

La commercialisation du poisson en Guinée: panorama des principaux acteurs et identification des circuits commerciaux.

Mamadoui Moussa Di.illo^a. Vincent Fauter^b . Roger Patrick Mitinno^a et Kopé Solié^a

a Centre National des Sciences Halieutiques de Boussoura. B.P 3738/39 Conakry. GUINEE

b ORSTOM (Institut Français de Recherche Scientifique pour le Développement Coopération). B.P 1984 Conakry- GUINEE

Résumé

Cet article s'intéresse au système de commercialisation des produits halieutiques en Guinée, La commercialisation des produits halieutiques fait actuellement l'objet d'une attention toute particulière des autorités guinéennes dans le cadre de la politique de développement du secteur des pêches. Le souci du gouvernement de disposer d'éléments d'analyse permettant de mener une politique de gestion adéquate a conduit le CNSHB (Centre National des Sciences Halieutiques de Boussoura) à mettre en place un dispositif suivi économique du secteur. La rédaction de ce document constitue un préalable à la mise en place d'un tel dispositif

L'objectif de cette étude est donc de présenter un panorama des principaux; acteurs du système et d'identifier par type de produit ressentie! des circuits commerciaux et des empruntes et des stratégies développées L'identification des circuits doit permettre de saisir les différents types de produit et leur mode de présentation. de repérer les marches de redistribution dans leur dimension spatiale et de spécifier la chaîne des intervenants.

Introduction

La commercialisation des produits halieutiques fait actuellement l'objet d'une attention toute particulière des autorités guinéennes dans le cadre de la politique' de développement du secteur des pêches. Depuis quelques années, les efforts de recherche menés en Guinée ont porté essentiellement sur l'évaluation et la gestion des ressources existantes L Administration des Pêches. au travers des différents départements concernes, a donc jugé nécessaire de mettre en place un dispositif de suivi des indicateurs socio-économiques du secteur. C'est donc dans ce cadre que le CNSHB Centre National des Sciences Halieutiques de Boussoura en collaboration avec l'ORSTOM Institut Français dû Recherche Scientifique pour le Développement en Coopération), a décidé de lancer le programme *Observatoire des pêches* permettant ainsi un suivi régulier des aspects biologiques mais aussi économiques relatif a la dynamique du secteur.

Le développement du secteur de la pêche artisanale, secteur considéré par certains comme un des plus dynamiques de l'économie guinéenne. constitue ..aujourd'hui une priorité absolue pour le gouvernement guinéenne. L'importance du plateau continental et la densité du réseau hydrographique aboutissant à la mer offrent en effet à la Guinée des conditions particulièrement favorables au développement de l'activité halieutique. Trois types de pêcheries se partagent l'exploitation des ressources: la pêche maritime industrielle. la pêche maritime artisanale et la pêche continentale Le potentiel des ressources côtières est actuellement estime a environ 80 000 tonnes (CNSHB, Dec. 1995)

Contrairement à la pêche industrielle, la pêche artisanale en Guinée dispose d'un réel potentiel de développement, tant du point de vue de la ressource disponible que de son exploitation. De plus. il est généralement admis que ce type de pêche crée beaucoup plus de valeur ajoutée. A titre de comparaison, le secteur industriel emploie directement .300 à 500 personnes alors que la pêche artisanale emploie environ 9250 personnes dans le secteur primaire et au minimum le double dans le secondaire, soit au total .30 000 personnes (Gréboval. mft). Les quantités débarquées par la pêche piroguier étaient estimées à 50-000 tonnes en 1994 contre 32 700 tonnes pour la pêche industrielle. Enfin, concernant la pêche continentale- le réseau Hydrographique mobiliserait près de 6000 pêcheurs et le potentiel de production de cette pêcherie serait d'environ 6 000 à 8 000 tonnes/an correspondant ainsi aux captures actuelles (Gréboval. 1996). Conformément à la volonté exprimée par les autorités guinéennes. l'évolution des processus complexes et originaux que traduit une telle dynamique doit faire l'objet d'une analyse approfondie, devant conduire à une meilleure gestion du secteur,

Le document qui suit s'inscrit donc dans cette problématique. La commercialisation du poisson en Guinée, que processus économique, fait partie des éléments dont l'Observatoire entend suivre l'évolution. Ainsi. Parallèlement *au* suivi de la production et de la valorisation, l'administration des pêches a souhaité voir se mettre: en place un système de suivi de la commercialisation des produits halieutiques. C'est donc à cette fin que le département socio-économique du CNSHB a décidé de mener une étude préliminaire visant une meilleure connaissance de l'organisation économique et sociale de cette activité.

Cet article, qui repose essentiellement les résultats tirés d'une enquête cadre, sera donc structuré autour de deux parties. Tout d'abord, nous présenterons un panorama des principaux acteurs de la commercialisation selon leur statut et le type de produit commercialise. Puis. dans une seconds partis, après avoir défini les critères permettant de caractériser un circuit commercial, nous identifierons par type de produit. les principaux circuits commerciaux permettant et les stratégies développées par les stratégies enquêtes Enfui. notre travail sera complète en annexe par une cartographie des circuits pour les principaux types de produit commercialise.

Avertissement méthodologiques

La rédaction de ce document repose principalement sur les résultats tirés de l'enquête cadre sur la transformation ci la commercialisation des produits halieutiques en Guinée Etalée sur une période de deux mois. cette enquête visait deux espaces géographiques distincts les débarcadères et les marchés ruraux du littoral d'une part. et les marchés urbains de l'intérieur d'autre part. L'objectif principal était avant tout d'identifier les agents. les circuits ci éventuellement les flux par type

de produit commercialisé. Notons toutefois que seuls les principaux types de produits ont fait l'objet de cette enquête. Notre toute fois n'était donc pas de recenser de manière exhaustive l'ensemble des produits halieutiques commercialises en Guinée, Il s'agissait avant tout de dégager les grandes tendances

Au total. 240 agents ont été enquêtes sur les principaux marchés urbains (à l'exception de Conakry) et quelques marchés ruraux significatifs. Leur répartition par statut est la suivante: 8 % de grossistes. 36 % de demi grossiste et 56% de détaillants. Même si nous avons pu collecter des données relatives au nombre d'agents commercialisant le poisson sur les marchés enquêtés. ces informations s'apparentent pour la plupart à de grossières estimations. Il convient de souligner qu'il n'existe à notre connaissance aucun connaissance officiel des commerçants présents sur les marchés. Dans ces conditions, il serait donc délicat de calculer un taux d'échantillonnage significatif.

