

Note sur l'Association des Producteurs de Lait et Viande (APLV) du Brakna

Personne interviewée

Sidi Oud Maouloud

Président de l'Association des Producteurs de Lait et Viande (APLV) du Brakna

Coordonnées :

APLV-B
BP01, Boghé
Brakna
Mauritanie

Email : aplvb@live.fr

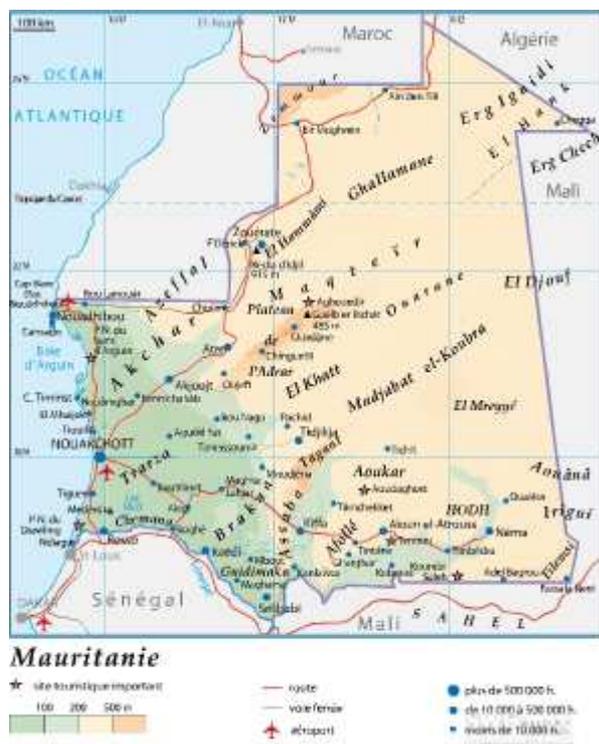
Tél portable. : (00222) 22 02 72 64.

Téléphone fixe bureau : (00222) 45 23 31 35.



1- Présentation de l'APLV

L'APLV est née en 2006, à l'initiative de 150 éleveurs autour de la problématique de l'approvisionnement en aliment de bétail



Couverture géographique actuelle

- L'APLV est une association nationale
- Aujourd'hui ses membres sont situés dans le **Brakna**. L'association a pour ambition de s'étendre dans l'ensemble du pays (Gorgol en négociation par exemple)

Structuration de l'APLV

- Aujourd'hui, l'APLV compte 517 membres dont 176 femmes (soit environ un tiers)
- Les membres de l'APLV sont organisés en 29 groupes solidaires (GS), répartis dans 34 villages

Adhésions

Tarif de l'adhésion : 1000 UM

Cotisation annuelle de 2000 UM

Fonctionnement de l'association :

- L'APLV dispose de Statuts et d'un Règlement Intérieur
- L'AG se réunit 2 fois par an : à la mi et fin d'année
- L'AG est composée des 517 membres et chaque assemblée regroupe les 29 responsables des groupes solidaires
- L'AG est pilotée par un bureau de 9 personnes, comprenant un Comité de gestion (CG) de 3 personnes (président, trésorier et secrétaire)
- Le CG est élu tous les 2 ans par l'AG
- L'association embauche 5 salariés : 2 techniciens, (1 comptable, 1 chargé de crédit) et 3 personnels d'appuis

Ressources financières de l'APLV

Le budget de l'APLV est composé de :

- Montants des cotisations et adhésions
- Une somme issue de la petite marge faite sur la vente de l'aliment bétail
- + financement extérieur

Fonds de roulement=60% du financement ADF

Reste : souhaitent mener une expérience pilote d'embouche

Composition du cheptel des membres

- Bovins : 38 000 têtes
- Ovins-Caprins : 57 000 têtes
- Camelins : 10 000 têtes
- Asins : 4800 têtes
- Equins : 3800 têtes

Capacités productives en lait

Quelle production de lait pour la vente chaque année ?

- 2009 : 928 980 litres
- 2010 : 1 411 481 litres
- 2011 : 1 332 874 litres

2- Les services de l'APLV à ses membres

Pour la filière lait

2.1 Crédit pour l'aliment bétail en lien avec la production laitière

- L'APLV a obtenu un financement de ADF (American Development Foundation) (250 000 USD) qui leur a permis de mettre en place un Fonds de roulement pour achat de l'aliment de bétail et soins vétérinaires.
- Le Fonds de roulement vise à améliorer la production de lait. Il sert à acheter l'aliment bétail pour les membres de l'association.
- Mode d'octroi et de remboursement de ces crédits.
 - Chaque mois, les GS font un état des demandes des membres du GS et le bureau de l'association examine les demandes

- Le montant du crédit dont chaque éleveur peut bénéficier dépend du niveau de sa production laitière.
- Chaque début du mois, l'éleveur se rend à son GS et retire des bons d'enlèvement d'aliment bétail cosignés par le représentant du GS et l'éleveur bénéficiaire.
- A la fin du mois, l'éleveur livre son lait aux usines de collecte qui lui donnent sa rémunération et l'éleveur vient rembourser le groupe solidaire.
- Les membres des GS qui ne produisent pas suffisamment pour vendre peuvent aussi bénéficier du crédit via le groupe solidaire.
- En 2008 : 938 tonnes d'aliments de bétail ont été vendus par APLV

Impact positif de ce service

- De 2009 à aujourd'hui, l'action de l'APLV a permis la stabilisation des prix des aliments bétail (sons de riz, etc.) ; par exemple, en 2009, quand le prix du tourteau d'arachide sur le marché valait 6000 UM, l'APLV l'a vendu à ses membres à 5160 UM. Du coup, les commerçants ont dû s'aligner !

