une demande pour les appels directs par téléphone, d'autre part un rejet de WhatsApp.

CDV Bétail viande Tahoua

Embouche bovine et ovine	Transformateurs bétail viande	Commerçants
Les formations ; Les agent élevage et autres conseillers, SVPP ; Les appels directs, la radio, la plateforme Labarun Kassaoua Les amis bouchers qui fréquentent les marchés, les comités de gestion des marchés ; Les fournisseurs d'intrants ; Une application pour mesurer le poids sans utiliser la balance.	Les formations ; Les agents élevage, la clientèle, la radio pour les informations du SIMB.	
Groupes WhatsApp / Appels téléphones ; OPELs	Les appels directs, WhatsApp	

CDV Bétail viande Dosso

Embouche bovine et ovine	Transformateurs	Commerçants
Les collègues, les appels ; Agent élevage ; Foire/ SAHEL, Studio Kalangou, 777 IDAN ; Le WhatsApp est peu utilisé ; Radio remplacée par les téléphones, seuls les vieux des villages écoutent les radios. Le serveur 325 de Kalangou est indirectement utilisé car les informations sont téléchargées et partagées dans les groupes WhatsApp ; Un seul participant a évoqué le 777 IDAN connu avec une équipe passée pour la promotion ; Les téléphones ont remplacé la radio ; Pour WhatsApp on passe de marché en marché et on manque du temps pour l'écoute ;	Agents en missions Agents élevage Clients, mairie Appels, WhatsApp	

WhatsApp utilisé par les hommes du groupe GEIC et aucune femme dispose de smartphone.		
Les appels directs car la radio n'est pas trop écoutée (20% de la population), car les horaires des informations ne sont pas connues ; L'agent élevage est le plus souhaité car il y a de fois où les téléphones sont en panne, problème de réseau ou frais de communication.	Appel direct	Appel direct plus adapté car WhatsApp est une perte de temps, des jours sans consulter

Les canaux souhaités : Appels directs partout, WhatsApp pour Tahoua.

9. Synthèse des conseils reçus et les besoins en conseil par CDV et par maillon (même présentation)

Première ligne : les informations, les formations et/ou les conseils reçus

Seconde ligne : les besoins en informations et/ou conseils canaux

CDV Aviculture Tahoua

Maillon producteurs ou éleveurs	Maillon rôtisseurs / commerçants	Maillon commerçants et collecteurs
L'élevage des volailles, le choix des espèces, la production en viande, l'alimentation, la technique pour changer d'aliment (1 ^{er} au 2 ^{ème} âge) ; La santé animale, les produits vétérinaires, l'hygiène, éviter de donner trop de médicaments surtout les antibiotiques car les produits rendent stériles les poules, les pathologies aviaires, traitement, prévention ; Disposer d'un bon local, avoir des poussins sains, disposer d'un point d'eau, ne pas laisser la poule par terre.	La disponibilité de la volaille sur le marché, prix d'achat et de vente de la volaille ; Les informations sur l'élevage, l'hygiène, la gestion du poulailler ; Formation sur la commercialisation, le compte d'exploitation, la transformation, l'accueil de la clientèle, l'épargne.	Les prix d'achat de la volaille ; La disponibilité sur le marché ; La tenue du poulailler.
Acquisition, utilisation et transformation d'une couveuse électrique / couveuse solaire ; Renforcement des capacités sur la production, les matériels modernes, l'alimentation, le démarrage des poussins, la fabrication de l'aliment volaille (1er âge, croissance et finition) ; Les maladies, les dispositions à prendre en cas d'apparition d'une épidémie, l'utilisation des injections, la prévention de la grippe aviaire, les traitements de la coccidiose, prévention de la maladie de Newcastle ; Les débouchés, l'accroissement du capital sur la mise en place d'une ferme moderne, la gestion d'une petite entreprise moderne ; Voyage d'étude inter-producteurs.	Les méthodes de la transformation ; L'élevage de la volaille ; La gestion de l'entreprise ; Le renouvellement du stock de volailles vivantes ; Comment prendre en compte les soins des animaux pour ne pas avoir de pertes.	Les formations sur le traitement de la volaille ; Les produits vétérinaires ; Le compte d'exploitation pour noter les mortalités, les entrées et les sorties.

