



AGENCE ITALIENNE
POUR LA COOPÉRATION
AU DÉVELOPPEMENT



PROJET "LAIT & MIEL : DEUX FILIERES PORTEUSES COMME REPONSE A L'INSECURITE ALIMENTAIRE
ET ECONOMIQUE DES ZONES URBAINES ET RURALES AU NIGER" – «NIGLEM» AID 011451

Etude de marché et stratégies de marketing de la filière miel au Niger

(Régions de Tillabéry et Niamey)



Rapport final d'étude

Février 2021

Présenté par :

Hamidou Mahamane LAWALI

Master 2 en Protection de l'environnement
et amélioration des systèmes agraires sahéliens

SOMMAIRE

I. Introduction	7
II.Méthodologie de l'étude	9
III.Quelques généralités sur l'apiculture	10
Chapitre 1 : Les différentes phases de production, de filtrage et de conditionnement de miel et les contraintes du secteur	11
1.1 Phase de production de miel	11
1.2 Estimation moyennes des quantités de miel produites par apiculteur et par an	12
1.3 Les périodes de production de miel	13
1.4 La récolte du miel, traitement et transformation du miel	13
i) La récolte de miel	13
ii) Le traitement	13
iii) Le filtrage et le conditionnement	13
1.5 La présentation des produits issus de la ruche	14
1.6 Opportunités de la production de miel	15
1.7 Destination de la production du miel	15
1.8 Principales contraintes liées à la production, au filtrage et au conditionnement de miel	16
Chapitre 2 : Les différentes phases de transport, commercialisation et les contraintes du secteur	17
2.1 Transport des produits apicoles des villages de production vers les principaux centres de vente	17
2.2 Commercialisation de miel	17
2.3 Zones de production et d'écoulement de miel de la région de Tillabéry	18
2.3.1 Les zones de production de miel	18
2.3.2 Les zones d'écoulement de miel et les prix pratiqués	19
2.4 Types d'emballages et poids proposés à la vente	20
2.5 Revenus générés aux producteurs	21
2.6 Différents points de vente de miel	21
2.7 Problèmes liés au transport et la commercialisation du miel de ces zones	22

2.8 Les prix d'achat et de vente de miel _____	23
2.9 Identification des besoins sur les marchés divisés par type de produit et par type de consommateur final et principaux centres d'écoulement _____	24
Chapitre 3 : Typologie des acteurs, leurs rôles et les interactions existantes _____	24
3.1 Typologie des acteurs de la filière du miel et leurs rôles _____	24
i) Les acteurs directs _____	24
ii) Les acteurs indirects _____	24
3.2 Les partenaires intervenant dans le domaine de la filière miel _____	25
3.3 Les autres acteurs de la filière miel _____	27
i) La plateforme apicole "PAFA ZUMA" _____	27
ii) Les transformatrices _____	28
iii) Les transporteurs _____	28
iv) Les fournisseurs des pots de conditionnement _____	29
v) Les imprimeries _____	29
vi) Les banques et les institutions de micro finance _____	29
vii) Les pharmacies de la place à Niamey _____	30
viii) Les supermarchés et autres alimentations à Niamey _____	30
3.4 Les interactions entre les acteurs _____	30
3.4.1 Les relations avec les producteurs de miel et les commerçants _____	30
3.4.2 Les relations entre les commerçants et les consommateurs _____	31
Chapitre 4 : Compétitivité du miel des zones du projet NIGLEM, potentiel de pénétration, perspectives d'avenir _____	31
4.1 La compétitivité de miel produit dans la région de Tillabéri _____	31
4.2 Potentiel de pénétration » du miel nigérien sur les marchés régionaux vis-à-vis de la grande quantité du produit-miel provenant des régions limitrophes du Burkina _____	31
4.3 Perspectives d'avenir de la filière miel au Niger _____	32
4.4 Propositions de solutions pour améliorer la production et la commercialisation du miel _____	32
Chapitre 5 : Proposition de deux (2) scénarios possibles de réussite de la production et de la vente du miel des 3 centres de collecte et de vente _____	33
5.1 Un premier scénarii en amont de la filière _____	34

5.2 Un 2è scenari en aval de la filière allant de transport jusqu'à la commercialisation. _	34
5.2.1 La stratégie commerciale _____	34
5.2.2 La stratégie de communication _____	35
5.2.3 Le développement de partenariat _____	35
5.3 Difficultés rencontrées dans le cadre de la présente étude _____	35
Conclusion _____	36
Bibliographie _____	37

SIGLES ET ABREVIATIONS

ONG : Organisation Non Gouvernementale ;

NIGLEM : Niger Lait et Miel ;

COGES : Comité de Gestion ;

CR : Commune Rurale ;

CU : Commune Urbaine ;

STD : Service Technique Déconcentré ;

DDE/SU/DD : Direction Départementale de l'environnement, de la Salubrité Urbaine et de Développement Durable ;

INRAN : Institut National de Recherches Agronomiques du Niger ;

RNA : Régénération Naturelle Assistée ;

ECOPAS : Ecosystèmes Protégées en Afrique Sahélienne ;

WAP : W, Arly et Pendjari ;

COGEZOH : Contribution à la Gestion des Zones Humides ;

AFVP : Agence Française des Volontaires de Progrès ;

Scoops : Sociétés Coopératives ;

ATPF : Aménagement des Terroirs et Productions Forestières ;

TIKA : Coopération Turque ;

BAGRI : Banque Agricole du Niger ;

FISAN : Fonds d'investissement à la Sécurité Alimentaire et Nutritionnelle ;

PDC : Plan de Développement Communal ;

PAPE : Programme d'Appui aux Parcs de l'Entente.

LISTE DES TABLEAUX

Tableau N°1 : Avantages et inconvénients de l'utilisation de chaque type de ruches

Tableau N°2 : Liste des partenaires intervenant dans la filière miel, région de Tillabery ;

LISTE DES FIGURES

Figure N°1 : Quantité moyenne de miel produit par apiculteur/an

Figure N°2 : Opportunités offertes par la filière miel

Figure N°3 : Destination du produit miel

Figure N°4 : Principales contraintes de production, de filtrage et de conditionnement de miel

Figure N°5 : Types d'emballages et volumes proposés à la vente

Figure N°6 : Revenu moyen obtenu par an/apiculteur

Figure N°7 : Principales contraintes liées au transport et à la commercialisation

Figure N°8 : Prix d'achat et de vente pratiques auprès des producteurs et revendeurs de miel

Figure N°9 : Perspectives d'avenir de la filière miel au Niger

Figure N°10 : Solutions envisageables pour améliorer la production jusqu'à la commercialisation de miel

LISTE DES CARTES

Carte N°1 : Commune rurale de Makalondi (PDC, 2017)

Carte N°2 : Commune rurale de Tamou (PAPE, 2015)

LISTE DES PHOTOS

Photo 1 et 2 : Entretiens avec les sociétés coopératives et unions et les apiculteurs

Photo 3 : Ruche Kenyane installée

Photo 4 et 5 : Entretien sur le terrain et conditionnement de miel

Photo 6 : Début de la production de miel par les abeilles dans la ruche

Photo 7 et 8 : matériel de filtrage de miel et technique de filtrage par le feu

Photo 9 : miel en pots de 0,5litres au marché de Allambaré

Photo 10 : Stand de vente de miel d'un privé à Niamey

Photo 11 : Entretien avec une commerçante de miel à Makalondi

Photo 12 : Boutiques de vente de pots de conditionnement au grand marché de Niamey

Les Bambaras du Mali disent : « Pour nourrir les êtres animés, Dieu créa deux liquides blancs, la lymphe et le lait et deux liquides rouges, le sang et le miel. Ce dernier est de loin le meilleur. Comme l'or, il ne s'altère pas, il ne se corrompt pas et il ne pourrit pas ».

I. INTRODUCTION

Depuis les temps anciens, les Hommes ont toujours apprécié cet aliment doux et nourrissant qu'est le miel. Cependant le mot « apiculture » ne date que du XIX siècle et signifie culture ou élevage des abeilles.

Au Niger l'apiculture existe, mais elle reste encore très largement traditionnelle et n'intéresse que quelques régions du Sud et du Sud - Ouest du pays. En termes statistiques en 2014, environ 27000 litres de miel ont été produits au Niger dont 3643 litres provenant des zones de Torodi, Makalondi et Tamou (Ibrahim Madougou, 2014). Selon le Projet NIGLEM en 2018, toujours au niveau de ces zones, la production est de 46.638 litres, ce qui dépasse de loin les données de 2014 avec un apport financier d'environ 140 millions de FCFA pour le miel filtré et vendu.

En effet la région de Tillabéry dispose d'un important potentiel en ressources mellifères au niveau de ces zones. Ces zones appartiennent au climat soudano sahélien du Niger avec la présence d'une pluviométrie au-delà de 600mm/an, une biodiversité et une végétation assez diversifiées, la présence des forêts galeries, des aires protégées comme le parc du W et la réserve de faune de Tamou, de nombreux points d'eau permanents et semi permanents (mares), de plusieurs affluents du fleuve Niger, etc. qui maintiennent l'existence de plusieurs essaims d'abeilles. Aussi, on note l'existence d'une tradition d'extraction de miel par les populations de cette zone mais aussi de plusieurs partenaires à savoir les projets et programmes, les ONGs, etc. appuyant ce secteur.

Malgré toutes ces potentialités, cette filière souffre d'une insuffisance en matière d'organisation et de structuration, impactant directement sur la production, la commercialisation, la distribution, bref la rentabilité de la filière. Depuis l'entrée en vigueur des accords de l'OMC en 1995 dont le Niger est membre, la démarche qualité occupe une place privilégiée où toutes les questions de commerce sont régies par des normes aussi bien pour les produits transformés que non transformés.

Les faibles performances de cette filière résident aussi dans l'insuffisance de mobilisation de ressources (humaine, matérielle, financière, etc.) aussi bien internes qu'externes, ne favorisant pas son développement et sa modernisation.

Pour contribuer au développement et l'épanouissement de ce secteur, **le projet « Lait & Miel - NIGLEM – AID 011451 »** financé par l'Agence Italienne pour la Coopération au Développement (AICS) a été mis en place afin de soutenir et promouvoir certaines filières dont le miel au Niger et les produits dérivés et garantir leur présence régulière sur les marchés locaux.

Ce projet vise entre autre à améliorer quantitativement et qualitativement les productions locales qui se traduiront par la construction de 3 centres de collecte, de transformation et de commercialisation du miel et de ses produits dérivés. Ces centres contribueront à maintenir ces produits locaux sur les marchés nigériens, favorisant ainsi à l'atteinte de l'initiative 3N à savoir « *Les nigériens nourrissent les nigériens* » lancé au niveau étatique en faveur de la consommation des productions locales.

Cependant, pour atteindre les objectifs nobles fixés plus haut, une étude de marché et des stratégies de marketing de cette filière s'avère nécessaire.

C'est dans ce cadre que la présente étude a été diligentée dont l'objectif global est d'analyser le potentiel commercial et d'écoulement des produits de la filière miel au niveau de tous les maillons (de la production, jusqu'à la commercialisation et la consommation, en passant par les canaux de vente). En outre, elle permettra aussi de comprendre si une production majeure pourrait s'établir durablement au Niger et si pourrait-elle être facilement écoulee sur les marchés locaux, nationaux et même à l'étranger, vue aussi la typicité des productions (ex. Miel du « Parc W » du Niger) unique à son genre.