2.2 Crédit aux soins vétérinaires

- campagne de vaccination avec fourniture de micro crédit pour les vaccins
- ces campagnes sont ponctuelles et n'ont lieu qu'une fois par an (calendrier officiel)

2.3 Appui à la structuration des membres et sensibilisation/appui-conseil/information

Travailler sur les mentalités :

- importance des soins vétérinaires et des soins aux animaux/règles d'hygiène
- formation de d'une vingtaine de relais vétérinaires/auxiliaires d'élevage capables de dispenser des soins de proximité
- appui au plaidoyer notamment pour les conflits agriculteurs-éleveurs, points d'eau, parcours pastoraux
- accompagnement dans la réforme des animaux : quand vendre ?
- formation des chefs de groupe au contenu du code pastoral

2.4 Plaidoyer vers l'Etat

- L'APLV est le Point focal du réseau RPC (réseau pour la citoyenneté) au Brakna : un réseau pour le plaidoyer

Ils souhaitent influencer les politiques commerciales en s'associant à d'autres acteurs concernés tel que l'entreprise Tiviski qui est spécialité dans la transformation du lait et la production de produits laitiers. Selon Tiviski, si l'état diminue les importations de 40% pendant les 3 mois d'hivernage, l'usine pourrait absorber toute la production locale.

- Mieux orienter les politiques d'élevage vers ceux qui vivent uniquement de cette activité

Appui valorisation de la viande

2.5 Programme pilote d'embouche en cours de mise en place

- **Objectif visé** : que l'éleveur puisse valoriser au mieux ses animaux.
- **Les constats** sont les suivants :
 - Aujourd'hui, les éleveurs ne valorisent pas tous les sous-produits de sa vache. Il faut que le développement de la filière viande soit orienté en priorité vers les éleveurs qui vivent entièrement de leur activité d'élevage. On veut cibler les éleveurs qui vivent seulement de leur élevage et il faut les aider à maximiser leurs gains.
 - L'Etat n'a pas de stratégie et les éleveurs non plus ; il a semble-t-il renoncé à organiser et valoriser cette filière

3- Mise en marché du lait avec l'appui de l'APLV

- Les membres de l'APLV ont comme principal débouché pour la vente du lait la société Tiviski, entreprise locale de production de produits laitiers. Ils vendent également à une autre société de collecte nommée Assava, basée à Boghé et à Nouakchott.
- Ce débouché est plutôt stable d'une année sur l'autre, mais varie entre les saisons
- En période d'hivernage, le pâturage est disponible et la production de lait est élevée ; les consommateurs diminuent leur consommation de lait et produits dérivés; ainsi, Tiviski diminue donc les quantités achetées aux éleveurs du fait du manque de débouchés (aussi dû à la concurrence du lait importé). On estime que 40 à 50% du lait produit ne peut pas être absorbé par les usines.
- Pendant la saison sèche, la production de lait est faible et la demande plus forte, donc les usines peuvent absorber 90% de la production locale.
- Les membres livrent le lait individuellement à Tiviski. Auparavant, Tiviski fournissait l'aliment bétail à crédit (comme elle le fait encore aujourd'hui pour certains producteurs) ; aujourd'hui, c'est l'APLV qui a repris en main ce service pour ses membres.

4- Quelques chiffres

- La production laitière d'APLV absorbée par les usines :
 - 2009 : 928 980 litres (au prix de 180 UM)
 - 2010 : 1 411 480 litres
 - 2011 : 1 332 874 litres
- La valorisation du lait et son impact sur le prix d'achat au producteur
 - La valeur d'une vache laitière est passée de 60 000 UM en 1999 à 180 000 UM en 2012
 - Idem pour le prix du lait : est passé de 90 UM le litre à 180 UM le litre (prix d'achat au producteur)
- Impact de la vente du lait sur les revenus des ménages
 - Chaque mois, entre 25 et 30 millions UM qui viennent dans les villages (revenus issus de la vente du lait)
 - Les familles peulhs se sont fixées, sont en train de construire des maisons en dur, il y a des voitures devant les maisons : Le revenu des familles a fortement augmenté
 - Les éleveurs sont reconnus comme des acteurs économiques dans la zone
- Aujourd'hui, il y a sur le marché mauritanien 14 marques différentes de lait importé. Ces produits viennent de partout : Allemagne (fameux lait rose) et Egypte notamment !