

LUXEMBOURG  
AID & DEVELOPMENT



Unlocking Public and Private  
Finance for the Poor



# RAPPORT FINAL

Cartographie de la filière Elevage (bétail-viande et volaille) au Burkina Faso  
et identification des opportunités de digitalisation des paiements et des  
services non financiers

UNCDF formule sa gratitude à l'endroit du Grand-Duché de Luxembourg pour son soutien financier dans la mise en œuvre du Programme d'Appui à la résilience économique et climatique des populations au Burkina Faso à travers les innovations financières et digitales (PARI).

La présente recherche sur la cartographie de la filière Élevage (bétail-viande et volaille) au Burkina Faso et identification des opportunités de digitalisation des paiements et des services non financiers, s'inscrit dans les activités de PARI. Elle n'aurait pas été possible sans la généreuse contribution du grand-duché de Luxembourg.

UNCDF adresse également ses sincères remerciements au ministère des Ressources animales et halieutiques, aux projets et programmes intervenant dans le secteur de l'élevage et toutes les personnes ressources et structures ayant participé à la réalisation de l'étude. Nos remerciements vont également à l'endroit d'Amarante et Xpertis, nos partenaires dans l'élaboration de ce travail de recherche, pour leur collaboration.



Les vues exprimées dans cet ouvrage sont de la responsabilité des auteurs et ne reflètent pas nécessairement la ligne officielle de l'UNCDF, des Nations unies, ou l'une de ses organisations affiliées ou ses États membres.

Les désignations employées et la présentation adoptée sur les cartes et les graphiques contenus dans cette publication ne sauraient être interprétées comme exprimant une prise de position de la part du Secrétariat des Nations unies ou de l'UNCDF quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou régions ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

# TABLE DES MATIERES

Liste des figures	2
Liste des tableaux	5
Résumé exécutif	7
<b>I. Introduction générale et objectifs de l'étude</b>	<b>15</b>
<b>II. Méthodologie et organisation de l'étude,</b>	<b>17</b>
II.1 Méthodologie de l'étude	17
II.2 Entretiens individuels approfondis (nombre et structure)	17
II.3 Enquête par sondage et échantillonnage	17
II.4 Déroulement de l'étude	18
<b>III. Cartographie de la filière élevage et types de flux</b>	<b>19</b>
III.1 Fonctionnement, cartographie de la filière volaille, types de flux	19
III.2 Fonctionnement, acteurs et cartographie de la filière bétail/viande	22
III.3 Catégories de flux	29
<b>IV. Résultats détaillés de l'étude</b>	<b>32</b>
IV.1 Caractéristiques des éleveurs	32
IV.2 Activités et revenus	36
IV.3 Investissements et financement	51
IV.4 Accès aux services agricoles	57
IV.5 Outils et services financiers digitaux	62
IV.6 Besoins en formations	80
<b>V. Challenges et Opportunités</b>	<b>84</b>
V.1 Contraintes majeures des éleveurs	85
V.2 Challenges d'ordre financier	88
V.3 Freins et limites à l'utilisation des outils digitaux	91
V.4 Challenges des autres acteurs de la filière élevage	97
<b>VI. Recommandations</b>	<b>99</b>
VI.1 Recommandations générales	99
VI.2 Flux à digitaliser	110
<b>Annexe 1 – Liste des entités rencontrées</b>	<b>114</b>
<b>Annexe 2 – Problèmes rencontrés</b>	<b>115</b>
<b>Annexe 3 – Graphiques de synthèse des catégories et des régions</b>	<b>116</b>

Figure 1 - Localisation des systèmes de production avicole par région (source FAO & USAID, 2018)	19
Figure 2 - Les 5 catégories d'acheteurs de la filière volaille	21
Figure 3 - Schéma des flux des segments et acteurs de la chaîne de valeur volaille (Source : Amarante Consulting)	22
Figure 4 - Localisation des systèmes de production bovine par région (source FAO, 2017)	23
Figure 5 - Les 5 catégories d'acheteurs de la filière bétail/viande	28
Figure 6 - Schéma des flux des segments et acteurs de la filière bétail/viande (Source: Amarante Consulting)	29
Figure 7 - Schéma des flux d'information de la filière bétail/viande	30
Figure 8 - Distribution des âges des éleveurs	32
Figure 9 - Proximités entre segments et niveaux d'études	33
Figure 10 - Equipements et installations possédés	34
Figure 11 - Pénétration des types de téléphone	34
Figure 12 - Activités menées avec le téléphone	35
Figure 13 - Proximité entre segments et activités menées avec le téléphone	36
Figure 14 - Distribution du nombre d'années d'exercice de l'activité d'élevage	36
Figure 15 - Distribution du nombre d'années d'exercice de l'activité d'élevage par catégorie	36
Figure 16 - Activités donnant le plus de revenus	37
Figure 17 - Activités donnant le plus de revenus par région	38
Figure 18 - Activités donnant le plus de revenus par catégorie	39
Figure 19 - Evaluation de la dispersion (écart-type) des sources de revenus par catégorie	41
Figure 20 - Produits issus de l'activité principale par catégorie	40
Figure 21 - Principaux circuits de commercialisation des produits de l'élevage	42
Figure 22 - Circuits de commercialisation des produits de l'élevage: par région	43
Figure 23 - Principaux acheteurs des produits de l'élevage	43
Figure 24 - Principaux acheteurs des produits de l'élevage par catégorie	44
Figure 25 - Corrélations entre l'utilisation des marchés externes et celle des exportateurs	45
Figure 26 - Moyens de paiement des acheteurs	45
Figure 27 - Modalités de paiement des acheteurs	46
Figure 28 - Difficultés avec le mode de paiement	46
Figure 29 - Nombre d'animaux possédés	46
Figure 30 - Nombre d'animaux possédés par catégorie	47
Figure 31 - Nombre d'animaux possédés par région	47
Figure 32 - Distribution des revenus totaux mensuels	47
Figure 33 - Répartition des revenus mensuels	48
Figure 34 - Revenu mensuel total par région	48
Figure 35 - Revenu mensuel total par catégorie	48
Figure 36 - Analyse bivariée: croisement entre le nombre d'animaux et le revenu mensuel total	49
Figure 37 - Revenu mensuel total par catégorie	50
Figure 38 - Proportion des éleveurs membres du bureau d'une coopérative	50
Figure 39 - Proportion des éleveurs membres du bureau d'une coopérative: par région	50
Figure 40 - Proportion des éleveurs membres du bureau d'une coopérative: par catégorie	50
Figure 41 - Fonction occupée dans le bureau d'une coopérative	51
Figure 42 - Fonction occupée dans le bureau d'une coopérative: par catégorie	51
Figure 43 - Dépenses d'investissement souhaitées	51

Figure 44 - Dépenses d'investissement par région	52
Figure 45 - Dépenses d'investissement par catégorie	53
Figure 46 - Mode de financement des activités de production	53
Figure 47 - Mode de financement par catégorie	54
Figure 48 - Sources de financement des activités de production	55
Figure 49 - Sources de financement par catégorie	56
Figure 50 - Sources de financement par catégorie d'âge	57
Figure 51 - Accès aux informations de la filière élevage	57
Figure 52 - Accès aux informations par catégorie	58
Figure 53 - Types d'informations accessibles	58
Figure 54 - Informations accessibles par catégorie	59
Figure 55 - Utilité des informations disponibles	60
Figure 56 - Sources d'information	60
Figure 57 - Sources d'information par catégorie	61
Figure 58 - Analyse factorielle: proximité entre segments et accès à l'information	62
Figure 59 - Outils digitaux utilisés aisément	62
Figure 60 - Outils digitaux utilisés aisément par catégorie	63
Figure 61 - Outils digitaux utilisés aisément par catégorie d'âge	64
Figure 62 - Appréciation de l'utilité des outils digitaux	64
Figure 63 - Appréciation positive de l'utilité des outils digitaux par catégorie	65
Figure 64 - Autres usages des outils digitaux	65
Figure 65 - Autres usages des outils digitaux par catégorie	66
Figure 66 - Possession d'un compte bancaire ou IMF	67
Figure 67 - Eleveurs disposant d'un compte bancaire ou IMF par région	67
Figure 68 - Eleveurs disposant d'un compte bancaire ou IMF par catégorie	67
Figure 69 - Corrélation entre la possession d'un compte bancaire/IMF et le niveau de revenu	68
Figure 70 - Eleveurs disposant d'un compte bancaire ou IMF par catégorie d'âge	68
Figure 71 - Possession d'un compte mobile money	69
Figure 72 - Eleveurs disposant d'un compte mobile money par région	69
Figure 73 - Eleveurs disposant d'un compte mobile money par catégorie	69
Figure 74 - Eleveurs disposant d'un compte mobile money par catégorie d'âge	69
Figure 75 - Corrélation entre possession d'un compte bancaire/IMF et possession d'un compte mobile money	70
Figure 76 - Possession d'un compte Orange Money ou Mobicash	70
Figure 77 - Répartition des comptes Orange Money et Mobicash par région	70
Figure 78 - Répartition des comptes Orange Money et Mobicash par catégorie	71
Figure 79 - Raisons ayant poussé à souscrire à un compte mobile money	71
Figure 80 - Raisons ayant poussé à souscrire à un compte mobile money par région	72
Figure 81 - Raisons ayant poussé à souscrire à un compte mobile money par catégorie	73
Figure 82 - Réalisation des opérations mobile money	74
Figure 83 - Réalisation des opérations mobile money par genre	74
Figure 84 - Réalisation des opérations mobile money par région	74
Figure 85 - Opérations mobile money ayant déjà été effectuées	75

Figure 86 - Opérations mobile money ayant déjà été effectuées: par région	76
Figure 87 - Opérations mobile money ayant déjà été effectuées: par catégorie	77
Figure 88 - Avantages à utiliser le mobile money	78
Figure 89 - Avantages à utiliser le mobile money: par catégorie	79
Figure 90 - Evaluation des besoins de développement des compétences	80
Figure 91 - Besoin de formation par région	81
Figure 92 - Besoin de formation par catégorie	81
Figure 93 - Nature des besoins de formation	82
Figure 94 - Nature des besoins de formation: par région	82
Figure 95 - Nature des besoins de formation: par catégorie	83
Figure 96 - Contraintes majeures dans l'élevage	85
Figure 97 - Contraintes majeures par région	86
Figure 98 - Contraintes majeures par catégorie	87
Figure 99 - Suffisance des fonds pour financer les besoins	88
Figure 100 - Difficulté à financer l'activité	88
Figure 101 - Corrélation entre suffisance des fonds et difficulté à financer l'activité	89
Figure 102 - Difficultés avec le mode de paiement: par catégorie	90
Figure 103 - Freins à l'utilisation des outils digitaux	91
Figure 104 - Freins à l'utilisation des outils digitaux: par catégorie	92
Figure 105 - Analyse factorielle: proximités entre segments et attributs des outils digitaux	93
Figure 106 - Limites et désavantages du mobile money	94
Figure 107 - Limites et désavantages du mobile money par région	95
Figure 108 - Limites et désavantages du mobile money par catégorie	96
Figure 109 - Les 5 dimensions de dynamisation de la filière élevage	99

**LISTE DES  
TABLEAUX**

Tableau 1 - Répartition du niveau d'études des éleveurs de la filière élevage	32
Tableau 2 - Modernisation de la filière élevage	100
Tableau 3 - Renforcement des capacités des acteurs directs de la filière élevage	101
Tableau 4 - Tableau des flux d'information	103
Tableau 5 - Tableau des flux de formation	104
Tableau 6 - Autonomisation des jeunes et des femmes de la filière élevage	105
Tableau 7 - Financement de la filière élevage	106
Tableau 8 - Digitalisation de la filière élevage	108



# Résumé

## exécutif

### Organisation et Déroulement de l'Étude

- L'étude a été constituée d'une phase qualitative composée de focus groups (FGD) et d'entretiens individuels en profondeur (IDI), ainsi que d'une phase quantitative prenant la forme d'une enquête par sondage. A cet effet, les régions couvertes ont été le Centre-Ouest (10 FGD, 11 IDI, 78 enquêtes), le Centre-Est (7 FGD, 10 IDI, 84 enquêtes), et le Centre-Sud (7 FGD, 8 IDI, 78 enquêtes).
- S'agissant spécifiquement des focus groupes, 24 ont été réalisés au total (11 avec des coopératives d'éleveurs de bétail/viande, 9 avec des coopératives d'éleveurs de volaille, 3 avec des femmes éleveuses de volaille, 1 avec des coopératives d'emboucheurs). Parallèlement aux focus groupes, 34 IDI ont été menés (24 avec des acteurs directs et 10 avec des acteurs indirects). Enfin, 263 questionnaires d'enquête par sondage ont été administrés (76 auprès des éleveurs de bétail/viande, 62 auprès des éleveurs de volaille, 56 auprès des éleveuses de bétail/viande, 69 auprès des éleveuses de volaille).
- 4 catégories de problèmes ont été rencontrés : la difficulté à obtenir les contacts des points focaux pour faciliter la collecte des données, la difficulté à respecter les délais dans la collecte des données, la nécessité de per diem à donner aux points focaux pour faciliter la collecte de données et la difficulté à respecter les délais dans la compilation des données.

### Fonctionnement, acteurs et cartographie de la filière bétail/viande et de la filière volaille

La filière avicole peut se subdiviser en 4 grandes catégories : les Fournisseurs (vaccinateurs, vendeurs de poussins, appuis techniques, animaux, etc.), la Production (éleveurs locaux, fermes, accoueurs, etc.), la Commercialisation Interne (collecteurs, vendeurs, abatteurs-plumeurs, charcutiers, consommateurs, etc.), le Commerce Extérieur (importateurs de volaille, exportateurs, Douane, etc.), ainsi que le Ministère en charge des Ressources animales (en charge de la promotion des certaines filières à travers des projets et programmes, notamment la filière avicole).

La filière bétail/viande se subdivise elle aussi en 4 grandes catégories : les Fournisseurs (animaux, appuis techniques, vétérinaires, etc.), la Production (éleveurs, fermes, embouches, bergers), la Commercialisation Interne (collecteurs, vendeurs, bouchers, charcutiers, consommateurs, etc.) et le Commerce Extérieur (importateurs, exportateurs, Douane, etc.), ainsi que le Ministère en charge des Ressources animales. En outre, cette filière intègre le petit bétail, qui mobilise beaucoup plus les femmes.

Les flux non financiers concernent essentiellement l'accès à l'information. On note que les informations circulent des principaux émetteurs (services étatiques, services privés, professionnels vétérinaires) vers les récepteurs (éleveurs et coopératives), cela se faisant à travers la radio, la TV, la téléphone ou par le biais d'intermédiaires.

S'agissant des caractéristiques des éleveurs et éleveuses, on note que l'âge moyen des éleveurs est de 44 ans, que près de la moitié d'entre eux sont non-alphabétisés, et que 16,3% seulement ont le niveau Secondaire et plus. Par ailleurs, le téléphone portable est l'équipement le plus adopté puisque presque tous les éleveurs en possèdent un. Quant à la pénétration des smartphones, elle n'est pas négligeable puisqu'à peine 20% des éleveurs en possèdent un.

## **Principaux résultats de l'étude**

### **Commercialisation**

Les marchés locaux (Bittou, Bobo, Puytenga, Tenkodogo, Zabre, etc.) constituent l'essentiel des circuits de commercialisation des produits de l'élevage puisque 67,3% des éleveurs déclarent utiliser ces circuits en priorité, suivis des consommateurs individuels et des circuits plus spécialisés tels que les marchés à bétail et les marchés à volaille. Les marchés externes (Ghana, Côte d'Ivoire, etc.), en revanche, ne sont assez peu utilisés par les éleveurs. Les collecteurs et les commerçants constituent les principaux acheteurs des produits de l'élevage. Ce n'est qu'ensuite qu'apparaissent les bouchers, les grossistes et les intermédiaires.

### **Paiements et revenus**

Le paiement en cash est de loin le moyen de paiement le plus usuel puisque tous les acheteurs l'utilisent. Il leur arrive cependant également de régler leurs achats par mobile money, bien que cela soit encore très marginal (9,9% seulement des éleveurs acceptent ce moyen de paiement). Les moyens de paiement de nature purement bancaire (chèque, carte bancaire) sont acceptés par moins de 2% des éleveurs. Certains éleveurs préfèrent l'usage des moyens bancaires et/ou électroniques pour des raisons telles que : la sécurité et la lutte contre les faux billets, la traçabilité des transactions, etc. Le paiement en totalité est quasiment la règle (instauré par 97,7% des éleveurs) ; et que le paiement en tranches et le paiement à crédit sont des exceptions.

Le revenu mensuel moyen total est estimé à 56 465 FCFA. Et avec 54% des éleveurs ayant des revenus inférieurs à 50 000 FCFA, on peut conclure que les revenus de la filière élevage sont relativement modestes.

### **Taille du cheptel**

La taille du cheptel fait apparaître de grandes différences. En effet, si le nombre moyen d'animaux possédés par éleveur est de 92, on constate que 21% des éleveurs peuvent être qualifiés de « petits acteurs » (moins de 10 animaux), alors qu'ils sont près de 13% (« gros acteurs ») à en posséder plus de 100. Bien entendu, les acteurs de la volaille possèdent un cheptel plus grand que ceux du bétail/viande. La taille du cheptel est ainsi de 236 animaux pour les éleveurs de volaille (75 pour les éleveuses), alors qu'elle n'est que de 50 animaux pour les éleveurs de bétail/viande (10 pour les éleveuses).

### **Financement et investissement**

S'agissant des dépenses d'investissement souhaitées par les acteurs de l'élevage, on constate que l'accroissement du cheptel vient largement en première position, suivi de location/achat du pâturage. Il existe une minorité qui semble peut intéresser par un développement de leur business.

La quasi-totalité des acteurs de l'élevage ont recours aux fonds propres pour financer leurs activités de production. Le recours à l'emprunt ou aux initiatives/projets d'ONG vient en seconde position des modes de financement. Cependant, ce recours reste significativement inférieur aux fonds propres en raison notamment du faible accès à l'information sur les crédits peut être l'un des facteurs explicatifs du caractère marginal de l'emprunt. Conséquence de la prépondérance du financement sur fonds propres, l'épargne personnelle représente, de loin, la principale source de financement des activités de production. Les membres de la famille (conjoint, parents, enfants, etc.) permettent de financer les activités d'élevage dans 21,7% des cas ; cela prend alors la forme d'avances sans contrepartie ou de prêts remboursables avec ou sans intérêts. Le soutien des banques et instituts de microfinance est très modeste, puisqu'il n'intervient que dans 10,3% des cas.

### **Information**

Pratiquement tous les éleveurs déclarent avoir accès aux informations de leur filière. Les informations auxquelles ils ont accès sont par ordre d'importance : les maladies des animaux-vaccinations, les techniques d'élevage, les informations sur les intrants et les équipements, l'actualité de la filière élevage.

Les informations sur les crédits à l'élevage semblent insuffisamment accessibles (11% seulement) et peuvent constituer une explication partielle du faible recours à l'emprunt pour financer les activités de production.

### **Formation**

Presque tous les éleveurs ont déclaré avoir besoin de développer des compétences. Cela s'explique par : la diversité des domaines dans lesquels une compétence spécifique est nécessaire (formation technique, formation financière, formation managériale), la prise de conscience par les éleveurs de leur niveau d'études relativement modeste, nécessitant une mise à niveau.

Des formations plus générales, mais qui permettent de mieux gérer l'activité, sont également appréciées. C'est le cas de la formation à la technologie (signe d'une prise de conscience de l'importance de la technologie, et plus particulièrement des outils digitaux, pour mieux gérer l'activité), la formation à l'usage des services financiers (en raison de l'exploitation de toutes les opportunités et fonctionnalités offertes par les services financiers), le développement des partenariats (signe d'une prise de conscience par les éleveurs qu'une véritable croissance de leurs activités nécessite la collaboration avec d'autres acteurs dans des domaines qui peuvent être techniques, financiers ou même managériaux).

### **Outils digitaux**

Environ 20% des éleveurs/éleveuses s'estiment capables de manipuler aisément les smartphones. En dehors de la communication classique entre individus (appels, SMS) et des activités telles que la prise de photos et de vidéos, les outils digitaux ont également des fonctions plus en ligne avec les activités liées à l'élevage (information sur les maladies des animaux, information sur les prix et des opportunités liées à l'activité, informations sur les informés de financement, et enfin formation).

Certains facteurs d'incitation sont liés à l'environnement de l'éleveur : les amis-famille qui sont déjà enregistrés dans le service et qui ont donc joué plus ou moins directement un rôle de prescripteurs, la localisation géographique et de la proximité des points de transaction mobile money, et la recommandation de la coopérative à souscrire à un compte mobile money.

S'agissant en particulier du mobile money, près de deux éleveurs sur trois disposent d'un compte. L'offre Orange Money a, de loin (94,5%), la plus forte pénétration relative ; Mobicash n'étant détenu que par 5,5% de ceux qui ont un compte mobile money. Les opérations sur mobile money auxquelles les éleveurs se prêtent se divisent en trois catégories : les opérations classiques de dépôt et de retrait d'argent (pratiquement tous les producteurs les effectuent), les opérations de transfert d'argent et de consultation de solde, et enfin les activités plus transactionnelles telles que l'achat de crédit de communication, le paiement d'articles, le règlement de factures.

L'adoption relativement élevée du mobile money peut s'expliquer par la sécurité (les éleveurs ont ainsi une solution pour garder de l'argent sans risque majeur de le voir dérobé), la rapidité (les éleveurs ont la possibilité de transférer de l'argent de manière quasi instantanée), la facilité d'utilisation (conjonction des campagnes de communication des opérateurs et de l'aide des proches), l'accessibilité plus aisée et la facilité d'ouverture d'un compte en comparaison avec les institutions bancaires. En revanche, le caractère moins cher du mobile money est cité dans moins de 10% des cas. Le coût élevé des transactions est l'un des principaux griefs portés à l'encontre du mobile money.

## **Challenges de la filière élevage**

### **Contraintes majeures des éleveurs**

Il existe des contraintes physiques, des contraintes financières et des challenges annexes.

Les contraintes physiques concernent essentiellement les maladies des animaux et les effets des changements climatiques. A ces deux principales contraintes peut également être rattaché le problème de l'accès à la terre (qui concerne bien évidemment et principalement les éleveurs de bétail/viande).

Les contraintes financières sont révélées par les problèmes que les éleveurs rencontrent dans l'achat de la nourriture pour animaux ainsi que l'achat d'équipements. Les deux grandes rubriques du financement de l'activité sont donc concernées ici : les dépenses d'investissement (achat équipements), et les dépenses de fonctionnement (achat de nourriture). Tout ceci a donc un impact à la fois sur la rentabilité de l'activité d'élevage et sur la capacité de croissance et de développement du secteur.

D'autres challenges ont été mis en évidence par d'autres associations : les maladies des poulets, les morts subites des poulets, les prédateurs (serpents, éperviers), les voleurs, le manque de panneaux de signalisation pour le passage des animaux, les incendies lors du chauffage du poulailler.

### **Challenges d'ordre financier**

Le premier challenge concerne l'écart entre capacité de financement et besoins de financement. Le second a trait au mode de paiement des acheteurs et clients de la filière élevage.

Ainsi, les éleveurs se plaignent dans leur large majorité de l'insuffisance des fonds pour financer les besoins liés à l'exploitation et au développement de leur activité. Le problème de l'accessibilité des crédits est donc réel et tient à plusieurs raisons au rang desquelles les conditions imposées par les banques, les promesses non tenues, etc. Le cas particulier des jeunes (moins de 35 ans) et des femmes doit être relevé ici. En effet, des focus groups réalisés avec la plupart des associations d'acteurs directs, il ressort que l'accès des femmes et des jeunes au crédit est presque impossible.

Les trois principales modalités de paiement sont le paiement en totalité, le paiement par tranches et le paiement à crédit. Les principales plaintes concernant le mode de paiement étaient : le non-respect du délai de paiement de la tranche restante, le non-paiement et la disparition de l'acheteur, etc. Ainsi, moins de 12% des éleveurs acceptent le paiement en tranches ou le paiement à crédit en raison du manque d'intégrité de l'acheteur (soit parce qu'il disparaît, soit parce qu'il finalise le règlement avec un grand retard).

### **Freins et limites à l'utilisation des outils digitaux**

Le principal frein à l'utilisation des outils digitaux de manière générale a trait à la difficulté d'utilisation. Cela peut tenir au niveau d'étude relativement faible des éleveurs, mais également à la faible ouverture à la technologie et à la modernité.

S'agissant du cas spécifique des limites et désavantages du mobile money, on peut relever que le coût élevé des transactions, les problèmes de réseau et les fraudes et arnaques constituent respectivement l'essentiel des plaintes des acteurs de la filière élevage.

Les problèmes de réseau ont ceci de particulier qu'ils possèdent plusieurs facettes : appels qui n'aboutissent, connexion interrompue, etc. Ceci a forcément un impact sur les activités que peuvent mener les éleveurs avec leurs appareils, communication, information, formation, transactions financières, etc.

Les fraudes et arnaques trouvent leur importance en ce sens que les éleveurs craignent de voir disparaître l'argent contenu dans leur compte mobile money.

Il y a enfin le problème des agents qui manquent de liquidité, rendant parfois impossible une transaction ou un besoin de financement important et urgent, ainsi que le problème de la proximité des agents, dans la mesure où les éleveurs peuvent avoir à parcourir de longues distances pour effectuer une opération mobile money. Certains challenges n'ont pas été suffisamment mis en évidence lors de l'enquête par sondage, mais ont fait l'objet de débats lors de l'étude qualitative (focus groups et entretiens en profondeur) : les erreurs lors des transactions, l'exigence de la CNIB, la possibilité d'oublier le code.

### **Challenges des autres acteurs de la filière élevage**

A côté de ces challenges qui touchent spécifiquement les éleveurs, il convient d'en relever d'autres qui concernent d'autres acteurs de la filière : les revendeurs, les bouchers, les collecteurs, etc.

Ainsi, les problèmes auxquels font face les revendeurs sont essentiellement le fait que les éleveurs ne vaccinent pas assez bien les poulets, le manque de réseau routier, et plus récemment, le terrorisme.

S'agissant des bouchers, de l'entretien mené auprès des bouchers, il ressort que les principales difficultés concernent : le fait que les abattoirs ne répondent pas à leurs besoins en matière d'hygiène, le manque de formation adaptée au besoin des bouchers, la méconnaissance par les clients de la différence entre les qualités de viande, les délestages intempestifs qui imposent le recours au solaire.

Le manque d'efficacité du système d'approvisionnement en intrants est l'autre problème spécifique à la filière élevage et qu'il convient de mentionner.

### **Recommandations**

Les recommandations d'ordre général de nature à améliorer les performances de l'écosystème de la filière élevage peuvent s'articuler autour de 5 dimensions.

La dimension de base (modernisation de la filière) permettra de constituer un socle assurant la performance de l'écosystème sur le long terme. Il s'agit essentiellement de l'amélioration et du développement des infrastructures, de la transformation des produits, ainsi que de la mise en place d'outils et d'équipements.

La dimension centrale (financement de la filière) est essentielle car c'est en son sein que seront levées certaines des préoccupations de facilitation qui ont été soulevées par toutes les catégories d'acteurs de la filière, sans exception. Il s'agit par exemple de démocratiser l'accès au crédit et d'assouplir les conditions bancaires.

La dimension latérale 1 (renforcement des capacités des acteurs) consiste à fournir aux éleveurs et éleveuses les moyens intellectuels (formation et information) leur permettant de mener leur activité de manière plus professionnelle, de tel sorte que leurs exploitations puissent croître et être plus rentables.

La dimension latérale 2 (autonomisation des femmes et des jeunes) est le volet au sein duquel certaines inégalités seront atténuées, de telle sorte qu'une synergie puisse être créée par la participation égale de tous les acteurs au développement de la filière élevage. Cela suppose une mise à niveau intellectuelle, davantage d'indépendance financière et une plus grande participation aux activités sociales.

La dimension transversale (digitalisation de la filière) est celle qui permettra d'arrimer la filière élevage aux réalités de la révolution numérique en comblant le retard pris par les acteurs dans ce domaine, et en leur permettant d'exploiter toutes les opportunités offertes par elle.

Les recommandations concernant les deux catégories de flux à digitaliser portent sur : les flux hybrides de formation/information et des flux de règlements des acheteurs de produits d'élevage.

### **Flux hybrides de formation/information.**

Il s'agira de mettre à la disposition des éleveurs/éleveuses, en utilisant des supports digitaux, plusieurs catégories de données liées à des modules de formation et à des thèmes d'informations.

La digitalisation des flux hybrides d'information et de formation permettra d'améliorer la réactivité décisionnelle des éleveurs lors de la gestion de leur exploitation, de mieux comprendre les facteurs-clés de succès de leur exploitation, d'améliorer l'efficacité commerciale des éleveurs et d'augmenter leurs revenus.

La mise en œuvre concernera le choix des supports digitaux utilisés (smartphones pour usage individuel et tablettes/ordinateurs pour les associations), la forme des modules de formation (messages longs à partager selon une périodicité hebdomadaire du genre « conseil de la semaine ») et des thèmes d'information (messages courts à diffuser sous forme d'alerte, et donc selon une périodicité liée à la nature du fait générateur), la création de groupes dans les réseaux sociaux afin de favoriser les échanges et discussions concernant les modules de formation et les thèmes d'information, et le partage des données et informations en langue française et en langues vernaculaires.

### **Flux de règlements des acheteurs.**

Il s'agit de procéder à une centralisation des règlements des acheteurs et à un transfert aux éleveurs/éleveuses selon une périodicité bien définie et à l'aide de supports digitaux (portefeuilles électroniques).

La digitalisation des flux hybrides d'information et de formation permettra notamment d'améliorer les prévisions de trésorerie des éleveurs, de mieux constituer des réserves de trésorerie productrices de revenus passifs dans leur portefeuille électronique, de réduire les pertes liées aux vols ou erreurs commerciales.

S'agissant des modalités, un organisme sera créé avec pour rôle de centraliser les paiements faits par les acheteurs des produits de l'élevage. Cet organisme disposera également d'une banque de données permettant de dynamiser la mise en relation entre les acheteurs, les éleveurs et l'offre de produits de ces derniers. Une périodicité de règlements aux éleveurs sera définie (à la manière du paiement des salaires dans les entreprises). Un compte de mobile money (ou autre formule digitale) sera ouvert pour chaque éleveur afin qu'il puisse percevoir les règlements des acheteurs. Il sera possible de rémunérer ce compte en fonction du solde disponible à l'intérieur pendant une certaine période.

L'élevage constitue un secteur clé de l'économie burkinabé. Il est pratiqué par plus de 80% de la population et les principaux types d'élevage pratiqués sont ceux des bovins, caprins, ovins et de volaille. La contribution de l'élevage à l'économie et au développement du Burkina Faso est estimée à 18% du PIB et à 26% des exportations en valeur (Ministère du Commerce, 2016). Ces statistiques économiques et commerciales font de l'élevage la troisième filière d'exportation après l'or et le coton.

La valeur ajoutée du secteur de l'élevage a été de 259 milliards de FCFA en 2001 et environ 416, 84 milliards FCFA en 2009. L'élevage constitue après l'agriculture la deuxième activité du secteur primaire au Burkina Faso. Les produits de l'élevage occupent le deuxième rang des exportations après le coton avec une contribution de 18% au PIB et 26% aux recettes d'exportation (CEDEAO, 2019). Cette contribution de

l'élevage dans la création de richesse devra continuer à croître avec un taux d'accroissement moyen par an estimé à 2,7% (MAFAP/FAO, 2012).

Malgré le fait que 1,1 millions de ménages pratiquant l'élevage bovin au Burkina Faso et environ 56% des ménages pratiquant l'élevage avicole (Rapport FAO & USAID, 2019), l'élevage dans son ensemble souffre de difficultés majeures de professionnalisation et surtout de financement adéquat.

Suite à un appel d'offres restreint commandité par UNCDF et au projet confié au cabinet d'études international Amarante Consulting en consortium avec le bureau d'études burkinabé Xpertis Consulting, une collecte de données auprès des acteurs de la chaîne de valeur bétail/viande et volaille a été réalisée.

Le sous-secteur de l'élevage « bétail-viande et volaille » s'entend dans le cadre de cette étude, comme l'ensemble des actes de production, de transformation, de commercialisation et de consommation relatifs aux bovins, et autres ruminants (ovins, caprins, porcins), ainsi qu'à la volaille.

Il s'agira au cours de cette mission d'étude, d'identifier et d'analyser l'ensemble des acteurs et des flux liés à ce secteur de l'élevage afin d'en dégager les flux les plus susceptibles d'être digitalisés, tenant compte de l'environnement du marché.

Ce rapport présente l'état d'exécution de la collecte de données dans le cadre de « **la cartographie de la filière bétail/viande et volaille au Burkina Faso et l'identification des opportunités de digitalisation des paiements et des services non financiers autour de son écosystème** ».

Cette étude s'est principalement réalisée dans trois régions du Burkina Faso à savoir : **le Centre-Est, le Centre-Ouest, et le Centre-Sud.**

## **I.1 Question centrale et questions spécifiques**

La question centrale est : **Comment accroître les revenus des acteurs de la chaîne de valeur de la filière bétail-viande et volaille ?**

Cinq questions spécifiques permettront d'adresser la question centrale :

- Qui sont les acteurs directs et indirects de la filière bétail-viande et volaille ?
- Quels sont les flux financiers et non financiers entre les acteurs de la filière bétail-viande et volaille ?
- Comment la digitalisation peut-elle améliorer les revenus des acteurs de la filière bétail-viande et volaille ?
- Quelles sont les prédispositions des acteurs et du marché local vis-à-vis de la digitalisation ?
- Quels flux financiers et non financiers inhérents à la filière bétail-viande et volaille peuvent-ils être digitalisés ?

## **I.2 Résultats attendus au terme de l'étude**

L'objectif global du projet qui est de contribuer à l'accroissement des revenus des acteurs de la filière bétail-viande et volaille au Burkina Faso à travers la digitalisation des flux de paiement et/ou de flux non financiers, a constitué le fil directeur de la recherche et des travaux qui ont été menés. Ainsi, le présent rapport final au terme de l'étude inclue :

- La cartographie de la chaîne de filière bétail-viande et volaille ;
- L'analyse des besoins pertinents et non satisfaits des acteurs de la filière en services financiers et non financiers ;
- L'analyse des mécanismes déjà existants d'accès aux services financiers et non financiers sur lesquels pourraient se bâtir les améliorations ;
- Une proposition de valeur pertinente et innovante pour répondre aux besoins des acteurs dans les maillons de la filière bétail-viande et volaille ;
- Les flux de paiements et flux d'informations pertinents à digitaliser ;
- Une sélection de 1 à 2 flux à digitaliser sur la base de leur impact sur le revenu des acteurs et la productivité globale de la filière.

## “

*La taille du cheptel fait apparaître de grandes différences. En effet, si le nombre moyen d'animaux possédés par éleveur est de 92, on constate que 21% des éleveurs peuvent être qualifiés de « petits acteurs » (moins de 10 animaux), alors qu'ils sont près de 13% (« gros acteurs ») à en posséder plus de 100.*



# I. Introduction générale et objectifs de l'étude

## II.1 Méthodologie de l'étude

L'étude a été constituée d'une phase qualitative composée de focus groupes (FGD) et d'entretiens individuels en profondeur (IDI), ainsi que d'une phase quantitative prenant la forme d'une enquête par sondage.

### II.1.1 Focus groupes (nombre et structure)

24 focus groupes ont été réalisés, répartis comme suit :

FGD	Centre-Ouest	Centre-Est	Centre-Sud
Coopératives d'éleveurs de bétail/viande	3	4	4
Coopératives d'éleveurs de volaille	3	3	3
Coopératives d'emboucheurs (ses)	1		
Coopératives de femmes éleveuses de volaille	3		
<b>Total</b>	<b>10</b>	<b>7</b>	<b>7</b>

### II.2 Entretiens individuels approfondis (nombre et structure)

34 entretiens individuels ont été prévus, répartis comme suit :

IDI	Centre-Ouest	Centre-Est	Centre-Sud	Amarante/Xpertis
Acteurs directs	8	9	7	
Acteurs indirects	3	1	1	5
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>8</b>	<b>5</b>

### II.3 Enquête par sondage et échantillonnage

263 interviews ont été réalisées, réparties comme suit :

Catégories	
Éleveurs de bétail/viande	76
Éleveurs de volaille	62
Éleveuses de bétail/viande	56
Éleveuses de volaille	69
<b>Total</b>	<b>263</b>

### II.4 Déroulement de l'étude

## **Préparation de la collecte des données**

### *Phase de recrutement :*

- Le recrutement des enquêteurs et superviseurs s'est fait à travers un appel à candidature avec une description du profil pour les superviseurs et les enquêteurs.
- L'expérience des enquêtes en milieu rural avec une bonne connaissance des zones spécifiques et spécialement en ce qui concerne la chaîne de valeur élevage, le niveau d'études (Licence), ainsi que la langue parlée de la localité ont été les 3 critères de choix.

### *Phase de formation :*

Date : du 17 au 18 septembre

Thèmes :

- Qualités d'un bon enquêteur et superviseur, contrôle de la qualité du travail des enquêteurs sur le terrain, maintien de la cohésion et la dynamique de leurs équipes
- Filière bétail/viande et volaille,
- Finance digitale
- Familiarisation avec le logiciel Open Data Kit (ODK) sur les tablettes, mise à jour des questionnaires

### *Phase de pré-test :*

Date : 19 septembre

Lieu : Signonghin V3

Actions : Test du guide d'entretien des FGD : 1 FGD avec des coopératives et associations de 80 membres.



## II.

# Méthodologie et organisation de l'étude

### III.1 Fonctionnement, cartographie de la filière volaille, types de flux

L'élevage de volaille est l'une des principales activités agricoles du Burkina Faso. La filière s'articule autour de deux principaux pôles que sont la **production** et la **commercialisation** et d'un pôle de **transformation** un peu moins développé.

#### La production

Plusieurs systèmes d'élevage de volaille cohabitent au Burkina Faso : **les systèmes traditionnels ou extensifs** et les **systèmes améliorés, modernes ou intensifs**. De ces systèmes, on peut identifier quatre sous-systèmes dont le système extensif en liberté ou semi-liberté et le système intensif ou semi-intensif. (FAO & USAID, 2018) Les systèmes traditionnels d'élevage (systèmes extensifs) sont prédominants au Burkina Faso et représentent plus de **98 % de l'élevage de volaille**. On y distingue **trois catégories de producteurs**, qui sont :

- Les petits producteurs (cinq à dix poules)
- Les moyens producteurs (trente à quarante poules)
- Les grands producteurs (plus de 100 poules)

L'offre en produits est essentiellement constituée de **viande** et des **œufs**.