CDV Aviculture Dosso

Maillon producteurs ou éleveurs	Maillon rôtisseurs / commerçants	Maillon commerçants et collecteurs
<p>L'hygiène du poulailler, l'entretien de la volaille, la mise en place d'un micro climat car la volaille ne supporte pas la chaleur, utilisation des abreuvoirs et mangeoire ;</p> <p>La prophylaxie, les périodes de vaccination, le suivi vétérinaire, le traitement et soins des sujets malades en fonction de la maladie et les produits adaptés, la désinfection du local (poudre désinfectante), achat et vente de la volaille dans les zones où il n'y a pas de maladie, la quarantaine ;</p> <p>L'alimentation sur la base des ingrédients locaux et des concentrés, le changement de l'alimentation en fonction de l'âge du sujet ;</p> <p>Le poulailler traditionnel amélioré, le poulailler moderne, comment acquérir des matériels destinés à l'élevage ;</p> <p>Recherche du partenariat et partage d'expériences</p>	<p>Les cas de mortalité des poussins, information sur l'apparition des épizooties en période fraîche et les lieux déclarés malades ;</p> <p>Le prix des poulets, la disponibilité sur les marchés ou la rareté ;</p> <p>Eviter d'engraisser trop les pintades pour limiter les mortalités (chaque transformateur dispose d'un local pour garder un stock et puiser au besoin) ;</p> <p>Hygiène (propreté des équipements et du lieu de travail) ;</p> <p>Informations sur le dossier de financement de REEL Mahita</p>	<p>Le prix de la volaille à Niamey et les marchés fréquentés, l'abondance / disponibilité ou rareté des poulets sur le marché ;</p> <p>Les commerçants de Niamey nous informent, si le prix baisse, de ne pas acheter beaucoup de stock et de négocier le prix à la baisse</p> <p>Les rôtisseurs achètent en fonction de leur capacité d'écoulement ;</p> <p>La déclaration des maladies, négociations et prudence.</p>
<p>La production de la provende, alimentation à partir des ingrédients locaux ;</p> <p>Moyens pour agrandir l'élevage, information sur les couveuses et leur utilisation ;</p> <p>Connaissance de la prophylaxie médicale et sanitaire, informations sur les différentes maladies et comment faire les premiers soins ;</p> <p>Informations sur les lieux d'approvisionnement de certains produits qui sont difficiles à trouver ;</p> <p>Le marketing, développement / diversification des partenaires ;</p> <p>La formation des grands producteurs car ceux-ci ne bénéficient pratiquement pas d'appui ;</p> <p>Sensibilisation des leaders d'opinion.</p>	<p>Les techniques de la conservation des poulets, méthodes pour les cuire au four, les types de four ;</p> <p>Informations sur les équipements / matériels modernes de rôtisserie (frigo électrique, autres ;</p> <p>Informations sur les produits à donner aux volailles ramenées du marché (paracétamol),</p> <p>hygiène du poulailler de collecte, méthodes de lavage des poules ;</p> <p>Cohésion, fonds de roulement, partenariat</p>	<p>Evolution des commandes ;</p> <p>Les techniques de communication, le marketing (les producteurs veulent qu'on achète cher et les commerçants veulent un prix moins cher) ;</p> <p>Les techniques de négociation, on n'a pas la notion du prix avant le marché ;</p> <p>Comment choisir les sujets non malades, information sur les maladies de la volaille et la protection, comment traiter les sujets ramenés des marchés en période chaude ;</p> <p>Fonds de roulement.</p>

CDV Lait Tahoua

Maillon production	Maillon Transformation	Collecteurs du lait
	<p>Les méthodes de transformation en yaourt et fromage sec, ne pas utiliser du lait provenant des animaux malades ;</p> <p>Le stockage du lait ;</p> <p>Formation sur la rentabilité, la gestion, l'épargne, le développement des relations de partenariat, l'éducation financière, la budgétisation, la gestion de la dette, module GERME, les outils de gestion, le marketing, l'emballage ;</p> <p>Sensibilisation et mobilisation des villages voisins pour l'adhésion et approvisionnement en lait, fonctionnement de l'association ;</p> <p>Dépôt de dossiers, l'accueil des étrangers ;</p> <p>La santé des vaches, l'utilisation des produits véto, l'alimentation, l'embouche.</p>	
	<p>La stratégie d'approvisionnement du lait local et comment négocier le prix d'achat du litre de lait, comment faire la publicité pour éviter la mévente, le marketing, accueil de la clientèle, promouvoir leurs activités et la publicité de l'entreprise, contractualisation avec les producteurs, sensibiliser les Peulhs afin de les amener à approvisionner les transformatrices en lait car elles ont peur de vendre du lait frais, selon leur coutume, c'est une chose qui est mal vue</p> <p>La formation sur les techniques de transformation du lait, les améliorations de la technique locale du fromage sec, les techniques de conservation ;</p> <p>Comment contrôler la qualité du lait en se servant des équipements car sans contrôle il peut être enregistré 100% de pertes sur le lait, utilisation des équipements de contrôle du lait, comme l'acidité Dornic du lait, le Ph mètre, etc. ;</p> <p>Où s'approvisionner en emballage, le conditionnement des produits, les méthodes de certification des produits ;</p> <p>Comment transformer le séchoir éolique en solaire ou gaz ;</p> <p>Information sur le prix du son par tous les outils surtout la radio ;</p> <p>Le traitement des animaux (prévention, vitamines).</p>	

