



PROGRAMME DE DEVELOPPEMENT RURAL
SUISSE - MADAGASCAR

ETUDE NATIONALE DE LA FILIERE MIEL

Analamanga –Amoron'i Mania – Haute Matsiatra

Rapport final

Réalisée

Par



Rue Samuel Rahamefy Ambatonakanga
Tel fixe: 020 22 253 86
Tel mobile: 033 12 146 58 / 032 04 530 75
Fax: 22 336 69
E-mail: cite@cite.mg
www.cite.mg

Cofinancé par le programme IFAC mis en œuvre par le GRET et le CITE

Mars 2009



GRET

SYNTHESE DE L'ETUDE

L'apiculture est une activité ancestrale qui participe aux revenus monétaires des ménages ruraux. Si le nombre de producteurs qui conservent leurs techniques de production traditionnelles reste encore important, les techniques de productions tendent cependant à s'améliorer, notamment grâce à l'intervention des organismes d'appuis techniques tels que le Saha.

Depuis plusieurs années, le Saha accompagne d'un point de vue technique et organisationnel les producteurs des régions d'Analamanga, d'Amoron'i Mania et de Haute Matsiatra. Mais les impacts économiques de son intervention sur la filière restent encore insatisfaisants. Face à ce constat, les stratégies d'intervention doivent être reconsidérées pour permettre un réel développement de la filière. Cela passe notamment par une étude de la filière, afin d'en déterminer ses problématiques et d'identifier les actions à mettre en œuvre.

La filière miel a été étudiée par le CITE en considérant l'ensemble des acteurs qui y interviennent : acteurs directs tels que les producteurs, transformateurs, collecteurs, fournisseurs d'intrants, détaillants et grossistes, et acteurs indirects tels que les organismes d'appuis techniques, organisationnels, financiers et institutionnels.

L'analyse de la filière a permis de déterminer les principales contraintes qui pèsent sur les différents acteurs de la filière, d'identifier les potentialités sur les différents marchés et d'apprécier les conditions nécessaires pour améliorer le dynamisme de la filière.

Malgré les initiatives d'améliorations techniques des producteurs, la problématique générale porte sur leur accès à des marchés plus rémunérateurs justifiant les investissements dans la filière. Face à des marchés exigeants en termes de qualité, les producteurs qui n'ont pas accès à des services de transformation et de commercialisation, restent positionnés sur des marchés locaux, peu rémunérateurs et n'encourageant que peu le développement de l'activité. Ce sont alors les collecteurs transformateurs commercialisant leurs produits sur les marchés nationaux, qui maintiennent la plus value à leur niveau.

Dans ce contexte, le CITE a cherché à identifier les conditions permettant le développement des acteurs de la filière, afin de leur permettre une meilleure rémunération de leur travail et une meilleure redistribution de la plus value entre les acteurs de la filière, tout en apportant sur les marchés des produits de meilleure qualité, à prix adaptés et répondant à la demande.

Aussi, les stratégies d'intervention sur la filière qui paraissent les plus pertinentes portent aujourd'hui sur la mise en relation des acteurs de la filière, pour développer et faciliter le positionnement de produits adaptés à la demande. Des opportunités réelles existantes sur des marchés, notamment urbains régionaux et nationaux, l'amélioration des conditions de production, de transformation, de conditionnement et de commercialisation doivent alors permettre de dynamiser la filière. Mais cela ne peut être mis en œuvre que si les acteurs apprennent à travailler ensemble, à se répartir les différentes fonctions de la filière (de la production à la commercialisation) en établissant des règles équilibrées où chacun a un intérêt économique réel au maintien de la collaboration.

Enfin, si aujourd'hui les marchés internationaux (notamment européens) restent fermés au miel malgache, la dynamisation de la filière et le développement de l'offre en produit de qualité faciliteront l'acquisition des conditions pour l'ouverture de ces marchés.

LEXIQUE DES ABREVIATIONS

AFDI	Agriculteurs Français et Développement International
CECAM	Caisses d'Épargne et de Crédit Agricole Mutuelles
CIDR	Centre Internationale de Développement et de Recherche
CITE	Centre d'Information Technique et Economique
CODAL	Comptoir industriel de produits alimentaires
CSA	Centres de Services Agricoles
EMC	association Echange Madagascar Champagne
ERI	Eco-Régional Initiatives financé par USAID
FAFAFI	Fampanandrosoana ny Fambolena sy Fiompihana
FENAPI	Fédération Nationale de l'Apiculture
FERT	Formation pour l'Epanouissement et le Renouveau de la Terre
GMS	Grandes et Moyennes Surfaces
GRET	Groupe de Recherche et d'Echanges Technologiques
Kg	Kilogramme
MCA	Millennium Challenge Account
OMAPI	Office Malgache de la Propriété Industrielle
OPF	Organisation Paysanne Faïtière
PPRR	Programme de Promotion des Revenus Ruraux
PROSPERER	Programme de Soutien aux Pôles de micro-Entreprises Rurales et aux Economies Régionales
PSDR	Projet de Soutien au Développement Rural
RN	Route Nationale
SAHA	Sahan'Asa Hampanandrosoana ny Ambanivohitra
SFOI	Société de Fabrication de l'Océan Indien
VOTETA	Vohitry ny Teknika ho an'ny Tantsaha

LISTE DES FIGURES

FIGURE 1 : MARGE PAR KG DE MIEL VENDU ET % DE L'ACTIVITE APICOLE DANS LE REVENU DU MENAGE PAR ACTEUR.....	29
FIGURE 2 : MARGE PAR KG DE MIEL VENDU EN POT SUR LES MARCHES NATIONAUX	30
FIGURE 3 : ACTEURS, CIRCUIT INTER-REGIONAL DE COMMERCIALISATION ET VOLUMES	37

I SOMMAIRE

Synthèse de l'étude.....	2
Lexique des Abréviations.....	3
Liste des figures	4
I Sommaire	5
II Présentation générale de la filière miel	6
III Zones d'étude	8
IV Analyse de l'activité par acteurs de la filière dans les 3 régions.....	10
4.1. Les producteurs	10
4.2 Les organisations d'apiculteurs.....	20
4.3. Les collecteurs.....	21
4.3. Les fournisseurs d'intrants	24
4.4. Les revendeurs.....	25
4.5. Analyse économique de l'activité par acteur	29
V. Analyse des potentialités des marchés	32
V. Analyse des potentialités des marchés	32
5.1. Marchés locaux et régionaux.....	32
5.2. Marché national.....	33
5.3. Marché international	35
VI. Cartographie de la filière.....	37
VII. Analyse des contraintes et opportunités	39
7.1. Au niveau de la production et de la transformation	39
7.2. Au niveau de l'accès au marché.....	41
7.3. Au niveau des services d'appui et fournitures de services.....	43
7.4. Au niveau réglementation :	45
7.5. Au niveau organisationnel.....	46
7.6. Synthèse des contraintes et atouts de la filière miel sur les 3 régions d'études	47
VIII. Propositions et recommandations d'intervention prioritaires	49
8.1. Développer la production de miel de meilleure qualité	49
8.2. Faciliter le positionnement des produits sur des marchés plus rémunérateurs	52
8.3. Valorisation des sous produits de la filière	55
8.4. Poursuivre le lobbying pour l'ouverture vers les marchés internationaux.....	55
IX Priorisation des interventions et présentation des acteurs susceptibles de les mettre en oeuvre.....	58
Conclusion.....	66

II PRESENTATION GENERALE DE LA FILIERE MIEL

A Madagascar, l'apiculture est une activité ancestrale pratiquée en milieu rural, sous la forme de cueillette. Entre 1920 et 1940 l'apiculture est devenue la troisième source de revenu national grâce aux 38 000 tonnes produites, dont plus de 65% étaient exportées vers l'Europe, apportant des ressources importantes pour le pays.

Mais la situation s'est ensuite détériorée, le miel malgache perdant de sa qualité, les exportateurs s'en sont détournés. Face à cette perte importante de marché, l'apiculture est passée au rang des activités secondaires, la production a largement diminué, ne dépassant pas les 300 tonnes annuelles dans les années 2000.

Aujourd'hui, les mesures de protection sanitaire européennes ferment toujours les marchés d'exportation du miel malgache. La production annuelle ne dépasse pas les 3000 tonnes¹ alors que le pays continue à importer encore 4 tonnes de miel en 2007² pour fournir la demande locale.

La production de cire d'abeilles atteint les 60 tonnes, et Madagascar exporte vers l'Europe et les Etats Unis d'Amérique près de 18,58 tonnes en 2007 selon le Ministère du Commerce. La cire n'étant pas un produit alimentaire, elle n'est pas concernée par les dispositions d'interdiction d'exportation pour le marché européen. .

Malgré une déforestation importante sur le territoire malgache, les ressources mellifères restent encore suffisantes pour produire un miel aux qualités organoleptiques variées : miel d'eucalyptus sur les Hauts Plateaux, miel de palissandre et d'acacia à l'Ouest et au Nord Ouest du pays, miel de litchi sur la côte Est.

Si la cueillette est encore courante dans les zones périphériques des forêts naturelles, l'élevage traditionnel pratiqué dans des troncs d'arbres domine et concerne plus de 30% des apiculteurs au niveau national. L'essaimage y est naturel, il n'y a pas de gestion de la ruche et les brèches sont récoltées saisonnièrement pour être vendues telles quelles sur les marchés de détail ou après avoir été égouttées et/ou broyées (transformation traditionnelle du miel liquide).

L'apiculture moderne s'est développée peu à peu, grâce aux formations techniques réalisées par des intervenants du développement :

- vulgarisation sur l'utilisation de ruches améliorées, de type Langstroth,
- techniques d'essaimage artificiels, de gestion de la ruche qui permettent une productivité améliorée et deux à trois récoltes par an (jusqu'à quatre récoltes dans des zones à fort potentiel apicole).

L'adoption des ruches à cadre facilite l'extraction du miel par égouttage ou par centrifugation, préservant sa qualité. Il est alors commercialisé en pots ou en bouteilles par les collecteurs qui approvisionnent les marchés urbains, régionaux et nationaux, les boutiques et supermarchés, et les services de restauration. Mais moins de 10% des apiculteurs pratiquent l'apiculture moderne au niveau national.

L'apiculture reste une activité qui diversifie et complète, de manière plus ou moins importante selon la taille de l'exploitation apicole, les techniques utilisées, les revenus agricoles des ménages ruraux.

Elle s'inscrit alors dans les stratégies de développement économique et rural des intervenants non étatiques, tels que PSDR, SAHA, MCA/Chemonics, ERI, FERT, AFDI, FAFIFI,

¹ 2940 tonnes en 2005 selon la statistique officielle.

² Source : Ministère du Commerce

CIDR/HARDI, EMC, PPRR (dans la Région Analanjirifo), qui fournissent pour les acteurs de la filière, mais principalement les producteurs, des appuis techniques, financiers, organisationnels et commerciaux.

Les apiculteurs sont en relation directe avec les consommateurs sur le marché local, ou collaborent avec des détaillants qui extraient le miel des brèches par égouttage, et le conditionnent en bouteille pour le vendre sur les marchés locaux, régionaux et nationaux. Quant aux collecteurs, ils s'approvisionnent directement auprès des apiculteurs ou des détaillants pour les zones de production apicole importante.

Les autres acteurs de la filière sont les fournisseurs d'intrants et de matériels (tel que ruche, cadre, enfumoir, petit outillage) qui collaborent essentiellement avec les apiculteurs qui pratiquent les techniques modernes d'élevage.

Face aux barrières pour l'exportation du miel, des initiatives soutenues par les organismes de développement, les réseaux et fédérations d'apiculture, portent sur la mise en place d'un plan de surveillance national de la filière, élément indispensable pour accéder aux marchés de l'exportation vers l'Europe. Ce plan doit permettre de détecter la présence de substances toxiques pour le consommateur, limiter la teneur en résidus, assurer la traçabilité du produit. Il s'agit donc de garantir la qualité du produit pour en faciliter son exportation suivant les normes européennes.

Il est à noter que des initiatives ont déjà eu lieu de la part de quelques structures d'appui pour relancer l'exportation du miel malgache :

- appui du Bureau des Normes de Madagascar par le Programme SAHA en 2004 dans l'élaboration de la norme malagasy sur le miel
- appui au Ministère de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche à travers la Direction de la santé animale en 2006 pour la sortie du décret n° 2006-835 relatif à la collecte et au traitement du miel
- à partir de l'année 2008, le Programme PPRR apporte sa contribution pour la collecte des toutes les informations nécessaires pour l'établissement du plan de surveillance des résidus, avec l'implication des DRDR de 6 régions apicoles (Analanjirifo, Atsinanana, Analamanga, Amoron'i Mania, Haute Matsiatra et Vatovavy Fitovinany)

Les efforts des acteurs de la filière restent aujourd'hui bloqués au niveau du gouvernement seul acteur pouvant négocier la demande d'agrément d'un pays tiers auprès de l'Union Européenne.

III ZONES D'ETUDE

Trois régions ont été particulièrement examinées dans le cadre de cette étude : Analamanga, Haute Matsiatra et Amoron'i Mania, qui sont toutes des zones d'intervention du programme Saha. Dans ces régions apicoles, dominées par le miel d'eucalyptus, la commercialisation est facilitée par la proximité des zones de production mellifères aux grands axes de circulation routiers (RN2 pour une partie de la Région Analamanga et RN7 pour la Région Amoron'i Mania, Haute Matsiatra et le reste de la Région Analamanga (Andramasina essentiellement)) et aux centres de consommation ruraux et urbains.

Dans la Région Analamanga, l'exploitation apicole traditionnelle demeure encore dominante mais l'utilisation de ruches à cadres se répand chez les apiculteurs. Un des facteurs de développement de l'apiculture améliorée a été l'implantation, dans les années 60 d'un centre de traitement apicole de l'Etat à Manjakandriana, géré aujourd'hui par un privé. A cela s'ajoutent les interventions des programmes de développement étatiques et non étatiques, portant essentiellement sur des appuis techniques et la structuration des producteurs. Les programmes comme PSDR, SAHA, AFDI, CIDR/HARDI, SAHAFANILO ont contribué et contribuent encore à l'élan de la filière apicole de cette région.

Estimée à **196 tonnes**³ pour toute la Région, la production apicole est concentrée à plus de 80% dans le district de Manjakandriana. Le type de miel est à dominance eucalyptus avec d'autres essences marginales telles que le mimosa,).

L'apiculture traditionnelle domine encore dans la Région Analamanga et la disponibilité en forêt d'eucalyptus et en forêt naturelle de la versant orientale de la Région devient très préoccupante en raison des exploitations forestières massives.

La Région Amoron'i Mania, traversée par la Route Nationale 7, est une zone de tradition apicole. L'apiculture est une des principales sources de revenu destiné à assurer la scolarisation des enfants vers un niveau d'étude avancé. L'apiculture ne cesse de prendre de l'ampleur dans cette Région avec les actuels appuis de différentes structures : SAHA, MCA/Chemonics, VOTETA, Haingonala, PSDR, CITE. Dans les années 60–70, les familles qui exerçaient cette activité ont été privilégiées économiquement comme le montrait leur capacité de prise en charge des enfants vers des études plus avancées et leur capacité d'épargne. Cette activité rémunératrice a attiré l'intérêt des ménages et explique l'engouement pour la filière. L'augmentation constante de l'activité apicole (sur les 10 dernières années), soutenue par les programmes de développement, a permis d'atteindre aujourd'hui les **140 tonnes**⁴ dont 90% provient des districts d'Ambositra et de Fandriana. La dégradation des forêts d'eucalyptus commence à devenir aussi un facteur inquiétant pour le développement de l'activité apicole de la Région.

L'organisation des producteurs prend de plus en plus d'ampleur, et les plus importants collecteurs interviennent dans la région pour commercialiser leurs produits principalement vers les marchés régionaux et nationaux. Notons, que dans cette région, il y a une dominance des apiculteurs en cours d'amélioration.

Aussi traversée par la route Nationale 7, la Région Haute Matsiatra a également conservé une forte tradition apicole. La production apicole est la plus importante dans les districts de Fianarantsoa II et d'Ambohimahasoà. L'apiculture traditionnelle y est encore dominante, même si l'utilisation des ruches à cadres commence à se développer, ainsi que la structuration

³ Source : DRDR Analamanga - 2007

⁴ Source DRDR Amoron'i Mania, campagne 2008

des apiculteurs en associations et fédérations régionales. Les essences mellifères sont à dominance eucalyptus, complétées par d'autres essences forestières telles que le litchi, provenant des forêts du corridor qui délimitent la région dans sa partie orientale. L'estimation de la production régionale est d'environ **32 tonnes**⁵.

Au niveau de ces régions, la synthèse des calendriers apicoles est illustré par le tableau suivant :

Tableau 1 : Récapitulation des saisons apicoles par région

Activités	J	F	M	A	M	J	Jl	A	S	O	N	D
REGION ANALAMANGA (Manjakandriana/Andramasina)												
Essaimage			XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX									
Récolte						XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX						
REGION AMORON'I MANIA												
Capture d'essaim			XXXX									
Récolte						XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX						
REGION HAUTE MATSIATRA												
Récolte principale						XXXX	XXXXXXXXXX	XXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXXX				
Petite miellé				XXXXXXXXXX								

En résumé, les particularités régionales de la filière apiculture sont présentées dans le tableau qui suit :

Tableau 2 : Comparaison des particularités régionales de la filière apiculture

		Région Analamanga	Région Amoron'i Mania	Région Haute Matsiatra
Estimation de la production en miel (tonnes)		196	140	32
Essences mellifères		A dominance Eucalyptus + forêt naturelle	A dominance Eucalyptus + forêt naturelle	A dominance Eucalyptus + forêt naturelle
Types d'apiculteurs	Traditionnels	60 à 70%	10 %	60 à 70 %
	En cours de modernisation	20 à 30 %	70%	20 à 30 %
	Modernes	10%	20%	10%
Principales débouchées		Ville d'Antananarivo	Ville d'Antananarivo et ville d'Ambositra	Ville de Fianarantsoa et RN7

⁵ Source : Estimation DRDR Haute Matsiatra, Décembre 2008

IV ANALYSE DE L'ACTIVITE PAR ACTEURS DE LA FILIERE DANS LES 3 REGIONS

4.1. Les producteurs

Ils se divisent en trois catégories selon le type et nombre de ruches que comportent leurs exploitations apicoles et le mode de traitement post-récolte du miel utilisé : les apiculteurs traditionnels – les apiculteurs en cours d'amélioration – les apiculteurs modernes. On retrouve cette typologie de manière commune aux trois régions, mais il existe cependant des différences à préciser.

- Les apiculteurs traditionnels

➤ *Importance par région*

Leurs exploitations sont composées de ruches de type traditionnel et en comportent une dizaine à une vingtaine pour la région Analamanga et Amoron'i Mania et plus d'une vingtaine pour la région Haute Matsiatra. Ces apiculteurs représentent 60 à 70 % des apiculteurs des régions Analamanga et Haute Matsiatra et seulement 10 % pour la Région Amoron'i Mania. A titre de comparaison, sans avoir les données sur le nombre exact d'apiculteurs, environ 65 % des ruches sont traditionnelles au niveau national produisant les 30% du volume de la production en miel de Madagascar⁶.

Les apiculteurs au bord des zones forestières pratiquent aussi l'api cueillette. N'ayant pas d'autres particularités dans leurs activités en dehors de l'activité de cueillette, ces apiculteurs ont été classés parmi les apiculteurs traditionnels.

➤ *Caractéristiques techniques*

Le rendement se trouve entre 4 à 6 litres de miel par ruche et par an (avec maximum 2 récoltes par an). Il y a peu d'apiculteurs exclusivement traditionnels à Amoron'i Mania, et la taille du rucher est identique à celle d'Analamanga. Les apiculteurs d'Amoron'i Mania ont fait de l'élevage apicole une activité complémentaire aux activités agricoles, et principale source de revenus monétaires. Leurs capacités de production ainsi que la présence de nombreux débouchés les ont rendu plus sensibles aux diffusions des améliorations techniques plus performantes. Ces apiculteurs ont vite abandonné les techniques traditionnelles moins productives. C'est pourquoi l'on rencontre rarement ce type d'apiculteur sur Amoron'i Mania. Pourtant en Haute Matsiatra, ce type d'apiculteur est encore très important avec un nombre de ruchers par exploitation plus élevé, de 60 à 70. Cette situation pourrait venir de deux raisons majeures :

- le miel de Haute Matsiatra est majoritairement commercialisé dans la région où la demande est peu élastique et limitée à la taille du marché de Fianarantsoa. De ce fait, les apiculteurs traditionnels ne trouvent pas de raisons convaincantes pour apporter des investissements supplémentaires dans leurs activités, sachant qu'ils dépensent entre 10.000 à 15.000 Ariary pour la confection d'une ruche traditionnelle⁷ et qu'ils voient peu d'opportunités de débouchés;
- Parmi les apiculteurs traditionnels de Haute Matsiatra, il y a encore une importante proportion d'anciennes personnes attachées culturellement aux traditions, qui ne

⁶ Source : Direction de l'Élevage – Estimation de la situation de l'apiculture à Madagascar - 2005

⁷ Une ruche moderne coûte en moyenne à 50 000 Ariary

souhaitent pas modifier leur savoir-faire, et qui sont moins ouvertes à des sensibilisations d'amélioration.