Dans le sous-secteur de l'aviculture semi-industriel (système intensif) généralement l'âge du personnel salarié est compris entre 17 et 45 ans. Peu de femmes sont employées mais quelques femmes sont propriétaires de fermes avec des effectifs entre 200 et 7 000 pondeuses. A l'opposé, dans le sous-secteur familial (système d'élevage extensif), toutes les catégories de personnes de tout âge (hommes, femmes, enfants) sont impliquées dans la production.

#### La commercialisation

##### a. Les collecteurs

Ce sont des marchands qui s'occupent du commerce de la volaille, pour qui ce commerce représente une source de revenus et d'activités économiques. Ces commerçants font le lien entre les producteurs et autres opérateurs économiques ou les consommateurs de la filière. Ces opérateurs se déplacent de village en village pour collecter des œufs et poulets et les diriger vers les marchés urbains.

Régions	
Centre-Est	72
Centre-Ouest	109
Centre-Sud	82
<b>Total</b>	<b>263</b>

##### b. Grossistes urbains

Ils achètent les poulets avec les collecteurs villageois et les éleveurs. Avec les

collecteurs villageois, des rendez-vous sont pris dans un village donné où tous les collecteurs des villages environnants se rendent à la rencontre du grossiste. La principale fonction des grossistes consiste à équilibrer les disponibilités du marché en fonction de la demande, et à faire venir la volaille des lieux où elle est abondante et bon marché vers ceux où elle est relativement rare et coûteuse. (Journal of Animal & Plant Sciences – 2012)

#### *c. Les revendeurs urbains*

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

#### *d. Les détaillants*

Les détaillants se rencontrent dans les points de vente précis où ils vendent les poulets aux consommateurs que sont les ménages.

#### *e. Les consommateurs*

Ils sont au bout de la chaîne et représentent l'ensemble des ménages qui achètent les produits avicoles pour leur propre consommation.

### **La transformation**

Le maillon de la transformation est animé principalement par les **grilleurs/rôtisseurs** situés aux abords des maquis et kiosques et les **restaurateurs** proposant des mets à base de viande de poulet. Il n'existe pas de centre d'abattage de poulet mais des prestations de service pour le plumage existent, la plupart du temps dans les marchés.



“

*Les entretiens individuels en profondeur (IDI) ont permis d'aller à la rencontre des acteurs directs et indirects de la filière élevage au Burkina Faso.*



services financiers, Télécommunication, transporteurs) ont des implications transactionnelles.

**Flux financiers, offres et ventes dans la filière volaille**

Comme dans le cadre de la filière bétail-viande, les flux financiers dans la filière volaille sont généralement orientés des acteurs de la commercialisation et de la transformation vers les acteurs de la production. Toutefois, des flux existent bien entre acteurs de la commercialisation et de la transformation et aussi de l'ensemble des acteurs directs vers les acteurs indirects. La *figure 3* présente l'ensemble de ces flux.

### III.2 Fonctionnement, acteurs et cartographie de la filière bétail/viande

Depuis le premier maillon de la filière que sont les producteurs jusqu'aux consommateurs, différents acteurs interviennent tout au long de la chaîne, soit pour vendre, acheter, ou transformer et mettre à la disposition des consommateurs, des produits sains et adaptés à leurs besoins. Chacun de ces acteurs joue un rôle qui lui est spécifique. Cependant, une des caractéristiques fondamentales de la commercialisation dans la filière bétail-viande est le caractère informel des relations entre les acteurs. Toutes les transactions sont basées sur des relations de confiance entre personnes qui se connaissent de longue date.

D'une façon générale, il existe pour chaque production animale deux types de circuit : un circuit « direct », c'est à dire avec peu ou sans intermédiaires, et un circuit plus structuré dit « long ». Les circuits longs correspondent grossièrement aux animaux passant sur les marchés et dans les abattoirs, et assurent notamment



**Figure 2**  
Les 5 catégories d'acheteurs de la filière volaille

l'essentiel des exportations et des abattages contrôlés. Les circuits directs traitent quant à eux la majeure partie de l'approvisionnement de proximité, de l'autoconsommation, du ravitaillement direct des centres urbains et d'une part, apparemment assez faible, des exportations ; celles qui s'effectuent à l'occasion des transhumances. Ces circuits directs échappent le plus souvent totalement aux contrôles tant d'un point de vue sanitaire que statistique et fiscal.

Dans cet écosystème de la filière bétail-viande, les femmes jouent un rôle important. Elles interviennent en grande partie dans la pratique de l'embouche bovine et autres ruminants (ovins, caprins, etc.) et sont les principales intervenantes dans la transformation et la commercialisation du lait provenant des animaux.

La présente étude décrit les circuits dits longs qui sont organisés autour de plusieurs acteurs aux fonctions différentes, et qui gravitent autour de trois principales fonctions : la **production**, la **commercialisation** et la **transformation**.

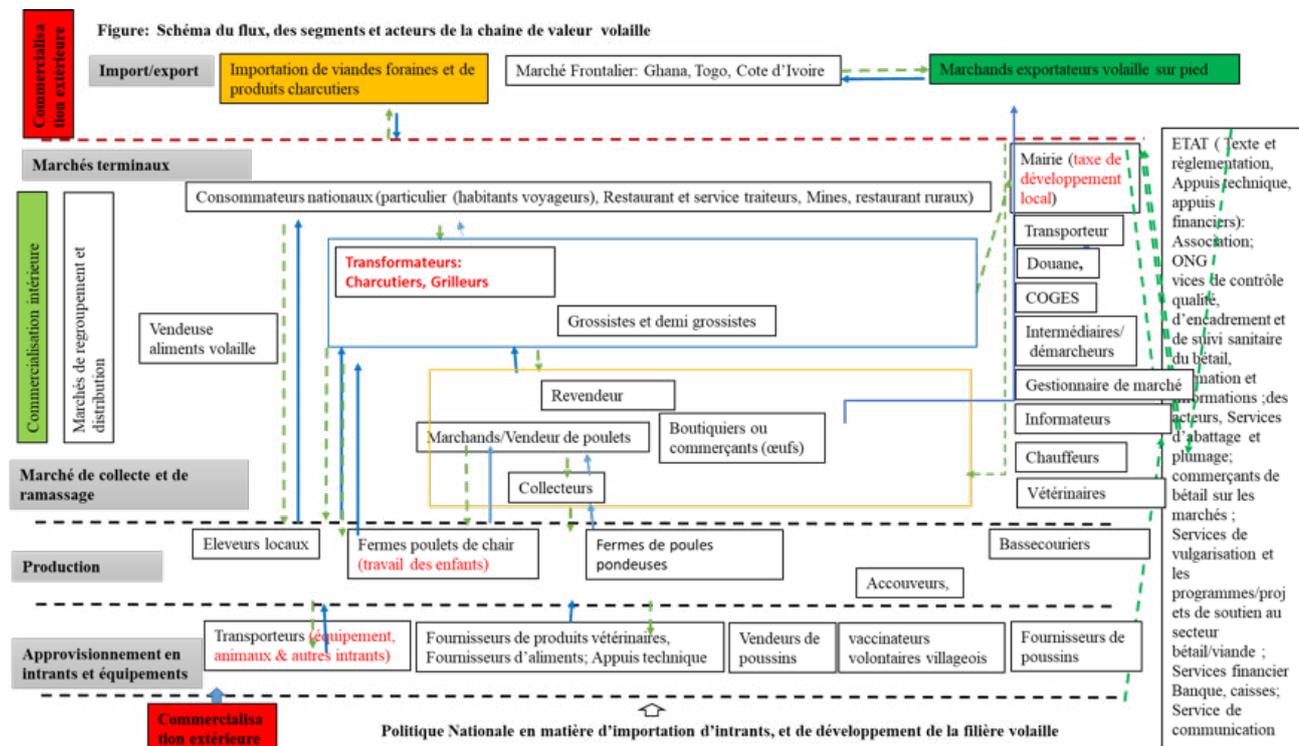
#### La production

##### a. Les systèmes de production

La classification des systèmes de production permet ainsi de distinguer trois types d'éleveurs :

**Figure 3**

Schéma des flux des segments et acteurs de la chaîne de valeur volaille (Source : Amarante Consulting)



- **Les éleveurs du système extensif** : ils pratiquent l'élevage pour améliorer leurs revenus et à des fins de sécurité alimentaire. La main d'œuvre est essentiellement familiale. On retrouve ce type d'éleveurs presque exclusivement en zone rurale qui offre les conditions nécessaires (espace, mobilité...) à leur pratique.
- **Les éleveurs du système semi-intensif** : ils pratiquent de façon opportuniste l'embouche bovine et ovine pour mieux vendre leur production. Ces éleveurs se recensent essentiellement en zone urbaine et péri-urbaine où le manque d'espace oblige à un minimum d'intensification.
- **Les éleveurs du système intensif ou emboucheurs** : majoritairement des commerçants, l'élevage constitue pour eux une diversification de leurs sources de revenus. Ces éleveurs investissent des moyens conséquents dans l'alimentation et les soins pour accroître les performances des animaux. Ils sont généralement installés dans les centres urbains et à proximité des marchés à bétail, en vue de faciliter l'écoulement de leurs produits.

#### b. Les acteurs

Les acteurs de la production sont les éleveurs de bétail ; c'est-à-dire les propriétaires de troupeaux. Ce sont eux qui élèvent les animaux et décident à un moment donné de vendre une partie du troupeau pour répondre à des besoins familiaux (achats de céréales, soins, habillement, fêtes, etc.) ou économique. Il arrive que les éleveurs passent par leur groupement pour vendre les animaux.

Parmi les éleveurs, il y a les emboucheurs qui sont des personnes dont le métier consiste à emboucher des animaux c'est-à-dire à acheter le bétail dans les fermes moins favorisées ou dans les exploitations voisines ne comprenant pas d'étendues en ressources alimentaires suffisantes pour entreprendre l'engraissement de tous les jeunes (ou de réforme pour les vieux animaux) pour la vente dans un délai assez réduit afin d'augmenter une plus-value.

**La commercialisation**

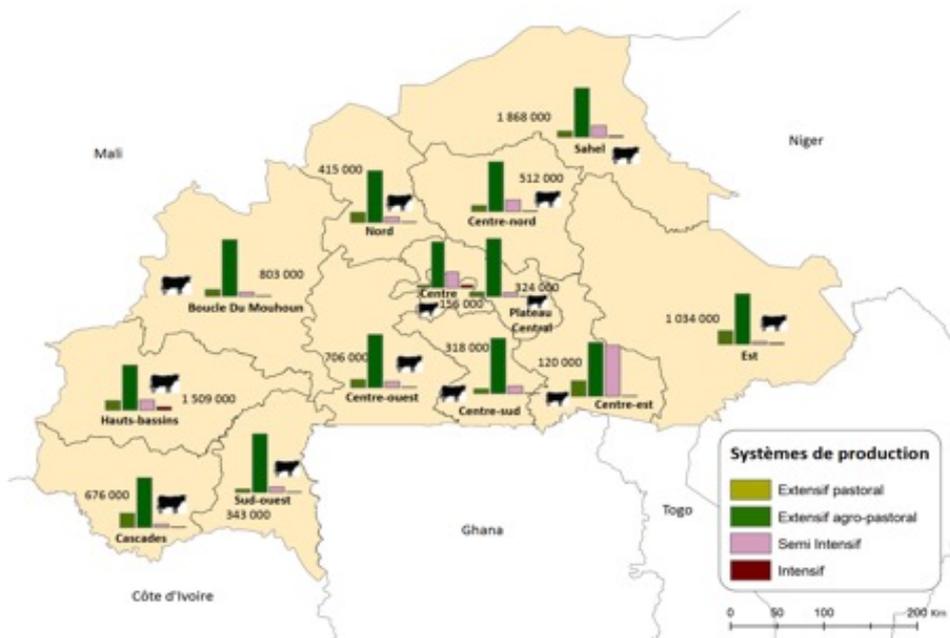
Le commerce du bétail est organisé autour d'un réseau de marchés de bétail et d'une multitude d'acteurs et d'intervenants. Le commerce de la viande est dédié aux bouchers et charcutiers. La commercialisation du bétail est constituée autour de deux grands pôles que sont la **commercialisation du bétail sur pied** et la **commercialisation du bétail-viande**.

La commercialisation du bétail sur pied se pratique dans des espaces dédiés que sont les marchés. On distingue trois grands types de marché :

- **les marchés de collecte ou de ramassage** où les collecteurs viennent vendre et acheter ;
- **les marchés de regroupement et de redistribution** où les commerçants viennent acheter ;
- **les marchés terminaux** où les commerçants vendent et les transformateurs et détaillants achètent.

La commercialisation du bétail-viande se pratique principalement au niveau des deux abattoirs frigorifiques de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso, ainsi que dans les structures d'abattage des autres petits centres urbains.

Les acteurs de la commercialisation du bétail sur pieds sont les collecteurs, les commerçants et les exportateurs tandis que ceux de la commercialisation du



**Figure 4**  
Localisation des systèmes de production bovine par région (source FAO, 2017)

bétail-viande, présentés dans la partie « transformation », sont les chevillards (sorte de grossistes et semi-grossistes autorisés à pratiquer l'abattage) et les grilleurs ou braiseurs.

**f. Les collecteurs**

Ils opèrent généralement en collectant les animaux soit en s'enquérant de l'existence

d'animaux de ferme en ferme, soit en étant sollicités par les éleveurs eux-mêmes qui les connaissent bien. La plupart du temps, un éleveur vend un, parfois deux, rarement trois bêtes à la fois. Le collecteur peut, ainsi, réunir une dizaine de bovins qu'il garde soit chez lui, soit dans le parc d'un éleveur en attendant de faire convoier le troupeau par un berger le jour du marché. Les marges moyennes du collecteur sont de 5 000 à 15 000 FCFA par tête de bovin. (Ministère des Ressources Animales, du Ministère de l'Agriculture, de l'Hydraulique et des Ressources Halieutiques et des représentants des Chambres Régionales d'Agriculture, *Analyse de la filière bétail-viande au Burkina Faso*, Nov. 2007)). Les collecteurs travaillent avec divers partenaires dont :

- **Les intermédiaires** : Ce sont les logeurs des vendeurs ; ils assurent l'intermédiation entre ces derniers et les acheteurs. Ils répondent en cas de vol de l'animal. Ils aident les acheteurs à remonter jusqu'au campement d'origine en cas de disparition de l'animal. Ils sont rémunérés par l'acheteur ou le vendeur.
- **Les démarcheurs** : Ils vivent de la spéculation. Ils achètent les animaux à crédit, tirent un bénéfice en les cédant à des exportateurs et paient le premier vendeur. Même si parfois ils n'achètent pas les animaux, les démarcheurs sont malgré tous les principaux acteurs de la commercialisation du bétail.
- **Les employés des exportateurs** : Ils travaillent au compte d'un exportateur en se chargeant de lui réserver des animaux auprès des démarcheurs ;
- **Les convoyeurs à pied ou bergers** : Les bergers sont des acteurs très importants sur les marchés de ramassage, surtout pour l'acheminement des animaux que les collecteurs ont réussi à acquérir auprès des éleveurs entre deux marchés. Ces convoyeurs sont chargés de conduire les animaux jusqu'au marché, de les y garder et surveiller durant toutes les négociations et transactions. Ils sont rémunérés par tête de bétail convoyée.

#### **g. Les commerçants**

Ils sont appelés « marchands acheteurs-vendeurs » ou « marchand de bétail ». Ils négocient et achètent les animaux avec les collecteurs. Généralement, un marchand s'attache les services de plusieurs collecteurs. Ces commerçants de bétail disposent d'une grande surface financière et sont à mesure d'acquérir de trente à soixante bovins chaque jour de marché. Si les collecteurs sont leurs principaux pourvoyeurs en animaux, ils achètent également auprès des éleveurs traditionnels et des emboucheurs individuels lorsque ceux-ci se présentent directement sur le marché sans passer par les collecteurs. Les animaux acquis par les commerçants sont transférés sur les marchés terminaux nationaux ou extérieurs. Autour de ces principaux acteurs gravitent de « petits commerçants » (Ministère des Ressources Animales, du Ministère de l'Agriculture, de l'Hydraulique et des Ressources Halieutiques et des représentants des Chambres Régionales d'Agriculture, *Analyse de la filière bétail-viande au Burkina Faso*, Nov. 2007) :

- **Les acheteurs-vendeurs intermédiaires ou courtiers ou négociants** : ce sont de petits opérateurs informels et très actifs, qui n'ont pas la capacité financière suffisante mais qui exploitent les moindres opportunités pour réaliser quelques marges rapides. Ils peuvent acheter à crédit un animal auprès d'un collecteur ou d'un éleveur (prix et délai de paiement convenus) et le revendre au comptant pour en dégager une marge.

- **Les intermédiaires logeurs ou « téffa »** : Ils servent de logeurs ou « répondant » (hébergement, alimentation, aide pour les documents administratifs, etc.) Pour la plupart, ces opérateurs ne viennent que la veille ou le jour du marché. Ensuite, ils sont témoins et garants de la légitimité des transactions entre les parties, ce qui les investit de l'entière responsabilité en cas de litige ultérieur devant toute instance (cas de vente d'animaux volés ou perdus). Les « téffa », du fait de leur constance sur le marché et de leur statut d'autochtone, connaissent mieux les acteurs et présentent les acheteurs aux vendeurs et vice versa. En contrepartie de leur prestation, les « téffa » sont consensuellement rémunérés avec une commission financière par tête d'animal vendu.

#### ***h. Les exportateurs***

Les exportateurs sont dotés d'une solide assise financière et achètent un grand nombre d'animaux auprès des marchands qui viennent des marchés de regroupement, puis les revendent aux grands bouchers locaux ou bien les convoient pour l'exportation. (Ministère des Ressources Animales, du Ministère de l'Agriculture, de l'Hydraulique et des Ressources Halieutiques et des représentants des Chambres Régionales d'Agriculture, *Analyse de la filière bétail-viande au Burkina Faso*, Nov. 2007).

#### **La transformation**

La principale activité de transformation des ruminants au Burkina Faso est l'abattage pour la production de la viande. Il existe aussi quelques productions de charcuteries destinées au marché urbain essentiellement. Les abattages sont réalisés dans des infrastructures consacrées que sont les **abattoirs frigorifiques**, les **abattoirs secondaires**, les **aires d'abattage** et les **tueries**.

Au titre des principaux acteurs et intervenants au niveau de la transformation, on dénombre :

#### ***a. Les chevillards***

Ce sont de grands bouchers qui émergent du lot du fait de l'importance du tonnage abattu. Ils livrent de la viande sous forme de crédit à très court terme, à plusieurs autres appelés apprentis bouchers (à surface financière faible). Ce sont les apprentis bouchers qui revendent ainsi au détail aux consommateurs sur les marchés des quartiers, ainsi qu'aux grilleurs-rôtisseurs, aux casernes, aux restaurants universitaires, aux charcuteries. (Ministère des Ressources Animales, du Ministère de l'Agriculture, de l'Hydraulique et des Ressources Halieutiques et des représentants des Chambres Régionales d'Agriculture, *Analyse de la filière bétail-viande au Burkina Faso*, Nov. 2007).

- **Les bouchers abattants-détaillants** abattent pour eux-mêmes mais en faible quantité et se chargent personnellement de la vente directement sur le marché. Ils agissent pour leur propre compte depuis l'acquisition des animaux jusqu'à la vente aux consommateurs. Les bouchers abattants-détaillants abattent généralement 1 ou 2 têtes vendus par tas de 200 FCFA au marché.
- **Les bouchers détaillants** achètent à crédit auprès du boucher abattant détaillant ou des chevillards. Le règlement de la dette se fait habituellement

dès la vente terminée pour ensuite bénéficier d'un crédit le lendemain.

- **Les charcutiers** sont des professionnels de la transformation de la viande qui sont employés dans les supermarchés.

#### ***b. Les grilleurs ou braiseurs***

Les grilleurs ou braiseurs sont des commerçants qui font des grillades de viande sous forme de morceaux et de brochettes et les vendent à travers les villes et villages.

#### **Les acteurs indirects de la filière bétail-viande**

Outre les acteurs intervenant directement dans les circuits de distribution, de commercialisation et de transformation de la filière élevage, il existe d'autres acteurs importants qui fournissent des biens et services connexes et qui apportent leur appui au développement de la filière. Au nombre de ces acteurs indirects, on peut citer les **chefferies** (qui peuvent jouer un rôle de conseil), les **associations de producteurs**, le **Ministère des ressources animales et halieutiques**, les **services de santé animale et de recherche agricole**, les **transporteurs**, les **institutions financières** et les **ONG de développement**.

#### **Les autres produits de la filière bétail-viande**

Au-delà des animaux vifs et de la viande fraîche, l'offre en produits bovins est constituée également de lait, et d'autres produits secondaires comme **les cuirs et peaux**, le **sang**, les **cornes**, la **traction animale** et le **fumier**.

#### ***Le lait***

L'essentiel de la production de lait au Burkina Faso est assuré par le système d'élevage traditionnel (extensif). Le secteur comprend une série d'unités artisanales et modernes en rapport avec les équipements utilisés et les itinéraires techniques de transformation.

Dans la grande majorité des cas, les produits transformés et proposés aux consommateurs, par ordre de d'importance sont le yaourt, le lait pasteurisé et le lait caillé sucré. Le fromage et le beurre restent des produits très marginaux. Ce segment de produits laitiers reste l'apanage de grands groupes industriels des pays du Nord.

#### ***Les cuirs et peaux***

La collecte des peaux et cuirs bruts s'effectue à travers un réseau dense de petits collecteurs jusque dans les hameaux les plus reculés, qui approvisionne les unités industrielles situés à Ouagadougou en vue des transformations successives jusqu'à la semi-finition et la finition. Une part substantielle des cuirs et peaux est transformée en produits d'artisanat traditionnel ou moderne local ou exportée vers le Ghana et le Nigeria. D'autres marchés comme l'Espagne et l'Italie bénéficient de ces produits secondaires de la filière bétail-viande.

#### ***Le sang***

Le sang et les matières stercoraires constituent de très importants sous-produits des abattoirs, disponibles quotidiennement en grandes quantités. Ils peuvent être entièrement valorisés respectivement dans l'alimentation de volailles ou dans la

fertilisation des sols agricoles, bien que l'étude n'ait pas permis de savoir ce qui est réellement fait actuellement, et quels sont les écarts à combler.

### *Les cornes*

Elles sont essentiellement utilisées pour l'artisanat d'objets utilitaires (chaussepieds, tables, cuillères, fourchettes, peignes, porte bougies, accoudoirs de fauteuils), d'objets de décoration (tableaux, boutons d'habits) et de bijoux (attrape cheveux, pique cheveux, bagues, bracelets, boucle d'oreilles).

### *Fumier*

Le fumier est la matière organique issue des déjections (excréments et urine) du bétail. La valorisation des déjections dépend des systèmes d'élevage. Ainsi, dans les systèmes transhumants, seule une partie des déjections profite à l'exploitation propriétaire du cheptel. La proportion des déjections animales qui sont valorisées dépend du système d'élevage, de la saison et du type d'analyse réalisée.

Enfin, le fumier constitue aussi un sous-produit important de l'élevage semi intensif.

La filière bétail/viande peut se subdiviser en 5 grandes catégories :

### **Flux financiers, offres et ventes dans la filière bétail-viande**

Les flux financiers existant entre les acteurs de la filière bétail-viande sont multiples. Ils sont généralement orientés des acteurs de la commercialisation et de la transformation vers ceux de la production (achat de bétail). Cependant on en trouve également des flux financiers entre les acteurs de la production et d'autres acteurs comme les transporteurs et les fournisseurs d'intrants. De même, entre acteurs de la commercialisation et la transformation, plusieurs flux financiers peuvent être identifiés.

### III.3 Catégories de flux

#### Flux financiers :

- Les filières bétail-viande et volaille se caractérisent par un nombre important

**Figure 5**

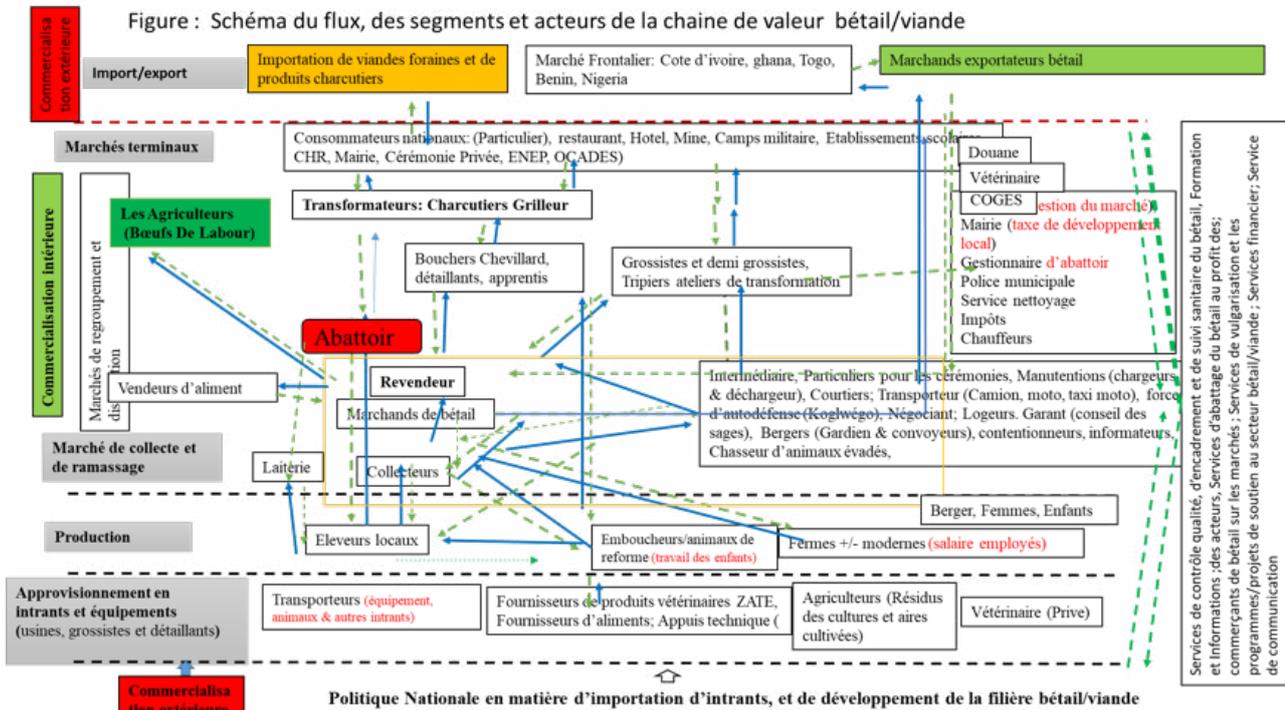
Les 5 catégories d'acheteurs de la filière bétail/viande



des acteurs et intermédiaires. Ces acteurs sont divers et comprennent les grands et petits acteurs, d'acteurs formels (entreprises régulièrement constituées) et des acteurs informels. De même, il y a une diversité des quantités d'intrants et produits, et d'intensité des services sollicités par les différents acteurs (des petits éleveurs individuels aux coopératives et fermes).

- Il n'a pas été possible de déterminer le pourcentage des transactions en cash entre les différents acteurs. Toutefois, il reste bien évident que les transactions par cash restent dominantes à tous les niveaux (tous les acteurs directs ont déclaré accepter ce mode de paiement en priorité). A cela s'ajoute le faible niveau de bancarisation (y compris l'utilisation de portefeuilles de monnaie électronique) des acteurs de la filière. Le besoin





Services de contrôle qualité, d'encadrement et de suivi sanitaire du bétail, Formation et Informations ;des acteurs, Services d'abatage du bétail au profit des; commerçants de bétail sur les marchés ; Services de vulgarisation et les programmes/projets de soutien au secteur bétail/viande ; Services financier; Service de communication

d'utilisation et de recours aux services bancaires (financement et épargne) s'accroît avec l'envergure de l'activité et la fréquence de vente des produits. Ainsi les acteurs qui produisent de grandes quantités (bétail sur pied, volaille, viande et produits dérivés, et intrants) vendues à des fréquences rapprochées sont plus susceptibles de recourir aux services bancaires (au sens stricte) que comparativement à ceux qui produisent de petites quantités vendues à des fréquences plus espacées.

- Cela est également vrai quant aux systèmes d'élevage pratiqués : les acteurs des systèmes extensifs et semi-intensifs sont peu susceptibles de recourir aux services bancaires alors que les acteurs pratiquant le système intensif (ou les emboucheurs) ont plus recours aux services bancaires et financiers. Les premiers sont le plus souvent situés dans les zones rurales où ils sont éloignés des fournisseurs de services bancaires et financiers (l'offre quand elle existe est souvent peu diversifiée) tandis que les derniers vivent généralement dans des centres urbains où les fournisseurs de services bancaires et financiers sont plus proches et les offres très diversifiées. De plus, les derniers sont généralement des structures formelles répondant plus ou moins aux critères d'éligibilité pour les services bancaires et financiers.
- Les fournisseurs de services bancaires et financiers font face aux risques élevés inhérent aux filières bétail-viande et volaille et ont du mal à développer une expertise pour mieux accompagner les acteurs de la filière.
- Le recours aux services de monnaie électronique reste faible, dû en partie au faible niveau d'éducation (ou pas d'éducation du tout) de la majorité des acteurs. Les portefeuilles de monnaie électronique sont plus utilisés pour transporter l'argent ou « garder » l'argent pour de courtes durées (le temps d'un voyage).

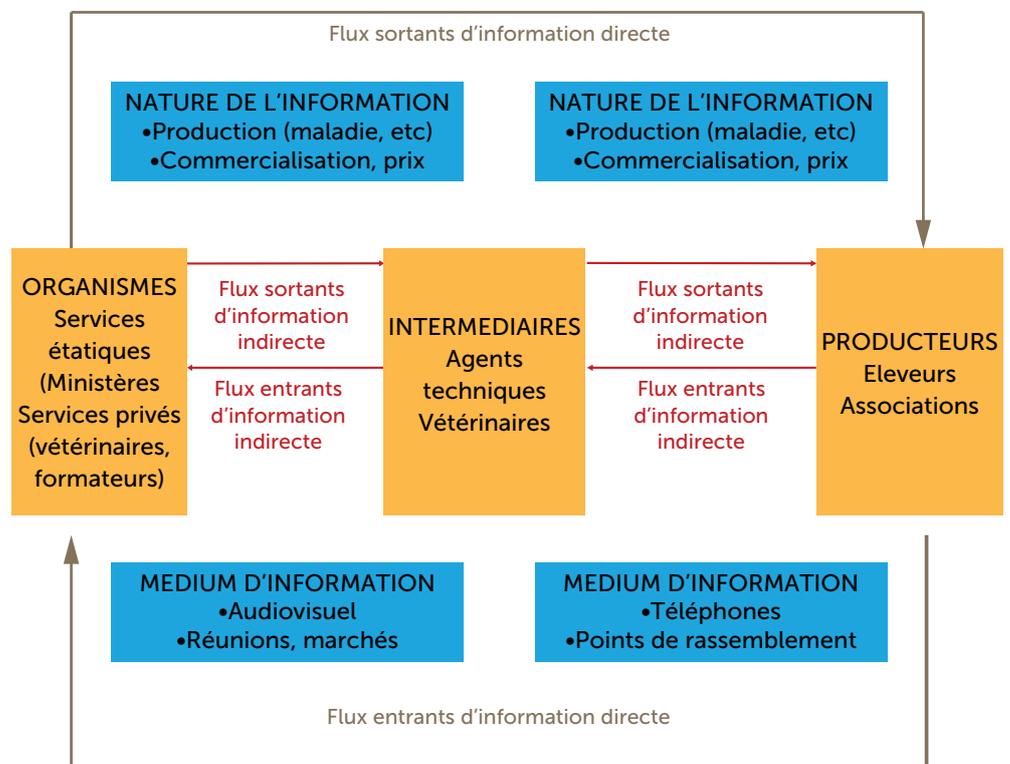
**Flux non-financiers (accès à l'information)**

Les informations circulent des principaux émetteurs (services étatiques, services

**Figure 6**  
Les 5 catégories d'acheteurs de la filière bétail/viande

privés, professionnels vétérinaires) vers les récepteurs (éleveurs et coopératives). Ces derniers reçoivent les informations souvent indirectement selon le médium choisi (Radio, TV, téléphone) ou à travers des intermédiaires.

**Figure 7**  
Schéma des flux  
d'information de la filière  
bétail/viande



**Constat-diagnostic :**

- Les services déconcentrés ou décentralisés du gouvernement gèrent les données statistiques sur l'élevage (la production, les maladies etc.).
- Il n'existe pas suffisamment de flux continu des informations utiles des services publics vers les éleveurs.
- Les opportunités d'interactions avec les éleveurs sont limitées ; et ceux-ci n'ont donc pas suffisamment accès aux informations pouvant les aider à mieux organiser leur activité.
- Analphabétisme des producteurs, ce qui nécessite des créneaux de communication en présentiel avec ces derniers. Mais les services publics n'ont pas les moyens budgets nécessaires pour ce type d'assistance.
- Faible calendrier de communication par canal (voire support) de communication et par nature (thème).
- Les informations sont essentiellement de nature unidirectionnelle (du haut vers le bas) des experts vers les producteurs.
- Faible volume et faible structuration/organisation d'informations tirées des acteurs de l'élevage, du fait de leurs faibles structures organisationnelles.
- Les femmes confient leurs animaux à leurs époux qui les vendent pour elles.
- Les éleveurs font appel aux services de vétérinaires lorsque les poules sont malades.
- Ils n'ont pas suffisamment d'information sur le nombre de jours nécessaires pour vendre leur animal/volaille afin de rentabiliser.

**Conséquences :**

- Les éleveurs ont du mal à développer davantage leur activité ;
- Ils subissent des pertes (maladies, braquages, arnaques etc.) ;
- Du fait de leur faible accès au crédit bancaire, les femmes recourent aux tontines pour mobiliser l'argent nécessaire au financement de leurs activités ;
- Les revenus issus de l'élevage sont versés en cash aux producteurs et font l'objet de querelles familiales ;
- Les producteurs organisés en coopératives manquent de connaissance en gestion de la production mais surtout en gestion organisationnelle. Cela les fragilise.
- Les éleveurs n'ont pas de force de négociation des prix car ne connaissant pas de métriques claires de fixation des prix.

## IV.

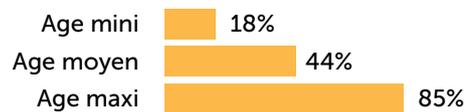
# Résultats détaillés de l'étude

## IV.1 Caractéristiques des éleveurs

L'âge moyen des éleveurs est de 44 ans. Cependant, l'écart d'âge est très élevé puisque l'éleveur le plus jeune a 18 ans, tandis que le plus âgé a 85 ans.

**Figure 8**

Distribution des âges des éleveurs



L'analyse des âges par région fait ressortir des différences significatives. Les éleveurs du Centre-Ouest ont l'âge moyen le plus élevé (47 ans), tandis que ceux du Centre-Sud ont l'âge moyen le plus bas (38 ans).

L'analyse des âges par catégorie ne fait pas ressortir de différences réellement significatives.

Le tableau ci-dessous présente la distribution du niveau d'éducation de manière générale, ainsi que pour chaque région et chaque catégorie d'éleveur.

On constate que près de la moitié des éleveurs/éleveuses sont non-alphabétisés, et que 16,3% seulement ont le niveau Secondaire et plus.

Si le modeste niveau d'éducation apparaît clairement dans chacun des segments (régions et catégories), un traitement statistique plus poussé est cependant nécessaire pour mieux cerner et visualiser les différences et les spécificités inter-segments.

**Tableau 1**

Répartition du niveau d'études des éleveurs de la filière élevage

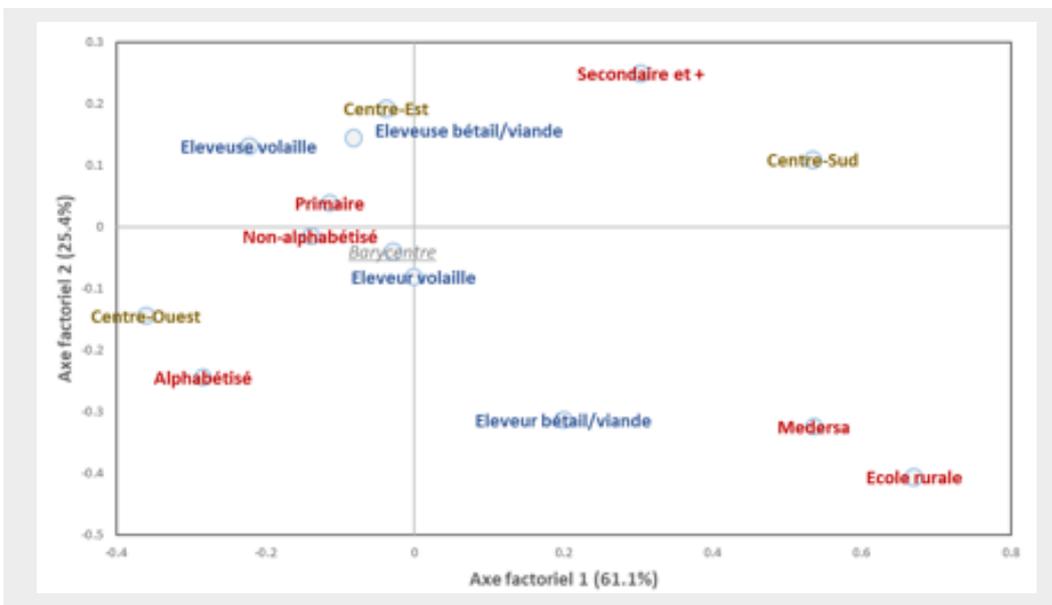
	Moyenne générale	Répartition par catégorie				Répartition par région		
		Eleveur bétail/viande	Eleveur volaille	Eleveuse bétail/viande	Eleveuse volaille	Centre-Est	Centre-Ouest	Centre-Sud
Non-alphabétisé	49.8%	46.7%	44.3%	58.2%	51.5%	47.2%	60.0%	33.7%
Alphabétisé	6.5%	6.7%	8.2%	5.5%	5.9%	4.2%	10.9%	2.1%
Primaire	18.6%	14.7%	21.3%	10.9%	25.0%	22.2%	18.2%	13.7%
Ecole rurale	3.8%	8.0%	4.9%	1.8%	0.0%	0.0%	1.8%	8.4%
Medersa	4.9%	10.7%	4.9%	1.8%	1.5%	4.2%	1.8%	8.4%
Secondaire et +	16.3%	13.3%	16.4%	21.8%	16.2%	22.2%	7.3%	33.7%
Total	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Nous avons ainsi procédé à une analyse multidimensionnelle ayant permis de produire le mapping des proximités ci-dessous.

On y voit clairement que les segments éleveuses bétail/viande, Centre-Est et Centre-Sud ont les plus fortes proportions pour le niveau Secondaire et +. Les niveaux Medersa et Ecole rurale sont davantage concernés par les Éleveurs de bétail/viande.