Cette mission sur « le marché et stratégies de marketing de la filière miel au Niger » a été effectuée du 21 Décembre 2020 au 21 Janvier 2021 par Monsieur HAMIDOU Mahamane Lawali, titulaire d'un Master 2 en « Protection de l'environnement et amélioration des systèmes agraires sahéliens » et Ingénieur des Techniques Forestières, Environnementaliste.

LE PRESENT RAPPORT D'ETUDE EST REPARTI COMME SUIV :

1. Chapitre 1 : Les différentes phases de production, de filtrage et de conditionnement de miel et les contraintes du secteur ;
2. Chapitre 2 : Les différentes phases de transport, commercialisation et les contraintes du secteur ;
3. Chapitre 3 : Typologie des acteurs, leurs rôles et les interactions existantes ;
4. Chapitre 4 : Compétitivité du miel des zones du projet NIGLEM et perspectives d'avenir ;
5. Chapitre 5 : Propositions de deux (2) scénarios de réussite de la filière miel.

REMERCIEMENTS

Nous tenons ici à remercier vivement tous ceux qui ont contribué à l'élaboration de cette étude en particulier les responsables et experts du projet, les animateurs du projet NIGLEM sur le terrain, les responsables des services communaux de l'environnement sur le terrain, les responsables des ONGs et plates-formes, les responsables des Projets/programmes ainsi que les institutions universitaires, les COGES des sociétés coopératives et des Unions, les commerçants/revendeurs de miel, les responsables des stands et boutiques sur le terrain et à Niamey, les transporteurs, les consommateurs, les responsables des pharmacies et les apiculteurs pour leur accueil et leur précieuse et étroite collaboration.

Les TDR de l'étude, les différents guides d'entretien ainsi que la liste des personnes enquêtés sont joints en annexe du rapport.

II. METHODOLOGIE DE L'ETUDE

En vue d'atteindre les objectifs fixés de la présente étude, une méthodologie a été élaborée et adoptée ainsi que le planning de l'étude lors de la réunion de cadrage avec l'équipe du projet. Une recherche documentaire a été menée auprès du projet et autres bibliothèques (Faculté d'agronomie de l'Université Abdou Moumouni Dioffo de Niamey) et autres personnes ressources qui a permis de faire le bilan et l'analyse des activités réalisées par le passé, tenir compte des propositions et recommandations déjà faites mais aussi des constats. Des questionnaires et guides d'entretien ont été aussi conçus et validés à adresser sur le terrain comme suit :

- ❖ Un questionnaire individuel adressé aux producteurs de miel ;
- ❖ Un guide d'entretien adressé auprès des Scoops et aux Unions, les commerçants/revendeurs de miel et pots de conditionnement, les consommateurs et revendeurs ;
- ❖ Un autre guide d'entretien adressé aux services et structures d'appui à savoir les STD, les ONGs et projets, les responsables universitaires, etc.

Après cette phase de bureau, les données ont été collectées sur le terrain suivant un planning partagé sur deux (2) axes à savoir Niamey-Say-Tamou et Niamey-Torodi-Makalondi avec l'équipe du projet mais aussi en collaboration avec les équipes des animateurs du projet auprès des producteurs et personnes ressources.

Globalement, soixante-huit (68) personnes ont été interviewées lors de cette étude comme suit :

- ❖ Seize (16) producteurs de miel ;
- ❖ Six (6) personnes appartenant aux STD, ONGs, Plateforme, projets et institutions universitaires ;
- ❖ Trente (30) personnes dont seize (16) commerçants/responsables de points de vente, dix (10)

consommateurs, trois (3) transporteurs et un (1) commerçant de pots de conditionnement ;

❖ Quatre (4) pharmaciens de la place à Niamey ;

En outre, dix (10) COGES dont huit (8) Scoops et deux (2) Unions ont été aussi interviewés.



Photo 1 et 2 de gauche à droite : Entretien avec les sociétés coopératives de Makalondi et avec un apiculteur de Welgorou au marché de Allambaré (CR de Tamou)

Après la phase de collecte des données, il s'est agi de procéder à :

- La codification des réponses et à la saisie des données collectées ;
- Le traitement et l'analyse des données ;
- La rédaction du rapport de l'étude ;
- Le dépôt de la version provisoire du rapport de l'étude ;
- Le dépôt du rapport final de l'étude.

III. Quelques généralités sur l'apiculture des zones d'intervention du projet

La production rationnelle du miel nécessite prioritairement quatre (4) choses à savoir (1) la présence des abeilles, (2) d'une végétation et d'une flore mellifère, (3) la disponibilité de l'eau, ainsi que (4) des ruches bien installées. L'abeille présente dans cette zone est *Apis mellifica mellifica adansonii* qui est l'abeille occidentale, jaune, agressive et essaimeuse. La colonie se compose d'une reine, mère de la colonie reconnaissable à sa grande taille et les membres de la colonie (males faux bourdons, ouvrières, etc.).

La flore mellifère appartient aux trois (3) strates végétales naturelles à savoir la strate arborée, la strate arbustive et la strate herbacée typiques de ces zones ; les plantes mellifères dominantes sont de la Famille autochtones des *Combrétacées spp.* Etc....

Sur le terrain d'intervention on trouve encore comme prédominantes le type de ruches traditionnelles mais aussi ces dix (10) dernières années, les ruches modernes.

Parmi les ruches modernes on peut distinguer :

- ❖ **Les ruches à cadres** comme les Langstroth ;
- ❖ **Les Ruches à barrettes** : c'est le cas de la ruche Kenyane top bar qui est de plus en plus utilisée et vulgarisée de nos jours est un modèle autorisant une apiculture moderne transitoire, que bien

s'adapte aux climats africains. Il s'agit des dotations de la part des partenaires comme NIGLEM, ATPF pour ne citer que ceux-là.



Photo 3 : Ruche Kenyane installé

Chapitre 1 : Les différentes phases de production, de filtrage et de conditionnement de miel et les contraintes du secteur

1.1 Phase de production de miel

Depuis les temps immémoriaux, le miel était exploité de manière traditionnelle et artisanale avec des moyens rudimentaires. Cette technique de collecte de miel conduit à la destruction des essaims d'abeilles, la destruction de la biodiversité, etc. A cela viennent s'ajouter les facteurs anthropiques avec la coupe abusive du bois vert pour l'approvisionnement des grands centres urbains comme Niamey en bois de chauffe, la déforestation, l'utilisation de feux, l'insuffisance de points d'eau, l'utilisation des pesticides et autres produits chimiques dans le cadre de l'agriculture, etc. contribuant ainsi à une dégradation accélérée de l'environnement avec de multiples conséquences. Pour inverser ces tendances et ayant pris conscience de cet état de fait, les apiculteurs des Départements de Say et Torodi, avec l'appui des partenaires au développement optent pour la production du miel à travers la pose des ruches améliorées plus productives et plus accessibles (ruches kenyanes, ruches Langstroth, etc.) en vue d'atténuer les impacts environnementaux négatifs qui existaient par le passé sans porter atteinte à la vie des abeilles.

Cela ne va pas s'en dire que certains apiculteurs continuent toujours à exploiter le miel par la méthode artisanale par le biais des ruches traditionnelles à base de paille faute de moyens financiers pour se procurer les ruches améliorées. A titre illustratif, le coût d'une ruche traditionnelle varie de 2000 à 2500 F CFA moins cher comparé à une ruche moderne type kenyane dont le prix d'achat varie de 18000 à 35000 F CFA en fonction bien sûr de la qualité de bois utilisé et des options de finition.

Le tableau n°1 ci-dessous fait ressortir les avantages et inconvénients de l'utilisation de chaque type de ruche

Avantages	Inconvénients
Ruche traditionnelle : plus accessible, faible coût, maîtrise de l'outil, moins rigoureux dans la conduite de la production Généralement attachée sur les arbres donc moins de risque de vol et d'attaque d'autres animaux,	Ruche traditionnelle : exploitation plus difficile, du fait de sa forme cylindrique avec risque de sécurité, habitat trop restreint, grande mortalité d'abeilles, feux de brousse, termites, faible productivité, noirceur du miel, beaucoup de débris entachant sa qualité organoleptique
Ruche moderne : plus productive, moins de risque de sécurité, qualité de production, faible mortalité des abeilles, offre un espace suffisant pour les activités des abeilles	Ruche moderne : coût trop cher, suivi rigoureux, trop exposé (généralement posées sur des supports avec des risques de vol et d'attaque d'autres animaux).

Tableau N°1 : avantages et inconvénients de l'utilisation de chaque type de ruche.

1.2 Estimation des quantités moyennes de miel produites par apiculteur et par an

La figure N°1 ci-dessous apprécie la quantité moyenne de miel produite par apiculteur/an.

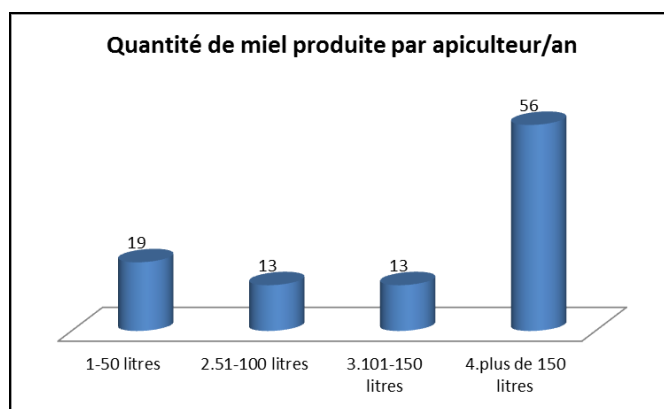


Figure N°1 : Quantité moyenne de miel produite/apiculteur/an parmi les 8 Scoops soutenue par NIGLEM (données de l'étude)

Ainsi 56% des apiculteurs enquêtés produisent plus de 150 litres de miel par an contre 19% qui produisent de 1 à 50 litres et 13% entre 51 à 150 litres. Ce qui donne des résultats appréciables en matière de production de miel rapporté au nombre total d'apiculteurs de toute ces zones qui est actuellement de 281 hommes (données projet NIGLEM). Ces résultats cachent cependant certaines disparités car le nombre de ruches exploités par type et par apiculteur varie d'un village à un autre. En effet, un apiculteur peut disposer de plus d'une dizaine de ruches exploitées allant des ruches traditionnelles aux ruches modernes.

En outre, ces données augurent de bonnes perspectives pour la disponibilité de miel au niveau des centres de collecte, de transformation et de commercialisation du miel et dérivés nouvellement créés à cet effet.



Photos 4 et 5 de gauche à droite : Entretien avec la société coopérative de Tamou, Conditionnement en miel brut

1.3 Les périodes de production de miel

Selon les producteurs, deux (2) à trois (3) périodes de production de miel sont observées en fonction des périodes de floraison des espèces mellifères. Ces espèces sont : *Piliostigma reticulatm*, *Cassia Tora*, *Butyrospermum parkii*, *Combretum nigricans*, *Guiera senegalensis*, *Hyphane thebaica*, *Combretum micrantum*, *Balanites aegyptiaca*, *Adansonia digitata*, *Combretum glutinosum*, *Sclerocarrea birrea*, *Manguifera indica* et *Tamarindus indica*.

