



MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE,  
DE L'ÉLEVAGE ET DE LA PÊCHE  
RÉPUBLIQUE DU BÉNIN



Publié par la

**giz** Deutsche Gesellschaft  
für internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



## Analyse du marché national des œufs de consommation au Bénin



JANVIER 2021

## Résumé

Au Bénin, les œufs de table occupent une place importante dans différentes gammes d'œufs de consommation. Sur le marché national, les autres d'œufs de consommation commercialisés sont les (i) œufs (ii) œufs de caille ; (iii) œufs de poule locale et (iv) œufs de pintade. La présente étude s'est principalement intéressée aux œufs de poules pondeuses.

Les grands bassins de production des œufs de consommation du pays sont la (i) zone de l'Atlantique-Littoral (PDA7); (ii) Zone d'Ouémé-Plateau (PDA 6&7); (iii) Zone du Mono-Couffo Zou-Collines PDA 4, 5 &7); et (iv) la zone de l'Atacora-Donga Borgou-Alibori (PDA 1, 2, 3 et 4).

Dans l'ensemble, la productivité des poules pondeuses varie également en fonction des souches élevées. La souche ISA Brown est plus élevée actuellement. Toutefois, les autres souches présentes dans les exploitations sont Harco, Novogen, HyLin, etc. Parfois, on y rencontre un mélange de sujets de plusieurs souches parfois inconnues en provenance du Nigéria. Il importe de signaler que ces différentes catégories de souches impactent le niveau de production de l'aviculteur moderne. Ce qui a une répercussion sur momentanément sur l'offre globale des œufs de table sur le marché.

Au Bénin, la commercialisation des œufs de table est marquée par des périodes d'abondance et de pénurie. La période de disponibilité d'œufs de table est située entre avril et juillet puis octobre et novembre. Durant cette période, les acteurs tels que les super grossistes enregistrent plus de pertes. Au même moment, dans le circuit, les œufs pourris remarqués par les détaillants sont remontés aux semi-grossistes qui les a livrés. Les semi-grossistes les remontent aux grossistes qui les ont livrés. Les périodes de pénurie d'œufs de table sont situées entre décembre et mars puis août et septembre. Durant cette période, les œufs de table sont limités sur les marchés entraînant l'augmentation du prix du plateau d'œufs. Les poules pondeuses de la plupart des fermes avicoles arrivent au stade « poule réformée » en décembre de chaque année. Les aviculteurs planifient leurs élevages suivant ce calendrier pour réaliser des ventes pour les fêtes de fin d'année. En conséquence, les élevages sont vides et il y a pénurie d'œufs de table pendant cette période.

En matière d'offre des œufs de consommation au Bénin, on dispose des offreurs directs qui sont les producteurs et les importateurs. Les producteurs sont les principaux offreurs des œufs de consommation au Bénin. Cette catégorie d'offeurs varie en fonction du type d'œuf de consommation. En ce qui concerne les importations d'œufs, aujourd'hui seulement les trafics informels sont effectués.

Le prix moyen de l'œuf de table au Bénin reste plus élevé que celui de presque tous les pays étudiés. Cette situation semble affectée la compétitivité de la CV œuf de table au Bénin en raison du coût de production de l'œuf de table au Bénin. Ce qui favorise, la concurrence déloyale engendrée par les importations des œufs de table au Bénin. Les principaux acteurs impliqués dans la commercialisation sont constitués des aviculteurs (producteurs/éleveurs) en amont de la chaîne de distribution, au niveau du maillon commercialisation il y a des super grossistes, des grossistes, des semi-grossistes et des détaillants. Certains acteurs influents des différents circuits de commercialisation, définissent leurs modalités pratiques pour réorienter le fonctionnement des différents marchés (rythme d'approvisionnement, la gestion des stocks (cas des ruptures) à leur profit. De plus, il agit en tenant compte des périodes favorables et défavorables pour créer des dysfonctionnements sur les marchés tout en occasionnant auprès des autres des risques de pertes ou de détérioration de stocks, etc...) dans le seul but d'attirer plus de clientèle. En plus, ils agissent sur le prix et ont à cœur les intérêts à tirer pour respecter les relations contractuelles définies entre distributeurs et aviculteurs. En définitive, la viabilité des marchés de commercialisation des œufs de consommation dépendant de la maîtrise du rapport d'influence des acteurs chargés de la distribution de ces produits au Bénin et surtout des avicultures. Le rôle et le poids de l'interprofession, des OP et des structures déconcentrées de l'Etat doivent contrebalancer les velléités des distributeurs et des aviculteurs.

Les principales CVA d'œuf de consommation qui existent au Bénin sont sur les suivantes : (i) CVA œuf de table sur le marché béninois ; (ii) CVA œuf de caille sur le marché béninois et la (iii) CVA œuf de pintade sur le marché béninois. Divers circuits de commercialisation de ces œufs construits et s'animent malgré les difficultés. Mais sur les différents marchés, l'achat des œufs de consommations dépend du (i) pouvoir d'achat du consommateur, (ii) de l'accueil réservé à la clientèle ; (iii) de la qualité des œufs vendus ; (iv) des prix pratiques et modalités de paiement proposées ; (v) les types d'emballage de conditionnement utilisé et des modalités de livraison proposée. La rentabilité dégagée de ce commerce varie selon maillon et l'acteur concerné.

En définitive, l'état des lieux de la commercialisation d'œuf de consommation a permis de dégager les principales contraintes ci-après (i) absence d'un système d'information sur le marché d'œuf de consommation au Bénin ; (ii) faible solvabilité de commerçants et aviculteurs ; (iii) insuffisance d'un plan national de marketing sur les œufs de

consommation ; (iv) fluctuation du prix des plateaux d'œufs ; (v) faible maîtrise du coût de revient des œufs de consommation ; (vi) moyens de transport défectueux ; (vii) mauvais conditionnement des œufs ; (viii) Non-respect des engagements pris par les aviculteurs vis-à-vis de leurs clients ; (ix) capacité de production et qualité des œufs (taille, couleur et forme) insuffisantes ; (x) livraison d'œufs détériorés par les fermiers ; (xi) mauvaise organisation technique chez certains aviculteurs ; (xii) pénurie par moment des matières premières et (xiii) mauvaise organisation de la vente.

A la lumière des problèmes majeurs dégagés, les trois défis à relever sont (i) l'amélioration de la compétitivité des œufs de consommation ; (ii) la professionnalisation des circuits de commercialisation et (iii) le renforcement des relations contractuelles gagnant-gagnant. Face à ces défis, les principaux enjeux sont : (i) le développement de marchés modernes de commercialisation des œufs de consommation ; (ii) la professionnalisation des circuits de commercialisation des œufs de consommation et (iii) la disponibilité à plein temps des œufs de bonne qualité et à moindre coût sur le marché.

**Face ces défis et enjeux, la vision formulée consiste « A l'horizon 2023, la commercialisation des œufs de consommation au Bénin est professionnellement assurée ».** L'objectif global découlant de cette vision est **de « Professionnaliser durablement la commercialisation des œufs de consommation béninois travers la couverture quasi-intégrale des besoins alimentaires des consommateurs sur les marchés nationaux et étrangers.** Cet objectif global est décliné en trois Objectifs Spécifiques (OS), à savoir : (i) OS1. Assurer durablement la compétitivité et l'accès des œufs de consommation aux marchés porteurs au Bénin et de l'extérieur ; (ii) OS2. Professionnaliser les circuits de distribution des œufs de consommation au Bénin et (iii) OS3. Garantir la disponibilité des œufs de consommation à travers sa production quantitative et qualitative. Les trois (03) axes stratégiques identifiés pour dynamiser le marché des œufs de consommation se présentent ainsi qu'il suit : (i) axe 1 : Amélioration de l'environnement de mise en marché d'œuf de consommation ; (ii) axe 2 : Renforcement de la capacité des commerçants d'œuf de consommation et (iii) axe 3 : Appui au développement durable du marché d'œuf de consommation. Dans l'ensemble, le plan d'action pour la mise en œuvre de quelques actions prioritaires de développement du marché de commercialisation des œufs de consommation au Bénin s'élève à **cinquante million (50 000 000) Francs CFA.** Pour la réussite de ces actions, des modalités de mise en œuvre et conditions de succès et de développement du marché de commercialisation des œufs de consommation ont été préconisées. Enfin des recommandations ont été formulées à l'endroit des différentes catégories d'acteurs clés pour l'amélioration de la commercialisation durable et rentable des œufs de consommation au Bénin.

---

**Table des matières**

Résumé .....	2
Table des matières .....	4
Liste des tableaux et figures .....	5
Liste des sigles et abréviations .....	6
Introduction .....	7
1. Approche méthodologique de la mission .....	8
1.1. Rappel des objectifs de la mission .....	8
1.2. Résumé de l'approche méthodologique suivie .....	8
1.3. Limites de l'étude.....	9
2. Caractéristiques des œufs de consommation commercialisés au Bénin.....	10
2.1. Présentation des œufs de consommation disponibles au Bénin.....	10
2.2. Principaux bassins de production des œufs de consommation commercialisés au Bénin.....	10
2.3. Les souches de poules pondeuses élevées et leur provenance .....	11
2.4. Période d'abondance et de pénurie des œufs de consommation au Bénin.....	11
3. Situation de l'offre et de la demande des œufs de consommations .....	13
3.1. Offre des œufs de consommations .....	13
3.2. Demande des œufs de consommation.....	15
3.3. Déficit d'œufs de consommation à combler par l'offre .....	15
4. Cartographie des acteurs impliqués dans la commercialisation des œufs de consommation au Bénin.....	17
4.1. Acteurs impliqués dans l'approvisionnement des marchés en œufs de consommation.....	17
4.2. Acteurs impliqués dans la distribution des œufs de consommation au Bénin .....	17
4.3. Acteurs impliqués dans la transformation des œufs de consommation au Bénin .....	18
4.4. Consommateurs des œufs de consommation .....	18
4.5. Transporteurs et les offreurs d'emballage des œufs de consommation.....	18
4.6. Autres acteurs d'appuis, de contrôle et de réglementation du marché des œufs de consommation.....	18
4.7. Analyse de capacité d'influence des acteurs impliqués dans la commercialisation des œufs de consommation au Bénin.....	18
5. Principaux circuits de commercialisation des œufs de consommation.....	20
5.1. Circuits nationaux de commercialisation d'œuf de consommation.....	20
5.2. Circuits d'échange inter pays d'œufs de consommation .....	22
5.3. Normes et qualité des œufs de table .....	23
5.4. Analyse du comportement de La clientèle et critères de choix des œufs .....	25
6. Rentabilités des œufs par maillons sur les différents marchés .....	27
6.1. Compte d'exploitation des œufs de consommation au Bénin .....	27
6.2. Analyse FFOM de la commercialisation des œufs de consommation au Bénin .....	29
7. Principaux défis à relever et grandes orientations.....	30
7.1. Problèmes majeurs à la commercialisation des œufs de consommation au Bénin .....	30
7.2. Défis majeurs .....	30
7.3. Principaux enjeux .....	30
7.4. Orientations stratégiques sur la commercialisation des œufs de consommation du Bénin à l'horizon 2023 ....	30
8. Modalités de mise en œuvre et conditions de succès de la stratégie de développement du marché de commercialisation des œufs de consommation.....	37
8.1. Le dispositif institutionnel.....	37
8.2. Mécanisme de gestion .....	37
8.3. Organisation du mécanisme de suivi-évaluation .....	37
8.4. Stratégie de communication et d'échanges.....	38
8.5. Plan de mobilisation des ressources financières .....	38
9. Recommandations et conclusion.....	40
9.1. Recommandations .....	40
9.2. Conclusion .....	41
Annexes.....	42

## Liste des tableaux et figures

### ✚ Liste des tableaux

Tableau 1 : Caractéristiques diététiques œufs de consommation produits au Bénin .....	10
Tableau 2 : Grands bassins de production des œufs de consommation produits au Bénin.....	10
Tableau 3 : Evolution des taux de ponte par souches de poules pondeuses.....	11
Tableau 4: Evolution de l'offre d'œufs de table .....	13
Tableau 5 : Importations d'œufs réfrigérés .....	14
Tableau 6 : Estimation du volume d'importation informelle d'œufs de table en 2020 .....	14
Tableau 7 : Niveau comparatif des prix des œufs de table dans quelques pays de la sous-région .....	14
Tableau 8 : Volume d'œufs de consommation produits par quelques pays .....	15
Tableau 9 : Evolution de la demande d'œufs de table .....	15
Tableau 10 : Déficit d'œufs de consommation à combler (tonnes).....	16
Tableau 11 : Acteurs impliqués dans le processus d'approvisionnement des œufs de consommation au Bénin .....	17
Tableau 12 : Acteurs impliqués dans le processus de distribution des œufs de consommation au Bénin ....	17
Tableau 13 : Analyse du rapport d'influence entre des acteurs impliqués dans la commercialisation des œufs de consommation au Bénin.....	18
Tableau 14 : Principaux marchés d'écoulement des œufs de consommation au Bénin.....	20
Tableau 15 : Situation du niveau de conquête des principaux marchés d'écoulement des œufs de consommation au Bénin.....	20
Tableau 16 : Principaux marchés limitrophe d'écoulement des œufs de consommation.....	21
Tableau 17 : Perte enregistrée par les différents acteurs du maillon commercialisation.....	25
Tableau 18 : Etude du comportement des consommateurs sur chaque segment du marché.....	26
Tableau 19 : Compte d'exploitation d'un œuf de table par avicole .....	27
Tableau 20 : Compte d'exploitation d'un œuf par catégorie de distributeur.....	27
Tableau 21 : Compte d'exploitation d'un œuf de caille .....	28
Tableau 22: Axes stratégiques et actions proposées pour développer les œufs de consommation au Bénin à l'horizon 2023 .....	33
Tableau 23: Plan d'action sur trois prochaines années.....	34

### ✚ Liste des figures

Figure 1: Organisation des travaux de réflexion .....	8
Figure 2: Logique globale d'analyse des données.....	9
Figure 3: Période de pénurie et d'abondance d'œufs .....	12
Figure 4: Circuit de commercialisation de la CVA œuf de table.....	21
Figure 5: <i>Circuit de commercialisation des œufs de consommations</i> .....	39

## Liste des sigles et abréviations

<b>ATDA</b>	:	Agence Territoriale de Développement Agricole
<b>ATRADIPA-Bénin</b>	:	Association des Transformateurs et Distributeurs des Produits Avicoles du Bénin
<b>BM</b>	:	Banque Mondiale
<b>CDPA</b>	:	Comptoir de Distribution de Produits Alimentaires
<b>CEDEAO</b>	:	Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
<b>cm</b>	:	Centimètre
<b>DE</b>	:	Direction de l'Elevage
<b>DLC</b>	:	Date Limite de Consommation
<b>DPA</b>	:	Direction de la Production Animale
<b>FAO</b>	:	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture
<b>FCFA</b>	:	Franc de la Communauté Financière Africaine
<b>FFOM</b>	:	Forces Faiblesses Opportunités Menaces
<b>HACCP</b>	:	Système d'Analyse des Risques et de Maîtrise des Points Critiques
<b>IAHP</b>	:	Influenza Aviaire Hautement Pathogène
<b>IAB</b>	:	Interprofession de l'Aviculture du Bénin
<b>kg</b>	:	Kilogramme
<b>MAPAQ</b>	:	Ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de l'Alimentation du Québec
<b>MAEP</b>	:	Ministère de l'Agriculture de l'Elevage et de la Pêche
<b>MICPE</b>	:	Ministère de l'Industrie du Commerce et des Petites Entreprises
<b>MFE</b>	:	Ministère des Finances et de l'Economie
<b>MSP</b>	:	Ministère de la Santé Publique
<b>ONG</b>	:	Organisation Non Gouvernementale
<b>ONU</b>	:	Organisation des Nations Unies
<b>OP</b>	:	Organisation de Producteurs
<b>OS</b>	:	Objectifs Spécifiques
<b>PAFILAV</b>	:	Projet d'Appui aux Filières Lait et Viande
<b>PIB</b>	:	Produit Intérieur Brut
<b>PNDF</b>	:	Plan National de Développement des Filières
<b>PNUD</b>	:	Programme des Nations Unies
<b>PNDFOT</b>	:	Programme National de Développement de la Filière Œuf de Table
<b>PSDSA</b>	:	Plan Stratégique de Développement du Secteur Agricole
<b>PSRSA</b>	:	Plan Stratégique de Relance du Secteur Agricole
<b>RHD</b>	:	Restauration Hors Domicile
<b>RNDH</b>	:	Rapport National sur le Développement Humain
<b>TDH</b>	:	Transition pour le Développement Holistique
<b>TVA</b>	:	Taxes sur la Valeur Ajoutée
<b>UEMOA</b>	:	Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine
<b>UFISAB</b>	:	Union des Fournisseurs d'intrants et de Services en Aviculture du Bénin
<b>UNAP-Bénin</b>	:	Union Nationale des Aviculteurs Professionnels du Bénin
<b>US</b>	:	United States

---

## Introduction

---

L'agriculture revêt une importance capitale pour les économies des pays africains. Dans la plupart des pays de l'Afrique subsaharienne, elle contribue en moyenne à 36% du PIB, emploie plus de 70% de la population active et alimente une bonne partie des activités du secteur tertiaire. Cependant, le revenu agricole demeure faible et varie de 100 à 300 dollars US par ménage rural (RNDH 2015, PNUD).