Si le caractère modeste du niveau d'éducation est plus ou moins avéré, il est cependant délicat, voire peu prudent, de tirer des conclusions définitives concernant les différences de niveaux d'études par segment pour diverses raisons :

- le flou entourant la compréhension de la modalité « Alphabétisé » par les participants à l'enquête ;
- les positions hiérarchiques relatives des modalités « Ecole rurale », « Primaire », voire « Medersa ».



**Figure 9**  
Proximités entre segments et niveaux d'études

Les équipements possédés pas les éleveurs se répartissent en 3 catégories selon leur niveau d'adoption.

Le téléphone portable est l'équipement le plus adopté puisque plus de 95% des éleveurs en possèdent un. En outre, 91,6% des possesseurs de téléphone ont un téléphone basique. La pénétration des smartphones n'est cependant pas négligeable puisque 19,5% des éleveurs en possèdent un ; ces derniers disposant alors dans la plupart des cas de plusieurs téléphones.

Ensuite, les radios (71,5% de taux de possession) et les panneaux solaires (60,5%) affichent également un niveau d'adoption assez remarquable.

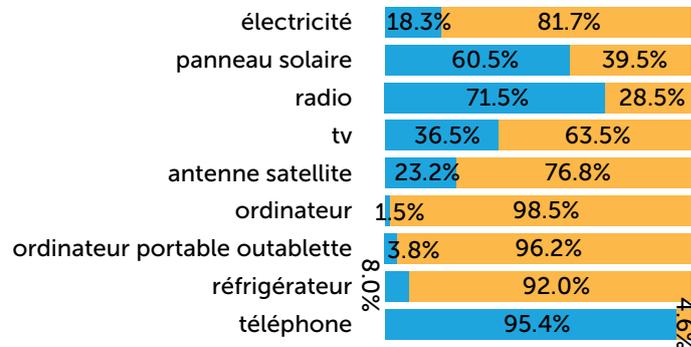
Enfin, un certain nombre d'équipements ont un taux adoption relativement modeste. C'est le cas notamment de la télévision (36,5%), des antennes satellite (23,2%), de l'électricité (18,3%), des réfrigérateurs (8,0%), des ordinateurs et des tablettes (moins de 4%).

Il apparaît ainsi que le faible niveau d'électrification des régions étudiées explique la forte pénétration des panneaux solaires.

**Figure 10**

Equipements et installations possédés

- Oui
- Non

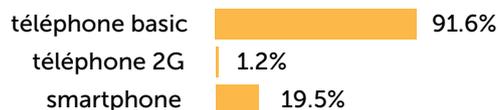


Les taux de pénétration des équipements dans chaque région reflètent globalement la moyenne générale. On peut juste noter que les régions du Centre-Ouest et du Centre-Sud ont les plus faibles niveaux d'électrification, et par conséquent les taux les plus élevés de pénétration des panneaux solaires.

Nous avons vu dans les lignes précédentes que la quasi-totalité des éleveurs disposait d'un téléphone. Il faut toutefois noter qu'il s'agit dans la plupart des cas d'un téléphone basique (91,6%), la pénétration du smartphone n'étant que de 19,5%. Cela implique une réduction de l'accès à certaines activités informationnelles et/ou digitales comme nous le verrons plus loin dans ce rapport.

**Figure 11**

Pénétration des types de téléphone



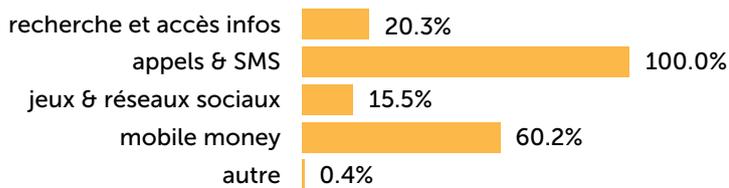
Si la pénétration des smartphones est globalement modeste, c'est essentiellement du fait de la région du Centre-Ouest où cette pénétration n'est que de 7,6%, comparée aux deux autres régions qui ont des taux supérieurs à 26%. Il convient de rappeler que nous avons vu précédemment que la région du Centre-Ouest se caractérisait également par les taux d'équipement les plus bas en ce qui concerne l'électricité, la télévision, les antennes satellites et les ordinateurs.

L'analyse par catégorie révèle une différence significative au niveau de la pénétration des smartphones entre les éleveuses (taux inférieur à 16%) et les éleveurs (taux supérieur à 25%). Le cas des éleveuses de bétail/viande est flagrant avec un taux d'adoption des smartphones de 9,4% seulement.

Tout ce qui précède en matière de pénétration des smartphones est confirmé au niveau de l'analyse de l'usage que les différents acteurs font de leur téléphone.

Le graphique ci-dessous laisse ainsi apparaître que la réalisation d'activités telles que la recherche et l'accès aux informations (20,3%) ou encore les jeux et les réseaux sociaux (15,5%) sont réalisées par moins d'un individu sur quatre. Le facteur limitant que constitue la possession d'un smartphone est ainsi confirmé.

Il est toutefois curieux de constater le taux relativement élevé d'adoption du mobile money (60,2% des enquêtés). Ce résultat tend à montrer qu'il existe réellement un besoin de digitalisation qui passe par une accélération de la pénétration des smartphones.



**Figure 12**  
Activités menées avec le téléphone

Comme annoncé plus haut, les différences de pénétration des smartphones par région se reflètent au niveau de l'usage des téléphones. C'est ainsi que la région du Centre-Ouest, qui avait le taux d'adoption des smartphones le plus bas (7,6%), est celle où les activités de recherche d'information et celles liées aux jeux et réseaux sociaux sont les moins réalisées (respectivement 9,8% et 5,9%, alors que les taux sont supérieurs respectivement à 25% et 20% dans les deux autres régions).

Il est cependant intéressant de constater que l'adoption du mobile money dépasse les 50% dans chacune des régions ; même si, là encore, le Centre-Ouest est en retrait.

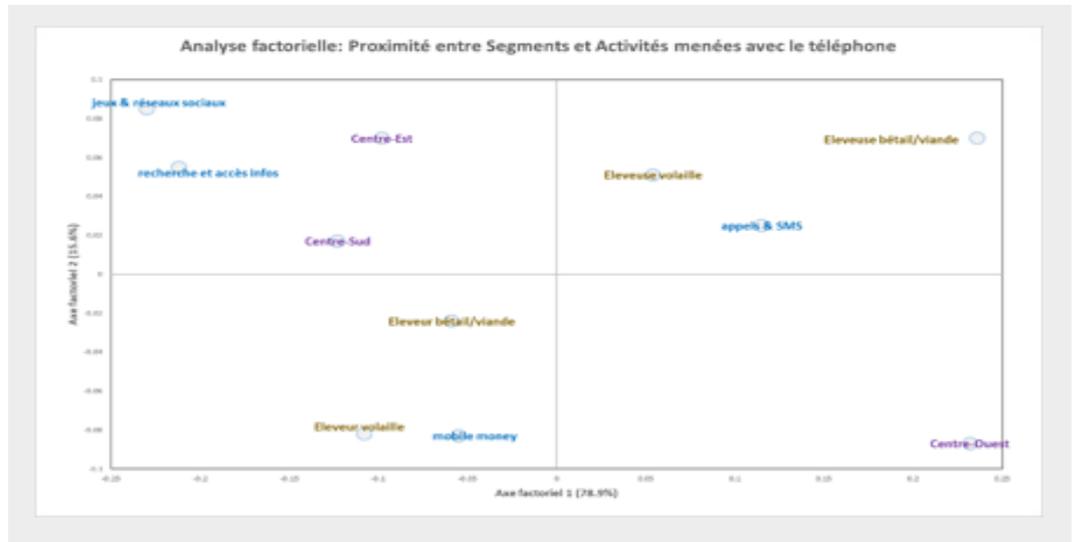
L'analyse par catégorie montre que les éleveuses de bétail, chez qui le taux d'adoption des smartphones était le plus bas, constitue la catégorie ayant le moins recours à des activités telles que la recherche et l'accès aux informations, les jeux et les réseaux sociaux.

En outre, et contrairement à ce qui a été observé au niveau de l'analyse par région, il existe des différences significatives concernant l'adoption du mobile money. En effet, les acteurs de sexe féminin ont un taux d'adoption significativement plus faible que les acteurs de sexe masculin : 38,8% chez les éleveuses de bétail/viande contre 68,9% chez les éleveurs ; ou encore 50,0% chez les éleveuses de volaille comparé au taux de 81,4% des éleveurs.

Le graphique ci-dessous permet d'identifier le type d'activité le plus réalisé par chaque catégorie d'acteurs directs.

**Figure 13**

Proximité entre segments et activités menées avec le téléphone

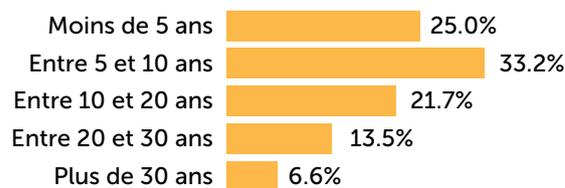


## IV.2 Activités et revenus

Concernant l'expérience en matière d'exercice de l'activité d'élevage, on peut noter que la durée moyenne est de 12,2 ans. Les disparités sont cependant importantes puisque 25% des éleveurs exercent depuis moins de 5 ans, alors qu'ils sont environ 20% à exercer depuis plus de 20 ans.

**Figure 14**

Distribution du nombre d'années d'exercice de l'activité d'élevage

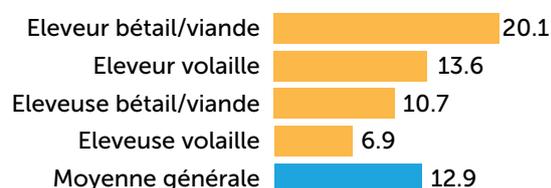


S'il n'apparaît pas de différences significatives entre les diverses régions (l'expérience moyenne se situe entre 12 et 13 ans pour chaque région), on note en revanche des différences fortes entre les catégories. C'est ainsi que les éleveuses de bétail/viande (10,7 ans) et surtout les éleveuses de volaille (6,9 ans), ont un niveau d'expérience significativement inférieur à celui des éleveurs de bétail/viande (20,1 ans) et des éleveurs de volaille (13,6 ans).

A cette différence liée au genre s'ajoute celle liée à la nature de l'animal puisque les acteurs du bétail/viande ont une expérience plus grande que ceux de la volaille. Cela apparaît à la lecture du graphique ci-dessous.

**Figure 15**

Distribution du nombre d'années d'exercice de l'activité d'élevage par catégorie

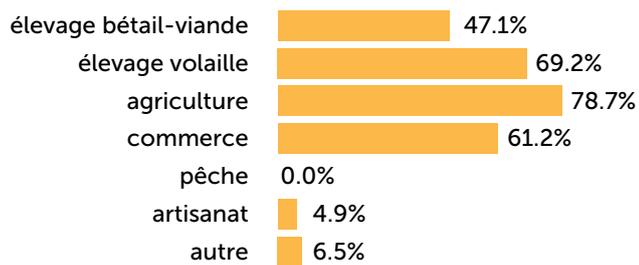


Il convient enfin de noter que nous n'avons pas relevé de corrélation entre le nombre d'années d'exercice dans l'activité et l'âge de l'éleveur/éleveuse.

Le caractère agricole du Burkina Faso apparaît dans ce sens que, bien que nous soyons dans le cadre de la filière élevage, les activités liées à l'agriculture viennent en première position des activités génératrices de revenus. On observe ainsi que l'agriculture et le commerce constituent l'essentiel des revenus des éleveurs puisque 78,7% d'entre eux ont des revenus provenant des activités agricoles et 61,2% sont concernés par les activités purement commerciales.

Les activités liées à l'élevage viennent ensuite ; tandis que l'artisanat et la pêche restent des sources de revenus simplement marginales. Les revenus issus de l'élevage de la volaille sont relativement supérieurs à ceux issus de l'élevage du bétail/viande.

Il convient de préciser que les activités commerciales intègrent également l'écoulement des produits issus de l'élevage.



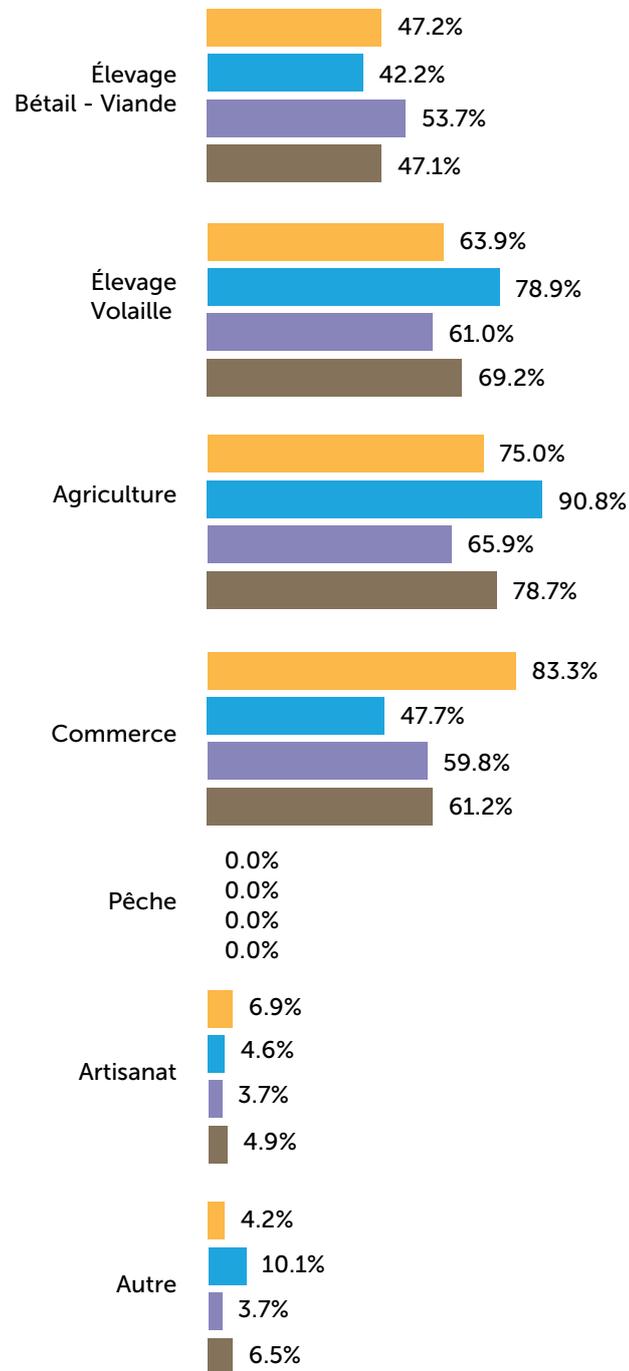
**Figure 16**  
Activités donnant le plus de revenus

Si l'on met de côté le volet agriculture, on constate que chaque région tire davantage de revenus de l'élevage de la volaille comparativement à l'élevage du bétail /viande.

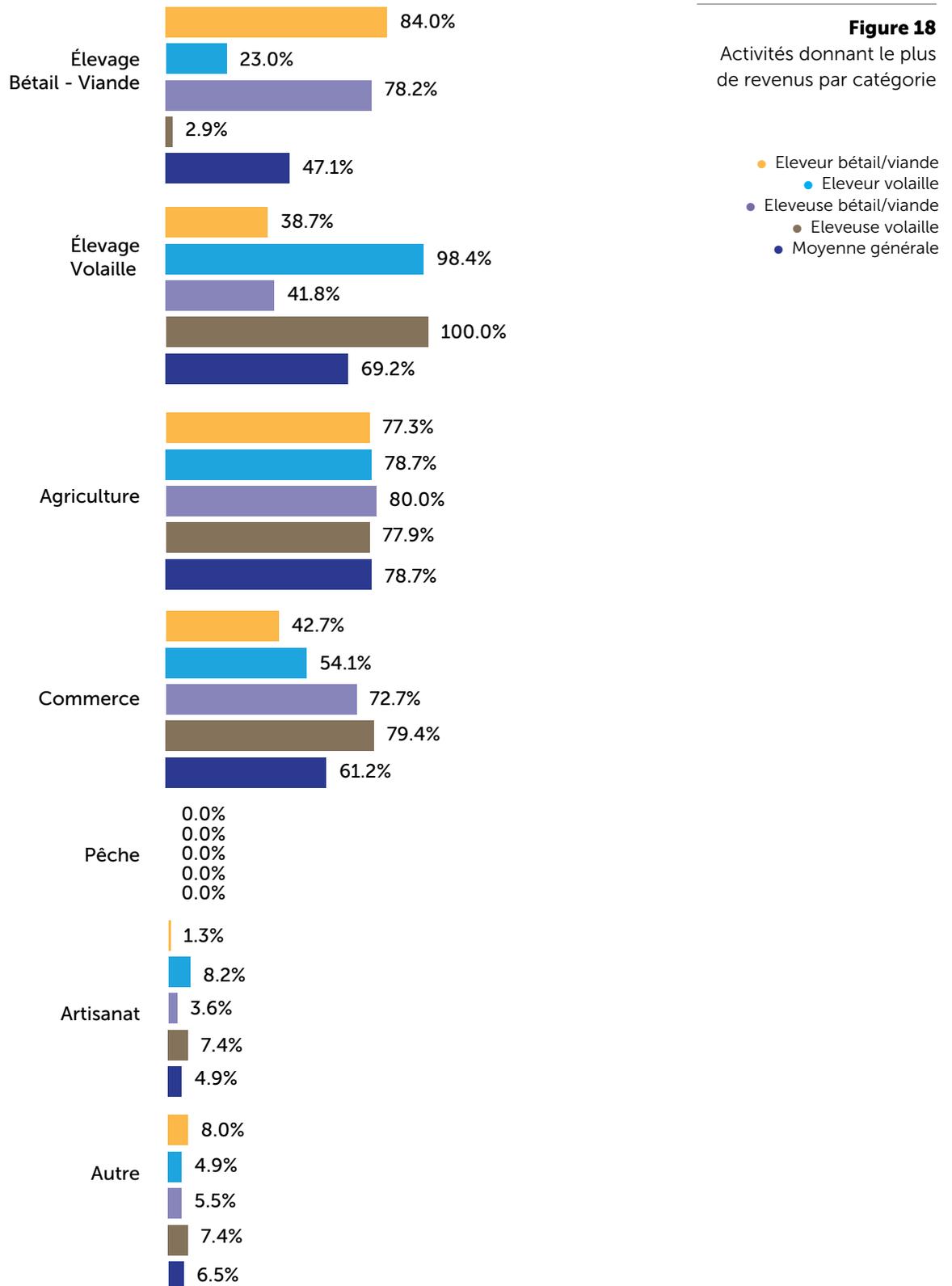
**Figure 17**

Activités donnant le plus de revenus par région

- Centre-Est
- Centre-Ouest
- Centre-Sud
- Moyenne générale



L'analyse par catégorie révèle que les acteurs de l'élevage du bétail/viande tirent l'essentiel (voire la quasi-totalité) de leurs revenus (hors agriculture et commerce) de cette activité ; en revanche ceux de la volaille tirent une partie non négligeable de leurs revenus des activités liées au bétail/viande (respectivement 38,7% pour les éleveurs et 41,8% pour les éleveuses).



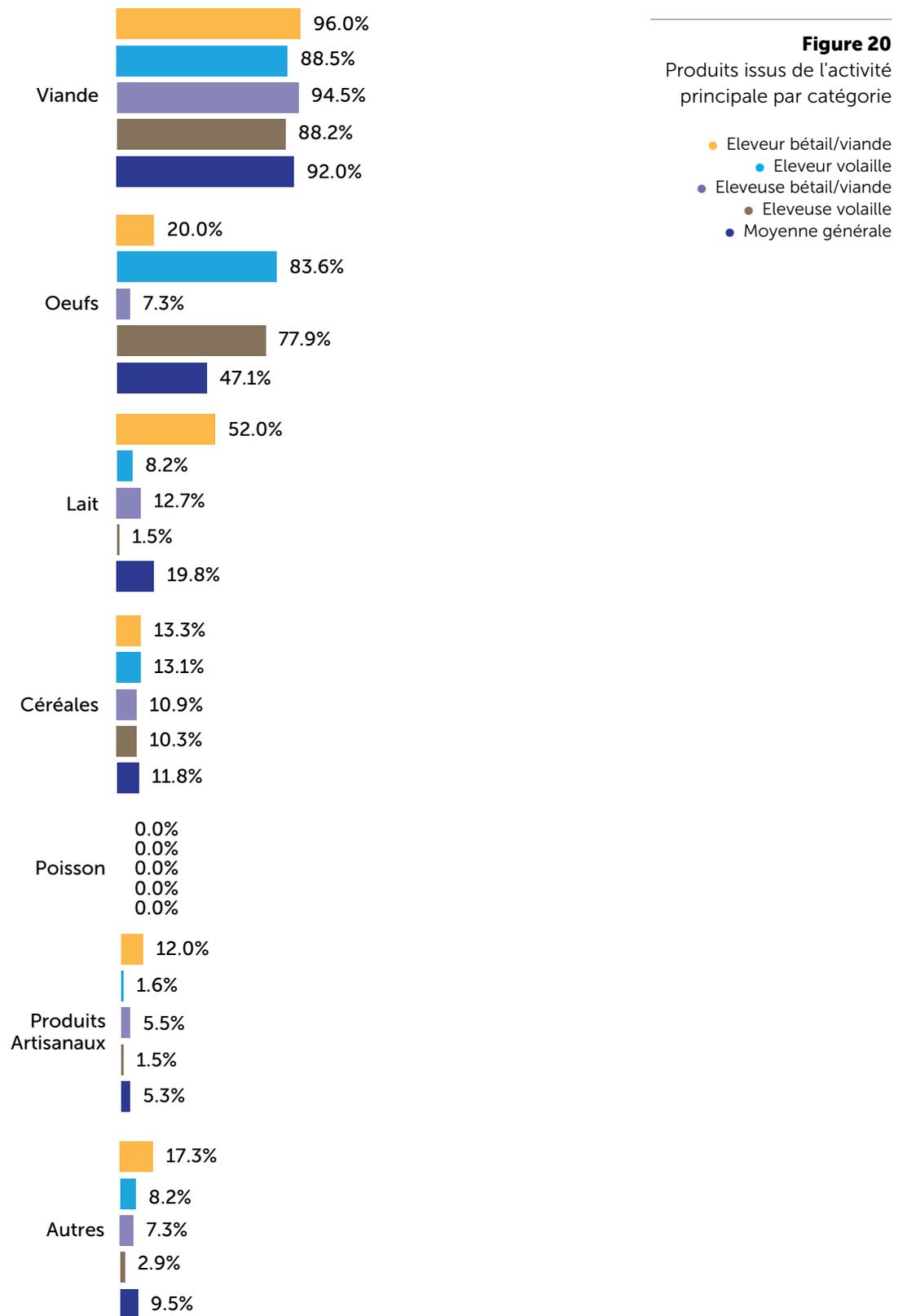
Le volaille est d'ailleurs mis en évidence par le calcul de l'indicateur de dispersion (écart-type). On constate en effet que l'écart-type est plus élevé (et donc la dispersion des activités génératrices de revenus plus grande) chez les éleveuses et les éleveurs de volaille (respectivement 40,9% et 36,3%), comparativement aux acteurs de l'élevage de bétail/viande (34,3% chez les éleveuses et 32,4% chez les éleveurs).

**Figure 19**

Evaluation de la dispersion (écart-type) des sources de revenus par catégorie



Une autre illustration de la grande dispersion des sources de revenus des éleveurs/éleveuses de volaille tient à la nature même de leur activité, et plus particulièrement des produits qui en sont issus. Le graphique ci-dessous rappelle en effet que l'élevage fournit de la viande, mais également des œufs ; ces derniers contribuant presque autant que les premiers aux revenus des éleveurs. Les produits dérivés de l'élevage du bétail/viande (cornes, sabots, etc.) semblent beaucoup plus modestes, car ils sont cités dans moins de 18% des cas chez les éleveurs de bétail/viande et moins de 8% chez les éleveuses.



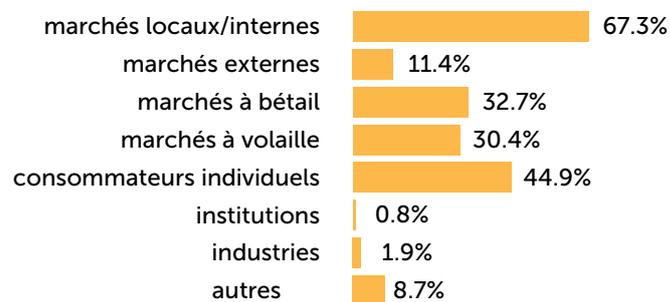
Les marchés locaux constituent l'essentiel des circuits de commercialisation des produits de l'élevage puisque 67,3% des éleveurs déclarent utiliser ces circuits en priorité. Il s'agit alors ici d'une consommation de masse visant une clientèle très large. Les consommateurs individuels arrivent en deuxième position dans l'ordre d'importance des circuits de commercialisation (44,9%).

A côté de cela, il y a les circuits plus spécialisés tels que les marchés à bétail (32,7%) et les marchés à volaille (30,4%). Il est intéressant de noter que si l'élevage de la volaille semble fournir davantage de revenus que celui du bétail/viande comme vu précédemment (69% contre 47%), les positions s'inversent lorsque l'on considère les circuits de commercialisation. Cela laisse croire que les éleveurs/éleveuses de volaille utilisent relativement plus souvent les circuits de commercialisation non spécialisés.

On peut également remarquer que les marchés externes ne sont utilisés que par 11,4% des éleveurs. Cela peut s'expliquer par le faible accès des éleveurs à l'information tel que nous l'avons relevé plus haut (seulement 20,3% des éleveurs utilisent leur téléphone pour la recherche et l'accès à l'information). Il s'agit en fait d'une opportunité qui pourrait être exploitée par une plus forte pénétration des smartphones, davantage de digitalisation, et même des sessions de formation.

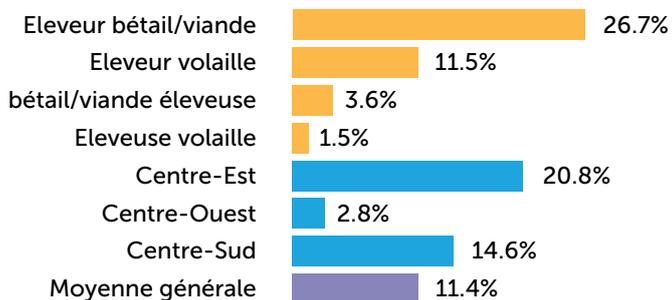
**Figure 21**

Principaux circuits de commercialisation des produits de l'élevage



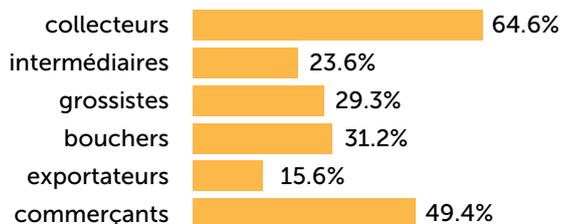
Un focus particulier sur les marchés externes fait apparaître de fortes disparités dans l'exploitation de ce circuit de commercialisation des produits de l'élevage. Ces disparités concernent trois dimensions :

- Au niveau géographique, les éleveurs du Centre-Ouest ne sont que 2,8% à utiliser les marchés externes, alors que la proportion des utilisateurs atteint 20,8% dans le Centre-Est ;
- Au niveau de la nature du produit, il apparaît que les acteurs du bétail/viande utilisent les marchés externes plus souvent que ceux de la volaille ;
- Au niveau du genre, les éleveurs semblent relativement plus nombreux que les éleveuses à exporter leurs produits (plus de 11% pour les hommes et moins de 4% pour les femmes).



**Figure 22**  
Circuits de commercialisation des produits de l'élevage : par région

On peut compléter l'analyse des circuits de commercialisation par celle des principaux acheteurs. On observe que les collecteurs (64,6%) et les commerçants (49,4%) constituent les principaux acheteurs des produits de l'élevage. Ce n'est qu'ensuite qu'apparaissent les bouchers (31,2%), les grossistes (29,3%) et les intermédiaires (23,6%).



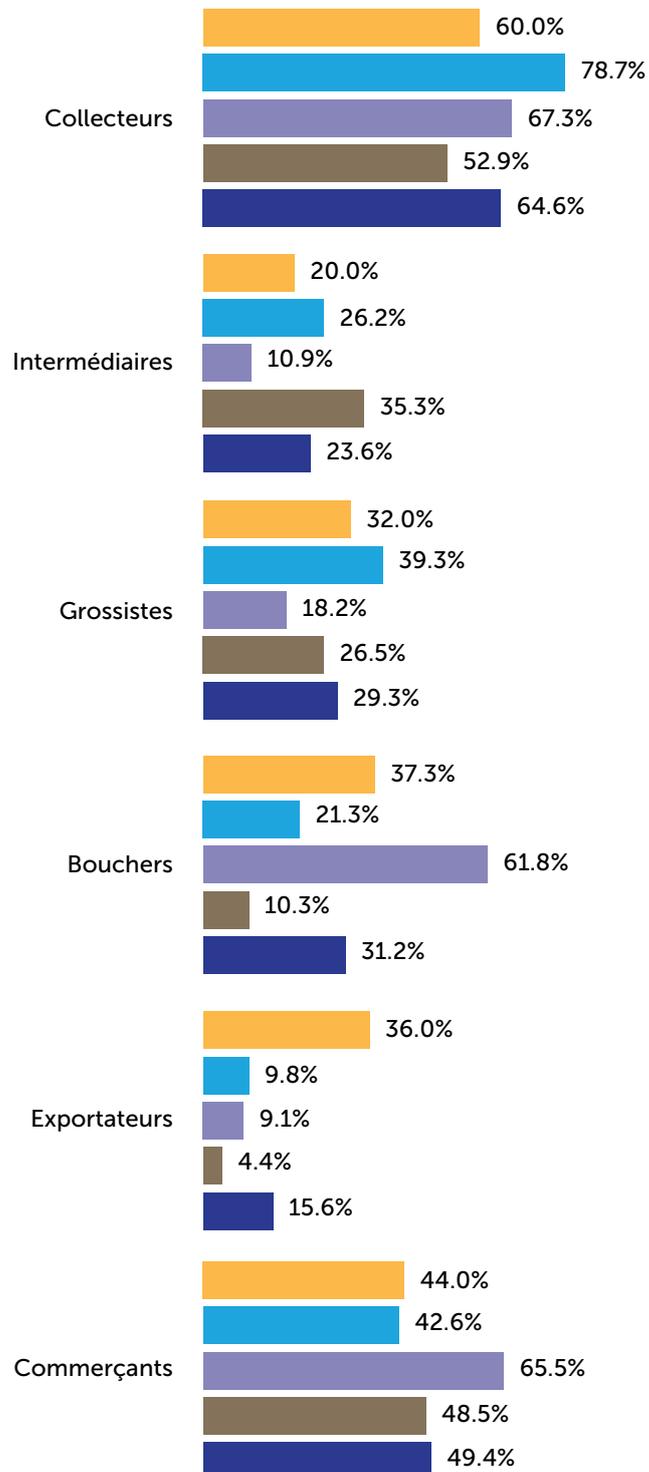
**Figure 23**  
Principaux acheteurs des produits de l'élevage

En dehors de la prépondérance des collecteurs dans toutes les catégories d'éleveurs, il convient de préciser que les éleveurs/éleveuses de bétail/viande utilisent comparativement plus souvent les bouchers (61,8% des éleveuses), alors que les acteurs de la volaille utilisent davantage les intermédiaires.

**Figure 24**

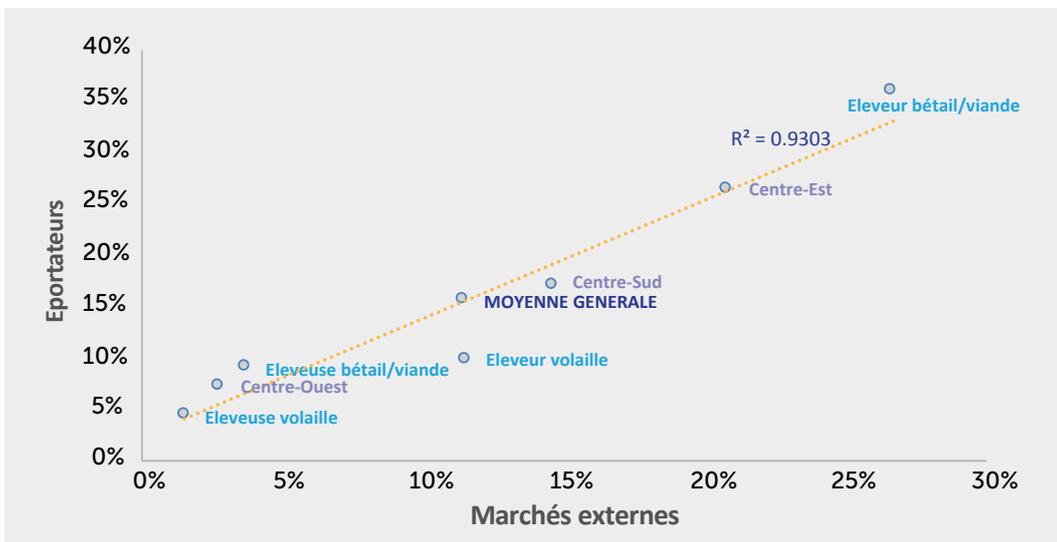
Principaux acheteurs des produits de l'élevage par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale



Le constat fait précédemment concernant le caractère relativement marginal des marchés externes est confirmé ici puisque les éleveurs ne sont que 15,6% à utiliser les exportateurs. Le graphique bidimensionnel ci-dessous illustre d'ailleurs la forte corrélation ( $R^2 = 0,93$ ) qui existe entre l'utilisation des marchés externes (circuits de commercialisation) et les exportateurs comme catégorie d'acheteurs. On peut tirer deux autres enseignements de ce graphique :

- Primo, lorsque les acteurs de l'élevage décident d'écouler leurs produits sur les marchés externes, ils le font essentiellement en passant par des exportateurs.
- Secundo, les éleveurs de bétail/viande (et plus globalement ceux du Centre-Est) sont les plus actifs au niveau de l'exportation. A contrario, les éleveuses (tant bétail/viande que volaille) et plus généralement les acteurs du Centre-Ouest, sont beaucoup moins actifs à l'export.

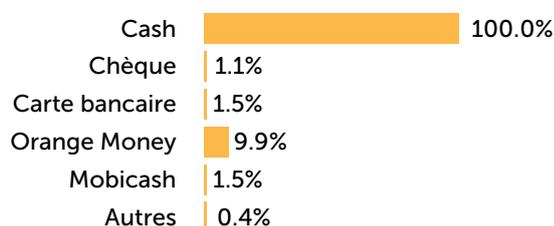


**Figure 25**  
Corrélation entre l'utilisation des marchés externes et celle des exportateurs

Le paiement en cash est de loin le moyen de paiement le plus usuel puisque tous les acheteurs l'utilisent. Il leur arrive cependant également de régler leurs achats par mobile money, bien que cela soit encore très marginal (9,9% seulement des éleveurs acceptent ce moyen de paiement).

Les moyens de paiement de nature purement bancaire (chèque, carte bancaire) sont acceptés par moins de 2% des éleveurs. Cela tient probablement à la probable faible bancarisation primaire (banques en excluant les IMF) des éleveurs.

Il faut tout de même noter que certains éleveurs préfèrent l'usage des moyens bancaires et/ou électroniques pour des raisons telles que : la sécurité et la lutte contre les faux billets, la traçabilité des transactions, etc.



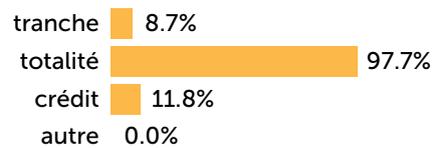
**Figure 26**  
Moyens de paiement des acheteurs

S'agissant des modalités de paiement, on peut relever que le paiement en totalité est quasiment la règle (institué par 97,7% des éleveurs) ; et que le paiement en tranches et le paiement à crédit sont des exceptions.

A ce sujet, nous n'avons observé aucune différence significative entre les différentes régions ou catégories d'éleveurs, à part que les éleveurs de bétail/viande semblaient relativement plus nombreux à recevoir les paiements en tranches (16% comparé à la moyenne générale de 8,7%), et que les éleveurs de volaille étaient plus enclins à accepter les règlements à crédit (18% comparé à la moyenne générale de 11,8%)

**Figure 27**

Modalités de paiement des acheteurs



La généralisation du règlement en totalité peut expliquer la rareté des plaintes quant au mode et aux modalités de paiement puisque seuls 6,1% des éleveurs déclarent rencontrer des difficultés avec les modalités de paiement telles que pratiquées actuellement.

**Figure 28**

Difficultés avec le mode de paiement

- Non
- Oui

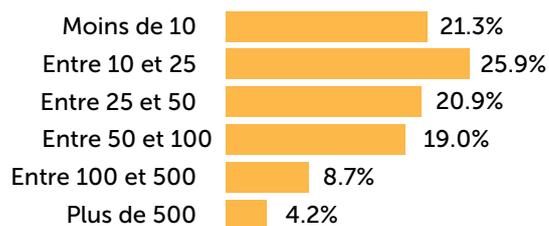


La taille du cheptel est un autre indicateur permettant de caractériser l'activité des éleveurs.

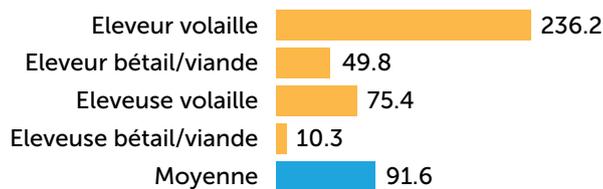
La taille du cheptel fait apparaître de grandes différences. En effet, si le nombre moyen d'animaux possédés par éleveur est de 92, on constate que 21% des éleveurs peuvent être qualifiés de « petits acteurs » (moins de 10 animaux), alors qu'ils sont près de 13% (« gros acteurs ») à en posséder plus de 100.

**Figure 29**

Nombre d'animaux possédés

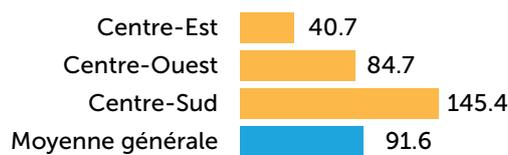


C'est sans surprise que l'on note que les acteurs de la volaille possèdent un cheptel plus grand que ceux du bétail/viande. La taille du cheptel est ainsi de 236 animaux pour les éleveurs de volaille (75 pour les éleveuses), alors qu'elle n'est que de 50 animaux pour les éleveurs de bétail/viande (10 pour les éleveuses).