La commercialisation des produits halieutiques. panorama des principaux acteurs

Deux phases essentielles de la commercialisation sont à distinguer l'approvisionnement d'une part et la revente d'autre part. Les caractéristiques de ces deux étapes du processus de commercialisation diffèrent chacune selon le statut de l'agent rencontre mais également selon la nature du produit commercialisé. Les stratégies d'approvisionnement et de vente sont en effet différentes selon qu'il s'agisse d'un grossiste de poisson frais ou qu'il s'agisse d'une détaillante de poisson fumé:



La filière peut ainsi être schématisée.

Ces différents éléments confrontés à la réalité du terrain nous conduisent à distinguer trois statuts: grossiste, demi grossiste, et détaillants; Nous verrons cependant qu'il s'agit le plus souvent d'un cadre théorique, certains agents combinant plusieurs statuts à la fois

Agents grossistes

On entend par grossiste toute personne ayant comme activité le commerce de gros. Premier maillon de la chaîne de commercialisation. Le grossiste s'approvisionne directement du producteur. Il revend ensuite ses produits à un demi- grossiste.'

Les grossistes sont les pourvoyeurs du marché intérieur en produits de la pêche industrielle, artisanale maritime et continentale. Ils s'approvisionnent pour la plupart directement sur les lieux de production.

Deux catégories de grossistes sont à distinguer les grossistes commercialisant les produits de la pêche industrielle et ceux distribuant les produit les produits de la pêche artisanale.

S'agissant de la première catégorie- il s'agit essentiellement de deux sociétés privées installées a Conakry COG1P et SON1T Elles disposent d'un réseau de

distribution relativement important s'appuyant sur plus d'une quarantaine d'entrepôt frigorifiques repartis sur une large partie du territoire guinéen Il convient toutefois de souligner le fait que ces deux sociétés également la vente en demi-gros Parallèlement à ces deux sociétés, on note la présence de grossistes indépendants qui s'approvisionnent auprès des sociétés de pêche de la place

Dans le cas de la pêche artisanale, l'approvisionnement s'opère auprès des pêcheurs artisans avec lesquels les commerçants concluent très souvent des ententes (système d'avances) Cette stratégie, qui se retrouve, dans de nombreux pays de la sous-région permet ainsi aux grossistes de sécuriser leurs approvisionnements. Certains grossistes investissent même directement dans l'acquisition et l'exploitation d'unités de pêche et d'unités de transformation, intégrant ainsi la filière en amont.

Agents demi-grossistes

On entend par demi-grossiste toute personne ayant activité le commerce de demi-gross. Deuxième maillon de la chaîne de commercialisation. Le demi-grossiste s'approvisionne directement auprès du grossiste. Il revend ensuite ses produits à un détaillant.

La présence d'agents demi-grossiste est fonction du type de produit commercialisé Nos enquêtes ont montré que s'agissant des produits congelés et des produits frais (quelle que soit la pêcherie concernées. les grossistes assurent également le rôle de demi-grossiste.

En revanche- s'agissant des produits fumés- ces derniers font bien l'objet d'un commerce de demi-gros Les demi-grossistes les sont situés pour la plupart sur les marchés au niveau des différents magasins ou entrepôts de stockage Une remarque importante est toutefois à souligner si. conformément à la règle. les demi-grossistes enquêtes servent d'intermédiaires entre les grossistes et les détaillants. Ils ne sont toutefois que très peu nombreux à être propriétaires de la marchandise entreposée Très souvent les demi-grossistes s'apparentent à des magasiniers- gérant un stock de produits ne leur appartenant pas.

Agents détaillants

On entend par détaillant toute personne ayant activité le commerce de détail. Dernier maillon de la chaîne de commercialisation. Le détaillant s'approvisionne auprès du demi-grossiste. Il revend ensuite ses produits à un détaillant final.

Les détaillants sont divisés en deux catégories distinctes: la première catégorie regroupe les détaillants s'approvisionnant directement ;auprès des débarcadères. Ces derniers commercialisent essentiellement le poisson Hune court et le poisson frais. Dans ce cas précis, la chaîne des intervenants est très courte- La seconde catégorie regroupe quant à elle. les détaillants s'approvisionnant ,au niveau des marchés de redistribution. Il s'agit ici d'une stratégie fort classique observée notamment dans la vente des produits de type fumé long.

Certains agents ont un deuxième voire un troisième statuts Dans le cas des produits de la pêche artisanale- les statuts doubles les plus fréquemment rencontrés sont: grossiste/demi grossiste, grossiste/détaillant De même dans la pêche industrielle. les grossistes jouent le plus souvent le rôle de demi-grossistes. revendant directement leurs produits aux détaillants sur les marchés Cette situation peut s'expliquer d'une

part par la polyvalence de certains maillons de la chaîne de commercialisation. C'est à dire par une absence de distinction nette entre marche de gros et marché de détail, et d'autre part par la grande liberté des pratiques commerciales. telles que la vente directe de poisson par un grossiste à un consommateur. ou l'approvisionnement direct des détaillants auprès des grossiste

Dans l'ensemble, tous statuts confondus, les commerçants sont majoritairement spécialisés dans le commerce d'un seul produit, notamment les produits de type fume long (tableaux n° 1a, 1b, 1c)

Contrairement aux autres agents rencontrés. les détaillants ont tendance à diversifier leurs produits. Cette diversification est liée en partie aux contraintes de conservation île poisson frais, réfrigère ou congelé invendu est légèrement fume le soir puis revendu le lendemain. de même s'agissant des produits fumé court invendus qui font l'objet d'un fumage long et au risque de rupture éventuelle d'approvisionnement en un type de produit découlant d'une spécialisation poussée.