➤ *Commercialisation*

Les apiculteurs vendent essentiellement leur miel en brèche sur les marchés locaux au prix de 1400 / 1600 Ar le kg pendant la saison apicole. Leur récolte n'est pas suffisante pour constituer des stocks et ils écoulent leur production au moment de la récolte : principalement entre juillet et octobre. La vente en miel liquide, toujours sur les marchés locaux, existe aussi avec un système d'extraction traditionnel qui ne garantit pas la qualité du produit : égouttage par filtrage sur voile et/ou pressage manuel, et parfois préchauffage des brèches. Le miel liquide est dans ce cas vendu entre 2500 et 3000 Ar le litre.

Une partie de leur récolte est réservée à l'autoconsommation (moins de 5%). La cire extraite du miel auto consommée est filtrée et utilisée pour les besoins du ménage ou pour être vendue en petite quantité sur les marchés ruraux locaux.

Les volumes de production commercialisés par ces apiculteurs dans les trois régions représentent environ **90 tonnes**, dont environ **19 tonnes** pour Haute Matsiatra, **62 tonnes** pour Analamanga et **9 tonnes** pour Amoron'i Mania.

➤ *Rentabilité économique de l'activité*

Comme le montre le tableau suivant, les apiculteurs de cette catégorie dégagent une marge nette de leur activité de l'ordre de 35%. Mais, pour la plupart d'entre eux, l'activité est considérée comme annexe et complémentaire à leurs activités agricoles. Leurs faibles ressources financières et le peu de revenus qu'ils tirent de l'apiculture (20% à 25% du revenu monétaire total du ménage sur Analamanga et Amoron'i Mania⁸), principalement lié aux faibles volumes produits, aux prix élevés des essaims et aux prix bas pratiqués sur les marchés locaux ne les encouragent pas à investir financièrement pour améliorer leurs techniques de production et la taille de leur exploitation.

La production apicole est alors considérée par ces apiculteurs comme une « tirelire » qui peut être utilisée pour les besoins de première nécessité. Ils préféreront investir leurs ressources financières dans des activités d'élevage de porcs ou de bœufs plutôt que dans l'acquisition de ruches. A cela s'ajoute le manque d'information sur les techniques d'apiculture dont souffrent les apiculteurs enclavés ou non membres d'associations. Beaucoup craignent qu'investir en temps et en techniques dans l'activité apicole ne puisse se faire qu'au détriment des autres activités agricoles qui paraissent plus rémunératrices.

Ces différentes raisons expliquent alors le maintien dans les régions d'une apiculture traditionnelle peu rémunératrice et peu productive.

Tableau 3: Compte d'exploitation type d'un apiculteur traditionnel, région Analamanga

Nombre de ruches exploitées	20 ruches			
CHARGES	Unité	Quantité	PU (Ar)	Montant en Ar
AMORTISSEMENT MATERIELS				
Matériels et équipement				35 778 ⁹

⁸ Le revenu brut moyen des ménages du district de Manandriana de la Région Amoron'i Mania (la seule donnée disponible) en 2006 a été pris comme base dans l'évaluation de ce pourcentage.

⁹ Voir annexe pour les détails du calcul de l'amortissement

TRAVAUX				
Fabrication de ruches	h / j	3	2 000	6 000
Entretien	h / j	2	2 000	4 000
Récolte	h / j	1	2 000	2 000
INTRANTS				
Essaims		20	8 000	160 000
TOTAL CHARGES				207 778
PRODUITS	Unité	Quantité	PU (Ar)	Montant en Ar
Miel brèche	kg	160	2 000	320 000
TOTAL PRODUIT				320 000
RESULTAT				112 222
Marge par kg de miel en brèche				35%

<u>CE QU'IL FAUT</u>	- Représente 60 à 70% des apiculteurs sur Analamanga et 10 % sur Amoron'i Mania
<u>RETENIR SUR LES</u>	- Exploitation de ruche traditionnelle peu productive (4 à 6 litres par ruche) avec 1 récolte par an
<u>APICULTEURS</u>	- 10 à 20 ruches par apiculteur sur Analamanga et Amoron'i Mania et plus de 20 ruches sur Haute Matsiatra
<u>TRADITIONNELS</u>	- Vente essentiellement en brèche mais en liquide également auprès des marchés locaux et des collecteurs
	- 35 % de marge bénéficiaire par kg de miel en brèche vendu
	- Le miel contribue à hauteur de 20 à 25% dans le revenu global du ménage
	- Estimation de la production : 90 T dont 62 T pour Analamanga, 9 T pour Amoron'i Mania et 19 T pour Haute Matsiatra

- Les apiculteurs en cours d'amélioration/de modernisation

➤ **Importance par région**

Grâce aux formations techniques qu'ils ont reçues, à leur capacité d'investissement et leur intérêt économique pour développer l'activité apicole, ces apiculteurs ont investi dans le développement de leur activité et ont acquis des ruches modernes.

Cette catégorie d'apiculteurs représente 20 à 30% des apiculteurs des régions Analamanga et Haute Matsiatra, et 70% des apiculteurs de la région d'Amoron'i Mania. Cette différence s'explique par le fait que les apiculteurs d'Amoron'i Mania, bénéficient de circuits de commercialisation plus rémunérateurs qui justifient la modernisation de leurs activités.

➤ **Caractéristiques techniques**

Dans les Régions d'Analamanga et de Haute Matsiatra, les apiculteurs possèdent encore plus d'une dizaine de ruches traditionnelles mais ils utilisent plus d'une vingtaine de ruches modernes à cadres de type Langstroth. Ils maîtrisent partiellement les techniques modernes et s'équipent déjà de quelques équipements apicoles en dehors des ruches (voile, enfumoir, attiré essaim,...)

Grâce aux appuis techniques et financiers qu'ils reçoivent de par leur organisation en association, ils améliorent leur production, encourageant les collaborations avec d'autres acteurs pour la commercialisation de leurs produits.

Les ruches modernes leur permettent de réaliser deux à trois récoltes par an pour un rendement de 15 à 20 kg de miel (ou 10 à 15 litres) par ruche. Ils utilisent encore pour la plupart le système d'égouttage pour extraire le miel liquide.

➤ **Commercialisation**

Ces apiculteurs commercialisent leur production sur les marchés locaux, auprès de petits détaillants (cas de Manjakandriana), auprès des collecteurs informels ou collecteurs transformateurs. En fonction des volumes produits et des débouchés, ils vendent principalement du miel déjà égoutté. En fonction de la qualité du miel qu'ils produisent, les collecteurs et détaillants leur achètent du miel en brèche ou en liquide.

Ces apiculteurs ont une petite capacité de stockage qui leur permettent d'approvisionner les marchés et détaillants de juillet à décembre. Ils stockent leur miel extrait par égouttage et les conditionnent en bouteilles plastiques de récupération.

Certains apiculteurs de cette catégorie, appelés apiculteurs initiateurs, collaborent avec des apiculteurs modernes pour la commercialisation de leurs produits sur les grands marchés comme Antananarivo. Ils traitent et mettent en pot leur miel issu des ruches améliorées sous une marque commune que l'apiculture moderne ajoute à sa production pour la commercialiser sur Antananarivo. C'est l'apiculteur moderne qui se charge de vérifier la qualité, l'étiquetage et qui gère les relations avec les clients (détaillants et boutiques). Sinon, la commercialisation des produits passe par de la vente directe aux détaillants ou aux collecteurs transformateurs.

Les volumes commercialisés par ces producteurs dans les trois régions représentent environ **139 tonnes** dont 10 tonnes pour la Haute Matsiatra, 94 pour Analamanga et environ 35 tonnes

pour Amoron'i Mania ; 20 % sont commercialisées sur les marchés locaux, et le reste auprès des collecteurs.

Les prix de vente du miel sont de 1600 à 2000 Ar/kg de brèche (miel brut) et 3000 Ar par litre (miel traité) pour les ventes sur les marchés locaux mais arrivent à atteindre 5000 Ar au niveau des consommateurs ou des détaillants.

➤ *Rentabilité économique de l'activité*

Tableau 4: Compte d'exploitation type d'un apiculteur en cours de modernisation, région Analamanga et Amoron'i Mania

Nombre moyen de ruches exploitées	20 (dont 16 en élevage traditionnel, 4 en élevage améliorée)			
CHARGES	Unité	Quantité	PU (Ar)	Montant en Ar
AMORTISSEMENT MATERIELS				
Matériels et équipement ¹⁰				104 667
TRAVAUX				
Fabrication de ruches	h / j	4	2 000	8 000
Entretien	h / j	2,5	2 000	5 000
Récolte	h / j	2,5	2 000	5 000
INTRANTS				
Essaims		20	8 000	160 000
TOTAL CHARGES				282 667
PRODUITS	Unité	Quantité	PU (Ar)	Montant en Ar
Miel brèche	kg	232	2 000	464 000
TOTAL PRODUIT				464 000
RESULTAT				181 333
Marge par kg de miel en brèche				39%

Tableau 5: Exemple de compte d'exploitation type d'un apiculteur en cours de modernisation qui conditionne son miel en pot, vendu sur les marchés nationaux

Nombre de ruche	20 ruches modernes			
CHARGES	Unité	Quantité	PU (Ar)	Montant en Ar
AMORTISSEMENT MATERIELS				
Ruches				60 000
Matériels d'égouttage				38567,0
Equipements d'égouttage				100 000
Bâtiment				60 000
TRAVAUX				
Entretien	h / j	10	2 000	20 000
Récolte	h / j	2	2 000	4 000
Emiettage et Egouttage	h / j	4	2 000	8 000
Mise en pot	h / j	3	2 000	6 000

¹⁰ Détails des calculs en Annexe

INTRANTS				
Essaims	nombre	20	8 000	160 000
Frais de déplacement	nombre	10	5 000	50 000
bocaux	nombre	2000	200	400 000
colle etiquetage				22 400
TOTAL CHARGES				928 967
PRODUITS	Unité	Quantité	PU (Ar)	Montant en Ar
Miel liquide	litre	400	7 500	3 000 000
TOTAL PRODUIT				3 000 000
RESULTAT				2 071 033
Marge par litre de miel liquide				69%

La principale difficulté de ces apiculteurs en cours de modernisation est la forte concurrence du miel issu de l'élevage traditionnel et de la cueillette. S'ils commercialisent sur les marchés locaux, ils sont obligés de s'aligner sur des prix qui ne rémunèrent pas leurs investissements. Aussi, ces apiculteurs cherchent à positionner leurs produits sur des marchés plus rémunérateurs, notamment extra-régionaux, en collaborant avec des collecteurs transformateurs ou en développant des organisations propres pour la commercialisation de leurs produits en pot. A ces conditions, leurs investissements sont rentabilisés comme le montre le tableau suivant. La marge de leur activité pour un prix de 2000 Ar/kg brèche aux collecteurs est de 39% mais passe à 70% s'ils vendent en pot sur les marchés nationaux (cas Amoron'i Mania). Grâce aux volumes commercialisés, leurs revenus monétaires dégagés justifient leurs investissements.

Mais la production de ce type d'apiculteurs, devenue de plus en plus importante, entraîne un problème d'écoulement de stock. La vente du miel ne se fait pas d'un seul coup mais se réalise progressivement en petites quantités. Ainsi, ils ont leur argent bloqué dans le stock de miel au moment où ils en ont le plus besoin, c'est à dire durant la période d'activités agricoles et de soudure: octobre, novembre, décembre. Face à cette difficulté, d'autant plus présente dans la région d'Amoron'i Mania, des initiatives de stockage de la production associée à un crédit (cas de la CECAM, développé dans la catégorie d'apiculture ci-après) se mettent en place.

<u>CE QU'IL FAUT</u>	<u>RETENIR SUR LES</u>	<u>APICULTEURS EN</u>	<u>COURS DE</u>	<u>MODERNISATION</u>
				<ul style="list-style-type: none"> • Représente 30% des apiculteurs sur Analamanga et Haute Matsiatra et 70 % sur Amoron'i Mania • Existence de cas d'apiculteurs ayant eu l'initiative de commercialiser leur miel en petits pots Association de ruches traditionnelles (plus d'une dizaine) et de ruches à cadre (plus d'une vingtaine) produisant entre 10 à 15 litres de miel par ruche avec 2 à 3 récoltes par an • Vente du miel liquide extrait par système d'égouttage. • Concurrence de prix avec le miel traditionnel sur les marchés • L'importance du volume de production devient une contrainte dans l'écoulement • Estimation de la production : 139 T dont 94 T pour Analamanga, 35 T pour Amoron'i Mania et 10 T pour Haute Matsiatra

- Les apiculteurs modernes

➤ ***Importance par région***

Ce sont les apiculteurs qui ont su profiter des appuis des structures et des programmes de développement qui se sont succédés au fil du temps, et qui ont ainsi investi dans l'activité apicole. Ils représentent moins de 10 % des apiculteurs sur Analamanga et Haute Matsiatra et 20 % des apiculteurs sur Amoron'i Mania

➤ ***Caractéristiques techniques***

Leurs exploitations sont constituées de ruches modernes, à cadre utilisant pour la plupart de la cire gaufrée. Ils maîtrisent les techniques d'apiculture moderne et disposent de matériels apicoles complets : accessoires d'élevage et de récolte et extracteurs (en inox ou de fabrication locale).

Ils possèdent au minimum une vingtaine de ruches modernes par exploitation mais ce nombre peut aller jusqu'à une centaine dans la Région d'Amoron'i Mania et de Haute Matsiatra. Leur système d'élevage leur permet de réaliser trois à quatre récoltes par an avec une production de 20 à 25 litres et même jusqu'à 30 litres de miel par an.

L'utilisation de cire gaufrée n'est pas une pratique très courante auprès des apiculteurs qui utilisent des extracteurs de fabrication locale car ces extracteurs permettent l'extraction du miel des cadres sans cire gaufrée. C'est notamment le cas des apiculteurs d'Amoron'i Mania. C'est alors essentiellement les apiculteurs disposant d'extracteur en inox (qui sont encore en nombre faible) qui travaillent avec de la cire gaufrée.

Environ 80 % de ces apiculteurs ont acquis leurs matériels par dotation à travers les associations d'apiculteurs appuyés par les projets et programmes d'appui, sauf à Amoron'i Mania où ce sont les apiculteurs eux-mêmes qui ont investi par leurs propres moyens grâce aux revenus générés par l'apiculture elle-même.

On peut aussi faire entrer dans cette catégorie les exploitations apicoles des communautés religieuses qui produisent du miel soit pour leur propre consommation soit pour la vente auprès de point de vente spécialisé : cas notamment des religieux de Maromby Fianarantsoa qui mettent en vente du miel dans le magasin de commercialisation de vins. A Fianarantsoa, on a pu identifier 3 communautés religieuses qui produisent du miel : Les Sœurs d'Ampibanjinana, les frères de Maromby, les Pères de Vohitsoa.

➤ ***Commercialisation***

Ces apiculteurs écoulent leurs produits soit auprès de grands collecteurs soit à travers la vente groupée via leurs associations pendant des foires, des manifestations agricoles ou par dépôt vente (cas des apiculteurs de l'association CRAM à Fianarantsoa où le miel est mis en pot plastique et vendu au niveau du siège social de l'association). Mais la vente directe auprès des consommateurs existe aussi.

Ce type d'apiculteur dispose de plus de moyen financier qui lui permet de choisir et attendre un marché plus porteur. Le miel est alors commercialisé entre 4000 à 6000 Ar le litre et même jusqu'à 7500 Ar pour un marché de détail bien ciblé : cas d'un apiculteur d'Andramasina qui a su créer, avec sa petite association, son marché de miel auprès de quelques épiceries d'Antananarivo. Il propose du miel conditionné dans un pot cristal SFOI de 20 cl qu'il vend à

1500 Ar avec une étiquette indiquant l'origine du miel et l'association qui le produit. Le volume commercialisé est certes très peu par rapport à la taille du marché d'Antananarivo (environ 500 litres) mais c'est une bonne initiative qui mérite d'être appuyée et développée. Afin de bénéficier d'un meilleur prix du miel, quelques apiculteurs d'Amoron'i Mania ont développé le système de grenier pour le stockage du miel grâce à un crédit CECAM. Ainsi, ils ne vendent leur miel qu'au mois de mars où le prix du litre est au minimum à 4500 Ar au lieu de le brader à 2500/3000 Ar en pleine campagne (septembre, octobre, novembre).

Les volumes de miel commercialisés par ce type d'apiculteurs représenteraient **109 tonnes** par an dont 3 tonnes pour Haute Matsiatra, 10 tonnes pour Analamanga et 96 tonnes pour Amoron'i Mania.

➤ *Rentabilité économique de l'activité*

Tableau 6: Compte d'exploitation type d'un apiculteur moderne, région Haute Matsiatra

Nombre de ruches exploitées	80 ruches modernes avec un rendement de 20 litres par ruche ou 28 kg par ruche			
CHARGES	Unité	Quantité	PU (Ar)	Montant en Ar
AMORTISSEMENT MATERIELS				
Matériels et équipements ¹¹				636 200
TRAVAUX				
Entretien	H/J	60	2 000	120 000
Récolte	H/J	12	2 000	24 000
INTRANTS				
Cire gaufrée		1600	1 850	2 960 000
TOTAL CHARGES				3 740 200
PRODUITS	Unité	Quantité	PU (Ar)	Montant en Ar
Miel	kg	2240	4 000	8 960 000
TOTAL PRODUITS				8 960 000
RESULTAT				5 219 800
Marge bénéficiaire par kg de miel liquide				58%

La rentabilité de leur activité est très intéressante, puisqu'il dégage une marge de 60% et plus en fonction des prix de vente dans la région d'Amoron'i Mania. Leur investissement est donc totalement justifié. Cependant, la principale difficulté de ces apiculteurs est toujours de trouver un marché rémunérateur, où le prix est supérieur au marché local où les autres types d'apiculteurs se positionnent. Ils cherchent donc à favoriser la commercialisation en pot de leur produit et assurent eux même la transformation et la commercialisation. Cela nécessite de mobiliser des compétences techniques et commerciales, de la technologie et des moyens financiers. Les organisations de producteurs qui ne sont pas soutenues par des appuis techniques et financiers extérieurs ont alors du mal à rester positionnées sur ces marchés de niche rémunérateurs.

¹¹ Détails des calculs en Annexe

<u>CE</u>	<u>QU'IL</u>	<u>FAUT</u>
<u>RETENIR</u>	<u>SUR</u>	<u>LES</u>
<u>APICULTEURS</u>		
<u>MODERNES</u>		
		<ul style="list-style-type: none"> • Représente 10% des apiculteurs sur Analamanga et Haute Matsiatra et 20 % sur Amoron'i Mania • Exploitation de ruches à cadres avec cire gaufrée allant de 20 à une centaine de ruches par apiculteur • Apiculteur individuel bien équipé (matériels de production et d'extraction) • Quelques unités de production privées produisant le miel pour leurs propres consommations : cas des communautés religieuses de Fianarantsoa • Rendement entre 20 à 30 litres de miel par ruche avec 3 à 4 récoltes par an • Vente du miel liquide extrait par système de centrifugation • Concurrence de prix avec le miel traditionnel sur les marchés • 58 % de marge bénéficiaire par litre de miel vendu • Estimation de la production : 109 T dont 10 T pour Analamanga, 96 T pour Amoron'i Mania et 3 T pour Haute Matsiatra

Tableau 7: Synthèse des informations par région

	Api traditionnel			Api en cours amélioration			Api modernes		
	Région 1 A	Région 2 AM	Région 3 HM	Région 1 A	Région 2 AM	Région 3 HM	Région 1 A	Région 2 AM	Région 3 HM
Volume production (tonne)	19	62	9	10	94	35	3	10	96
Débouchés	Marchés locaux – Marché Antananarivo – collecteurs informels	Marchés locaux – collecteurs informels	Marchés locaux – collecteurs informels et détaillants Fianarantsoa	Marchés locaux – régionaux – collecteurs informels et collecteurs régionaux et nationaux			Marchés régionaux – collecteurs régionaux et nationaux		
Prix / débouchés	1800 à 2000 le kg brèche ¹²		2000 Ar le kg brèche ¹³	2000 Ar le kg brèche ou 3000 à 3600 Ar le litre			3000 à 5000 Ar/litre		
Coût de production	1299		808	1218	884	1126			1670
Rentabilité (marge bénéficiaire)	35%		60%	39 %	71%	62%			58%

Région 1 : Analamanga

Région 2 : Amoron'i Mania

Région 3 : Haute Matsiatra

Le coût de production de l'apiculteur traditionnel de la Région Analamanga semble plus élevé que celui de Haute Matsiatra car l'achat des essaims est un poste de dépenses qui revient pratiquement chaque année et fait augmenter le montant des dépenses courantes

Pour l'apiculteur en cours de modernisation de la Région Amoron'i Mania, le coût de production est la moins importante car l'apiculteur occasionne moins de nombre de jour dans l'activité (entretien, visite, récolte).

¹² Ce qui équivaut à 3000 – 3400 Ar le litre

¹³ Ce qui équivaut à 3400 Ariary le litre

4.2 Les organisations d'apiculteurs

On rencontre dans ces trois régions plus de 300 associations d'apiculteurs, dont plus de la moitié sont localisées dans la région Amoron'i Mania. Mais beaucoup de ces associations se sont créées dans un objectif de recevoir des appuis techniques, en matériels et financiers pour développer leurs activités.