**Figure 30**  
Nombre d'animaux possédés par catégorie

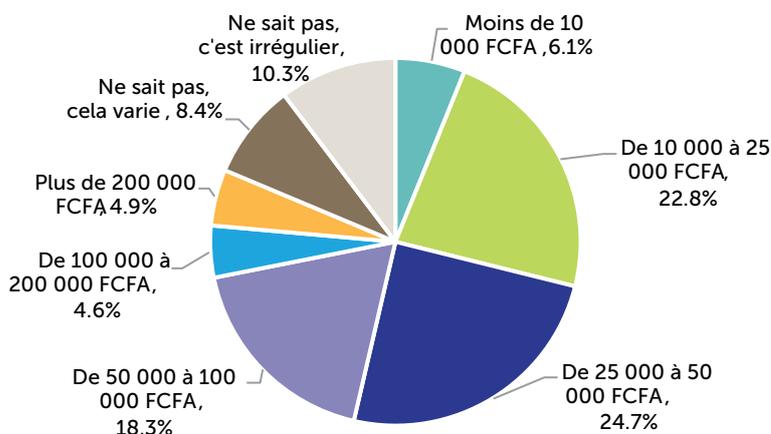
L'analyse géographique révèle que c'est dans le Centre-Sud que l'on trouve la plus grande taille de cheptel (145) comparée aux 41 animaux en moyenne dans le Centre-Est. C'est bien entendu dans le Centre-Sud que l'on retrouve donc le plus d'éleveurs de volaille, alors que les acteurs du bétail/viande se retrouvent davantage dans le Centre-Est. Les facteurs climatiques pourraient constituer l'une des explications de ce phénomène.



**Figure 31**  
Nombre d'animaux possédés par région

Près de 20% des éleveurs ignorent le montant exact de leurs revenus mensuels totaux ; essentiellement du fait de leur irrégularité ou de leurs fortes variations.

Le reste des éleveurs (80%) déclarent des revenus allant de moins de 10 000 FCFA par mois (6,1% des éleveurs) à plus de 200 000 FCFA (4,9% des éleveurs).

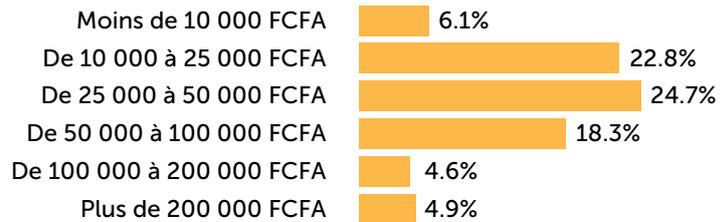


**Figure 32**  
Distribution des revenus totaux mensuels

Le revenu mensuel moyen total est ainsi estimé à 56 465 FCFA. Et avec 54% des éleveurs ayant des revenus inférieurs à 50 000 FCFA, on peut conclure que les revenus de la filière élevage sont relativement modestes. Bien que près de la moitié des éleveurs se situe entre 10 000 et 50 000 FCFA, on relève une dispersion assez élevée (coefficient de variation de 188%).

**Figure 33**

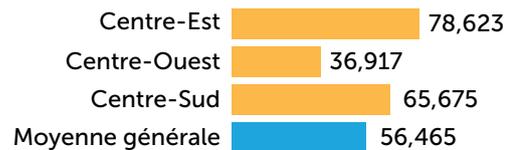
Répartition des revenus mensuels



Le Centre-Est est la région ayant les revenus les plus élevés (78 523 FCFA en moyenne), alors que les éleveurs du Centre-Ouest ont des revenus deux fois moins élevés (36 917 FCFA en moyenne).

**Figure 34**

Revenu mensuel total par région

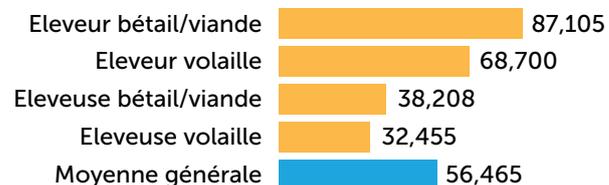


L'analyse par catégorie révèle une double différence de niveaux de revenus :

- une différence de genre, en ce sens que les éleveurs ont des revenus supérieurs aux éleveuses (entre 68 700 et 87 105 FCFA pour les hommes contre 32 455-38 208 FCFA pour les femmes) ;
- une différence de type, dans la mesure où les éleveurs/éleveuses de bétail/viande ont des revenus supérieurs à ceux des acteurs de la volaille.

**Figure 35**

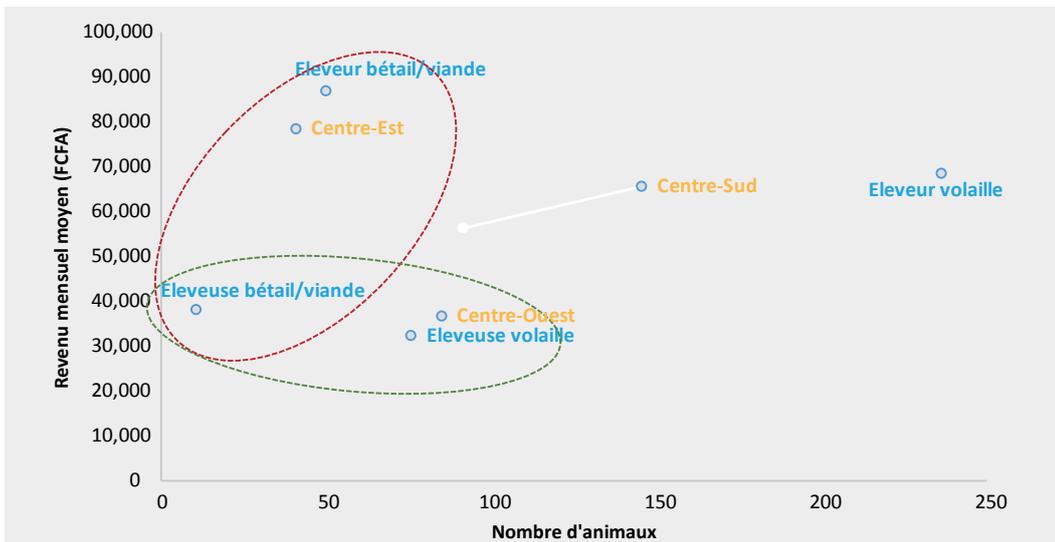
Revenu mensuel total par catégorie



Le graphique ci-dessous montre qu'il est possible de procéder à une double typologie des catégories d'éleveurs/éleveuses en prenant pour catégorie-pivot les éleveuses de bétail/viande.

- Dans la première typologie, les éleveuses de bétail/viande sont dans le même groupe que les éleveuses de volaille. Ce groupe se définit comme celui où les revenus sont modestes.
- Dans la seconde typologie, les éleveuses de bétail/viande sont dans le même groupe que les éleveurs de bétail/viande. La principale caractéristique est qu'il s'agit d'acteurs ayant relativement peu d'animaux, et des revenus relativement plus élevés.

Cette double typologie nous amène à étudier un indicateur supplémentaire : le revenu mensuel par tête d'animal.



**Figure 36**  
Analyse bivariée :  
croisement entre le  
nombre d'animaux et le  
revenu mensuel total

L'indicateur de revenu mensuel par tête d'animal (RMTA) est calculé en divisant le revenu mensuel total d'un acteur par la taille de son cheptel.

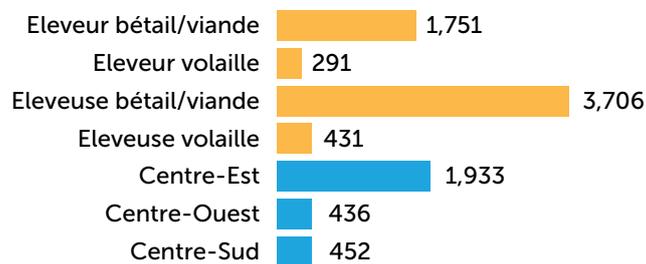
Le graphique ci-dessous révèle que les éleveuses ont des revenus (RMTA) supérieurs aux éleveurs. C'est le cas pour le bétail/viande (3 706 FCFA pour les éleveuses contre 1 751 FCFA pour les éleveurs), mais également pour la volaille (431 FCFA contre 291 FCFA). Plusieurs explications peuvent permettre de comprendre cela : l'effet de seuil et la diversification.

- L'effet de seuil et les rendements décroissants. Il existe un seuil à partir duquel le revenu fourni par des animaux supplémentaires (c'est le revenu marginal) commence à décroître. Etant donné que les femmes gèrent généralement des cheptels de taille modeste, elles se situent encore dans la zone où le nombre d'animaux possédés génère un revenu par tête encore élevé. Le cas du Centre-Est (RMTA de 1 933 FCFA) s'explique par le fait qu'il s'agit de la région où les acteurs se spécialisent davantage dans l'élevage du bétail/viande.

- La diversification des revenus. Nous avons vu dans les pages précédentes que les éleveuses (tant de bétail/viande que de volaille) avaient relativement plus de revenus provenant des activités purement commerciales que les éleveurs. Ces revenus de diversification viennent donc s'ajouter aux revenus de l'élevage, biaisant ainsi le revenu mensuel par tête d'animal (RMTA). L'on peut supposer que cette diversification des revenus des éleveuses est « naturelle », en ce sens que les femmes débutent généralement par des activités de commerce ; et c'est ensuite seulement qu'elles se lancent dans les activités d'élevage, avec toutes les contraintes « physiques » que cela suppose.

**Figure 37**

Revenu mensuel total par catégorie

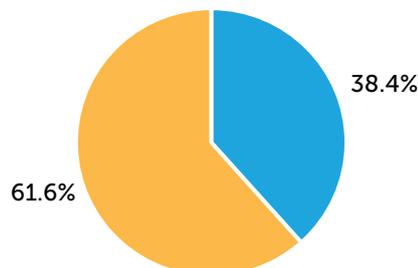


Un peu plus d'un éleveur sur trois (38,4%) déclare être membre du bureau d'une coopérative.

**Figure 38**

Proportion des éleveurs membres du bureau d'une coopérative

- Non
- Oui

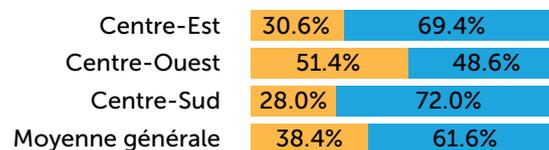


Les acteurs de la région du Centre-Ouest semblent les plus actifs, puisque 51,4% d'entre eux sont membres d'un bureau, alors que la proportion n'est que de 28% chez les éleveurs du Centre-Sud.

**Figure 39**

Proportion des éleveurs membres du bureau d'une coopérative : par région

- Membres
- Non-membres

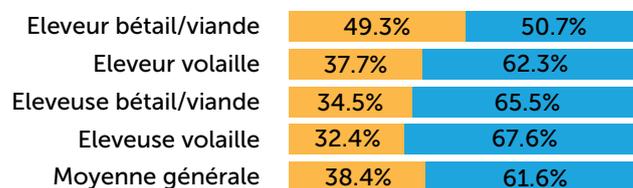


Des différences significatives apparaissent également au niveau du genre. En effet, moins de 35% des femmes déclarent être membres du bureau d'une coopérative (34,5% chez les éleveuses de bétail/viande et 32,4% chez celles de la volaille), alors que la proportion atteint 49,3% chez les éleveurs de bétail/viande.

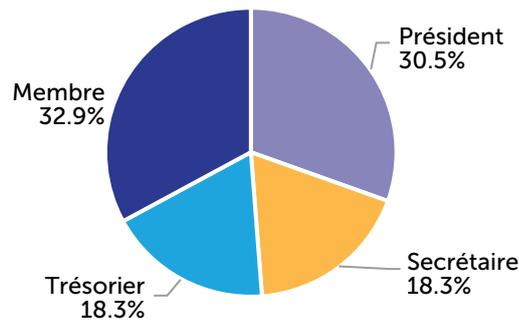
**Figure 40**

Proportion des éleveurs membres du bureau d'une coopérative : par catégorie

- Membres
- Non-membres

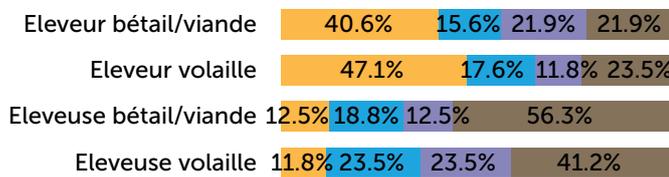


Il est surprenant de constater que 30,5% des participants à l'enquête par sondage qui avouent être membres du bureau d'une coopérative occupent la fonction de président. A défaut d'explication particulière, nous mettrons ce score sur le compte de la sélection des répondants. Les présidents de bureau étaient peut-être plus disponibles et plus prolixes pour fournir des informations aux enquêteurs.



**Figure 41**  
Fonction occupée dans le bureau d'une coopérative

L'inégalité des genres, constatée plus haut sur d'autres critères, se confirme dans la répartition des postes dans les bureaux des coopératives. En effet, moins de 12% des éleveuses interrogées (bétail/viande ou volaille), et membres d'un bureau, déclarent occuper le poste de présidente, alors que la proportion est supérieure à 40% chez les éleveurs.

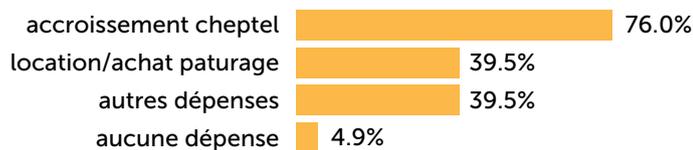


**Figure 42**  
Fonction occupée dans le bureau d'une coopérative : par catégorie

- Président
- Secrétaire
- Trésorier
- Membre

### IV.3 Investissements et financement

Lorsque l'on s'intéresse aux dépenses d'investissement souhaitées par les acteurs de l'élevage, on constate que l'accroissement du cheptel vient largement en première position (76%), suivi de location/achat du pâturage (39,5%). Il existe une minorité (4,9% des éleveurs) qui semble peut intéresser par un développement de leur business.



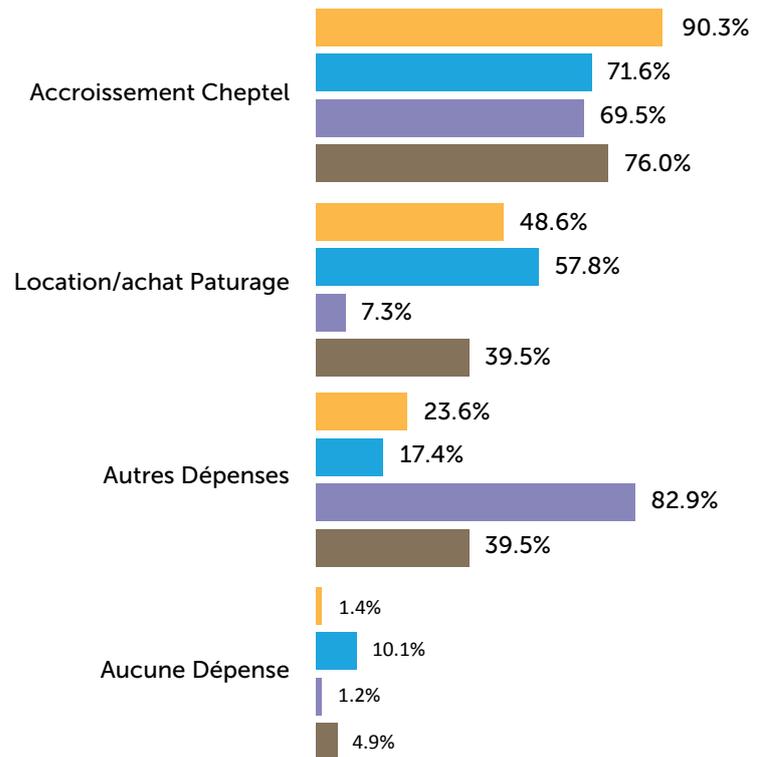
**Figure 43**  
Dépenses d'investissement souhaitées

Le besoin d'investir dans l'accroissement du cheptel se fait davantage ressentir dans la région du Centre-Est (90,3%). C'est également cette région qui se caractérisait par les revenus moyens les plus élevés, la plus forte spécialisation dans l'élevage du bétail/viande, et la plus forte propension à utiliser les marchés externes comme circuits de commercialisation.

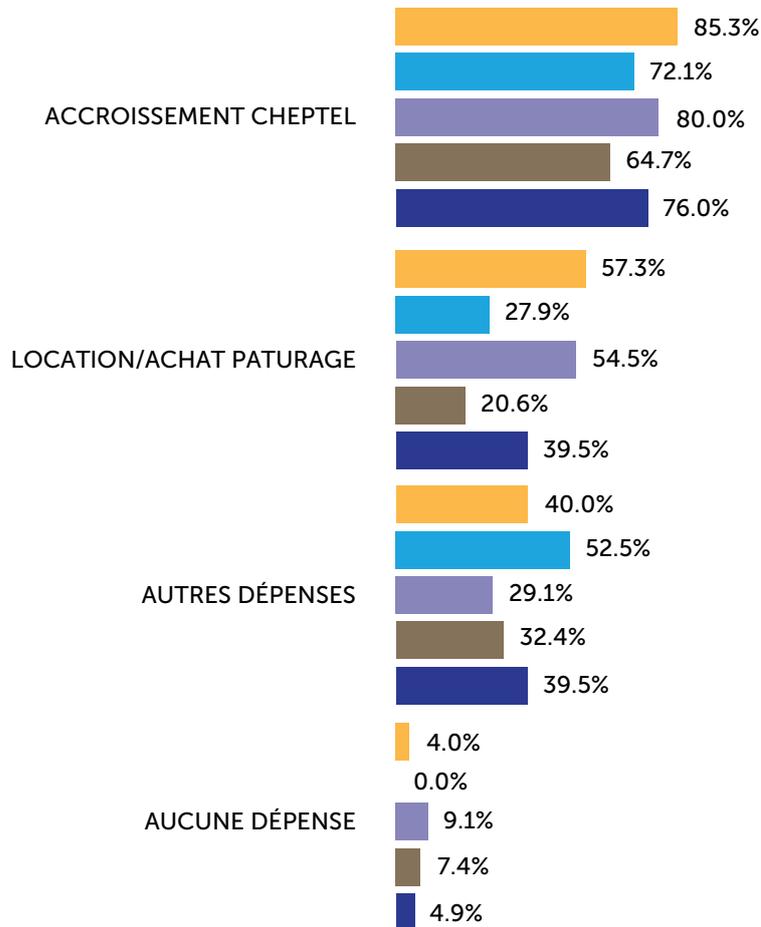
**Figure 44**

Dépenses d'investissement par région

- Centre-Est
- Centre-Ouest
- Centre-Sud
- Moyenne générale



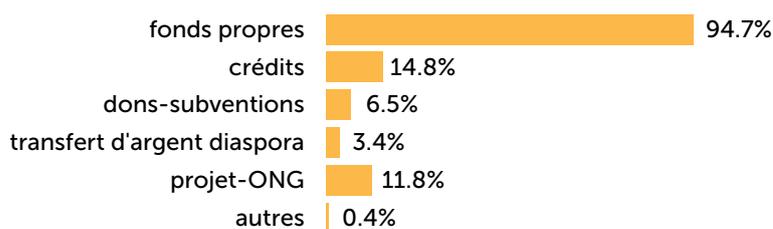
La comparaison inter-catégories montre que les éleveurs/éleveuses de bétail/viande sont les plus intéressés par les dépenses d'investissement liées à l'accroissement du cheptel ; cela confirmant plus ou moins le constat fait au niveau de la comparaison inter-régions.



**Figure 45**  
Dépenses d'investissement par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale

La quasi-totalité des acteurs de l'élevage (94,7%) ont recours aux fonds propres pour financer leurs activités de production. Le recours à l'emprunt ou aux initiatives/projets d'ONG vient en seconde position des modes de financement, mais reste marginal (respectivement 14,8% et 11,8% des solutions). Nous verrons dans les pages qui suivent que le faible accès à l'information sur les crédits peut être l'un des facteurs explicatifs du caractère marginal de l'emprunt.



**Figure 46**  
Mode de financement des activités de production

L'usage des fonds propres comme de financement des activités de production est largement la première solution utilisée par les acteurs. Il existe cependant quelques petites différences concernant les modes complémentaires. Il apparaît ainsi que :

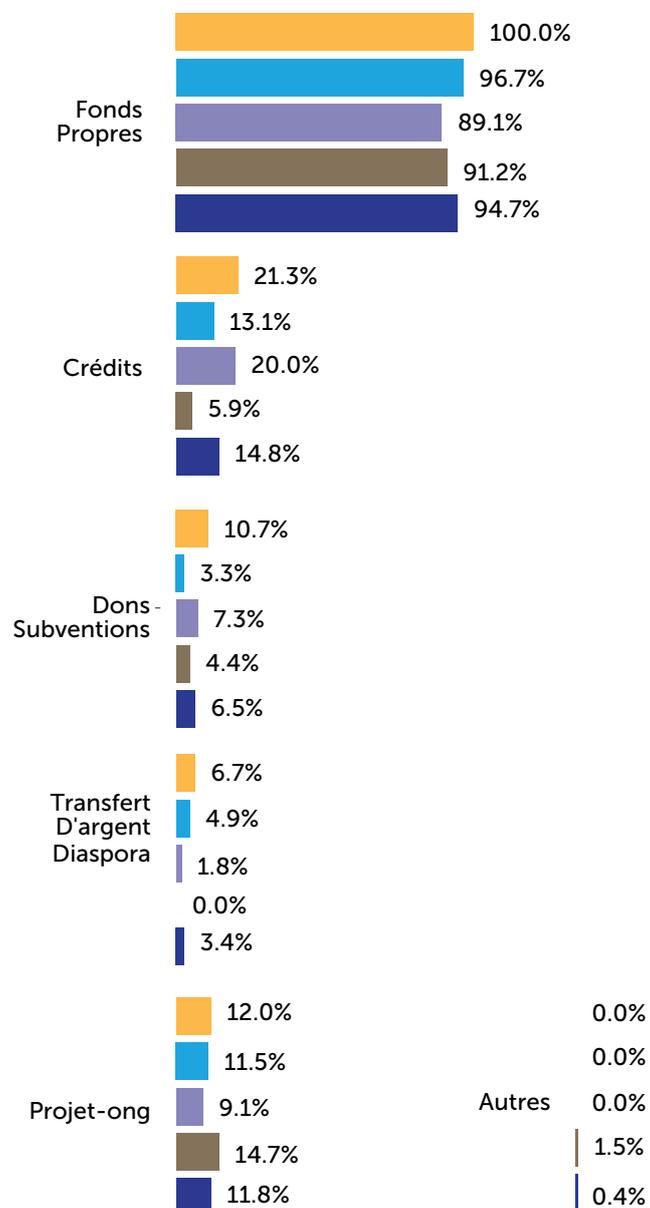
Les éleveurs/éleveuses de bétail/viande ont relativement plus tendance à solliciter les crédits que les acteurs de la volaille (environ 20% pour les premiers contre la moitié pour les seconds). La même tendance s'observe au niveau du recours aux dons & subventions.

La diaspora ne finance presque pas les activités de production de éleveuses, alors qu'elle constitue tout de même près de 6% des fonds de financement des éleveurs de bétail/viande.

**Figure 47**

Mode de financement par catégorie

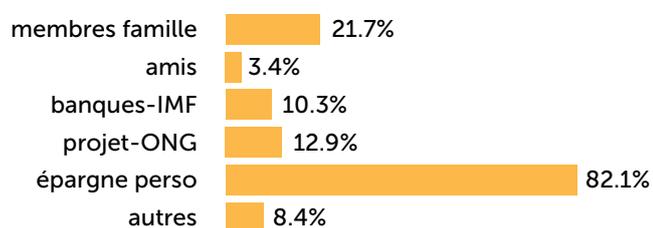
- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale



Conséquence de la prépondérance du financement sur fonds propres, l'épargne personnelle représente, de loin, la principale source de financement des activités de production (82,1%).

Les membres de la famille (conjoint, parents, enfants, etc.) permettent de financer les activités d'élevage dans 21,7% des cas. Cela peut prendre la forme d'avances sans contrepartie ou de prêts remboursables avec ou sans intérêts.

On constate que le soutien des banques et instituts de microfinance est très modeste, puisqu'il n'intervient que dans 10,3% des cas.



**Figure 48**  
Sources de financement  
des activités de production

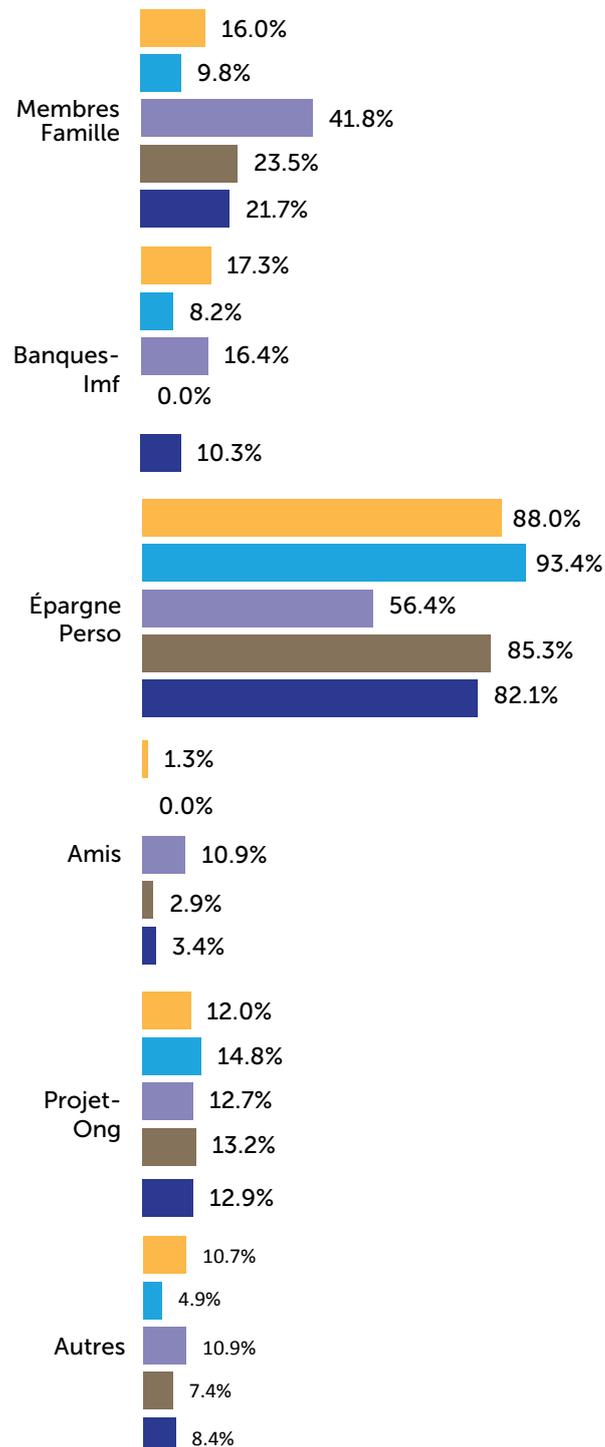
L'analyse des sources de financement par catégorie révèle que :

- Les éleveuses de bétail/viande constituent la catégorie qui bénéficie le plus du financement par les membres de la famille. Il s'agit en fait généralement de l'époux qui souhaite faire participer son conjoint aux activités de production. D'ailleurs seules 56% des éleveuses ont recours à leur épargne personnelle (la moyenne générale étant de 82%).
- Les acteurs (hommes et femmes) du bétail/viande bénéficient davantage du soutien des banques/IMF que les éleveurs/éleveuses de volaille.

**Figure 49**

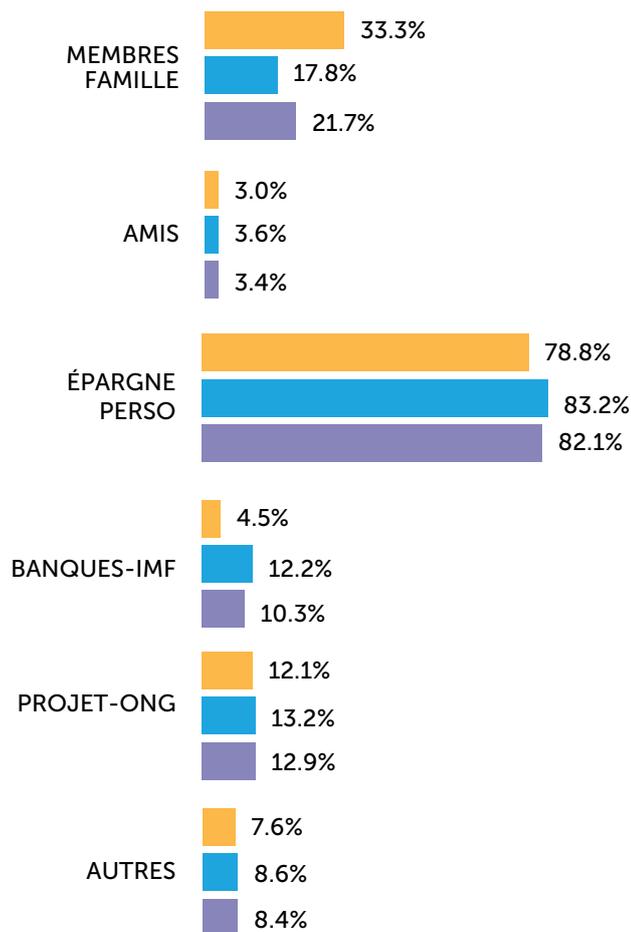
Sources de financement par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale



L'analyse des sources de financement par catégorie d'âge montre que :

- Les jeunes comptent davantage sur le soutien des membres de la famille pour financer leurs activités d'élevage (33% contre 21,7% pour la moyenne générale).
- Moins de 5% des jeunes bénéficient du soutien des banques et IMF.

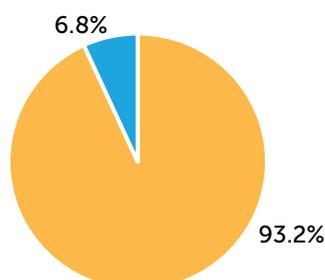


**Figure 50**  
Sources de financement par catégorie d'âge

● Jeunes  
● Adultes  
● Moyenne générale

#### IV.4 Accès aux services agricoles

Pratiquement tous les éleveurs (93,2%) déclarent avoir accès aux informations de leur filière. Cette ouverture informationnelle s'observe presque également dans chaque région.



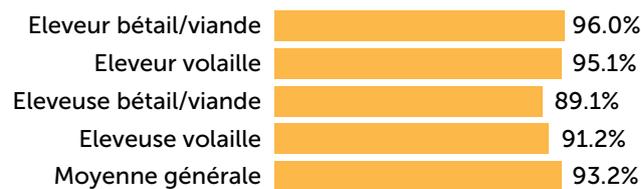
**Figure 51**  
Accès aux informations de la filière élevage

● Oui  
● Non

L'analyse par catégorie montre que, bien que l'accès à l'information semble ne pas constituer un problème majeur, les productrices déclarent un niveau d'accès très légèrement inférieur à celui des hommes. Il est possible qu'il existe un lien entre l'accès à l'information et le niveau d'études ; et ce d'autant plus que nous avons vu dans les pages précédentes que la proportion des « non-alphabétisées » était assez élevée chez les éleveuses (aux alentours de 55% contre une moyenne générale de 49,8%).

**Figure 52**

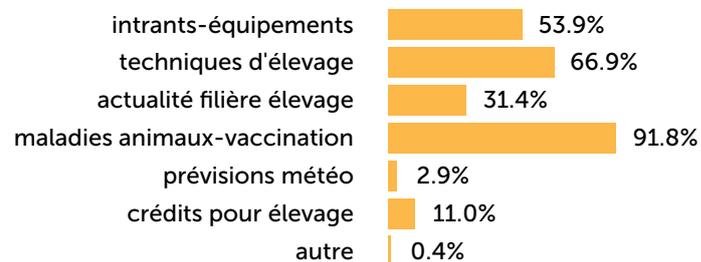
Accès aux informations par catégorie



Les informations auxquelles les acteurs de l'élevage ont accès sont par ordre d'importance : les maladies des animaux-vaccinations (91,8%), les techniques d'élevage (66,9%), les informations sur les intrants et les équipements (53,9%), l'actualité de la filière élevage (31,4%) Les informations sur les crédits à l'élevage semblent insuffisamment accessibles (11% seulement) et peuvent constituer une explication partielle du faible recours à l'emprunt pour financer les activités de production.

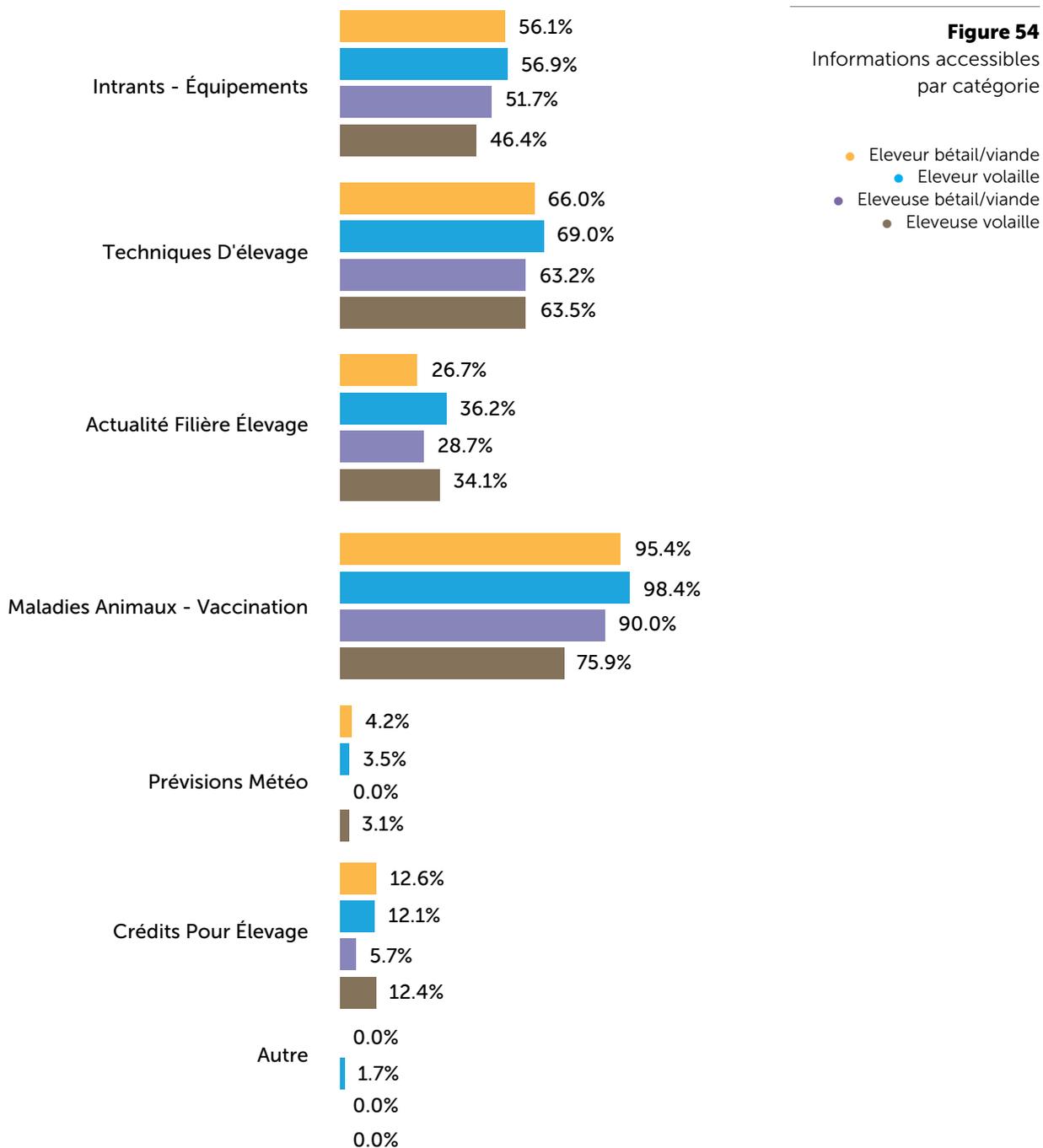
**Figure 53**

Types d'informations accessibles



De manière plus spécifique et s’agissant de l’analyse par catégorie d’éleveurs, on peut noter que :

- Les acteurs de sexe masculin sont plus sensibles à la diversité des informations reçues. Cela est juste une déclinaison de la différence de genre dans l’accès à l’information relevée dans le paragraphe précédent.
- L’actualité sur la filière intéresse plus particulièrement les éleveurs et éleveuses de volaille. Cela peut être dû au caractère plus technique de cette activité, ce qui pousse ses acteurs à essayer d’être régulièrement à l’écoute des nouvelles méthodes, nouveaux produits, etc.



**Figure 54**  
Informations accessibles par catégorie

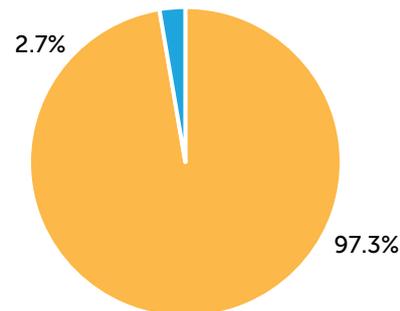
- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille

Dans leur grande majorité (97,3%), les éleveurs reconnaissent l'utilité des informations disponibles. A cet effet, l'Association Pegdwende des Éleveuses de Volaille de Pouytenga, Centre-Est déclare : « *Oui ! nous avons accès à l'information sur les intrants, les maladies, les formations à la radio et ce à tout moment. Nous les mettons en pratique et ces informations nous permettent d'anticiper et de traiter les maladies de volaille* ».

**Figure 55**

Utilité des informations disponibles

- Non
- Oui

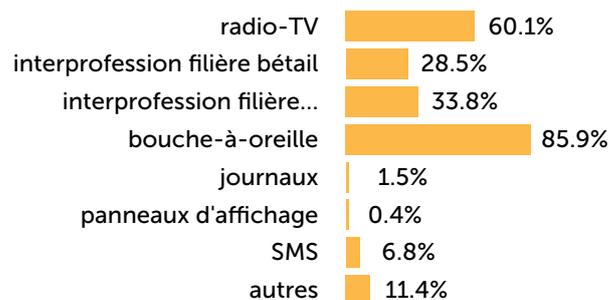


Le bouche-à-oreille demeure la principale source d'information (85,9%), suivi de la radio & télévision (60,1%), et dans une moindre mesure des supports interprofessionnels de la filière (33,8% pour la filière volaille et 28,5% pour la filière bétail/viande). Nous estimons que le téléphone portable (vue sa pénétration de l'ordre de 95%) fait également partie du bouche-à-oreille et constitue un moyen complémentaire du face-à-face traditionnel.

Des sources telles que les journaux, les panneaux d'affichage ou encore les SMS ne sont presque pas exploitées.