Caractéristiques démographiques

S'agissant des caractéristiques démographiques des enquêtes, on peut affirmer que globalement, il existe plus de femmes que d'hommes impliqués dans la commercialisation des produits halieutique en Guinée (tableau ir2! Les hommes sont plus présents en amont de la commercialisation (grossistes et demi-grossistes). tandis que les femmes sont davantage impliquées dans la vente *au* détail Les raisons à cela peuvent se trouver dans le rôle important que jouent les femmes au sein du noyau familial. Les travaux domestiques et l'éducation des enfants empêchent trop souvent les femmes de s'éloigner du lieu de résidence pour une longue durée Or. comme nous l'avons souligné précédemment, le statut de grossiste exige le plus souvent une longue absence en dehors de l'unité domestique

La structure des âges (tableau n°3) montre un effectif fort élevé dans l'âge actif (25 à 60 ans). Les moins de 25 ans et ceux de 60 ans et plus sont semi-grossistes et surtout détaillants Une explication viendrait du fait que les plus jeunes n'ont pas les moyens financiers pour investir dans le commerce de gros, tandis que les plus âgés ne désirent plus effectuer les longs déplacements que nécessite ce type de commerce

La composition ethnique des individus enquêtes (figure n°1 est dominée par les Soussous (62%). ensuite viennent les Malinkés (.11%). les Peulhs (9%)! et enfin les Baga (4%).

Tableau N°1 A : Nombre d'agents commercialisant un seul type de produit (240 agents enquêtés)

Statut Type de produit	Grossiste	Demi-grossiste	Détaillant	Total
Braisé -salé-séché (m)	0	3	0	3
Frais (m)	0	1	16	17
Congelé (m)	0	1	4	5
Fumé court (m)	0	0	1	1
Fumé long (m)	17	61	68	146
Frais (ed)	0	1	3	4
Fumé (ed)	0	2	1	3
Total	17	63	93	179

Tableau n°1 B : Nombre d'agents commercialisant deux types de produit 1240 agents enquêtés)

Statut Type de produit	Grossiste	Demi-grossiste	Détaillant	Total
Fume long/séché	1	0	0	1
Fume (ed)/frais (ed)	0	0	1	1
Fumé long/tiraisé-salé-séché	0	0	3	3
Frais/fumé long	0	0	5	5
Fumé court/fumé long	0	17	26	43
Frais/fumé court	0	0	5	5
Total	1	17	40	58

Tableau N°1C : Nombre d'agents commercialisant trois types de produit (2-t0 agents enquêtés)

Statut Type de produit	Grossiste	Demi-grossiste	Détaillant	Total
Fume long/braisé-salé-séché/fumé fumé long/fume court/séché frais/fumé court/fumé long	0	1	0	1
	0	0	1	1
	0	0	1	1
Total	0	1	2	3

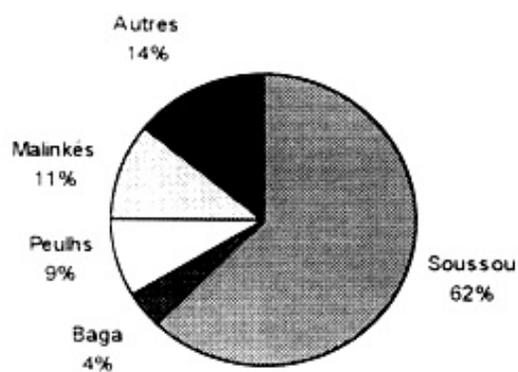
Tableau N°2 : Répartition des différents statuts selon le sexe

Statut	Sexe		
	F	M	Total
Grossiste	2	16	18
Demi-grossiste	44	43	37
Détaillant	103	32	135
Total	149	91	240

TABLEAU N°3 . Structure des âges des individus enquêtes selon leurs statuts

Statuts	Grossiste	Demi-grossiste	Détaillant	Total
Classes d'âge				
15 – 20	0	2	3	5
20 – 25	0	2	8	10
25 –30	1	8	18	27
30 – 35	4	12	18	34
35 – 40	4	12	23	39
40 –45	3	15	13	31
45 – 50	2	10	19	31
50 – 55	2	10	15	27
55 – 60	2	3	6	11
60 – 65	0	7	8	15
> 65	0	6	4	10
Total	18	87	135	240

Répartition ethnique des commerçants de l'échantillon enquêté



3. Identification des circuits commerciaux

3.1 Critères d'identification

L'identification canon des circuits commerciaux du poisson repose nécessairement sur la détermination de quatre principaux critères: la nature du produit commercialisé, sa dimension spatiale, les acteurs engagés dans cette activité *et* les quantités concernées

Chaque critère ainsi analysé permet de différencier les circuits leur conférant certaines caractéristiques propres.

3.1.1. La nature du produit commercialisé

Ce premier critère de caractérisation associe deux variables:

- *le type de produit* (produit de la pêche artisanale, produit de la pêche industrielle ou produit de la pêche continentale).
- *et son mode de présentation* (congelé. frais on réfrigère. fume court- fumé long. séché- braise-sale-séché, salé-séché).

Le type de produit permet d'identifier l'origine du produit commercialisé La seconde variable - mode de présentation du produit - dicte les modalités de conditionnement, de stockage et de transport, la taille du circuit (circuit long ou circuit court). son éventuelle segmentation, et enfin sa durée (selon les facultés de conservation du produit).

3.1.2 La dimension spatiale

Après avoir défini la nature du produit commercialisé, il convient d'étudier son rayonnement ou plutôt sa dimension spatiale Ce deuxième critère met l'accent sur trois paramètres variant selon la nature du produit:

l'origine- la destination et le lieu d'échange du produit

L'étude de la dimension spatiale; au travers de sa représentation cartographique fait apparaître les segmentations progressives du circuit (Identifier les points de rupture/points de transit des produits), ou bien la confluence de certains circuits vers un marché de gros. De plus, ce critère permet de distinguer les circuits Court des circuits. Les zones de production et de consommation. une fois localisées. peuvent ainsi être mis en relation via les multiples réseaux de distribution.