En total, 6 organisations faîtières (deux par région) rassemblant plus de 1600 Apiculteurs sont accompagnées par le programme SAHA.

Les productions des apiculteurs regroupés dans les OPF appuyées par SAHA représentent 43 % des productions apicoles régionales. Le tableau ci-dessous détaille les estimations des productions respectives des OPF régionales :

Tableau 8 : Estimation de la capacité de production des OPF appuyés par SAHA

Région	Estimation de la capacité de production de miel (Tonne)
Analamanga	
OPF Mamisoa	33
OPF Manjakamamy	11
Amoron'i Mania	
OPF Mamy	94
OPF Tiamamy	9
Haute Matsiatra	
OPF ISA 4	10
OPF VMTI	2
TOTAL	159
Pourcentage par rapport aux productions apicoles régionales	43%

Au niveau des OPF qui travaillent avec SAHA, les membres sont essentiellement des apiculteurs traditionnels et en cours d'amélioration et sont différemment représentés selon les régions. Environ 70 à 80 % des membres des OPF sont encore traditionnels pour Analamanga et Haute Matsiatra et 15 à 20 % des apiculteurs membres d'OPF sur Amoron'i Mania

Les apiculteurs modernes sont rarement représentés car l'intérêt principal de l'adhésion des producteurs dans les structures paysannes est essentiellement de bénéficier de formations et dons en matériel grâce aux appuis des projets de développement. Donc les apiculteurs modernes, déjà avancés au niveau technique et équipement ne trouvent plus l'intérêt à adhérer dans des structures paysannes qui actuellement offrent peu de services pour les membres sur le volet commercial.

Actuellement, le service des OPF pour la commercialisation du miel des membres n'est qu'au début de sa mise en place.

Dans la Région Haute Matsiatra, les membres de l'OPF ISA 4 sont libres de vendre leur miel mais la fédération a mis au point une organisation pour les ventes groupées, particulièrement lors des foires à Antananarivo. L'organisation porte sur :

- la constitution d'un stock commun,

- le triage, re-tamissage, et mise en pot confiés à une personne,
- l'apposition d'une étiquette commune au nom de la Fédération,
- l'attribution de 3 % du montant des recettes à la caisse de la Fédération assurer les frais de fonctionnement (frais de déplacement, restauration, c'est à dire les petits frais qui ne sont pas pris en charge par SAHA)
- l'achat des pots groupés à Antananarivo

A l'issue de cette expérience, ils ont été confrontés à quelques problèmes :

- c'est toujours les mêmes qui sont attirés par le service ;
- ceux qui sont plus dans la nécessité ne peuvent pas attendre la vente par la Fédération pour être payés et comme ils ont des besoins urgents d'argent, ils retirent leurs parts dans le stock pour les vendre au niveau des marchés locaux ;
- Plus des 2/3 des membres font encore l'apiculture traditionnelle et il existe une part importante de la production qui est vendue en brèche sur les marchés locaux. Donc la Fédération n'a pas la maîtrise de cette part de la production
- Ils sentent aussi qu'ils n'ont pas encore la capacité de faire face à des commandes importantes : faible quantité, organisation pas encore bien rôdée.

L'organisation de la commercialisation est aussi en cours de mise en place sur Amoron'i Mania (cas de l'OPF Mamy). Un contrat de vente a pu être établi avec un restaurant d'Antananarivo mais c'est un marché dont l'approvisionnement est assuré en association avec les OPF de Haute Matsiatra et c'est le Président de l'OPF à Haute Matsiatra qui est signataire du contrat. Les organisations se font en concertation avec les OPF des deux régions : rotation de l'envoi des marchandises, de la collecte des recettes. Le système est encore très récent : seulement deux livraisons de 200 boîtes de 300 g et 100 g ont été effectuées jusqu'en décembre 2008.

Sur Analamanga, l'essai de vente groupée (lors de la foire Fier Mada en août 2008) initiée par l'OPF Mamisoa d'Andramasina s'est confronté aux problèmes suivants:

- Les miels rassemblés (1 tonne) n'ont pas été tous écoulés et il a fallu attendre jusqu'au mois d'octobre pour tout vendre. Or la Fédération n'a pas eu assez de fonds de roulement pour pouvoir payer les membres,
- Les miels ont été stockés dans des bidons et il a fallu avoir recours au chauffage pour les mettre en pots.

Ces différentes expériences montrent les limites que représente la commercialisation groupée gérée directement par les OPF.

4.3. Les collecteurs

On rencontre trois types d'acteurs qui sillonnent les communes rurales pour collecter le miel auprès des apiculteurs le jour du marché ou directement sur les sites de production suivant le niveau d'accessibilité de la zone (proximité à une route praticable).

Les catégories de collecteurs, petits informels, transformateurs régionaux et transformateurs nationaux se distinguent par le volume de miel qu'ils collectent (inférieur à 500kg pour les petits collecteurs informels, entre 500kg et 1 tonne pour les collecteurs transformateurs régionaux, supérieur à 1 tonne pour les collecteurs transformateurs nationaux) et la destination de leurs produits (auprès des détaillants des marchés ruraux et urbains pour les

premiers, sur les marchés urbains régionaux pour les seconds et sur les marchés urbains régionaux et nationaux pour les derniers).

Seuls les collecteurs transformateurs régionaux ou nationaux pratiquent la transformation et le conditionnement du miel collecté

Les petits collecteurs ne formalisent pas leur activité, cette caractéristique servira à les désigner dans la typologie.

- Les petits collecteurs informels :

Ils approvisionnent les revendeurs des marchés urbains en collectant de petites quantités auprès des apiculteurs. Ils sont très nombreux, mais difficilement identifiables et quantifiables car ils ne déclarent par leur activité.

L'activité de collecte du miel n'est pour eux qu'une activité saisonnière et complémentaire des autres activités de collecte des produits agricoles.

Ces collecteurs profitent de la période de récolte pour acheter le miel à bas prix, entre 2500 à 3000 Ar le litre et se faire ainsi une marge importante en le revendant aux détaillants des marchés urbains. Ils achètent le miel en brèche ou liquide et le revendent tel quel dans des cuvettes ou dans des bouteilles plastiques aux détaillants. Ils sont très mobiles et multiplient les déplacements dans les communes rurales pour la collecte.

Il est très difficile d'estimer le volume de miel qui transite auprès de ce type d'acteur.

Certains apiculteurs peuvent être en même temps rentrer dans cette catégorie d'acteur. Ils ont eu la possibilité de trouver une opportunité de marché et pour marquer leurs importances dans la filière, ils ont développé la fonction commerciale pour leurs productions et pour celles d'autres apiculteurs.

Tableau 9: Evaluation de la marge dégagée par l'activité d'un petit collecteur informel région Haute Matsiatra

Volume commercialisé	litre	120
Prix de vente	Ariary/litre	3500
Prix d'achat	Ariary/litre	2000
	Transport	Ariary/litre
		100
	Location de lieu de vente	Ariary/litre
		133
	Amortissement bidon	Ariary/litre
		83
Coûts totaux	Ariary/litre	2317
Marge	Ariary/litre	1183
Marge en % du revenu	Ariary/litre	34%

Source: Mises à jours des données issues de "ANALYSE DE LA FILIERE MIEL dans la région de Haute Matsiatra".- FAO, FIDA. Juillet 2007 _____

- Les collecteurs transformateurs régionaux

Ces collecteurs sont des entreprises qui possèdent de petites unités d'extraction du miel (par égouttage ou par centrifugation), et préfèrent s'approvisionner en miel en brèche pour assurer la qualité du produit car ils collaborent avec plusieurs apiculteurs pour la fourniture du miel. Ils mettent leurs produits en petit pot et leur marché est souvent limité à leurs zones d'implantation. Pour ce type de collecteurs, on a pu identifier l'entreprise CHAN FOUI, l'Association FILANTSOA à Fianarantsoa, le centre SAHAFANILO à Sadabe Manjakandriana et EMC à Anjepy Manjakandriana. Leurs fournisseurs sont à plus de 90 % des apiculteurs traditionnels pour CHAN FOUI et en cours d'amélioration ou modernes qu'ils

appuient techniquement pour FILANTSOA, SAHAFANILO et EMC. Le reste étant constitué de petits collecteurs informels.

Ils n'ont pas de grande capacité de collecte comme les collecteurs nationaux (typologie de collecteur suivant). Ils collectent entre 500 kg à 1 tonne par an pour approvisionner les marchés régionaux (Antananarivo pour SAHAFANILO et EMC et Fianarantsoa ville pour CHAN FOUI et FILANTSOA). Ils achètent le miel liquide entre 4000 et 4500 Ar le litre ou à 1400 Ar le kg du miel en brèche¹⁴ (cas de CHAN FOUI). Les fournisseurs viennent chez eux et ils ont le minimum de matériels pour vérifier la qualité du miel (réfractomètre, estimation à l'œil nu). Souvent, ils développent d'autres activités en plus de la collecte de miel : pisciculture, prestation de service, viticulture, ...

- Les collecteurs transformateurs nationaux

Ils se spécialisent sur la collecte et la commercialisation de miel d'eucalyptus depuis plusieurs années et ont formalisé leur activité par un statut d'entreprise.

Grâce à leur expérience dans les régions, ils ont identifié les zones à plus fort potentiel où ils privilégient leur activité de collecte. Leur dénomination « nationaux » est issue de leurs réseaux de distribution qui couvrent les marchés nationaux mais au niveau de leurs zones de collecte, ils s'approvisionnent uniquement dans les localités des régions de production. Ils sélectionnent les communes rurales où la qualité du miel et les volumes produits sont plus intéressants. Ils fidélisent alors de nombreux apiculteurs en s'approvisionnant directement sur les sites de production de ces derniers.

Pour les zones apicoles traditionnelles comme Manjakandriana, les collecteurs (tel que l'entreprise T'TELO) préfèrent collecter du miel en brèche. Pour une zone déjà avancée techniquement, ils achètent du miel liquide déjà transformé par les apiculteurs car ils ont confiance en sa qualité. C'est le cas de BEAU MIEL D'AMBOSITRA, MIEL RAFFINE DE FANDRIANA et VOTETA.

En général, le prix d'achat du miel liquide se situe entre 3000 et 3600 Ar le litre, soit 1800/2000 Ar le kg du miel en brèche.

Ils extraient le miel par égouttage ou centrifugation (si ruche à cadre), le conditionnent dans des pots PET ou en cristal et ciblent les grandes surfaces (pour les ménages moyens) et la distribution de gros et de détails sur les marchés nationaux. Les prix de leurs produits sont plus abordables pour les ménages malgaches urbains que ceux des entreprises agroalimentaires de type Codal (Codal sera classée dans la catégorie des revendeurs conditionneurs).

Ils ont leurs réseaux de distribution jusque dans les provinces et réalisent eux même la promotion du produit en véhiculant ses propriétés nutritives, gustatives et ses vertus

Avec les collecteurs transformateurs régionaux, le volume commercialisé est de **47 tonnes** par an pour les 3 régions étudiées.

Les principales difficultés qu'affrontent en commun les deux catégories de collecteurs transformateurs résident au niveau de la qualité du miel. Les apiculteurs qui maîtrisent la qualité du miel transformé cherchent essentiellement à vendre eux même leur production. Les collecteurs et entreprises agroalimentaires doivent se rabattre sur du miel de moins bonne qualité comme le confirme les analyses et tests qu'ils réalisent. Ainsi, l'entreprise CODAL d'Antananarivo et l'Association FILANTSOA de Fianarantsoa se trouvent confrontées à des

¹⁴ Ce qui revient à environ 2300 Ar le litre

problèmes de teneur élevée en eau et en germes pathogènes, du miel proposé par les apiculteurs.

Le volume de miel commercialisé par les collecteurs transformateurs est estimé à **105 tonnes par an** dont 103 tonnes (98%) vont sur le marché d'Antananarivo et 2 tonnes sur le marché de Fianarantsoa. Environ 50% de l'offre existante sur Antananarivo provient essentiellement des zones d'études de Manjakandriana et Ambositra.

La quantité actuelle de miel vendue sur le marché d'Antananarivo, a pratiquement doublée (105 tonnes), par rapport à une estimation de 52,8 tonnes¹⁵ faite en 2003. Cela marque une croissance de la consommation d'Antananarivo pour du miel conditionné.

Tableau 10: Evaluation de la marge dégagée par l'activité d'un collecteur transformateur national,

Volume commercialisé	kg	11320
Prix de vente moyen	Ariary/kg	6480
Prix d'achat moyen	Ariary/kg	2310
Amortissement matériels et bâtiment	Ariary/kg	442
Charges du personnel	Ariary/kg	630
Emballage	Ariary/kg	849
Transport	Ariary/kg	662
Communication	Ariary/kg	28
Eau et électricité	Ariary/kg	28
Taxes et ristournes	Ariary/kg	31
Coûts totaux	Ariary/kg	4980
Marge	Ariary/kg	1500
Marge en % du revenu	Ariary/kg	23%

Source: Calcul CITE 2008

4.3. Les fournisseurs d'intrants

Les fournisseurs d'intrants fabriquent et vendent du matériel apicole tel que ruche à cadre, enfumoir, et petit outillage. Ils peuvent ajouter à leur activité la fabrication et la vente de cire gaufrée.

Parmi les fournisseurs d'intrants, on distingue les artisans qui diversifient leurs activités par la production de matériel apicole, tel que des menuisiers déjà en activité, des fournisseurs spécialisés dans le domaine apicole qui maîtrisent le cahier des charges de production de ruche aux normes et des apiculteurs qui ont reçu des formations techniques et qui se spécialisent dans la fabrication de ruche pour fournir leur association ou communautés.

Ces différents fournisseurs se distinguent aussi par le niveau de qualité du matériel fabriqué. Les menuisiers sans connaissance réelle du métier d'apiculteur ont tendance à copier des modèles fabriqués par des fournisseurs spécialisés mais ils utilisent des matières premières de moindre qualité (bois mal séché, essence non adaptée) tout en maintenant des prix élevés.

Les apiculteurs fournisseurs d'intrants fabriquent des produits de moindre qualité pour faciliter leur acquisition par les apiculteurs.

¹⁵ Source : CITE.- Etude de la filière apiculture en vue du développement de l'exportation : La commercialisation, cas du marché d'Antananarivo.- Mars 2004

Les fournisseurs spécialisés maintiennent leur réputation par une qualité irréprochable et des prix adaptés à la qualité des matériels vendus.

Ces diversités de catégories de fournisseurs expliquent la variabilité des prix et de la qualité des matériels proposés sur les marchés.

Pour toutes les catégories, les matériels sont fabriqués le plus souvent sur commandes, mais quelques spécialistes en matériel apicole constituent des stocks.

4.4. Les revendeurs

On distingue cinq types de revendeurs qui se différencient suivant les marchés où ils commercialisent le miel et le volume de leur activité : les détaillants des grands axes routiers, les détaillants des marchés ruraux et urbains, les grands détaillants conditionneurs, les grandes et moyennes surfaces (GMS) et les services de restauration et hôtellerie.

- Détaillants des grands axes routiers

Sont spécifiés dans cette catégorie les détaillants localisés le long des routes nationales qui traversent les régions de production. Ils sont les plus importants le long de la RN7 au niveau de la Région Haute Matsiatra, Ambohimahaso. Au niveau de Manjakandriana, quelques vendeurs proposent aussi le miel de la zone. Sur Amoron'i Mania, on ne rencontre pas ce type de détaillant car le miel de la Région est en grande partie écoulé auprès des collecteurs pour être commercialisé dans d'autres marchés (Antananarivo notamment). Il a été estimé qu'environ 4,5 tonnes de miel sont commercialisées à travers ce réseau. Comme ils sont basés sur les lieux de passages, leurs clients sont essentiellement des voyageurs.

- Détaillants des marchés ruraux et urbains

Les détaillants des marchés ruraux vendent dans les chefs lieux des communes rurales auprès des consommateurs ruraux.

Les détaillants des marchés urbains se situent dans les grandes villes des régions étudiées (Antananarivo, Ambositra, Fianarantsoa) et vendent aux consommateurs locaux et aux acheteurs de passage.

Ces deux types de détaillants s'approvisionnent directement auprès de collecteurs intermédiaires ou auprès des apiculteurs modernes ou en cours d'amélioration. Les apiculteurs traditionnels qui ont des volumes de production suffisants, et qui n'écoulent pas directement leur production auprès des consommateurs sur les marchés locaux, peuvent approvisionner les détaillants des marchés urbains.

Les détaillants urbains des trois régions commercialisent au total près de **30 – 31 tonnes** dont **22 tonnes issues des régions étudiées**. Ils achètent le miel aux producteurs ou aux collecteurs au prix de 3000 à 5000 Ar le litre, le conditionnent en bouteilles plastiques recyclées et le vendent aux consommateurs au prix de 4000 à 6000 Ar le litre, le plus souvent à 6000 Ar.

Ils arrivent à toujours avoir du miel à commercialiser soit en constituant des stocks pendant la période de récolte (cas notamment des revendeurs d'Ambositra où le miel commercialisé est issu de la région) soit en vendant des produits provenant de zones apicoles de Madagascar autres que celles étudiées (cas des revendeurs d'Antananarivo et de Fianarantsoa qui vendent du miel de Manakara ou de Mananjary). Ainsi, sur les marchés de détails d'Antananarivo, on a pu identifier une dizaine de provenances de miel.

- Grands détaillants conditionneurs

On y recense les entreprises telles que Codal, Bongou, La Landaise, Iray et aussi Bioaroma et Homéopharma.

Ces acteurs commercialisent différents produits agroalimentaires (ou cosmétiques et parapharmaceutiques) dont le miel qu'ils vendent conditionné, pur ou en mélange pour la composition d'autres produits.

Basés sur Antananarivo, ils se font livrer le miel au niveau de leur unité de transformation par des apiculteurs modernes (entreprise apicole¹⁶ ou association¹⁷) ou par des petits collecteurs fidélisés.

Exigeants sur la qualité du miel qu'ils achètent (impureté, taux d'humidité), ils cherchent à fidéliser leurs fournisseurs les plus satisfaisants.

Ils présentent leurs produits uniquement dans des bocaux en verre, bien étiquetés et bien présentés et ciblent une clientèle aisée car ils vendent surtout auprès des grandes et moyennes surfaces et dans leurs boutiques spécialisées. Ils exploitent essentiellement du miel exotique mais restent toutefois ouverts au miel d'eucalyptus dans leur gamme de produits.

Ils réalisent des marges importantes, en achetant le kg entre 2000 à 2500 Ar auprès des fournisseurs pour le vendre jusqu'à 16 000 Ar (prix au détail).

Actuellement, aucun miel issu des trois régions d'étude n'est exploité par ces unités car elles proposent essentiellement du miel de litchi, de niaouli, de palissandre, mille fleurs. CODAL est actuellement en train de lancer de nouveaux types de produits qui sont des miels mille fleurs aromatisés (au gingembre, à la cannelle, au chocolat, à la vanille).

Cette unité a des exigences strictes sur la qualité du miel qu'elle achète et dispose d'une petite unité en interne pour la vérification du taux d'humidité, et envoie de temps en temps le miel pour analyse microbiologique chez un laboratoire spécialisé.

Tableau 11: Evaluation de la marge dégagée par l'activité d'un grand détaillant conditionneur.

Volume commercialisé	kg	12 000
Prix de vente	Ariary/kg	13 714
Prix d'achat	Ariary/kg	2 500
Amortissement	Ariary/kg	17
Emballage	Ariary/kg	3143
Transport	Ariary/kg	175
Main d'œuvre ¹⁸	Ariary/kg	14
Energie	Ariary/kg	79
Impôt et taxes	Ariary/kg	2 743
Coûts totaux	Ariary/kg	8 671
Marge	Ariary/kg	5 043
Marge en %		37%

Source : Calcul CITE 2008

¹⁶ CODAL s'approvisionne auprès d'une grande entreprise apicole de Manakara

¹⁷ L'entreprise agroalimentaire IRAY se fournit auprès des associations d'apiculteurs de Manakara appuyées par VSF

¹⁸ Cette rubrique ne représente que le coût des ouvriers. Le coût des cadres impliqués dans les activités apicoles n'ont pas été obtenus.

- Les GMS

Ces grands magasins tels que Shoprite, Jumbo Score et Leader Price offrent uniquement du miel conditionné issu des collecteurs transformateurs. Ils commercialisent aussi du miel importé qui représente au maximum 2 % du volume vendu. Le miel importé leur permet de diversifier leurs gammes de produits (cas de Leader Price) ou de satisfaire une petite part de leur clientèle (cas de Jumbo Score). En faisant une comparaison entre leurs prix de vente et les prix d'achat en gros aux fournisseurs, ils prennent entre 10 à 20 % de marge.

Non seulement ils sont exigeants sur la qualité mais ils ne collaborent qu'avec des fournisseurs formels (possédant un numéro statistique) et n'achètent que du miel en pot portant une étiquette permettant de bien identifier le produit et le fournisseur.

Dans ce sens, certaines GMS apportent des conseils à leurs fournisseurs pour mieux présenter les produits. Jumbo Score a encouragé certains de ses fournisseurs à mettre des codes barres sur l'étiquette de leurs produits.

Pour Leader Price, il peut re-conditionner le produit pour le mettre à sa marque et ainsi assurer une meilleure vente (certains clients privilégient la marque comme garantie).

Ces revendeurs ne font plus de contrôle de qualité à leur niveau mais ils se soucient plus de la présentation des produits.