CDV Lait Dosso

Maillon production	Maillon Transformation	Collecteurs du lait
<p>L'hygiène, les techniques de traite, la qualité du lait ;</p> <p>Santé animale : les soins vétérinaires, l'utilisation des produits vétérinaires, la vaccination des animaux ;</p> <p>L'alimentation : comment récolter et conserver le fourrage, l'alimentation adaptée pour une production du lait, l'intérêt de la banque d'aliments bétail, comment conserver la paille,</p>	<p>L'hygiène, le type d'emballage, la conservation du lait, la qualité des produits et les erreurs constatées sur la qualité du lait (yaourt peu compact, trop de sucre, beurre avec peu d'odeur, lait de chamelle ou de vache à ne pas laisser congeler) ;</p> <p>Les commandes.</p>	<p>Hygiène et propreté du collecteur, contrôle de la qualité du lait, test de contrôle rapide avec l'alcool, matériels adaptés pour la collecte et entretien / nettoyage du matériel ;</p> <p>Respect des horaires de la livraison ;</p> <p>Techniques de communications pour mettre en confiance les</p>

<p>les mangeoires et les abreuvoirs, combien de ration par jour, l'alimentation pour l'embouche, les cultures fourragères, les aires de pâturage ; L'insémination artificielle (un seul cas avec un avis négatif) ; Autres : Informations sur l'intérêt du certificat de transhumance pour le Bénin, la comptabilité et l'épargne, l'intérêt du biodigesteur pour la fumure organique et le gaz ; La formation de deux auxiliaires pour un bon suivi sanitaire.</p>		<p>producteurs et développement des relations ; Cohésion entre collecteurs Problème de disponibilité du lait en période de soudure ; Enregistrement des adhérents au centre de collecte ; Voyage d'étude pour inspiration des expériences sur la collecte, relations entre producteurs et collecteurs ; Prix subventionné du son, formation des producteurs, informations sur la disponibilité, matériels de collecte, disponibilité du lait.</p>
<p>Santé animale : les périodes de vaccination, les maladies fréquentes et comment les prévenir, quels soins pour les animaux ; L'alimentation pour une bonne production de lait, où trouver du son ; L'insémination avec les races locales ; Informations sur les couloirs de passage, les aires de pâturage, le maillage des points d'eau ; Mise en place du réseau de détection du vol d'animaux ; Insécurité sur la transhumance (les éleveurs sont victimes d'injustice) Recyclage des formations sur l'hygiène, embouche, comment conduire le pâturage,</p>	<p>Amélioration de la qualité des différents produits laitiers, le processus de transformation et de conservation, la qualité du lait, formation de recyclage sur le fromage sec ; Formation en vie associative, marketing, comptabilité et gestion, formation sur les AGR ; Intérêt de sensibilisation aux producteurs du lait pour l'approvisionnement régulier d'une mini laiterie ; Disponibilité du son, des fourrages ; Santé animale ; Insémination artificielle pour pallier à la faible production du lait en certaines périodes.</p>	<p>Hygiène, renforcement des capacités des productrices et collecteurs sur l'utilisation des équipements de contrôle de la qualité du lait, les techniques de conservation du lait ; Sensibilisation pour faire « collaborer » les producteurs ; Comment augmenter le prix du litre de lait ; Les récipients adéquats pour la collecte du lait, comment acquérir les moyens de transport (moto, tricycle), fonds de roulement, appui en achat de vaches, appui en eau pour faire fonctionner le centre.</p>