3.1.3 Les acteurs de la commercialisation

Chaque circuit identifiée spécifie la chaîne des intervenants. Le découpage de la filière en différents segments permet de souligner l'importance et le rôle des secteurs et les stratégies qu'ils développent.

On peut identifier les acteurs impliqués dans la filière selon leur origine géographique et leurs caractéristiques démographiques.

La longueur du circuit sera fonction du type de produit, de son mode de présentation, du type de commercialisation en jeu (direct ou indirect), ainsi *que* du plus ou moins grand éloignement des marchés de détail par rapport au lieu d'origine du produit.

3.1.4- La dimension quantitative

L'évaluation des flux constitue une phase décisive pour l'étude des circuits mais elle est souvent délicate. Elle permet d'établir une typologie des circuits en fonction des quantités distribuées sur les marchés et les rythmes saisonniers de commercialisation. La dimension spatiale nous permet de distinguer les circuits longs des circuits courts, la dimension quantitative, quant à elle, nous permettra de distinguer les circuits principaux des circuits secondaires.

Notons toutefois que l'évaluation précise des quantités demeure une tâche très délicate étant donné l'absence de statistiques. L'hétérogénéité des unités d'observation et le caractère diffus et informel des processus observés.

3.2 Identification des circuits commerciaux par type de produit

Les résultats de l'enquête cadre nous ont permis d'identifier la destination des principaux types de produit en fonction des différents modes de présentation existants (tableau n°4). Même si l'on observe des flux d'exportation significatifs vers l'Europe, les Etats-Unis et l'Asie, l'essentiel des produits de la pêche guinéenne est toutefois destiné au marché intérieur.

TABLEAU N° 4: Destination des principaux types de produits de pêche

3.2.1 Le poisson de la Pêche industrielle

3.2.1.1 Le poisson congelé

Il existe actuellement deux types de réseaux de commercialisation des produits congelés. Le premier réseau est géré par deux sociétés implantées à Conakry : COGIP et SONIT. Le second est un réseau beaucoup plus informel contrôlé pour l'essentiel par des femmes.

COGIP et SONIT, créées respectivement en 1989 et 1987 commercialisent environ 20.000 tonnes de poisson. Les poissons distribués sont pour la plupart des espèces pélagiques (chinchard, Sardinelle).

Jadis COGIP affrétait des chalutiers démersaux pour l'export de produits nobles et des chalutiers pélagiques pour approvisionner le marché local. Conformément à l'objectif de filière intégrée, cette société avait également investi dans la construction d'une chaîne de froid : fabrique de glace, chaîne de filetage de 13 t/j, 12.000 m³ de capacité de congélation et 4 600 de capacité de stockage. Il convient de noter toutefois que seule la phase de stockage est actuellement opérationnelle.

COGIP dispose d'une trentaine de chambres froides réparties sur l'ensemble des marchés urbains de l'intérieur, la capacité de stockage variant entre 40 et 50 t par chambre.

S'agissant de SONIT. Cette établissement. conçu sur la même base que COG1P. dispose de trois chambres froid à Conakry d'une capacité de 1525 t et de 16 autres réparties à l'intérieur du pays pour une capacité variant entre 2 et 20 t

La multiplication des chambres froides à l'initiative de ces deux sociétés a permis d'améliorer la distribution de ce produit Les espèces commercialisées alimentent ainsi l'essentiel des marchés urbains. Les circuits sont donc- faciles à identifier. du moins au niveau des grands axes. Les produits sont ensuite redistribués sur les marchés ruraux à l'occasion des marchés hebdomadaires, dessinant ainsi des circuits courts, souvent diffus et donc délicats à suivre.

S'agissant du second réseau de distribution du poisson congelé. il est très difficile d'évaluer les quantités commercialisées Les éléments dont nous disposons nous permettent uniquement d'identifier la stratégie des mareyeuses L'approvisionnement se fait auprès de certaines sociétés de la place (SOPIAG. TRAMER,), le transport des produits étant assuré par des camions isothermes ou frigorifiques affrétés pour l'occasion. La stratégie consiste ensuite à écouler la marchandise embarquée au fur et à mesure du trajet en fonction de la capacité d'absorption des marchés parcourus et des contraintes liées à la conservation du produit.

Les circuits commerciaux sont semblables à ceux du poisson congelé distribué par COGIP et SONIT avec lesquels s'exerce une vive concurrence Les espèces commercialisées sont toutefois différentes des espèces distribuées par ces deux sociétés Il s'agit très souvent de poisson noble de type demersal D'après les quelques entretiens que nous avons eus avec certains mareyeuses rencontrés à N'Zéréto. le produit est destiné essentiellement à une clientèle urbaine Contrairement au poisson CÔGIP au SONIT. il n'y a donc pratiquement pas dans ce cas précis de circuits courts (à l'exception de Conakry)

Le poisson congelé est consommé; soit; sous la forme de produit frais ou sous la forme de produit fumé (fumage court). Les quantités de poisson décongelé fumé sont toutefois peu importantes étant donné la concurrence qu'exerce principalement l'ethmalose (bonga) fumé; Exception sera faite cependant pour Conakry où nombreuses sont les femmes fumeuses qui s'approvisionnent auprès des entrepôts frigorifiques.

3.2.1.2 Le poisson frais ou réfrigéré:

Ce type de produit n'a pas fait l'objet d'un examen particulier car il s'agit d'un produit dont la commercialisation semble très diffuse . La distribution du poisson frais ou réfrigéré est assurée en grande partie par des mareyeuses ne disposant pas de structures importantes

La structuration de ce marché telle que l'on a pu l'observer au cours de quelques enquêtes nous permet de conclure à une situation de concurrence oligopolistique.