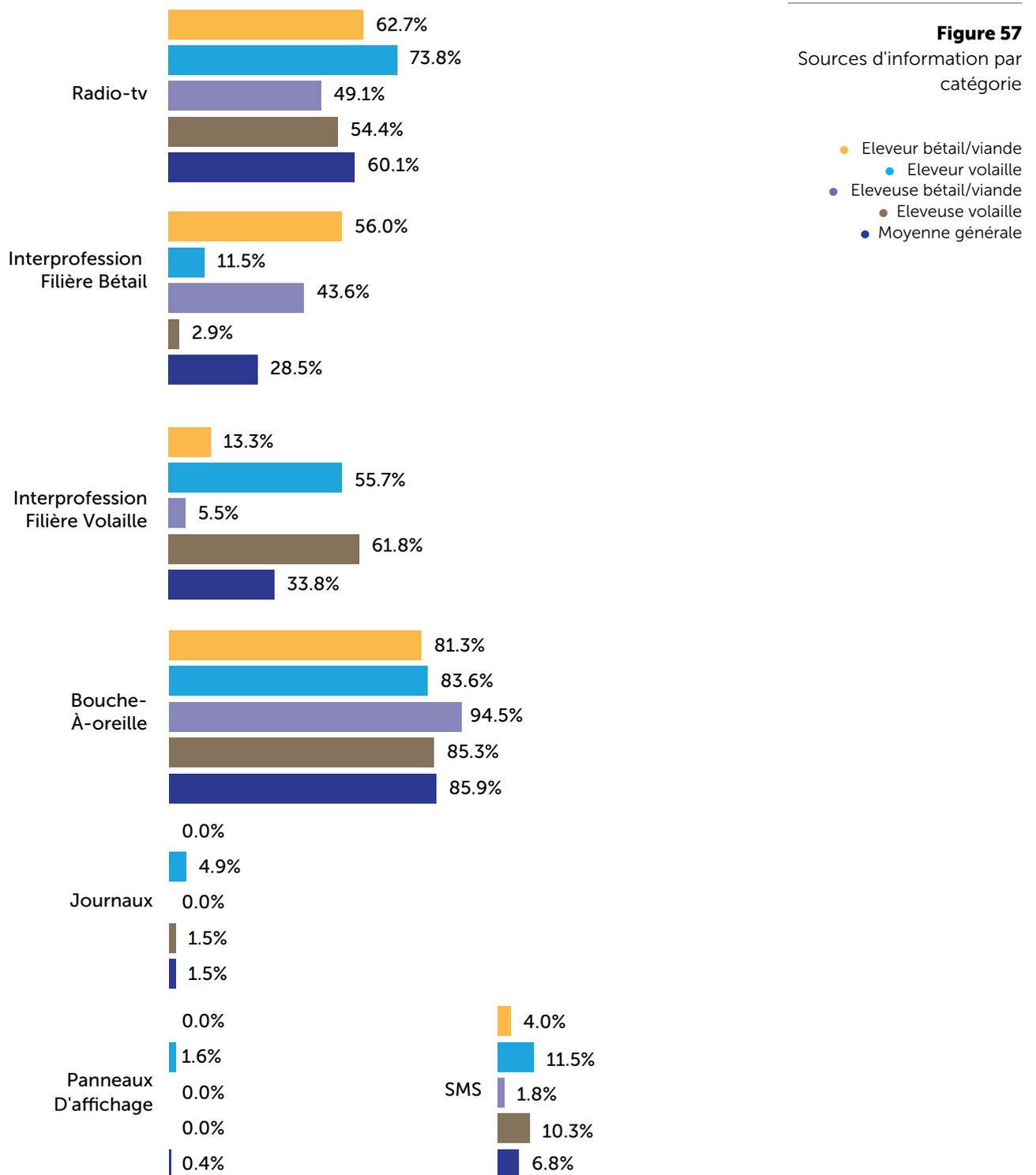
**Figure 56**

Sources d'information



L'analyse des sources d'information par catégorie nous enseigne deux choses.

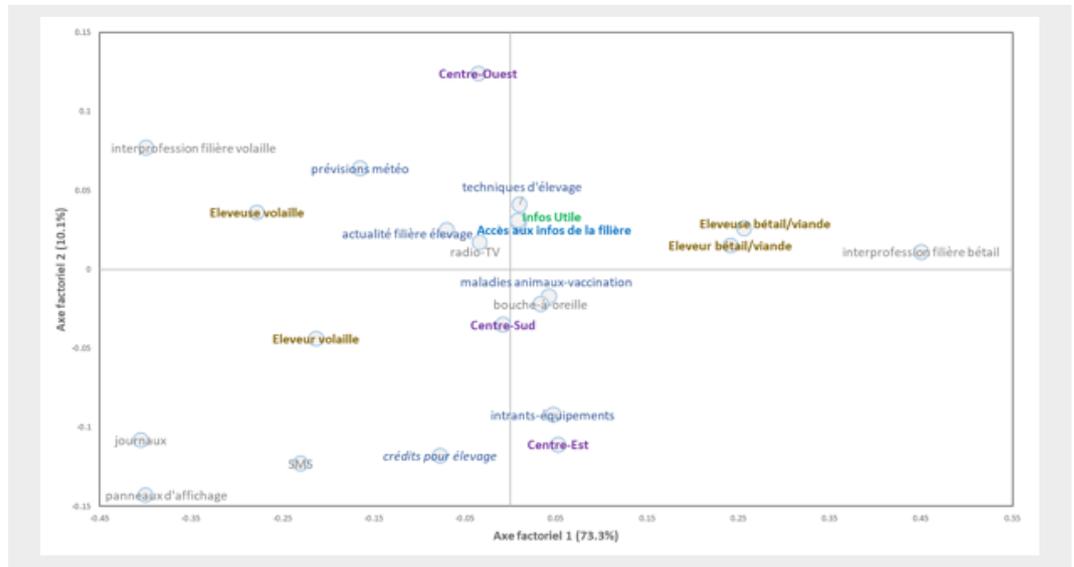
- Primo, les acteurs de chacune des filières (bétail/viande ou volaille) ont également accès aux informations de l'autre filière.
- Secundo, bien que marginale vue de manière générale (6,8% de taux d'utilisation), l'utilisation des SMS est relativement élevée chez les éleveuses (aux alentours de 11%).



Le graphique ci-dessous est une sorte de synthèse-résumé de l'accès aux services agricoles.

**Figure 58**

Analyse factorielle :  
proximité entre segments  
et accès à l'information



#### IV.5 Outils et services financiers digitaux

C'est sans surprise que l'on note que le téléphone mobile est l'outil digital le plus aisément utilisé (93,2% des acteurs déclarent ne pas éprouver de difficultés particulières).

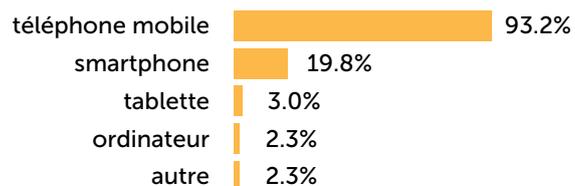
Il est en revanche plus étonnant de noter que seuls 19,8% des éleveurs/éleveuses s'estiment capables de manipuler aisément les smartphones. On peut donc imaginer qu'il existe une corrélation entre le modeste taux d'adoption de cet outil (19,5%) et la difficulté à l'utiliser ; le sens de la causalité reste à définir, s'il n'est bidirectionnel.

En effet, la faible pénétration des smartphones peut être due à la difficulté dans l'utilisation de leurs nombreuses fonctionnalités ; tout comme le fait qu'ils soient d'utilisation peu aisée peut également s'expliquer par leur faible taux d'adoption.

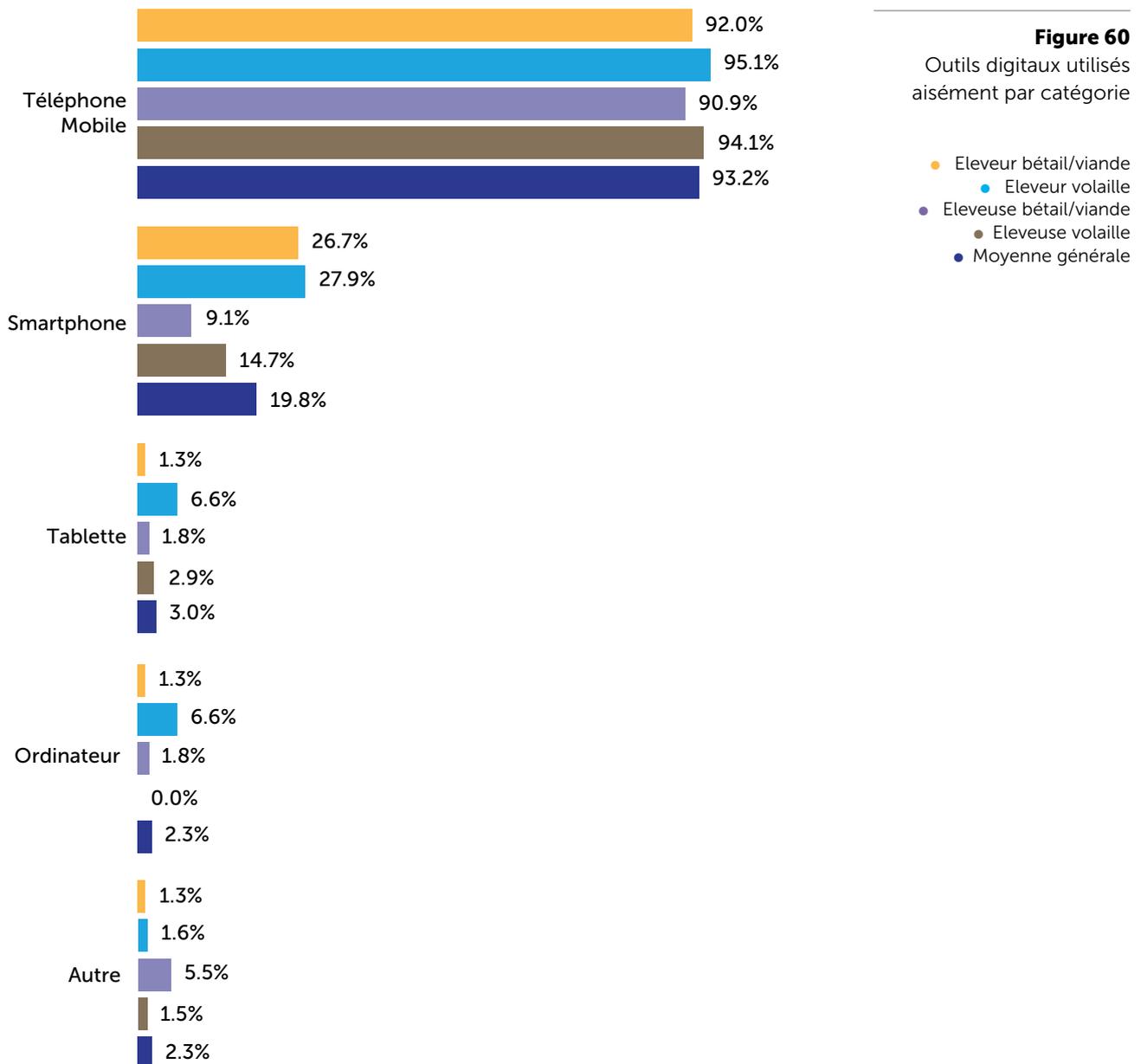
Les difficultés affichées dans l'utilisation des tablettes et des ordinateurs n'est pas réellement une surprise compte tenu de la nature de l'activité d'élevage.

**Figure 59**

Outils digitaux utilisés  
aisément



L'analyse par catégorie de l'aisance affichée dans l'utilisation des outils digitaux est plus informative lorsque l'on considère les outils les plus complexes. On note ainsi que les éleveurs et éleveuses de volaille soient plus à l'aise dans l'utilisation des smartphones et des tablettes que les éleveurs et éleveuses de bétail/viande. Nous pensons que la nature de l'élevage de la volaille (plus de têtes, nécessité d'un suivi en quasi-temps réel, etc.) en comparaison avec l'élevage du bétail/viande, pourrait expliquer ce constat en nécessitant l'usage d'outils plus élaborés que de simples téléphones basiques.

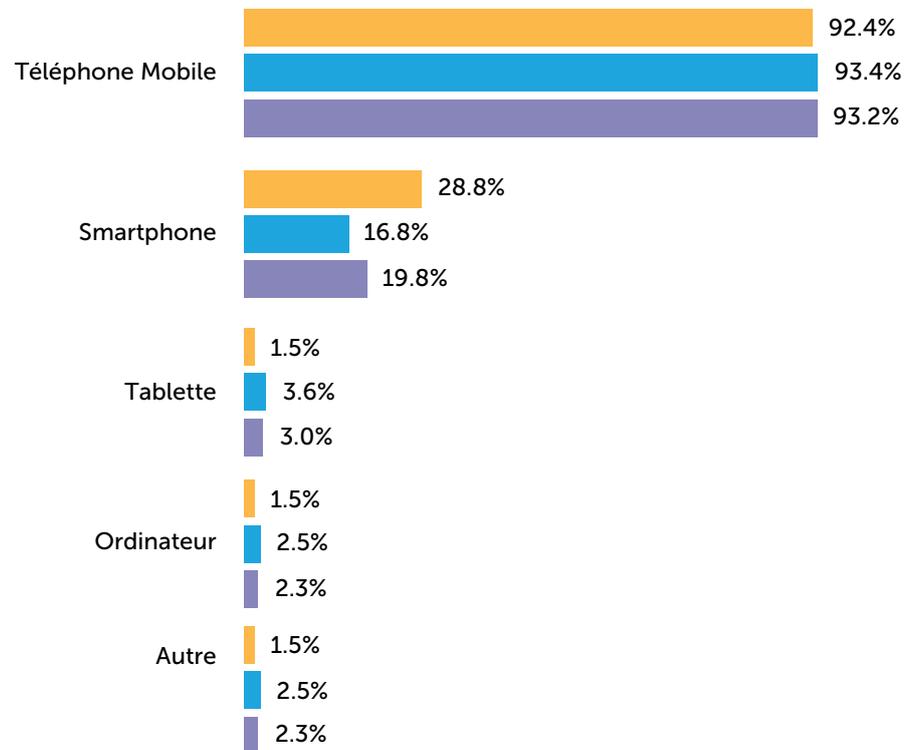


L'analyse par catégorie d'âge de l'aisance affichée dans l'utilisation des outils digitaux montre que les jeunes les jeunes sont plus ouverts et plus à l'aise dans l'utilisation des outils digitaux (28,8% contre 19,8% pour la moyenne générale).

**Figure 61**

Outils digitaux utilisés aisément par catégorie d'âge

- Jeunes
- Adultes
- Moyenne générale



Il faut tout de même remarquer qu'il existe quelques niches d'éleveurs bien équipés. C'est ainsi par exemple que tous les membres de la Coopérative Lagmtaaba des éleveurs de bétail de Tenkodogo, Centre-Est possèdent des téléphones mobiles et ont déjà utilisé des services financiers via le mobile.

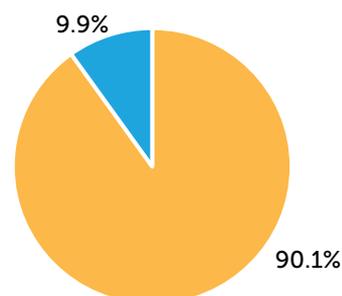
Sur un autre plan, bien que presque tous les éleveurs et éleveuses (90,1%) reconnaissent l'utilité des outils digitaux, il faut s'inquiéter de la proportion non négligeable de ceux qui s'interrogent encore sur l'utilité de ces derniers.

Un besoin de formation s'impose ici puisque de nombreuses informations dont les acteurs ont besoin nécessitent la possession d'un outil digital.

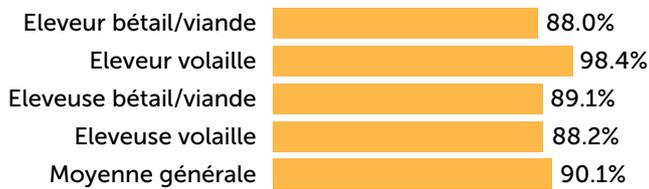
**Figure 62**

Appréciation de l'utilité des outils digitaux

- Utiles
- Peu utiles



Il n'existe pas de différences très significatives entre les différentes catégories d'éleveurs quant à l'importance perçue des outils digitaux. Tout au plus peut-on noter que les éleveurs de volaille apprécient pratiquement à l'unanimité tous ces outils.

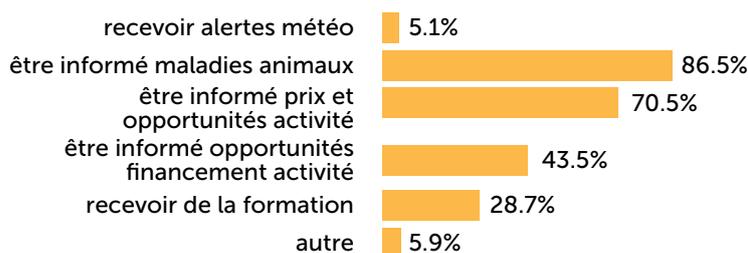


**Figure 63**  
Appréciation positive de l'utilité des outils digitaux par catégorie

En dehors de la communication classique entre individus (appels, SMS) et des activités telles que la prise de photos et de vidéos, les outils digitaux ont également des fonctions plus en ligne avec les activités liées à l'élevage.

On observe ainsi que 86,5% des éleveurs les utilisent pour être informés sur les maladies des animaux, 70,5% sont informés des prix et des opportunités liées à l'activité, 43,5% sont informés sur les informations de financement, 28,7% les utilisent pour recevoir de la formation. Ces deux derniers chiffres appellent quelques remarques.

- Tout d'abord, il est surprenant et intéressant de noter que près de la moitié des éleveurs déclarent s'informer sur les opportunités de financement des activités par le biais des outils digitaux, alors qu'ils n'étaient que 11% à recevoir des informations sur les crédits à l'élevage. En fait, ce gap tient au fait que ceux qui disposent d'un smartphone sont relativement plus nombreux à s'informer sur les opportunités de financement, et sont donc relativement plus nombreux à recevoir des informations sur les crédits à l'élevage. On voit ici apparaître en filigrane le lien qui existerait en la possession d'un smartphone et la probabilité plus élevée d'avoir accès au crédit bancaire, ou tout au moins à pouvoir réellement diversifier les sources de financement de l'activité.
- Ensuite, il est assez désolant de constater que moins d'un éleveur sur trois utilise un outil digital pour recevoir la formation. En fait, cela peut être la double conséquence de la modeste pénétration des outils digitaux qui peuvent réellement servir à recevoir des formations (smartphones, tablettes, ordinateur), ainsi que de la faible prise de conscience de l'importance et de la diversité des modules de formation dans la pratique de l'élevage.



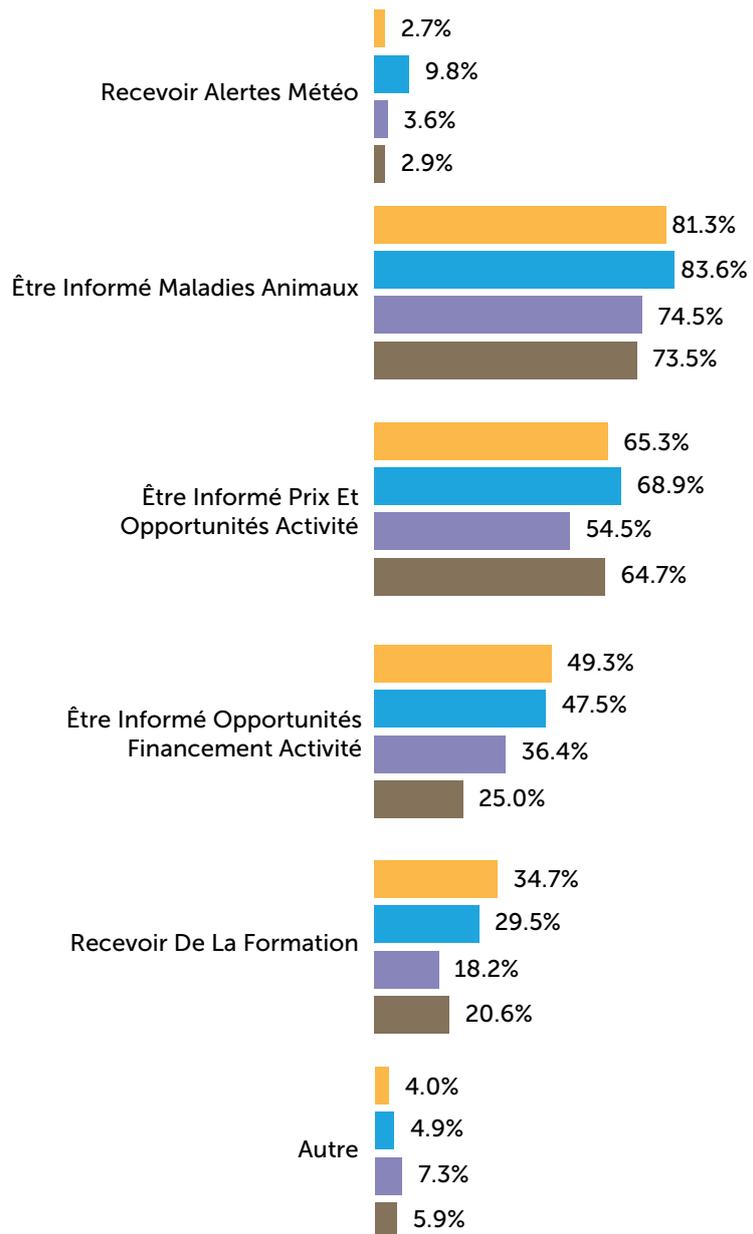
**Figure 64**  
Autres usages des outils digitaux

Si les grandes tendances observées ci-dessous dans les autres usages des outils digitaux sont observées quelle que soit la catégorie de l'éleveur/éleveuse, il convient tout de même de noter que les acteurs de sexe masculin sont relativement plus enclins à varier les usages des outils digitaux. Il n'existe en revanche aucune différence significative attribuable à la nature de l'élevage (bétail/viande versus volaille), et encore moins lorsque l'on considère la catégorie d'âge (jeunes versus adultes).

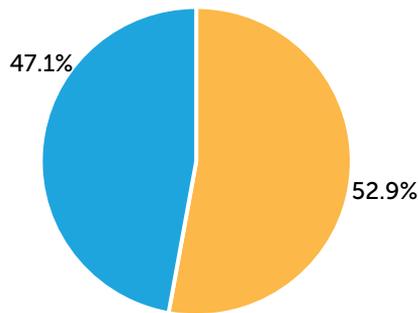
**Figure 65**

Autres usages des outils digitaux par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille



Dans un continent où l'inclusion financière reste problématique, il est intéressant de constater que la moitié des acteurs de l'élevage (52,9%) déclarent posséder un compte dans une banque ou dans une institution de microfinance ; ce dernier organisme nous semblant plus utilisé que le premier. Il convient cependant de noter que cette adoption appréciable cache des disparités régionales et catégorielles.



**Figure 66**  
Possession d'un compte bancaire ou IMF

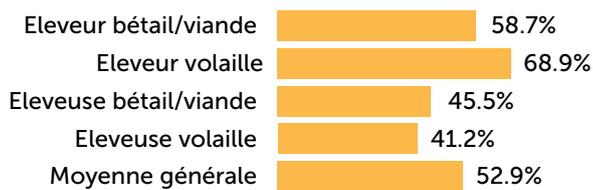
● Oui  
● Non

S'agissant des différences régionales, il apparaît que le Centre-Est a la plus forte inclusion financière (72,2%), contrastant avec le Centre-Ouest qui n'est qu'à 39,4%.



**Figure 67**  
Eleveurs disposant d'un compte bancaire ou IMF par région

Du côté des catégories d'acteurs, on remarque que, sans distinction de nature d'activité (bétail/viande ou volaille), l'inclusion financière est plus élevée chez les éleveurs (aux alentours de 60%) que chez les éleveuses (moins de 46%).



**Figure 68**  
Eleveurs disposant d'un compte bancaire ou IMF par catégorie

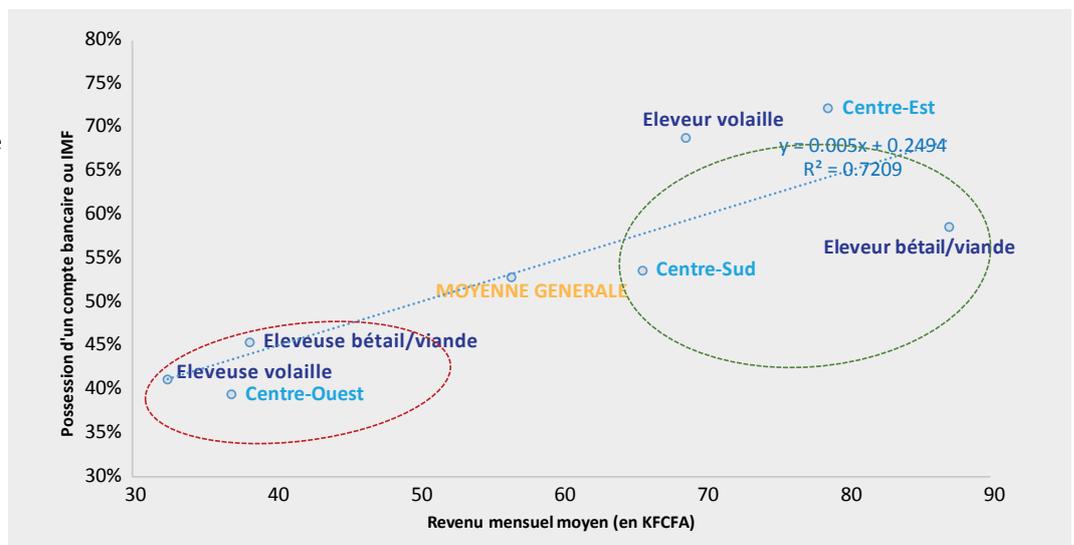
On peut voir dans le graphique ci-dessous que la corrélation est assez forte ( $R^2=0,72$ )<sup>1</sup> entre le niveau du revenu mensuel moyen et la possession d'un compte bancaire ou IMF. Il émerge ainsi deux groupes :

- Ceux qui ont des revenus modestes et souffrent d'une faible inclusion financière (acteurs du Centre-Ouest, éleveuses de bétail/viande et de volaille) ;
- Et ceux aux revenus plus élevés et qui mènent davantage d'activités avec les banques et IMF (Centre-Est, Centre-Sud, éleveurs de bétail/viande et de volaille).

Dans l'équation de régression affichée dans le graphique ( $Y = 0,005X + 0,2494$ ), le coefficient 0,005 renseigne sur l'impact du niveau de revenu sur le taux de possession d'un compte bancaire ou IMF. On constate donc qu'une augmentation du revenu mensuel moyen de 10 000 FCFA est susceptible d'accroître le taux d'inclusion financière de 5 points de pourcentage (toutes choses égales par ailleurs). Par exemple, faire passer le revenu mensuel des éleveuses de bétail/viande de 38 000 FCFA (actuellement) à 48 000 FCFA, permettrait de voir leur taux de possession d'un compte bancaire ou IMF de 45,5% (actuellement) à 50,5%.

**Figure 69**

Corrélation entre la possession d'un compte bancaire/IMF et le niveau de revenu



Le constat fait au niveau des femmes s'applique également au niveau des jeunes. En effet, seuls 45% d'entre eux disposent d'un compte bancaire ou IMF contre 55% chez les adultes.

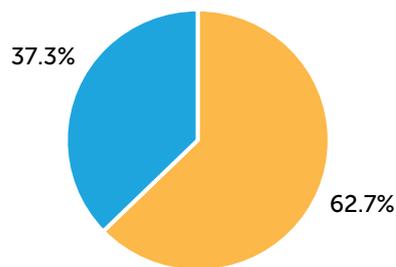
**Figure 70**

Eleveurs disposant d'un compte bancaire ou IMF par catégorie d'âge



<sup>1</sup> Le R2 de 0,72 signifie que 72% des variations dans le taux d'inclusion financière seraient imputables aux variations dans le niveau de revenu

S'agissant en particulier du mobile money, on constate que près de deux éleveurs sur trois disposent d'un compte. Cependant, comme dans le cas des comptes bancaires et IMF, des disparités régionales et catégorielles apparaissent ; et celles-ci ressemblent, à s'y méprendre, à ce qui a été constaté dans les pages précédentes (à savoir, la plus forte adoption dans le Centre-Est).



**Figure 71**

Possession d'un compte mobile money

- Oui
- Non

Sur le plan régional, on note ainsi que le Centre-Est a la plus forte pénétration du mobile money (72,2%), alors que le Centre-Ouest n'est qu'à 54,1%.



**Figure 72**

Éleveurs disposant d'un compte mobile money par région

S'agissant des catégories d'acteurs, on remarque une fois de plus une plus forte pénétration du mobile money chez les éleveurs (plus de 60%) que chez les éleveuses (moins de 60%).



**Figure 73**

Éleveurs disposant d'un compte mobile money par catégorie

S'agissant des catégories d'âge des acteurs, on note que la pénétration du mobile money est moins élevée chez les jeunes (51,5%) que chez les adultes (66,5%).



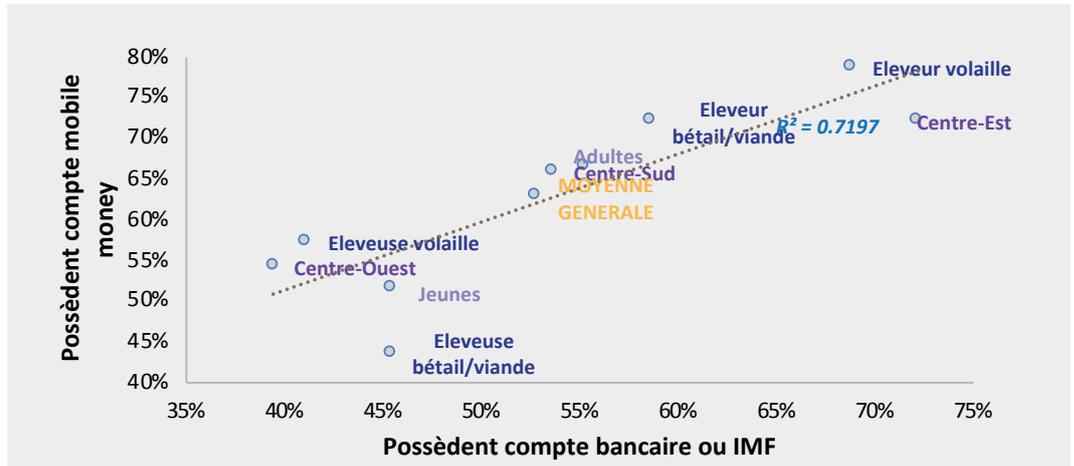
**Figure 74**

Éleveurs disposant d'un compte mobile money par catégorie d'âge

Le graphique ci-dessous confirme cette forte corrélation entre la possession d'un compte bancaire ou IMF et la possession d'un compte mobile money.

**Figure 75**

Corrélation entre possession d'un compte bancaire/IMF et possession d'un compte mobile money

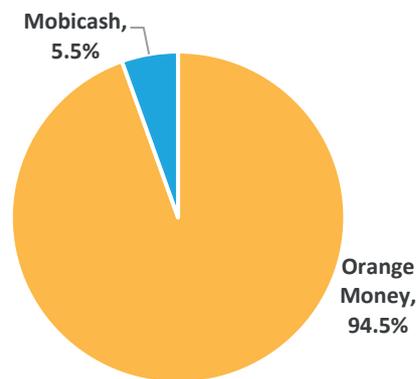


Il convient de préciser que le mobile money a été analysé ici de manière générique, c'est-à-dire en réalité toutes les offres de monnaie électronique. Les lignes qui suivent permettent de comparer les principales offres que sont Orange Money et Mobicash.

Il apparaît que l'offre Orange Money a, de loin (94,5%), la plus forte pénétration relative ; Mobicash n'étant détenu que par 5,5% de ceux qui ont un compte mobile money, à titre de rappel 62,7% des éleveurs.

**Figure 76**

Possession d'un compte Orange Money ou Mobicash



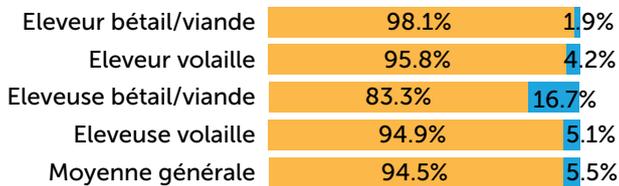
Bien que Mobicash dispose d'une faible pénétration en général (5,5%), on observe sa forte adoption dans la région du Centre-Est où 17,3% des titulaires d'un compte mobile money transigent avec Mobicash.

**Figure 77**

Répartition des comptes Orange Money et Mobicash par région

Centre-Est	82.7%	17.3%
Centre-Ouest	98.3%	1.7%
Centre-Sud	98.2%	1.8%
Moyenne générale	94.5%	5.5%

A côté de cette spécificité de la région du Centre-Est, on note également une forte adoption du Mobicash par les éleveuses de bétail/viande (16,7%).

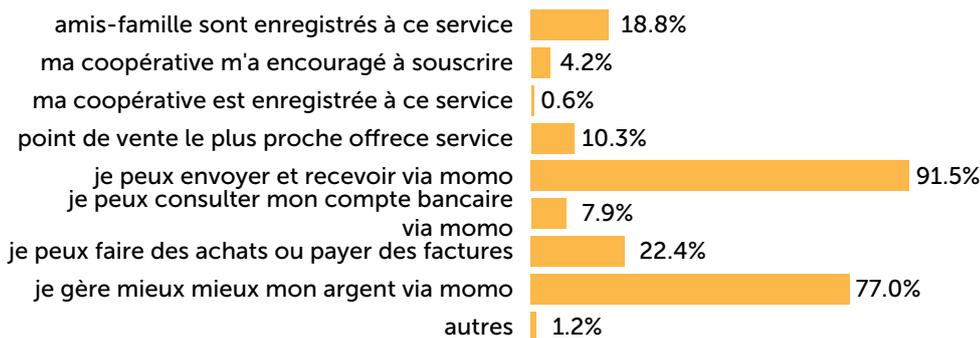


**Figure 78**  
Répartition des comptes Orange Money et Mobicash par catégorie

Les deux raisons majeures ayant amené les éleveurs à souscrire un compte mobile money sont respectivement le fait de pouvoir envoyer ou recevoir de l'argent (91,5%), la possibilité de mieux gérer son argent (77%), et à un degré moindre la possibilité qui est offerte de faire des achats et de payer des factures (22,4%). On peut remarquer qu'il s'agit ici de facteurs fonctionnels liés à l'usage du mobile money. On peut y ajouter la possibilité (pour ceux qui en possèdent un) de consulter leur compte bancaire via leur mobile money.

A côté de cela, on trouve des facteurs d'incitation davantage liés à l'environnement de l'éleveur. C'est le cas :

- des amis-famille qui sont déjà enregistrés dans le service (18,8%) et qui ont donc joué plus ou moins directement un rôle de prescripteurs ;
- de la localisation géographique et de la proximité des points de transaction mobile money (10,3%) ;
- de l'encouragement et de la recommandation de la coopérative à souscrire un compte mobile money.



**Figure 79**  
Raisons ayant poussé à souscrire à un compte mobile money

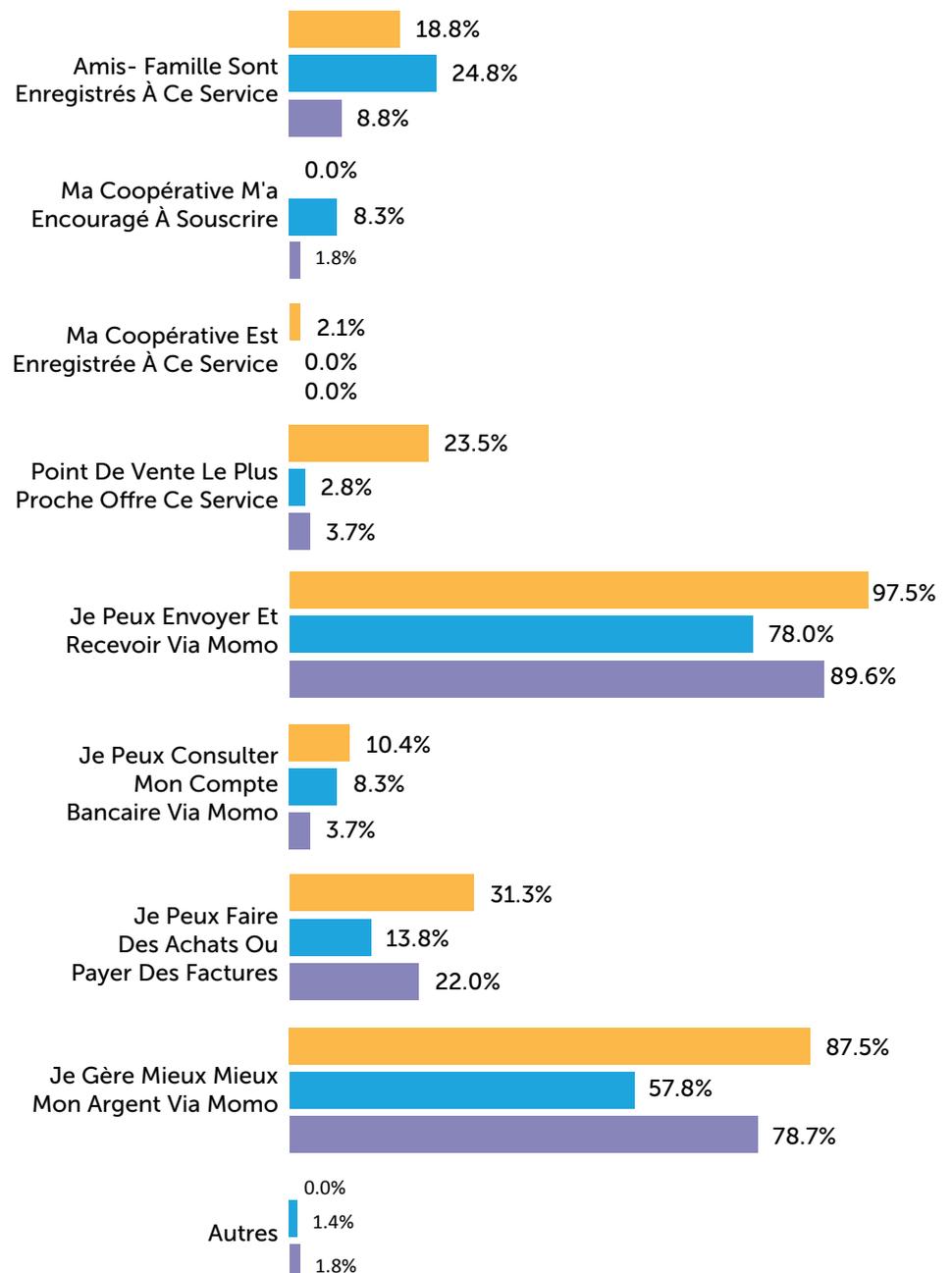
Des différences régionales riches d'enseignements peuvent être dégagées. On observe ainsi, en comparaison avec les autres régions, que :

- La proximité des points de transaction mobile money (23,5%) et la possibilité de faire des achats (31,3%) sont des facteurs relativement importants dans la région du Centre-Est. Il convient de rappeler que c'est dans cette région que l'on observait les revenus mensuels les plus élevés (78 623 FCFA contre 56 465 FCFA de moyenne générale), et que l'inclusion financière était la plus forte (72,2% contre 52,9%).
- Les amis et la famille semblent avoir joué un rôle relativement important dans la décision des éleveurs du Centre-Ouest (24,8% contre une moyenne générale de 18,8%), de même que la coopérative (8,3% contre 4,2%).