Au Bénin l'agriculture participe à 32% au PIB. Le Plan Stratégique de Développement du Secteur Agricole (PSDSA 2025), priorise l'approche filière et la territorialisation du développement agricole. Dans ce pays, la fonction de production d'œufs de table est assurée par environ 1 520 000 pour les pondeuses (UNAP Bénin, 2020). Dans l'ensemble, cette production est portée selon UNAP par plus de 1 196 exploitations avicoles.

Bien avant ce dernier quinquennat, la production d'œuf de pondeuse connaît un taux d'accroissement annuel de 4,01% sur 10 ans. Durant cette période, la courbe d'évolution de cette production a connu un premier fléchissement de 2005 à 2011 et un second en 2014 en raison des importations massives des œufs réfrigérés provenant de l'Europe et de quelques pays de la sous-région empiré par l'apparition de l'Influenza Aviaire Hautement Pathogène (IAHP) en 2007.

D'après plusieurs études, la demande de l'œuf sur le marché national est croissante depuis quelques années pourtant, les aviculteurs sont confrontés annuellement et de façon cyclique à des difficultés de commercialisation des œufs.

C'est pour appréhender les motifs de cette situation, que la présente étude a été commanditée pour satisfaire une requête de l'IAB afin d'analyser le marché national des œufs de consommation au Bénin et faire des propositions concrètes. Cette étude permettra à l'Interprofession des Aviculteurs Béninois de disposer d'une boussole pour redynamiser la stratégie commercialisation des œufs de consommation au Bénin. Le présent rapport qui a fait objet de validation est structuré autour des points suivants :

- Approche méthodologique de l'étude ;
- Caractéristiques des œufs de consommation commercialisés au Bénin
- Situation de l'offre et de la demande des œufs de consommations
- Cartographie des acteurs impliqués dans la commercialisation des œufs de consommation au Bénin
- Principaux circuits de commercialisation des œufs de consommation
- Rentabilités des œufs par maillons sur les différents marchés
- Principaux défis à relever et grandes orientations
- Modalités de mise en œuvre et conditions de succès de la stratégie de développement du marché de commercialisation des œufs de consommation
- Recommandations et conclusion.

## 1. Approche méthodologique de la mission

### 1.1. Rappel des objectifs de la mission

L'objectif général de la mission est de réaliser une étude du marché national des œufs de consommation. Il s'agira de cerner tous les éléments de mise en marché des œufs de consommation au Bénin. De façon spécifique il s'agira de :

- Décrire le fonctionnement du marché local des œufs de consommation au Bénin tout en explorant les influences des pays limitrophes ;
- Faire une analyse de l'offre et de la demande des œufs de consommation au Bénin ;
- Analyser le comportement du marché des œufs au Bénin ;
- Formuler des propositions d'actions concrètes adaptées pour un accroissement durable des ventes et une meilleure commercialisation des œufs de consommation.

### 1.2. Résumé de l'approche méthodologique suivie

La démarche méthodologique succincte commence par le cadrage méthodologique avec le commanditaire, l'élaboration de la feuille de route de la mission et des outils de collecte de données, (guide d'entretien et questionnaires), la détermination de l'échantillonnage et recrutement et formation des facilitateurs.

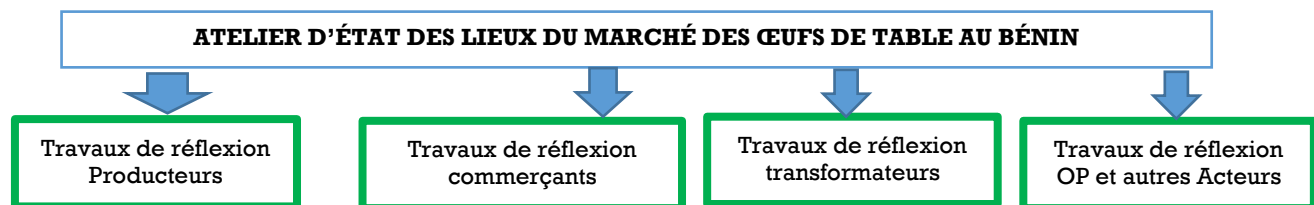
#### ☞ Revue documentaire diversifiée

Une revue document variée a été explorée dans le cadre de la présente étude. Elle a permis de collecter les données disponibles en lien avec la thématique abordée. Cette revue provient de diverses sources à savoir l'université, l'Interprofession Avicole du Bénin, du MAEP et ses structures déconcentrées, de la FAO, l'INSAE, la DE et de la base de données du cabinet Cosinus Conseils.

#### ☞ Techniques de collecte et d'analyse des données

##### ▪ Techniques de collecte des données

Les principales techniques de conduite de la mission sont surtout l'enquête, les interviews et les focus group/mini-atelier. La technique de conduite approfondie du diagnostic vise à mener des travaux de réflexion avec des familles d'acteurs de la manière telle que retracée par la figure ci-après :



**Figure 1: Organisation des travaux de réflexion**

Source : Cosinus Conseils, 2020

##### ▪ Techniques d'analyse des données

Les différents outils d'analyses des données recueillies permettront de conduire l'état de façon minutieuse suivant la logique d'agencement des éléments présentés par la figure ci-contre :



**Figure 2: Logique globale d'analyse des données**

Source : Cosinus Conseils, 2020

L'ensemble des données ont traités, analysées pour favoriser l'élaboration du rapport provisoire. Ce dernier a été validé et des améliorations subséquentes ont été apportées.

### 1.3. Limites de l'étude

La réalisation de cette étude est limitée par :

- La non-disponibilité des informations fiables sur les divers volumes d'œufs importés par les circuits informels au Bénin ;
- La restriction des séances d'échanges et partages d'expériences avec une large gamme des acteurs concernés par la thématique en raison du risque de pandémie en cours actuellement dans le monde.

## 2. Caractéristiques des œufs de consommation commercialisés au Bénin

Cette partie est consacrée à la description des bassins de production desdits œufs et la précision des souches de poussin élevé avec détermination des périodes favorables et défavorables de commercialisation des œufs au Bénin.

### 2.1. Présentation des œufs de consommation disponibles au Bénin

Les œufs de table présentent des atouts diététiques pour les consommateurs tels que l'indique le tableau ci-dessous :

**Tableau 1 : Caractéristiques diététiques œufs de consommation produits au Bénin**

Eléments	Œufs de table/œufs de poule locale
<b>Aspect</b>	Brunâtre et blanchâtre
<b>Richesse en nutriments</b>	Sélénium, zinc phosphore, fer
<b>Richesse en vitamines</b>	Vitamines A, du groupe B, D et E ;

Sources : PNDPOT, 2018-2022 ; Grain de sel n°46-47 mars à août 2009 ; Revue du secteur avicole au Bénin, FAO/2006.

Ce tableau montre que les œufs de pondeuses offrent des apports en nutriments divers et en certaines vitamines dont l'organisme humain a besoin. Il s'agit des atouts à porter à la connaissance de la population pour favoriser sa consommation.

### 2.2. Principaux bassins de production des œufs de consommation commercialisés au Bénin

Conformément au zonage antérieur adopté par l'UNAP, les principaux bassins de production des œufs de table se présentent comme suit :

**Tableau 2 : Grands bassins de production des œufs de consommation produits au Bénin**

Zones	PDA correspondants	Caractéristiques de la zone
<b>Zone 1: Atlantique-Littoral</b>	PDA 7	Département de l'Atlantique abrite 68% des effectifs de pondeuses PAFILAV (2015),
<b>Zone 2: Ouémé-Plateau</b>	PDA 6&7	département de l'Ouémé (8%)
<b>Zone 3: Mono-Couffo Zou-Collines</b>	PDA 4, 5 &7)	des Collines et du Zou respectivement avec 7% et 6%.
<b>Zone 4: Atacora-Donga Borgou-Alibori</b>	(PDA 1, 2, 3 et 4)	

Sources : PAFILAV (2015),

Selon le dernier recensement du projet PAFILAV (2015), le département de l'Atlantique abrite à lui seul 68% des effectifs de pondeuses suivi par le département de l'Ouémé (8%), ceux des Collines et du Zou respectivement avec 7% et 6%. Par rapport aux Pôles de Développement Agricole (PDA), le principal bassin de production d'œufs de table est localisé au sud du pays dans le PDA 7 (Ouémé, Atlantique et Mono) qui abrite 71% des fermes avicoles et 78 % de l'effectif des poules pondeuses. Particulièrement, le bassin d'Atlantique-Littoral (PDA 7) reste la principale zone de production des Œufs de caille avec une présence relativement faible dans les autres zones. Quant à la production de l'œuf de poule locale, elle est presque répandue sur toute l'étendue du territoire nationale soit dans les sept PDA. Par contre pour les œufs de pintade, ils sont beaucoup plus obtenus dans la zone nord du pays en l'occurrence au niveau de la Zone 4 correspondant aujourd'hui aux Pôles de développement agricole 2 et 4.

### 2.3. Les souches de poules pondeuses élevées et leur provenance

L'offre nationale des œufs de table est conditionnée par les souches de poules pondeuses élevées. Les aviculteurs utilisent généralement la souche **ISA Brown** mais aussi d'autres souches comme la **poule Harco**, la **poule Novogen**, la **poule HyLin**, etc. A cela s'ajoute la souche dite « **chinoise** », la souche homogène avec un mélange de sujets de plusieurs souches parfois inconnues (**mélangée**) en provenance du Nigéria. La nature e cette souche affecte les rendements escomptés par les aviculteurs. Cette situation a une répercussion relative sur le volume d'œufs de table à mis sur le marché national comme le montre les taux de ponte enregistrés par souche (confère tableau 3).

**Tableau 3 : Evolution des taux de ponte par souches de poules pondeuses**

Souches	Importées des pays européens			
	Harco	Novogen	Hy-Line	ISA Brown
Taux de ponte/an	280-300 œufs/an	330 œufs/an	360-400 œufs/an	300 œufs/an

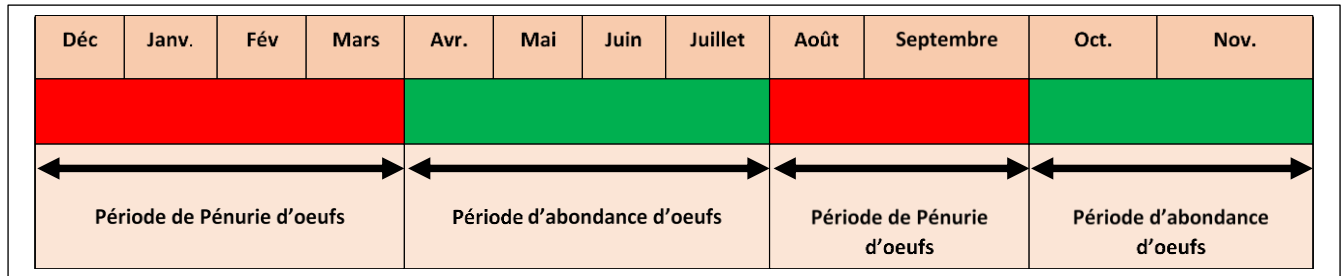
Source : Cosinus Conseils, 2020

Le tableau retrace les productivités à dégager par souche de poussin. C'est ce qui justifie le fait que les aviculteurs en l'occurrence les grands optent pour les souches offrant les meilleurs rendements en ponte telles que HyLin, ISA Brown et Novogen généralement importées de la Belgique ou d'autre pays européens. Mais en cas de rupture de stocks des souches ou des contraintes particulières (commerciales, financières, urgence ...), les aviculteurs béninois s'orientent vers le marché nigérian pour effectuer son approvisionnement en poussins de souche Harco et/ou des souches inconnues qualifiées de mélangées. Cependant, au Bénin, quelques fournisseurs de poussins d'un jour et couvoirs installés arrivent à alimenter certains aviculteurs en poussins de diverses souches.

Pour les poussins en provenance de la Belgique, les éleveurs estiment que le circuit est régulier et sans contrainte majeure sauf les rares cas de mortalité élevée en cas de surcharge de l'avion ou de vols retardés ou annulés. En revanche, quand bien même que le prix de revient unitaire de poussins en provenance du Nigeria soit plus bas que celui des poussins en provenance de la Belgique, les difficultés sont considérables pour s'approvisionner au Nigéria. Les éleveurs ont noté dans ce sens, le non-respect sans motif valable du délai de livraison, le mélange de plusieurs souches parfois non identifiées, l'absence de données sanitaires et techniques devant accompagner les poussins, etc. Au niveau national, les éleveurs reprochent aux « petits » fournisseurs ainsi qu'aux couvoirs existants, le non-respect des délais de livraison, l'utilisation des œufs de mauvaise qualité donnant des poussins trop fragiles avec un taux de mortalité élevé.

### 2.4. Période d'abondance et de pénurie des œufs de consommation au Bénin

Deux grandes périodes caractérisent la commercialisation des œufs de consommation. Il s'agit des périodes d'abondance et de pénurie comme le montre la figure ci-dessous. Faute de statistiques faibles, il a été difficile à la mission d'appréhender clairement les périodes de stabilité du produit sur le marché.



**Figure 3: Période de pénurie et d'abondance d'œufs**

Source : Données de l'atelier de décembre, 2020

#### 2.4.1. Période d'abondance des œufs de table au Bénin

La période de grande disponibilité d'œufs de table est de six (06) mois répartis comme suit d'avril à juillet puis octobre à novembre. Au cours de cette période, les œufs de table sont disponibles sur les marchés et diverses actions commerciales sont entreprises pour assurer leur écoulement. Malgré la baisse du prix du plateau d'œufs de table, les aviculteurs comme les distributeurs enregistrent des méventes et d'énormes pertes.

#### 2.4.2. Période de pénurie des œufs au Bénin

Au Bénin, on dénombre six (06) mois de pénurie d'œufs de table compris entre décembre et mars puis août et septembre. Durant cette période, l'offre d'œufs de table est limitée sur les marchés entraînant l'augmentation du prix du plateau d'œufs. Dans ce contexte, les commerçantes détentrices d'importants stocks réalisent des ventes très intéressantes. A ce moment, certains aviculteurs s'insèrent dans le circuit habituel de commercialisation en se substituant aux commerçants grossistes. Ce faisant, ils diminuent légèrement le prix de vente de l'œuf et se livrant indirectement une concurrence aux acteurs du maillon commercialisation. Cette situation n'arrange pas les commerçants super grossistes et grossistes et cause ainsi de distorsion sur le marché des œufs de table.

#### 2.4.3. Influence de la planification du système de production sur la commercialisation des œufs de consommation au Bénin

Au Bénin, les poules pondeuses de la plupart des fermes avicoles arrivent au stade « poule réformée » en décembre de chaque année. Les aviculteurs planifient leurs élevages suivant ce calendrier pour réaliser des ventes de fin d'année. En conséquence, les élevages sont vidés et il y a pénurie d'œufs de table pendant cette période. C'est l'une des raisons fondamentales qui encourage l'importation des œufs du Nigéria. Hormis cet aspect, la recherche inlassable du profit induit par la chute du Naira, oblige les commerçantes béninoises à se tourner vers cette abondante source d'approvisionnement abondante d'œufs moins onéreuse. Malgré l'interdiction en cours, certains commerçants s'entêtent et s'aventure à leur risque et péril vers le Nigéria. Particulièrement cette année en raison des conséquences de la COVID 19 et des contraintes liées aux frets pour l'importation des poussins pontes, la pénurie enregistrée en Décembre 2020 ne pourra connaître une résolution probablement qu'en Mars 2021 soit environ trois (03) mois. Cette situation risque de créer des préjudices aux commerçantes qui ne vivent que de cette activité. Il se pose alors un problème de manque de planification nationale du système de production d'œufs de consommation au Bénin.

### 3. Situation de l'offre et de la demande des œufs de consommations

#### 3.1. Offre des œufs de consommations

##### 3.1.1. Offreurs des œufs de consommation

Il existe deux grandes catégories d'offreurs des œufs de consommation au Bénin à savoir les producteurs et les importateurs.

##### 3.1.1.1. Producteurs

Les producteurs représentent les principaux offreurs des œufs de consommation au Bénin. On en distingue les producteurs d'œufs de table, de cailles, de pintade et de poule locale. Leur effectif varie annuellement dans le pays et fonction de chaque type d'œufs. De façon précise, on peut citer les producteurs des œufs de table des poules pondeuses, leur effectif a été estimé à 1 196 (UNAP, 2020). Avec les perspectives de développement de la filière œuf de table au Bénin et les mesures incitatives initiées actuellement, leur effectif risque d'accroître. C'est cette catégorie de producteurs qui alimentent véritablement les circuits de distribution des œufs au Bénin à travers les grossistes, les semi-grossistes et les détaillants. Par contre les autres (producteurs d'œufs locaux, producteurs d'œuf de caille et Producteurs d'œuf de pintade) sont nombreux et difficilement quantifiables et parfois concentrés dans certaines localités du pays (à l'exemple des éleveurs d'œufs de pintade dans la zone septentrionale).

##### 3.1.1.2. Les importateurs des œufs de consommation

Il n'existe pas aujourd'hui des importateurs formels d'œufs de consommation au Bénin. Mais, il a été noté de façon frauduleuse des mouvements d'importation d'œufs des pays limitrophes.