Les périodes de production sont :

- ✚ Juillet-Août, qualifiée de faible production ;
- ✚ Avril-Mai qualifiée de moyenne production ; et
- ✚ Octobre-Novembre pouvant s'étaler parfois jusqu'au mois de Décembre qualifiée de forte production

1.4 La récolte du miel, traitement et transformation du miel

i. La récolte de miel

Après plusieurs suivis au niveau de la ruche, une fois le miel operculé, le producteur procède à sa récolte. Cette récolte se fait de deux (2) manières à savoir sur la ruche traditionnelle avec l'utilisation de feu pour éloigner les abeilles ou sur la ruche moderne avec l'utilisation des enfumoirs.



Photo 6 : début de production de miel par les abeilles dans la ruche

ii. Le traitement de miel

Une fois le miel récolté, celui-ci est à l'état brut. Il s'agit dès cette étape à l'apiculteur procéder à son nettoyage en enlevant les impuretés, les larves et autres abeilles mortes d'abord avant de le conserver dans des récipients.

iii. Le filtrage et le conditionnement

Une fois ce produit transporté au village ou à l'atelier de la société coopérative, l'apiculteur procède au filtrage en utilisant plusieurs techniques traditionnelles par le passage d'au moins deux (2) tamis et un (1) tissu soit en laissant le miel brut au soleil ou par l'utilisation du feu, à l'égouttoir. Une fois le miel filtré obtenu à travers ces différentes étapes, les apiculteurs conditionnent le produit dans des pots bien hygiéniques, hermétiquement fermés et collent les emballages au besoin pour affirmer son authenticité (nom de la Scoop, zone de production, numéro de contact). Ils sont assistés parfois par leurs femmes dans ce processus de traitement, de filtrage et de conditionnement.



Photos 7 et 8 : Matériel local de filtrage (à gauche) chez le SCOOP à Tamou(Say)– et technique de filtrage par le feu (à droite) chez une commerçante à Makalondi (Torodi)

1.5 La présentation des produits issus de la ruche

Les principaux produits sont :

- le miel brut ou filtré produit en grande quantité afin de satisfaire la clientèle. Il faut noter que ces produits en état sont fonction de désir de la clientèle. Certains veulent le miel en son état brut tandis que par contre d'autres le préfèrent en filtré.
- la cire : ce produit issu de la production apicole est méconnu du grand public. C'est ainsi que beaucoup d'apiculteurs le négligent ou le banalisent. Cependant, depuis un certain temps, on constate un regain de besoin de ce produit par certains particuliers au Niger ou au-delà de nos frontières au Burkina Faso utilisé dans la fabrication de certains produits cosmétiques, bougies, etc.

A partir de ce stade, la production va de l'autoconsommation à la commercialisation.

1.6 Opportunités de la production de miel

La production de miel dans ces zones offre beaucoup d'opportunités comme ressorties sur la figure ci-dessous. Il s'agit des données collectées auprès des apiculteurs croisés avec ceux des services d'appui et des consommateurs. Les résultats sont consignés dans la figure N°2 ci-dessus.



Figure N°2 : opportunités de la filière miel (données de l'étude)

L'analyse de cette figure donne la synthèse ci-dessous dont l'essentiel présente :

- ✓ Un miel pur de qualité à hauteur de 40% ;
- ✓ Le savoir-faire local des producteurs avec plus de 10% ;
- ✓ Les vertus de ce miel avec 8%; etc.

Ces résultats obtenus confirment ceux obtenus par Madougou, Ibrahim (2015). En effet, celui-ci affirmait que les apiculteurs ont accumulé des expériences du fait de la pratique, de la connaissance de cette activité, l'existence d'un fort potentiel et une demande supérieure à l'offre, etc.

1.7 Destination de la production du miel

De la production à la commercialisation, les produits de la ruche et en particulier le miel est répartie comme suit :

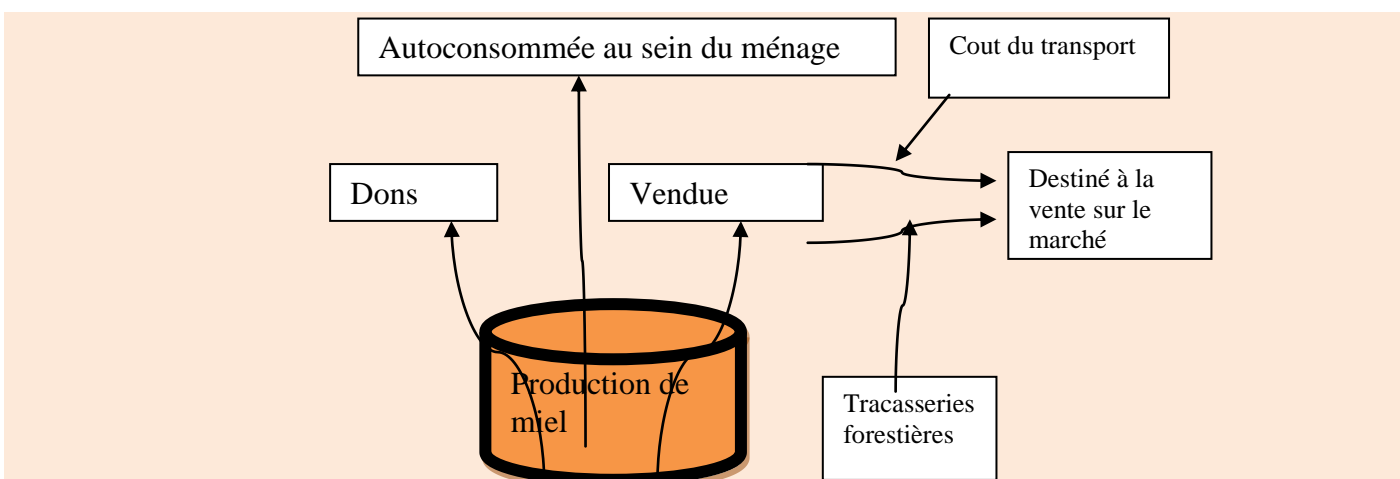


Figure 3 : Destination du miel produit

Une fois récolté, le miel est reparti comme suit :

- ✚ Une partie autoconsommée au bénéfice du ménage et autres étrangers ;
- ✚ Une partie donnée en dons ;
- ✚ Une partie destinée à la vente sur les marchés locaux (Makalondi, Torodi, Tamou) au bénéfice des consommateurs subissant les coûts de transport et autres frais de route vers les grands centres urbains comme Niamey.

1.8 Principales contraintes liées à la production, au filtrage et au conditionnement de miel

En effet, le miel de ces zones à savoir Tamou, Torodi et Makalondi est de qualité indéniable. En effet, les analyses de laboratoire effectuées au niveau de l'Université Abdou Moumouni de Niamey en témoignent (cf. Rapport d'analyse par Professeur Balla Abdrahamane de la Faculté d'Agronomie). Il existe néanmoins quelques contraintes comme toute filière qui entravent son bon développement au bénéfice des producteurs et autres acteurs de la chaîne.

La figure N°4 ci-dessous fait ressortir cette situation.

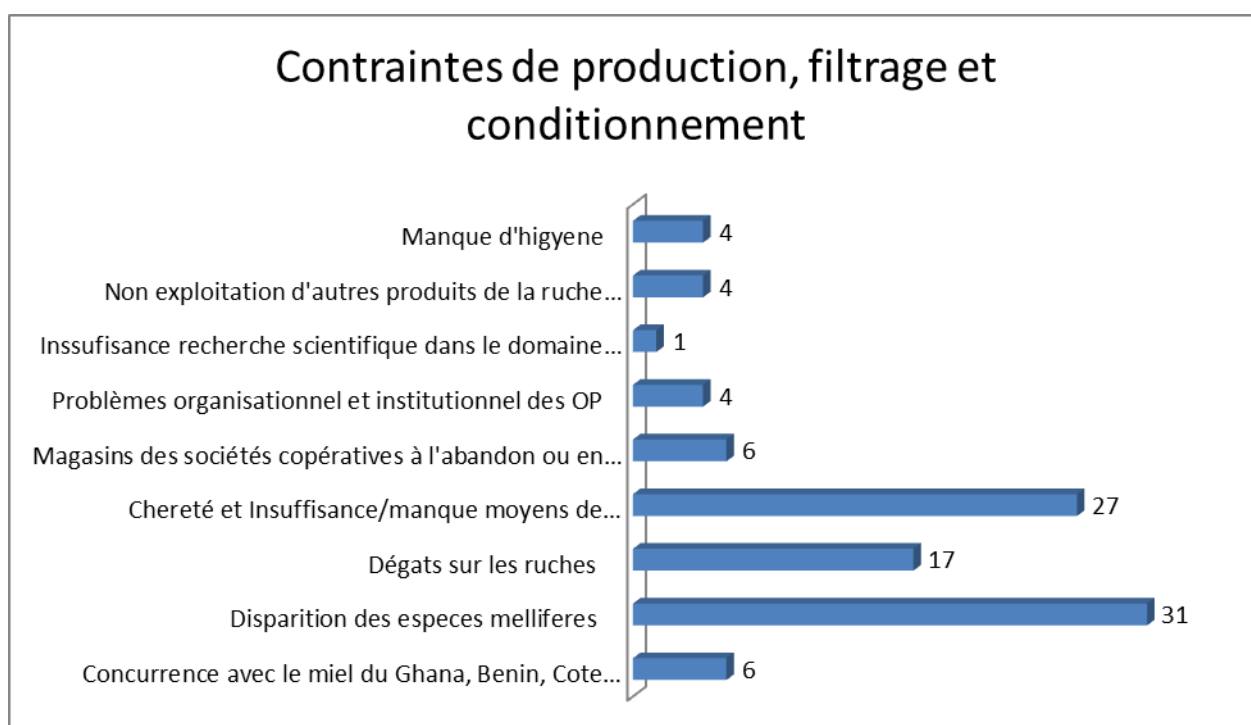


Figure N°4 : Principales contraintes de production, filtrage et de conditionnement du miel (données de l'étude)

Ces contraintes majeures ont pour noms :

- ✓ Disparition de nombreuses espèces mellifères suite à des pratiques malsaines de coupe abusive du bois vert, la dégradation du couvert végétal, les effets des changements climatiques, le surpâturage des animaux, etc. avec 31% ;

- ✓ Cherté et Insuffisance/manque moyens de production (ruches), filtrage et conditionnement avec 27% ;
- ✓ Dégâts sur les ruches suite aux attaques des éleveurs, les feux de brousse ou autres pratiques d'émondage des fruits, et de pâturage aérien avec 17%;
- ✓ Concurrence avec le miel du Burkina Faso (frontière avec le Togo, Ghana), Benin, Cote d'ivoire avec 6% ;
- ✓ Magasins des sociétés coopératives à l'abandon ou en mauvais état avec 6% aussi.

Chapitre 2 : Les différentes phases de transport, commercialisation et les contraintes du secteur

2.1 Transport des produits apicoles des villages de production vers les principaux centres de vente

Pour acheminer le miel, le moyen utilisé pour l'accès au marché local est le vélo, la moto et les transports en commun vers les grands centres urbains comme Niamey, etc. Cependant, du fait des contraintes d'ordre sécuritaire¹ dans ces zones depuis Janvier 2020 qui empêchent les déplacements en moto, les producteurs éprouvent beaucoup de problèmes liés au transport. Le miel étant un produit lourd, il est évident que son transport à vélo en grandes quantités n'est pas garanti.