**Figure 80**

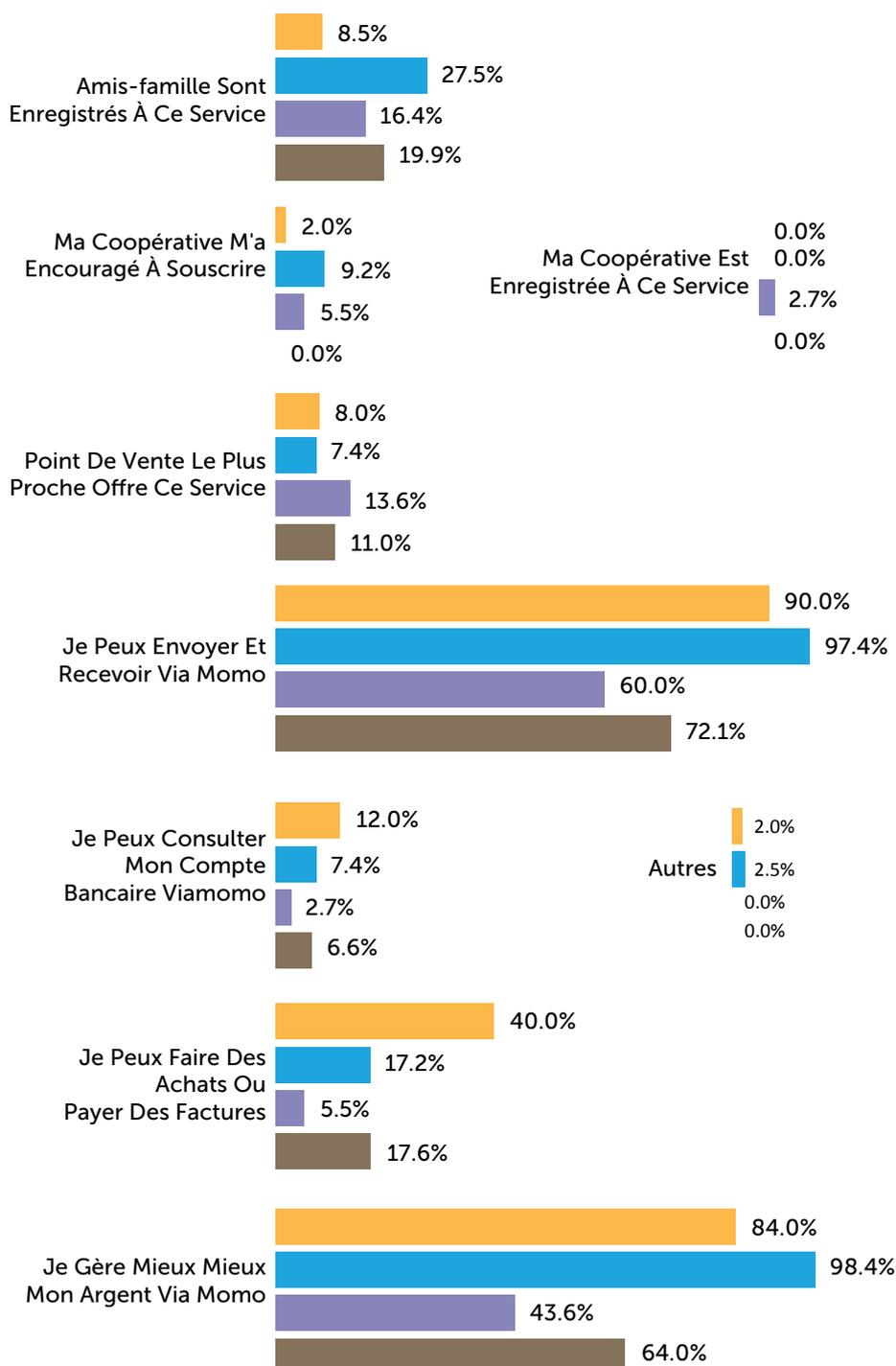
Raisons ayant poussé à souscrire à un compte mobile money par région

- Centre-Est
- Centre-Ouest
- Centre-Sud



Au niveau catégoriel, on peut faire trois constats, à savoir :

- L'influence des prescripteurs (amis, famille, coopérative) est relativement forte auprès des éleveurs de volaille, de même que l'aspect fonctionnel lié à la possibilité de mieux gérer son argent ;
- La proximité des points de vente mobile money est un facteur important chez les femmes (éleveuses de bétail/viande et de volaille) ;
- La possibilité de faire des achats et de payer des factures est régulièrement citée par les éleveurs de bétail/viande (40% contre 22,4%).



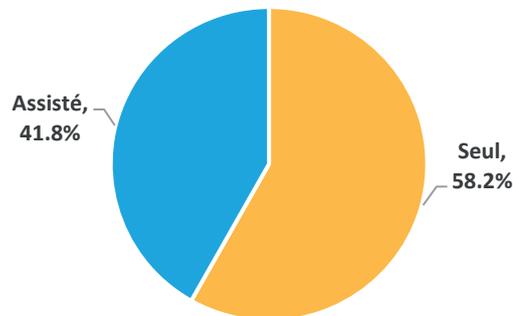
**Figure 81**  
Raisons ayant poussé à souscrire à un compte mobile money par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille

Concernant le mode de réalisation des opérations mobile money, on note que dans 58,2% des cas, l'éleveur préfère réaliser les opérations tout seul, contre 41,8% des cas où ils souhaitent être assisté.

**Figure 82**

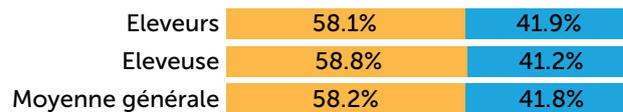
Réalisation des opérations mobile money



Il a été constaté qu'il n'y avait pas de différences significatives liées à la catégorie des acteurs de l'élevage en matière d'assistance ou non dans la réalisation des transactions mobile money, le même constat étant fait au niveau de l'analyse par genre (ainsi que l'illustre le graphique ci-dessous).

**Figure 83**

Réalisation des opérations mobile money par genre

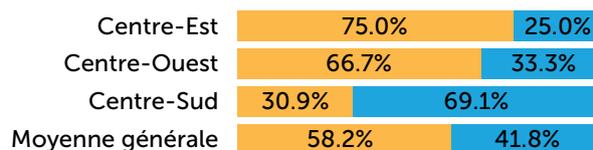


- Seul
- Accompagné

En revanche de surprenants écarts existent cependant entre les régions. C'est ainsi que les éleveurs du Centre-Est semblent beaucoup plus indépendants (75% réalisent les opérations tout seuls), alors que ceux du Centre-Sud souhaitent en majorité (68,1%) être accompagnés.

**Figure 84**

Réalisation des opérations mobile money par région

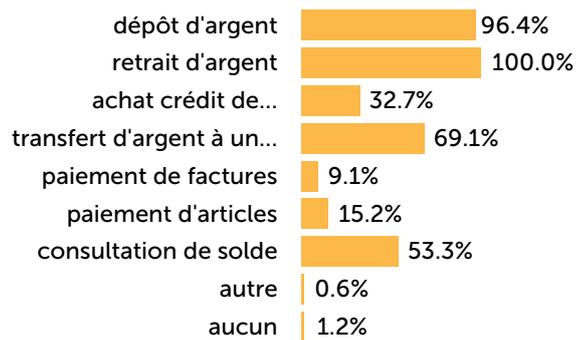


- Seul
- Accompagné

Les opérations sur mobile money auxquelles les éleveurs se prêtent se divisent en trois catégories :

- Les opérations classiques de dépôt et de retrait d'argent (presque tous les producteurs les effectuent). Dans ce cas, le mobile money est essentiellement utilisé comme instrument d'épargne et de sécurisation des fonds.
- En seconde position, on trouve les opérations de transfert d'argent (69,1% des usagers) et de consultation de solde (53,3%).
- Ce n'est qu'en troisième position que l'on retrouve les activités plus transactionnelles telles que l'achat de crédit de communication (32,7%), le paiement d'articles (15,2%), le règlement de factures (9,1%).

C'est l'intensification ou la régularité de cette troisième catégorie qui permettra véritablement de booster l'utilisation du mobile money afin que les éleveurs puissent exploiter tout son potentiel.



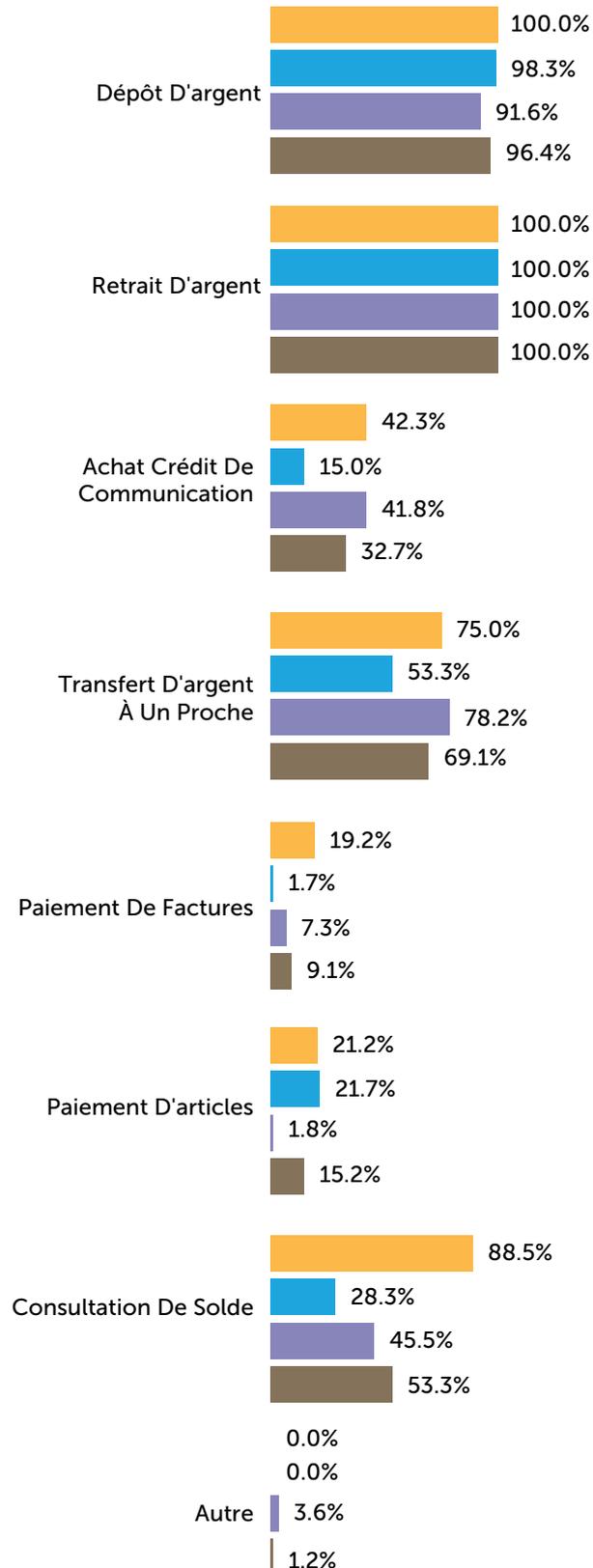
**Figure 85**  
Opérations mobile money  
ayant déjà été effectuées

Ce que l'on peut retirer de l'analyse régionale de l'utilisation du mobile money est qu'il y a relativement peu d'achats de crédit de communication ou de paiement de factures par mobile money dans la région du Centre-Ouest. A part cela, il ne se dégage pas de différences comportementales qui puissent interpeler.

**Figure 86**

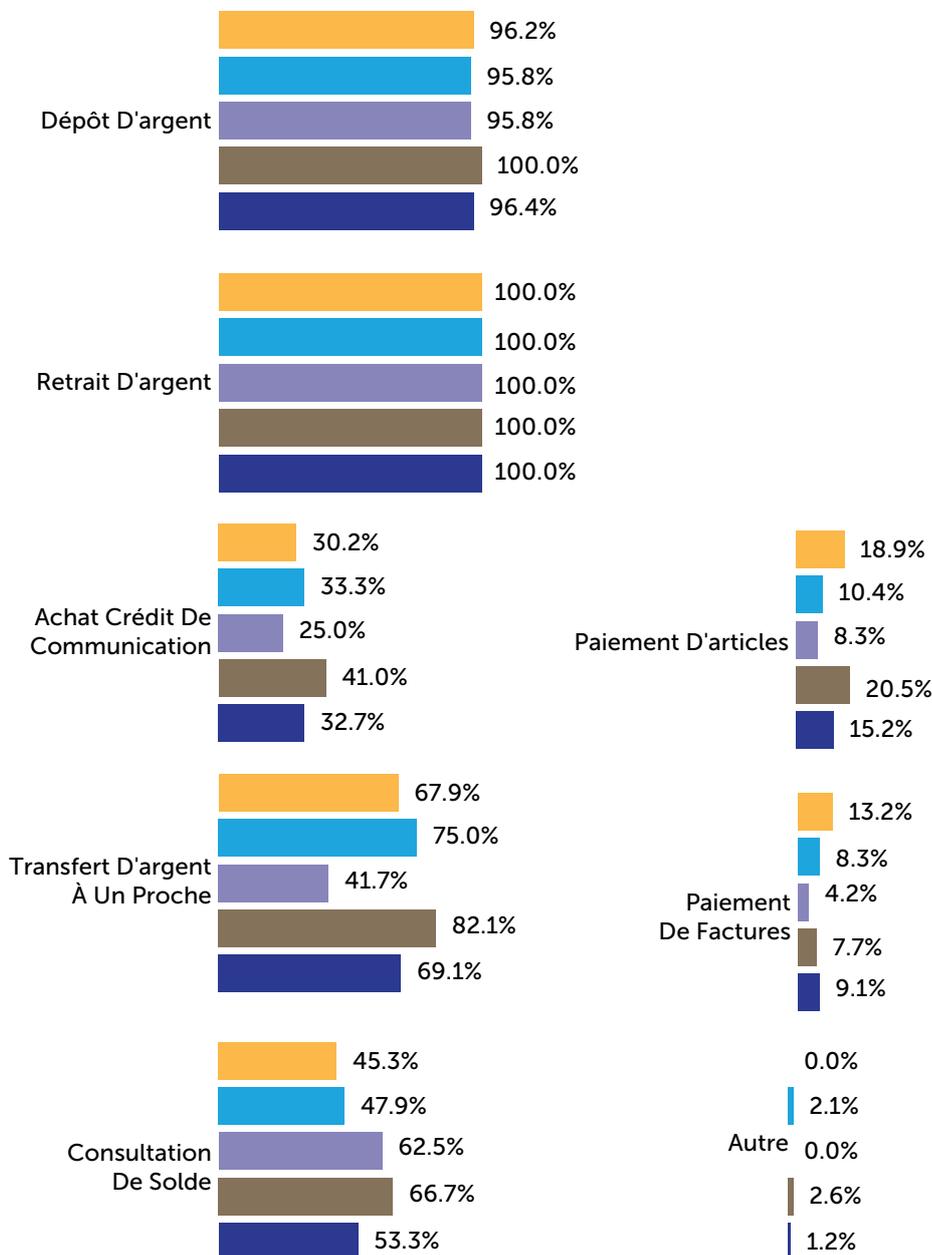
Opérations mobile money ayant déjà été effectuées : par région

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille



Au niveau de l'analyse par catégorie, il est intéressant de noter que le dynamisme des éleveuses de volaille contraste avec le niveau modeste d'utilisation chez les éleveuses de bétail/viande. Il apparaît en effet que les éleveuses de volaille sont les plus actives en matière de transfert d'argent aux proches (82,1% contre 41,7% pour les éleveuses de bétail/viande), d'achat de crédit de communication (41% contre 25%), de paiement de factures (7,7% contre 4,2%), ou même de paiement d'articles (20,5% contre 8,3%).

C'est le lieu de rappeler que les éleveuses de volaille surclassaient déjà les éleveuses de bétail/viande en matière d'équipements possédés (accès à l'électricité, TV, antenne satellite, réfrigérateur, téléphone-smartphone), ainsi que de sollicitation de formations.



**Figure 87**  
Opérations mobile money ayant déjà été effectuées : par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale

Mis à part l'achat de crédit de communication, pour lequel les jeunes sont 41,2% à utiliser le mobile money contre 30,5% de adultes, il n'y a pas d'autre différence significative liée à la classe d'âge.

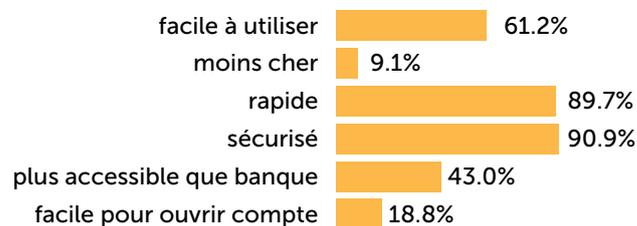
L'adoption relativement élevée du mobile money peut s'expliquer par ses avantages perçus, et qui sont respectivement :

- La sécurité (90,9%), dans le sens où les éleveurs ont ainsi une solution pour garder de l'argent sans risque majeur de le voir dérobé.
- La rapidité (89,7%), car les éleveurs ont la possibilité de transférer de l'argent de manière quasi instantanée.
- La facilité d'utilisation (61,2%). On peut imaginer ici que c'est la conjonction des campagnes de communication des opérateurs et de l'aide des proches.
- L'accessibilité plus aisée (43%) et la facilité d'ouverture d'un compte (18,8%) en comparaison avec les institutions bancaires ; ces dernières imposant des procédures parfois longues et complexes. Le mobile money contribue ainsi à booster l'inclusion financière au sens large.

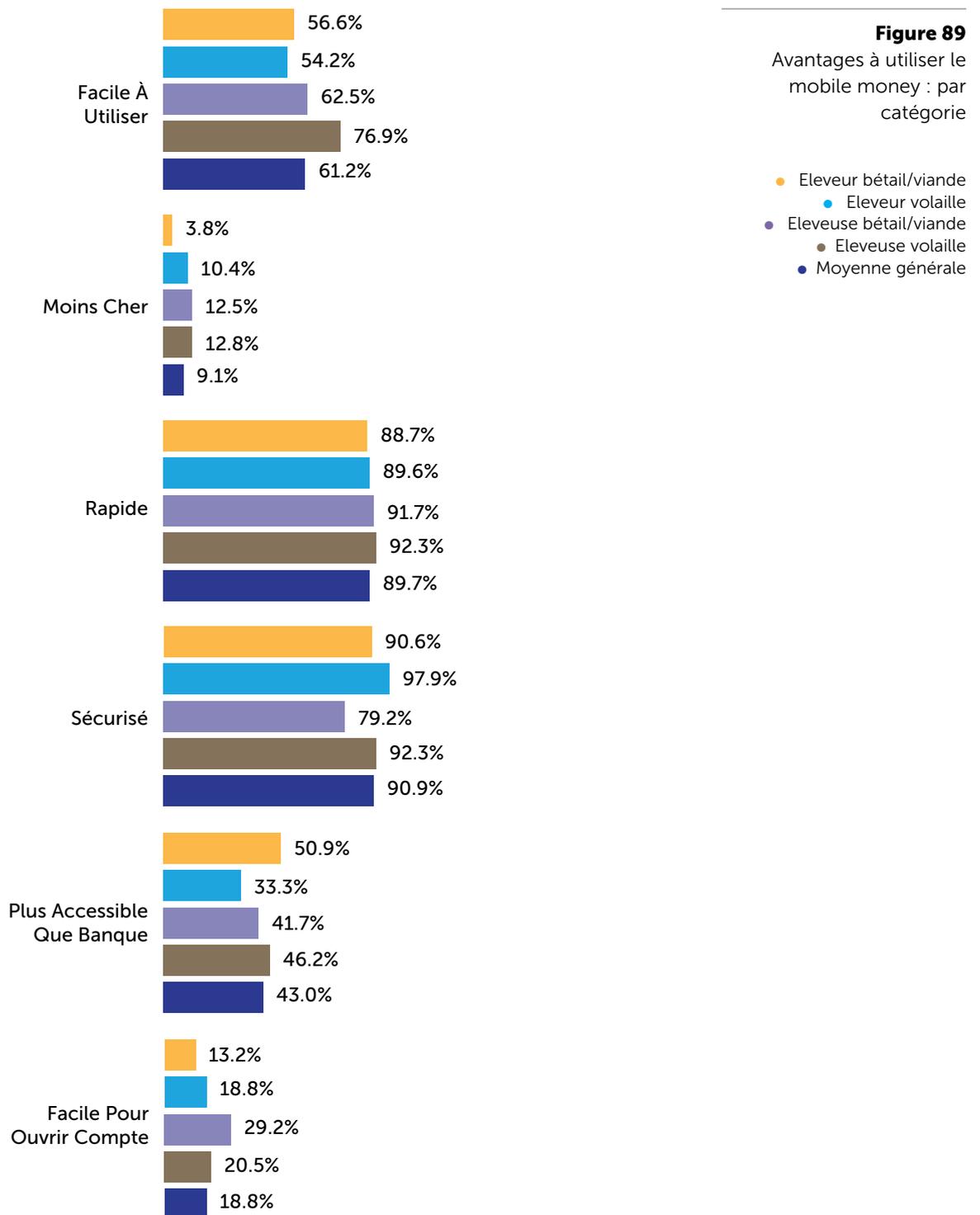
En revanche, le caractère moins cher du mobile money n'est cité que dans 9,1% des cas. Nous verrons dans le chapitre suivant (Challenges) que le coût élevé des transactions est l'un des principaux griefs portés à l'encontre du mobile money.

**Figure 88**

Avantages à utiliser le mobile money



Nous n’avons pas relevé d’énormes différences catégorielles en ce qui concerne les avantages perçus du mobile money. Tout au plus pouvons-nous noter que les éleveuses semblent un peu plus nombreuses que les éleveurs à apprécier le caractère bon marché du mobile money, et que la sécurité de cet outil digital semble plus appréciée par les acteurs de la volaille que par ceux du bétail/viande.



**Figure 89**  
Avantages à utiliser le mobile money : par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale

## IV.6 Besoins en formations

Il est intéressant de noter que presque tous les éleveurs (96,2%) ont déclaré avoir besoin de développer des compétences. Les raisons de ce score sont de plusieurs natures :

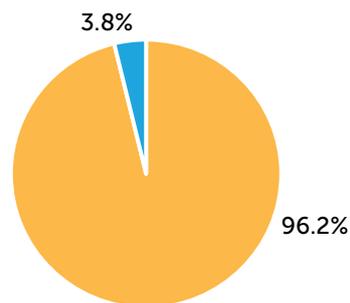
- La diversité des domaines dans lesquels une compétence est utile (voire nécessaire) : formation technique, formation financière, formation managériale, etc.
- La prise de conscience par les éleveurs de leur niveau d'études relativement modeste, nécessitant une mise à niveau.

Ce dernier est bien illustré par les entretiens réalisés avec les membres de l'Association Tilgre des Femmes Eleveuses de Kuppela (ATFEK), Centre-Est : « *La formation est une bonne chose, ça va nous aider dans notre activité. La difficulté est l'analphabétisme des gens. Il faut octroyer des formations sur leur utilisation, envoyer les messages en langue locale et alphabétiser ceux qui ne savent pas lire.* ».

**Figure 90**

Evaluation des besoins de développement des compétences

- Oui
- Non



“

*La formation est une bonne chose, ça va nous aider dans notre activité. La difficulté est l'analphabétisme des gens. Il faut octroyer des formations sur leur utilisation, envoyer les messages en langue locale et alphabétiser ceux qui ne savent pas lire.*



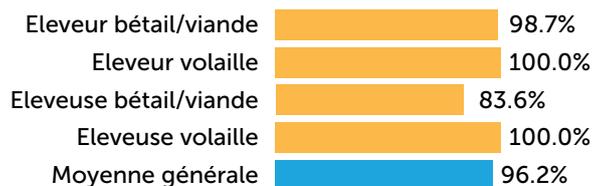
Toutes les régions ont exprimé de forts besoins en formation. On peut juste préciser qu'avec 90,8% d'expression, le Centre-Ouest est légèrement en retrait par rapport au Centre-Est et au Centre-Sud où tous les éleveurs souhaitent être formés.



**Figure 91**  
Besoin de formation par région

L'analyse par catégorie nous enseigne que les éleveurs et les éleveuses de volaille ont tous (100%) exprimé le besoin d'être formés. Cela peut tenir à la complexité de l'élevage de la volaille en comparaison avec l'élevage du bétail/viande :

- Nombre plus élevé de têtes ;
- Impact plus grand et plus rapide des épidémies ;
- Besoin d'une plus grande connaissance technique de l'activité, etc.



**Figure 92**  
Besoin de formation par catégorie

Lorsque l'on étudie les types de besoins en formation, on remarque que la formation professionnelle vient largement en première position (sollicités par 78,7% des acteurs). Il s'agit pour les derniers d'avoir une meilleure connaissance des spécificités de leur activité. C'est ainsi qu'en termes d'attentes, la Coopérative des éleveurs de Nouhao, Centre-Est, affirme « *avoir besoin de formations en matière d'élevage et les techniques pour mieux réussir l'embouche bovine* ».

Ce n'est qu'ensuite qu'arrivent les formations plus générales, mais qui permettent de mieux gérer l'activité. Il s'agit alors de :

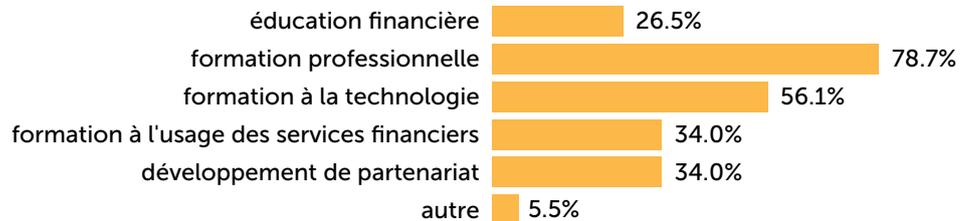
- La formation à la technologie (sollicitée par 56,1% des éleveurs). C'est le signe d'une prise de conscience de l'importance de la technologie, et plus particulièrement des outils digitaux, pour mieux gérer l'activité.
- La formation à l'usage des services financiers (34%). Cela tient à l'exploitation de toutes les opportunités et fonctionnalités offertes par les services financiers.
- Le développement des partenariats (34%). C'est le signe d'une prise de conscience par les éleveurs qu'une véritable croissance de leurs activités nécessite la collaboration avec d'autres acteurs dans des domaines qui peuvent être techniques, financiers ou même managériaux.

Bien que l'éducation financière arrive en dernière position des types de besoins de formation (26,5%), il faut apprécier ces éleveurs qui ont compris que la connaissance et le respect de l'orthodoxie financière (financement de l'activité, gestion du fonds de roulement, équilibre financier, etc.) sont critiques pour le succès de leur activité.

C'est ainsi par exemple que le plus jeune producteur de volaille de Sarogo (Nobéré), Centre-Sud « *ne demande pas de prêt par manque de connaissance de la procédure de demande de prêt, des offres et conditions de financement* ».

**Figure 93**

Nature des besoins de formation



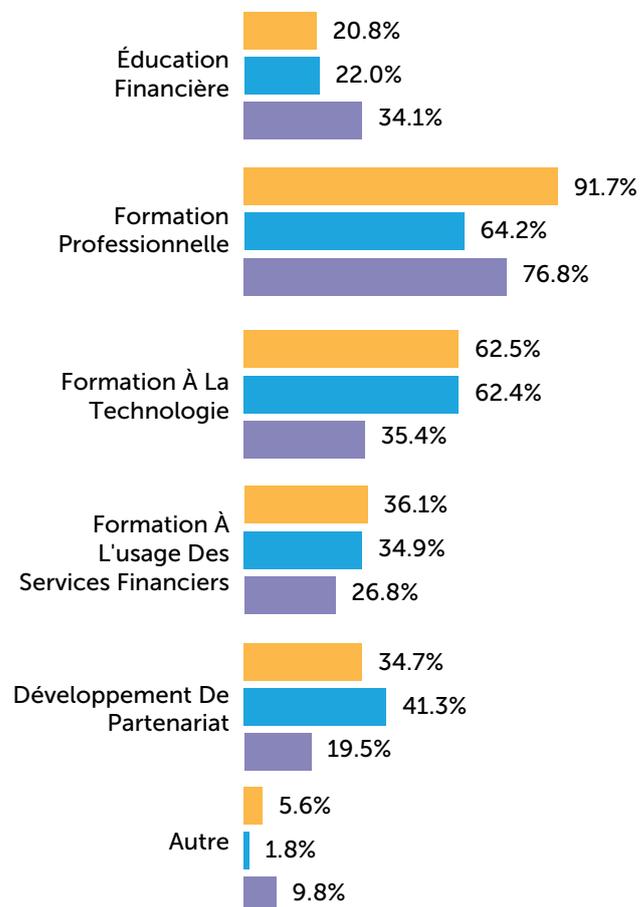
Le graphique ci-dessous montre que chaque région semble avoir des besoins particuliers en comparaison avec les autres. C'est ainsi que :

- Les éleveurs du Centre-Est soient relativement plus intéressés par la formation professionnelle et la formation à l'usage des services financiers, digitaux notamment.
- Ceux du Centre-Ouest sont moins concernés par la formation professionnelle ; mais davantage par le développement de partenariat et la formation à la technologie et à l'usage des services financiers.
- Les éleveurs du Centre-Sud, pour leur part, sollicitent davantage la formation à l'éducation financière et la formation professionnelle.

**Figure 94**

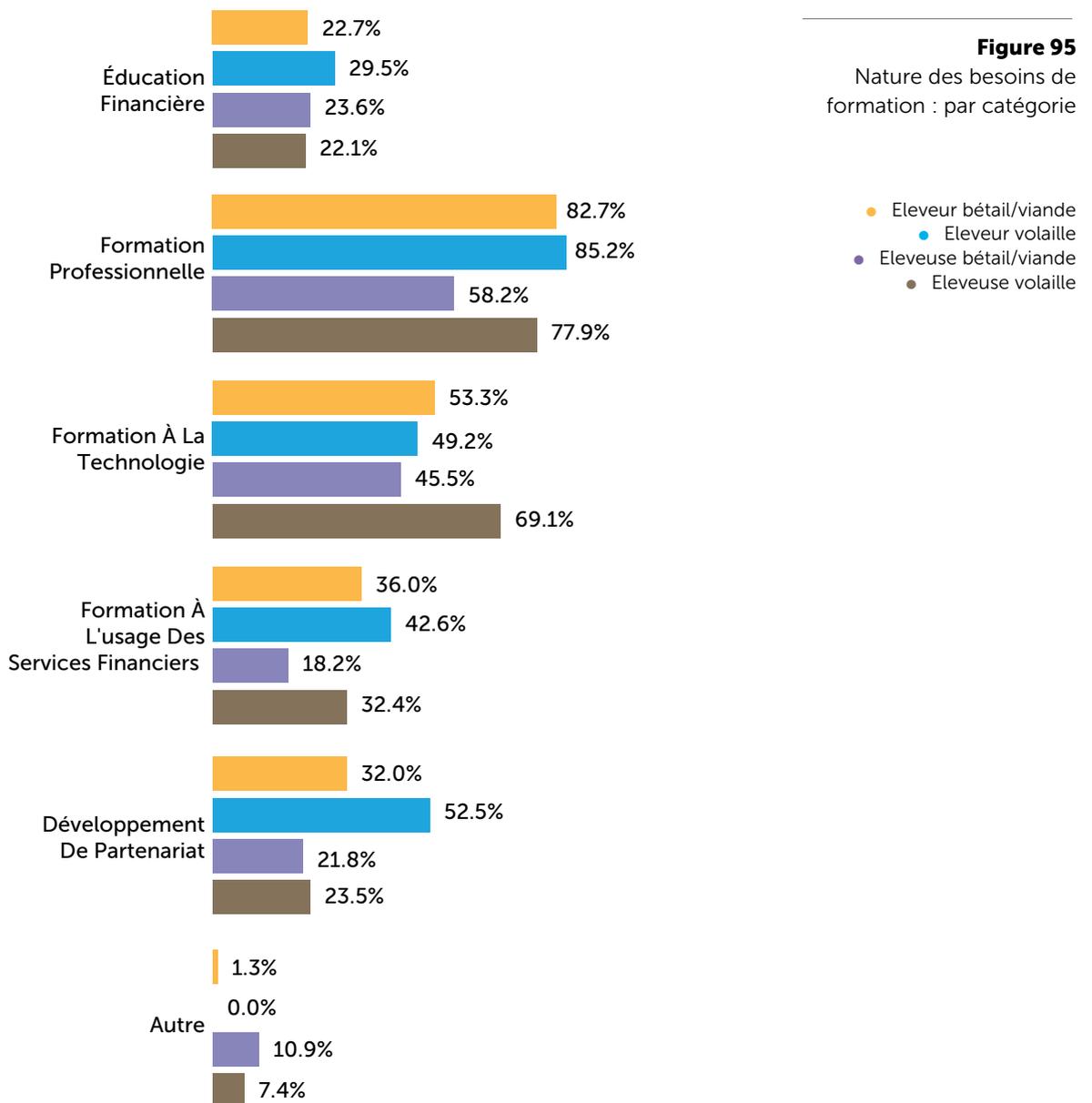
Nature des besoins de formation : par région

- Centre-Est
- Centre-Ouest
- Centre-Sud



Le premier constat qui émerge dans l'analyse par catégorie est que la relative complexité de l'élevage de volaille (brièvement présentée dans les pages précédentes) permet de comprendre pourquoi la formation professionnelle est de loin le principal thème sollicité par les acteurs de cette filière.

A côté de cela, on note également l'importance de l'accompagnement financier sous ses différentes formes (éducation financières, usage des services financiers, partenariat) chez les éleveurs et éleveuses de volaille.



## V. Challenges et Opportunités

Plusieurs contraintes entravent les performances de l'ensemble du secteur de l'élevage aussi bien bétail-viande que volaille. Elles sont classifiées en cinq grandes catégories comme l'illustre le tableau ci-dessous.

CONTRAINTES TECHNIQUES	CONTRAINTES INSTITUTIONNELLES, POLITIQUES ET JURIDIQUES	CONTRAINTES SOCIALES	CONTRAINTES FINANCIERES	CONTRAINTES ENVIRONNEMENTALES
<p><b>Contraintes d'ordre alimentaire</b> : faiblesse de la productivité animale due au déficit fourrager et nutritionnel affectant le cheptel (saison sèche).</p> <p><b>Contraintes d'ordre sanitaire</b> du fait de l'insuffisance des intrants vétérinaires (médicaments et vaccins)</p> <p><b>Contraintes d'ordre génétique</b></p> <p><b>Contraintes d'ordre commercial</b> : l'insuffisance d'infrastructures marchandes structurantes</p>	<p>La faible structuration et professionnalisation des acteurs : les acteurs sont peu structurés et manquent de professionnalisme</p> <p>La faiblesse en matière de planification : ressources humaines insuffisantes ou incomplètes (économistes et sociologues), la faiblesse d'informations statistiques précises</p> <p>La faiblesse de la recherche et de la vulgarisation agricoles</p> <p>Les impacts négatifs des politiques sur la compétitivité des produits animaux</p> <p>La faible application des textes au niveau national et sous-régional</p>	<p>L'insécurité foncière</p> <p>Les inégalités liées au genre</p> <p>L'analphabétisme des éleveurs</p>	<p>La faiblesse du financement public du sous-secteur de l'élevage : Malgré son importance socio-économique, le sous-secteur de l'élevage bénéficie d'une très faible part des investissements publics</p> <p>Le faible accès aux crédits bancaires pour les acteurs de l'élevage</p>	<p>La grande exposition aux impacts négatifs des changements climatiques</p>

Nous développons plus en détail dans ce chapitre les challenges spécifiques aux différentes catégories d'acteurs, et découlant des entretiens et enquêtes réalisées sur le terrain.

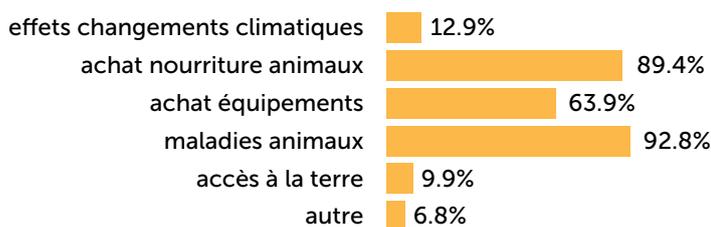
- Contraintes majeures des éleveurs
- Challenges d'ordre financier
- Freins et limites à l'utilisation des outils digitaux
- Défis spécifiques aux autres acteurs de la filière élevage

### V.1 Contraintes majeures des éleveurs

Les contraintes majeures auxquelles les acteurs directs de l'élevage font face peuvent être divisées en deux catégories : les contraintes physiques et les contraintes financières.

Les contraintes physiques concernent essentiellement les maladies des animaux (92,8% des éleveurs s'en soucient spécifiquement) et les effets des changements climatiques (12,9% des cas). A ces deux principales contraintes peut également être rattaché le problème de l'accès à la terre (qui concerne bien évidemment et principalement les éleveurs de bétail/viande).

Les contraintes financières sont révélées par les problèmes que les éleveurs rencontrent dans l'achat de la nourriture pour animaux (89,4%), ainsi que l'achat d'équipements (63,9%). Les deux grandes rubriques du financement de l'activité sont donc concernées ici : les dépenses d'investissement (achat équipements), et les dépenses de fonctionnement (achat de nourriture). Tout ceci a donc un impact à la fois sur la rentabilité de l'activité d'élevage et sur la capacité de croissance et de développement du business.