##### 3.1.2. Offre globale d'œufs de consommation mis sur le marché

- **Production nationale des œufs de consommation**

L'offre nationale d'œufs de table est passé de 2011-2018 de 10 664 T à 15 355 T. Sur cette période de revue, la production nationale d'œuf de table est pleine croissance. Cette situation est le fruit des diverses mesures de développement de la filière avicole.

**Tableau 4: Evolution de l'offre d'œufs de table**

Eléments	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>Production nationale (Tonnes) FAOSTAT</b>	10664	11552	12522	13573	14746	14882	15125	15355	-

Source : FAOSTAT, 2020

Le tableau ci-dessus que le niveau de production de l'œuf de table suit une tendance globale évolutive.

- **Importation des œufs de consommation**

Les importations contrôlées d'œufs (réfrigérés ou non) proviennent d'Europe ou d'Afrique du Sud. Elles ont été régulières de 2001 à 2005 pour une moyenne annuelle de 748 Tonnes (9 % de la production nationale), soit une valeur de 130 millions de FCFA. Après une interruption de 2006 à 2011, ces échanges n'ont été signalés qu'en 2012 et 2014 (Tableau 5).

**Tableau 5 : Importations d'œufs réfrigérés**

Eléments		2001	2002	2003	2004	2005	2012	2014
Œufs de table	Poids net (kg)	2372	295355	32561	1198	3408235	6082	181800
	Valeur CAF (million FCFA)	2,28	52,38	4,53	1,82	589,13	7,60	31,45

Source : E. Sodjinou et B. Aboh, 2009 ; Enquête Cosinus, 2017

Les dérives liées aux importations des œufs concernent surtout la mise en marché des œufs de qualité douteuse. Les acteurs du secteur avicole du Bénin ont payé et continuent de payer un lourd tribut depuis l'invasion du marché béninois par ces œufs de qualité douteuse livrés à vil prix. Pour preuve en 2020, les importations ont occasionné la perte de 5 millions d'œufs locaux et la mise en détresse des aviculteurs béninois. Ainsi, le 16 juillet 2020, trois ministres du gouvernement ont signé un communiqué conjoint portant interdiction temporaire de l'importation des œufs.

- **Importations frauduleuses d'œufs de consommation**

Les importations frauduleuses d'œufs en provenance des pays de la sous-région. Cette pratique relève du secteur informel et demeure difficile à cerner. L'estimation des quantités importées frauduleuses au Bénin depuis Janvier jusqu'en Décembre 2020 est présenté dans le tableau ci-dessous :

**Tableau 6 : Estimation du volume d'importation informelle d'œufs de table en 2020**

Période	juil-20	Aout 2020	sept-20	oct-20	nov-20	déc-20	Total	Moyenne mensuelle
Nombre de plateaux d'œufs importés	4000	16000	20000	20000	16000	24000	100000	16667
Poids (Tonne)	0,072	0,288	0,360	0,360	0,288	0,432	1,800	0,300

Source : Données de l'atelier de décembre, 2020

L'analyse du tableau montre que malgré l'interdiction, certains acteurs continuent d'effectuer des importations frauduleuses des œufs de table. En moyenne 16 667 plateaux d'œufs de table sont importés soit environ 30 tonnes chaque mois depuis la date d'interdiction officielle. Plusieurs raisons fondent ce comportement des acteurs.

### 3.1.1. Evolution du prix des œufs de consommation mis sur le marché

Les différents prix de vente des œufs de table pratiqués dans la sous-région sont consignés dans le tableau suivant :

**Tableau 7 : Niveau comparatif des prix des œufs de table dans quelques pays de la sous-région**

Pays		Bénin	Togo	Ghana	Burkina Faso	Niger	Côte d'Ivoire	Nigéria
Prix de l'œuf	MINIMUM	50	-	-	68	37	57	33
	MAXIMUM	100	92	-	76	60	77	63

Source : Cosinus Conseils, 2020

En général, le prix de l'œuf de table au Bénin reste plus élevé que celui de presque tous les pays étudiés. Cette situation met en doute la compétitivité de la CV œuf de table au Bénin en raison du coût de production de l'œuf. Ce qui favorise, la concurrence déloyale engendrée par les importations des œufs de table au Bénin.

### 3.1.2. Offre des œufs de consommation dans quelques pays

La plupart des pays étudiés présente un niveau de production des œufs relativement supérieur à celui du Bénin comme le montre le tableau ci-dessous :

**Tableau 8 : Volume d'œufs de consommation produits par quelques pays**

Pays	Algérie	Nigeria	Burkina Faso	Côte d'Ivoire	Sénégal	Bénin
Production d'œuf par an	+ de 3 milliards	3,8 milliards (ASL, 2018)	42700 T (FAO, 2006). Soit environ 711 millions d'unités (estimation Cosinus conseils 2021)	2013 : 980 millions (IPRAVI, 2015)	719 millions d'unités en 2017	140 millions d'œufs (estimation Cosinus Conseils 2020)

Source : Cosinus Conseils, 2020

Ce tableau indique que les pays étudiés présentent un niveau de production des œufs de consommation largement supérieur à celui du Bénin grâce à une organisation de leur système de production en lien avec celui de la commercialisation. Cela appelle la nécessité de repenser la mise en relation des systèmes de production avec l'évolution de la demande.

## 3.2. Demande des œufs de consommation

### 3.2.1. Demande nationale d'œufs de consommation

La demande en œufs de consommation est la quantité d'œufs nécessaire pour couvrir les besoins de la population et que les consommateurs sont disponibles à acquérir. À défaut de la disponibilité de données sur la demande exacte, nous estimons ici la demande potentielle sur la base des 3,2 kg/habitant/an recommandés par la FAO (DE, 2015) en tenant compte de l'incapacité des bébés à ne pas pouvoir consommer d'œufs. Ainsi, les demandeurs d'œufs de consommation sont les suivants : supermarchés, marchés, restaurants, pâtisseries, cafétérias, hôtels, cantines scolaires, cantines universitaires, cantines hospitalières, des cantines des services étatiques et ménages.

**Tableau 9 : Evolution de la demande d'œufs de table**

Eléments	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Demande nationale en tonnes</b>	<b>32576</b>	<b>33502</b>	<b>34451</b>	<b>35421</b>	<b>36404</b>	<b>37402</b>	<b>37859</b>

Source: DE, 2015, BM (2019), ONU (2020)

En ce qui concerne les œufs de caille, le marché est pratiquement naissant et la demande nationale ne peut pas être objectivement quantifiée à cette date. Dans l'ensemble, la majorité des revues indique qu'au Bénin, la consommation d'œufs de volaille en milieu urbain s'est accrue ces dernières années.

### 3.2.2. Demande étrangère d'œuf (exportation)

La demande étrangère d'œuf de consommation n'est pas quantifiable au jour d'aujourd'hui. Il a été noté néanmoins, quelques essais sporadiques d'exportation des œufs vers les pays voisins notamment le Togo mais dans un circuit informel et de façon clandestine.

## 3.3. Déficit d'œufs de consommation comblé par l'offre

La demande théorique est très élevée et n'arrive pas encore à être comblée par l'offre nationale réelle d'œufs de consommation comme le présente le tableau ci-dessous :

**Tableau 10 : Déficit d'œufs de consommation combler (tonnes)**

<b>Éléments</b>	2015	2016	2017	2018	2019*	2020*	2021*
<b>Demande nationale</b>	32 576	33 502	34 451	35 421	36 404	37 402	37 859
<b>Offre nationale</b>	14 746	14 882	15 125	15 355	15 662	15 975	16 295
<b>Déficit</b>	- 17 830	-18 620	- 19 326	- 20 066	- 20 742	- 21 427	- 21 564

Source : Cosinus Conseils, 2020

Le tableau montre que la demande potentielle des œufs consommation est en pleine progression. Mais elle évolue plus vite que le niveau de production réelle des œufs. Ceci démontre qu'il faut travailler véritablement pour faire combler ce déficit. Dans les actions commerciales menées jusqu'à présent n'ont pas encore permis de rehausser le niveau de saisir la demande potentielle sauf d'action de communication à caractère social auprès de la population pour relever le niveau de consommation réelle d'œuf par habitant au Bénin.

## 4. Cartographie des acteurs impliqués dans la commercialisation des œufs de consommation au Bénin

### 4.1. Acteurs impliqués dans l'approvisionnement des marchés en œufs de consommation

L'approvisionnement des marchés en œufs de table est assuré principalement par les aviculteurs des différentes localités du pays.

Les peulhs sont beaucoup plus impliqués dans la commercialisation des œufs de pintade. Les œufs de caille sont commercialisés par le centre Songhaï dans l'Ouémé et la ferme les « Gallinacées à Abomey-Calavi.

De façon détaillé au niveau du maillon production, l'équipe de la ferme avicole constituée des acteurs ci-après : le promoteur, le fermier ou gérant, le vétérinaire, l'animalier, le technicien (représente le vétérinaire en cas d'absence) joue chacun en ce qui le concerne un rôle dans le processus d'approvisionnement des marchés en œufs de table comme le retrace le tableau ci-dessous :

**Tableau 11 : Acteurs impliqués dans le processus d'approvisionnement des œufs de consommation au Bénin**

Identité de l'acteur	Rôle	Difficultés rencontrées
<b>Fermier</b>	Contrôle du cahier de production et de l'évolution de la production	Investissement en aliment ; Difficulté de gestion en cas de maladie ; Mévente ;
<b>Vétérinaire</b>	Suivi régulier de l'état sanitaire de poules et application des soins et injections pour assurer la disponibilité des œufs	Difficulté de gestion de plusieurs milliers de poules pondeuses en cas d'épidémie
<b>Animalier</b>	Reste en permanence sur la ferme ; Chauffage régulier des poussins, entretien régulier des mangeoires et abreuvoirs	Difficulté de gestion de plusieurs milliers de poules pondeuses ;
<b>Technicien (représentant vétérinaire)</b>	Suivi régulier du plan de vaccination des poules	Difficulté de gestion de plusieurs milliers de poules en cas d'épidémie
<b>Gouvernant(te)</b>	Gestion de la ferme, livraison des œufs, programme les clients voulant acheter les œufs, responsable de la ferme qui rend compte au fermier	Difficulté de gestion de la ressource humaine de la ferme en cas de conflits.

En résumé, les aviculteurs (producteurs/éleveurs) sont en amont de la chaîne de distribution des œufs de consommation au Bénin.

### 4.2. Acteurs impliqués dans la distribution des œufs de consommation au Bénin

Le maillon commercialisation est constitué des super grossistes, des grossistes, des semi-grossistes et des détaillants. Les super grossistes commercialisent en moyenne par semaine 1000 plateaux d'œufs, les grossistes vendent en moyenne 500 plateaux d'œufs, les semi-grossistes vendent entre 50 et 300 plateaux d'œufs. Les détaillants écoulent en moyenne 5 plateaux d'œufs. Le tableau ci-après présente un résumé des différents acteurs impliqués dans la commercialisation des œufs de consommation au Bénin.

**Tableau 12 : Acteurs impliqués dans le processus de distribution des œufs de consommation au Bénin**

Identité	Capacité de distribution	Principales difficultés rencontrées
<b>Super grossistes</b>	Commercialise 1000 plateaux d'œufs de table/semaine	- Distorsion du marché par la plupart des aviculteurs ;
<b>Grossistes</b>	Commercialise 500 plateaux d'œufs de table/semaine	

<b>Semi-Grossistes</b>	Commercialise 50 à 300 plateaux d'œufs de table/semaine	- <b>Refus du remplacement des œufs pourris par les aviculteurs</b> - <b>Pertes et les méventes enregistrées par moment</b>
<b>Détaillants</b>	Commercialise 5 plateaux /semaine (gros : livré à 1850 FCFA) vente : 2000 à 2200 FCFA ; (petit : livré à 1500, vendu à 1600 FCFA)	

Source : Données de l'atelier, 2020

#### 4.3. Acteurs impliqués dans la transformation des œufs de consommation au Bénin

Les acteurs engagés dans la transformation des œufs de consommation ne cessent de s'accroître en fonction du nombre de restaurant, de cafétéria et d'hôtel du pays. Généralement les transformateurs achètent le plateau d'œuf à 1 800 FCFA et le revend à 2 000 FCFA. La principale difficulté rencontrée est surtout l'enregistrement des cas d'œufs pourris.

#### 4.4. Consommateurs des œufs de consommation

Les consommateurs représentent les acteurs fondamentaux car c'est eux les vrais demandeurs des œufs de consommation commercialisés sur tous les marchés du pays. Leur effectif est en pleine progression conformément au taux d'accroissement démographique du pays.

#### 4.5. Transporteurs et les offreurs d'emballage des œufs de consommation

Il s'agit des acteurs d'appui clés à la commercialisation des œufs de consommations au Bénin. Les transporteurs à travers divers moyens de déplacement (taxi, tricycle, moto, assurent le convoi des produits d'œuf dans des conditions parfois pas trop appropriées. De même la qualité de certains emballages utilisé constitue également un frein aux activités de commercialisation des œufs au Bénin. Ce qui occasionne des casses et créent de véritable manque à gagner aux commerçantes lors du transport.

			
Conditionnement des œufs	Transport des œufs par taxi	Transport des œufs par tricycle	Conditionnement des œufs

#### 4.6. Autres acteurs d'appuis, de contrôle et de réglementation du marché des œufs de consommation

Divers acteurs en l'occurrence les (i) partenaires, (ii) les structures déconcentrées de l'Etat, (iii) les PSF, (iv) PSNF et (v) l'IAB sont impliqués dans l'appui, le contrôle et la réglementation des marchés des œufs de consommation. Dans l'ensemble au Bénin, les actions de commercialisation d'œuf de table ne bénéficient pas encore suffisamment de soutien de la part des partenaires. Ce qui constitue une limite pour la professionnalisation des acteurs engagées dans cette activité. Toutefois les mesures d'appui à la commercialisation des œufs nationaux sont prises par l'Etat à travers le décret d'interdiction provisoire des œufs et les brigades- de saisines et de surveillance des marchés appuyés par les ATDA et DDAEP.

#### 4.7. Analyse de capacité d'influence des acteurs impliqués dans la commercialisation des œufs de consommation au Bénin

L'analyse de la capacité d'influence des acteurs sur le circuit de commercialisation des œufs de consommation a été appréciée via la matrice d'influence ci-dessous.

**Tableau 13 : Analyse du rapport d'influence entre des acteurs impliqués dans la commercialisation des œufs de consommation au Bénin**

<b>Acteurs très influents</b>	<b>Acteurs faiblement influents</b>	<b>Acteurs influencés</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Super grossistes</b></li> <li>• <b>Grossistes</b></li> <li>• <b>Semi-Grossistes</b></li> <li>• <b>Détaillants</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Etat</li> <li>• Partenaires</li> <li>• Structures déconcentrées de l'Etat</li> <li>• PSF</li> <li>• PSNF</li> <li>• IAB</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aviculteurs / Fermier</li> <li>• Consommation</li> <li>• Vétérinaire</li> <li>• Animalier</li> <li>•</li> </ul>

Source : Cosinus Conseils, 2020

Le tableau montre que certains acteurs sont très influents sur la commercialisation car ceux sont eux qui définissent leurs modalités pratiques pour réorienter le fonctionnement des différents marchés (rythme d'approvisionnement, la gestion des stocks (cas des ruptures) à leur profit. De plus, il agit en tenant compte des périodes favorables et défavorables pour créer des dysfonctionnements sur les marchés tout en occasionnant auprès des autres des risques de pertes ou de détérioration de stocks, etc...) dans le seul but d'attirer plus de clientèle. En plus, ils agissent sur le prix selon les intérêts à tirer pour respecter les relations contractuelles définies entre distributeurs et aviculteurs.

En définitive, la viabilité des marchés de commercialisation des œufs de consommation dépendant de la maîtrise du rapport d'influence des acteurs chargés de la distribution de ces produits au Bénin et surtout des avicultures. Le rôle et le poids de l'interprofession, des OP et des structures déconcentrées de l'Etat doivent contrebalancer les velléités des distributeurs et des aviculteurs.

## 5. Principaux circuits de commercialisation des œufs de consommation

### 5.1. Circuits nationaux de commercialisation d'œuf de consommation

#### 5.1.1. Principales CVA des œufs de consommation

Les principales CVA d'œuf de consommation qui existent au Bénin sont les suivantes :

- CVA œuf de table sur le marché béninois ;
- CVA œuf de caille sur le marché béninois ;
- CVA œuf de pintade sur le marché béninois.