Les frais de transport de ces grandes quantités (15 litres, 25 litres) varient de 500 à 1000 F des sites de productions aux communes et peuvent aller jusqu'à 2000 F pour leur acheminement à Niamey. Il n'y a pas de taux ou prix fixe pour le transport de ces volumes de miel vers les grands centres urbains comme Niamey.

2.2 Commercialisation de miel

L'activité apicole ne pourra être bénéfique et durable sans que des débouchés fiables de commercialisation ne soient trouvés. Selon les préférences des consommateurs le miel est vendu en état brut ou en état filtré. Afin de mieux valoriser et servir la clientèle, les aspects liés au marketing sont pris en compte. Ainsi, ce miel est conditionné en divers pots de divers volumes (0,25 litres ; 0,5 litres ; 1 litre, bidons de 25 litres, etc.), bien étiqueté avec un emballage de qualité. Cet emballage mentionne la zone de provenance de miel, l'institution l'ayant produit, les numéros de contacts, etc. L'hygiène joue un rôle essentiel dans le cadre de la manipulation du miel depuis la ruche jusqu'au conditionnement. Cependant, certains producteurs sont moins regardants sur cet aspect combien important qui valorise mieux le produit et le met en confiance vis-à-vis du consommateur ou du client de manière globale.

Selon Abouzeidi Aboubacar Abba, 2018, au niveau de Makalondi « La majorité des exploitants (53%) vend leur produit sur place au village à des commerçants locaux qui les revendent. Aussi, 18% vendent sur les marchés de Kankani et Makalondi, et quelques cas à Niamey, voire au Burkina ».

2.3 Zones de production et d'écoulement de miel de la région de Tillabéry

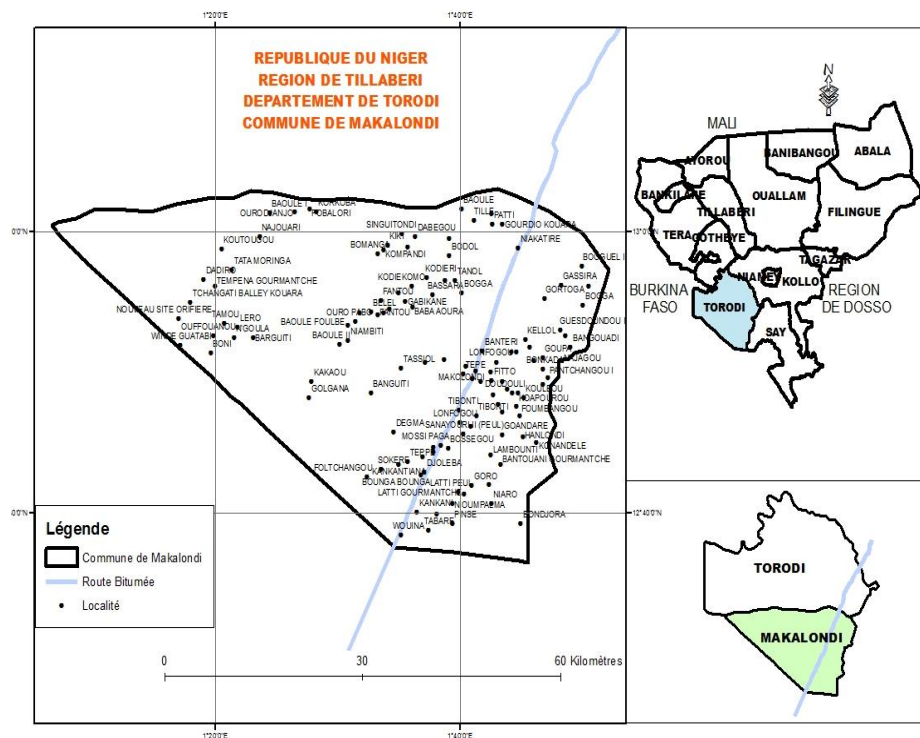
2.3.1 Les zones de production de miel

IL existe deux (2) zones de production de miel au niveau de la région de Tillabéry à savoir les départements de Torodi et de Say autour desquels se répartissent les huit (8) sites de production. Il s'agit de :

Pour le département de Torodi : les villages ou sites de Bomanga, Gnimpelma et Koulbou pour la commune de Makalondi se trouvant à une distance d'environ 10 à 25 Km du chef-lieu de la commune et à environ 95 km de Niamey.

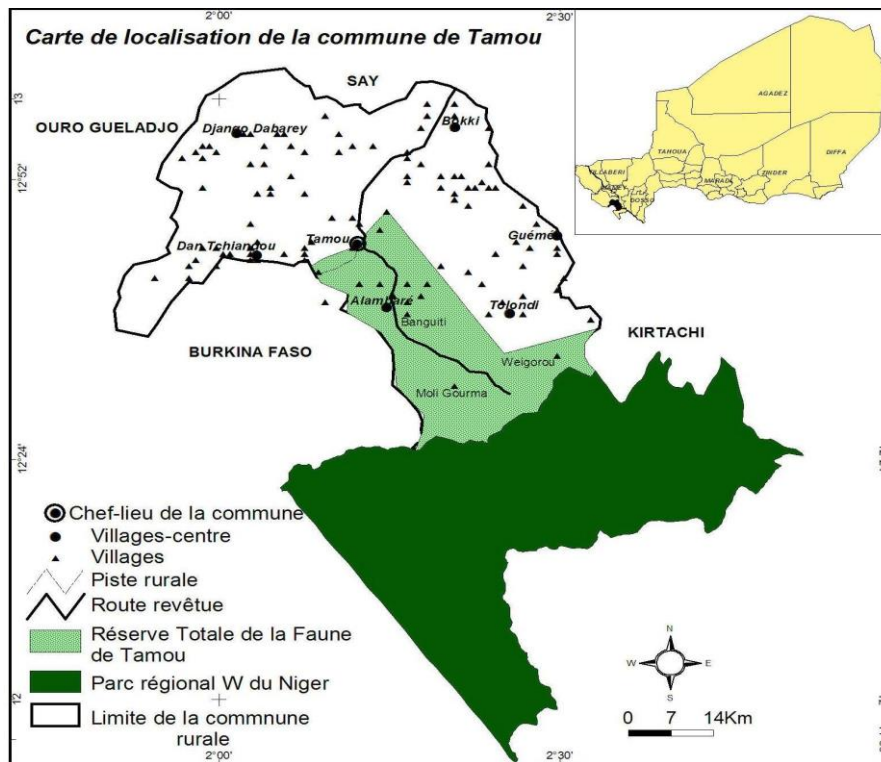
Pour le département de Say : les villages ou sites de Tamou, Alambaré, Molli Haoussa, Tolondi et Welgorou pour la commune de Tamou se trouvant à une distance de 38 à 45 km du chef-lieu de la commune et environ 100 km de Niamey. Les cartes ci-dessous donnent un aperçu des zones de production de miel situées au niveau de ces deux (2) communes à savoir Makalondi et Tamou de la région de Tillabéry.

Les cartes N° 1 et N°2 ci-dessous des communes de Makalondi et de Tamou fait ressortir les principaux sites ou villages de production de miel situés dans la région de Tillabéry.



Carte N° 1 : Commune de Makalondi (PDC, 2017)

¹ Ces zones sont en fait aussi intéressées par des défis d'ordre sécuritaire liées à la diffusion des cellules terroristes et des groupes de petit banditisme ;



Carte N°2 : Commune de Tamou (PAPE, 2015)

2.3.2 Les zones d'écoulement de miel et les prix pratiqués

Les zones d'écoulement de miel provenant de la région de Tillabéry peuvent se répartir en deux (2) à savoir les marchés locaux et les grands centres urbains. Pour les marchés locaux, il s'agit d'abord des marchés locaux de Makalondi, Torodi, Tcholol Bollol, Kardjabou de la commune de Makalondi ainsi que le marché de Torodi se trouvant dans le département de Torodi et ceux de Tamou, Alambaré, Welgorou, Guiémé de la commune de Tamou et Say dans le département de Say.

Pour les principaux centres urbains d'écoulement du miel provenant de ces zones, on cite les centres urbains de Niamey, de Maradi, de Dosso, d'Agadez à l'intérieur du pays et les pays comme le Nigeria et le Tchad à l'extérieur. Au niveau des régions de Maradi et de Dosso, les prix du litre de miel atteint 5000 F CFA alors qu'à Agadez, les prix vont de 2500 F CFA le $\frac{1}{4}$ de litre à 5000 F CFA le $\frac{1}{2}$ litre et à 7500 F CFA le litre.

2.4 Types d'emballages et volumes proposés à la vente

La figure N°5 ci-dessous dresse les prix d'achat et de vente de miel en fonction du type de contenance

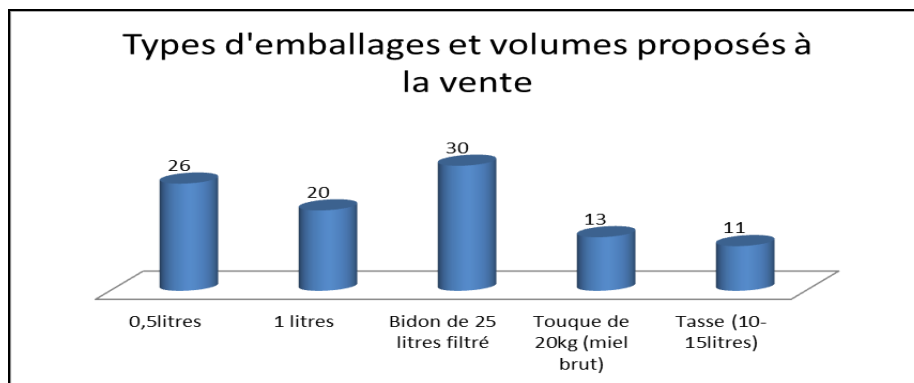


Figure N°5 : types d'emballages et volumes proposés à la vente (données de l'étude)

Ainsi, 30% de la vente est effectuée dans les bidons de 25 litres, suivi des pots de 0,5 litres (comme on le voit sur cette figure) avec 26%, des pots de 1 litre avec 20%, des touques de 20 kg miel brut avec 13% et enfin des tasses de 10 à 15 litres de miel avec 11%.