CDV Bétail viande Tahoua

Embouche bovine et ovine	Transformateurs bétail viande	Commerçants
<p>Le choix de l'animal à l'achat à travers le SIMB et l'avis de l'agent élevage, le choix de la race ; Le prix du bétail ; Le suivi vétérinaire, le déparasitage, information sur les pathologies (déparasitage externe), l'administration des vitamines, les soins vétérinaires, la santé animale à savoir la prise en charge de certaines maladies telles que la PPR, le piétin, la variole ovine, l'indigestion, l'hygiène et le bien-être des animaux ;</p>	<p>Le type /choix d'animaux à abattre (bœufs et moutons grands et gras), le type d'animaux pour le kilichi (bœuf de plus de 4 ans) ; L'importance de l'engraissement / embouche ; L'hygiène ; La qualité de la viande ; La diversification (kilichi pintade) ;</p>	

<p>Constitution et approvisionnement des ressources fourragères à moindre cout et des aliments, quand nourrir les animaux ; Le suivi zootechnique par exemple d'éviter de donner des aliments brûlés, la pierre à lécher L'importance de la traction pour les animaux embouchés afin qu'ils gagnent du poids.</p>	<p>Le choix adapté de mangeoire et abreuvoir ; Le respect de l'inspection de l'animal avant l'abattage ; La commercialisation, l'emballage, la notion de marketing ; La vie associative ; Le développement du partenariat à l'extérieur Burkina et Bénin, l'épargne La cohésion entre acteurs</p>	
<p>Echanges avec les autres localités ou régions pour savoir comment cela se passe ailleurs ; Création de cadres d'échanges pour l'ensemble des acteurs comme les Hadinguiwa qui existent pour certains marchés ; Formation sur le développement du partenariat ; Le fonds de roulement pour agrandir l'entreprise, la gestion de l'entreprise Avoir des formations et documents dans les langues locales</p>	<p>Comment produire du kilichi en saison de pluies (méthode) ; Comment acquérir une machine pour découper équitablement les quatre pattes de l'animal ; Comment mettre en place une unité moderne ; Fonds de roulement pour couvrir la commande de la semaine ; Le contrôle de la qualité de la viande qui diffère en fonction de l'animal.</p>	

CDV Bétail viande Dosso

Embouche bovine et ovine	Transformateurs bétail viande	Bétail Commerçants
<p>Alimentation, soins, abris, vaccination, type de race, temps d'embouche, abreuvement, le stock des aliments, arrivée du son ; Prix sur le marché (si le prix est favorable, on est informé et même si on n'a pas décidé de vendre on va vite amener l'animal pour le vendre) ; Prix du fourrage pour faire le stock ; Le déparasitage, les vitamines, le changement de nourriture ; Santé animale, les produits vétérinaires, vaccinations.</p>	<p>Hygiène, contrôle de la qualité de la viande, propreté de l'aire d'abattage ; Inspection de la viande avec la mise à disposition de l'agent élevage, avant n'était pas le cas, pour le contrôle et le cachet sur la viande qui met en confiance la clientèle à acheter sans problème ; Prix des animaux.</p>	<p>Le prix du marché, la disponibilité ou la rareté, le taux d'échange du Naira ; Le prix du SIMB est une estimation des agents élevage qui regardent plusieurs aspects mais pas utilisé ; Autre type de conseil : si le prix est favorable sur un marché, les commerçants sont informés pour venir acheter ; Les couloirs de passage, les parcs de vaccinations, les points d'eau, les raccourcis car la transaction est avec le Nigeria donc il est important de disposer des informations pour la traversée des animaux</p>
<p>Contrôle de croissance de l'animal, choix de l'animal à emboucher ; Prix des aliments, disponibilité sur le son, blocs à lécher (fabrication), informations sur les vitamines, quelle ration pour</p>	<p>Les méthodes de propreté de la viande, hygiène de l'abattoir, les méthodes de conservation de la viande ; Les techniques de grillade, les méthodes de préparation (les fours), les techniques de transformation du</p>	

<p>l'embouche, comment nourrir les animaux, comment choisir les bonnes races à emboucher, les horaires pour donner les rations et l'abreuvement des animaux ; Les différentes périodes de vaccination et les vaccins ; Les maladies et la santé animale ; Les messages de sensibilisation pour faire comprendre les informations pour entreprendre une embouche</p>	<p>kilichi ; Comment conserver la viande fraîche en cas de mévente ; Comment et où acquérir les équipements pour préparer la tête de vache ; Fonds de roulement ; Information et réglementation sur le prix de tickets à payer par les bouchers (marché, abattoir et impôts), informations sur les frais de l'inspection de la viande ; Prix des animaux.</p>	
--	---	--

Analyse des besoins en informations et conseils exprimés par thématique

Santé animale : *les maladies fréquentes, comment les prévenir maladies, la connaissance de la prophylaxie, les premiers soins, les vaccinations, les produits vétérinaires, quels soins pour les animaux, les dispositions à prendre en cas d'apparition d'une épidémie.*

CDV Aviculture : Pour les transformateurs et les commerçants cette demande sur des sujets de santé animale et de traitement des volailles peut paraître surprenante. En fait, les acteurs de ces deux maillons doivent stocker et nourrir les volailles pendant un certain temps en fonction des ventes. Pour ne pas avoir de pertes, ils doivent donc s'assurer de leur état de santé et procéder à des traitements éventuels, ce qui explique les besoins exprimés en « santé animale ».