#### 5.1.2. Principaux marchés d'écoulement des œufs de consommation

##### ➤ Marchés nationaux

Il existe plusieurs marchés d'écoulement des œufs de consommation au Bénin. Les grandes catégories de marchés d'écoulement des produits sont consignées dans le tableau ci-contre :

**Tableau 14 : Principaux marchés d'écoulement des œufs de consommation au Bénin**

Marchés ordinaires	Supermarchés /fermes	Boutiques ou points de ventes	Transformateurs (Cafétéria et pâtisseries)
Tokpa; St Michel; Gbégamey; St Rita; Vedoko; Godomey; Akassato; Cococdji; Cocotomey; Ouando; Ifagni; Arzèkè	Ferme avicole "Les Gallinacés"; Supermarchés Mont Sinaï; Franc Prix à Cadjèhoun Cotonou; supermarché AZIMA à Calavi; Bénin Marché Menontin; World Market Agla-Hlazounto; Supermarché Du Pont à Arconville; Supermarché Fercimat à Calavi; Pâtisserie Pain Doré au Bord des pavés Kérékou à Calavi; Supermarché Tanto sur les pavés Kérékou à Zopah; Supermarché Africagel à Akassato; Benin Marché PK14 sur la route de Pahou	Agla, Fidjrosè; Zogbo; Cotonou, Porto-Novo; Parakou; Bohicon Etc	Cafétéria; Pâtisserie

Source : Cosinus Conseils, 2020

Dans l'ensemble, les marchés ordinaires rencontrés au Bénin comptent plusieurs vendeuses installées ou ambulantes des œufs de consommations. Les conditions de conservation, de conditionnement varient selon le marché et les connaissances de chaque commerçante. Mais généralement les modalités conservations, de transport et de paiement sont près que identiques et ne sont pas de nature à garantir la qualité souhaitée par la clientèle. Sur ces marchés, ces œufs sont exposés au sol et aux intempéries et mélange parfois à d'autres articles.

**Tableau 15 : Situation du niveau de conquête des principaux marchés d'écoulement des œufs de consommation au Bénin**

Types de marché	Marchés ordinaires	Supermarchés /fermes	Boutiques ou points de ventes	Cafétéria	Pâtisseries	Restaurants	Hôtel	Industrie de mayonnaise
Constat								

Source : Cosinus Conseils, 2020

Legende	
	Nouveau marché à conquérir
	Marché faiblement conquis
	Marché déjà conquis

##### ➤ Marchés des pays limitrophes

Les marchés des pays limitrophes qui ont une répercussion sur la commercialisation des œufs de consommation au Bénin sont constitués surtout de ceux du Nigéria à l'exemple du :

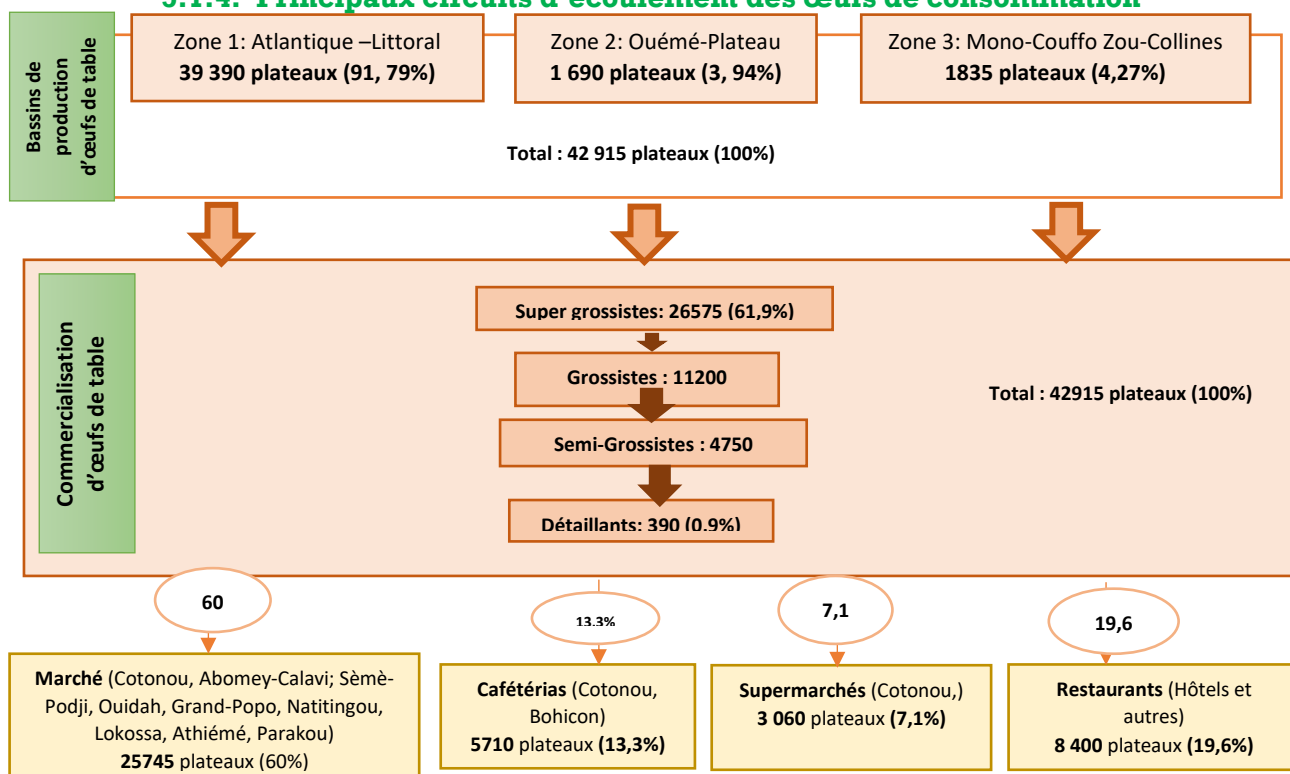
**Tableau 16 : Principaux marchés limitrophe d'écoulement des œufs de consommation**

Marchés nigériens		Autres pays
- Marché de GBADAGRI,	- Marché HOUSSADA	Togo
- Marché d'IGOLO	- Marché de SAGBO	
- Marché de Lagos,	- Marché OKE ODJA	
- Marché OWODE,	- Marché YALAOBA	
- Marché Toubè,	- Marché GANHODJO	
- Marché Koko	- Marché de SONGO	

### 5.1.3. Source d'approvisionnement des œufs de consommation mis sur le marché

Les grandes sources d'approvisionnement des principaux œufs de consommation commercialisés au Bénin sont les bassins de production de (i) l'Ouémé Plateau, de (ii) l'Atlantique Littoral, du (iii) Zou Collines, (iv) du Mono Couffo, (iv) du Borgou Alibori et (v) de l'Atacora Donga. Par exemple pour un volume de 5.500 plateaux d'œufs commercialisé, ces œufs sont approvisionnés majoritairement auprès du distributeur agréé dans la commune de Cotonou (28.18%) et chez les producteurs des communes d'Allada (20.18%), Abomey-Calavi (16.91%) et Tori (14.73%). Les principaux marchés sont les communes de Cotonou et d'Abomey-Calavi qui consomment respectivement de 66.18% et 20.45% du volume total d'œuf commercialisé. Seulement 13% environ des œufs sont vendus en direction du Nord (Parakou et Natitingou). Il faut noter cependant qu'une importante quantité de ces œufs est vendues au marché de Dantokpa à des grossistes qui les revendent vers Calavi et autres communes du Bénin.

### 5.1.4. Principaux circuits d'écoulement des œufs de consommation

**Figure 4: Circuit de commercialisation de la CVA œuf de table**

Source : Cosinus Conseils, 2020

Le schéma ci-dessus illustre le circuit de commercialisation des œufs de table en considérant le réseau des bassins des aviculteurs vers les super grossistes ainsi qu'autre distributeur agréé.

Les œufs de table sont fournis par les aviculteurs situés au niveau des différents bassins de production d'œufs de table. Aucun contrat formel n'existe entre les aviculteurs et les distributeurs. Sur les 42 915 plateaux livrés par les aviculteurs des différents bassins, 42 900 plateaux d'œufs de tables soit 99,96% sont distribués par le maillon commercialisation. Seulement 15 plateaux d'œufs de table soit 0,03% sont fournis aux détaillants et ménages par les aviculteurs chaque semaine. Ce dernier taux se trouve élargi pendant les périodes de disponibilité d'œufs de table pour éviter les pertes au niveau des aviculteurs, ce qui crée à ce moment une distorsion du marché. Sur les **42900** plateaux d'œufs de table écoulé par semaine, les super grossistes reçoivent directement des producteurs **26 560** plateaux soit **61,8%** par semaine, les grossistes **11 200** plateaux soit **26,1%** par semaine, les semi-grossistes **4 750** plateaux soit **11,1%** par semaine et les détaillants **390** plateaux par semaine soit **0,9%**.

Les œufs de table sont écoulés au niveau des marchés, des cafétérias, des supermarchés et des restaurants. Les marchés reçoivent 25 745 plateaux soit 59,97% d'œufs de table, les cafétérias en reçoivent 5 710 plateaux soit 13,3%, les supermarchés en reçoivent seulement 3 060 plateaux soit 7,1% et les restaurants en reçoivent 8 400 plateaux soit 19,6% par semaine. Les marchés reçoivent la plus grande part d'œufs soit 59,97% d'œufs de table contre 7,1% pour les supermarchés. Cette différence s'explique par le fait que les supermarchés sont très exigeants en matière de norme et qualité d'œufs de table. Au niveau des supermarchés, les œufs doivent être de bonne qualité (la couleur de la coquille doit être bien brune, le jaune d'œuf bien formé et ayant la couleur jaune pur). Le distributeur doit établir un contrat en bonne et due forme avec les papiers prouvant qu'il est régulièrement installé. Les paiements se font deux semaines après la livraison (option dépôt-vente). Cette option écarte totalement les petits distributeurs. Par contre, le marché, moins exigeant, consomme la majeure partie de l'offre.

A l'exemple des distributeurs de CDPA, le volume d'œuf à commercialiser hebdomadaire est d'environ 1.000 plateaux d'œufs pour un super grossiste, 500 plateaux d'œufs pour un grossiste. Le distributeur agréé (CDPA) commercialise exclusivement les œufs de la société Agrisatch dont les unités de production sont installées Tori et à Hêvié. Il alimente un vaste réseau de super grossistes et de grossistes situés dans les départements d'Atlantique, Littoral, Borgou, Alibori, Ouémé, Plateau, Mono et Couffo à travers leurs 05 points de vente dont 04 à Cotonou et 01 à Parakou.

Les super grossistes quant à eux s'approvisionnent auprès des éleveurs installés dans les communes d'Abomey-Calavi (Ouêdo, Somè, Hêvié), d'Allada (Allada centre, Attogon, Hinvi), Tori, Ouidah (Pahou), Missérétié, Pobè, Kétou mais aussi auprès du distributeur agréé. Ces œufs sont ensuite vendus aux grossistes puis aux semi-grossistes situés dans les communes d'Abomey-Calavi, Cotonou, Savè, Parakou et Natitingou pour être mis finalement sur les marchés locaux de ces communes.

## 5.2. Circuits d'échange inter pays d'œufs de consommation

Les circuits échanges commerciaux entre pays sont complexes au niveau régional et sont réglementés par des textes et des normes de qualité pour limiter la propagation de la grippe aviaire et autres zoonoses. En fonction de leur taille, du nombre d'opérations marchandes subies, du caractère élevé ou non de la spéculation, du type de vendeurs ou d'acheteurs et de la fréquence d'animation hebdomadaire, on peut classer les marchés de produits avicoles familiaux (FAO, 2006) en :

- Marchés de collecte, de taille modeste dans lesquels les collecteurs locaux et les paysans viennent vendre leurs animaux. A ce stade, l'animal n'a généralement « subi » aucune opération marchande depuis le lieu de production. Les acheteurs sont essentiellement ici des collecteurs régionaux et il est rare que ce marché s'anime plus d'une fois par semaine. La spéculation y est très souvent faible ;
- Marchés de regroupement qui sont des marchés de taille plus importante avec une fréquence d'animation au minimum hebdomadaire. Les volailles qui y sont vendues proviennent essentiellement des collecteurs régionaux ; elles ont « subi » à ce stade au moins une opération marchande. Dans cette catégorie se rencontrent les marchés frontaliers et les marchés des villes importantes (capitales de région et de préfectures). La spéculation y est moyennement élevée ;
- Marchés de débouché final dans lesquels se réalise généralement la dernière opération marchande. Ils sont animés tous les jours et il y règne une très forte spéculation.

### **5.3. Normes et qualité des œufs de table**

Les acteurs influents des différents circuits de commercialisation sont les supermarchés et les hôtels parce que très exigeants en matière de normes des œufs de table. Les œufs devraient être sûrs et propres à la consommation humaine.

#### **5.3.1. Œufs de table**

Les Œufs considérés non sûrs et impropres à la consommation humaine sont :

- Œufs provenant d'incubateurs ;
- Œufs cassés ou qui fuient ;
- Œufs atteints de pourriture bactérienne ou fongique ;
- Œufs souillés par des fèces ;
- Œufs entreposés en couvoir pendant un temps suffisant pour avoir des effets néfastes sur la sécurité et la salubrité des œufs.

Les œufs de table doivent être propres et intacts. Tout doit être fait pour éviter la production d'œufs souillés. Toutefois, les œufs souillés peuvent être utilisés comme œufs de table, pourvu que les autorités compétentes l'autorisent et que les œufs soient nettoyés correctement.

#### **5.3.2. Produits base d'œufs**

Les œufs endommagés ou souillés qui ne conviennent pas pour la consommation humaine devraient être orientés vers la transformation (par ex., lavage et cassage suivi de traitement microbicide) ou éliminés de façon sûre.

Les œufs cassés/qui fuient ne devraient pas être utilisés pour la production d'ovoproduits et devraient être éliminés de façon sûre. Les œufs endommagés peuvent être utilisés comme ovoproduits, mais devraient être transformés rapidement. Les œufs souillés doivent être visiblement propres avant de pouvoir être cassés et transformés. Les autres œufs non sûrs et impropres à la consommation humaine ne doivent pas être utilisés dans les produits à base d'œufs et doivent être éliminés de façon sûre. Il devrait y avoir des mesures de maîtrise fondées sur les risques afin de garantir que les spécifications concernant le produit et la transformation sont respectées et que les dangers présents dans ou sur les œufs et les ovoproduits sont efficacement identifiés et maîtrisés. Les mesures de maîtrise utilisées devraient assurer un niveau adéquat de protection de la santé publique. Lorsque c'est possible, ces mesures devraient être fondées sur les principes du HACCP.

Ces mesures devraient permettre d'identifier et d'éliminer les œufs et ovoproduits impropres à la consommation humaine. Elles devraient aussi répondre à la nécessité de maîtriser le développement de pathogènes tout au long de la manipulation, du nettoyage, du tri, du calibrage, de l'emballage, de la transformation, de l'entreposage et de la distribution et reposer sur une base solide de bonnes pratiques en matière d'hygiène. Il est important d'appliquer les mesures de maîtrise lors de la production primaire et de la transformation afin de limiter ou de prévenir la contamination microbiologique, chimique ou physique des œufs. Les transformateurs ne devraient utiliser que des œufs produits dans les conditions recommandées par le Code.

### 5.3.3. Techniques de contrôle de la qualité des œufs

La qualité des œufs peut être évaluée sur la base de la qualité extérieure (qualité de sa coquille) et la qualité interne (qualité du blanc ou du jaune d'œuf).

Qualité de la coquille d'un point de vue biologique, la coquille de l'œuf a pour rôle de protéger l'embryon. Elle permet aussi l'échange des gaz entre l'embryon et l'environnement. Pour l'œuf considéré en tant que produit alimentaire, la coquille agit comme un emballage naturel, facilitant le transport de son contenu et le protégeant d'une pénétration de bactéries pathogènes. Pour le consommateur, l'aspect visuel de la coquille est essentiel ; les œufs sales, pâles ou inégalement colorés sont ainsi rejetés. De plus, les œufs à coquilles sales augmentent le risque de contamination bactérienne.

### 5.3.4. Couleur de la coquille

La couleur de la coquille n'a aucune influence sur la valeur nutritive de l'œuf, mais celle-ci correspond à des préférences particulières du consommateur, devenant ainsi un indice qualitatif de grande importance économique. La coquille des œufs de table peut être brune foncée, blanche ou intermédiaire entre ces deux extrêmes. La couleur brune est principalement due aux pigments protoporphyrine-IX, La plupart de ces pigments sont localisés dans la cuticule de l'œuf, mais ils peuvent aussi être retrouvés pour 1/3 en superficie de la coquille elle-même (Lang et Wells, 1987 ; Kennedy et Vevers, 1973) (Mertens et al., 2010).

### 5.3.5. Techniques de transformations et de conservation des œufs de tables

Les œufs de table peuvent être transformés en aliments à consommation immédiate ou en des ovoproduits conservables sur une longue période. Les aliments à consommation immédiate dérivés ou fait à base des œufs sont très diversifiés et varient selon les cultures et art culinaire de chaque région du monde. Tandis que, les ovoproduits conservables sur longue périodes sont plus produits par les industries agroalimentaires des pays développés et existent en gamme plus ou moins restreintes. Historiquement si les ovoproduits ont été conçus comme un débouché permettant de valoriser les œufs déclassés, désormais l'approvisionnement est aussi assuré par des œufs « tout venant » ou issus d'élevages spécialisés, ainsi que d'éventuels excédents « d'œufs de table ». L'association de ces deux activités (conditionnement et fabrication d'ovoproduits) permet de valoriser tous les œufs produits, de façon optimale. Les principaux types ovoproduits existants sont: (i) œuf liquide conditionnées en bag in box, en bouteilles contenant soit des œufs liquide entier ou seulement le blanc ou le jaune d'œuf et (ii) œuf en poudre instantané, gélifiant ou moussant.

### 5.3.6. Techniques de conservation des œufs

En côte d'ivoire par exemple, les œufs sont conservés à la température ambiante sur des étagères dans des alvéoles contenant 6, 15 ou 30 œufs. La date limite de consommation et de conservation

des œufs frais COQIVOIRE est de 28 jours. Le conditionnement sous alvéoles filmées est utilisé pour les produits conformes aux calibres retenus et au tri effectué avant le calibrage.