Photo 9 : Miel en pots de 0,5l en en boites au marché de Allambaré (Tamou)

2.5 Revenus générés aux producteurs

L'apiculture génère des revenus monétaires non négligeables aux producteurs comme le montre la figure N°6 ci-dessous

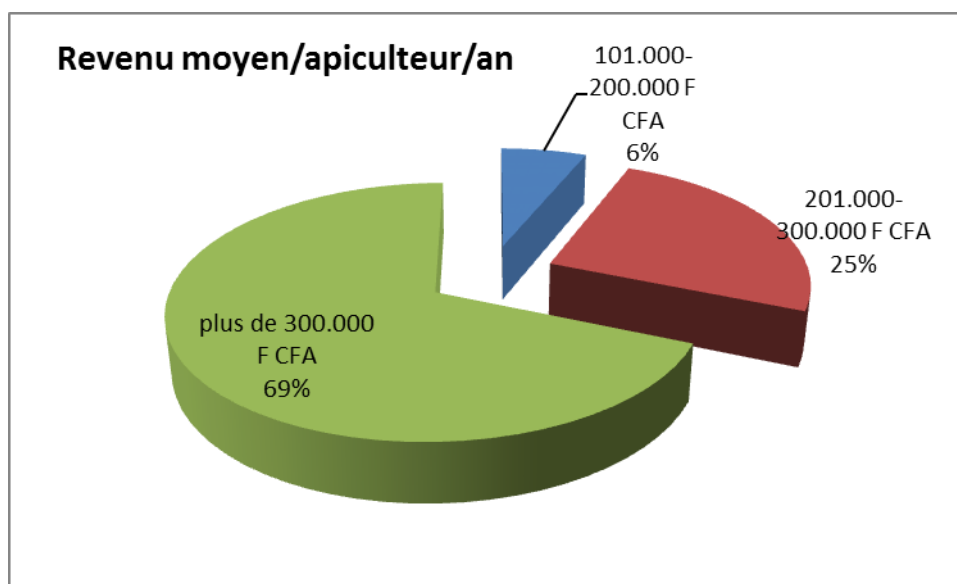


Figure N°6 : revenu moyen généré par an/apiculteur (données de l'étude)

Selon cette figure, 6% des producteurs obtiennent un revenu moyen annuel compris entre 101.000 à 200.000 F CFA, 25% entre 201.000 à 300.000 FCFA et 69% obtiennent plus de 300.000 F en considérant le prix prudentiel moyen par litre de vente de miel de 3000F au niveau local. Ces résultats corroborent ceux obtenus par le Projet NIGLEM en 2018 en considérant le prix prudentiel de 3000f/litre de miel au niveau local avec un revenu moyen de 379.830F/an/apiculteur en rapportant au nombre total d'apiculteurs au niveau de tous les sites de production de la région de Tillabéry à savoir Welgorou, Tamou, Allambaré, Moli Haoussa, Tolondi (département de Say) et Gnimpelma, Koulbou et Bomanga (département de Torodi). Aussi, Madougou I. (2015) estimait entre 300.000 F à 500.000 F CFA le revenu moyen obtenu par apiculteur et par an.

2.6 Différents points de vente de miel

Il existe plusieurs points de vente de miel et les principaux ressortis au niveau des zones enquêtées sont :

a) Au plan national :

- ✓ les marchés locaux de Torodi, Makalondi, Tamou, Allambaré, Moli Haoussa, Welgorou, Say, etc. ;
- ✓ Les foires et autres expositions nationales ou régionales organisées dans les grands centres urbains comme le Sahel à Niamey, etc.

- ✓ les commerçants grossistes ou demi-grossistes et autres stands de vente à Niamey mais aussi au niveau des autres régions du Niger comme Maradi, Agadez, Dosso ;
- ✓ certains transporteurs en même temps commerçants de miel ;

b) Au plan régional :

Il s'agit toujours selon les données de l'enquête, des commandes provenant des pays comme le Nigeria, le Tchad, etc..

c) Au plan international

Certains producteurs ou sociétés coopératives ont développé des relations étroites avec des institutions ou des privés depuis des années qui achètent leur miel. Ainsi ces structures envoient après chaque récolte des quantités de miel vers certains pays hors de l'Afrique (Nigeria, Tchad, etc.). On peut citer entre autres les sociétés coopératives de Molli Haoussa, Welgorou, Tamou, Koulbou, etc.

2.7 Problèmes liés au transport et la commercialisation du miel de ces zones

La figure N°7 fait ressortir ces principales contraintes

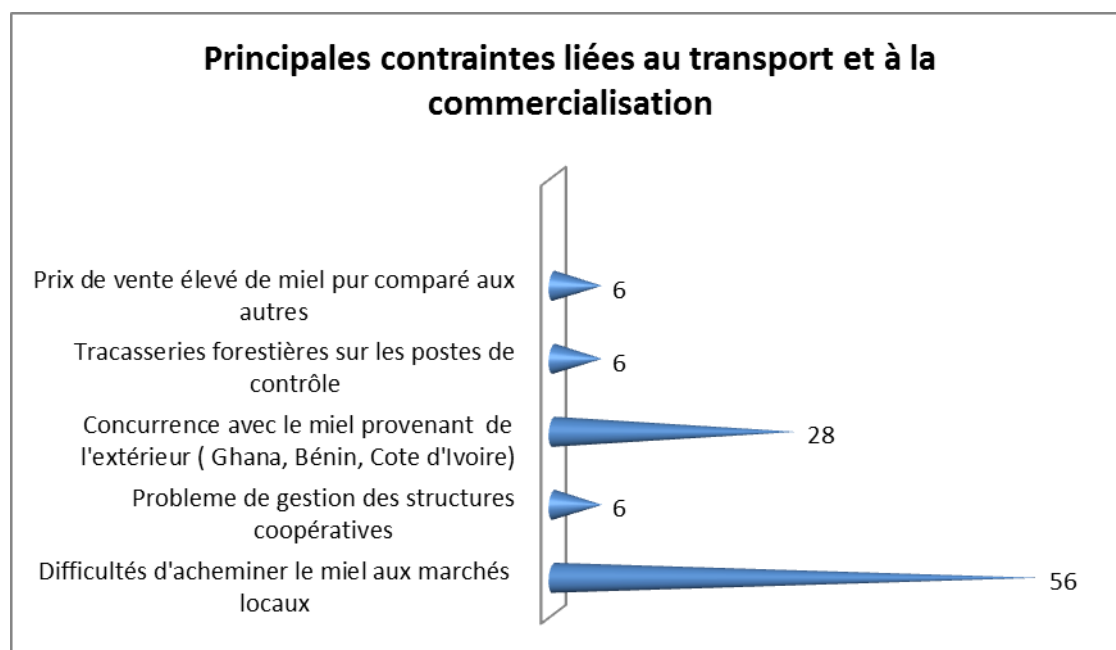


Figure N°7 : Principales contraintes liés au transport et à la commercialisation de miel (données de l'étude)

Il s'agit de :

- ❖ Difficultés d'acheminer le miel aux marchés locaux avec 56% ;
- ❖ Concurrence avec le miel provenant de l'extérieur (Ghana, Bénin, Cote d'Ivoire) avec 28%.

On note aussi d'autres contraintes non moins importantes comme les tracasseries forestières sur les axes routiers lors de l'acheminement du miel dans les bidons de 25 litres au niveau des centres urbains comme Niamey, des problèmes liés à la gestion des sociétés coopératives et le prix élevé de miel du Niger selon certains consommateurs avec 6%.

2.8 Les prix d'achat et de vente de miel

L'activité d'achat et de vente de miel est très porteuse. Ainsi on trouve beaucoup de professionnels d'autres secteurs s'adonnant à cette activité. Les prix d'achat et de ventes pratiquées génèrent une plus-value engrangée par ces acteurs. La figure N°8 ci-dessous donne une répartition des prix au niveau local.

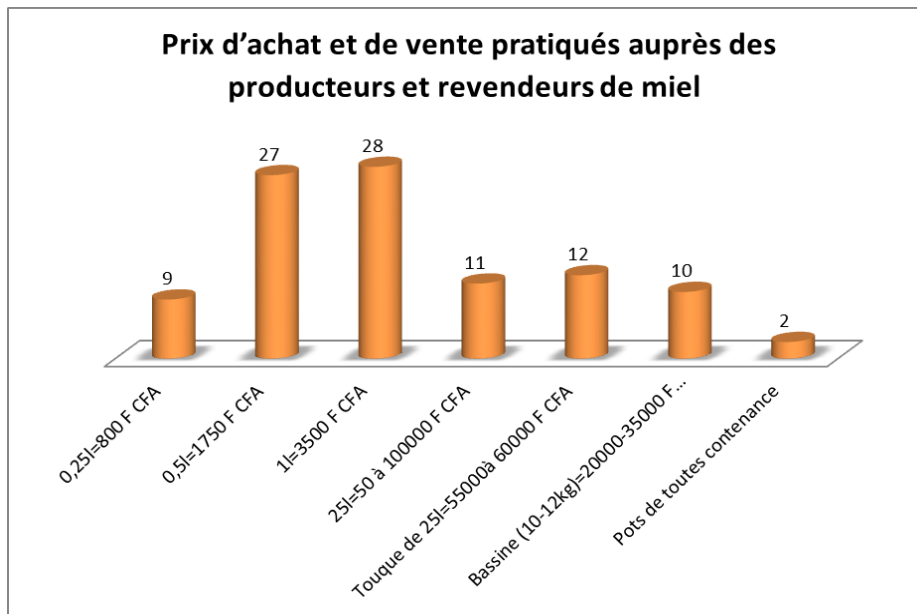


Figure N°8 : Prix d'achat et de vente pratiqués auprès des producteurs et revendeurs de miel (données de l'étude)

Comme indiqué ci-dessus, les prix sont fonction de la contenance de produit. On trouve le ¼ litre vendu à 800F, 0,5 litres à 1750 F, le litre à 3500 F, les 25 litres de miel filtré variant de 50 à 100.000 F, la bassine de 10 à 12 litres vendu de 20 à 35.000 F, etc. Ainsi par ordre d'importance en termes de contenance 28% des pots sont sous forme de 1 litre suivi des pots de 0,5 litres avec 27%, de 25 litres à 11%, les touques à 12% et les 0,25 litres à 9%. Une fois à Niamey, le litre de miel filtré peut se vendre jusqu'à 5000 F CFA particulièrement en période de rupture de stock.



Photo 10 : Stand de vente de miel d'un privé installé à Niamey par un apiculteur de la Scoop « Bomanga » de Makalondi.

2.9 Identification des besoins sur les marchés divisés par type de produit et par type de consommateur final

Le miel des zones de Tamou, Torodi et Makalondi est de loin le produit le plus prisé sur les marchés car il est sollicité au niveau local, national vers des grands centres urbains d'écoulement comme Niamey, Maradi, Agadez, etc. selon le dire des producteurs et commerçants mais aussi au-delà de nos frontières au Bénin, Mali, Togo, Nigéria du fait de sa qualité pure intrinsèque recherché partout mais aussi de ses nombreuses vertus. Il semble difficile d'estimer les besoins de ce produit vers ces différents centres qui se font en fonction de la disponibilité du produit mais aussi des quantités de commandes auprès des producteurs et des commerçants grossistes du fait de manque de statistiques sur le miel local du Niger.

Alain Lankoande (2015), affirmait que selon les apiculteurs de la zone de Botou (Burkina Faso) que « si avant, ils devaient aller chercher le marché, aujourd'hui ce sont les acheteurs qui viennent les trouver dans leur cour et bien souvent ils viennent du Niger ». Ce même auteur affirme que le Niger est un grand demandeur de miel.

Cela est confirmé par certains producteurs et commerçants/grossistes rencontrés sur le terrain et dénote de l'intérêt accordé au miel du Niger et particulièrement de ces zones.

Les nouvelles statistiques enregistrées au niveau du poste avancé d'entrée de Makalondi confirment aussi cette hypothèse. En effet selon la DDE/SU/DD de Torodi de Janvier à Décembre 2020, environ 17.275 litres de miel importé ont été acheminés au Niger par voie terrestre par le biais des véhicules gros porteurs dans des bidons de conditionnement de 25 litres. Ce miel provient tantôt du Burkina Faso et tantôt du Ghana.