L'enquête cadre ne nous a pas permis d'identifier précisément les circuits commerciaux du poisson frais ou réfrigéré de la pêche industrielle Dans ces

conditions, il semble délicat de procéder à une cartographie qui ne pourrait être que ces approximative

3.2.2 Le poisson de la Pêche Artisanal Maritime.

Suite à l'enquête cadre, il ressort que trois types de produit dominant le marché des produits de la pêche artisanal maritime. Il s'agit du poisson fumé court, du poisson ruine long et du poisson braisé-salé-séché. Les deux premiers qui ne sont qu'une variante d'un même produit concerne un grand nombre d'espèce avec cependant une large prépondérance de l'ethmalose (bonga).

Il convient de noter que contrairement à d'autres pays de la sous-région tels que la Côte d'Ivoire. le poisson est fumé quasiment toujours sur place. Ceci simplifie donc cette première étape de la commercialisation- le poisson débarqué n'étant pas transféré vers des sites de fumage.

3.2.2.1 Le poisson fumé long (Ful)

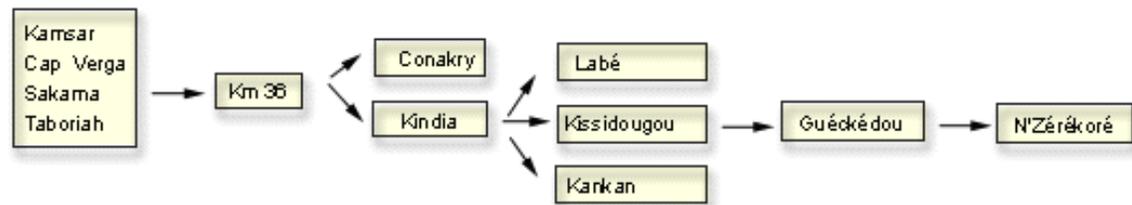
La distribution du poisson Ful couvre l'ensemble du territoire guinéen. Il s'agit certainement du type de produit le plus distribué à l'échelle nationale qu'il s'agit d'un produit dont la durée de conservation est estimée à trois mois. Contrairement au produit Fumé court, le poisson fumé long provient non seulement du littoral guinéen mais également de pays limitrophes tels que le Sénégal, la Gambie, la Guinée-Bissau ou encore la Sierra Leone.

S'agissant des circuits sous-régionaux, quatre origines ont pu être identifiées au cours des enquêtes : le Sénégal, la Gambie, la Guinée-Bissau et la Sierra Leone. Parallèlement nous avons repéré quatre points d'entrée pour ces produits étrangers : Koundara (Moyenne Guinée), Kamsar (Basse Guinée), Conakry (Basse Guinée), Ces produits entrent donc sur le territoire guinéen soit par voie terrestre soit par voie maritime et (cf cartographie des circuits) Notons que Kamsar, principal centre de commercialisation des produits de la pêche artisanale, exerce actuellement une très forte attraction.

Le poisson Ful est également commercialisé à partir des principaux débarcadères du littoral guinéen. On ne citera ici que les principaux : Taboriah, Sakama, Bongolon, Koukoudé, Kamsar et Matakang auxquels il faut ajouter les six débarcadères situés sur la presqu'île de Conakry et ceux situés sur les îles de Loos. À partir de ces différents points de débarquement se dessinent des circuits longs ou courts, principaux ou secondaires, en fonction des aires de redistribution et des points de rupture.

On démontre au total quatre principaux circuits (cf. carte).

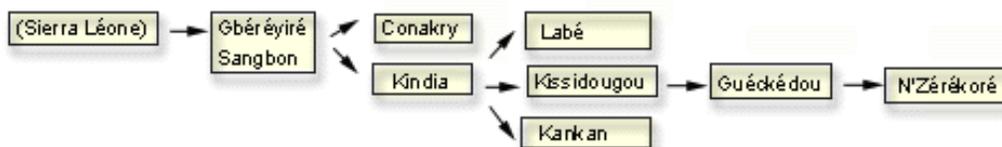
circuit 1 :



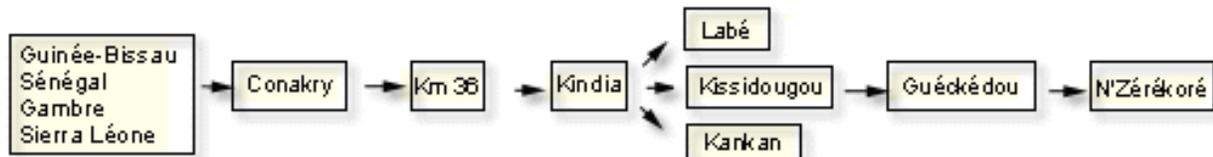
circuit 2 :



circuit 3 :



circuit 4 :



Parallèlement à ces circuits, on peut identifier une multitude de circuits courts correspondant aux aires de redistribution des marchés urbains. Il s'agit pour la plupart de flux alimentant les marchés hebdomadaires des villages environnants

Les circuits identifiés sont donc relativement souples, chaque agent ayant le choix du lieu d'approvisionnement et du lieu de revente. Seules les conditions de rentabilité vont orienter les choix des agents.

La chaîne des intervenants s'apparente ici à une chaîne classique, composée de grossistes, de demi-grossistes et de détaillants. Plus les circuits sont longs, plus les intervenants sont nombreux. Les circuits de ce type de produit étant pour la plupart relativement longs, il est rare de rencontrer des agents combinant plusieurs statuts à la fois (Ainsi il serait difficile pour une détaillante de N'Zérékoré de s'approvisionner directement auprès des pêcheurs de Kamsar).

3.2.2.2 Le poisson fumé court (Fuc):

S'agissant du poisson fumé court, son origine est exclusivement nationale. De par la nature même du produit, les circuits de commercialisation du poisson fumé court sont beaucoup plus restreints. La durée de conservation est telle que le produit doit être écoulé en un délai très bref (deux jours après transformation). Ceci

influence donc directement l'aire de redistribution du poisson Fuc Ainsi comme le souligne la carte présentée en annexe, les circuits sont concentrés le long du littoral Les points de débarquement des produits sont les mêmes que pour le poisson fumé long à la différence près qu'il n'y a aucun flux de poisson Fuc en provenance des pays frontaliers.