S'ils sont conscients que l'offre peut potentiellement augmenter, de l'ordre de 10 à 20%, ils préfèrent la qualité plutôt que les volumes distribués. Ils sont ainsi prêts à multiplier leurs collaborations avec d'autres fournisseurs si ces derniers répondent à leurs exigences.

- Les services de restauration et hôtellerie

Ils offrent du miel à leurs clients de la restauration, notamment pour les petits déjeuners et quelques préparations culinaires. Ils achètent du miel en vrac (en bouteille) en majorité d'eucalyptus proposé par des petits collecteurs, des apiculteurs ou s'approvisionnent sur les marchés urbains. L'achat du miel en pot est rare et se fait uniquement pour des produits de qualité spécifique tels que le miel de litchi pour les restaurants d'Antananarivo.

Mais à Fianarantsoa, les deux unités privées de transformation et de mise en pots qui existent approvisionnent des restaurants. Le miel de litchi en vrac y est proposé sur le marché à un prix identique à celui du miel d'eucalyptus car on trouve sur le marché du miel de Manakara, un important site de production de miel de litchi.

La consommation est surtout importante pour ces types d'acteurs durant la saison haute du tourisme, c'est à dire entre le mois d'août et le mois d'octobre.

Pour Antananarivo, ce type de marché absorbe environ **4 à 5 tonnes** de miel chaque année. A Fianarantsoa et Ambositra, ce volume est respectivement **2 à 3 tonnes** et **1 à 2 tonnes**. Les quantités consommées au niveau de ces restaurations n'ont pas tellement évolué en 5 ans et ces acteurs estiment qu'il n'y aura pas de nette évolution de leurs besoins au cours des années à venir.

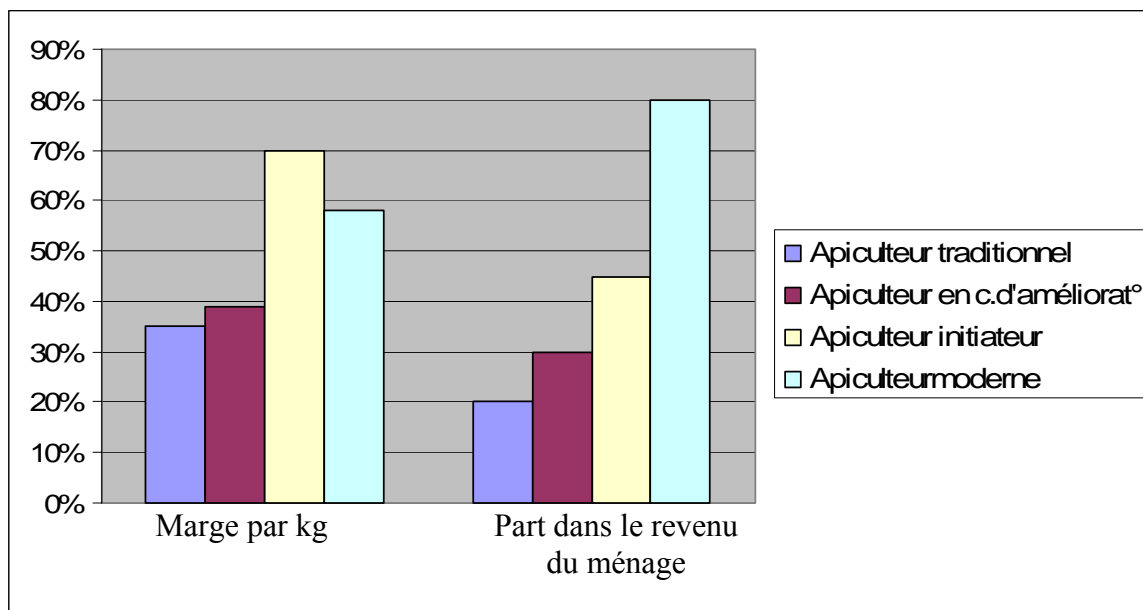
<u>CE</u>	<u>QU'IL</u>	<u>FAUT</u>	<ul style="list-style-type: none"> • 5 types de revendeurs de miel : <ul style="list-style-type: none"> - <i>détaillants des grands axes routiers</i> présentant du miel en bouteille, quantité de vente estimée à 4,5 tonnes pour les 3 régions d'études - <i>détaillants des marchés ruraux et urbains</i> écoulant autour de 30 tonnes de miel par an où
<u>RETENIR</u>	<u>SUR</u>	<u>LES</u>	
<u>REVENDEURS</u>			

- 2 tonnes seraient issues des régions d'études
- *grands détaillants conditionneurs* type Codal, Bongou, Iray, Hameopharma, exigeants sur la qualité (taux d'humidité, impuretés et présence de germes pathologiques), privilégient le miel des apiculteurs modernes
 - *les GMS*, exigeants sur le conditionnement mais toujours ouverts à des collaborations avec d'autres fournisseurs
 - *les services de restauration et hôtellerie*, volume consommé autour de 7 à 10 tonnes par an au niveau des régions d'études
 - Positionnement des grands détaillants conditionneurs sur les marchés rémunérateurs
 - Préférence pour les miels malgaches. L'importation n'est pas importante

4.5. Analyse économique de l'activité par acteur

Les résultats en terme de marge par kg dégagée par acteur tels que présentés dans les différents comptes d'exploitation par acteur sont représentés dans le graphique suivant. Il est complété par le pourcentage que représente l'activité dans le revenu du ménage.

Figure 1 : Marge par kg de miel vendu et % de l'activité apicole dans le revenu du ménage par acteur



Si les marges entre apiculteurs traditionnels et apiculteurs en cours d'amélioration sont sensiblement proches, l'apiculteur en cours d'amélioration dégagne plus de revenus grâce aux volumes supérieurs commercialisés.

Pour les apiculteurs traditionnels, les revenus dégagés par l'exploitation apicole constituent seulement une faible part du revenu total du ménage. Cela explique leurs faibles intérêts pour investir dans l'activité, qui est alors considérée comme annexe et complémentaire aux activités essentiellement agricoles de ce type de ménage.

De plus, l'apiculteur initiateur qui appartient à la catégorie des apiculteurs en cours d'amélioration mais qui positionne ces produits en pots sur les marchés nationaux tel que les détaillants et GMS d'Antananarivo, dégagne une marge plus importante que les apiculteurs de la même catégorie qui commercialisent leurs produits conditionnés en bouteilles auprès des détaillants des marchés régionaux (ou en liquide auprès des collecteurs transformateurs). Mais l'apiculteur initiateur est un cas isolé et il est limité dans le volume commercialisé.

Quant aux apiculteurs modernes qui se positionnent sur des marchés de niche, ils dégagent des marges importantes et commercialisent des volumes importants, générant 80% de leur revenu.

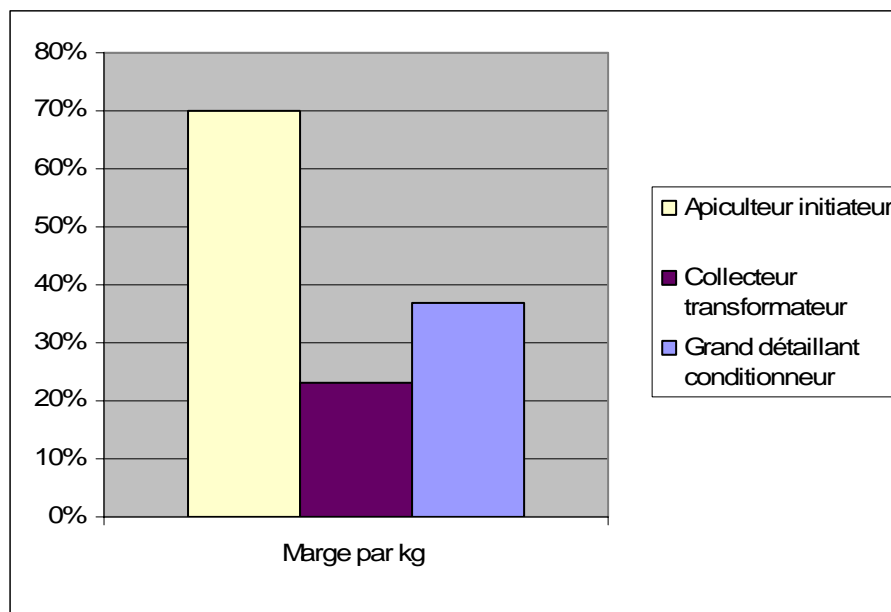
Il est donc évident que plus les apiculteurs arrivent à améliorer la qualité de leurs produits, et à les transformer et conditionner, plus leurs marges sont intéressantes. Plus ils investissent dans l'activité, plus ils arrivent à se positionner sur des marchés plus rémunérateurs et plus l'activité représente une part importante dans le revenu du ménage. Comparés aux autres revenus apportés par l'agriculture notamment, les investissements dans l'activité apicole sont

plus rémunérateurs, et encouragent les producteurs à se consacrer plus à cette activité. Cela est bien alors à l'opposé de ce que peuvent croire certains apiculteurs, notamment les traditionnels, qui craignent que l'apiculture concurrence et soit moins rémunératrice que les activités agricoles.

Mais, aujourd'hui ce sont essentiellement les collecteurs transformateurs et les grands détaillants conditionneurs qui se positionnent sur les marchés rémunérateurs régionaux et nationaux (miel en pot).

Comme le montre la figure suivante, l'activité de transformation et de conditionnement du miel acheté à bas prix en brèche auprès des apiculteurs et commercialisé sur les marchés régionaux et nationaux augmente la plus valeur sur le produit. Il en est de même pour les détaillants conditionneurs qui se contentent de conditionner le produit pour le vendre sur des marchés de niche haute gamme à prix élevé.

Figure 2 : Marge par kg de miel vendu en pot sur les marchés nationaux



Si les apiculteurs initiateurs dégagent des marges plus importantes que les autres transformateurs, ils sont limités par les volumes commercialisés. Le revenu est alors plus faible que les transformateurs.

C'est le grand détaillant conditionneur qui se contente de conditionner le miel qui dégage le plus de marge et de chiffre d'affaire, estimé à plus de 7 300 000 Ar alors que le collecteur transformateur génère un chiffre d'affaire de l'ordre de 385 000 Ar.

Etant aujourd'hui peu concurrencés, les collecteurs maintiennent une pression sur les prix pour garantir la rentabilité de leur activité.

Mais, comme l'ont montré plusieurs initiatives développées dans les régions d'étude, la collaboration entre acteurs qui établissent des relations « gagnant gagnant » basées sur des règles de prix équilibrés permet de positionner des produits de qualité sur des marchés plus rémunérateurs (exemple de l'apiculteur initiateur). Leurs prix étant compétitifs par rapport aux produits des collecteurs transformateurs, ils répondent à une demande des consommateurs aujourd'hui non saturée (voir chapitre suivant sur l'analyse des marchés). Aussi, le

développement de l'offre d'un miel de qualité, issue d'une collaboration équilibrée entre acteurs pour la production et sa transformation, offre des opportunités pour développer les revenus des acteurs de la filière.

C'est alors dans ce sens que les stratégies de développement de la filière doivent porter.

CE QU'IL FAUT

RETENIR

- L'apiculteur moderne gagne le plus de marge bénéficiaire par unité de vente et perçoit le plus de recettes : meilleur rendement et volume important de la production
- Les apiculteurs traditionnels et en cours d'amélioration présentent sensiblement les mêmes marges bénéficiaires : limités par le volume
- Pression des collecteurs sur les prix pour maintenir leur marge
- L'activité de re-conditionnement favorise les grands détaillants conditionneurs
- Développement des revenus des apiculteurs à travers des relations basée sur une collaboration équilibrée

V. ANALYSE DES POTENTIALITES DES MARCHES

5.1. Marchés locaux et régionaux

Les marchés locaux sont constitués par les petits apiculteurs qui vendent leur production en liquide ou en brèche directement auprès des consommateurs le jour du marché et par les détaillants qui s'approvisionnent auprès des apiculteurs et qui vendent à leur boutique du miel en bouteille.

➤ ***Un réel marché qui existe et qui se développe au niveau des régions***

Pour la région de Fianarantsoa, 5,25 tonnes de miel sont commercialisées en bouteilles sur les marchés régionaux, dont plus de 60% au niveau du grand marché de Zoma de Fianarantsoa. Environ 85 % du miel vendu au marché de Zoma est déjà livré en bouteille et le reste apporté en brèches par les fournisseurs qui sont pour la plupart des apiculteurs. Sur les marchés locaux et régionaux de Fianarantsoa, les apiculteurs des différentes catégories sont souvent en contact direct avec les consommateurs.

Les marchés de la région d'Analamanga commercialisent 21,5 tonnes de miel vendu en bouteilles (toutes essences et provenances confondues). Les consommateurs d'Analamanga trouvent du miel en vrac vendu par les apiculteurs sur les marchés locaux et du miel conditionné en bouteille sur les marchés régionaux (soit par les apiculteurs soit par les détaillants).

Pour la région d'Ambositra, les ventes au niveau des marchés locaux ne sont pas courantes car la majorité de la production (évaluée à 80%) est prise par des collecteurs sur place (déjà en vrac) soit pour la mise en pot soit pour la vente en bouteille auprès des détaillants et restaurants. Sur les marchés régionaux de cette région, environ 6 tonnes de miel sont commercialisées en bouteille par an. Dans la région d'Ambositra, les consommateurs s'approvisionnent en miel vendu en bouteilles et traité soit par des apiculteurs (niveaux d'organisation et d'équipement plus importants dans cette région) soit par des collecteurs intermédiaires. Les miels en pot sont vendus sur les marchés régionaux et nationaux.

➤ ***Un potentiel de développement des marchés régionaux mais limité par une faible capacité financière des commerçants et une qualité incertaine du miel***

Les apiculteurs qui ont des capacités de production plus importantes préfèrent approvisionner les détaillants, les collecteurs et les marchés de la capitale (s'ils en ont les moyens). Leur capacité de production n'étant pas arrivée à saturation, ils peuvent encore fournir des quantités plus importantes que seuls les collecteurs ont la possibilité d'absorber et non les détaillants. En effet, ces derniers n'ont pas de fonds de roulement suffisant pour constituer des stocks. Ils ont alors du mal à alimenter les marchés toute l'année et proposent des prix variables suivant la période de l'année.

Pourtant, les apiculteurs préfèrent vendre leurs produits aux détaillants qui leur font des prix plus intéressants et avec qui ils établissent des relations de confiance liées à leur proximité.

Aussi, les marchés locaux et régionaux ne sont pas arrivés à saturation mais sont limités par la capacité d'investissement et de constitution de stock des détaillants.

Un autre facteur s'ajoute à la limitation du marché et porte sur la capacité des apiculteurs à fournir du miel de qualité. En effet, les détaillants s'approvisionnent auprès d'apiculteurs sélectionnés pour leur qualité du miel produit. Par rapport aux volumes produits, les détaillants ne sélectionnent qu'une petite partie du miel. Certains détaillants vont même

privilégier un miel de provenance plus éloignée (autres régions) mais réputé pour sa qualité plutôt que de prendre un miel local dont ils ne sont sûrs de la qualité.

D'un autre côté, le consommateur n'est pas satisfait par la qualité du miel et son prix vendu sur les marchés régionaux. Le prix du miel vendu par les détaillants reste relativement élevé par rapport au miel vendu sur le marché par les apiculteurs eux-mêmes. Les consommateurs qui achètent auprès des détaillants doutent de l'origine du miel ; vient-il réellement de la région ou y a-t-il eu des mélanges ?

➤ ***Les marchés urbains : un potentiel à creuser par les apiculteurs en cours de modernisation***

Les entretiens auprès des détaillants des marchés urbains régionaux ont montré qu'il existe une croissance possible de l'offre, absorbable par la consommation locale si les prix et la qualité correspondent à la demande :

- conditionnement plus petit n'obligeant pas les consommateurs à acheter les bouteilles de 0,5, 1 ou 1,5 litres plus chères,
- miel limpide, pas trop d'impuretés ni d'abeilles mortes
- du miel d'origine et de pureté assurées (pas de mélange d'eau ni de sucre)

Il y a aussi une possibilité de glissement de la demande en miel en bouteille vers du miel en pot. Les miels en pots proposés par les collecteurs transformateurs et les apiculteurs en cours de modernisation et modernes peuvent alors représenter une réelle opportunité de développement car la clientèle qui les consomme est particulièrement intéressée par le rapport qualité prix du produit.

5.2. Marché national

Il s'agit du miel vendu à Antananarivo et provenant de plusieurs régions apicoles. Il est constitué par :

- ***Les détaillants sur les grands marchés***¹⁹ : Analakely, Mahamasina, Petite vitesse, Andravoahangy/ Besarety, Anosibe, Besarety : ***des lieux de vente d'un miel de toutes provenance***

21,5 tonnes y sont consommées chaque année dont 13 tonnes issues des 3 régions étudiées. On y offre également du miel en provenance de plusieurs zones apicoles en dehors des trois régions d'études.

Les collecteurs transformateurs et quelques apiculteurs organisés (qui réussissent à mettre au point une organisation pour vendre leur miel) approvisionnent les détaillants et épiceries des marchés de la capitale.

- ***Quelques boutiques spécialisées*** : Bioaroma, Homéopharma, Codal, Bongou et des boutiques d'artisanat telles que Espace Lisy :

L'entreprise Codal s'approvisionne en miel liquide issu d'une grande exploitation apicole de la région sud est de Madagascar. Ce fournisseur lui assure une meilleure qualité prix et plus de professionnalisme.

Homéopharma et Bioaroma achètent aussi du miel vendu en bouteille auprès des collecteurs venant d'Analamanga et Fianarantsoa en dehors de leurs principales zones d'approvisionnement (Boeny, Menabe) pour les vertus du miel essentiellement d'eucalyptus.

¹⁹ Notons que ce sont ces marchés qui sont également les « marchés régionaux » pour la Région Analamanga

Bioaroma et Espace Lisy commercialisent aussi du miel conditionné en pot en verre par les grands détaillants conditionneurs type Codal.

Les quantités de miel vendu par ces boutiques n'ont pas été évaluées en totalité mais à titre d'exemple, Homeopharma utilise environ 67 tonnes²⁰ de miel par an. Bongou est actuellement en phase de lancement de la vente de miel au niveau de leurs boutiques et consommerait dans les 60 kg de miel par mois en provenance de Manakara. Pour chaque type de miel, Codal conditionne environ 1 tonne de miel par mois.

- ***Les Grandes et Moyennes Surfaces/GMS*** telles que Jumbo Score, Shoprite, Leader Price : **Valorisation du miel bien conditionné et de source identifiée**

Environ 14 tonnes de miel y sont consommées chaque année dont environ 30 % proviennent d'Analamanga et 50% d'Ambositra. A Fianarantsoa, le Supermarché 3000 commercialise également du miel conditionné pour une quantité d'environ 400 à 500 kg dont 50 % sont issus des unités de conditionnement de la région.

Les miels en pot issus des entreprises ou grands collecteurs transformateurs de marque Codal, Beau Miel, Miel Chan Foui, Miel de Maromby, Tantely Soa sont vendus auprès de ces GMS.

- Et par ***les restaurants et hôtellerie : peu d'évolution de la demande et préférence aux réseaux informels de confiance***

4 à 5 tonnes sont consommées chaque année par les restaurants et hôtel d'Antananarivo dont environ 6 % provenant de Fianarantsoa, 6% provenant d'Analamanga et 25 % d'Ambositra.

Au niveau des restaurants de Fianarantsoa et d'Ambositra, le miel provient essentiellement des zones apicoles régionales.

Les restaurants s'approvisionnent essentiellement en miel vendu par des apiculteurs et collecteurs fidélisés et en miel conditionné de Codal pour du miel d'essences particulières, telles que litchi, niaouli...etc.

Les quantités consommées au niveau de ces restaurations n'ont pas tellement évolué en 5 ans et ces acteurs estiment qu'il n'y aura pas de nette évolution de leurs besoins au cours des années à venir.

Une possibilité d'évolution croissante de la demande en misant sur un bon marketing du produit miel et du conditionnement attrayant

A l'issu de l'analyse des avis des offreurs de miel, le marché national n'est pas encore saturé et pourrait présenter une évolution croissante de 10 à 15 %. Le miel est un produit qui est déjà bien connu par les consommateurs et il existe plusieurs types d'offres (essences, présentation, lieu d'achat) adaptées à toutes les catégories de ménages mais il semble que la majorité privilégie encore le miel conditionné dans des bouteilles de récupération à cause du prix.

Mais les problèmes se situent essentiellement au niveau :

- de l'insuffisance de la qualité de l'offre : miel qui fermente, mélange de plusieurs miels issus de divers ruchers, manque d'informations et de garanti sur l'origine, très peu d'attention à l'hygiène
- du conditionnement : pot qui casse, étiquette peu attractive
- de la difficulté d'avoir la confiance du consommateur : même si plusieurs variétés de miel de meilleure qualité existent sur les étalages des épicerie et des GMS, une

²⁰ 3000 à 5000 litres de miel par mois

grande majorité des consommateurs préfèrent toujours se ravitailler directement à partir des zones de production avec du miel en vrac dans des bouteilles plastiques de récupération car ils croient que comme cela vient du lieu d'origine, c'est du miel sûr et donc de meilleure qualité

- du manque de publicité autour du produit

Pourtant, on estime que la demande peut potentiellement s'accroître de **50 tonnes** chaque année sur les marchés régionaux et nationaux. Sur ces 50 tonnes, 35 tonnes correspondent à un développement de l'offre et 15 tonnes à un glissement du miel actuellement mis en bouteilles à du miel conditionné en pots.