Abouzeidi Aboubacar Abba (2018), affirme aussi que « 86% des apiculteurs ne font pas de stock de miel du fait que la demande reste toujours forte et les quantités récoltées faibles ». Les sous-produits du miel comme la cire, le pollen, la propolis, la gelée royale, etc. sont presque méconnues de la grande majorité des producteurs voire même du grand public. Cependant, au cours de ces dernières années la cire commence à être exploitée par certains producteurs et commerçants mais en très faible quantité et en fonction parfois de quelques rares besoins sollicités. Beaucoup de groupements féminins formés dans ces zones appuyées par plusieurs partenaires commencent à fabriquer des pommades et des savons à base de miel et de la cire. Mais jusque-là, il s'agit d'une petite exploitation à l'échelle locale.

Chapitre 3 : Typologie des acteurs, leurs rôles et les interactions existantes

3.1 Typologie des acteurs de la filière du miel et leurs rôles

On peut établir une typologie des acteurs intervenant au niveau de la chaîne de vente de miel dans ces zones.

Ainsi on distingue deux (2) types d'acteurs à savoir :

i) Les acteurs directs

Il s'agit de :

- Les producteurs : tous de sexe masculin, ils dominent les activités de confection et de pose de ruches, le pesage et l'extraction du miel, la vérification de la qualité, la mise en bouteille ou en pots et la vente ;
- Les commerçants grossistes : leur rôle consiste à la collecte et à l'achat du miel brut auprès des producteurs, le filtrer selon les besoins des clients et le revendre sur les marchés ;
- Les sociétés coopératives, plus ou moins opérationnelles par village, jouent un rôle important dans la filière par la collecte de la production de chaque membre, la transformation, le conditionnement et la vente au niveau des comptoirs créés à cet effet avec le principe de prélèvement dont le montant varie d'une société coopérative à une autre. Ces cotisations sont périodiques et peuvent être en nature ou en numéraire. A titre d'exemple, la scoop de Welgorou prélève 250 F par litre vendu.

ii) Les acteurs indirects

Ils constituent la catégorie d'acteurs qui ont une incidence sur le transfert du produit de la production aux consommateurs finaux. Il s'agit de :

- Les commerçants détaillants ou revendeurs qui achètent auprès des producteurs ou des commerçants grossistes et le revendent aux consommateurs ;
- les unions : nouvellement installées au niveau des villages de Tamou, Makalondi et Torodi elles joueront un rôle de relais entre les producteurs les sociétés coopératives et les commerçants. Leur rôle est d'apporter l'appui conseil aux sociétés coopératives afin que leurs membres obtiennent plus de valeur dans leur profession. Dans le cadre de la création des centres de collecte, leurs rôles seront élargies dans le processus de gestion et de vente ;
- les transporteurs qui assurent l'acheminement du produit miel jusqu'au consommateur ;
- Les fournisseurs d'intrants (les artisans, les tailleurs et menuisiers...) : leur rôle est la fabrication des ruches, des combinaisons et d'autres accessoires comme les enfumoirs, les supports des ruches, les lèves cadres ...

3.2 Les partenaires intervenant dans le domaine de la filière miel

Divers partenaires au développement travaillent dans le cadre de la filière miel au niveau des deux départements. On peut citer les services techniques de l'environnement au niveau local et national ainsi que ceux de de l'élevage (encadrement des producteurs), les institutions universitaires et de

recherche comme la faculté d'agronomie, l'INRAN, pour la conduite des études thématiques ou l'encadrement des stages des étudiants, les ONGs, projets, etc.

Le tableau N° 2 ci-après dresse la situation des partenaires ayant intervenu au niveau de ces zones d'intervention du projet NIGLEM AID 011451.

Période	Partenaires/Bailleurs	Zone d'intervention	Domaine d'intervention
2003-2008	Programme Régional Parc W Ecopas	Tamou et périphérie du Parc W	Plusieurs formations thématiques et équipement (aussi des ruches modernes), appui institutionnel et organisationnel, appui-conseil
2008-2015	Programme WAP	Tamou et périphérie du Parc W	Plusieurs formations thématiques et équipement, appui institutionnel et organisationnel, appui-conseil
<i>Permanent</i>	ATPF	Tamou et périphérie du Parc W	Plusieurs formations thématiques et équipement, appui institutionnel et organisationnel, appui-conseil
<i>Permanent</i>	Africa70 et ACRA	Tamou et périphérie du Parc W, Torodi, Makalondi	Plusieurs formations thématiques et équipement, appui institutionnel et organisationnel, appui-conseil
<i>Permanent</i>	COGEZOH	Tamou et périphérie du Parc W	Plusieurs formations thématiques et équipement, appui institutionnel et organisationnel, appui-conseil
2012-2015	TREE AID dans le cadre du projet Ni 122 « Village TREE Entreprise »	Tamou et périphérie du Parc	Equipeement en ruches
1983	AFVP	Makalondi et Torodi	Plusieurs formations thématiques et équipement,

			appui institutionnel et organisationnel, appui-conseil
2017	TIKA	Makalondi et Torodi	Plusieurs formations thématiques et équipement, appui institutionnel et organisationnel, appui-conseil
2015-2017	CARE INTERNATIONAL A travers TREE AID dans le cadre du projet BRACED/PRESENCES	Makalondi et Torodi	Plusieurs formations thématiques et équipement, appui institutionnel et organisationnel, appui-conseil
<i>Permanent</i>	Institutions universitaires (<i>INRAN, Faculté UAM d'agronomie</i>)	Toute la zone	Etudes thématiques sur l'apiculture,

Tableau N°2 : Situation des partenaires intervenant dans la filière miel ;

3.3 Les autres acteurs de la filière miel

Comme toute filière, la filière miel est composée de plusieurs acteurs dont chacun intervient au niveau d'un maillon bien défini, même si par ailleurs la locomotive ne marche pas comme souhaité du fait que certains maillons n'existent pas ou ne sont pas solidement liés.

On distingue :

- La Plateforme apicole du Niger « PAFA ZUMA » ;
- Les transformatrices ;
- Les transporteurs ;
- Les fournisseurs des pots de conditionnement ;
- Les imprimeries ;
- Les banques et les institutions de micro finance ;
- Les pharmacies de la place à Niamey ;
- Les supermarchés et autres alimentations à Niamey.

i) La plate-forme apicole du Niger « PAFA ZUMA »

Elle a été mise en place en 2017 avec l'appui du Bureau International des Ressources Animales (BIRA) de l'Union Africaine. La plate-forme dispose de textes statutaires et règlementaires (statut, règlement

intérieur, plan d'actions). Cependant, force est de constater qu'elle rencontre d'énormes problèmes depuis sa création à ce jour qui sont d'ordre institutionnel et organisationnel comme :

- ✓ Manque de local pour servir de bureau ;
- ✓ Aucune scoops apicole n'est membre de la plate-forme ;
- ✓ Non tenue des AG depuis plus de 2 ans ;
- ✓ Pas de mise à jour du plan d'actions ;
- ✓ Aucune activité exécutée depuis sa création,
- ✓ manque de financement

Au vu de tout ce qui précède, il y a lieu de redynamiser cette structure combien importante dans le processus de développement de l'apiculture de manière générale au Niger et particulièrement dans la région de Tillabéry avec comme membres les scoops et les unions.

ii) Les transformatrices

Elles jouent un grand rôle dans la promotion de la filière miel. Dans une grande partie des localités de production, toutes les femmes des huit (8) sociétés coopératives des zones de Torodi, Makalondi et Say ont été organisées en groupements féminins et formés en techniques de transformations agroalimentaires par divers partenaires comme le projet NIGLEM, ATPF, etc. Ces femmes utilisent le miel dans la fabrication de pommades à base de beurre de miel, pommades anti moustiques, de savons solides et liquides et savons de gommage et parfois utilisent la cire pour la fabrication des bougies et autres. Ces savons sont cédés à des prix abordables au niveau local (150 FCFA l'unité, la moitié des autres prix moyens des savons industriels qu'on trouve dans les boutiques et sur le marché).



Photo 11 : Entretien avec une commerçante de miel menée avec l'appui de l'animateur de la zone de Makalondi (droite)

iii) Les fournisseurs des pots de conditionnement

On les trouve à Niamey au sein des marchés comme le grand marché, le marché de Katako, etc. On y trouve des pots de divers contenances allant du ¼ litre, au ½ litre, 1 litre, 5 litres, 10 litres au bidon de 25

litres, etc. à des prix appréciables allant de 100 F à 750 F CFA. Aussi, des lots en sachets de 24 unités de 1 litre sont vendus à 4000 F CFA. Ces commerçants se ravitaillent principalement au Nigeria. Malheureusement, la grande majorité des apiculteurs et commerçants de miel préfèrent travailler avec les pots de récupération trouvés sur place ou dans les centres urbains au niveau de certains marchés comme Katakou à Niamey ou lors des cérémonies de réjouissance comme les mariages, les baptêmes, loin de toute prise en compte d'une hygiène requise et d'ailleurs ne favorisant pas un bon marketing du produit conditionné vis-à-vis du consommateur.



Photo 12 : Boutique de ventes de divers pots de conditionnement au grand marché de Niamey

iv) Les imprimeries

Elles sont sollicitées pour la confection des emballages et autres étiquettes utilisées sur les pots de conditionnement de miel. Généralement, ce sont les partenaires d'appui qui prennent en charge leur impression pour une première dotation. Après, les Scoops prennent le relais mais du fait de leur impression en couleur qui est cher (8000 FCFA le mètre, après coupé en morceaux), ces dernières préfèrent les imprimer noir sur blanc) qui leur revient moins cher.

v) Les transporteurs

Les transporteurs jouent aussi un grand rôle dans la filière miel. Les moyens utilisés pour transporter le miel au niveau local sont les vélos utilisés par les apiculteurs pour le transport de petites quantités de miel des villages aux marchés environnants, les véhicules de transport privés pour le transport de grandes quantités comme les touques de 20 kg de miel brut, des tasses de 10 à 15 litres de miel brut et des bidons respectivement de 25 litres de miel filtré.

vi) Les banques et autres institutions de micro finance

Les banques classiques comme la BAGRI, le FIAN et les institutions de micro finance comme : Capital Finance, caisses d'épargne et de crédit, Asusu SA, etc. sont des institutions pouvant accorder des micro crédits à tous les promoteurs éligibles comme les Scoops. Cependant, du fait de leur méconnaissance, des

informations et des modalités d'octroi de ces institutions par les différentes Scoops et du problème de recouvrement constatées au sein de la grande majorité de ces Scoops, ces institutions sont très peu connues. Seuls les partenaires d'appui à savoir les projets, programmes et autres ONGs en garantissent la majorité des « mise en contact » des différents Scoops avec ces institutions.

vii) Les pharmacies de la place à Niamey

Les pharmacies sont des marchés potentiels pour les consommateurs de miel. En effet, il existe dans les rayons de beaucoup de pharmacies (Pharmacie Collège Lako, Pharmacie Route Torodi, Pharmacie Gadafawa) le produit miel présenté avec toutes les qualités requises en termes d'hygiène, de conditionnement, emballages, marketing, etc. Cependant le constat est que ces pharmacies sont intéressées par le miel pour la vente mais sous certaines conditions comme soulignés ci haut (emballage, étiquetage conformes, prise en compte de l'hygiène...etc.). Lors de nos enquêtes, un certain nombre de pharmacies à Niamey sont intéressées par le miel provenant de ces zones et sont prêts à entreprendre des relations partenariales gagnant-gagnant au bénéfice de chaque partie. On peut citer entre autres :

- La pharmacie Collège Lako ;
- La pharmacie Arewa ;
- La pharmacie Gadafaoua, etc.

viii) Les supermarchés, alimentations et établissements hôteliers de Niamey

Beaucoup d'établissements de commerce, supermarchés et établissements hôteliers à Niamey (Etablissements Hadad Khalil, Supermarché rond-point rive droite, Supermarché rond-point EAMAC, Grand Hôtel, Hôtel Sahel, etc.) vendent le miel au profit du consommateur et autres clients mais beaucoup d'entre elles doutent de la qualité. En termes de perspectives pour la recherche d'autres débouchés et dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie marketing du miel, il serait intéressant d'aller à la rencontre de ces établissements en vue d'échanger et d'établir des relations partenariales.