Les seuls marchés urbains alimentaires sont: Boke. Boffa. Fria. Kindia. Forécariah. et Conakry Seule la Guinée Maritime est donc concernée par ce type de produit.

Les principaux circuits pour le poisson Fuc sont (cf carte)

circuit 5.



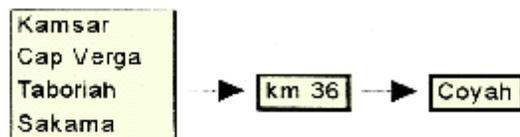
circuit 6.



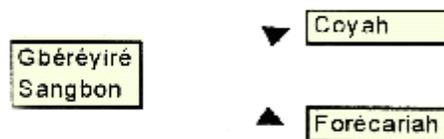
circuit 7:



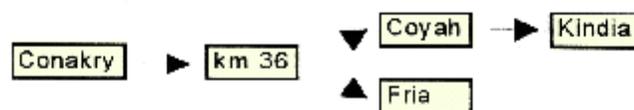
circuit 8:



circuit 9



circuit 10:



Les contraintes liées à la faible durée de conservation du produit Fuc (48 heures

an plus) renforce la concurrence entre les différents centres de production et élimine par conséquent i certains points d'entrée en tant que lieux d'embarquement[des produits En effet certains débarcadères fortement enclavés sont dans l'impossibilité d'alimenter ces circuits. Ces derniers sont donc beaucoup plus rigides dans ce cas précis Ainsi. il paraît illusoire de vouloir commercialiser un tel produit à Kindia en décidant de s'approvisionner à Kamsar.

Ces circuits sont également caractérisés par l'absence de grossiste, ou de demi-grossistes. L'essentiel des quantités débarquées est commercialisé par des détaillantes qui se déplacent directement vers les zones de production, assurant à leurs frais les coûts de transport des produits. La chaîne des intervenants est donc beaucoup plus courte que dans la cas précédent

3.2.2.3 Le poisson braisé-salé-séché (Bss)

Ce type de produit; constitue un cas à part D'origine sénégalaise, le poisson Bss. appelé également ketiakh est commercialisé essentiellement au niveau de deux régions fort distantes Le Fouta Djallon d'une part. et la Guinée Forestière d'autre part.

On est donc en présence ici d'un circuit transversal Le produit transite par Koundara avant d'être distribue à Labé et a N'Zérékoré ces deux préfectures ayant à charge ensuite de le redistribuer dans les préfectures environnantes (cf.carte)

Comme le poisson Ful. ce type de produit possède une durée de conservation (2 à 3 mois lui permettant d'être commercialiser dans des zones fortement éloignées des centres de production. Ce processus de commercialisation éloignée pourrait s'expliquer par un simple phénomène de marche S'il observe avec attention la cartographie des circuits, on s'aperçoit que les préfectures de Labé et de N'Zérékoré sont les seules zones ou la concurrence, des autres types de produit (fumé long, fumé d'eau douce...) ne soit pas significative. En effet. à l'exception du Fouta Djallon et de la Guinée Forestière, toutes les autres régions sont approvisionnées poisson par des zones de production peu éloignées le littoral pour la Guinée Maritime et le Fleuve Niger et ses affluents pour la Haute Guinée)

Un seul circuit principal a pu être identifié pour le poisson braisé-saie-séché (ketiakh): Circuit 11 :



La chaîne des intervenants est relativement longue. a l'image de celle observée pour les produits famé long.

3.2.3.1 Le poisson de la pêche Continentale

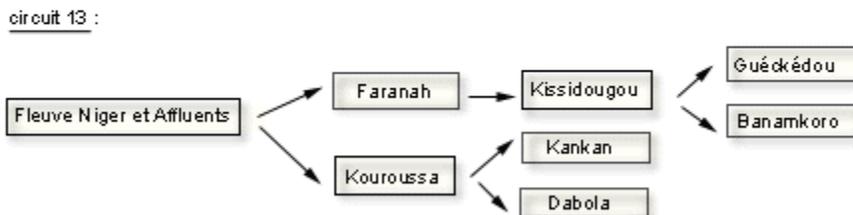
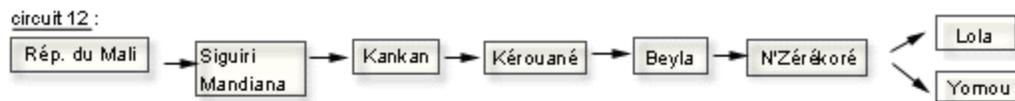
Essentiellement concentrés sur le bassin du Niger (80% du potentiel). les produits de la Pêche Continentale sont distribués, sous la forme de produits frais ou de produits fumés-

3.2.3 1 Le poisson frais

S'agissant du poisson frais d'eau douce. La distribution s'opère essentiellement dans les zones aurifères et diamantifères. Il existe en effet dans ces zones une forte demande en poisson frais- liée a un pouvoir d'achat important l'enquête cadre n'ayant pas retenu ces lieux, il nous est donc difficile d'étudier précisément l'organisation des circuits et la commercialisation de ce produit. Il est vrai cependant que les marchés urbains de ta Haute Guinée commercialisent; ce type de produit mais dans de faibles proportions. Il s'agit souvent de circuits courts voire de microcircuits très diffus et donc difficilement identifiables La chaîne des intervenants étant souvent réduite à deux personnes le pêcheur et sa femme (cas de Franah).