La demande d'informations et de conseils en santé animale concerne la totalité des maillons pour les deux régions, soit 6 maillons sur 6 enquêtés.

CDV Lait : Pour Dosso, les besoins sont exprimés par le maillon producteur (ce qui est logique) et par le maillon transformateurs/trices. Ces derniers/nières peuvent avoir des vaches pour le ravitaillement en lait, ce qui explique leur demande.

Pour Tahoua, seul le maillon transformation a pu être enquêté et on retrouve le besoin en soins des animaux.

La demande d'informations et de conseils en santé animale concerne 3 maillons sur 4 enquêtés.

CDV Bétail/viande : C'est un peu la surprise car le thème santé animale n'a été cité que par le maillon producteur embouche bovine et ovine à Dosso.

La demande d'informations et de conseils en santé animale concerne 1 maillon sur 4 enquêtés.

L'alimentation : *La production de la provende, l'alimentation pour le démarrage des poussins, la fabrication de l'aliment volaille, l'alimentation à partir des ingrédients locaux, les rations pour l'embouche, les horaires pour donner les rations et l'abreuvement des animaux, l'alimentation pour une bonne production de lait, les prix et la disponibilité des aliments.*

Les thèmes liés à l'alimentation sont concentrés sur tous les maillons producteurs des trois CDV, sauf pour le maillon producteurs / embouche bovine et ovine à Tahoua

La gestion : En premier la question du fonds de roulement pour les activités, ce qui revient à la gestion de la trésorerie, la gestion de l'entreprise, le compte d'exploitation et la comptabilité, la notion de prix de revient, le marketing, le développement de l'entreprise et l'accroissement du capital.

Les thèmes liés à la gestion concernent 12 maillons sur 14. Les maillons non concernés sont les producteurs lait à Dosso et les producteurs embouche toujours à Dosso. C'est le thème le plus cité en termes de besoins en informations et conseils. C'est aussi le thème le moins abordé par les dispositifs de conseil.

L'hygiène et la qualité :

- Les méthodes de propreté de la viande, hygiène de l'abattoir, les méthodes de conservation de la viande, le contrôle de la qualité de la viande
- Aviculture : recyclage des formations sur l'hygiène (poulailler, collecte), méthodes de lavage des poules
- Lait : Comment contrôler la qualité du lait, utilisation des équipements de contrôle du lait, renforcement des capacités des productrices et collecteurs sur l'utilisation des équipements de contrôle de la qualité du lait, amélioration de la qualité des différents produits laitiers, hygiène.

Les thèmes liés à la gestion et la qualité ont concerné 7 maillons sur 14 maillons enquêtés. Cela représente tous les maillons transformation des 3 CDV et tous les maillons de la CDV lait (production, transformation, collecte).

Modernisation et acquisition de matériels pour développer l'activité : Comment mettre en place une unité moderne, comment acquérir une machine pour découper les quartiers de l'animal, comment acquérir les moyens de transport (moto, tricycle), acquisition, utilisation et transformation d'une couveuse électrique / couveuse solaire, informations sur les équipements / matériels modernes de rôtisserie, information sur les différents types de couveuses et leur utilisation, les types de four, comment transformer le séchoir électrique en solaire ou gaz, les techniques de la conservation des poulets, le conditionnement des produits, les méthodes de certification des produits.

Les thèmes liés à la « modernisation » ont concerné 7 maillons sur 14 enquêtés, plus spécifiquement les maillons production et transformation de la CDV aviculture.

Les techniques (renforcement / complément) : Les techniques de grillade, les méthodes de préparation, les techniques de transformation du kilichi, y compris en saison de pluies, les méthodes d'insémination artificielle, la conduite de l'embouche, la conduite des pâturages, le recyclage sur la production de fromage, les techniques de conservation du lait, les méthodes de la transformation, l'élevage de la volaille, le renforcement des capacités sur la production...

Les thèmes liés aux conseils, recyclages, formations techniques ont concerné 9 maillons sur 14 enquêtés, aussi bien les maillons production, transformation, commercialisation.