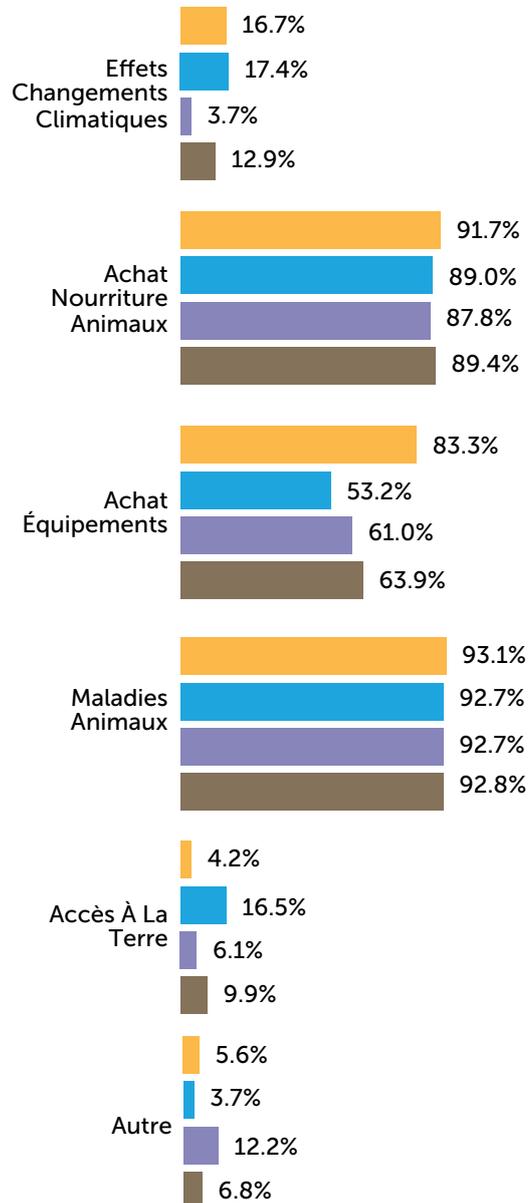
**Figure 96**  
Contraintes majeures dans l'élevage

De manière spécifique, il apparaît que le problème de l'accès à la terre est récurrent dans la région du Centre-Ouest ; laquelle région semble également souffrir (avec la région du Centre-Est) des effets des changements climatiques.

**Figure 97**

Contraintes majeures par région

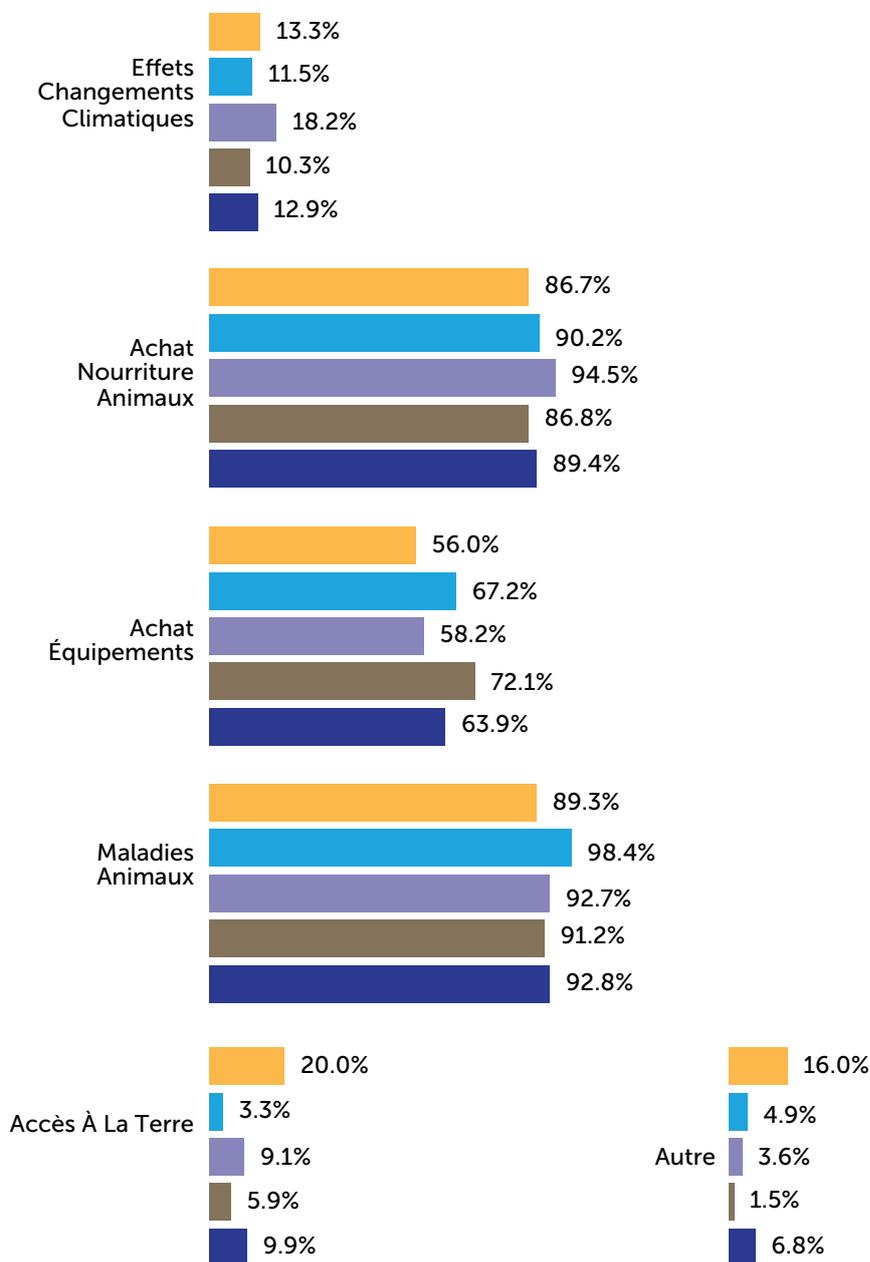
- Centre-Est
- Centre-Ouest
- Centre-Sud
- Moyenne générale



Nous aurions pu penser à priori que le problème majeur des maladies des animaux pourrait concerner essentiellement les acteurs de la filière volaille. Mais l'enquête par sondage révèle que tous les acteurs souffrent de ce challenge.

Le problème qui est cependant spécifique aux éleveurs et éleveuses de volaille est celui de l'achat d'équipements, tant il est vrai que cette activité nécessite des installations et du matériel d'un tout autre calibre que dans le cas de l'élevage du bétail/viande.

Les acteurs de cette dernière filière souffrent eux davantage des effets du changement climatique et du problème de l'accès aux terres, puisque les bêtes ont besoin de vastes espaces de pâturage.



**Figure 98**  
Contraintes majeures par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale

Certains challenges n'ont pas été suffisamment mis en évidence lors de l'enquête par sondage, mais ont fait l'objet de débats lors de l'étude qualitative (focus groups et entretiens en profondeur).

On peut ainsi relever les problèmes liés aux limites inhérentes au type de formation. C'est ainsi que l'Association Tilgre des Femmes Eleveuses de Koupela (ATFEK), Centre-Est a déclaré : « *nous avons des formations professionnelles mais pas de formation en éducation financière* ». Cela fait ressortir la nécessité de personnaliser les programmes de formation en identifiant des thèmes de tronc commun et des thèmes spécialisés.

D'autres challenges ont été mis en évidence par d'autres associations :

- les maladies des poulets,
- les morts subites des poulets,
- les prédateurs (serpents, éperviers),
- les voleurs,
- le manque de panneaux de signalisation pour le passage des animaux,
- les incendies lors du chauffage du poulailler.

## V.2 Challenges d'ordre financier

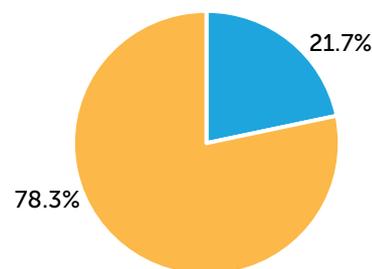
Le premier challenge ici concerne l'écart entre capacité de financement et besoins de financement. Le second a trait au mode de paiement des acheteurs et clients de la filière élevage.

L'on relève tout d'abord qu'une large majorité d'éleveurs (78,3%) se plaignent de l'insuffisance des fonds pour financer les besoins liés à l'exploitation et au développement de leur activité.

**Figure 99**

Suffisance des fonds pour financer les besoins

- Non
- Oui

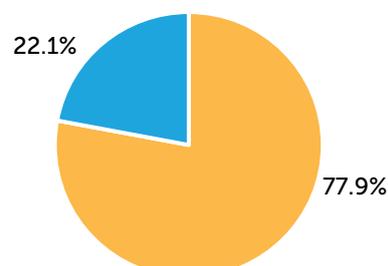


Sans surprise, et venant confirmer le constat de l'insuffisance des fonds pour financer les besoins, l'on note que la plupart des acteurs de l'élevage (77,9%) reconnaissent avoir des difficultés à financer l'activité.

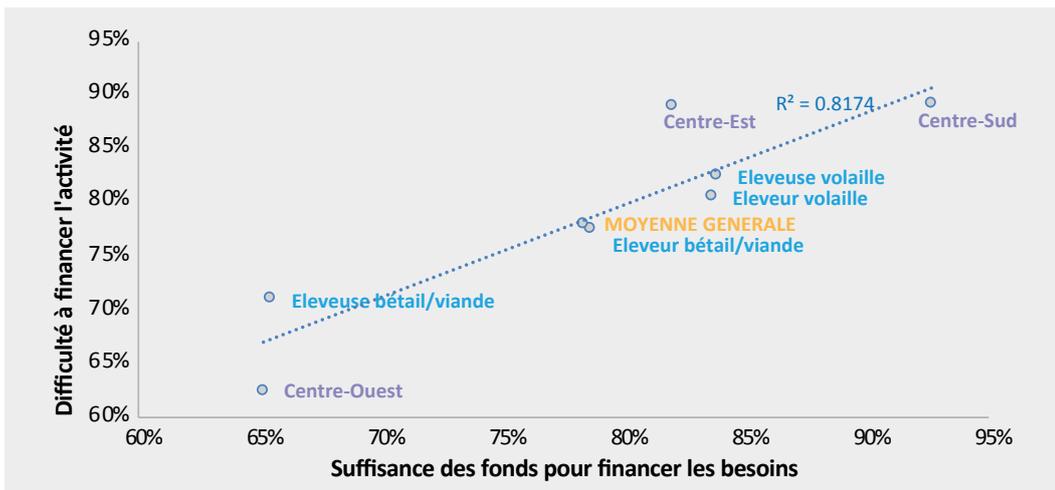
**Figure 100**

Difficulté à financer l'activité

- Oui
- Non



Le graphique d'analyse bivariée ci-dessous confirme la corrélation entre l'insuffisance des fonds et les difficultés auxquelles font face les éleveurs pour financer leurs activités. Ce que le graphique nous apprend de manière supplémentaire, c'est que les éleveuses de bétail/viande d'une part, et les acteurs de la région Centre-Ouest d'autre part, semblent moins souffrir de ce challenge lié au financement que les autres acteurs et régions.



**Figure 101**  
Corrélation entre  
suffisance des fonds  
et difficulté à financer  
l'activité

Nous avons vu dans le chapitre précédent que presque tous les éleveurs (94,7%) étaient obligés de financer leurs activités sur fonds propres, et que seuls 14,8% avaient déjà pu bénéficier des crédits bancaires ou IMF. Le problème de l'accessibilité des crédits est donc réel et tient à plusieurs raisons au rang desquelles les conditions imposées par les banques, les promesses non tenues, etc. Les deux verbatim ci-dessous sont tirés des entretiens en profondeur réalisés auprès d'éleveurs de la région du Centre-Est, et illustrent le problème d'accessibilité au crédit bancaire.

- « Nous déposons les dossiers, mais sans gain cause. Les institutions viennent auprès de nous et font des promesses mais rien de concret ». Coopérative Lagmtaaba des éleveurs de bétail de Tenkodogo, Centre-Est.
- « Nous avons un problème de garantie et nous roulons sur fonds propre », Coopérative Lagmtaaba des éleveurs de bétail de Tenkodogo, Centre-Est.

Le cas particulier des jeunes (moins de 35 ans) et des femmes doit être relevé ici. En effet, des focus groupes réalisés avec la plupart des associations d'acteurs directs, il ressort que l'accès des femmes et des jeunes au crédit est presque impossible.

A la question : « quelle est la situation des jeunes (< 35 ans) et des femmes concernant le financement de leurs activités de production ? », nous avons eu les verbatim ci-dessous illustrent ce qui précède.

- « Les jeunes et les femmes n'ont pas accès aux prêts et aux financements ». Association Pegdwende des Éleveuses de Volaille
- « Les jeunes et les femmes ne bénéficient pas de financement souvent ils sont obligés d'adhérer d'autre structures ». Association des éleveurs de bétail de Bittou.

Pour conclure avec les challenges liés aux questions financières, nous allons aborder le volet du mode de paiement des acheteurs.

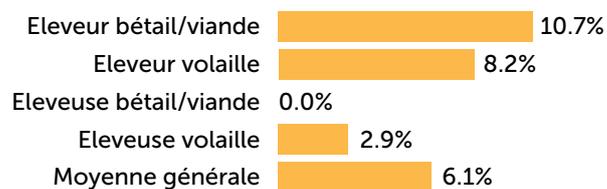
Nous avons vu dans le chapitre précédent que le mode de paiement des acheteurs ne constituait un véritable problème que pour 6,1% des acteurs de la filière élevage. Il nous semble cependant utile de mettre en évidence les différences catégorielles. Et cela d'autant plus que cela a un impact sur les ressources des éleveurs et sur la gestion de leur fonds de roulement.

Ainsi, les éleveuses de bétail/viande et les éleveuses de volaille sont les acteurs qui déclarent éprouver le moins de difficultés avec le mode de paiement (respectivement 0% et 2,9% comparé à la moyenne générale de 6,1%). Ces actrices sont d'ailleurs celles qui reçoivent le moins de paiements à crédit (respectivement 7,3% et 10,3% comparé à la moyenne générale de 11,8%), et par conséquent souffrent moins des inconvénients de ce mode de paiement.

A titre de rappel, nous avons relevé que les principales plaintes concernant le mode de paiement étaient : le non-respect du délai de paiement de la tranche restante, le non-paiement et la disparition de l'acheteur, etc.

**Figure 102**

Difficultés avec le mode de paiement : par catégorie



La conclusion est que, même si les éleveurs semblent ne pas beaucoup se plaindre du mode de paiement des acheteurs, une formation en éducation financière leur permet de mieux comprendre et appréhender l'impact au niveau de la gestion de trésorerie de leur activité.

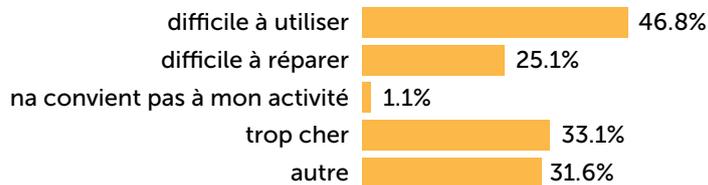
### V.3 Freins et limites à l'utilisation des outils digitaux

Les freins et limites à l'utilisation des outils digitaux apparaissent à deux niveaux : les freins et limites d'ordre général, et le cas spécifique du mobile money.

Le principal frein à l'utilisation des outils digitaux de manière générale a trait à la difficulté d'utilisation (46,8%). Cela peut tenir au niveau d'étude relativement modeste des éleveurs, mais également à la faible ouverture à la technologie et à la modernité.

Les deux autres freins qui sont régulièrement évoqués sont :

- Le caractère onéreux des outils digitaux (33,1%). Dans cette optique, certains éleveurs sont certes intéressés par l'usage des appareils digitaux, mais leur niveau de revenu modeste ne leur permet pas d'en acquérir.
- La difficulté à réparer les outils digitaux (25,1%). Ces appareils étant électroniques, il faut consulter un véritable spécialiste en cas de panne. Si l'on ajoute à cela que les conditions d'utilisation des appareils digitaux (en plein air) sont de nature à accélérer leur détérioration, et que les spécialistes en réparation ne sont pas toujours faciles à trouver, l'on comprend que cela constitue un frein significatif à leur utilisation.



**Figure 103**  
Freins à l'utilisation des outils digitaux

C'est le lieu ici de préciser que le faible taux d'alphabétisation est un frein à l'utilisation des outils digitaux qui a été mentionné par de nombreuses acteurs de la filière. D'ailleurs certaines associations d'éleveurs ont clairement exposé ce facteur comme un frein réel.

A la question, « Quelles difficultés l'on pourrait rencontrer si l'on décide de mettre en place ces nouveaux services dans la filière bétail-viande et élevage ? », nous avons par exemple eu les réponses suivantes : Cela est illustré dans les verbatims qui suivent.

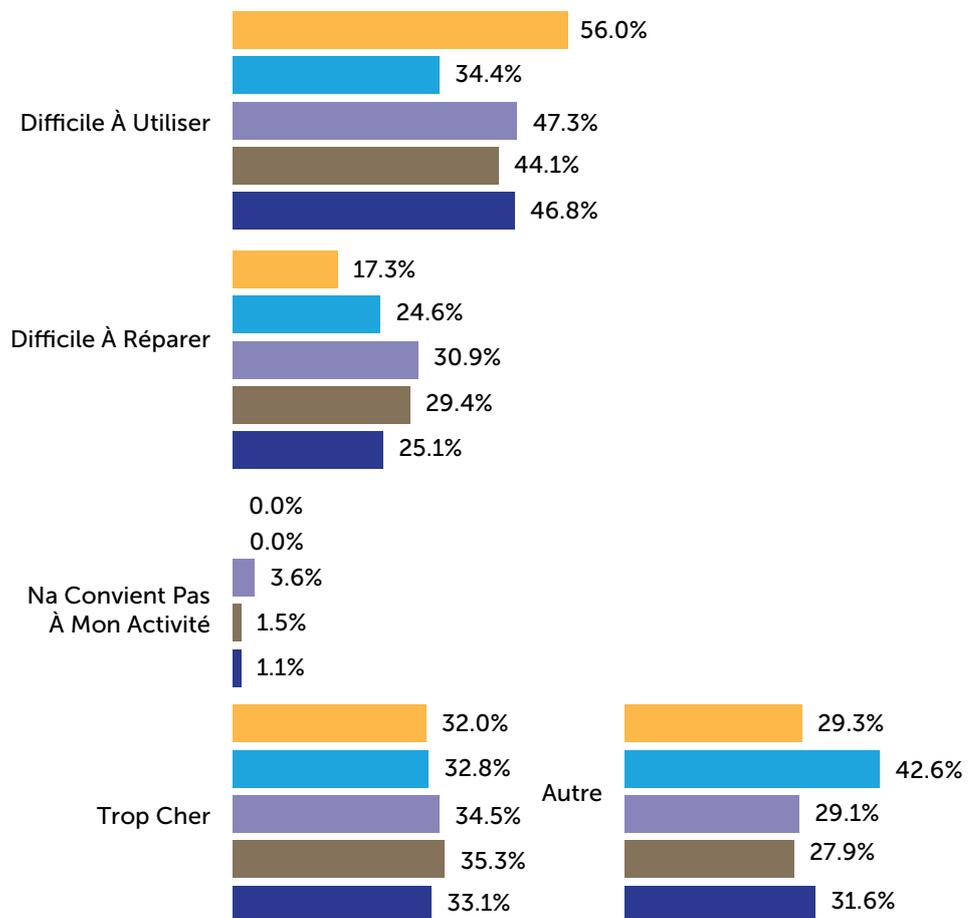
- « Il y a le problème de l'analphabétisme : beaucoup ne savent pas lire ». Association Teewendé des éleveurs de bétail de Pouytenga
- « Ça va nous fatiguer car beaucoup ne savent pas lire ». Association Dacoupa des éleveurs de Zabré

L'analyse catégorielle révèle que les éleveurs et éleveuses de bétail/viande sont les acteurs qui se plaignent le plus de la difficulté à utiliser les outils digitaux. En outre, les plaintes liées au prix élevé des appareils reçoivent quasi exactement le niveau de plaintes.

**Figure 104**

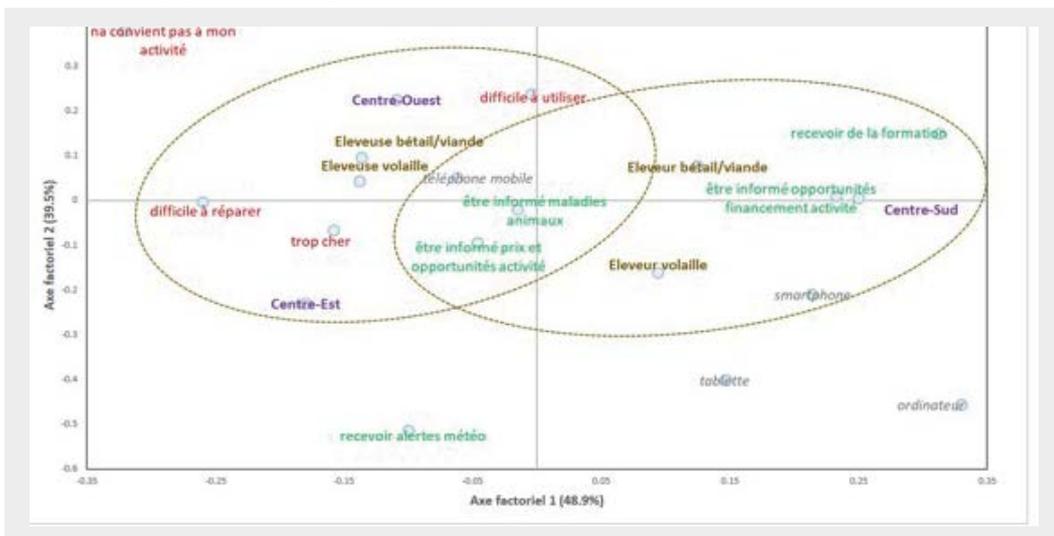
Freins à l'utilisation des outils digitaux : par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale



Le graphique ci-dessous est un mapping d'analyse multidimensionnelle qui permet de visualiser les proximités entre les catégories et les régions d'une part (nous les appellerons segments), et les avantages et les freins à l'utilisation des outils digitaux d'autre part (nous les qualifierons d'attributs). Ce graphique permet de tirer de nombreux enseignements.

- Primo, les segments semblent se différencier selon les attributs positifs (avantages des outils digitaux) et les attributs négatifs (freins à l'utilisation). C'est ainsi que les éleveuses (bétail/viande et volaille) et les acteurs des régions du Centre-Est et du Centre-Ouest semblent être ceux qui expriment le plus de freins à l'utilisation des outils digitaux. A contrario, les éleveurs (bétail/viande et volaille) et les acteurs du Centre-Sud, semblent tirer le maximum de bénéfices de l'usage des outils digitaux. Ces derniers segments (éleveurs de bétail/viande et région du Centre-Sud) sont d'ailleurs ceux qui ont le plus fort taux d'adoption des smartphones et tablettes, tel qu'illustré dans le graphique.
- Secundo, certains attributs concernent tous les acteurs de la filière élevage de manière presque identique. C'est le cas de l'utilisation des appareils digitaux pour être informé sur les maladies des animaux ou encore sur les prix et les opportunités liées à l'activité. Ces deux éléments constitueraient ainsi les thèmes d'un tronc commun de formation des éleveurs.
- Tertio, certains attributs ne sont que de peu d'importance, quel que soit le segment. C'est le cas du frein lié à l'inutilité des outils digitaux pour l'activité des acteurs de la filière élevage, mais également de l'utilisation des équipements digitaux pour recevoir des alertes météo.



**Figure 105**  
Analyse factorielle : proximités entre segments et attributs des outils digitaux

Lorsque l'on se penche de manière spécifique sur les limites et désavantages du mobile money, on peut relever que le coût élevé des transactions (cité dans 58,8% des cas), les problèmes de réseau (56,4%) et les fraudes et arnaques (46,7%) constituent l'essentiel des plaintes des acteurs de la filière élevage.

Le coût jugé élevé des transactions est une limite que l'on retrouve dans de nombreuses conclusions d'études de marché relativement au secteur des télécoms en Afrique. Et cela est d'autant plus marqué ici que les revenus des acteurs de la filière élevage sont très modestes. Concernant le coût des transactions, cette

remarque issue de l'un des IDI organisés est parlante : « Nos bénéficiaires dans la vente ne nous permettent pas de supporter les coûts liés aux transactions digitales. Le coût de retrait d'Orange Money est élevé. » dit le commerçant de volaille de Poa, Centre-Ouest.

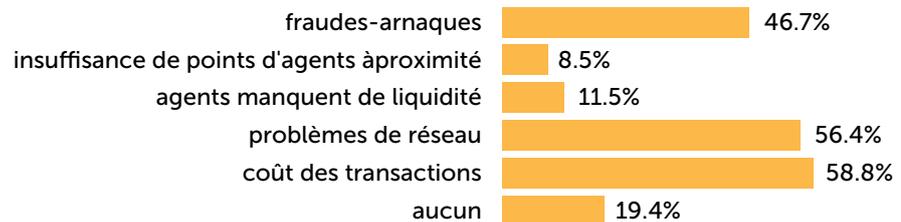
Les problèmes de réseau ont ceci de particulier qu'ils sont constitués de plusieurs facettes : appels qui n'aboutissent pas, connexion interrompue, etc. Ceci a forcément un impact sur les activités que peuvent mener les éleveurs avec leurs appareils, communication, information, formation, transactions financières, etc.

Les fraudes et arnaques trouvent leur importance en ce sens que les éleveurs craignent de voir disparaître l'argent contenu dans leur compte mobile money.

En marge de ces limites majeures du mobile money, on peut ajouter le problème des agents qui manquent de liquidité (cité dans 11,5% des cas), rendant parfois impossible une transaction ou un besoin de financement important et urgent. S'ajoute également le problème de la proximité des agents (8,5%), dans la mesure où les éleveurs peuvent avoir à parcourir de longues distances pour effectuer une opération mobile money.

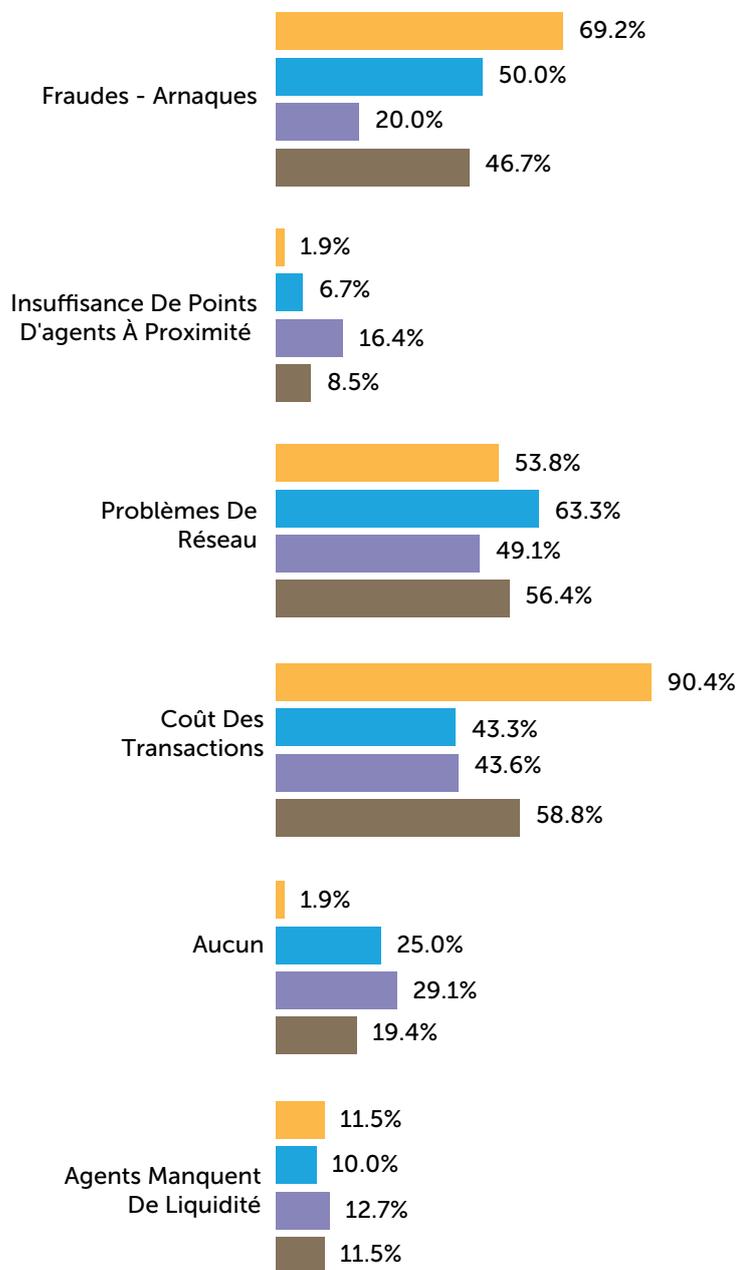
**Figure 106**

Limites et désavantages du mobile money



Les comparaisons des limites et désavantages du mobile money par région révèlent que :

- Les fraudes et arnaques concernent davantage la région du Centre-Est, de même que le coût élevé des transactions ;
- Le Centre-Sud est la région qui semble le plus souffrir de l'insuffisance des points de vente de proximité ;
- Les problèmes de réseau affectent davantage les éleveurs du Centre-Ouest ;
- Le problème du manque de liquidité des agents affecte toutes les régions de façon quasi identique.



**Figure 107**  
Limites et désavantages du mobile money par région

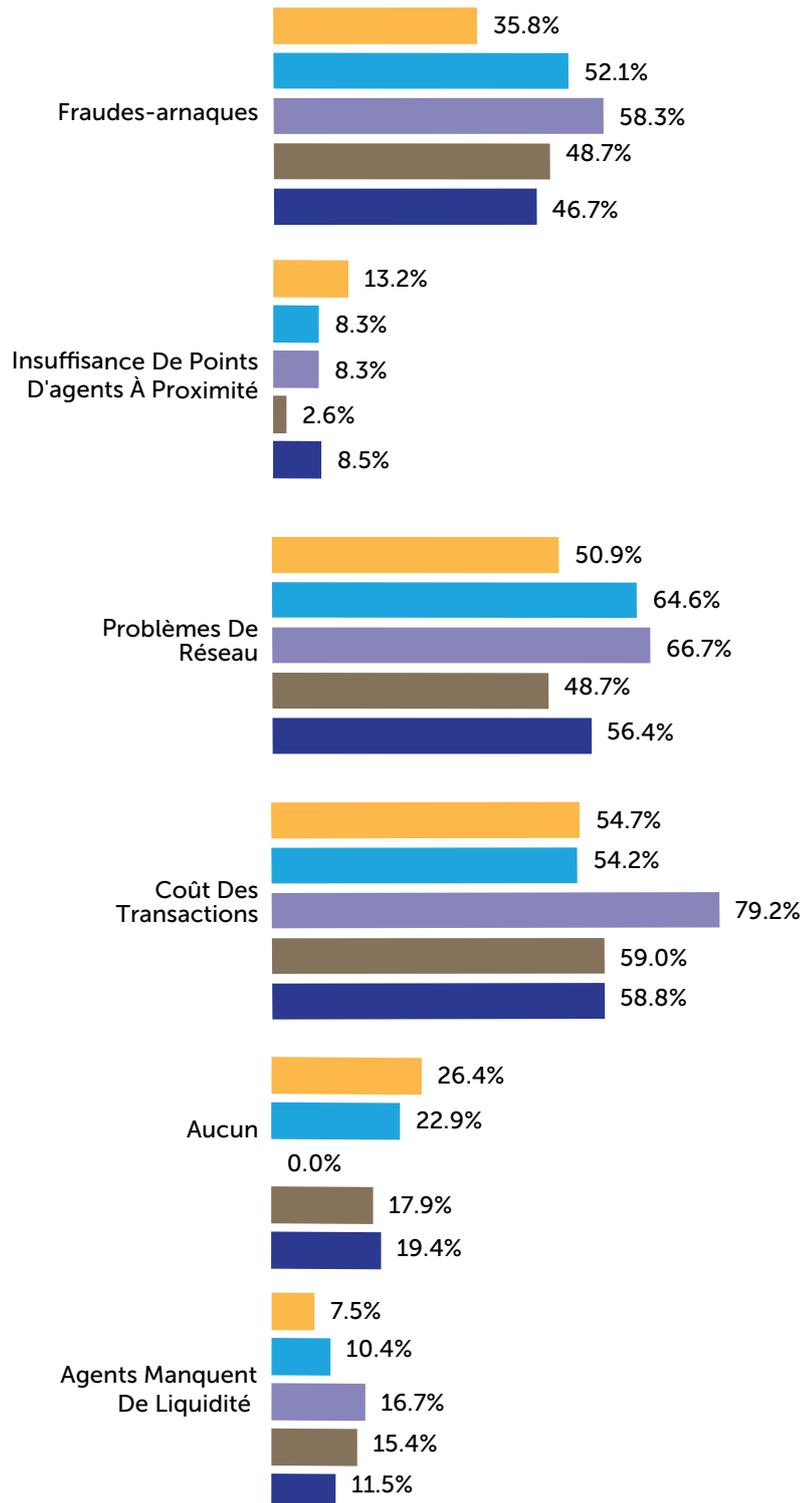
- Centre-Est
- Centre-Ouest
- Centre-Sud
- Moyenne générale

Lorsque l'on se penche sur les limites et désavantages du mobile money par région, on constate que les éleveuses de la filière bétail/viande sont celles qui semblent le plus se plaindre (fraudes & arnaques, agents manquant de liquidité, qualité du réseau, coût élevé des transactions) ; ce qui contraste avec les éleveurs de la même filière qui eux, se plaignent davantage de l'insuffisance de points de vente de proximité.

**Figure 108**

Limites et désavantages du mobile money par catégorie

- Eleveur bétail/viande
- Eleveur volaille
- Eleveuse bétail/viande
- Eleveuse volaille
- Moyenne générale



Certains challenges n'ont pas été suffisamment mis en évidence lors de l'enquête par sondage, mais ont fait l'objet de débats lors de l'étude qualitative (focus groups et entretiens en profondeur) :

- les erreurs lors des transactions,
- l'exigence de la CNIB,
- la possibilité d'oublier le code.

#### **V.4 Challenges des autres acteurs de la filière élevage**

A côté de ces challenges qui touchent spécifiquement les éleveurs, il convient d'en relever d'autres qui concernent d'autres acteurs de la filière : les revendeurs, les bouchers, les collecteurs, etc.

Ainsi, les problèmes auxquels font face les **revendeurs** sont essentiellement :

- Le fait que les éleveurs ne vaccinent pas assez bien les poulets. La conséquence est que souvent les poulets achetés peuvent mourir précocement.
- Le manque de réseau routier. Ce qui rend les villages difficilement accessibles pour les activités.
- Plus récemment, le terrorisme. Ce qui fait que les fournisseurs de l'Est viennent de moins en moins livrer les poulets.

S'agissant des bouchers, de l'entretien mené auprès des **bouchers**, il ressort que les principales difficultés concernent :

- le fait que les abattoirs ne répondent pas à leurs besoins en termes d'hygiène ;
- le manque de formation adaptée au besoin des bouchers ;
- la méconnaissance par les clients de la différence entre les qualités de viande ;
- les délestages intempestifs qui imposent le recours au solaire. En effet, « *il faut jeter la viande en cas de long délestage de 6h* », dixit Balima Abdoulaye, boucher à Tenkododo, Centre-Est.

Les principales difficultés que rencontrent les **collecteurs** sont résumées dans ces propos de El Adj Diallo Djibril, collecteur au village de Bitou, Centre-Est :

*« Tu peux acheter un animal malade. Quand nous nous rendons dans les marchés à bétail des pays voisins, les acheteurs prennent à crédit et c'est après-vente, ils nous payent. Souvent pour récupérer ce n'est pas facile. D'autres ne remettent pas et quand tu les convoques comme c'est dans leur pays on te dit qu'il va te payer et ils le laissent partir. Il y a un qui me doit trois millions mais je sais que c'est fini, je n'aurai plus cet argent. »*

Le manque d'efficacité du **système d'approvisionnement en intrants** est l'autre problème spécifique à la filière élevage et qu'il convient de mentionner. Le principal problème ici est celui de la pénurie d'usines.

Ainsi, pour Sedga Yacouba : « *Le système d'approvisionnement ne nous arrange pas, car il y a une seule usine de fabrication d'aliment pour bétail au Burkina qui est à Bobo. Il y a les grands grossistes qui prennent à partir de l'usine. Pour nous qui avons des petits moyens, c'est compliqué de prendre à l'usine. J'ai déjà essayé, mais ils m'ont tourné, tourné, pour finalement me remettre mon argent. J'étais obligé de prendre avec les grossistes à Ouagadougou. Mais si nous obtenons une usine à Tenkodogo, cela devrait beaucoup nous aider.* »

## VI.

# Recommandations

Les recommandations de nature à améliorer les performances de l'écosystème de la filière élevage comprennent des recommandations générales, ainsi que celles liées aux flux à digitaliser.

### VI.1 Recommandations générales

Les recommandations générales peuvent s'articuler autour de 5 dimensions telles que représentées dans le diagramme ci-dessous.

- Dimension de base : Modernisation de la filière élevage
- Dimension centrale : Financement de la filière élevage
- Dimension latérale 1 : Renforcement des capacités des acteurs de la filière
- Dimension latérale 2 : Autonomisation des femmes et des jeunes
- Dimension transversale : Digitalisation de la filière élevage

C'est de cette manière que les recommandations en termes de flux d'information ou de formation, ainsi que de flux de digitalisation, peuvent permettre d'atteindre les objectifs d'optimisation de la filière élevage.



**Figure 109**  
Les 5 dimensions de dynamisation de la filière élevage

La dimension de base (modernisation de la filière) permettra de constituer un socle assurant la performance de l'écosystème sur le long terme. Il s'agit certes d'un vaste chantier requérant de nombreux financements et interventions, mais qui devrait être engagé dès que possible.

La dimension centrale (financement de la filière) constitue le « nerf de la guerre ». C'est au sein de cette dimension que seront levées certaines des préoccupations de facilitation qui ont été soulevées par toutes les catégories d'acteurs de la filière, sans exception.

La dimension latérale 1 (renforcement des capacités des acteurs) consiste à fournir aux éleveurs et éleveuses les moyens intellectuels (formation et information) leur permettant de mener leur activité de manière plus professionnelle, de tel sorte que leurs exploitations puissent croître et être plus rentables.

La dimension latérale 2 (autonomisation des femmes et des jeunes) est le volet au sein duquel certaines inégalités (de genre et d'âge) seront atténuées, de telle sorte qu'une synergie puisse être créée par la participation égale de tous les acteurs au développement de la filière élevage.

La dimension transversale (digitalisation de la filière) est celle qui permettra d'arrimer la filière élevage aux réalités de la révolution numérique en comblant le retard pris par les acteurs dans ce domaine, et en leur permettant d'exploiter toutes les opportunités offertes par elle. C'est une dimension fondamentale en ce sens que chacune des autres dimensions comporte un volet digital pour atteindre son plein potentiel.