3.2.3.2 Le poisson ruine.

Si le poisson frais d'eau douce n'est pas très présent sur les marchés de l'intérieur, en revanche le poisson fumé continental est commercialisé en grande quantité Comme pour les produits de la pêche maritime, les produits de la pêche continental sont d'avantage consommés sous la forme de fume que sous la forme de frais. A ce niveau interviennent à notre avis deux éléments distincts d'une part les contraintes liées aux facultés de conservation du produit, d'autre part l'éventail de préférence des consommateurs. Deux circuits commerciaux peuvent ainsi être dessines: circuit 12



si les produits fumés concernent un éventail d'espèces et d'origine relativement large, on peut toutefois identifier une dominante: S'agissant de l'espèce, le silure ou Clarias domine largement le marché Ce produit fait l'objet de deux circuits distinct dont le principal débute au Mali (Mopti et Barrage de Sélengué). Nos enquêtes sur le marche de Kankan ont révèlé la présence de grossistes et demi-grossiste pratiquant le commerce de Clarias fumé entre le Mali, la Haute Guinée et la Guinée Forestière- Les flux d'importation semblent donc très significatifs dans celle région.

Le deuxième circuit d'origine nationale, apparaît moins spécifiques quant aux espèces commercialisées. Si l'espèce dominante, nous avons pu toutefois observer la présence d'autres espèces appartenant à d'autres (Cichlidae. Characidae. Schilbeidae),

4. Conclusion

La commercialisation des produits halieutiques en Guinée traduit des processus originaux et complexes. La présentation des principaux acteurs impliqués dans ce type d'activité nous a permis de mieux comprendre l'organisation économique et sociale de la filière. L'identification des circuits commerciaux par type de produit révèle le dualisme qui oppose d'un côté le secteur moderne, représenté par deux sociétés à dimension internationale, au secteur du "traditionnel", constitué d'une myriade de petits commerçants nationaux évoluant dans l'informel. Cependant, cette dualité apparente ne doit pas masquer l'interdépendance des deux circuits, très forte d'ailleurs - les sociétés "officielles" ayant besoin du secteur commercial informel pour atteindre le consommateur.

L'identification des acteurs et des circuits commerciaux constitue ainsi un préalable à une analyse plus fine des processus de commercialisation du poisson en Guinée. Ce travail nous aura donc permis de dégager les grandes lignes du système et d'identifier une série d'indicateurs socio-économiques à suivre dans le cadre de l'Observatoire des Pêches.

References

Chavance P. ; Bangoura C ; Damiano A. ; Diallo A. (1994) "La pêche artisanale maritime guinéenne cm 1092 Description, types d'engins et types de pêches" CNSHB. Doc se n °251

Couty Ph. (1973) " Différences de niveau; technologiques et circuits commerciaux africains" Cah. Se. Hum.. vol- 10. n-4.

Gréboval D. (1996), "Schéma Directeur Pêches et Pisciculture Bilan partie et considérations stratégiques" TCP/GUI./4556 (A) ; FAO, Rome

Fontana A. et Looivoel B (1994) "Etude diagnostic du secteur des pêches maritimes guinéennes "

Lootvoet B. ; Diallo M. M. ; Milimono R. P. ; Rempp S ; Tissandier- C (IW) "Notes sur l'organisation économique et sociale de la pêche artisanale, du fumage et de la commercialisation du poisson dans la ville de Conakry"- CSSHB, Doc. se n° 1

Lotitvoel B. et Solié K- (1992), "Notes sur la commercialisation du poisson en Haute Guinée (Kankan. Siguirri)". CNSHB- Doc arch. n°17.

Weigei J.-V (DS) "La commercialisation du poisson en pays lagunaire ivoirien". Edition ORSTOM. Collection Etudes et Thèses. Paris

ANNEXE

CARTOGRAPHIE DES CIRCUITS COMMERCIAUX PAR TYPE DE PRODUIT

CIRCUITS COMMERCIAUX DU POISSON DE MER CONGÉLÉ



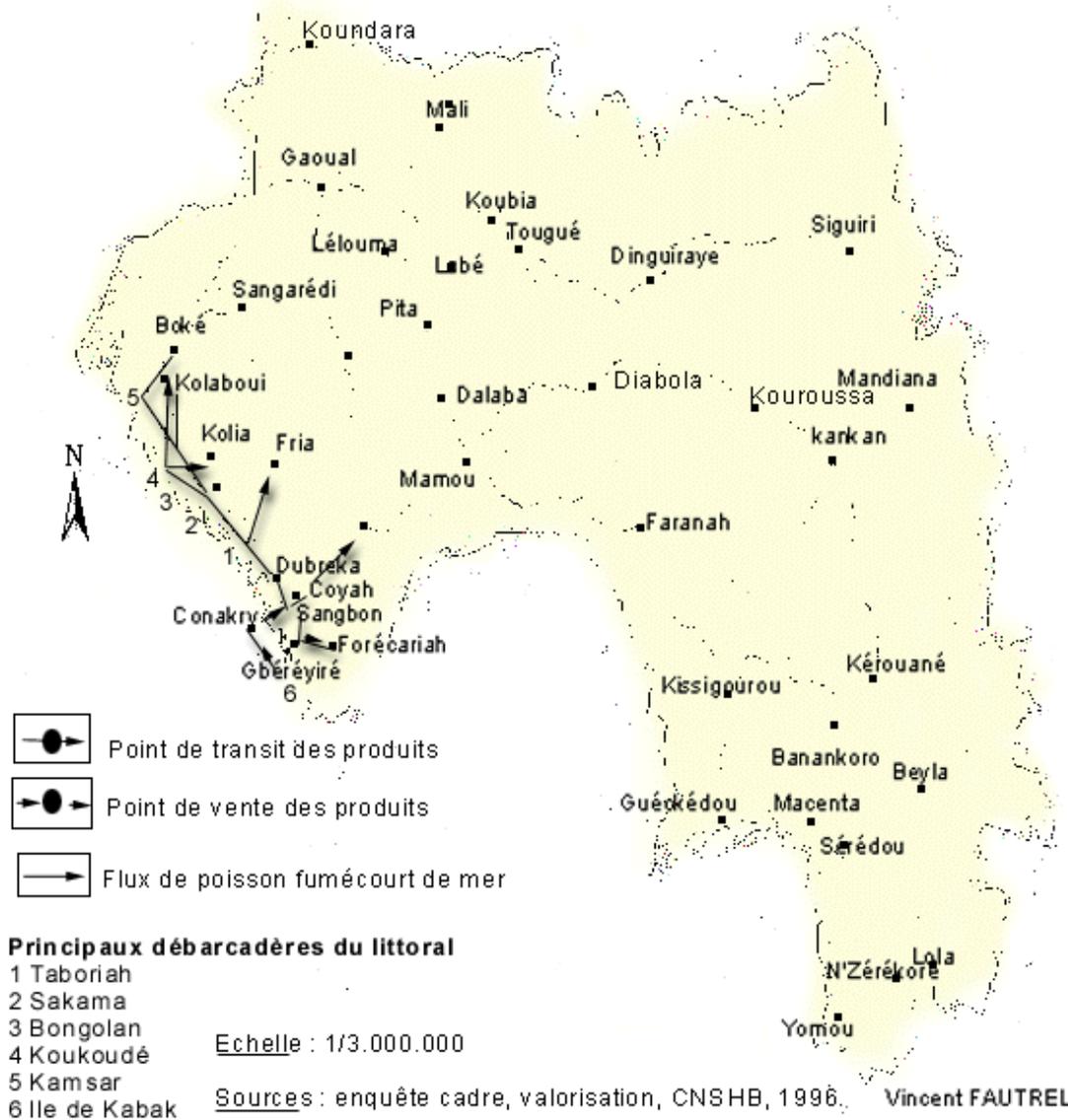
Carte 1: Circuits commerciaux du poisson de mer congelé.