3.4 Les interactions entre les acteurs

Le producteur est au centre de toutes les relations qu'entretiennent les acteurs de la filière miel. Les relations sont de divers ordres.

3.4.1 Les relations avec les producteurs de miel et les commerçants

Les commerçants achètent au comptant ou à crédit le miel auprès des producteurs situés dans les différents villages ou sites de production. Certains de ces commerçants/grossistes partent s'approvisionner parfois au-delà de nos frontières dans les villages du Burkina Faso et entretiennent de très bonnes relations de confiance comme cela a été confirmé lors de nos enquêtes (Makalondi et Torodi). Aussi les commerçants ainsi que certains producteurs de miel achètent des pots de qualité auprès des commerçants basés au niveau des marchés de Niamey pour le conditionnement de leur miel. Cependant, beaucoup de

ces producteurs collectent ou achètent des pots de récupération auprès de certaines personnes. Ce qui implique un manque d'hygiène totale pour le conditionnement de leur miel et du coût donne une mauvaise impression de ce produit vis-à-vis du consommateur.

3.4.2 Les relations entre les commerçants et les consommateurs

Il existe aussi un autre type de relation entre les producteurs et les consommateurs qui est celui de la vente de miel. En effet, beaucoup de consommateurs entretiennent de très bonnes relations depuis longtemps. Des commandes de miel sont passées entre les consommateurs se trouvant dans les centres comme Tamou, Torodi ou Makalondi ou dans les grands centres urbains comme Niamey, Dosso, Maradi, etc. Certaines sociétés coopératives ou productrices sont invitées lors des foires nationales comme le SAHEL ou d'autres foires régionales ou sous régionales. Cela leur permet d'assurer la qualité et la confiance du miel de ces zones. Cette participation permet une meilleure pénétration de ce miel mais aussi d'entretenir et conserver de bonnes relations partenariales avec des institutions ou d'autres débouchés.

Chapitre 4 : Compétitivité du miel de ces zones, potentiel de pénétration, perspectives d'avenir

4.1 La compétitivité de miel produit dans la région de Tillabéry

Le miel produit dans la région de Tillabéry est très compétitif sur les marchés comparé aux autres miels et particulièrement de l'extérieur provenant du Bénin, le Ghana, la Côte d'Ivoire, du fait de la qualité des espèces mellifères existantes dans ces zones (plus d'une dizaine), sa pureté, l'hygiène qui le rendent intrinsèque. Cela est confirmé par la grande majorité des producteurs mais aussi par certains consommateurs avertis et d'autres personnes ressources qui entretiennent des très bonnes relations de confiance à l'intérieur du Niger comme à l'extérieur du Niger.

4.2 Potentiel de pénétration » du miel nigérien sur les marchés régionaux vis-à-vis de la grande quantité du produit-miel provenant des régions limitrophes du Burkina

Le potentiel de pénétration de miel de ces zones se présente très bien. Les offres sur les différents marchés n'arrivent pas à satisfaire les demandes selon les avis des producteurs et commerçants. Cela est confirmé au travers les foires nationales organisées comme le SAHEL au mois de février, les foires régionales et sous régionales. En effet, lors de ces foires et autres regroupements organisés, le miel de ces zones est très prisé et recherché et le stock acheminé se termine en un temps record selon les commerçants participants interviewés. Cela du fait de la qualité de ce miel pur tant recherché partout au Niger et au-delà. Cela est confirmé sur le terrain par les producteurs mais aussi par les commerçants et certains consommateurs.

Selon Alain Lankoandé (2015), « le marché de miel du Niger est aussi alimenté par celui venu du Bénin, Togo et de la Côte d'Ivoire. Mais ce miel reste moins apprécié pour sa qualité et son goût et est vendu

moins cher que celui de la Tapoa. La zone de la Tapoa englobe aussi une grande partie des zones des villes de Tamou et Makalondi au Niger.

4.3 Perspectives d'avenir de la filière miel au Niger

Les perspectives d'avenir de la filière miel de ces zones sont bonnes comme l'indique la figure N°9 ci-dessous.

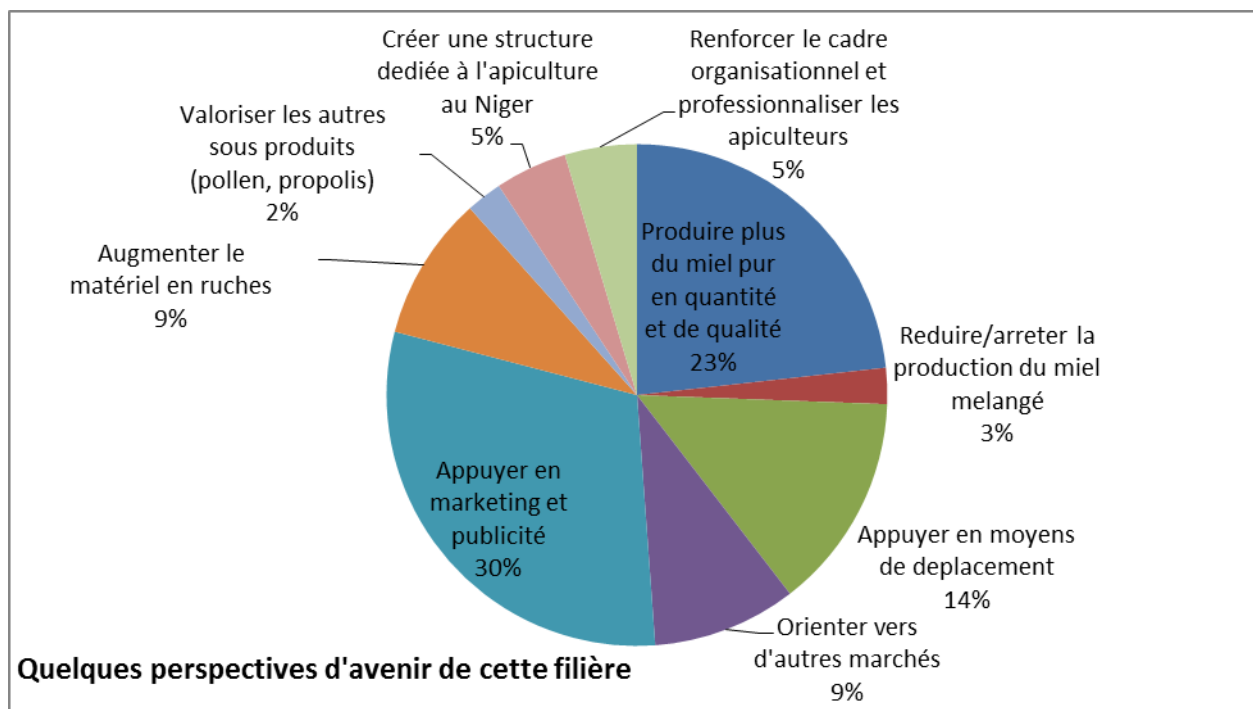


Figure N°9 : Perspectives d'avenir de la filière miel au Niger (données de l'étude)

La lecture de ce tableau nous donne les appréciations suivantes :

- ✚ 30% pour un appui en marketing et publicité ;
- ✚ 23% pour une production plus accrue de miel pur en quantité et en qualité ;
- ✚ 14% pour un appui en moyens de déplacement ;
- ✚ 9% orienter vers d'autres marchés plus porteurs et augmenter le matériel de production ;
- ✚ 5% Renforcer le cadre institutionnel et organisationnel ;
- ✚ 5% Créer une structure dédiée à l'apiculture au plan national ;
- ✚ 3% Réduire voire arrêter la production du miel avec mélange ;
- ✚ 2% Valoriser les autres sous-produits (pollen, propolis) ;

4.4 Propositions de solutions pour améliorer la production et la commercialisation du miel

La figure N° 10 ci-dessous dresse des propositions de solutions en vue d'une meilleure croissance de cette filière depuis la production jusqu'à la commercialisation

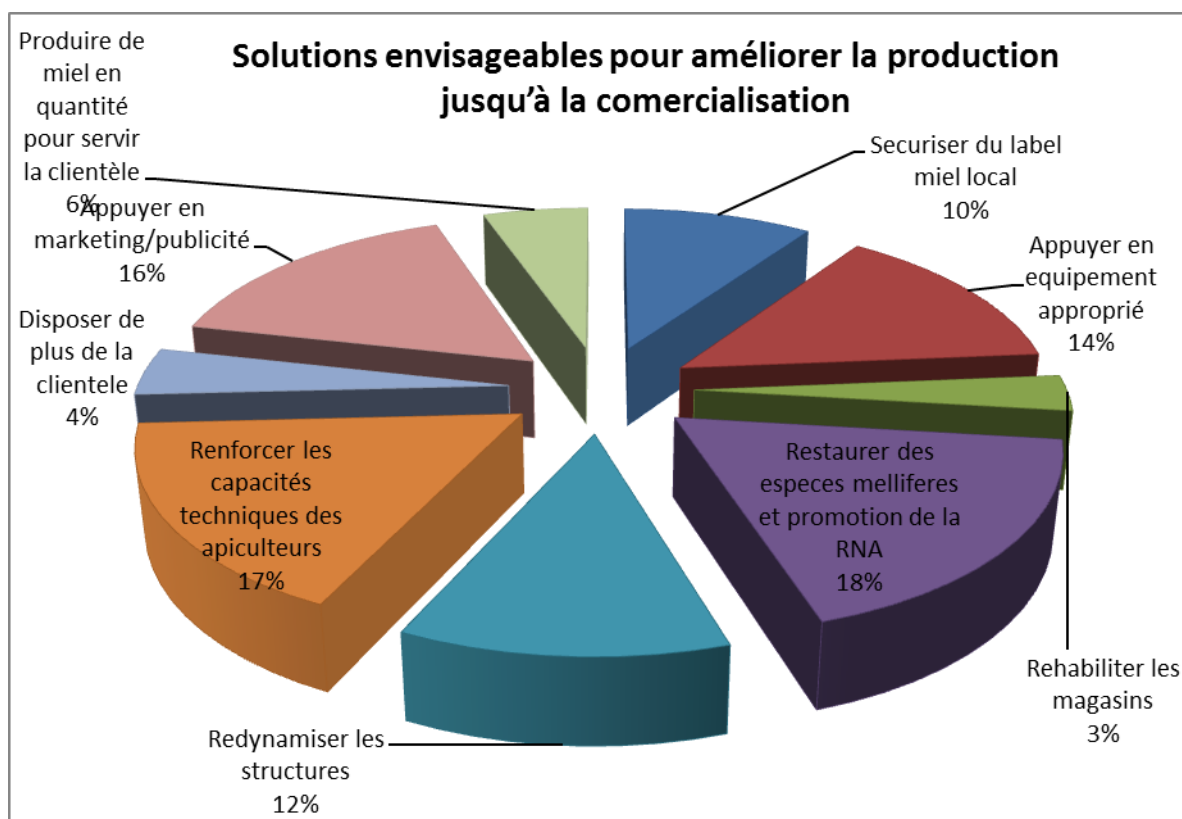


Figure N°10 : solutions envisageables pour améliorer la production jusqu'à la commercialisation du miel (données de l'étude)

Ces solutions sont :

1. Restaurer les espèces mellifères et promouvoir la RNA avec 17% ;
2. Renforcer les capacités techniques des apiculteurs avec 17% ;
3. Appuyer en marketing/publicité avec 16% ;
4. Appuyer en équipement approprié avec 14% ;
5. Redynamiser les structures coopératives avec 12% ;
6. Sécuriser le label miel local avec 10% ;
7. Produire du miel en quantité pour satisfaire la clientèle avec 6%.