Sur ces marchés, la consommation peut donc offrir des opportunités de développement pour les apiculteurs et transformateurs, si et seulement s'ils arrivent à y positionner des produits de meilleure qualité à prix abordable basé notamment sur le développement d'une gamme de conditionnements allant de 1500 à 2500 Ariary. Dans ce sens, il est donc nécessaire que les circuits de commercialisation s'organisent pour répondre à la demande, tout en limitant le nombre d'acteurs impliqués, et en répartissant mieux la valeur ajoutée entre les acteurs pour maintenir aux consommateurs un prix abordable. Aujourd'hui, les collecteurs transformateurs qui tiennent une part importante des marchés de miel en pots ont tendance à pratiquer des prix non adaptés à la consommation des ménages malgaches mais orientés vers une clientèle haute gamme. On constate pourtant que les exemples d'apiculteurs qui s'organisent pour mettre sur le marché du miel de qualité conditionné en pot proposent des prix beaucoup plus intéressants et adaptés à la demande locale.

Il est toutefois important de souligner que suite aux différents pillages dont quelques GMS d'Antananarivo ont été victimes durant les mois de février et mars 2009 et compte tenu de la situation non sécurisante qui prévaut dans le pays, cette prévision de développement de l'offre pourrait être compromise au moins au cours des années 2009 et 2010.

5.3. Marché international

Actuellement, il y a encore peu d'opportunités du marché à l'exportation tant que le plan de surveillance de résidus qui permettra au miel malgache de conquérir le marché européen n'est pas mis en place. Les quelques 22,4 tonnes de miel exportées en 2007²¹ ont été écoulées à 95% hors Union Européenne (70% vers l'Ile Maurice, 20% vers la République de Corée et 5% vers les Iles Comores). 5% ont été exceptionnellement expédiées vers la France, pays membre de l'UE.

Rechercher à développer et améliorer le marché national avec du miel de meilleure qualité s'inscrit dans une stratégie d'ouverture des marchés internationaux. A moyen terme, si la qualité du miel s'améliore, le produit sera alors potentiellement exportable. Bien que les conditions ne soient pas aujourd'hui réunies, les efforts de dynamisation de la filière miel pourront alors aboutir à une reconnaissance du produit sur le marché national.

Les blocages actuels pour la mise en place du plan de surveillance n'auront alors plus lieu d'être et le gouvernement, conscient des nouvelles opportunités économiques que pourra représenter la filière, soutiendra alors la mise en place du plan de surveillance.

²¹ Source : Ministère du Commerce

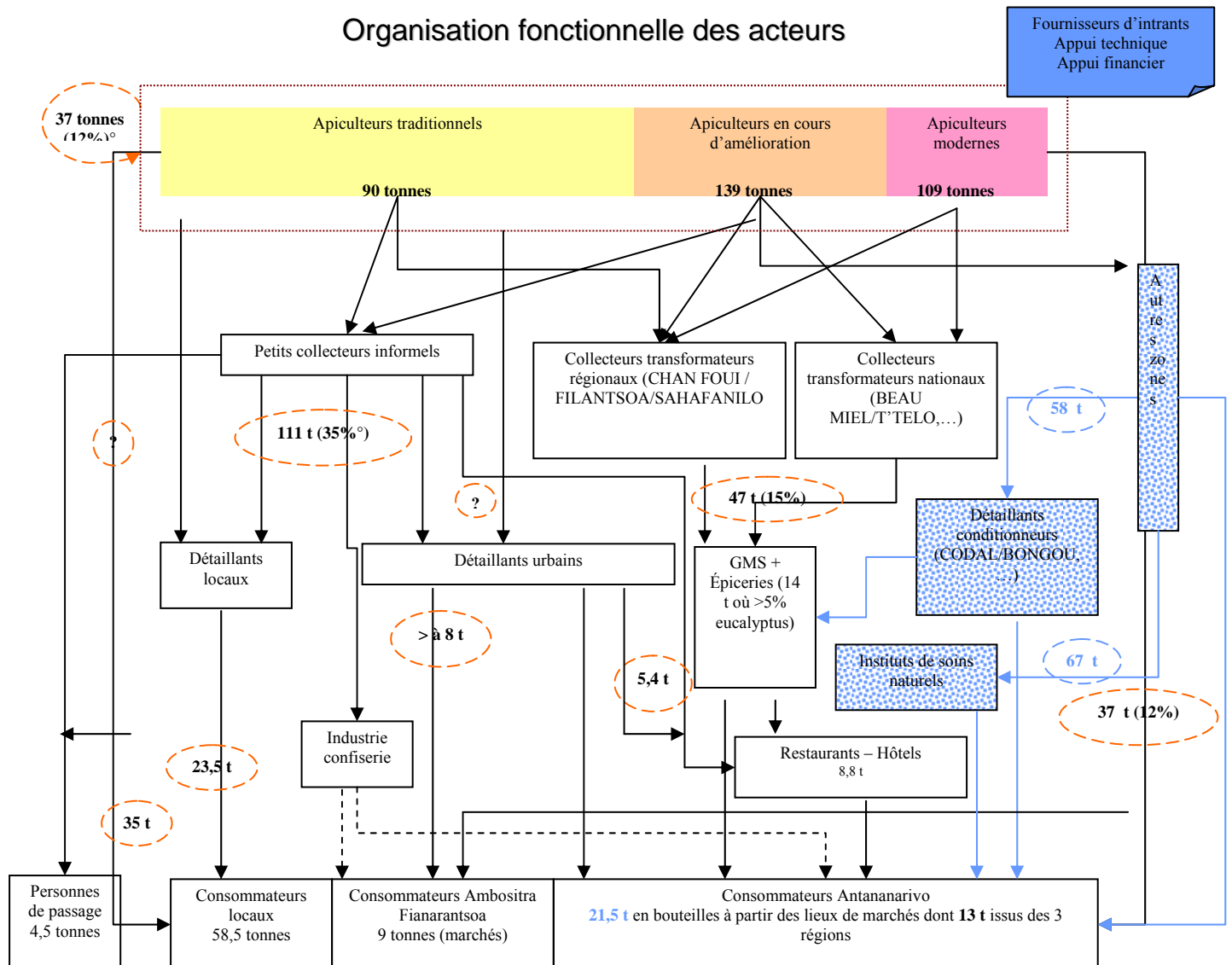
L'alignement du prix du miel sur le marché international est aussi une condition nécessaire pour permettre son positionnement sur ce marché. Si aujourd'hui le prix du miel de qualité est supérieur au prix du miel sur le marché international (le prix du miel d'eucalyptus est de 2,5 euros/kg), le développement de l'offre pour ce type de produit devrait conduire à une diminution des prix, résultat de la compétitivité liée à une augmentation de la concurrence entre acteurs. En effet, comme nous l'avons vu, ce sont quelques collecteurs transformateurs qui sont les seuls à fournir un produit de qualité potentiellement exportable. Ils appliquent alors des prix élevés qui leur permettent une plus value plus importante. Mais le développement de l'offre fournie par des alliances entre de nouveaux acteurs augmentera la concurrence, et aura un effet d'ajustement des prix.

Les conditions en termes de qualité et de prix permettront alors de positionner le miel malgache sur les marchés internationaux, et l'augmentation des volumes commercialisés compensera la diminution de la marge des acteurs.

Mais comme la demande nationale n'est pas encore totalement saturée, il est préférable de s'occuper d'abord du marché intérieur pour s'orienter ensuite progressivement, avec des bonnes préparations préalables, vers les marchés à l'export (notamment le marché UE).

VI. CARTOGRAPHIE DE LA FILIERE

Figure 3 : Acteurs, circuit inter-régional de commercialisation et volumes



On peut retenir les points suivants à partir de ce schéma :

- Ce sont les petits collecteurs informels qui captent le plus important volume de la production. Ils sont nombreux et sont en contact très rapproché avec les apiculteurs des villages apicoles. Ils commercialisent essentiellement à travers le réseau des petits détaillants des marchés ;
- Les apiculteurs en cours d'amélioration sont les plus favorisés en terme d'écoulement de leurs produits. La qualité de leur miel est déjà acceptable par les collecteurs transformateurs et d'un autre côté, le niveau de leur investissement n'est pas encore si élevé et leur permet d'avoir un coût de revient leur permettant de céder leurs produits à un prix plus bas auprès des petits collecteurs informels. Pour les apiculteurs traditionnels, les débouchés sont limités en raison de la faible qualité de leur miel. Pour les apiculteurs

modernes, ils sélectionnent les preneurs pouvant mieux valoriser leurs produits.

- L'organisation de la commercialisation du miel est un système où le circuit informel a encore un rôle à jouer. Environ 25% du volume de la production n'ont pas pu être repérés à travers les circuits visibles.

Comme il a été présenté dans le tableau 7 (Estimation de la capacité de production des OPFs appuyées par SAHA), les OPF fournissent les 43 % des offres régionales. La qualité de cette offre ne présente pas de caractéristiques particulières et le miel emprunte les circuits de commercialisation déjà existants. Pour rappel, les apiculteurs regroupés dans ces structures sont en majorité des apiculteurs traditionnels.

L'avantage de ces structures en terme de commercialisation est la possibilité (à travers l'appui de SAHA) d'être toujours présentes lors des foires nationales et même des événements à l'étranger pour faire connaître leurs produits sans avoir recours à des opérateurs intermédiaires.

VII. ANALYSE DES CONTRAINTES ET OPPORTUNITES

L'analyse technique et économique des activités des acteurs ainsi que l'étude sur les potentialités des marchés sur lesquels ils se positionnent permet d'apporter aujourd'hui un récapitulatif général de l'ensemble des contraintes et opportunités existantes sur la filière. C'est à partir de cette analyse que les recommandations sur les stratégies d'intervention à mettre en œuvre sur la filière seront présentées dans le chapitre suivant.

7.1. Au niveau de la production et de la transformation

Au niveau de la production, la contrainte principale porte sur les ruches traditionnelles qui limitent les rendements, rendent difficile leur gestion (identification difficile du stade de maturité du miel sans endommager les alvéoles) et ne permettent qu'une à deux récoltes maximum par an. Le passage d'une apiculture traditionnelle à une apiculture améliorée nécessite des investissements que les producteurs peinent à faire : soit ils n'en ont pas les moyens financiers, soit l'intérêt économique pour l'activité est limité car ils identifient peu de débouchés qui justifieraient l'investissement. Aujourd'hui, les producteurs traditionnels écoulent leur production sur les marchés locaux.

L'acquisition de ruche améliorée entraîne des coûts d'investissement plus importants engendrés par les valeurs plus élevées des ruches modernes. Cette augmentation des coûts se répercute sur les prix de vente qui ne peuvent plus être supportés par les consommateurs sur les marchés locaux où le prix du miel produit traditionnellement reste relativement bas. Seuls des débouchés sur des marchés plus rémunérateurs (marchés urbains régionaux ou nationaux) peuvent justifier l'investissement pour les producteurs.

L'acquisition de ruche améliorée nécessite aussi une formation technique et un accompagnement que les producteurs n'arrivent pas toujours à obtenir. Les dotations en équipement ne s'accompagnent que rarement d'un suivi régulier et les producteurs ont du mal à maîtriser les techniques de production améliorées. D'une manière plus générale, les apiculteurs qui pratiquent l'activité de manière traditionnelle ne maîtrisent pas tous les techniques de division, piégeage, attire essaim qui permettraient d'améliorer la productivité de leur exploitation.

D'autres contraintes, plus secondaires, défavorise la production. Il s'agit de la déforestation qui entraîne une diminution des ressources mellifères, et par conséquent provoque la migration des essaims (cas notamment de la zone de Manjakandriana). Cette nette diminution des zones forestières et des ressources florales, constatée depuis ces 20 dernières années, oblige les apiculteurs à rechercher des zones forestières de plus en plus éloignées de leur habitation. Cela entraîne une augmentation du temps à consacrer pour le suivi des ruches et accentue le risque de vols.

Au niveau de la transformation, et particulièrement celle réalisée par les apiculteurs et les petits revendeurs des marchés locaux et régionaux:

- Il est constaté que les techniques de transformation restent rudimentaires et mal maîtrisées. La transformation se fait généralement par broyage et égouttage des brèches récoltées, sans fine filtration, sans maturation ni décantation.
- Il y a peu de contrôle de la qualité des brèches collectées pour être traitées, notamment sur leur âge (les brèches des années précédentes se retrouvent généralement mélangées aux nouvelles brèches), sur leur taux d'operculation (les brèches operculées à moins

de 80% sont tout de même traitées, ce qui augmente le taux de matières indésirables telles que résidus, e pollen et larves dans le miel).

- Le traitement du miel se fait sans respect des règles de qualité et d'hygiène. On retrouve alors souvent sur les marchés du miel impropre à la consommation (nombre important de résidus, de concentration en microorganisme, et contenant une couche dure blanchâtre en surface, signe de non décantation) entamant la qualité du miel.
- A cela s'ajoutent un conditionnement et un stockage qui se fait dans des récipients (bouteilles de récupération en verre ou en plastique) mal lavés, entamant la qualité du produit (jusqu'à des odeurs de pétrole ou de javel dans le miel). Certains revendeurs vont même jusqu'à mélanger du miel d'origines diverses

Face à ces problèmes de qualité et d'hygiène dans le traitement et le conditionnement, on comprend pourquoi les collecteurs transformateurs qui vendent sur les marchés nationaux ne collectent que du miel en brèche et pratiquent eux même la transformation.

Cette mauvaise maîtrise des techniques de transformation et de conditionnement est liée essentiellement à un manque d'informations et de formations. Pour les apiculteurs et revendeurs qui commercialisent sur les marchés locaux, la clientèle est peu exigeante, ce qui entraîne qu'ils ne font que peu d'efforts sur la qualité.

C'est donc lorsqu'il s'agit de se positionner sur des marchés plus exigeants mais plus rémunérateurs que les techniques pratiquées freinent la commercialisation car elles ne répondent plus aux exigences de ces marchés.

Même si les apiculteurs ou revendeurs veulent améliorer leurs techniques de transformation, ils ont des difficultés soit à obtenir les informations (car finalement c'est essentiellement sur les techniques de production que portent les formations), soit à identifier des services de transformation à proximité. En effet, au niveau des sites de production, on retrouve peu de centres de transformation accessibles aux producteurs. La transformation selon les techniques et règles adaptées aux marchés exigeants est quasi l'exclusivité des collecteurs transformateurs qui limitent leur collaboration avec les producteurs à la simple collecte.

Quelques organisations de producteurs qui gèrent eux-mêmes la transformation grâce à l'équipement acquis par subvention ont pu être identifiées. Mais sans appui extérieur, ces systèmes tendent rapidement à péricliter. Cela est essentiellement lié :

- au manque de fonds de roulement limitant les capacités de paiement direct au producteur et les volumes traités,
- au manque d'information sur les marchés (exigence, prix, qualité, débouchés), aux problèmes de conditionnement (nécessite des mises en pot proches des lieux d'expédition et donc éloignées des centres de production),
- aux difficultés dans la gestion technique et économique commune de la structure.

Les services de transformation mis en place par ces organisations ne sont rentables pour ces organisations que si elles sont capables de mobiliser des compétences en termes de gestion technique et financière, qu'elles s'associent avec des opérateurs pour faciliter la commercialisation et qu'elles possèdent une assise financière suffisante pour supporter les charges liées aux services développés.

Malgré ces limites liées aux techniques de production et d'organisation, on constate une réelle volonté de certains producteurs à développer leur activité. Il s'agit essentiellement des apiculteurs qui placent leur activité non pas au simple rang de ressources financières ponctuelles et complémentaires mais qui la voient ou la pressentent comme porteuse d'intérêt économique réel. Ils sont prêts à faire les investissements et les efforts nécessaires pour développer leur activité. Mais cela est fortement conditionné par les opportunités en terme de

commercialisation qui pourraient justifier leur investissement. Pour ces apiculteurs en cours d'amélioration, le renforcement de leurs compétences techniques, l'appui à l'acquisition d'équipement (pas forcément financier, mais déjà au niveau de l'identification de lieux d'approvisionnement ou des formations à la construction de matériel), l'accès à des services de traitement et de conditionnement et l'ouverture à de nouveaux marchés dynamiseraient nettement leurs activités.

Quelques initiatives de ce type ont été identifiées et montrent des résultats encourageants. De simples apiculteurs traditionnels certains ont nettement amélioré leur activité et sont devenus apiculteurs en cours de modernisation, voire moderne. Ils ont été appuyés techniquement et éventuellement financièrement²², mais c'est principalement parce qu'**ils ont pu identifier des opportunités de marchés plus rémunérateurs que les marchés locaux qu'ils ont alors fait les investissements nécessaires pour s'y positionner**. Bien que ce type d'initiative ne soit pas applicable à l'échelle de tous les apiculteurs, elle montre qu'il existe des opportunités réelles pour les apiculteurs motivés et prêts à s'engager réellement dans la filière.

7.2. Au niveau de l'accès au marché

Pour rappel, les marchés pour la filière miel se décomposent actuellement de la manière suivante :

- Des marchés locaux approvisionnés directement par les apiculteurs ou des petits détaillants
- Des marchés régionaux approvisionnés par des détaillants, quelques collecteurs transformateurs (mais l'essentiel de leur production va sur les marchés nationaux, sauf pour la région d'Ambositra et un peu de Fianarantsoa) et quelques apiculteurs (notamment ceux en cours de modernisation)
- Des marchés nationaux, approvisionnés par les collecteurs transformateurs et quelques apiculteurs organisés (apiculteurs modernes ou en cours de modernisation) et par l'importation.

Des marchés locaux qui tendent à être saturés face aux marchés régionaux et nationaux encore à exploiter

Les marchés locaux sont accessibles à tous les apiculteurs, le prix y est relativement bas, et la clientèle peu exigeante en terme de qualité. Ils sont d'ailleurs constitués par des produits de basse qualité, parfois falsifiés et d'origine non identifiée, non conditionnés ou conditionnés avec des bouteilles de qualité douteuse. Ces marchés constituent une part importante dans la filière, mais ils tendent à arriver aujourd'hui à saturation, soit parce que la consommation locale ne suffit pas à absorber la production (cas d'Analamanga), soit parce que les consommateurs recherchent du miel de meilleure qualité.

L'accès aux marchés régionaux est réservé aux produits de qualité supérieure, car le client devient plus exigeant. Ils sont toujours conditionnés, majoritairement en bouteilles, parfois en pots, et l'origine, même si elle n'est pas toujours mentionnée, peut être clairement identifiée par le client (information auprès du revendeur). Ces marchés ne sont pas encore totalement exploités. Les consommateurs locaux privilégient ces marchés car ils apprécient le conditionnement et établissent des relations de confiance avec les fournisseurs.

Enfin, au niveau des marchés nationaux, l'on retrouve les produits des marchés régionaux vendus par les détaillants, achetés par les consommateurs, les épiceries, les restaurants et les

²² Notamment par le Saha pour des appuis techniques et le PSDR pour des appuis financiers

entreprises de confiserie, mais aussi des produits de plus haute qualité, vendus en pots auprès des grandes et moyennes surfaces.

Un potentiel de demande supplémentaire au niveau des marchés régionaux et nationaux

Il existe de réelles opportunités de développement de la commercialisation du miel malgache sur les marchés nationaux et régionaux, si les acteurs arrivent à y positionner des produits répondant aux exigences des consommateurs en terme de prix, de gammes et de régularité de l'offre : conditionnement plus petit pouvant être acheté moins cher que les bouteilles de 1 ou 1,5 litre, disponibilité régulière du produit, emballage propre

Elles ont été estimées à 50 tonnes supplémentaires par an pour du miel de bonne qualité conditionné en pot, dont 15 tonnes provenant d'un glissement de l'offre de miel en bouteilles à du miel en pots. Cela peut concerner environ 350 apiculteurs en cours de modernisation qui transformeraient et conditionneraient en pots étiquetés (eux-mêmes ou grâce à des collaborations équilibrées avec d'autres acteurs) le miel issu de l'acquisition de 10 nouvelles ruches. L'impact économique du développement de leurs activités a été évalué à une augmentation de 25 à 50% du revenu du ménage.

Les stratégies d'intervention sur la filière doivent alors chercher à développer les potentiels des marchés insuffisamment exploités.

Des marchés porteurs monopolisés par les collecteurs qui imposent les prix et des organisations collectives de commercialisation qui restent encore fragiles

Cependant, ces marchés restent monopolisés par les collecteurs. Les prix de vente sont toujours élevés au niveau des collecteurs mais faibles à l'achat au producteur. Les collecteurs choisissent leurs sites de collecte sur des critères d'accessibilité et de qualité du miel produit qui dépend notamment du niveau de technicité pratiqué par l'apiculteur. Ils favorisent ainsi les sites où se trouvent des apiculteurs modernes ou en cours de modernisation, privant alors les autres apiculteurs susceptibles de répondre à ces marchés des services de collectes.