### 5.3.7. Les pertes des œufs de consommation enregistrées

La plupart des commerçants rencontrés enregistrent de la mévente. Cette mévente provoque ensuite des pertes d'œufs par pourriture. Les pertes sont estimées en fonction du calibre de chaque catégorie d'acteurs.

**Tableau 17 : Perte enregistrée par les différents acteurs du maillon commercialisation**

Maillon	Calibre (Plateaux de 30 œufs)	Pourcentage de perte (%)	Perte enregistrée (Plateaux)	Perte (tonnes)	Valeur monétaire des pertes (FCFA)
<b>Super grossistes</b>	Supérieur à 1 000	2,5 à 5	12,5 à 50	0,02 à plus de 0,09	15 625 à 62 500
<b>Grossistes</b>	500 à 1000	2 à 2,5	4 à 12,5	0,0072 à 0,09	5 200 à 16 250
<b>Semi-grossiste</b>	100 à 500	1 à 2	0,5 à 3	0,0009 à 0,0054	675 à 4 050
<b>Détaillants</b>	Inférieur à 100	0,5 à 1	0,5	0,0009	750

Source : Données de l'atelier de décembre, 2020

Les acteurs qui enregistrent les plus grosses pertes sont les super grossistes. Les œufs pourris remarqués par les détaillants sont remontés chez les semi-grossistes qui les ont livrés. Les semi-grossistes les remontent aux grossistes qui les ont livrés et ces derniers les retournent aux super grossistes. Mais les aviculteurs ne reprennent pas les œufs pourris préalablement livrés aux super grossistes. Les super grossistes qui commercialisent jusqu'à 5000 plateaux d'œufs enregistrent à peu près 312 500 FCFA de perte.

### 5.4. Analyse du comportement de La clientèle et critères de choix des œufs

L'analyse du comportement du consommateur va permettre d'apprécier les **besoins et désirs**, les **influences internes et externes**, les **activités du consommateur**, le **processus d'achat** et les **rôles** que peut jouer un consommateur (acheteur, payeur, prescripteur, utilisateur...).

Les résultats du terrain ont démontré que les principaux clients des œufs de consommation au Bénin varient selon le type de marché (les marchés ordinaires, les supermarchés et les cafeterias).

- ◆ **Sur le segment des marchés ordinaires :** Les marchés ordinaires sont animés par l'ensemble des distributeurs jusqu'au détaillant. La clientèle féminine reste dominante avec 80 %. Le niveau d'instruction est relativement variable avec par endroit l'influence des femmes analphabètes. Sur ce marché, la tranche d'âge comprise entre 30 ans et 50 ans est assez remarquable sur la clientèle tout sexe confondu. La préférence de cette clientèle est surtout la grosseur des œufs (œuf gros et ovoïde), le prix (bas prix) et secondairement la coloration du jaune.
- ◆ **Sur le segment des marchés supermarchés :** La clientèle féminine et masculine sont présente dans des proportions légèrement différentes. Le niveau d'instruction est relativement variable avec par endroit l'influence d'une clientèle lettrée. Sur ce marché, la tranche d'âge est également comprise entre 30 ans et 50 ans. Les critères de préférence de cette clientèle sont surtout la grosseur des œufs (œuf gros et ovoïde), le prix (bas prix) et secondairement la coloration du jaune. A tout cela s'ajoute, le type d'emballage et les informations la qualité des œufs.

- ◆ **Sur le segment des marchés cafétérias et autres unités de transformations des œufs de consommation** : Ces marchés connaissent la clientèle de tous les sexes. Le niveau d'instruction est relativement variable avec par endroit l'influence d'une clientèle lettrée. Sur ces marchés, la tranche d'âge est comprise environ entre supérieur à 15 ans. La préférence de cette clientèle est surtout la grosseur des œufs (œuf gros et ovoïde), le prix (bas prix) et secondairement la coloration du jaune.

La compréhension du consommateur est un élément clé de la stratégie marketing. En effet, avant de mettre en place une stratégie, il est primordial de bien comprendre les besoins et attentes des consommateurs que l'on souhaite influencer.

**Tableau 18 : Etude du comportement des consommateurs sur chaque segment du marché**

Critères d'appréciation du consommateur	Sur le segment des marchés ordinaires	Sur le segment des supermarchés	Sur le segment des marchés cafétérias et unités de transformations des œufs
<b>Besoins<sup>1</sup> et désirs</b>	Besoins physiologiques	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besoins physiologiques</li> <li>• Besoin d'appartenance</li> <li>• Besoin de Statut</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besoins physiologiques</li> <li>• Besoin d'appartenance</li> </ul>
<b>Influences internes et externes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouvoir d'achat relativement faible</li> <li>• Accueil réservé à la clientèle</li> <li>• Qualité des œufs vendus</li> <li>• Prix pratiques et modalités de paiement proposées</li> <li>• Type d'emballage de conditionnement utilisé</li> <li>• Modalité de livraison proposée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouvoir d'achat relativement moyen</li> <li>• Accueil réservé à la clientèle</li> <li>• Qualité des œufs vendus</li> <li>• Prix pratiques et modalités de paiement proposées</li> <li>• Type d'emballage de conditionnement utilisé</li> <li>• Modalité de livraison proposée</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pouvoir d'achat relativement moyen</li> <li>• Accueil réservé à la clientèle</li> <li>• Qualité des œufs vendus</li> <li>• Prix pratiques et modalités de paiement proposées</li> <li>• Type d'emballage de conditionnement utilisé</li> <li>• Modalité de livraison proposée</li> </ul>
<b>Type d'achat du consommateur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Achats routiniers</b> (fréquence d'achat)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Achats réfléchis ou raisonnés</b> (achat plus rare nécessitant une véritable réflexion et une information préalable concernant le produit)</li> <li>• <b>Achats impulsifs</b> correspondent aux achats non prévus par le consommateur, suite à une promotion ou une offre particulière, par exemple)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Achats réfléchis ou raisonnés</b></li> </ul>

Source : Cosinus Conseils, 2020.

De la lecture de ce tableau il se dégage que l'achat des œufs de consommations sur les différents segments de marché est influencé sur par les besoins physiologiques que par les besoins d'appartenance et de statut relevés auprès de la, clientèle des supermarchés comme ceux des cafétérias ou autres unités de vente de l'œuf transformé. Quel qu'en soit le marché la volonté d'achat dépend du (i) pouvoir d'achat du consommateur, (ii) de l'accueil réservé à la clientèle ; (iii) de la qualité des œufs vendus ; (iv) des prix pratiques et modalités de paiement proposées ; (v) les types d'emballage de conditionnement utilisé et des modalités de livraison proposée. L'ensemble de ces paramètres conditionnent le type d'achat (**achats routiniers, achats réfléchis et achats impulsifs**).

<sup>1</sup> Analyse des besoins de consommation s'est référé à la pyramide de Maslow.

## 6. Rentabilités des œufs par maillons sur les différents marchés

### 6.1. Compte d'exploitation des œufs de consommation au Bénin

#### 6.1.1. Compte d'exploitation du maillon production

Le compte d'exploitation prend en compte le coût de production et de commercialisation d'un œuf.

**Tableau 19 : Compte d'exploitation d'un œuf de table par avicole**

Charges totales	Ferme GLO	Ferme ALLADA	Ferme LOKOSSA	Ferme TORI	Ferme Adjohoun
Alimentation	17,50	11,07	11,93	17,38	16,68
Poussins d'un jour	4,29	2,32	2,28	3,30	3,30
Conditionnement	10	0,83	0,83	10	10
Transport	0,17	0,34	1,99	1,05	1,31
Chauffage	0,05	1,21	0,20	0,50	0,50
Litière	0,15	4,55	1,01	0,30	0,47
Produits vétérinaires	1,89	4,00	2,49	1,05	1,05
Salaire	1,35	0,91	7,95	4,22	2,67
Dotation aux amortissements	0,76	0,61	4,47	0,18	1,76
Charges financières	1,52	1,52	1,49	1,52	1,82
Œufs	50	56,67	60	50	50
Poules réformées	7,14	8,21	8,21	8,39	8,39
Charges Totales	37,68	27,36	34,64	39,5	39,56
Produit total	57,14	64,88	68,21	58,39	58,39
Marges bénéficiaires sans poule reformée	12,32	29,31	25,36	10,5	10,44
Marges bénéficiaires avec poule reformée	19,46	37,52	33,57	18,89	18,83

Source : Atelier des acteurs de la filière avicole, décembre 2020

De ce tableau, il ressort que la charge totale pour un œuf est similaire même s'elle présente une légère variation en fonction du volume de production de la ferme. Malgré cela, les petits exploitants pratiquent un prix de vente de l'œuf nettement au-dessus de celui généralement pratiqué par les grands fermiers, ce qui génère une marge bénéficiaire par œuf plus importantes aux petits producteurs (moins de 5000 sujets).

#### 6.1.2. Compte d'exploitation par catégorie de distributeurs

Le compte d'exploitation d'un œuf commercialisé par catégorie de distributeur se présente comme suit :

**Tableau 20 : Compte d'exploitation d'un œuf par catégorie de distributeur**

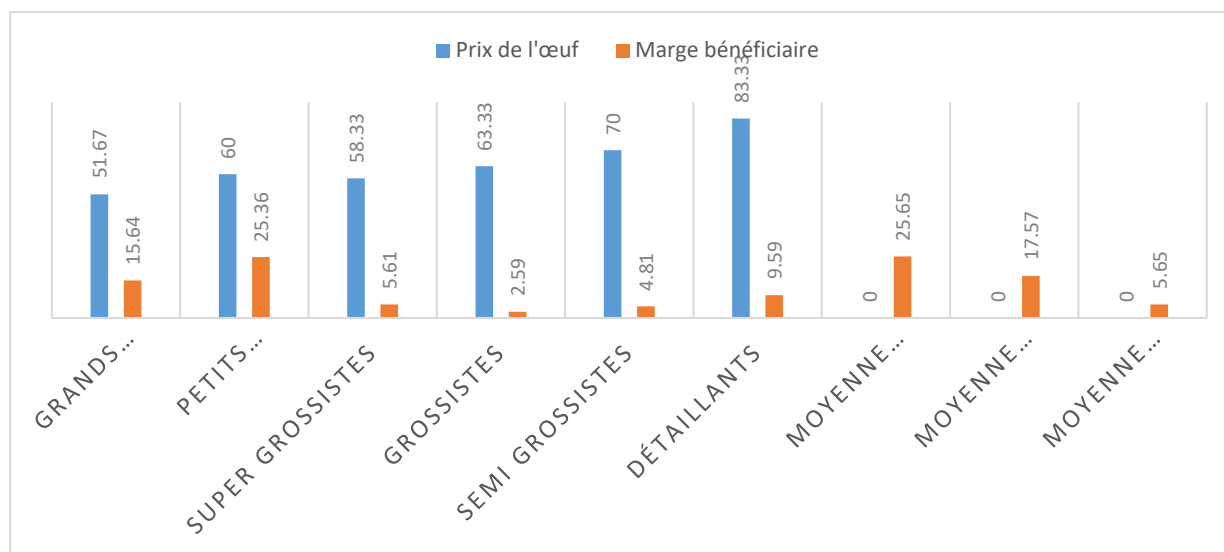
N°	Maillons		Prix des œufs		Charges supportées				Marge bénéficiaires
			Prix de ventes	Prix d'achats	Transport	Main d'œuvres	Loyer	Autres (Pertes et impôt)	
1	Super Grossiste	Nigéria	58,33	43,33	1,93	0,62	0,67	0,67	11,11
		Bénin	58,33	50	1,00	0,62	0,67	0,43	5,61
2	Grossistes	Bénin	63,33	58,33	1,11	0,31	0,48	0,51	2,59
3	Semi-Grossistes	Bénin	70	63,33	0,81	0,27	0,41	0,37	4,81
4	Détaillant	Bénin	83,33	70	1,67	0,17	0,37	1,53**	9,59

Source : Atelier des acteurs de la filière avicole, décembre 2020

Ce tableau renseigne sur le compte d'exploitation des différents types de commerçants des œufs de table. En définitive, il faut souligner que l'approvisionnement en œufs de table par les super grossistes au Nigeria, malgré le coût plus élevé du transport et des pertes leur génère plus de profit (pratiquement le double) par œuf que lorsque ces œufs sont acquis sur les fermes locales. Aussi faut-il remarquer les détaillants supportent plus de perte de casses d'œufs à cause de la distance et la nature du chemin parcouru entre les marchés d'approvisionnement et leurs boutiques de vente, d'où le coût de transport relativement élevé pour les détaillants.

Paradoxalement en considérant le circuit national interne, ces détaillants ont la plus grande marge bénéficiaire sur un œuf (9,59FCFA/œuf). Par contre, les grossistes ont la plus petite marge bénéficiaire par œuf (2,59FCFA/œuf), soit un écart de 7FCFA/œuf (210FCFA/plateau de 30 œufs) entre la marge bénéficiaire du grossiste et celui du détaillant. Si la marge bénéficiaire des commerçant varie entre 2,59 FCFA et 9,59FCFA par œuf, celle des éleveurs va de 10,44 FCFA à 29,31 FCFA comme l'indique le tableau suivant.

Le graphique suivant compare le prix de l'œuf et les marges bénéficiaires par œufs des producteurs et des différents types de commerçants.



**Graphique 1: Comparaison du prix et de la marge dégagée par catégorie d'acteurs**

Source : Cosinus Conseils, 2020

L'analyse de ce graphe met en relief la concurrence entre le prix de l'œuf pratiqué par les petits producteurs et les super grossistes qui, du coup, ne pourront pas s'approvisionner auprès de ces producteurs du fait du prix élevé. Ces petits éleveurs réalisent également la plus importante marge bénéficiaire par œuf. Ceux-ci sont suivis successivement des grands producteurs, des détaillants, des super grossistes, des semi-grossistes et enfin des grossistes. Les bandes en rouge représentent les marges bénéficiaires moyennes pour un œuf (avec et sans le revenu de la réforme de la poule respectivement 25,65 FCFA et 17,57 FCFA) pour les producteurs et pour l'ensemble des commerçants (soit 5,65 FCFA). Les producteurs ont un bénéfice brut d'au moins trois fois plus que les commerçants sur un œuf.

### 6.1.3. Compte d'exploitation de l'œuf de caille

Le compte d'exploitation d'un œuf de caille commercialisé par aviculteur et distributeur se présente comme suit :

**Tableau 21 : Compte d'exploitation d'un œuf de caille**

Maillon	PRIX DE VENTES	PRIX D'ACHATS	Charges totales	Marge bénéficiaires
Producteur	35	-	31	4
Grossiste	40	35	5	5
Revendeur	45	40	41	4

Source : Cabinet Cosinus Conseils, 2020

## 6.2. Analyse FFOM de la commercialisation des œufs de consommation au Bénin

Forces	Faiblesses
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existence d'une demande forte sur le marché</li> <li>- Bonne appréciation des œufs de consommation par la majorité des consommateurs nationaux ;</li> <li>- Accroissement de l'effectif des aviculteurs</li> <li>- Bonne qualité des œufs produits ;</li> <li>- Existence d'un réseau de distributeurs d'œufs de table (grossistes, détaillantes, vendeuses ambulantes, vendeuses de produits divers, etc.) ;</li> <li>- Faible variation du prix de l'œuf de table d'une région à l'autre.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Absence d'un système d'information sur le marché d'œuf de consommation au Bénin ;</li> <li>- Faible solvabilité de commerçants et aviculteurs</li> <li>- Insuffisance d'un plan national de marketing sur les œufs de consommation</li> <li>- Faible maîtrise du coût de revient des œufs de consommation ;</li> <li>- Non-respect des engagements pris par les aviculteurs vis-à-vis de leurs clients (Détournement de commande et fausse promesse de livraison) ;</li> <li>- Faible harmonisation d'un plan national de production et de renouvellement des bandes de poules ;</li> <li>- Mauvaise gestion des périodes ;</li> <li>- Livraison d'œufs détériorés par les fermiers ;</li> <li>- Enregistrement des pertes d'œufs de consommation</li> <li>- Insuffisance de relations contractuelles entre aviculteurs et commerçants.</li> <li>- Variabilité du prix des œufs.</li> <li>- Moyens de transport défectueux</li> <li>- Mauvais conditionnement des œufs</li> <li>- Fréquentes périodes de méventes</li> </ul>
Opportunités	Menaces
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existence de l'IAB composé de l'UNAP, ATRADIPA et l'UFISAB pour la sauvegarde des intérêts des aviculteurs ;</li> <li>- Existence de distributeurs assurant la commercialisation des œufs de consommation ;</li> <li>- Existence de vétérinaires et zootechniciens compétents œuvrant pour le développement de l'aviculture ;</li> <li>- Existence des partenaires financiers</li> <li>- Existence de supermarchés, de restaurants et de maquis ;</li> <li>- Suspension récente de l'importation des œufs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Développement de la filière avicole dans les pays environnements ;</li> <li>- Problème foncier (non sécurisé) ;</li> <li>- Importation frauduleuse massive des œufs du Nigéria ;</li> <li>- Statut fiscal peu adapté à la filière ;</li> <li>- Persistance des Epizooties.</li> <li>- Concurrence exercée par les produits importés.</li> </ul>

## 7. Principaux défis relever et grandes orientations

### 7.1. Problèmes majeurs la commercialisation des œufs de consommation au Bénin

Les principales contraintes dégagées du diagnostic de l'étude de marché des œufs de consommation se présentent comme suit :

- 1) Absence d'un système d'information sur le marché d'œuf de consommation au Bénin ;
- 2) Faible solvabilité de commerçants et aviculteurs
- 3) Insuffisance d'un plan national de marketing sur les œufs de consommation
- 4) Fluctuation du prix des plateaux d'œufs ;
- 5) Faible maîtrise du coût de revient des œufs de consommation ;
- 6) Moyens de transport défectueux ;
- 7) Mauvais conditionnement des œufs ;
- 8) Non-respect des engagements pris par les aviculteurs vis-à-vis de leurs clients ;
- 9) Capacité de production et qualité des œufs (taille, couleur et forme) insuffisantes ;
- 10) Livraison d'œufs détériorés par les fermiers ;
- 11) Mauvaise organisation technique chez certains aviculteurs ;
- 12) Pénurie par moment des matières premières ;
- 13) Mauvaise organisation de la vente ;

### 7.2. Défis majeurs

A la lumière des problèmes majeurs, trois défis majeurs sont mis en relief pour le développement durable du marché des œufs de consommation. Il s'agit de :

- ✓ L'amélioration de la compétitivité des œufs de consommation ;
- ✓ La promotion de la professionnalisation des circuits de commercialisation ;
- ✓ Le renforcement des relations contractuelles gagnant-gagnant.