CIRCUITS COMMERCIAUX DU POISSON DE MER FUME LONG



Carte 2: Circuits commerciaux du poisson de mer fumé long.

CIRCUITS COMMERCIAUX DU POISSON DE MER FUME COURT



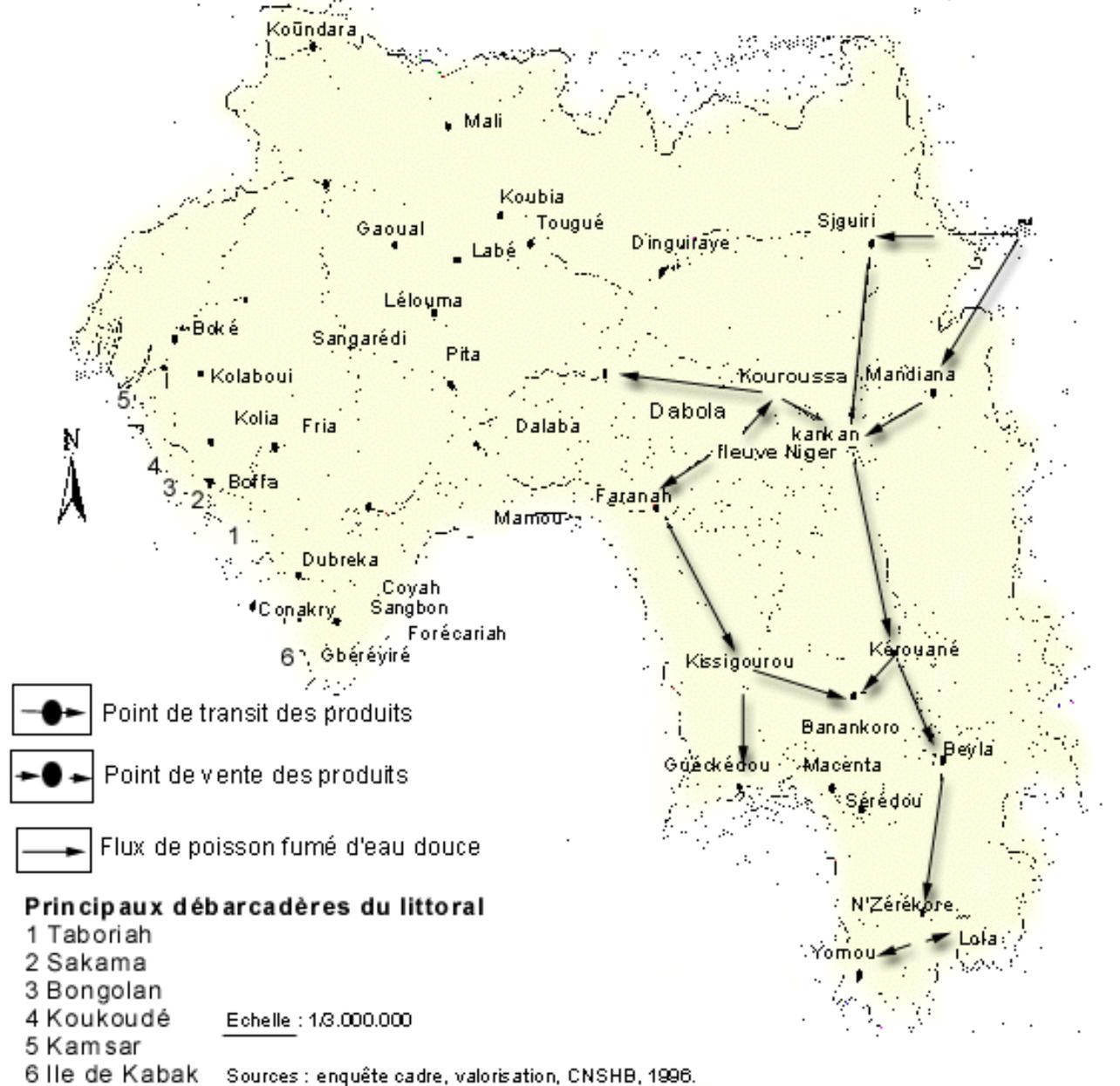
Carte 3: Circuits commerciaux du poisson de mer fumé court.

CIRCUITS COMMERCIAUX DU POISSON BRAISE-SALE-SECHE (KETIAKH)



Carte 4: Circuits commerciaux du poisson braisé-salé-séché (ketiakh).

CIRCUITS COMMERCIAUX DU POISSON D'EAU DOUCE FUME



Carte 5: Circuits commerciaux du poisson d'eau douce fumé.