Les producteurs, éloignés de ces marchés et des services de transformation nécessaires pour une production de qualité bien conditionnée et d'informations sur les débouchés ne se positionnent que très rarement sur les marchés extra-régionaux qui apparaissent cependant plus rémunérateurs. Les quelques exemples d'organisation des producteurs montrent que les systèmes d'organisation collective de la commercialisation sont fragiles, par le niveau d'organisation et de gestion qu'il demande aux producteurs, mais aussi par leurs difficultés à obtenir des informations claires sur les débouchés. Parmi ces organisations d'apiculteurs qui commercialisent leur miel en pot, beaucoup fonctionnent grâce aux appuis techniques et financiers extérieurs (cas d'apiculteurs de Fianarantsoa, et d'Amoron'i Mania appuyés par SAHA et par l'AFDI). Ils sont confrontés à des problèmes de conditionnement (pots qui cassent pendant le transport) et doivent se plier à des organisations difficiles pour pouvoir accéder aux marchés nationaux : transport des bidons de miel sur des distances éloignées et en taxi brousse rural.

Pour approvisionner ces marchés nationaux aux volumes et qualités demandés, seuls les collecteurs transformateurs arrivent à se positionner. Leur travail qui se limite à la collecte du miel auprès des apiculteurs, sans information sur la qualité, la destination de leur produit, les circuits que leur production va suivre, n'encourage pas les producteurs à améliorer leur activité. Les producteurs se sentent soumis au prix pratiqué par les collecteurs sans connaître d'autres possibilités. Ce sont alors les collecteurs transformateurs qui maintiennent la plus

value la plus intéressante à leur niveau. Mais ces collecteurs n'arrivent toujours pas aujourd'hui à satisfaire le marché car la demande évolue en terme de volume et surtout de caractéristiques. Il y a donc une ouverture possible pour les apiculteurs et transformateurs qui souhaiteraient se positionner: exploitations des réseaux de distribution en détail des marchés régionaux et nationaux

Des origines du miel non mises en valeur et un manque de garantie de la qualité

D'autre part, au niveau des marchés nationaux et particulièrement des grandes et moyennes surfaces il y a non seulement un problème au niveau de la qualité du miel et de son conditionnement mais aussi un manque de mise en valeur du produit par une identification de son origine géographique ou mellifère, de ses qualités et propriétés, et donc d'une démarche marketing autour du produit. A cela s'ajoute l'absence de garantie sur le produit étant donné qu'il y a peu de structures de contrôle fiables pouvant réaliser des analyses et certification du miel commercialisé et qu'elles restent très coûteuses. Les produits locaux commercialisés sont alors généralement testés par petites quantités avant d'être commercialisés à plus grand volume. Les GMS ont tendance à faire plus confiance aux collecteurs transformateurs bien que leur prix soit élevé mais se méfient des apiculteurs qui se présentent et qui, même si leur miel est à prix compétitif et correspond aux normes de qualité et de conditionnement, ne pourront pas satisfaire les volumes minima demandés. Sur les marchés nationaux et régionaux, les apiculteurs restent alors cantonnés à des détaillants qui prennent de petites quantités et avec qui ils établissent des relations de confiance (il y a généralement des relations familiales ou amicales préalables qui facilitent le démarrage de la collaboration).

7.3. Au niveau des services d'appui et fournitures de services

Les fournisseurs d'intrants et de matériels, se distinguent par leur diversité au niveau des matériels fabriqués et des prix proposés.

Si certains ont réellement des compétences techniques pour la fabrication de matériels apicoles, beaucoup réalisent de simple copie, sans tenir compte de la qualité du produit. On retrouve alors sur le marché des ruches fabriquées à partir de bois non traités, mal séchés, d'essences non adaptées et qui se détériorent rapidement. Les prix de ces produits ne sont pourtant pas forcément compétitifs par rapport aux produits de meilleure qualité.

Apiculteurs mal informés des bons fournisseurs de matériels

Par manque d'information et de connaissance sur les fournisseurs existants, les apiculteurs, qui considèrent avant tout le prix, achètent régulièrement du matériel non-conforme qu'ils devront rapidement remplacer. A cela s'ajoute l'éloignement des fournisseurs de qualité par rapport aux sites de production.

Cependant, il existe des fournisseurs qui proposent du matériel de bonne qualité à prix intéressant. Ces fournisseurs sont prêts à former les apiculteurs pour qu'ils identifient mieux la qualité des produits.

Faible capacité financière des apiculteurs évoluant vers fabricant de matériels

Il existe aussi des apiculteurs qui, suite à une formation technique, vont fabriquer leur propre matériel et en vendre aussi aux autres apiculteurs de leur groupement ou communauté. Ces apiculteurs, en connaissance de l'activité et de la destination du produit, vont être plus

rigoureux sur la qualité. Mais leur capacité financière reste limitée, ils ne peuvent fournir alors que de petites quantités.

Les cires gaufrées difficilement disponibles

Pour les apiculteurs qui utilisent des ruches à cadres, il est difficile de s'approvisionner en cire gaufrée. Peu de fournisseurs de proximité proposent ce type de service, et les prix pratiqués restent élevés. Cependant, la non utilisation de cire gaufrée n'apparaît pas comme un frein au développement de l'apiculture moderne. En effet, si la cire gaufrée permet d'augmenter le nombre de récoltes par ruche par saison, les apiculteurs préfèrent cependant utiliser de la cire naturelle fabriquée par les abeilles car ils peuvent ensuite la vendre et compléter ainsi le revenu dégagé de leur exploitation apicole. A Ambositra, il y a d'ailleurs une consommation locale de cire non satisfaite par la production locale qui est complétée par la cire produite dans la région de Fianarantsoa où l'élevage n'utilisant pas de cire gaufrée est encore en proportion importante. Cela dit, diversifier les services de fournitures de cire gaufrée à prix abordables ne pourra qu'encourager les apiculteurs à pratiquer cette technique plus productive.

Les services de financements qui sont proposés aux apiculteurs sont portés par des structures de microfinance, tels Otiv, Tiavo et Cecam.

Les offres classiques de financement ne sont pas toujours accessibles à la majorité

Ces structures n'offrent pas de crédits spécifiques aux apiculteurs mais leur proposent leur gamme classique : location vente pour l'acquisition de matériel, crédit paysan pour financer une saison.

Les crédits proposés, à des taux d'intérêt relativement élevés ne sont pas adaptés aux apiculteurs au niveau des montants octroyés, des durées, et des niveaux de garanties à apporter. Les apiculteurs qui ont le plus besoin de ces appuis financiers, même s'ils ont la volonté de développer leurs activités, ne seront jamais en mesure de pouvoir rembourser au vu des faibles volumes de leur production. Les crédits intéressent plutôt les apiculteurs ayant déjà un niveau de vie assez élevé et qui souhaitent développer leur activité.

Les greniers villageois : un système à développer

Le crédit grenier villageois, initié dans la région d'Ambositra avec CECAM commence à se pratiquer, même si c'est encore très peu développé. Il intéresse notamment les apiculteurs qui ne veulent pas brader leurs produits au moment de la récolte mais préfèrent attendre la meilleure saison de vente ou les petits collecteurs souhaitant ramasser une quantité importante de miel avant de les écouler à un prix plus meilleur. C'est le cas de Ra-Jean, un apiculteur d'Ambositra avec 40 ruches modernes et un extracteur de fabrication locale, qui a récolté 400 litres de miel mais qui ne souhaite pas vendre à 2800/3000 le litre au mois de novembre. Il a ainsi contracté un crédit d'une valeur de 800.000 Ariary (CECAM octroi une valeur de 2000 Ar par litre de miel stocké) pour qu'il puisse assurer les travaux agricoles durant les mois de novembre, décembre et janvier. Il vend ensuite à 5000 Ar le litre de mars à juin auprès des collecteurs qui arrivent sur place pour acheter son miel. Avant, quand CECAM n'a pas encore développé ce service, Ra-Jean était obligé soit de vendre à bas prix le miel soit de faire l'activité de bûcheron pour avoir de quoi financer les travaux agricoles.

Les organisations informelles d'entraide : une solution aux problèmes de financement

Pour les organisations d'apiculteurs cherchant à commercialiser leurs produits sur les marchés régionaux et nationaux, ils n'ont pas accès à des sources de financement leur permettant d'avancer l'achat du miel car le stockage pour l'écoulement prend généralement plusieurs mois. C'est notamment le facteur principal qui décourage les apiculteurs à s'organiser pour la commercialisation. Leurs besoins monétaires journaliers les encouragent plus à vendre au jour le jour les produits de leur récolte, au marché local ou auprès des collecteurs. Les négociations avec les opérateurs en activité restent aussi possibles pourvu que chaque partie y trouve ses intérêts.

Quelques cas spécifiques ont été identifiés auprès de certains apiculteurs modernes à Manjakandriana, qui développent des partenariats intéressants avec des non apiculteurs. Pour 5 ruches déposées, par un apiculteur sur un site de production propice appartenant à un paysan non apiculteur, le paysan « donateur » reçoit la récolte d'une ruche mais c'est l'apiculteur qui assure le suivi de l'élevage et la récolte. Suivant le même principe, certains apiculteurs qui se fournissent en ruches auprès d'apiculteurs modernes ne paient pas directement leurs ruches mais fournissent l'équivalent en miel récolté. C'est un système d'entraide facilitant l'acquisition de matériel par les apiculteurs. Il y a souvent un suivi réalisé par l'apiculteur moderne sur les ruches qu'il a déposées mais aussi sur l'ensemble des ruches de l'apiculteur qui se trouvent à proximité

Faible offre de services d'informations pour les apiculteurs

Enfin, en termes d'**accès aux services d'informations**, notamment sur les techniques de production, de transformation et sur les marchés, les apiculteurs n'ont que peu d'offres. A part quelques services proposés par les CSA récemment mis en place ou les fédérations régionales existantes (telles que MAMISOA à Andramasina, AMBATOMAMY de Manjakandriana CDAM²³, MAMY, TIAMAMY et FIFATAM à Amoron'i Mania, CRAM²⁴, VMTI²⁵ et ISA²⁶ en Haute Matsiatra), les apiculteurs ont du mal à avoir accès individuellement à l'information nécessaire au développement de leur activité. Même au sein des fédérations, les informations ont du mal à toucher les simples membres des associations de base et restent seulement exploitées au niveau des leaders des fédérations.

7.4. Au niveau réglementation :

Manque de contrôle sur l'application des textes et manque d'information des apiculteurs

Aujourd'hui, l'application de la législation est faible sur le domaine de l'apiculture. Malgré les initiatives de soutien des fédérations telles que FENAPI, du réseau SOA, du Saha et de l'Afdi pour faire avancer les procédures de réglementation de la filière miel au niveau du gouvernement, peu d'avancées sont malheureusement constatées. Il n'existe pratiquement pas de contrôles pour l'application des textes qui existent sur la collecte, le traitement, le conditionnement et la commercialisation du miel.

Par manque d'information sur la législation, les apiculteurs se perdent un peu sur les normes réelles à pratiquer pour leur activité. Il y a eu un fort engouement pour développer la filière à l'exportation alors que les barrières non tarifaires restaient toujours présentes. La

²³ Cercle Des Apiculteurs de Manjakandriana

²⁴ Cercle Régional des Apiculteurs Malgaches avec AFDI

²⁵ Vondron'ny Mpiompy Tantely Isandra

²⁶ Ikalalao Sahambavy Ambalakinresy Alakamisy Ambohimaha Ambalakely

réglementation doit être en premier lieu un outil pour le développement de la qualité pour le marché interne et devra servir par la suite à faciliter l'ouverture vers l'extérieur.

On retrouve des apiculteurs et opérateurs économiques privés qui ont fait des investissements lourds dans l'espoir de se positionner sur ces nouveaux marchés et qui ont été rapidement déçus, avec pour certains des répercussions financières négatives.

7.5. Au niveau organisationnel

Pérennité fragile et peu d'impacts économiques

De nombreux apiculteurs se sont organisés en associations afin d'avoir accès à des services et appuis techniques et financiers. Dans plusieurs cas, ces associations se sont fédérées en unions de producteurs, en organisations faitières, jusqu'au niveau de fédération.

Ces systèmes d'organisation de producteurs, bien que facilitant l'intervention des organismes d'appui, semblent être fragiles. Les apiculteurs se perdent facilement dans le montage et l'organisation de leur association, union et fédération, sans pour autant voir des impacts économiques concrets à leur création. En effet, ces systèmes ne sont pas aujourd'hui organisés pour rendre des services concrets à ces membres, notamment sur la production, transformation ou la commercialisation et qui leur permettraient de se dispenser des intermédiaires actuels de la filière (notamment les collecteurs). Initiés par les organismes d'appui, leur pérennité est fragilisée par les difficultés d'organisation et de gestion.

Beaucoup d'associations se sont créées suite à des subventions et dotations en matériel et équipement (cas des associations liées à l'intervention du PSDR). Elles ont aujourd'hui du mal à vivre sans faire appel à des financements extérieurs. Les membres ne se sentent pas impliqués ou sensibilisés à la vie de l'association mais y ont juste adhéré pour avoir accès à des financements ou des formations.

Le cas d'association gérant en commun une unité de transformation est frappant (exemple de l'association d'apiculteurs mises en place par EMC d'Anjepy). Cette association a reçu le matériel et l'équipement pour traiter et commercialiser plusieurs tonnes de miel. Aujourd'hui, faute d'organisation des producteurs et de fonds de roulement, elle peine à fournir les services initiaux à sa création. Elle ne peut acheter directement le miel à ses membres, mais constitue des stocks qu'elle a du mal à écouler faute de moyens financiers pour les déplacements, le conditionnement, la production d'étiquette, et d'informations sur les débouchés potentiels. Les apiculteurs se détournent peu à peu de l'association, préférant vendre directement leur produit sur le marché local, auprès de détaillants ou de collecteurs, afin de recevoir immédiatement la rémunération de leur travail. On voit bien ici la limite des organisations de producteurs pour faire face collectivement au marché et à la concurrence des opérateurs privés.

A une autre échelle, la fédération nationale FENAPI censée regrouper tous les collèges d'acteurs de la filière (les apiculteurs restent mal représentés mais ils s'organisent pour l'être) peine aussi à se maintenir.

Sans pouvoir fournir des services concrets à ses membres, ces derniers s'en détournent peu à peu. Pourtant son rôle de lobbying auprès des instances gouvernementales pour soutenir la filière reste essentiel.

7.6. Synthèse des contraintes et atouts de la filière miel sur les 3 régions d'études

Secteur	Contraintes	Forces
Production	<ul style="list-style-type: none"> • Production traditionnelle à faible rendement • Mauvaise maîtrise des techniques de production • Déforestation → migration des essaims • Vol des ruches • Faible capacité d'investissement en matériel et matériels apicoles onéreux • Difficulté d'obtenir des crédits pour investissement en matériel • Production soumise aux aléas climatiques • Non maîtrise des normes de qualité et falsification du miel • Fournisseurs en intrants rares et chers avec méconnaissance des producteurs de leurs existences 	<ul style="list-style-type: none"> • Potentiel de développement des volumes de production réel • Motivation des producteurs (notamment les en cours de modernisation) à développer leur activité • Possibilité de valoriser différences essences mellifères pour la production • Présence des acteurs d'appui : technique – financier – organisationnel – en équipement • Terres disponibles pour reforestation avec des espèces à fleurs
Traitement et transformation	<ul style="list-style-type: none"> • Collecte de miel sans contrôle rigoureux de la qualité (% operculé, taux humidité, corps étrangers et déchets → répercussion sur qualité de transformation • Emploi de techniques de transformation rudimentaires (broyage et filtration sommaire, pb d'hygiène) → impacts sur qualité • Rareté et éloignement des centres de transformation • Faible capacité de stockage des transformateurs • Faible valorisation des produits dérivés (cire) • Eparpillement des producteurs → collecte difficile 	<ul style="list-style-type: none"> • Présence des acteurs d'appui : technique – financier – organisationnel – en équipement • Existence d'opérateur privé maîtrisant les techniques de transformation et conditionnement
Conditionnement	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation de conditionnement non adapté (bouteilles en plastique recyclées) • Emballages SFOI facilement cassables • Méconnaissance des normes de qualité pour le conditionnement et le stockage • Etiquetage de mauvaise qualité 	<ul style="list-style-type: none"> • Présence des acteurs d'appui : technique – financier – organisationnel – en équipement
Commercialisation au niveau national	<ul style="list-style-type: none"> • Eloignement des marchés par rapport aux sites de production qui sont dispersés. Il n'y a pas de point de regroupement pour faciliter les collectes. • Peu de professionnalisme des fournisseurs des marchés (respect des délais, qualité, quantité) • Prix faible aux producteurs • Débouchés limités pour les petits producteurs • Faible organisation de la filière : les intermédiaires, assez nombreux (en comparaison à d'autres filières, ces intermédiaires ne sont pas si nombreux), prélèvent des marges importantes entre la production et la consommation 	<ul style="list-style-type: none"> • Présence des acteurs d'appui : technique – financier – organisationnel – en équipement • Importation de miel → demande nationale réelle • Emergence d'organisation des producteurs • Renommé du miel pour ses vertus • Potentialités de diversification des destinations des produits (snacks, bonbons, céréales, pain d'épice, cosmétique) et valorisation des sous produits (cire, encaustique, bougies) • Potentiel de valorisation de l'origine

	<ul style="list-style-type: none"> • Absence de structures de contrôle pour la qualité sanitaire du miel (laboratoires, voir Pasteur mais beaucoup de contraintes et coût d'analyse élevé (transport)) • Absence de publicité autour du produit (appellation, terroir, essence) • Manque d'information sur les lois en vigueur pour la commercialisation. 	géographique et florale
Commercialisation au niveau international	<ul style="list-style-type: none"> • Embargo du marché européen pour le miel malgache, → nécessite la mise en place d'un Plan de surveillance. • Qualité insuffisante ne répondant pas aux normes • Traçabilité des produits difficile à mettre en place (obligatoire pour les produits d'exportation) • Cahier des charges exigeant des importateurs européens • Absence de labellisation alors qu'il existe différents types de miels très appréciés sur marché international • 	<ul style="list-style-type: none"> • Croissance de la demande mondiale • des producteurs de miel de Madagascar ont été approchés par les importateurs potentiels d'Arabie Saoudite et de Corée du Sud • Opportunités avec le Japon, Maurice, les Seychelles, COI • Labellisation, valorisation de l'origine géographique et marché équitable potentiels
Politique	<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance des personnes compétentes impliquées dans le développement de la filière • Lenteur de la ratification des décrets sur la filière et peu de possibilités de suivi de leur application • Peu de porte-parole et d'écoute au niveau gouvernemental 	<ul style="list-style-type: none"> • Volonté de l'état (MAP) pour le développement de la filière • Existence de réseaux (Fenapi, Soa) porteurs • Existence d'un décret sur la normalisation de la filière en cours de ratification

VIII. PROPOSITIONS ET RECOMMANDATIONS D'INTERVENTION PRIORITAIRES

Les stratégies d'intervention sur la filière ne peuvent avoir des impacts réels que si elles s'inscrivent dans une démarche globale de dynamisation de la filière. Elles doivent donc être menées de front au niveau de chaque acteur de la filière. Si l'amélioration des techniques de production est nécessaire pour développer la filière, elle ne peut être pertinente que si les producteurs ont un intérêt économique à faire les investissements nécessaires. Il faut donc développer les circuits de commercialisation et identifier des marchés plus rémunérateurs pour les producteurs.

Tous les apiculteurs ne pourront pas suivre la dynamisation de la filière, mais chacun pourra trouver sa place dans le schéma proposé. En développant l'activité des apiculteurs en cours de modernisation et déjà modernes, ils se positionneront sur de nouveaux marchés et laisseront alors la place aux apiculteurs les moins dynamiques qui remporteront des parts plus importantes sur les marchés locaux. Les stratégies proposées auront donc des impacts économiques sur tous les acteurs de la filière en cherchant à dynamiser les alliances entre entrepreneurs.

Pour chaque activité et acteur, les activités à mettre en œuvre sont ci après explicitées.

8.1. Développer la production de miel de meilleure qualité

- Continuer à former les producteurs aux techniques améliorées

Il est nécessaire de poursuivre les actions de formations des producteurs aux techniques de production moderne pour encourager les apiculteurs traditionnels et ceux en cours de modernisation à améliorer leur activité. Cela passe par le développement de la production de miel via les ruches à cadre mais aussi par l'acquisition de techniques de division, piégeage et attire essaim. Les activités d'appui techniques réalisées par le SAHA dans le cadre de ses partenariats avec des OPF ont montré des résultats positifs et sont à l'origine de l'amélioration technique des activités des membres de ces OPF.

La demande sur les marchés nationaux et régionaux étant encore non satisfaite, l'augmentation de la production est donc nécessaire. Si aujourd'hui la production au niveau des trois régions d'étude est estimée à 369 tonnes, elle pourra passer facilement plus de 450 tonnes si les producteurs améliorent leur technique de production

Tous les apiculteurs ne pourront pas développer leur activité, mais environ 25% des sont potentiellement capables de développer leur production. Pour les autres, l'adoption des techniques de production améliorée restera limitée par leur intérêt pour cette activité qui reste complémentaire et ne participe que faiblement au revenu du ménage. Leur capacité d'investissement restant faible, ils n'auront que peu d'engouement à développer leur activité et resteront positionnés sur les marchés locaux. De toute façon, ces marchés continueront à absorber leur production, car l'offre globale sera diminuée par le positionnement des autres producteurs sur d'autres marchés.