### 7.3. Principaux enjeux

La production d'œufs de consommation est en pleine expansion. Cependant les enjeux sont encore de taille et se présentent ainsi qu'il suit :

- ❖ Le développement de marchés modernes de commercialisation des œufs de consommation ;
- ❖ La professionnalisation des processus de commercialisation des œufs de consommation ;
- ❖ La disponibilité à plein temps des œufs de bonne qualité et à moindre coût sur le marché.

### 7.4. Orientations stratégiques sur la commercialisation des œufs de consommation du Bénin l'horizon 2023

#### 7.4.1. Vision sur la commercialisation des œufs de consommation du Bénin

**« A l'horizon 2023, la commercialisation des œufs de consommation au Bénin est professionnellement assurée ».**

#### 7.4.1.1. Objectifs relatifs au développement de la commercialisation des œufs de consommation du Bénin

L'objectif global découlant de la vision est de **« Professionnaliser durablement la commercialisation des œufs de consommation béninois travers la couverture quasi-**

**intégrale des besoins alimentaires des consommateurs sur les marchés nationaux et étrangers.** Cet objectif global est décliné en trois Objectifs Spécifiques (OS), à savoir :

- **OS1** : Assurer durablement la compétitivité et l'accès des œufs de consommation aux marchés porteurs au Bénin et de l'extérieur ;
- **OS2** : Professionnaliser les circuits de distribution des œufs de consommation au Bénin.
- **OS3** : Garantir la disponibilité des œufs de consommation à travers sa production quantitative et qualitative

#### **7.4.1.2. Axes stratégiques**

Les trois (03) axes stratégiques identifiés pour dynamiser le marché des œufs de consommation se présentent ainsi qu'il suit :

- ✎ Axe 1 : Amélioration de l'environnement de mise en marché d'œuf de consommation ;
- ✎ Axe 2 : Renforcement de la capacité des commerçants d'œuf de consommation ;
- ✎ Axe 3 : Appui au développement durable du marché d'œuf de consommation.

#### **Axe 1 : Amélioration de l'environnement de mise en marché d'œuf de consommation**

Plusieurs dysfonctionnements s'observent dans le circuit de commercialisation des œufs de consommation au Bénin principalement les œufs de table. Il s'agit notamment du non-respect de l'interdiction de l'importation des œufs de table au Bénin, l'absence de contrat formel en aviculteurs et commerçants, défaut de loyauté des aviculteurs vis-à-vis de leurs clients (Détournement de commande et fausse promesse de livraison), les distorsions répétées du marché par les aviculteurs qui livrent les œufs aux détaillants et aux ménages (consommateurs) en écartant les commerçants super grossistes, grossistes, la mauvaise organisation des ventes au niveau des commerçants, absence de réseau de commerçantes régulièrement informés des opportunités de vente par les TIC, fluctuation du prix des plateaux d'œufs. Au regard des contraintes qui limitent le développement du marché des œufs de consommation au Bénin, des mesures urgentes nécessitent d'être prises. Un tel environnement nécessite que soient développées les actions idoines suivantes :

- 1) Faciliter le renforcement du dispositif règlementaire pour la commercialisation des œufs de consommation ;
- 2) Accompagner la conscientisation des acteurs au respect des règles établies ;
- 3) Faciliter l'application de l'arrêté interdisant l'importation des œufs de consommation au Bénin ;
- 4) Accompagner l'établissement de conventions de partenariat entre les commerçantes (ATRADIPA) et les aviculteurs (UNAP) ;
- 5) Faciliter la formalisation des relations d'affaire entre aviculteurs et commerçantes à travers des systèmes de vente groupées de grande envergure ;
- 6) Faciliter l'agrément des acteurs spécialisés dans la transformation des œufs ;
- 7) Faciliter l'établissement des règles de contrôle de la qualité des œufs de consommation avant leur mise en marché.

#### **Axe 2 : Renforcement de la capacité des commerçants d'œuf de consommation**

Globalement au Bénin, plusieurs marchés d'œufs de consommation existent. Malgré leur modeste contribution au développement du sous-secteur de l'élevage, ces marchés présentent des limites telles que l'absence de professionnalisation au niveau des commerçantes, la méconnaissance des outils nécessaire à la professionnalisation de l'activité de distribution des œufs de consommation, la méconnaissance des outils de contrôle de la qualité et de la

préservation de la qualité des œufs de consommation, la méconnaissance des stratégies de positionnement sur des marchés porteurs, l'absence d'étude de faisabilité avant la mise en marché des œufs de consommation, méconnaissance des stratégies de recherche des ouvertures de marché, méconnaissance de la qualité des œufs et la non maîtrise des coûts. Dans ce contexte, il importe d'explorer les possibilités de développement de mécanismes pérennes de renforcement du marché d'œufs de consommation à travers les actions ci-après :

- 1) Appuyer le renforcement des commerçantes sur les perspectives de leur professionnalisation et le suivi de leurs activités en les dotant des outils nécessaires ;
- 2) Faciliter la dotation, par moment, les commerçantes des instruments de vérification de la qualité des œufs ;
- 3) Sensibiliser les commerçantes à se positionner sur des marchés porteurs ;
- 4) Appuyer les commerçantes dans la réalisation d'études de faisabilité sur les ouvertures de marchés et les possibilités ;
- 5) Accompagner le renforcement des commerçantes sur la qualité des œufs de consommation ;
- 6) Appuyer le renforcement des commerçantes sur la maîtrise des coûts et des pertes.

### **Axe 3 : Appui au développement durable du marché d'œuf de consommation**

Au niveau des acteurs (aviculteurs et commerçantes), l'étude diagnostique a révélé une absence de planification des activités face à la demande, l'absence de relation entre centres de recherche et les acteurs pour faire face aux problèmes liés à la commercialisation des œufs de consommation, l'absence de préservation du futur des activités de commercialisation des œufs de consommation. La définition de cet axe contribuera à mettre en œuvre des actions qui concourront à pallier ces insuffisances. Ces actions se présentent ainsi qu'il suit :

- 1) Appuyer la planification annuelle de la production face à la demande exprimée par les acteurs ;
- 2) Accompagner la mise en relation des centres de recherche avec les acteurs pour la résolution des problèmes identifiés dans la commercialisation des œufs de consommation ;
- 3) Appuyer la mise en place d'un plan de renforcement institutionnel et le renouvellement de l'ATRADIPA ;
- 4) Accompagner le renforcement institutionnel de l'IAB dans la veille au bon fonctionnement de l'ATRADIPA ;
- 5) Faciliter la mise en place d'un observatoire de marché ;
- 6) Faciliter la veille commerciale périodique ;
- 7) Appuyer les prestations des conseiller en gestion spécialiste de la commercialisation des œufs de consommation (PSNF) ;
- 8) Faciliter des actions conjointes entre l'IAB et les pouvoirs publics à travers des plaidoyers.

**Tableau 22: Axes stratégiques et actions proposées pour développer les œufs de consommation au Bénin l'horizon 2023**

AXES STRATEGIQUES	ACTIONS PRIORITAIRES
<b>Axe 1 : Amélioration de l'environnement de mise en marché d'œuf de consommation</b>	A1.1 : Faciliter le renforcement du dispositif réglementaire pour la commercialisation des œufs de consommation ; A1.2 : Accompagner la conscientisation des acteurs au respect des règles établies A1.3 : Faciliter l'application de l'arrêté interdisant l'importation des œufs de consommation au Bénin A1.4 : Accompagner l'établissement de conventions de partenariat entre les commerçantes (ATRADIPA) et les aviculteurs (UNAP) A1.5 : Faciliter la formalisation des relations d'affaire entre aviculteurs et commerçantes à travers des systèmes de vente groupées de grande envergure A1.6: Faciliter l'agrément des acteurs spécialisés dans la transformation des œufs ; A1.7 : Faciliter l'établissement des règles de contrôle de la qualité des œufs de consommation avant leur mise en marché.
<b>Axe 2 : Renforcement de la capacité des commerçants d'œuf de consommation</b>	A2.1: Appuyer le renforcement des commerçantes sur les perspectives de leur professionnalisation et le suivi de leurs activités en les dotant des outils nécessaires ; A2.2: Doter les commerçantes des instruments de vérification de la qualité des œufs ; A2.3: Sensibiliser les commerçantes à se positionner sur des marchés porteurs ; A 2.4: Appuyer les commerçantes dans la réalisation d'études de faisabilité sur les ouvertures de marchés et les possibilités A 2.5: Accompagner le renforcement des commerçantes sur la qualité des œufs de consommation ; A2.6 : Appuyer le renforcement des commerçantes sur la maîtrise des coûts et des pertes.
<b>Axe 3 : Appui au développement durable du marché d'œuf de consommation</b>	A3.1 : Appuyer la planification annuelle de la production face à la demande exprimée par les acteurs ; A3.2 : Accompagner la mise en relation des centres de recherche avec les acteurs pour la résolution des problèmes identifiés dans la commercialisation des œufs de consommation A3.3 : Appuyer la mise en place d'un plan de renforcement institutionnel et le renouvellement de l'ATRADIPA ; A3.4 : Accompagner le renforcement institutionnel de l'IAB dans la veille au bon fonctionnement de l'ATRADIPA A3.5 : Faciliter la mise en place d'un observatoire de marché ; A3.6 : Faciliter la veille commerciale périodique A3.7 : Appuyer les prestations des conseiller en gestion spécialiste de la commercialisation des œufs de consommation (PSNF) A3.8 : Faciliter des actions conjointes entre l'IAB et les pouvoirs publics à travers des plaidoyers.

### 7.4.1.3. Plan d'action pour la mise en œuvre de certaines mesures prioritaires sur trois ans

**Tableau 23: Plan d'action sur trois prochaines années**

AXES STRATEGIQUES	ACTIONS PRIORITAIRES	Activité	Coût FCFA			Structure Responsable	Structure impliquée	Source de financement	
			An 1	An 2	An 3				
<b>Axe 1 : Cadrage des activités de mise en marché d'œuf de consommation</b>	A1.1 : Faciliter le renforcement du dispositif réglementaire pour la commercialisation des œufs de consommation	A 1.1.2 Organiser des ateliers de réflexions sur la relecture des textes relatif à la commercialisation d'œuf	5000000	0	0	GIZ	Consultant	GIZ	
	A1.2 : Accompagner la conscientisation des acteurs au respect des règles établies	A1..2.1 : Organiser à l'intention des distributeurs des campagnes et des émissions de vulgarisation des textes relatifs à la commercialisation des œufs de consommation	2000000	0	0	GIZ	Consultant	GIZ	
	A1.3 : Faciliter l'application de l'arrêté interdisant l'importation des œufs de consommation au Bénin	A1.3.1 : Soutenir techniquement et financièrement la brique de protection contre les importations fraudueuses d'œufs	5 000 000	0	0	GIZ	Consultant	GIZ	
	A1.4 : Accompagner l'établissement de conventions de partenariat entre les commerçantes (ATRADIPA) et les aviculteurs (UNAP)	A1.4.1 : Mettre à la disposition de l'ATRADIPA) et de l'UNAP, un conseiller juridique et économique	5000000	0	0	GIZ	Consultant	GIZ	
	A1.5 : Faciliter la formalisation des relations d'affaire entre aviculteurs et commerçantes à travers des systèmes de vente groupées de grande envergure	A1.5.1. Faire la promotion des relations d'affaire entre aviculteurs et commerçantes autour des systèmes de vente groupées de grande envergure		0	0	8000000	GIZ	Consultant	GIZ
		A1.5.2 : Faciliter la mise en lien des aviculteurs et une centrale pour des achats institutionnels à travers des contrats		0	5000000	0	IAB	UNAB, ATRADIPA	GIZ
		A1.5.3 : Appuyer la réalisation des études de faisabilité pour la mise en place des unités de transformation des œufs.		0	0	5000000	IAB	UNAB, ATRADIPA	GIZ
	A1.6 : Faciliter l'agrément des acteurs spécialisés dans la transformation des œufs	A1.6.1 : Faciliter l'agrément des acteurs spécialisés dans la transformation des œufs		5000000	0	0	IAB	UNAB, ATRADIPA	GIZ

	A1.7 : Faciliter l'établissement des règles de contrôle de la qualité des œufs de consommation avant leur mise en marché.	A1.7.1 : Organiser des séances de règles de contrôle de la qualité des œufs de consommation avant leur mise en marché	2000000	0	0	IAB	ABSSA:MAEP	GIZ
	<b>Sous-total 1:</b>		<b>19000000</b>	<b>5000000</b>	<b>13000000</b>			
<b>Axe 2 : Renforcement du marché d'œuf de consommation</b>	A2.1: Appuyer le renforcement des commerçantes sur les perspectives de leur professionnalisation et le suivi de leurs activités en les dotant des outils nécessaires	A2.1.1 : Former les commerçantes membres de l'ATRADIPA et les doter des outils de gestion et de contrôle des produits	0	2000000	0	GIZ	Consultant	GIZ
		A2.1.2 : Organiser des visites de partage d'expérience sur les techniques de concertations des œufs.	0	3000000	0	GIZ	Consultant	GIZ
	A2.2: Faciliter la vérification de la qualité des œufs	A2.2.1 : Appuyer la codification des œufs mis en marché	2000000	0	0	IAB	ABSSA:MAEP	GIZ
	A2.3: Sensibiliser les commerçantes à se positionner sur des marchés porteurs	A2.3.1 : Elaborer la cartographie d'installation des outils de vente d'œufs dans les trois grandes villes à statut particulier	0	2000000	0	GIZ	Consultant	GIZ
	A 2.4: Appuyer les commerçantes dans la réalisation d'études de faisabilité sur les ouvertures de marchés et les possibilités	A2.4.1 : Appuyer les commerçantes dans la réalisation d'études de faisabilité sur les ouvertures de marchés et les possibilités	0	5000000	0	GIZ	Consultant	GIZ
	A2.5 : Appuyer le renforcement des commerçantes sur la maîtrise des coûts et des pertes	A2.6.1 : Appuyer le renforcement des commerçantes sur la maîtrise des coûts et des pertes	0	7000000	0	GIZ	Consultant	GIZ
	<b>Sous-total 2:</b>		<b>2000000</b>	<b>17000000</b>	<b>0</b>			
<b>Axe 3 : Appui au développement durable du marché d'œuf de consommation</b>	A3.1 : Plaider pour mise en place d'une planification annuelle de la production des œufs pour faire face à la demande exprimée par les acteurs	A3.1.1 : Soutenir financièrement l'organisation des réflexions de planification annuelle de la production par l'UNAP	0	5000000	5000000	GIZ	Consultant	GIZ
	A3.2 : Accompagner la mise en relation des centres de recherche avec les acteurs impliqués dans la commercialisation des œufs de consommation	A3.2.1 : Organiser périodiquement des assises de partages d'idées entre les centres de recherches et commerces et l'ATRADIPA.	10000000	3000000	8000000	GIZ	INRAB/MAEP	GIZ
	A3.3 : Appuyer la mise en place d'un plan de renforcement institutionnel et le renouvellement de l'ATRADIPA	A3.3.1 : Financer la réalisation d'un plan de renforcement institutionnel et le renouvellement de l'ATRADIPA	4000000	1000000	7000000	GIZ	Consultant	GIZ

A3.4 : Accompagner le renforcement institutionnel de l'IAB dans la veille au bon fonctionnement de l'ATRADIPA	A3.4.1 : Accompagner les actions de contrôle et de suivi de l'IAB auprès de l'UNAP et de l'ATRADIPA	0	0	9000000	GIZ	Consultant	GIZ
A3.5 : Faciliter la mise en place d'un observatoire de marché	A3.5.1 : Faciliter la mise en place d'un observatoire sur le marché des œufs au Bénin	5000000	3000000	1000000	GIZ	Consultant	GIZ
A3.6 : Faciliter la veille commerciale périodique	A3.6.1 : Soutenir financièrement et techniquement la création d'une cellule la veille commerciale permanente au niveau de l'IAB.	0	9000000	5000000	GIZ	Consultant	GIZ
A3.7 : Appuyer les prestations des conseillers en gestion spécialiste de la commercialisation des œufs de consommation (PSNF)	A3.7.1 : Mettre à la disposition des membres de l'Atradipa les des conseillers en gestion spécialiste de la commercialisation des œufs de consommation (PSNF)	5000000	5000000	1000000	GIZ	Consultant	GIZ
A3.8 : Faciliter des actions conjointes entre l'IAB et les pouvoirs publics à travers des plaidoyers.	A3.8.1 : Organiser des actions conjointes de plaidoyers	5000000	2000000	1000000	GIZ	Consultant	GIZ
<b>Sous-total 3:</b>		<b>29 000 000</b>	<b>28 000 000</b>	<b>37 000 000</b>			
<b>TOTAL</b>		<b>50 000 000</b>	<b>50 000 000</b>	<b>50 000 000</b>			

Dans l'ensemble, le plan d'action pour la mise en œuvre de quelques actions prioritaires de développement du marché de commercialisation des œufs de consommation au Bénin s'élève à **cinquante million (50 000 000) Francs CFA** chaque année et ceci sur les trois premières années. Le détail se trouve à l'annexe du présent document.