### Modernisation de la filière élevage

La dimension de base (modernisation de la filière) permettra de constituer un socle assurant la performance de l'écosystème sur le long terme. Il s'agit certes d'un vaste chantier requérant de nombreux financements et interventions, mais qui devrait être engagé dès que possible.

**Tableau 2**  
Modernisation de la filière  
élevage

Rubrique	Justification/ opportunité	Détails	Conditions de succès
Amélioration et développement des infrastructures	L'insuffisance des infrastructures d'hydrauliques pastorales, la mauvaise répartition dans l'espace et le mauvais état de l'existant réduit la disponibilité et l'accès à l'eau pour les activités d'élevage.	Réhabilitation des infrastructures d'hydraulique existante et un développement de nouvelles autres permettraient de renforcer la production dans l'élevage.	Mise à contribution des ministères concernés

Transformation des produits	La transformation permet de donner un supplément de valeur ajoutée aux animaux et aux produits animaux. Elle est source potentielle de création d'emploi donc de lutte contre la pauvreté.	Transformation de l'élevage en viande, lait, charcuterie.  Création d'usines de fabrication d'aliments pour bétail	Études de marché (pour identifier les bons débouchés) et de rentabilité
Mise en place d'outils et d'équipements	La pénétration de certains outils et équipements essentiels est encore modeste (smartphones, TV, etc.)	Mise en place de campagnes promotionnelles par les opérateurs télécoms afin d'accélérer la pénétration dans certaines niches	Explication du potentiel de ces niches auprès des opérateurs (impact direct et indirect)

**Renforcement des capacités des acteurs directs de la filière élevage**

La dimension latérale 1 (renforcement des capacités des acteurs) consiste à fournir aux éleveurs et éleveuses les moyens intellectuels (formation et information) leur permettant de mener leur activité de manière plus professionnelle, de tel sorte que leurs exploitations puissent croître et être plus rentables.

Rubrique	Justification/opportunité	Détails	Conditions de succès
Information	Tous les acteurs reconnaissent l'utilité de l'information, même si certains obstacles existent	Informations verticales (produites par d'autres organisations et revêtant un caractère quasi directionnel)  Informations transversales (partage d'informations entre éleveurs d'une même communauté/ catégorie ou non)	Varié les sources, les supports et les contenus Vulgariser les canaux électroniques et digitaux Faire prendre conscience à chacun du rôle qu'il a à jouer en matière de production et de partage d'informations Intervention de l'Etat par la vulgarisation du ministère de tutelle

**Tableau 3**  
Renforcement des capacités des acteurs directs de la filière élevage

Formation	<p>Certaines exploitations sont peu performantes en raison des faibles qualifications des éleveurs</p> <p>Le succès de la digitalisation dépend d'un certain confort intellectuel qui passe par des formations</p>	<p>Formation professionnelle et gestion d'une exploitation</p> <p>Formation à la technologie</p> <p>Education financière</p> <p>Utilisation des services financiers digitaux</p> <p>Développement de partenariat</p> <p>Initiation à l'analyse des données et de la performance</p>	<p>Sources de financement : Fédération, coopérative, association, collectivité locale de développement. Partenariats avec les agences nationales de promotion de l'emploi et de l'entrepreneuriat pour obtenir des places pour les producteurs/éleveurs. Sponsorings de partenaires émetteurs de monnaie électronique et des banques</p> <p>Adapter le contenu et les supports de formation aux spécificités de l'audience (langues locales, contenu pratique, impact réel sur les activités d'élevage, forme ludique, etc.)</p>
-----------	--	---	--

Le tableau ci-dessous fournit quelques détails sur les flux d'information.

Catégories de flux d'information	Détails
Flux d'informations verticales	<p>Mise en place d'un dispositif de renseignement et d'assistance directe permettant aux éleveurs de mieux s'informer</p> <p>Diversification des sources et supports d'information (messages SMS et IVR, manuels et brochures, outils digitaux, mini-séminaires, etc.)</p> <p>Variation des contenus (prix, vaccins, maladies des animaux, canaux de distribution, etc.)</p> <p>Mise en place de campagnes d'information sur des thèmes tels que les maladies des animaux, la gestion de l'exploitation, etc.</p>
Flux d'informations transversales	<p>Mise en place d'une plate-forme interactive par réseaux sociaux (groupes WhatsApp, etc.) permettant à chacun de partager des informations ainsi que des retours d'expérience</p> <p>Mise en place d'un dispositif de renseignement et d'assistance mutuelle</p> <p>Création d'une base de données des contacts (téléphoniques et physiques) de tous les acteurs directs et indirects</p>

**Tableau 4**  
Tableau des flux d'information

Le tableau ci-dessous fournit quelques détails indicatifs sur les thèmes de formation.

**Tableau 5**

Tableau des flux de formation

Thèmes de formation	Détails
Formation professionnelle	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Typologie des animaux d'élevage</li> <li>• La constitution d'un cheptel</li> <li>• L'alimentation des animaux (régimes, périodicité, impact)</li> <li>• La santé des animaux (avec le manuel de terrain des maladies animales par syndromes mettant l'accent sur les maladies transfrontalières)</li> <li>• La vaccination des animaux (types, calendrier, impact)</li> <li>• La gestion de l'exploitation (production de revenus, planning des activités, etc.)</li> </ul>
Formation à la technologie	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rappel de l'importance et des possibilités offertes par la technologie</li> <li>• Typologie des outils technologiques dans le domaine de l'élevage</li> <li>• Bases fonctionnelles des principales technologies</li> </ul>
Education financière	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Importance de la gestion financière</li> <li>• Gestion de la trésorerie</li> <li>• Compte d'exploitation et rentabilité de l'exploitation</li> <li>• Présentation des différents types de produits financiers</li> <li>• Montage d'un dossier de demande de crédit</li> <li>• Relations avec les institutions financières et conditions d'accès au micro-crédit</li> </ul>
Formation à l'utilisation des services financiers digitaux	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Initiation à la finance digitale et son écosystème</li> <li>• Panorama des services financiers digitaux</li> <li>• Bases fonctionnelles pour l'usage des services financiers digitaux</li> <li>• Formation sur la sécurité des transactions via le digital</li> </ul>
Développement de partenariat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Le montage d'un dossier de demande de partenariat</li> <li>• La typologie des partenaires et leurs apports respectifs</li> <li>• Présenter et soutenir une demande de partenariat</li> <li>• La négociation des formes et des conditions d'un partenariat</li> </ul>
Formation à l'analyse des données et des performances	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprendre l'importance de l'analyse des données dans la filière élevage</li> <li>• Les types de données et la manière de les collecter</li> <li>• L'exploitation des données collectées pour le suivi, l'explication et la prévision de l'activité</li> </ul>

L'amélioration de l'éducation financière se fera à travers :

- des jeux radiophoniques sur la finance
- des théâtres fora communautaires sur la finance
- la promotion de champions communautaires
- la sensibilisation aux points de ventes sur la finance

### Autonomisation des jeunes et des femmes de la filière élevage

La dimension latérale 2 (autonomisation des femmes et des jeunes) est le volet au sein duquel certaines inégalités (de genre et d'âge) seront atténuées, de telle sorte qu'une synergie puisse être créée par la participation égale de tous les acteurs au développement de la filière élevage.

Nous pensons que les femmes et les jeunes ne pourront atteindre leur pleine autonomie que si les barrières intellectuelles, financières et sociales sont levées.

Rubrique	Justification/ opportunité	Détails	Conditions de succès
Mise à niveau intellectuelle	Le faible taux d'alphabétisation des femmes favorise leur forte dépendance sociale	Imposer des quotas et minima pour les femmes dans les programmes de formation	Adapter les programmes de formation dans leur forme (langue vernaculaire, supports de formation)
Indépendance financière	L'exclusion des femmes et des jeunes de l'accès au crédit ne leur permet pas de développer leurs exploitations ou de faire face à certains aléas commerciaux ou financiers Les femmes confient leur cheptel à leurs époux pour la commercialisation	Ouvrir les possibilités d'octroi de crédits aux femmes et aux jeunes  Mettre en place des conditions souples d'accès au crédit (permissions exigées, garanties, etc.)	Education des conjoints sur les bienfaits de cette ouverture pour la gestion des exploitations
Activités sociales	De nombreuses femmes hésitent encore à intégrer les organisations sociales, ou ont besoin de l'accord de leur conjoint	Encourager les femmes à devenir membres de bureaux	Education des conjoints sur les bienfaits de cette ouverture pour la gestion des exploitations

**Tableau 6**  
Autonomisation des jeunes et des femmes de la filière élevage

### Financement de la filière élevage

La dimension centrale (financement de la filière) constitue le « nerf de la guerre ». C'est au sein de cette dimension que seront levées certaines des préoccupations de facilitation qui ont été soulevées par toutes les catégories d'acteurs de la filière, sans exception.

Les deux principales barrières concernées par le financement de la filière élevage sont l'opacité et les conditions bancaires.

**Tableau 7**

Financement de la filière élevage

Rubrique	Justification/ opportunité	Détails	Conditions de succès
Opacité	L'accès au crédit bancaire est refusé aux femmes et aux jeunes L'analphabétisme ne permet pas à certains de comprendre les rouages de l'accès au crédit	<p>Systématiser la formation à l'éducation financière et aux relations avec le milieu bancaire</p> <p>Mettre en place une campagne de communication des banques et IMF</p> <p>Elargir la panoplie des facilitations bancaires (découverts et autres types d'avances pour assurer le développement des exploitations)</p>	<p>Efficacité de la mise en place des programmes de formation</p> <p>Mise en place d'une micro-segmentation dans les banques pour personnaliser les propositions de valeur</p>

Conditions bancaires	Les conditions d'accès au crédit bancaires sont drastiques (taux d'intérêt, garanties)	<p>Proposer des taux d'intérêt plus bas pour certaines catégories d'éleveurs</p> <p>Alléger le système de garanties bancaires, ou alors l'indexer à d'autres facteurs</p> <p>Subventionner le coût du risque pour permettre aux fournisseurs de services bancaires et financiers de mieux accompagner ces filières (par exemple : fonds de garantie silencieuse)</p>	Intervention de la BCEAO et des autres autorités monétaire et financières
Autres	L'écosystème bancaire peut également être une source de revenus pour les éleveurs, surtout lorsque l'on considère que certains ont régulièrement un solde positif sur leur mobile money	Mise en place de taux d'intérêts positifs sur les soldes des portefeuilles de monnaie électronique pour encourager leur utilisation.	

### Digitalisation de la filière élevage

La révolution numérique en comblant le retard pris par les acteurs dans ce domaine, et en leur permettant d'exploiter toutes les opportunités offertes par elle. C'est une dimension fondamentale en ce sens que chacune des autres dimensions comporte un volet digital pour atteindre son plein potentiel.

Bien que le spectre de la digitalisation soit extrêmement large, nous nous focaliserons ici sur les deux catégories de flux qui font l'objet de cette étude : les flux financiers et les flux non-financiers.

Le tableau ci-dessus fait une synthèse de chacun de ces deux catégories de flux, et les tableaux suivants fournissent des détails.

**Tableau 8**

Digitalisation de la filière élevage

Catégories de flux	Justification/opportunité	Flux à digitaliser	Conditions de succès
Flux non-financiers	De nombreux besoins en formation et en information peinent à être satisfaits	Information de diverses natures Programme de formation Monitoring de l'activité et analyse des données Activités liées à l'exploitation	Lever l'obstacle de l'analphabétisation Prévoir des contenus en langues locales Booster l'adoption des outils digitaux
Flux financiers	L'inclusion financière est encore modeste Les transactions en cash restent prédominantes avec des risques de vol Le mobile money est utilisé pour transporter l'argent ou « garder » l'argent pour de courtes durées	Flux commerciaux (achats des intrants, règlements des acheteurs, autres transactions) Accès au crédit bancaire (court et moyen terme)	Réduction des frais de transactions financières et de retrait d'argent Booster l'adoption des outils digitaux Réduire les freins psychologiques à l'adoption Accroître l'éducation financière

Flux non-financiers	Flux à digitaliser	Détails	Impact
Informations diverses	Digitaliser les flux d'information verticaux Digitaliser les flux d'information horizontaux d'échanges entre acteurs	Notifications et alertes (prix, etc.) sur smartphones  Forums et groupes sur les réseaux sociaux	Meilleure proactivité et anticipation dans la prise de décision
Programme de formation	Digitaliser certains modules de formation en rendant leur contenu accessible par les outils digitaux : smartphones, tablettes	Création régulière et actualisée de contenu  Variation des formes de digitalisation (formation en ligne, etc.)	Meilleure gestion technique de l'exploitation Amélioration des ventes et de la rentabilité
Monitoring et analyse des données	Mettre en place des applications permettant de gérer l'activité (reporting, analyse des données,	Tableaux de bord interactifs de l'activité et des ventes  Documents financiers automatisés (compte d'exploitation, tableau de trésorerie, etc.)	Meilleur suivi des performances Meilleure proactivité et anticipation dans la prise de décision
Activités liées à l'exploitation courante	Utiliser des outils digitaux permettant de remplacer l'humain	Système d'alerte alimentation  Système d'alerte vaccination  Drones pour suivre le déplacement des troupeaux	Gestion en temps réel de l'activité

Flux non-financiers	Flux à digitaliser	Détails	Impact
Flux commerciaux	Digitaliser les flux de revenus Digitaliser les transactions Digitaliser les flux liés aux frais généraux	Paiements par les acheteurs  Règlement éventuel des cotisations  Opérations de transfert d'argent	Meilleure efficacité commerciale Réduction des risques de paiement
Accès au crédit	Digitaliser les opérations de crédit bancaire	Informations digitales sur les possibilités et facilités de crédit  Réalisation de transactions bancaires et consultation des soldes bancaires	Réduction des tensions de trésorerie Croissance de l'exploitation

## VI.2 Flux à digitaliser

Nous avons identifié deux catégories de flux à digitaliser en priorité : les flux hybrides de formation/information et des flux de règlements des acheteurs de produits d'élevage.

### Flux n°1 : Les flux hybrides de formation/information

#### La définition :

Il s'agit de mettre à la disposition des éleveurs/éleveuses, en utilisant des supports digitaux, plusieurs catégories de données liées à des modules de formation et à des thèmes d'informations.

#### La justification :

Il a été relevé dans le cadre de l'étude que :

- 96,2% des acteurs directs déclarent avoir besoin de développer leurs compétences.
- 97,3% des éleveurs reconnaissent l'utilité des informations auxquelles ils ont accès.
- Le bouche-à-oreille (85,9%) et la radio/TV (60,1%) demeurent les principales sources d'information.

La digitalisation des flux hybrides d'information et de formation permettra notamment :

- d'améliorer la réactivité décisionnelle des éleveurs lors de la gestion de leur exploitation ;
- de mieux comprendre les facteurs-clés de succès de leur exploitation ;
- d'améliorer l'efficacité commerciale des éleveurs, et donc d'augmenter leurs revenus.

**Les modalités :**

- Les supports digitaux utilisés seront les smartphones (utilisation individuelle) et des tablettes/ordinateurs (utilisation par les associations).
- Les modules de formation prendront la forme de messages longs (paragraphes) à partager selon une périodicité hebdomadaire du genre « conseil de la semaine ».
- Les thèmes d'information prendront la forme de messages courts à diffuser sous forme d'alerte, et donc selon une périodicité liée à la nature du fait générateur.
- Des groupes seront créés dans les réseaux sociaux afin de favoriser les échanges et discussions concernant les modules de formation et les thèmes d'information.
- Les données et informations seront systématiquement en langue française ; mais certaines seront également traduites en langues vernaculaires.

**Le contenu :**

Les modules de formation à prioriser seront :

- Formation professionnelle (constitution d'un cheptel, alimentation des animaux, santé des animaux, programmes de vaccination, gestion de l'exploitation et analyse des performances, etc.)
- Formation à la technologie (typologie des outils technologiques dans le domaine de l'élevage, bases fonctionnelles des principales technologies, etc.)
- Education financière (gestion de la trésorerie, compte d'exploitation et rentabilité de l'exploitation, types de produits financiers, montage d'un dossier de crédit, relations avec les institutions financières, etc.)
- Développement de partenariat (montage d'un d'une demande de partenariat, typologie des partenaires et leurs apports, présentation d'une demande, négociation des formes et conditions, etc.)

Les thèmes liés aux informations à diffuser en mode alerte sont :

- les changements sur les prix et les conditions du marché ;
- les informations sur la santé des animaux ;
- les informations sur les opportunités de crédits ;
- les alertes sur la sécurité ;
- les prévisions météorologiques, etc.

**Les conditions de succès :**

Il faudra notamment que :

- Le contenu des modules de formation soit de qualité, synthétique et pratique, et adapté aux attentes et besoins des acteurs directs.
- Certains partenaires soient mis à contribution pour la production du contenu des messages de formation et d'information (ministère de tutelle, organismes spécialisés, succès stories de certains éleveurs, etc.).

**Flux n°2 : Les flux de règlement par les acheteurs des produits d'élevage****La définition :**

Il s'agit de procéder à une centralisation des règlements des acheteurs et à un transfert aux éleveurs/éleveuses selon une périodicité bien définie et à l'aide de supports digitaux (portefeuilles électroniques).

**La justification :**

Il a été relevé dans le cadre de l'étude que :

- les éleveurs se plaignaient régulièrement des conséquences des règlements à crédit (non-respect des délais, disparition de l'acheteur, etc.).
- des cas de vol étaient régulièrement soulevés.

La digitalisation des flux hybrides d'information et de formation permettra notamment :

- d'améliorer les prévisions de trésorerie des éleveurs ;
- de mieux constituer des réserves de trésorerie productrices de revenus passifs dans leur portefeuille électronique ;
- de réduire les pertes liées aux vols ou erreurs commerciales.

**Les modalités :**

- Un organisme sera créé avec pour rôle de centraliser les paiements faits par les acheteurs des produits de l'élevage.
- Cet organisme disposera également d'une banque de données permettant de dynamiser la mise en relation entre les acheteurs, les éleveurs et l'offre de produits de ces derniers.
- Une périodicité de règlements aux éleveurs sera définie (à la manière du paiement des salaires dans les entreprises).
- Un compte de mobile money (ou autre formule digitale) sera ouvert pour chaque éleveur afin qu'il puisse percevoir les règlements des acheteurs.
- Il sera possible de rémunérer ce compte en fonction du solde disponible à l'intérieur pendant une certaine période.

**Les conditions de succès :**

Il faudra notamment que :

- la pénétration des smartphones ainsi que celle du mobile money soient accélérées ;
- l'entreprise de produit financier digital retenu puisse accorder certaines facilités (offre spéciale, rémunération du solde du portefeuille électronique, etc.)
- les différents acteurs mettent toutes les informations nécessaires à la disposition de l'organisme de centralisation/paiement.

# Annexe 1 – Liste des entités rencontrées

## Focus Groupes

### CENTRE-OUEST

- \*Groupe Hommes éleveurs de petits et grands ruminants
- \*Groupe d'embouche porcine de Soaw
- \*Groupement des éleveurs de volaille
- \*Groupement des éleveurs de bétail
- \*Groupe mixte éleveurs de volaille
- \*Groupe Petits éleveurs de bétail/viande
- \*Union mixte d'éleveurs de volaille
- \*Groupement des éleveuses de volaille
- \*Groupement d'éleveuses de volaille
- \*Groupement d'éleveuses de volaille

### CENTRE-EST

- \*Association Teewendé des éleveurs de bétail de Pouytenga
- \*Association des éleveurs de bétail de Bittou
- \*ASSOCIATION PEGDWENDE DES ELEVEUSES DE VOLAILLE
- \*Coopérative Nouaho
- \*Association Dacoupa des éleveurs de Zabré.
- \*Coopérative Lagmtaaba des éleveurs de bétail de Tenkodogo
- \*Association Tilgré des femmes éleveuses de Koupéla

### CENTRE-SUD

- \*Coopérative des hommes « NAFA » et du groupement des femmes « KEBAL » des éleveurs et éleveuses de bétail
- \*Coopérative des éleveurs et éleveuses de bétail / viande
- \*Union des éleveurs et éleveuses de la volaille
- \*Association LAGUEM-TAABA de SAROGO des éleveurs et éleveuses de bétail/viande
- \*Groupement SONG-TAABA des éleveurs et éleveuses de la volaille
- \*Groupement des éleveurs et éleveuses de bétail/viande
- \*Union des éleveurs et éleveuses de la volaille

## Entretiens individuels

- Charcuterie Palais des viandes et poissons
- Faso Elevage
- Restaurant le QG
- Restaurant « Délices de Séssika »
- Coris Money
- Coris Bank,
- Faso Grains
- Direction Générale des Productions Animales/Ministère des ressources animales et halieutiques
- AGROCORP
- FODEL
- PADLB
- FONAFI
- Bureau de l'Interprofession volaille locale
- Fédération des Eleveurs du Burkina
- Direction Régionale du Ministère des ressources animales et halieutiques/Koudougou
- Direction Provinciale du Ministère des ressources animales et halieutiques/Koudougou
- Caisse Populaire de Manga

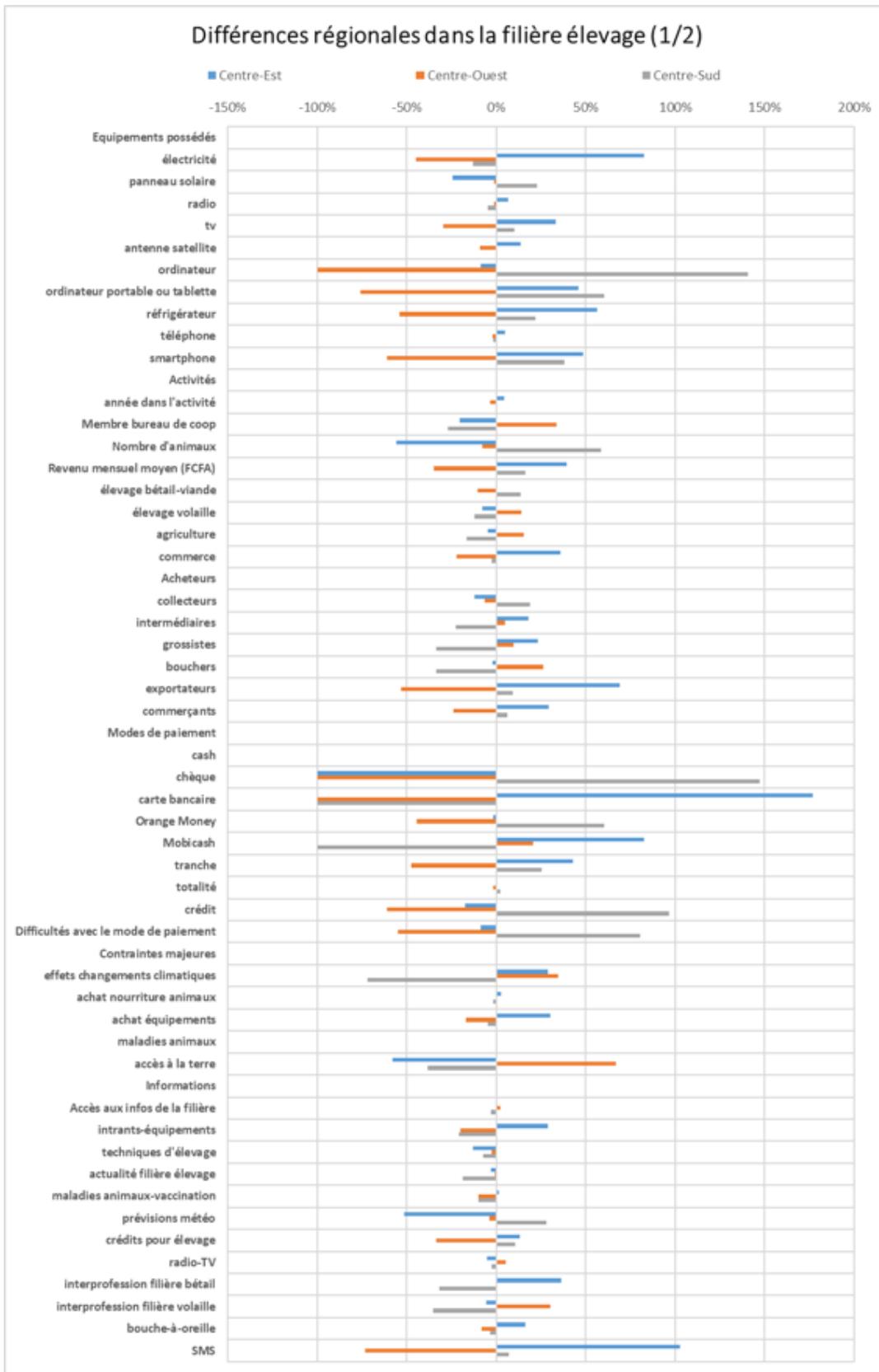
# Annexe 2 – Problèmes rencontrés

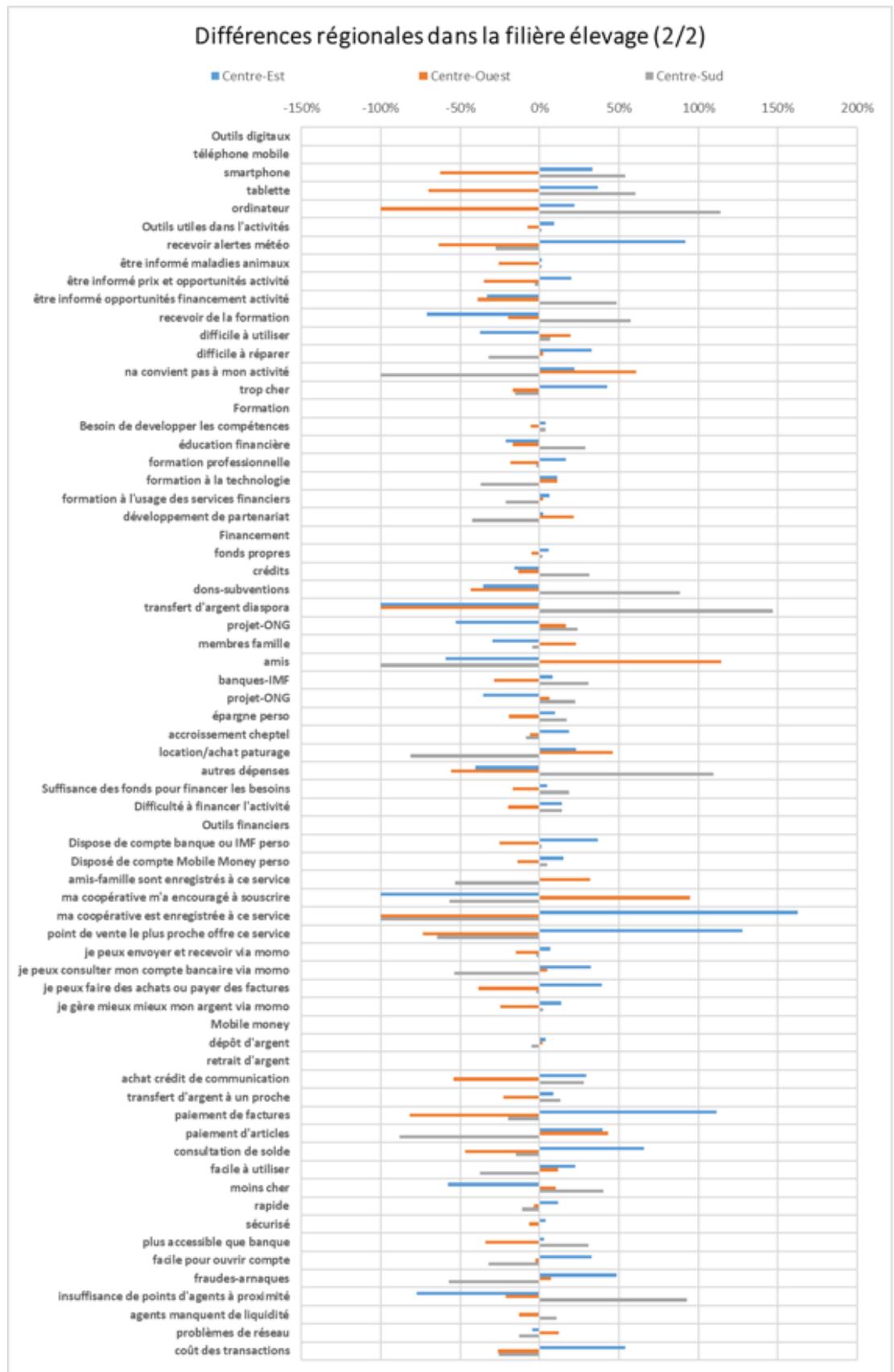
Plusieurs types de problèmes ont été rencontrés et résolus à différents stades de l'enquête.

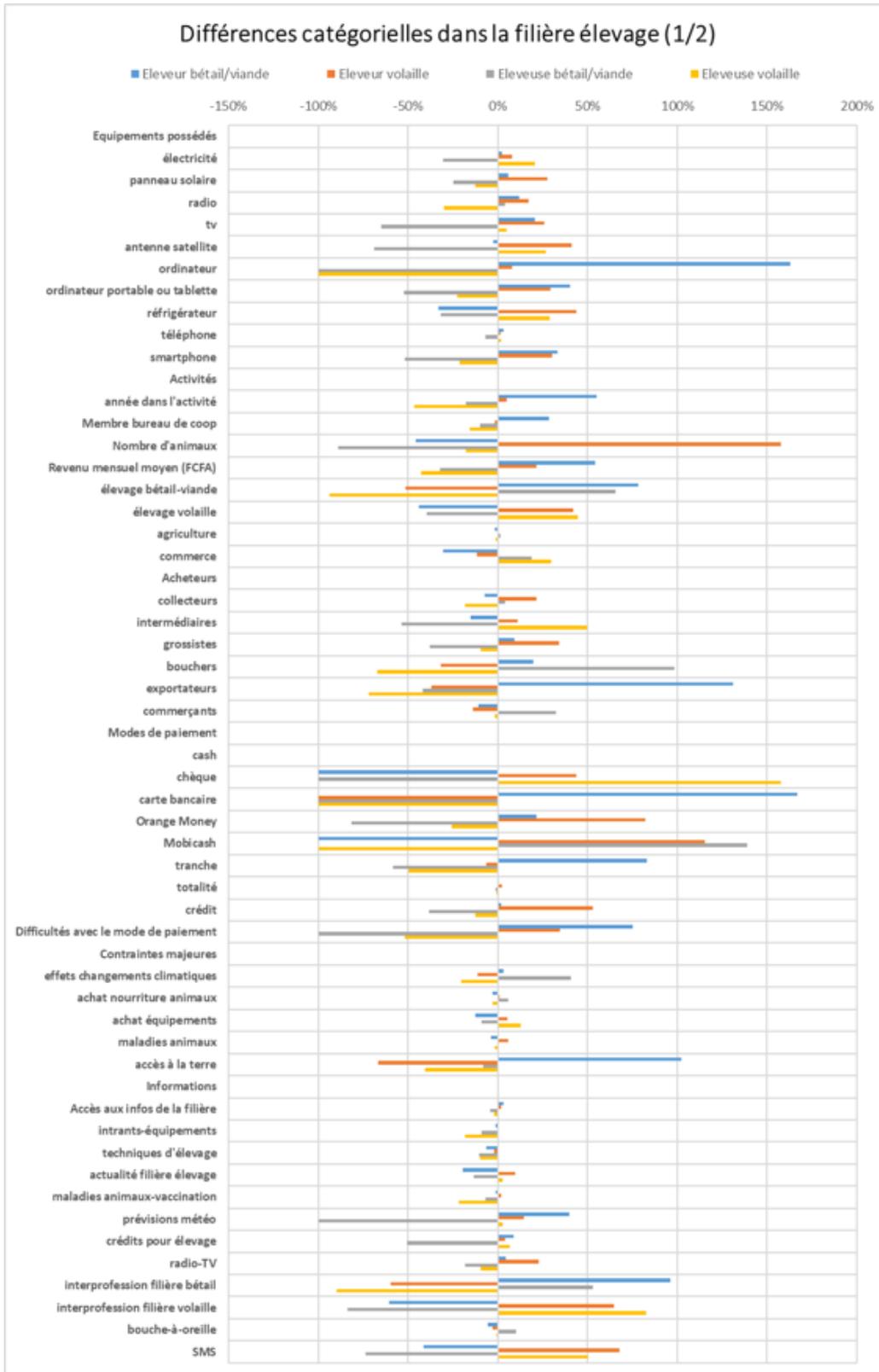
Période	Problèmes	Description	Conséquence	Résolution
Avant la collecte	Défi dans la mobilisation des acteurs	Difficulté à obtenir les contacts des points focaux pour faciliter la collecte des données	Les équipes qui devaient commencer la collecte de données le 22 septembre l'ont finalement commencé le 25 septembre	Échanges et rencontres avec les Directeurs Régionaux et Provinciaux des ressources en eau et halieutiques pour avoir les contacts
Pendant la collecte	Retard dans le timing Per diem	Difficulté du respect des délais dans la collecte des données ; Per diem à donner aux points focaux pour faciliter la collecte de données	Retard dans la compilation des données Augmentation du budget non prévu	L'équipe du Centre-Ouest est repartie sur le terrain pour tenir 17 questionnaires quantitatifs avec des femmes éleveuses de bétail/viande. L'équipe du Centre-Est a tenu le dernier IDI le 29 octobre à Ouagadougou,
Après la collecte	Retard dans le timing	Difficulté du respect des délais dans la compilation des données	Retard dans la remontée des données	Les équipes ont travaillé le weekend et même veillé afin de pouvoir compiler les données

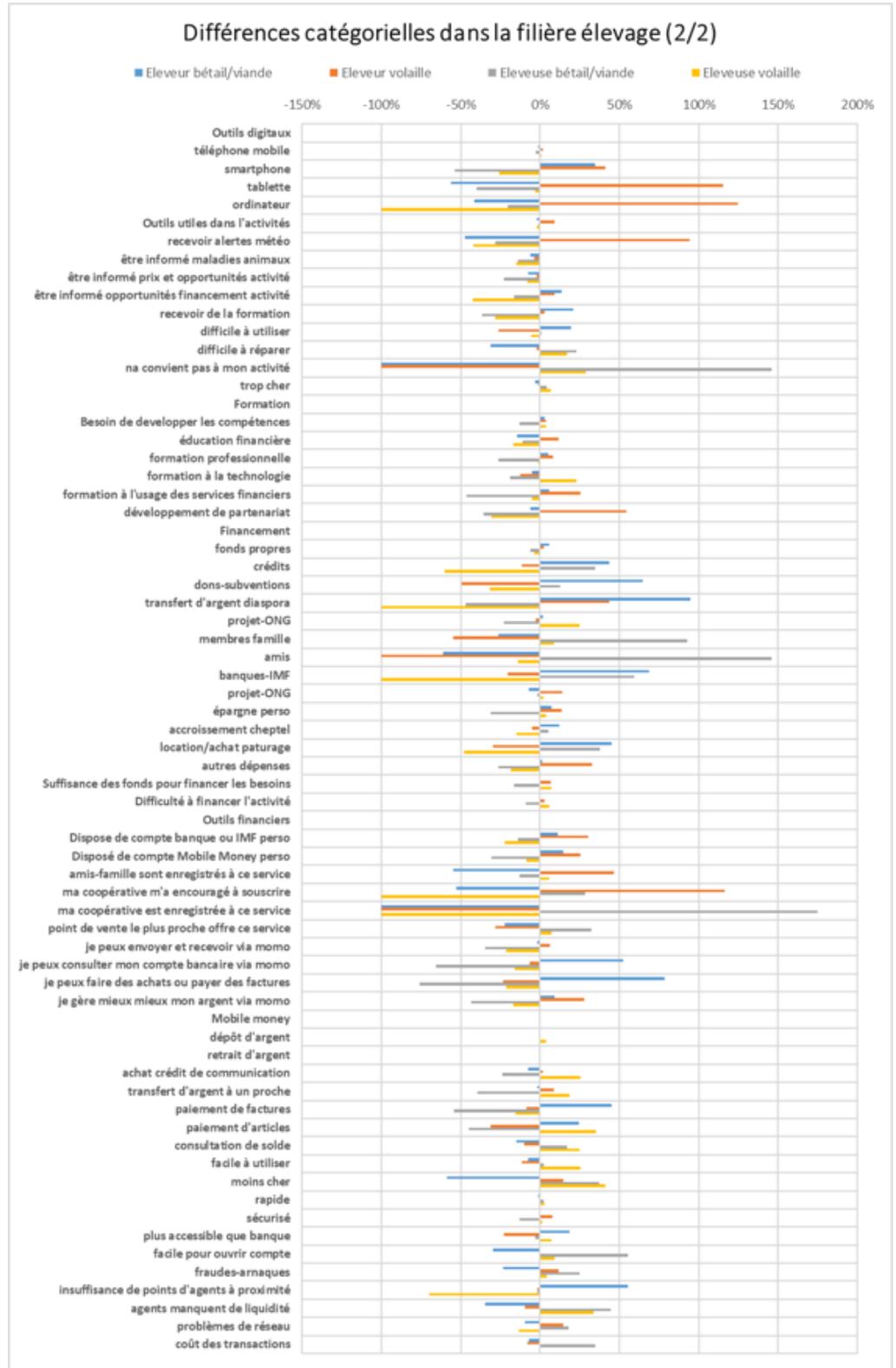
# **Annexe 3 – Graphiques de synthèse des catégories et des régions**

Les 4 graphiques des pages qui suivent permettent de mettre en évidence les différences dans les réponses des différentes régions et des différentes catégories d'éleveurs usités aux résultats de l'enquête par sondage qui a été réalisée en Octobre-Novembre 2020.









## LEAVING NO ONE BEHIND IN THE DIGITAL ERA



The UNCDF strategy 'Leaving no one behind in the digital era' is based on over a decade of experience in digital financial inclusion in Africa, Asia and the Pacific. UNCDF leverages digital finance in support of the Sustainable Development Goals (SDGs) to achieve the vision of promoting digital economies that leave no one behind. The goal of UNCDF is to empower millions of people by 2024 to use services daily that leverage innovation and technology and contribute to the SDGs. To achieve this vision UNCDF uses a market development approach and continuously seeks to address underlying market dysfunctions that exclude people living in the last mile.

### About the UN Capital Development Fund

The UN Capital Development Fund makes public and private finance work for the poor in the world's 46 least developed countries (LDCs). UNCDF offers "last mile" finance models that unlock public and private resources, especially at the domestic level, to reduce poverty and support local economic development.

UNCDF's financing models work through three channels: (1) inclusive digital economies, which connects individuals, households, and small businesses with financial eco-systems that catalyze participation in the local economy, and provide tools to climb out of poverty and manage financial lives; (2) local development finance, which capacitates localities through fiscal decentralization, innovative municipal finance, and structured project finance to drive local economic expansion and sustainable development; and (3) investment finance, which provides catalytic financial structuring, de-risking, and capital deployment to drive SDG impact and domestic resource mobilization.