Mais pour développer la production de miel dans les trois régions, l'accès à des intrants de bonne qualité est une condition préalable.

- Augmenter l'offre en fourniture d'intrant de qualité

Si aujourd'hui l'offre est disparate aussi bien au niveau des prix que de la qualité, il existe cependant des fournisseurs qui produisent du matériel de qualité à des prix adaptés. Il est donc

recommandé de faciliter l'accès des producteurs à ces fournisseurs en leur communiquant les informations nécessaires : lieux, matériels proposés, prix.

Pour développer l'offre, des formations pour les fournisseurs doivent être réalisées. Elles permettront de les sensibiliser aux besoins réels des acteurs de la filière (producteurs et transformateur), de leur apprendre à fabriquer du matériel de qualité et à fixer des prix adaptés. Il est à noter que la plupart des fournisseurs ne fixent pas leur prix suivant leurs coûts de revient réels mais les calquent suivant l'offre existante. De ce fait, ils vont fixer des prix suivant la concurrence et les prix pratiqués, sans tenir compte du niveau de qualité du produit proposé.

L'identification et la formation des fournisseurs permettraient de créer un réseau de fournisseurs agréés dont les coordonnées seraient transmises aux producteurs. Cela permettrait aux producteurs de s'approvisionner en matériel de qualité et encouragerait les fournisseurs à respecter des critères sur la qualité et les prix pour être agréés, leur permettant de recevoir plus de commandes. Ces informations seraient communiquées aux fédérations, réseau SOA, CSA, centres d'information, et éventuellement auprès des communes s'il n'y a pas d'autres services à proximité.

Par fournisseur, on entend les menuisiers et artisans qui oeuvrent déjà dans la fabrication de matériel agricole mais aussi les apiculteurs qui fabriquent du matériel pour leur communauté. Ces différentes catégories de fournisseurs agréés augmentent l'offre de proximité aux producteurs, facilitant ainsi l'acquisition de matériel.

Autour de 5 fournisseurs par région sont potentiellement capables de développer leur offre en fourniture d'intrants. La demande porte sur des ruches modernes, des enfumoirs, des voiles, de la cire gaufrée et du matériel de traitement (centrifugeuse en inox, égouttoir, bac de maturation et décantation).

- Faciliter l'accès au financement

Si les producteurs voient un intérêt économique réel dans le développement de leur exploitation apicole, ils seront motivés pour réaliser les investissements nécessaires. Même si l'acquisition de matériel de production améliorée tels que les ruches à cadre et les enfumoirs ne représente pas un coût très élevé (en moyenne 50 000 Ar pour une ruche à cadre et 20000 à 30000 Ar pour un enfumoir), les producteurs peuvent connaître des difficultés dès qu'ils veulent multiplier leur nombre de ruches.

Les dotations ou subventions ne semblent pas être des stratégies réellement pertinentes : elles risquent d'entretenir une démarche d'assistanat désresponsabilisant les producteurs.

La facilitation à l'accès au financement apparaît plus judicieuse : elle sélectionne les producteurs les plus motivés et les responsabilise dans leur démarche. Cependant, l'offre actuelle n'est pas adaptée aux apiculteurs : le calendrier de remboursement n'est pas calé à la saison apicole, les montants ne sont pas appropriés, les niveaux de garantie élevés. Les organismes d'appui qui soutiennent la filière ont alors un rôle à jouer pour adapter l'offre des services de financement en matériel. Avec les institutions de microfinance actuellement existantes, la culture de crédit commence à se développer auprès des ruraux mais des sensibilisations doivent encore être faites. Le système de stockage contre crédit initié par CECAM à Ambositra est une bonne initiative qui mériterait d'être développée.

Les organismes, selon leur positionnement stratégique, peuvent se substituer ponctuellement aux services de financement en proposant du matériel aux apiculteurs et en leur facilitant les modalités d'acquisition (prix préférentiel, remboursement post récolte). Mais cela nécessite une organisation lourde à gérer par rapport aux services d'appui technique et organisationnel généralement plus pratiqués. Aussi, il est nettement plus envisageable que les organismes

d'appui se positionnent en médiateur dans les relations apiculteurs/structures de financement (tels que Tiavo, Cecam, Otiv) pour faciliter l'adaptation de l'offre de crédit aux apiculteurs et éventuellement apporter les garanties qui leur font défaut. Des partenariats entre services d'appuis techniques et services financiers ou de dotation en équipement doivent être privilégiés pour répondre à tous les besoins des apiculteurs. Les suivis des producteurs et l'aide à l'organisation de la commercialisation de leurs produits garantissent la rentabilité de l'activité financée ou subventionnée en équipement.

De même, pour développer l'offre en miel de qualité, les acteurs qui se positionnent sur des activités de transformation, de conditionnement et de fourniture d'intrants (tels que les collecteurs transformateurs, les mielleries privés et les artisans fabriquant de matériel apicole) doivent pouvoir acquérir le matériel nécessaire à leur activité. Si leur assise financière n'est pas suffisante, un recours au micro crédit est à envisager. Là aussi, les organismes d'appui doivent pouvoir jouer un rôle pour faciliter l'accès aux financements.

Le besoin de financement d'un apiculteur pour acquérir cinq ruches est d'environ 250.000 Ar.

- Améliorer la qualité des produits

Mais pour positionner les produits sur des marchés plus rémunérateurs, l'amélioration de la qualité reste indispensable. La production de miel par ruches à cadre (avec ou sans utilisation de cire gaufrée) facilite l'amélioration de la qualité. Mais les producteurs doivent être sensibilisés aux **règles simples d'hygiène et de propreté dans les manipulations de leur production et dans le stockage** de leurs produits. Cependant, la qualité du miel reste essentiellement dépendante des techniques de transformation employées. C'est donc sur l'offre de service de transformation de qualité et de proximité que les appuis doivent porter.

- Développer l'offre de service de transformation

Aujourd'hui, quelques cas de services de transformation sont fonctionnels avec des matériels d'apiculture modernes mais ils restent encore isolés. C'est le cas d'un grand apiculteur moderne de Sahambavy qui laisse ses voisins apiculteurs utiliser son extracteur moyennant 1 litre de miel pour 10 litres de miel extraits. C'est une bonne stratégie pour attirer les apiculteurs traditionnels à évoluer vers une exploitation moderne plus productive assurant un meilleur revenu pour eux et garantir ainsi une bonne cohabitation avec la communauté : meilleure sécurité contre les vols de ruches. Ce système est aussi développé par les apiculteurs organisés en fédérations où les membres contribuent à l'entretien des investissements.

La transformation du miel peut être réalisée de deux manières par centrifugation à l'aide d'un extracteur à cadre ou par égouttage et filtration. Le premier système ne fonctionne en général que pour des ruches à cadre, et exige un investissement élevé alors que le deuxième système est adapté pour toutes les alvéoles récoltées en brèche ou à cadre.

Aussi, nous encourageons le développement des services de transformation prioritairement sur les systèmes d'égouttage au niveau de la Région Analamanga pour couvrir au maximum l'offre des producteurs, puis sur les systèmes de centrifugation avec extracteur en inox dans la Région Amoron'i Mania où 70 % des apiculteurs ont accès à des extracteurs de fabrication locale mais ne garantissant pas totalement la qualité du miel. Cela passe par un renforcement des compétences techniques des transformateurs, un apprentissage des règles et étapes de transformation du miel, des conditions d'hygiène à respecter. L'offre de ces services doit être multipliée afin de faciliter leur accès par les apiculteurs.

Quelque soit le système de traitement, centrifugation ou égouttage, ces services sont difficilement réalisables directement sur les sites de production car difficilement transportables. Les transformateurs doivent alors organiser des services de collectes au niveau des sites de production (à organiser les jours de marché par exemple). Pendant ces collectes, un travail de tri et de sélection des alvéoles de meilleure qualité doit être réalisé. Les brèches sont ensuite stockées dans des bidons propres pour être ensuite traitées dans les unités de transformation où tout le matériel (bac d'égouttage, extracteur, filtre, maturateur, décanteur) doit être présent et utilisé selon des normes d'hygiène strictes.

La production de miel de qualité passe donc par un apprentissage par les différents acteurs des règles à respecter. Pour faciliter l'adoption des techniques, non seulement les formations sont préconisées mais aussi des visites et échanges auprès d'apiculteurs, des services de transformation et des débouchés n'acceptant que du miel de qualité, sont recommandés. Pour comprendre pourquoi les règles d'hygiène et de qualité sont si importantes, les acteurs, du simple apiculteur au transformateur, doivent avoir conscience de la concurrence existante sur les marchés, du niveau de qualité des produits qui remportent la plus grande part de marché et du niveau d'exigence des consommateurs sur les marchés plus rémunérateurs.

Les transformateurs qui souhaitent collaborer avec les grandes et moyennes surfaces doivent aussi pouvoir se présenter comme une entreprise formelle. Des appuis dans ce sens doivent alors être réalisés afin d'aider le transformateur à formaliser son activité, et à la gérer financièrement, administrativement et techniquement, proportionnellement à l'évolution de son volume d'activités. De même, puisque les GMS exigent des conditionnements étiquetés, il est fortement recommandé de former et aider le transformateur à les réaliser.

Ce travail de formation des producteurs, de facilitation de l'accès aux financements, de développement de l'offre de services de transformation et de fourniture d'intrant de qualité pour produire du miel de meilleure qualité n'a de sens que si les débouchés sont eux aussi développés et que les acteurs de la filière se positionnent sur ces marchés.

8.2. Faciliter le positionnement des produits sur des marchés plus rémunérateurs

- Adapter les produits aux exigences des marchés

Les marchés rémunérateurs identifiés sont essentiellement les marchés nationaux et régionaux, où les consommateurs ont une capacité financière plus importante pour acheter du miel que les consommateurs des marchés locaux, mais sont nettement plus exigeants en terme de qualité. Sur ces marchés, le miel est commercialisé en bouteilles ou en pots par les détaillants, les GMS, les services de restauration et de transformation artisanale ou industrielle du miel tels que biscuiteries et épiceries. A cela s'ajoutent les établissements cosmétiques et parapharmaceutiques (Bioaroma, Homeopharma) qui utilisent du miel dans la fabrication de leurs produits (crème, savon ...)

La demande actuelle sur ces marchés est d'environ 50 tonnes (dont 14t au niveau des GMS, 8 t au niveau des restaurants et hôtelleries, 21,5 tonnes aux détaillants sur Antananarivo) mais elle peut être augmentée de 50 tonnes supplémentaires par an, pour des produits de qualité transformés et conditionnés en pot, dont le prix serait intermédiaire entre le miel actuellement commercialisé en bouteille et le miel vendu en pot en verre (type Codal).

Pour ce faire, il s'agit d'abord d'un travail continu de prospection complémentaire au travail actuellement réalisé pour cette étude, afin de lister/actualiser tous les débouchés potentiels, les volumes concernés et proposer les nouveaux produits.

Ensuite, l'image et la qualité du produit doivent être aussi valorisées : la création de label et d'appellation géographique et florale sont fortement recommandées afin de sensibiliser et informer le consommateur sur le produit. Cela passe aussi par la mention de la collaboration avec des organismes de contrôle qui pourraient garantir et certifier la qualité du produit. Mais aujourd'hui, peu d'organismes sont susceptibles de le faire et les coûts restent élevés. C'est le rôle des organismes d'appui et des réseaux et fédérations d'apiculteurs de négocier la facilitation de l'accès à ces services de contrôle et d'analyse pour diminuer les coûts. Une organisation collective des transformateurs permettrait de diminuer aussi les coûts.

L'étiquetage du produit précisant son origine florale, son lieu de production et de traitement, mentionnant le respect des normes d'hygiène et de qualité, la date de conditionnement et la date de péremption, est donc essentiel pour faciliter le positionnement des produits sur les marchés nationaux.

A cela s'ajoute un travail sur la recherche de conditionnement plus adapté : aujourd'hui, les pots en plastiques produits notamment par SFOI sont très fragiles et ne sont pas adaptés pour le miel qui, risque de s'écouler au stockage et au transport. L'union des producteurs et transformateurs de fruits et légumes de Madagascar a réussi à importer des pots en verre à prix abordables. Ce type d'initiative est donc à encourager pour développer l'offre en conditionnements de meilleure qualité et à prix intéressants. Elle pourrait être portée par des fédérations et réseaux d'acteurs de la filière miel, voire conjointement avec des acteurs d'autres filières, qui connaissent les mêmes problèmes de conditionnement. A noter que plus les commandes sont importantes, plus les coûts à l'unité diminuent.

Si les conditionnements doivent être de meilleure qualité, il faut aussi chercher à adapter les contenances et volumes selon la demande des consommateurs. L'amélioration de la qualité du miel et notamment l'utilisation de ruche à cadre et de technologie de traitement aura des répercussions sur les coûts. Pour faciliter l'achat par les consommateurs attirés par une meilleure qualité mais dont le pouvoir d'achat n'est pas élastique, des emballages de plus petits volumes doivent être proposés. Les petits conditionnements ne sont pas seulement faits pour satisfaire un faible pouvoir d'achat, mais plutôt pour assurer une meilleure conservation, par exemple: 5 pots de 200g conservent mieux qu'un seul de 1 kg, car une des premières causes de détérioration est l'ouverture fréquente.

Les emballages actuellement employés contiennent en moyenne 200 à 350g de miel.

- Encourager les alliances entre acteurs

D'autre part, les enquêtes ont montré que les apiculteurs, même organisés ne sont pas en mesure d'assurer à la fois la production, la transformation, le conditionnement et la commercialisation de leurs produits sur les marchés éloignés. Les rares exemples d'association et coopératives qui centralisent ces différentes fonctions montrent qu'elles atteignent rapidement des limites liées à des problèmes de gestion, de diversité des compétences à mettre en œuvre et de fonds de roulement insuffisants.

Pourtant, des opérateurs économiques privés arrivent à développer ces services et à les gérer de manière pérenne, mais ils restent aujourd'hui peu nombreux par rapport à l'offre potentielle.

Pour développer la commercialisation des produits nous proposons alors de se baser principalement sur la différenciation des compétences au niveau de chaque acteur et de leur

mise en relation. En effet, les apiculteurs en charge de la production de miel de qualité devraient établir des relations avec des opérateurs économiques s'occupant de la transformation, du conditionnement et de la commercialisation. Ces fonctions, lourdes en capital, en technologie et qui nécessitent des compétences pour identifier, établir et négocier des relations commerciales ne sont vraisemblablement pas aujourd'hui gérables directement par les producteurs. Transférer ces fonctions à un opérateur économique qui trouve un intérêt économique à les prendre en charge (donc moyennant rémunération de ce service) permettra alors aux producteurs de se positionner sur des marchés plus rémunérateurs et/ou écouler toute leur production.

Mais la création de règles de collaboration équilibrées entre chaque acteur est l'élément fondateur et garant des relations entre apiculteur et opérateur en charge de la transformation et de la commercialisation. Les apiculteurs et opérateurs doivent discuter préalablement des règles de production, collecte, qualité, transformation et conditionnement. Ils identifient et se fixent un prix rémunérateur pour chaque acteur, indispensable à la pérennité de la collaboration. Les apiculteurs se chargent de la production et du transport du miel en brèche à un site et à une date fixée à l'avance avec l'opérateur qui se charge de la collecte en bidon et du transport jusqu'à son unité de transformation. De là, ce dernier traite et conditionne le miel, spécifie l'origine géographique (important pour l'image du produit, pour valoriser le travail des producteurs et assurer la traçabilité), fait les contrôles nécessaires pour garantir la qualité, et se charge de la livraison aux clients. La capacité de paiement direct de l'opérateur aux apiculteurs facilite la collaboration, d'autant plus si le prix fixé est réellement rémunérateur pour les producteurs. Ces derniers, pouvant écouler des volumes importants auprès d'un opérateur unique seront motivés par la collaboration et n'iront plus vendre par petites quantités leurs produits sur les marchés locaux. Ils feront plus attention à la qualité, contrainte imposée par l'opérateur économique qui doit être rigoureux lors de la collecte.

Les organismes d'appui ont un rôle essentiel pour la mise en place de ce type de collaboration. Ils se chargent de l'identification des apiculteurs et opérateurs, des besoins et contraintes de chacun, et facilitent leur mise en relation et accompagnent les discussions. Ils ont un rôle d'arbitrage pour établir les règles de la collaboration les plus justes et équitables pour chaque acteur. Ils appuient techniquement l'organisation du système, notamment l'organisation des producteurs pour faciliter les collectes et suivent de près les premiers échanges pour garantir le respect des règles de collaboration fixées. Au bout de d'une à deux saisons, l'organisme peut se retirer de la filière et laisser les acteurs continuer la collaboration telle qu'elle a été initiée. Ce système implique une intervention transversale de l'organisme en aval et en amont de la filière tel que précédemment recommandée.

Ce système de mise en relation des entrepreneurs ruraux a fait ses preuves dans différentes filières et dans différents contextes. C'est notamment la stratégie qu'ont adopté des organismes tels que le GRET et le CIDR sur des filières agricoles, agroalimentaires et artisanales et dont les résultats sont très positifs.

Actuellement, le CIDR, qui appuie l'ONG HARDI met en œuvre ce type de stratégies dans la région d'Analamanga pour développer la filière. Ils cherchent particulièrement à développer les opérateurs économiques pour les mettre en relation avec les apiculteurs. Leur travail porte sur une petite sélection d'opérateurs les plus dynamiques capables de traiter des volumes importants. Mais comme nous l'avons vu, intervenir sur la filière de manière plus globale implique la multiplication des services de transformation du miel. Il est donc fortement encouragé de développer ce système avec la mise en place de petits opérateurs économiques de proximité capables de traiter une part importante du miel produit pour répondre à la demande actuelle des marchés nationaux et régionaux

8.3. Valorisation des sous produits de la filière

La cire peut représenter une part intéressante dans le revenu de l'apiculteur. C'est notamment pour cette raison que, malgré le développement des ruches à cadre, les apiculteurs s'intéressent peu à l'utilisation de la cire gaufrée, qui représente en plus une charge supplémentaire et est difficile à trouver (peu de lieux d'approvisionnement de proximité). La cire est revendue aux consommateurs sur les marchés locaux, aux détaillants et aux fabricants d'encaustiques sur les marchés régionaux et nationaux. Il y a une demande constante pour ce produit.

Aussi, former les producteurs et transformateurs à traiter leur cire pour améliorer sa qualité faciliterait sa commercialisation, notamment sur les marchés régionaux et nationaux. Cela est d'autant plus vrai à Ambositra où l'offre en cire ne couvre pas la demande. Informer les producteurs et transformateurs sur les débouchés potentiels compléterait aussi la démarche de valorisation de ce produit.

D'autre part, l'utilisation du miel comme produit pour la fabrication artisanale et industrielle de pâtisseries et confiseries est apparue comme un débouché potentiel. Cependant, cela nécessite d'une part d'informer les fabricants sur les utilisations possibles du miel et d'autre part de leur présenter les nouvelles qualités du miel produit pour les encourager à développer leur consommation. Des essais menés dans le sud du pays sur la valorisation du miel dans des pains d'épices ont montré qu'il existe un marché intéressant à développer pour ce nouveau produit que les consommateurs ont rapidement adopté. Depuis son introduction sur les marchés, la demande ne cesse d'augmenter pour ce produit. Il est à noter que le miel de moindre qualité (notamment issu de la décantation) peut être valorisé dans la fabrication de pâtisserie, biscuiterie et confiserie, sans entamer la qualité du produit final. Ce type de miel, qui normalement représente une perte sèche pour les transformateurs pourrait trouver des débouchés à des prix plus bas que le miel de qualité, intéressants les pâtisseries et confiseurs. Le travail des sœurs d'Ampibanjinana à Fianarantsoa peut servir d'exemple pour développer des petites unités de transformation du miel en pains d'épices, nougats et bonbons, qui sont économiquement intéressantes. Cette activité pourrait être développée au sein des petites associations féminines locales.

8.4. Poursuivre le lobbying pour l'ouverture vers les marchés internationaux

Aujourd'hui les marchés internationaux sont fermés aux producteurs malgaches, mais quelques initiatives existent avec certains pays comme Maurice.

Si l'intervention des organismes d'appui telle que proposée permet d'améliorer nettement la qualité du miel commercialisé, la filière sera alors en mesure de s'ouvrir aux marchés internationaux. Il est donc important de maintenir et soutenir le travail de lobbying qu'ont entamé un certain nombre d'acteurs : organismes d'appui, réseaux et fédérations.

Le gouvernement, conscient de la dynamisation en cours de la filière et des intérêts économiques qu'elle peut représenter, ne tardera plus à mettre en place le plan de surveillance nécessaire pour ouvrir les marchés de l'exportation.

Le travail de commercialisation d'un miel de meilleure qualité doit être considéré comme une opportunité pour s'entraîner à suivre les règles et normes strictes imposées par les marchés internationaux. Les acteurs de la filière doivent être sensibilisés à l'objectif final à atteindre tout en spécifiant que le marché international n'ouvrira ses portes que si les résultats sur le marché national sont atteints.

Il est donc fortement encouragé d'impliquer la Division Apiculture et la Direction des Services Vétérinaires dans les activités de dynamisation de la filière.

Le tableau ci après synthétise les recommandations à mettre en œuvre sur la filière. En italique sont présentées celles qui paraissent secondaires.