## **8. Modalités de mise en œuvre et conditions de succès de la stratégie de développement du marché de commercialisation des œufs de consommation**

Les actions prévues nécessitent la mise en place d'un mécanisme de gestion et d'exécution plus efficace.

### **8.1. Le dispositif institutionnel**

Le dispositif institutionnel à mettre en place doit impliquer les acteurs stratégiques de la sous-filière commercialisation des œufs de consommation. A cet effet, le fonctionnement du cadre institutionnel reposera sur l'IAB, qui jouera le rôle de suivi de la mise en œuvre de la stratégie. Il a pour mission, entre autres, de contribuer d'une manière générale à la recherche des solutions idoines aux problèmes inhérents à la mise en œuvre de la stratégie, d'assurer les arbitrages et de prendre les mesures appropriées pour lever les contraintes et difficultés rencontrées.

### **8.2. Mécanisme de gestion**

Il est essentiellement fondé sur le processus de déclinaison permettant d'assurer la mise en œuvre de la stratégie aux divers niveaux sectoriels et selon les différentes échelles territoriales. Ce processus s'appliquera à travers :

- L'intégration sectorielle et politique qui consiste pour les organes de pilotage de la stratégie à vérifier que les documents de planification stratégique, de planification opérationnelle et de suivi-évaluation au niveau des secteurs et programmes concernés, font ressortir effectivement les points d'ancrage de la commercialisation des œufs de table ;
- L'appui à l'élaboration d'un ensemble de plans d'action spécifiques, reposant sur les orientations stratégiques définies dans la stratégie, selon des périodes annuelles pour la commercialisation des œufs de consommation.

### **8.3. Organisation du mécanisme de suivi-évaluation**

Le suivi et l'évaluation sont des éléments clés de l'adaptation planifiée qui permettent de donner l'alerte rapide sur le dépérissement des différentes situations relatives à la commercialisation des œufs de consommation et ce faisant, aident à réduire le degré d'incertitude dans la planification et minimiser les pertes. Le mécanisme de suivi/évaluation de la mise en œuvre de la stratégie de commercialisation des œufs de consommation repose sur trois piliers essentiels à savoir : (i) la mise en place et l'opérationnalisation d'un dispositif de suivi de la mise en œuvre ; (ii) la mise à jour régulière des indicateurs de suivi des domaines clés et objectifs stratégiques ; (iii) la construction de mécanismes plus adéquats d'évaluation participative. Le dispositif de suivi-capitalisation repose sur les OP des divers maillons impliquées dans la mise en œuvre de cette stratégie dans leurs différentes activités pour booster la commercialisation des œufs de consommation. Chaque OP est considérée comme un centre de responsabilité qui doit gérer à l'interne une partie du système d'informations pour le suivi-évaluation de la stratégie, en lien avec l'IAB. Le dispositif intègre la démarche de gestion axée sur les résultats en matière de la commercialisation des œufs de consommation. Sa mise en place et son animation font intervenir globalement trois niveaux :

- Le niveau opérationnel avec des structures évoluant à la base (niveau communal), terrain de réalisation des activités à travers des programmes et projets, nécessitant un suivi fréquent, détaillé et désagrégé des indicateurs ;

- Le niveau intermédiaire (pôle de développement agricole) où sont agrégées les informations provenant de la base, en opérant un suivi technique régulier agrégé des principaux indicateurs de la stratégie ;
- Le niveau central (Direction de l'Elevage) où s'opérera un suivi technique agrégé des principaux indicateurs au niveau de chaque structure et pour l'ensemble des structures, l'enjeu étant plutôt l'atteinte des résultats et des effets/impacts recherchés pour la stratégie et l'efficacité des actions menées.

Le dispositif de suivi-capitalisation de la stratégie ne sera réellement fonctionnel que lorsque les acteurs qui l'animent, les structures concernées et les outils utilisés sont reliés de sorte que l'information puisse circuler à tous les niveaux entre les personnes, les fonctions et les organismes. L'interaction à assurer réside dans la collecte, le traitement, le stockage et la communication/l'échange des informations.

#### 8.4. Stratégie de communication et d'échanges

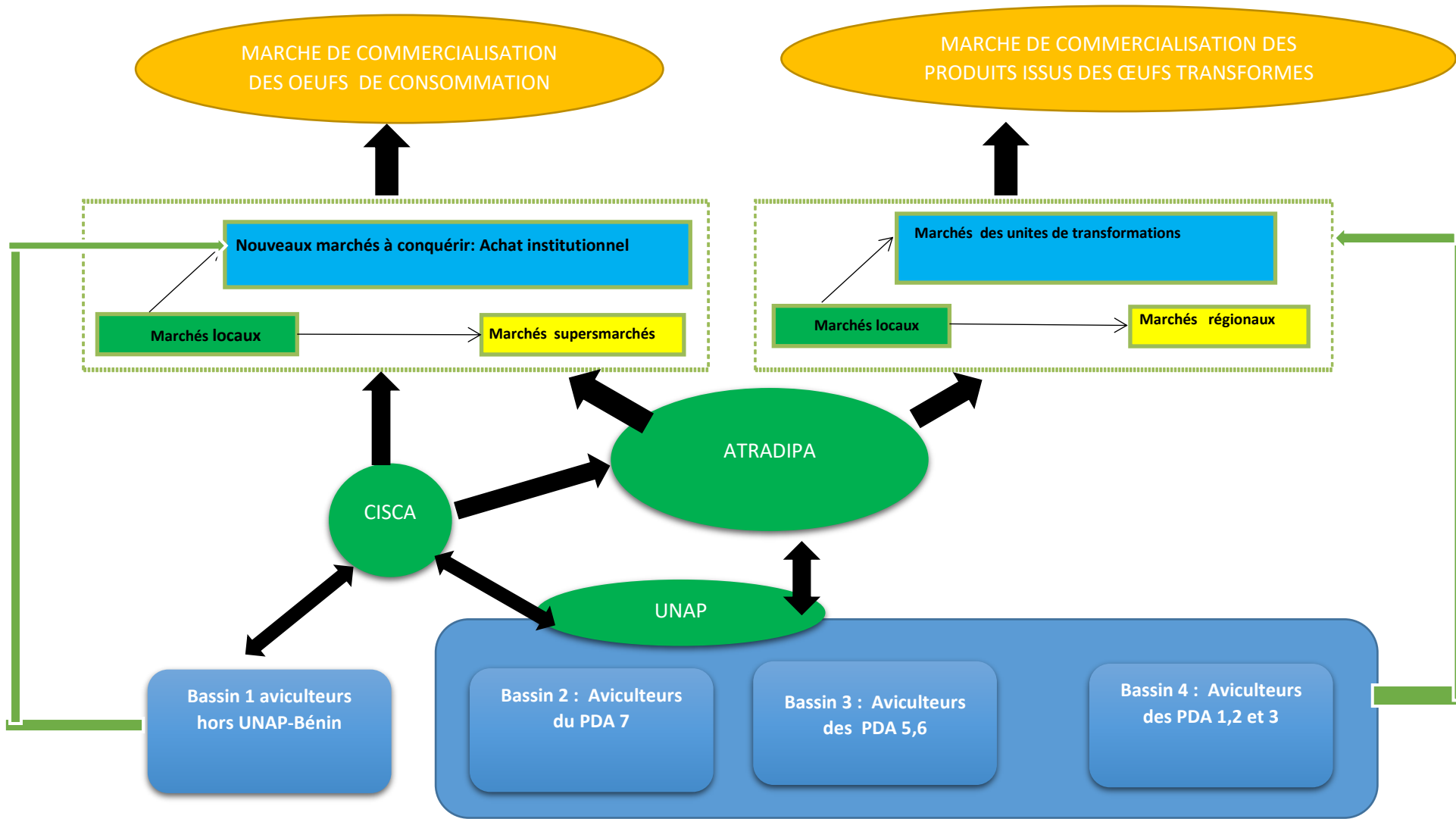
Il s'agit ici de promouvoir la stratégie à grande échelle dans le pays, aussi bien au niveau des décideurs, que du grand public. A cet égard, les mesures consisteraient entre autres à :

- Impliquer de façon systématique, les OP et le secteur privé dans la réflexion stratégique, en mettant en place un mécanisme de concertation et de dialogue permanent avec les ONG nationales et internationales pouvant déboucher sur des partenariats stratégiques ;
- Valoriser l'expertise des OP et du secteur privé pour la réalisation d'analyses stratégiques, d'études techniques spécifiques pour la mise en œuvre du plan d'actions de la présente stratégie.
- Développer des programmes éducatifs de vulgarisation et de sensibilisation, en vue de disséminer les résultats de la recherche dans les domaines de la conservation et de l'utilisation durable des différents œufs de consommation à commercialiser. Cette mesure permettra de : (i) promouvoir des actions de communication et d'échange entre institutions de recherche ; (ii) soutenir les OP impliquées dans l'éducation à la valorisation des techniques de production, de transformation et de commercialisation des différents œufs de consommation ; (iii) développer une veille communicationnelle à travers tous les types de média et (iv) vulgariser le document de la stratégie au niveau de toutes structures impliquées dans la commercialisation des œufs de consommation sur tous les marchés.

#### 8.5. Plan de mobilisation des ressources financières

Les Partenaires Techniques et Financiers, les structures étatiques et les OP concernés par le développement de la commercialisation des œufs de consommation sont appelés à accompagner financièrement la mise en œuvre de cette stratégie. A cet effet, un plan de mobilisation des ressources financières permettant de passer du déclaratif à l'action sera proposé aux différents acteurs. Il s'agit d'augmenter substantiellement pour chaque acteur de contribuer à la constitution des fonds nécessaires pour la couverture des besoins de financement de la mise en œuvre de cette stratégie.

**Le schéma du dispositif de mise en œuvre de la commercialisation des œufs de table l'horizon 2023 dans le pôle 7 au Bénin proposé se présente comme suit :**



**Figure 5: Circuit de commercialisation des œufs de consommations**

Source : Cosinus Conseils (2020)

Légende

	<b>Marché favorable</b>	Actions prévues	Visibilité –plaidoyer – Amélioration des points de vente – Relation d'affaires – commerce électronique
	<b>Marché peu contraignant</b>	Actions prévues	Prospection commerciale-Foires- Relations d'affaires – Communication autour des produits
	<b>Marché conquérir</b>	Actions prévues	Prospection commerciale-Foires- Relations d'affaires – Communication autour des produits

---

## 9. Recommandations et conclusion

---

### 9.1. Recommandations

#### 9.1.1. Recommandations l'endroit des Organisation des aviculteurs

- Renforcer les capacités de ses membres de l'ATRADIPA et l'UNAP ;
- Formuler des plaidoyers auprès de l'Etat pour les ventes institutionnelles ;
- Formuler des plaidoyers auprès de l'Etat pour la facilité d'accès au crédit ;
- Consolider la synergie d'action entre les aviculteurs et les commerçants à travers la dynamisation du réseau de la vente d'œufs de table ;
- Appui financier aux fermiers ;
- Appui en équipement aux fermiers ;
- Se prendre au sérieux en nettoyant leurs œufs ;
- Prendre soins des clients ;
- Respecter l'itinéraire de production d'œufs à travers l'alimentation équilibrée des poules pour une qualité meilleure des œufs ;
- Mettre sur pied un plan marketing attirant la clientèle

#### 9.1.2. Recommandations l'endroit des organisations des commerçants

- Travailler en toute transparence et honnêteté avec l'UNAP ;
- Synergie d'action entre UNAP et ATRADIPA ;
- Œuvrer à la cohésion entre tous les acteurs de l'ATRADIPA.

#### 9.1.3. Recommandations l'endroit IFISAB :

- Revoir le coût de l'intrant en contractant avec des fournisseurs d'intrant de bonne qualité et à prix accessible ;
- Harmoniser le prix de cession du plateau d'œuf ;
- Respecter la diminution en période mévente au niveau du maillon commercialisation
- Anticiper sur l'approvisionnement en intrants pour la prévention des ruptures.

#### 9.1.4. Recommandations l'endroit de l'IAB

- Réfléchir avec les aviculteurs et les commerçants sur la réglementation du commerce d'œufs de table ;
- Organiser des visites d'échange au profit des membres de l'ATRADIPA ;
- Faire le benchmarking des meilleures pratiques de soutien à la commercialisation des œufs auprès des interprofessions de la sous-région ;
- Diversifier les actions de plaidoyer auprès de l'Etat.

#### 9.1.5. Recommandations l'endroit de l'ATDA

- Soutenir la mise en place des poussins de concert avec l'IAB (UNAP etc.)
- Appuyer le respect des mesures d'interdiction d'importation ;
- Appuyer les actions de communication de masse pour susciter la consommation des œufs.

#### 9.1.6. Recommandations l'endroit des PROJETS/PROGRAMMES

- Diversifier leurs actions d'appui pour booster la commercialisation des œufs de consommation ;
- Accompagner les commerçants des œufs de consommation à se professionnaliser ;

- Prévoir des actions d'accès au financement au profit des commerçants d'œuf de table expérimenté

#### **9.1.7. Recommandations l'endroit de la DE**

- Soutenir l'IAB dans la professionnalisation des acteurs de l'interprofession
- Sensibiliser les commerçantes sur les possibilités d'exercice dans la commercialisation des œufs de table au Bénin.

### **9.2. Conclusion**

Le marché des œufs de consommation offre aujourd'hui des atouts pour son développement. Toutefois, les dysfonctionnements divers constatés jusqu'à présent n'ont pas permis aux acteurs engagés dans la commercialisation des œufs de consommations de tirer véritablement profit de leurs activités.

L'état des lieux a permis de cerner des goulots d'étranglement tels que les influences fortes du marché nigérian, l'inorganisation des acteurs et de la faible stratégie de marketing au plan nation pour bien fixer le consommateur national dont l'effectif ne cesse de s'accroître les gammes d'œuf de consommation commercialisées au Bénin.

Face à ces contraintes diverses mesures ont été proposées assorties de cout de réalisation et d'une responsabilisation des acteurs pour renforcement durable le commerce de l'œuf de consommation au Bénin durant les trois prochaines années. La réussite de ces actions dépend de la conscience et de la bonne volonté des acteurs et des organisations de la filière avicole pour un développement harmonieux et durable des activités de commercialisation des œufs de consommations au Bénin. Dans la mesure où la viabilité des marchés de commercialisation des œufs de consommation doit tenir compte de la maîtrise du rapport d'influence des acteurs chargés de la distribution de ces produits au Bénin et surtout des avicultures. A cet effet, le rôle et le poids de l'interprofession, des OP et des structures déconcentrées de l'Etat sont attendus pour aider à contrebalancer les vellétés des distributeurs et face aux réactions des aviculteurs.