Alain Lankoandé (2005) affirmait que « le succès de l'apiculture passe nécessairement par la quadrilogie : formation, équipement adapté, financement adapté et suivi ». En outre Madougou (2015) disait aussi que les facteurs limitant l'apiculture au Niger sont de trois (3) catégories à savoir « organisationnel, technique et institutionnel (suivi et encadrement) ». Ainsi, cela confirme les résultats issus de cette étude.

Chapitre 5 : Proposition de deux (2) scénarios possibles de réussite de la production et de la vente du miel des 3 centres de collecte et de vente

Il est difficile d'établir des scénarios appropriés du fait de l'immensité des tâches mais aussi des contraintes de plusieurs ordres relevés lors de la présente étude et des spécificités des zones. Il ressort des études

passées conduites dans le domaine de la filière miel, plusieurs leçons ont été tirées et des recommandations ont été élaborées. En croisant ces données et sur la base d'une analyse poussée, des tendances se dégagent. Ainsi, on peut proposer deux (2) scénarios comme suit :

5.1 Un premier scénario en amont de la filière

Il s'agira de mettre en œuvre une stratégie de production jusqu'au conditionnement de miel en passant par le filtrage. Cette stratégie se présente en termes d'appui en matériel de production (ruches), formations et renforcement des capacités techniques des producteurs, appui en matériel de filtrage et des pots de conditionnement. Elle permettra de booster la production de miel et assurer une certaine régularité de l'approvisionnement des centres de collecte. Aussi, une professionnalisation des producteurs de miel s'impose.

Plusieurs aspects liés à l'assurance, contrôle et qualité de miel doivent être de mise par la dotation de matériel approprié au niveau des centres de collecte mais aussi en partenariat avec des laboratoires d'analyses de la qualité des produits agro-alimentaires certifiés ;

Il y a lieu aussi de renforcer les études scientifiques poussées dans ce domaine pour disposer d'une gamme d'informations scientifiques de qualité de ce secteur combien porteur et au bénéfice des producteurs.

Cependant, pour arriver à des résultats escomptés, il y a lieu de conduire un plaidoyer auprès des autorités communales et nationales pour la prise en charge et les solutions idoines à apporter sur le problème de coupe abusive du bois vert au niveau de ces zones. En outre la création d'une institution nationale en charge de développement de l'apiculture au Niger doit être envisagée pour mieux développer et encadrer cette filière porteuse.

5.2 Un 2^e scénario en aval de la filière allant de transport jusqu'à la commercialisation

Ce scénario visera à mettre en place une stratégie commerciale et de développement de partenariat avec une stratégie de communication qui doit être transversale.

5.2.1 La stratégie commerciale

Une fois le produit miel conditionné en pots et emballé au sein des centres de collecte, cette stratégie consistera à mettre sur le marché ce produit dans un environnement concurrentiel. En effet, au vu de la concurrence déloyale imposée sur le marché, le « label miel pur » de ces zones doit être de mise en avant afin d'assurer une meilleure pénétration de ce produit. Cette stratégie doit être active et inclusive prenant en compte les soucis du consommateur mais aussi les exigences du marché de manière globale. Aussi chaque membre de sociétés coopératives engagées dans ce processus doit développer une communication proactive pour bien occuper le marché au plan local, national, régional et international.

Cette stratégie commerciale comprend le ciblage, la segmentation du produit, le biais stratégique à travers des actions de marketing/publicité du miel.

5.2.2 La stratégie de communication

Elle comprend la pénétration du produit, la conquête et le maintien des produits sur les différents marchés. L'utilisation des medias publics et privés (écrits ou oraux) au niveau local et national voire régional, l'édition de dépliants, les spots publicitaires doivent être mis à contribution en vue d'assurer une large campagne de promotion de ces produits. D'autre part les regroupements comme les foires, les journées portes ouvertes, salons internationaux et autres évènements en lien avec la filière miel, sites web, réseaux sociaux, etc. seront aussi utilisés.

5.2.3 Le développement de partenariat

La grande majorité des commerçants grossistes de miel rencontrés sur le terrain se disent prêts à travailler avec les centres de collecte. Il s'agit d'aller vers ces partenaires commerciaux mais aussi identifier d'autres potentiels, engager des discussions et procéder à la signature des contrats commerciaux. Ce qui permettra aux centres de collecte d'organiser et mettre en place un circuit d'écoulement de ses produits au niveau local, national et au-delà. Cela doit se faire en partenariat gagnant –gagnant.

5.3 Difficultés rencontrées dans le cadre de la présente étude

Comme toute étude, des problèmes ont été rencontrés sur le terrain mais surmontés. Il s'agit de :

- Non accès dans le villages ou sites de production de miel pour échanger avec les apiculteurs sauf au niveau des villages mères de Tamou, Torodi et Makalondi du fait de l'instauration de l'état d'urgence dans ces zones. Cela nous a contraint à fixer les RDV les jours de marchés hebdomadaires pour rencontrer les acteurs ;
- insuffisance de temps pour échanger avec les apiculteurs sur place les jours de marchés car les enquêtés ont leur obligation de marchés mais aussi les couvres feux instaurés autour des marchés hebdomadaires (les marchés ferment à partir de 14 heures) ;
- Hésitations de certaines personnes pour échanger avec les enquêteurs particulièrement au niveau de la ville de Niamey (pharmacies ou supermarchés de la place ou consommateurs).

CONCLUSION

Au terme de la présente étude, l'activité apicole au Niger de manière générale et particulièrement dans les zones de Tamou, Torodi et Makalondi est un secteur très porteur au vu des potentialités existantes (ressources naturelles, culturelles et humaines, etc.), existence de la pratique apicole dans ces zones, organisationnel et institutionnel avec la présence des Scoops et de l'appui/accompagnement de l'Etat et des partenaires.

Cependant, cela ne doit occulter les différents problèmes inhérents au développement de cette filière depuis la phase de production jusqu'à la commercialisation.

La création des centres de collecte apicoles sur le terrain est très pertinente et opportune mais elle doit s'inscrire dans une dynamique globale d'appui et d'accompagnement de toute la filière afin d'assurer la régularité dans l'approvisionnement pour satisfaire la clientèle.

Comme l'a si bien dit M. Jigo Moumouni (2018), je cite : « la création des centres apicoles qui puissent valoriser le miel et ses dérivés constitueront des puissants moyens de promotion du secteur ».

Cette activité peut être qualifiée de résiliente au bénéfice des producteurs car elle permet d'assurer la sécurité alimentaire des ménages vulnérables, améliorer l'état nutritionnel de la population, bref d'améliorer les revenus et les conditions de vie des ménages.

On peut affirmer que l'objectif de l'étude a été atteint au vu des résultats enregistrés.

Cependant, pour atteindre les objectifs globaux, un certain nombre de stratégies doivent être développées et des défis à relever allant de la production jusqu'à la commercialisation en passant par le partenariat en vue d'assurer un décollage imminent de l'apiculture dans ces zones.

Un certain nombre de scénarios doivent être développés en vue d'accompagner la filière miel et aboutir à des résultats plus probants. Il s'agit de deux (2) stratégies à savoir : commerciale visant la satisfaction de la clientèle, partenariale avec tous les acteurs de la filière accompagnée de façon transversale d'une stratégie de communication dans le cadre d'une synergie d'actions.

BIBLIOGRAPHIE

1. Mise en place d'une miellerie à Diapaga dans la province de la Tapoa : Analyse et proposition d'un mode d'organisation et de gestion, SERDEV, Décembre 2016, 40 pages ;
2. Synthèse de résultats d'une mission de collecte de données sur les potentiels groupements des apiculteurs dans la mise en œuvre du projet Lait et Miel, Jigo Moumouni, Novembre 2018, 39 pages ;
3. Etude sur la végétation mellifère de la ZIP du Projet Lait et Miel, Ibrahim Madougou, Mars 2019, 88 pages ;
4. Etude des filières forestières et leur contribution socio-économique à la résilience des populations : Cas des produits Forestiers Non ligneux ; Exemple de miel dans la commune de Makalondi, mémoire de fin d'études IPMI, Abouzaidi Aboubacar Abba ;
5. Inventaire et analyse des politiques nationales sur l'apiculture, la santé des abeilles et le service de pollinisation au Niger, ME/SU/DD, DFC/AP, Ibrahim Madougou, Septembre 2015, 19 pages ;
6. Rapport "Formation des femmes transformatrices et valorisation des produits dérivés du miel" (A2.4), NIGLEM, Août 2020, Sakina Adamou 23 pages ;
7. Rapport de participation du projet « Lait et Miel (NIGLEM _ AID 011451) » au salon de l'agriculture, de l'hydraulique, de l'environnement et de l'élevage (SAHEL) Niger 6ème édition 2020, Mars 2020 ; Jigo Moumouni 10 pages ;
8. Rapport de synthèse, Suivis par les animateurs terrain et quelques activités de l'équipe technique du projet NIGLEM AID 011451, Période : Juillet - Décembre 2020, Décembre 2020 ; Jigo Moumouni 14 pages ;
9. Rapport de synthèse des suivis des activités par les animateurs, Période : Juillet - Décembre 2019, Filière Miel, Décembre 2020, Jigo Moumouni 19 pages ;
10. Rapport de synthèse des suivis des activités par les animateurs, Période : Juillet - Décembre 2019, Filière Miel, Janvier 2020, JIGO Moumouni, 11 pages ;
11. Evaluation des expériences des projets de développement apicole au Niger et proposition d'un plan d'intervention du projet d'aménagement des forêts nationales (PAFN) ,Ministère de l'hydraulique de l'environnement de la lutte contre la désertification, direction de l'environnement, BEST CONSULT Août 2003, Ahmed Oumarou, 55 pages.
12. Plan Spécifique de Gestion des Ressources Naturelles de Tamou, PAPE, 2015, 41 Pages.
13. Analyse de l'apiculture au Niger, Marco Porporato et all., 2009.