Champs d'intervention	Propositions
Production	<ul style="list-style-type: none"> • Formation des producteurs sur les techniques de production améliorées adaptées à leur contexte : ruche à barrettes (plus faciles à fabriquer et moins coûteuses que Langstroth), technique de division, capture, essaimage, utilisation d'intrant adaptés • Former et informer les producteurs sur les critères de qualité du miel (règles d'hygiène et de propreté) et les normes de commercialisation • Développement et diversification des essences mellifères (reforestation, arboriculture)
Fourniture en intrants	<ul style="list-style-type: none"> • Sensibilisation des fournisseurs d'intrant sur les besoins des producteurs • Recherche d'intrant de qualité à moindre coût • Développement des points de vente • Favoriser les rencontres entre producteurs, fournisseur d'intrant et miellerie pour développer les services de fourniture d'intrant adapté (type de matériel et prix)
Accès au financement	<ul style="list-style-type: none"> • Développement de l'offre de crédit adaptée aux producteurs : crédit bail, Location Vente Mutualiste, crédit à taux préférentiel, crédit calé sur la saison apicole et crédit de fonds de commercialisation, grenier villageois • Développer l'offre de crédit aux opérateurs économiques pour l'acquisition de matériel de transformation et le stockage des produits
Structuration et Professionnalisation	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation des producteurs pour faciliter les collectes et la diffusion des informations • Mise en relation des producteurs avec opérateurs économiques pour la collecte et la transformation avec établissement de règles de collaboration équilibrée (fixation de prix rémunérateurs pour chaque acteur) • Mise en synergie de tous les acteurs de la filière : diffusion des informations, organisation des circuits de commercialisation, établissement de normes de commercialisation, création de label et de marque (appellation d'origine géographique et florale)
Transformation et conditionnement	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier des opérateurs économiques locaux (proches des sites de production) pour la prise en charge des traitements, transformation et conditionnement du miel= création de miellerie privé. Donc développer l'offre de service de transformation de proximité • Mettre en compétence les opérateurs économiques privés sur les techniques d'extraction par égouttage (plus facile, adaptée aux productions locales et moins coûteuse que centrifugation) • Former sur les règles de contrôle qualité du miel acheté, de qualité et d'hygiène de l'extraction et de normes de conditionnement et stockage • Rechercher et accompagner le développement d'emballage adapté • Former sur les règles d'étiquetage (informations à mentionner) et de traçabilité des produits • <i>Développer la diversification et la valorisation des produits et sous produits</i>
Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> • Identifier les marchés régionaux, nationaux, et internationaux et communiquer les informations aux acteurs de la filière • Etablir des labels ou moyens d'identification des différents miels (par essences, régions) pour le consommateur

Champs d'intervention	Propositions
	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir les labels et moyens d'identification auprès des consommateurs: publicité, sensibilisation, information) • Diversifier la gamme de produit pour développer les débouchés • Organiser des campagnes de communication et de promotion du miel pour les consommateurs • <i>Faciliter le positionnement des produits sur les marchés équitables</i>
Législation et juridiction	<ul style="list-style-type: none"> • Etablir des normes de fabrications (hygiène, teneur en sucres...) et de contrôle de la qualité du miel • Accélérer la ratification des décrets sur la filière • Faciliter la reconnaissance des labels sur la filière • Appuyer la mise en place du Plan de Surveillance (procédures d'agrément d'un pays tiers pour l'exportation vers l'UE) • Renforcer la collaboration entre la Division Apiculture et la Direction des Services Vétérinaires • Doter la division Apiculture de moyens lui permettant d'assumer ses fonctions: personnel, matériels et financier. • Favoriser les discussions Etat/acteurs de la filière • Renforcer les contrôles des applications de la législation en vigueur

IX PRIORISATION DES INTERVENTIONS ET PRESENTATION DES ACTEURS SUSCEPTIBLES DE LES METTRE EN OEUVRE

Les interventions mentionnées et développées dans le tableau suivant sont celles qui semblent être les plus prioritaires à mettre en œuvre dans le cours et moyen terme compte tenu de la situation actuelle de la filière et sur lesquelles des acteurs travaillent déjà ou sont ouverts à des partenariats.

Interventions	Acteurs pouvant mettre en œuvre les interventions	Besoins de soutien de la part de SAHA
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Former et informer les producteurs sur les critères de qualité du miel (règles d'hygiène et de propreté) et les normes de commercialisation 	<p>M Julien RAZANAKOLONA Tel: 032 04 181 77</p> <p>Etant un ancien technicien apicole, M Razanakolona est en même temps apiculteur et formateur. Il a plusieurs années d'expériences en matière de formation technique sur l'apiculture. Il maîtrise les contextes de l'apiculture au niveau des 3 régions d'intervention de SAHA. Sur le plan normes de commercialisation, il est déjà intervenu en appui aux apiculteurs d'Ambovombe qui souhaitent collaborer avec un opérateur local pour la vente de leurs produits et l'intervention a donné de bons résultats. Seulement, il n'est pas un opérateur et ne pourra pas se mettre à la place de ce dernier pour les exigences demandées selon l'évolution de la demande ;</p>	<p>Etant des acteurs privés qui travaillent pour leurs propres comptes, ils ne pourront pas prendre en charge les charges de fonctionnement indispensables pour les formations. Ils ont les capacités techniques et pas forcément les moyens pour aider les apiculteurs</p>

Interventions	Acteurs pouvant mettre en œuvre les interventions	Besoins de soutien de la part de SAHA
	<p>Entreprise T'TELO CTPA Manjakandriana Contact : M Rodolphe Tel 22 284 07</p> <p>L'entreprise T'TELO travaille de près avec les apiculteurs dans la collecte du miel en brèche. Elle exploite actuellement en location gérance le centre de traitement apicole de Manjakandriana. De par sa connaissance du marché, elle est en mesure de transmettre aux apiculteurs les exigences des clients, de les former sur les critères de qualité et surtout sur les normes de commercialisation.</p> <p>C'est un acteur qui nous semble intéressant car il maîtrise le marché et reste en même temps en contact direct avec les apiculteurs.</p>	

Interventions	Acteurs pouvant mettre en œuvre les interventions	Besoins de soutien de la part de SAHA
	<p>Association Filantsoa Fianarantsoa Contact Mme Paulberthine Tél 032 04 857 12</p> <p>C'est une association de techniciens d'élevage qui gère le centre de traitement apicole à Ambatovory à Fianarantsoa suite au désengagement de l'Etat en 2001. L'association fait des formations aux apiculteurs sur les techniques de production et transformation et fait des actions de sensibilisations sur l'importance d'une miellerie.</p> <p>Elle collecte et met le miel en pot. Elle collecte essentiellement le miel en brèches privilégiant les associations d'apiculteurs ayant été déjà formées. L'association a la possibilité de développer la capacité de sa collecte mais se trouve bloquée par une insuffisance de miel de qualité. Elle fabrique et vend également des matériels apicoles (ruche, enfumoir, voile, lève cadre, attire-essaim, cage à reine)</p> <p>Un partenariat avec l'association est intéressant sur l'aspect formation sur le miel de qualité, fourniture de matériels apicoles mais actuellement, elle manque de personnel. Ayant la capacité de traiter 5 T de miel annuellement, elle est seulement à 1 T actuellement.</p>	
<p>➤ Favoriser les rencontres entre producteurs, fournisseur d'intrant et miellerie pour développer les services de fourniture d'intrant adapté (type de matériel et prix)</p>	<p>M André RASAMINDISA – fournisseur de matériels Antananarivo Tel : 033 11 453 94 / 034 08 054 48</p> <p>Ce fournisseur a un bon rapport qualité/prix de ses matériels. Il est prêt à former fournisseurs et producteurs mais comme il tient beaucoup à marquer l'identité de son entreprise et de ses produits qui sont chers, il lui sera difficile à notre avis de proposer des matériels adaptés aux conditions des apiculteurs en terme de prix notamment.</p>	

Interventions	Acteurs pouvant mettre en œuvre les interventions	Besoins de soutien de la part de SAHA
<p>➤ Développement des points de vente</p>	<p>PROSPERER Haute Matsiatra – Chambre de Commerce Fianarantsoa Le programme PROSPERER Région Haute Matsiatra projette de mettre en place un show room au niveau régional pour commercialiser les produits des micro-entrepreneurs ruraux qu'ils appuient. Le show room sera installé dans une zone de concentration des micro-entreprises rurales (donc non encore définie) et sert de lieu de stockage et de commercialisation des produits. La gérance de cette structure sera privée et un appel à manifestation d'intérêt sera lancé pour choisir l'opérateur.</p>	
	<p>CITE En appui à la commercialisation des produits des artisans, des vitrines de commercialisation de leurs produits sont en cours de mise en place au niveau des 11 les antennes du CITE. Le système de dépôt vente sera appliqué avec une marge de gestion prélevée par le CITE. L'objectif primordial est la promotion des artisans. Ainsi, le CITE ne va pas gérer la commande mais il sert surtout de lieu de rencontre de l'offre et de la demande et les contacts directs entre les artisans et les acheteurs seront privilégiés. Même si certaines antennes du CITE ne sont pas localisées dans les régions d'intervention du SAHA, elles vont permettre d'élargir le réseau de commercialisation des miels d'apiculteurs des 3 régions d'études.</p>	<p>Formation des responsables des antennes sur les démarches commerciales et marketing et sur les qualités des produits.</p>
<p>➤ Développement de l'offre de crédit adaptée aux producteurs</p>	<p>CECAM Le CECAM Ambositra a réussi à mettre en place depuis 2006 le système de grenier villageois pour le miel dans la Région de Amoron'i Mania. Ils envisagent de développer ce service dans toutes les régions. C'est un crédit dont le taux de remboursement est de 3% par mois sur capital restant dû. Il s'étale sur une période allant de 4 à 8 mois et c'est le miel stocké qui constitue la garantie. Le montant du crédit est de 2000 Ar par litre de miel stocké. Un apiculteur qui stockerait 100 litres aurait alors 200 000 Ar lui permettant d'assurer ses besoins en argent en attendant la période où le prix du miel serait meilleur. Le crédit permet à l'apiculteur</p>	<p>Renforcement de la campagne de sensibilisation auprès des paysans</p>

Interventions	Acteurs pouvant mettre en œuvre les interventions	Besoins de soutien de la part de SAHA
	d'éviter de vendre le miel à bas prix au moment de la saison de récolte et de bénéficier d'un prix plus cher vers le mois de mars, avril. CECAM exige que le stockage du miel en bidon se fasse dans un local sûr, sec, bien fermé.	
<p>➤ Mise en relation des producteurs avec opérateurs économiques pour la collecte et la transformation avec établissement de règles de collaboration équilibrée (fixation de prix rémunérateurs pour chaque acteur)</p>	<p>Entreprise T'TELO - CTPA Manjakandriana Contact : M Rodolphe Tel 22 284 07</p> <p>L'entreprise T'TELO travaille de près avec les apiculteurs dans la collecte du miel en brèche. Elle exploite actuellement en location gérance le centre de traitement apicole de Manjakandriana. Elle est susceptible de développer des relations équitables avec les apiculteurs.</p> <p>Beau miel d'Ambositra Antananarivo Tel : 03312 371 04 / 033 12 375 92</p> <p>C'est un opérateur collecteur transformateur intervenant sur Ambositra. Il est en train de développer son activité et est prêt à payer plus cher du miel de qualité par rapport aux autres: un apiculteur du village Soanirina à Ambositra dispose d'une petite unité de transformation (avec un extracteur artisanal en bidon plastique) et son miel est toujours acheté plus cher par Beau miel d'Ambositra car c'est un produit de qualité (maturité, bien extrait et bonne conservation)</p>	
<p>➤ Rechercher et accompagner le développement d'emballage adapté</p>	<p>CITE</p> <p>Depuis cette année 2009, le CITE a mis en place au niveau de chacune de ses antennes une centrale d'achat de bocaux. Le CITE a adhéré l'UPFL (Union Professionnelle des Fruits et Légumes) au début de l'année 2009 et peut donc bénéficier de l'importation de bocaux en verre gérée par cette structure. Des échantillons de plusieurs gammes de bocaux en verre et en PET sont donc exposés et les artisans pourront faire les commandes à partir des antennes du CITE. Une commission d'envoi sera prélevée par le CITE sur le prix de vente. Le service est déjà fonctionnel au niveau de l'antenne</p>	<p>Appui sur les éventuels travaux d'aménagement pour bien présenter les échantillons des bocaux.</p> <p>Formation des responsables d'antenne en technique de vente</p>

Interventions	Acteurs pouvant mettre en œuvre les interventions	Besoins de soutien de la part de SAHA
	d'Antsirabe, de Toamasina et d'Antsiranana. Au niveau des antennes d'Antananarivo, d'Ambositra, et de Fianarantsoa, aucune commande n'a encore été enregistrée car le service n'est pas encore très connu des apiculteurs.	et marketing
<ul style="list-style-type: none"> Former sur les règles de contrôle qualité du miel acheté, de qualité et d'hygiène de l'extraction et de normes de conditionnement et stockage 	<p>Programme PROSPERER Haute Matsiatra. A travers la démarche « Faire Faire », le projet est en train de développer la qualité/hygiène du miel avec des apiculteurs individuels pilotes ayant déjà des extracteurs qui vont former les autres apiculteurs de son village. L'approche individuelle de ce programme est complémentaire avec l'approche OPF de SAHA, donc il est intéressant de creuser le partenariat</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Identifier des opérateurs économiques locaux (proches des sites de production) pour la prise en charge des traitements, transformation et conditionnement du miel c'est à dire création de miellerie privé. Donc développer l'offre de service de transformation de proximité 	<p>M Rasolo apiculteur Soavinimerina – Sabotsy Manjakavaoaka -Andramasina Tel: 033 03 110 89 M Rasolo dispose déjà d'une petite unité de transformation par égouttage de miel dans son exploitation. Il met en pot sa production et celle de son association et a commencé à vendre auprès des épiceries d'Antananarivo sous la marque « BIO-MIEL » - Miel d'eucalyptus. Il joue en même temps le rôle d'appui conseil et de contrôle qualité pour l'exploitation des autres membres de son association. Seulement, son association n'est pas en très bon terme avec l'OPF d'Andramasina laquelle a toujours refusé l'adhésion sous prétexte de non enregistrement officielle. M Rasolo et son association ont donc préféré continuer de travailler seuls de leur côté.</p>	

Interventions	Acteurs pouvant mettre en œuvre les interventions	Besoins de soutien de la part de SAHA
	<p>M Ramboa Pierre Sahambavy Fianarantsoa Tel:032 02 569 63 (pour laisser message)</p> <p>M Ramboa Pierre est un ancien agent vulgarisateur du Service de l'Élevage à Fianarantsoa. Il a développé son élevage apicole une fois qu'il est en retraite. Il dispose d'une centaine de ruches à cadre type langstroth avec utilisation de cires gaufrées, d'un extracteur en inox qu'il a acheté par ses propres moyens. Il apporte déjà des conseils à ses voisins apiculteurs sur les conduites d'élevage et il met à leur disposition le service d'extraction moyennant 10% de la quantité de miel extrait. Il est déjà très en contact étroit avec les apiculteurs et il fait partie d'une association qui est membre d'une OPF appuyée par SAHA à Fianarantsoa.</p>	
	<p>Entreprise T'TELO - CTPA Manjakandriana Contact : M Rodolphe Tel 22 284 07</p>	
<p>➤ Organiser des campagnes de communication et de promotion du miel pour les consommateurs</p>	<p>Les grandes surfaces d'Antananarivo : type Jumbo Score</p> <p>Jumbo Score est toujours intéressé par les nouvelles offres de produits à condition que le prix s'aligne sur le prix que le magasin est en train d'appliquer.</p> <p>Appui conseil des fournisseurs de miel en pot pour le conditionnement et l'emballage.</p> <p>Possibilité de collaboration pour des campagnes de sensibilisation des consommateurs.</p>	
<p>➤ Diversifier la gamme de produit pour développer les débouchés</p>	<p>CODAL Ankorondrano Antananarivo Contact Mme Lalaina RAHARISOA Responsable Qualité – Tel: 22 234 24</p>	

Interventions	Acteurs pouvant mettre en œuvre les interventions	Besoins de soutien de la part de SAHA
	CODAL est en train de diversifier leur gamme de miel commercialisé. Pour l'année 2009, l'entreprise va travailler sur le miel d'eucalyptus. Elle est toujours intéressée sur des collaborations avec des unités garantissant la qualité, l'hygiène et la régularité.	
<p>➤ Appuyer la mise en place du Plan de Surveillance (procédures d'agrément d'un pays tiers pour l'exportation vers l'UE)</p>	<p>Direction du Service Vétérinaire (DSV)</p> <p>Une assistante technique française vient d'être affectée à la DSV pour une période de 2 ans (2009 et 2010). Elle va assister la DSV dans l'élaboration des textes législatifs relatifs à l'hygiène au niveau des exploitations apicoles en vue de mettre en place le plan de surveillance des résidus</p> <p>PPRR- Programme de Promotion des Revenus Ruraux du FIDA</p> <p>Depuis l'année 2008, le PPRR apporte son appui à la relance de la filière apicole en vue de l'exportation. Il a commencé à solliciter la collaboration avec les DRDR de six régions apicoles (Analanjirifo, Atsinanana, Analamanga, Amoron'i Mania, Haute Matsiatra et Vatovavy Fitovinany) pour l'inventaire des apiculteurs, des techniques et rendement de la production, du volume de la production, des prix,...</p>	<p>La DSV attend des organismes d'appui la communication aux apiculteurs et autres acteurs concernés des textes qui seront sortis - l'assistance et l'accompagnement des apiculteurs pour l'application des directives dictées par les textes législatifs</p>

CONCLUSION

L'apiculture est une filière disposant de potentialités concrètes de développement dans les régions d'Analamanga, Amoron'i Mania, Haute Matsiatra. Ayant déjà bénéficié de l'appui du Programme SAHA depuis quelques années, ces régions continuent de maintenir leur position sur le marché national du miel et offrent spécifiquement du miel d'eucalyptus.

Les techniques d'exploitation sont encore variables mais il y a une tendance vers l'apiculture moderne notamment au niveau de la région Amoron'i Mania. Mais d'autres blocages entravent toujours le développement de cette filière : non maîtrise de la qualité et hygiène au niveau de la production et de la transformation, éloignement des marchés par rapport aux sites de production laissant très peu d'accessibilité au marché pour les producteurs au profit des collecteurs transformateurs qui détiennent la plus value, peu d'offre de proximité et de qualité en intrants et matériels, fragilité des structures paysannes mises en place....

En terme de commercialisation, les productions régionales transitent par plusieurs types d'acteurs à différents niveaux et approvisionnent majoritairement les marchés urbains de consommation, principalement le marché d'Antananarivo. Pour ce dernier, il est estimé que qu'il y aurait encore un potentiel de développement d'environ 50 tonnes supplémentaires pour du miel de qualité, bien conditionné et d'origine identifiée. Ce potentiel reste donc à exploiter pour les apiculteurs des régions d'études sachant que c'est le miel d'eucalyptus qui est majoritairement offert sur ces marchés.

Face à cette situation, les stratégies d'intervention devront se focaliser sur une meilleure organisation du fonctionnement entre les différents acteurs des trois régions pour mieux répondre aux attentes du marché.

Ainsi il faut veiller à :

- Continuer les renforcements techniques déjà initiés par SAHA en insistant plus sur la transformation et les normes d'hygiène ;
- Encourager les alliances « gagnant gagnant » entre les acteurs en tenant compte des compétences spécifiques de chacun (production, transformation, commercialisation, information, fourniture d'intrants) afin d'adapter au mieux les produits aux exigences du marché ;
- Faciliter l'adaptation de l'offre en crédit aux apiculteurs où les organismes d'appui tel le SAHA pourraient jouer le rôle de médiateur entre les bénéficiaires et les institutions de micro finance.

On peut toujours porter plus loin la vision en poursuivant le lobbying pour les démarches d'ouverture du marché européen pour le miel malgache. Actuellement, le miel exporté est constitué principalement de miel d'essence spécifique (litchi, niaouli, palissandre). Donc l'accès au marché européen développerait le commerce de ces types de miel à l'extérieur laissant alors une part du marché national pour le miel d'eucalyptus issu principalement des régions d'étude.

ANNEXES

ANNEXE 1 : MISE A JOUR DU CALCUL DE L'AMORTISSEMENT – Apiculteur traditionnel					
Matériel	Durée de vie (an)	Unité	Quantité	PU (Ar)	Montant annuel (Ar)
Planches	5	nombre	40	2 000	16 000
Clous	5	kg	5	6 000	6 000
Colle	5	kg	19	800	3 040
Couteau	3	nombre	1	500	167
Cuvette	3	nombre	2	3 000	2 000
Bidon	3	nombre	3	9 000	8 571
Total amortissements					35 778

ANNEXE 2 : MISE A JOUR DU CALCUL DES AMORTISSEMENTS – Apiculteur moderne					
	Durée de vie (ans)	Unité	Quantité	Prix unitaire (Ar)	Amortissement annuel (Ar)
extracteur en inox	10	nombre	1	1 000 000	100 000
ruche	10	nombre	80	50 000	400 000
essaim	10	nombre	80	16 000	128 000
voile	3	nombre	1	5 000	1 667
couteau	5	nombre	3	2 000	1 200
seau	3	nombre	5	2 000	3 333
bidon en plastique	10	nombre	5	4 000	2 000
Total amortissements					636 200