## Annexes

### Annexe 1 : Répartition géographique des volailles (poulets de chair et pondeuses) du système commercial

Départements	Effectifs				
	2006	2007	2008	2009	2012
Atlantique - Littoral	174 150	291 704	335 079	386 267	480 623
Atacora – Donga Borgou - Alibori	18 756	15 100	31 838	33 188	21 862
Ouémé - Plateau	147 210	157 007	182,562	225 408	100 217
Mono - Couffo Zou - Collines	42 343	73 804	67 749	77 805	141 495
<b>Total</b>	<b>382 459</b>	<b>537 615</b>	<b>617 228</b>	<b>722 668</b>	<b>744 187</b>

Source: TDH 2010 / enquête UNAP 2012

### Annexe 2 : Répartition géographique des volailles (toute espèces confondues) du système commercial

Départements	Effectifs					
	2006	2007	2008	2009	2010	2012
Atlantique Littoral	194 263	314 282	366 887	449 650	449 650	580 200
Atacora Donga- Borgou Alibori	18 966	16 540	34 778	37 388	37 388	54 400
Mono Couffo- Zou-Coline	52 703	91 176	95 419	106010	106 010	265 400
Ouémé plateau	163 020	179 931	209 103	266 928	266 928	300 000
<b>Total</b>	<b>428 952</b>	<b>601 929</b>	<b>706187</b>	<b>859 976</b>	<b>859 976</b>	<b>1 200 000</b>

Source: TDH 2010/ enquête UNAP 2012

### Annexe 3 : Répartition géographique des volailles (toutes espèces confondues) de l'élevage villageois

LIEU	Volaille secteur 4 élevage villageois							
	2006*	2007*	2008*	2009*	2010	2011	2012	2013
Atlantique Littoral	1 165 535	1 239 931	1 277 129	1 392 071				
Atacora Donga	1 956 678	2 081 572	2 144 019	2 401 301				
Borgou Alibori	2 471 561	2 548 001	2 649 921	2 914 913				
Mono Couffo	2 319 925	2 323 000	2 355 300	2 385 501				
Ouémé plateau	1 541 317	1 593 000	1 729 633	1 826 830				
Zou Collines	6 877 164	7 107 768	7 371 456	8 765 840				
<b>Total</b>	<b>16 332 180</b>	<b>16 893 272</b>	<b>17 527 458</b>	<b>19 686 456</b>	<b>15900000</b>	<b>16416000</b>	<b>16941000</b>	<b>17483000</b>

Source: Annuaire statistique de la DE pour les années 2010 à 2013; \*Chrysostome C.A.A.M. Estimation calculée sur la base des données de la DE/CeRPA/FSA, (Observations: Les chiffres de 2006 à 2009 ne se trouvent dans aucun document sauf l'auteur)

### Annexe 4 : Répartition des volailles (espèces locales) de l'élevage villageois

	Canards	Pintades	Dindes	Pigeons
Atlantique Littoral	280 814	ND	ND	ND
Atacora Donga	628 801	1 269 372	ND	527 738
Borgou Alibori	1 026 962	1 069 694	ND	695 826
Mono Couffo	844 337	121 372	ND	368 058
Ouémé plateau	544 960	ND	ND	277 986
Zou Collines	1 545 050	740 280	ND	537 551

Source: Rapport de l'étude socioéconomique des communes du Bénin dans le domaine avicole par SIMITEC GROUPE 2012  
ND non disponibles

**Annexe 5 : Analyse FFOM détaillée**

Types d'acteurs	Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
<b>Aviculteurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Facilitation de l'accès des aviculteurs aux intrants (aliments et produits vétérinaires) par l'IAB ;</li> <li>- Détermination des aviculteurs pour la production d'œufs de consommation en qualité, en quantité et à coût raisonnable ;</li> <li>- Intégration du maillon production par des aviculteurs jeunes et dynamiques ;</li> <li>- Disponibilité des terres pour la mise en place de zones d'élevage pour la production d'œufs de consommation ;</li> <li>- Maîtrise des sources d'approvisionnement en poussins d'un jour par les aviculteurs ;</li> <li>- Disponibilité de produits vétérinaires pour les soins à administrer aux sujets ;</li> <li>- Maîtrise des paramètres permettant la reconnaissance des aliments de bonne qualité par les avicultures ;</li> <li>- Maîtrise des techniques de production d'aliments par les aviculteurs ;</li> <li>- Cycle de production d'œufs court ;</li> <li>- Produits appréciés par les consommateurs nationaux ;</li> <li>- Maîtrise des itinéraires techniques d'alimentation et de production,</li> <li>- Respect des différentes étapes dans la conduite des sujets</li> <li>- Production locale de matières premières ;</li> <li>- Modernisation des fermes ;</li> <li>- Disponibilité de la main d'œuvre ;</li> <li>- Création d'emploi dans la sous-filière ;</li> <li>- Augmentation de quantité d'œufs produits ;</li> <li>- Bonne qualité des œufs produits ;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Méfiance des aviculteurs vis-à-vis de l'ATRADIPA en raison des insuffisances remarquées dans l'accomplissement de sa mission ;</li> <li>- Fluctuation du coût de l'aliment des poules pondeuses ;</li> <li>- Cherté de l'aliment des poules pondeuses et des produits vétérinaires ;</li> <li>- Inadéquation entre le prix de vente et le coût de production de l'œuf ;</li> <li>- Défaut de compétence de la main d'œuvre utilisée par les aviculteurs ;</li> <li>- Absence de zone dédiée à l'élevage et à la production agricole ;</li> <li>- Défaut de loyauté des aviculteurs vis-à-vis de leurs clients (Détournement de commande et fausse promesse de livraison) ;</li> <li>- Capacité de production et qualité des œufs (taille, couleur et forme) insuffisantes ;</li> <li>- Concentration des pharmacies vétérinaires au centre-ville ;</li> <li>- Livraison d'œufs détériorés par les fermiers ;</li> <li>- Mauvaise organisation technique chez certains aviculteurs</li> <li>- Insuffisance de relations contractuelles entre aviculteurs et commerçants.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existence de l'IAB composé de l'UNAP, ATRADIPA et l'UFISAB pour la sauvegarde des intérêts des aviculteurs ;</li> <li>- Existence de distributeurs assurant la commercialisation des œufs de consommation ;</li> <li>- Existence de vétérinaires et zootechniciens compétents œuvrant pour le développement de l'aviculture ;</li> <li>- Visibilité et le rayonnement de l'aviculteur ;</li> <li>- Demande croissante de consommation des œufs ;</li> <li>- Projection de création d'un grand site pour l'aviculture ;</li> <li>- Existence des modules de formation sur l'aviculture moderne ;</li> <li>- Existence des partenaires financiers</li> <li>- Possibilités d'accès aux prêts (crédits) ;</li> <li>- Accès à l'information</li> <li>- Professionnalisation de la filière en cours ;</li> <li>- Existence de supermarchés, de restaurants et de maquis ;</li> <li>- Consommation accrue de produits avicoles ;</li> <li>- Suspension récente de l'importation des œufs.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Rareté des matières premières entrant dans la composition de l'aliment des poules pondeuses ;</li> <li>- Insuffisance de pharmacies vétérinaires</li> <li>- Rupture de l'offre au niveau de de certains fermiers ;</li> <li>- Développement de la filière avicole dans les pays de la région ;</li> <li>- Existence du phénomène des 3P (Poulette Prête à Pondre) ;</li> <li>- Problème foncier (non sécurisé) ;</li> <li>- Importation frauduleuse massive des œufs du Nigéria ;</li> <li>- Persistance des maladies virales (grippe aviaire) ;</li> <li>- Statut fiscal peu adapté à la filière ;</li> <li>- Taux élevé des impôts ;</li> <li>- Persistance des Epizooties.</li> </ul>

	- Formations reçues de l'UNAP sur la gestion de fermes avicoles.			
<b>Commerçants</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Connaissance de stratégies de conquête et de fidélisation de la clientèle ;</li> <li>- Existence de distributeurs dévoués et assurant la commercialisation des œufs de consommation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Absence de réseau de commerçants régulièrement informés des opportunités de vente par les TIC ;</li> <li>- Critères de solvabilité défavorables entre commerçants et aviculteurs d'une part et entre commerçants d'autres part (Super grossistes, grossistes et semi-grossistes).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existence de l'IAB composé de l'UNAP, ATRADIPA et l'UFISAB pour la sauvegarde des intérêts des aviculteurs ;</li> <li>- Existence de distributeurs assurant la commercialisation des œufs de consommation.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Problème de disponibilité permanente d'œufs au niveau des aviculteurs ;</li> <li>- Inadéquation entre le prix de l'œuf et le coût de production de l'œuf ;</li> <li>- Livraison d'œufs détériorés par les fermiers.</li> </ul>
<b>Transformateurs</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Accroissement des aviculteurs</li> <li>- Disponibilité et accessibilité des œufs de consommation à des coûts réduits</li> <li>- Produits appréciés par les consommateurs nationaux ;</li> <li>- Bonne qualité des œufs produits</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Baisse par moment de la quantité d'œuf offerte</li> <li>- Variabilité du prix des œufs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produits appréciés par les consommateurs nationaux ;</li> <li>- Filière prioritaire PSRSA/UEMOA</li> <li>- Existence d'association de transformateur</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Concurrence exercée par les produits importés</li> </ul>

## **Annexe 6 : Analyse des problèmes de commercialisation des œufs de consommation au Bénin suivant les paliers ESPECT.**

### **Pallier économique**

L'aviculture a apporté 0,4% au PIB entre 2009 et 2010 (UNAP-Bénin, 2011). La consommation quotidienne d'œufs au Bénin depuis 2002 évolue en dents de scies (FAO, 2015) ; pouvant se justifier d'une part par le faible pouvoir d'achat des populations et d'autre part par le faible niveau de production. Avant 2010, les niveaux de production animale ont permis de couvrir en moyenne que 8,41 kg/habitant/an pour la viande et 0,6 kg/habitant/an pour les œufs; ce niveau de consommation est inférieur au seuil de consommation minimal recommandé, fixé par la FAO à 20 kilogrammes de protéines en viande par an et 1 kg d'œufs/an (MAEP, 2010). En 2014, le niveau de consommation de protéines d'origine animale au Bénin a été estimé à 12 kg par habitant et par an (FAO, 2015). Environ 22% de cette consommation totale de protéines sont fournis par les produits avicoles (Agrisatch, 2014). Avec une production de 852 000 œufs par jour, celle-ci ne subvient qu'à 10% de la demande. Ceci a pour corolaire un accroissement des prix des produits avicoles qui ont augmenté en moyenne de 6,5% au cours de l'année 2014.

On note une mévente des œufs produits localement. En effet, le prix de vente d'un plateau de 30 œufs importés varie entre 1200 et 1400 FCFA suivant le calibre, soit une baisse de 300 à 500 FCFA en comparaison au prix de vente des plateaux d'œufs produits localement (1500 à 2000 FCFA). Les entreprises enregistrées et les autres acteurs de la filière bien qu'étant assujettis aux Taxes sur la Valeur Ajoutée (TVA) payent plusieurs types d'impôts et taxes à savoir : patente, versement patronale sur salaire, droits de douane pour les importateurs, certaines taxes sur les équipements importés (Azomahou, 2014). Les aviculteurs locaux sont donc défavorisés sur le marché des œufs de consommation en raison du coût global de production élevé.

Les acteurs de la filière avicole en général, mais plus particulièrement les producteurs, souffrent du manque d'appui financier (difficultés d'accès au financement auprès des systèmes financiers décentralisés), de l'insuffisance d'infrastructures adéquates (comme la chaîne de froid et de moyen logistique de transport). Les difficultés récurrentes liées à la volatilité du prix du maïs, qui peut passer du simple au double, font que les coûts de revient des produits avicoles sont peu compétitifs. Les poussins d'un jour importés représentant 90% des poussins en aviculture moderne, reviennent chers aux producteurs. Il faut faciliter l'installation des accoueurs et les certifier pour un meilleur impact.

### **Pallier social**

Sur le plan social, la filière contribue à la création de l'emploi, passant de 3050 emplois en 2005 à 10 500 en 2011. Les principaux acteurs directs de la filière œuf sont : les éleveurs, les grossistes, les détaillants, les cafétérias, les restaurants, les cantines scolaires, les pâtisseries et les ménages. Les promoteurs des exploitations avicoles sont des professionnels d'autres secteurs d'activité qui disposent des moyens financiers nécessaires et emploient de la main d'œuvre souvent peu qualifiée pour appliquer des techniques d'élevage modernes utilisées en Europe. Cette pratique courante affecte le respect de l'itinéraire technique de production, le niveau de productivité et la qualité des œufs de table.

L'augmentation de la population urbaine constitue une autre force motrice centrale pour la dynamique des activités sur le territoire. Ce mouvement migratoire qui a vu entre 2000 et 2012 le déplacement de 5% de la population Béninoise des campagnes vers les grandes villes

a contribué à une modification des habitudes alimentaires et à la création de nouveaux modes de gestion du foncier (location de terres, prêt, achat, etc.). De plus, l'augmentation des revenus est l'un des facteurs évoqués par Rae et Nayga (2010), sous-tendant l'augmentation de la demande en œufs de consommation. Les statistiques montrent en effet une augmentation de la production (7.000 tonnes en 2005 contre 14.000 tonnes en 2010) et de la consommation d'œufs entre 2005 et 2010 (respectivement 0,8 kg/hab/an et 1,20 kg/hab/an ; FAO, 2012).

### **Pallier politique**

Aujourd'hui, l'aviculture est devenue une filière stratégique pour l'Etat béninois. A cet effet, les actions concrètes à entreprendre dans ce sous-secteur ont été clairement définies dans le Plan Stratégique de Relance du Secteur Agricole (PSRSA) (MAEP, 2008). Ainsi, il y était clairement mentionné que l'objectif du Gouvernement a été de faire passer la production de viande et abats de volailles issues de l'aviculture moderne de 1 000 tonnes en 2006 à 2 000 tonnes en 2011, et celle de l'aviculture traditionnelle de 9 100 tonnes en 2006 à 18 200 tonnes en 2011, soit un accroissement de 100% dans les deux cas (MAEP, 2008). En ce qui concerne les œufs, le PSRSA a prévu d'accroître sa production d'environ 88 % en la faisant passer de 8 100 tonnes en 2006 à 15 240 tonnes en 2011. Le PSDSA (2017-2021) prévoit améliorer la disponibilité en œufs de table à 25 000 T d'œufs à l'horizon 2021.

Le souci est d'agir à la fois sur l'augmentation de la taille du cheptel aviaire et sur l'amélioration de la productivité des poules pondeuses, des pintades et poules locales.

Tous récemment des mesures ont été prises en vue de la protection de cette filière à travers un communiqué interministériel en date du 16 juillet 2020 signé de trois ministres du gouvernement, invitant les importateurs au respect des dispositions réglementaires en matière d'importation des œufs de consommation

Ce faisant, il est demandé à tout importateur ou distributeur d'œufs de consommation de se conformer aux dispositions de l'arrêté interministériel n° 2005-3889/Maep/Micpe/Mfe/Msp/Dc/Sgm/De du 13 décembre 2005 portant interdiction temporaire d'importation, de distribution et de transit des volailles, parties et abats de volailles congelés, poussins d'un jour, œufs et aliments de bétail en provenance des pays infectés de grippe aviaire. De même, selon ces propos, toute infraction ou tentative d'infraction aux dispositions de cet arrêté est punie des peines prévues à l'article 37 de la loi n°90-005 du 15 mai 1990 fixant les conditions d'exercice des activités de commerce en République du Bénin et celles prévues aux articles 17 et 22 de la loi n°84-009 du 15 mars 1984 sur le contrôle des denrées alimentaires sans préjudice des sanctions prévues par le Code des douanes.

### **Pallier environnemental**

La recherche de la proximité des marchés de consommateurs finaux entraîne une mauvaise conception des exploitations et une grande concentration de nombreuses initiatives d'élevages avicoles non loin des centres urbains notamment dans l'Atlantique et le Littoral. Ces facteurs, ajoutés aux mauvaises pratiques de gestion de ces unités avicoles conduisent à de sérieux problèmes d'assainissement induisant plusieurs effets négatifs sur l'environnement notamment : les risques d'infection des humains par les zoonoses, les pollutions des habitations par les fientes et le bruit, la pollution de la nappe phréatique, la mauvaise qualité des œufs (œufs infectés) et les risques de fortes mortalités dues aux variations importantes de température dans des bâtiments ne respectant pas les normes d'aération. L'aviculture moderne contrairement à la pratique traditionnelle nécessite

l'aménagement d'espace donc de terrain. L'acquisition de terrain est loin d'être aisée dans les alentours des villes. Aucune politique en la matière n'a été légalement engagée dans ce sens. Les espaces disponibles sont éloignés et cela impacte sur les coûts de transport des œufs de consommation. L'accès à l'eau devient également un problème ce qui amène des producteurs à faire des forages et installer des sources d'énergie solaire.

Les commerçants enregistrent des difficultés dans la gestion des œufs de consommation avariés. En effet, lorsqu'ils enregistrent des pertes dues à la mévente, les commerçants ne maîtrisent pas les divers procédés de valorisation des œufs avariés et les jettent dans l'environnement immédiat. Les œufs jetés produisent une forte odeur de putréfaction qui affecte la santé des personnes qui l'inhalent. Enfin, la plupart des consommateurs ne maîtrise pas les différentes méthodes de valorisation des coquilles d'œufs.

### **Pallier culturel**

Les œufs de consommation issus des poules locales sont utilisés au cours des cérémonies traditionnelles et en ethnopharmacologie (FAO, 2007). Les domaines de l'habitat, l'alimentation, la santé et la génétique sont en cours d'amélioration.

### **Pallier technologique**

La production avicole traditionnelle et moderne est encore tributaire de moyens rudimentaires (bassecour, poulailler en banco et en ciment, etc.). Certains grands producteurs modernes ont réalisé des fermes avicoles en essayant de créer des micro-climats favorables à la production.

D'autres se sont lancés avec un coût d'acquisition plus important sur l'équipement dite Batterie de Production (surtout pour les pondeuses).

Cette nouvelle technologie présente des avantages considérables. Les œufs produits sont plus propres, les œufs fêlés sont presque inexistant, les conditions de température sont maîtrisées, les risques de contagions sont réduits, le cannibalisme des sujets est évité et les fientes récupérées sont de qualité. Cette technologie accroît la productivité comparée à la production au sol.

D'autres technologies (abreuvement et alimentation automatique au sol, extracteur de chaleur pour la production au sol) existent et peuvent être vulgarisées auprès des professionnels du secteur.

L'orientation vers ces investissements nécessite l'accompagnement des projets/programmes et les institutions de financement pour faciliter leur acquisition par les producteurs de la filière avicole moderne.