

Country:	BENIN	Name of Project:	Rabbit Breeding PROJE C T			
Estimate of Funding Request:	Local Currency:	FCFA 67,700,000				
	USD Equivalent:	U.S. \$ 163 133				
Length of Project	5 Years	Exchange Rate:	1 US\$ = 415 FCFA			
Project Purpose:						
Capacity Expansion and Operational Efficiency						
Primary Corporate Strategic Objective for ADF: For Profit Micro Enterprise					Grant Type:	
Promoting Micro Enterprise Development that will generate employment and increase income levels in support of poverty reduction in Benin						
Legal Name of Applicant:	ADJIDO					
Other Names Applicant is known by or does business as:	A/N					
Legal Status of Applicant:	GIE au capital de 1 000 000 enregistré sous RCCM Cotonou N° RCCMRB/Cot/08C15					
Date of Registration:	07/28/2008					
CBO, Business or IO:	OI					
Project Participants:	Male	5	Female	3	Total	8
IO Clients to be assisted:	Male		Female		Total	
Applicant Contact Points:						
Name of Primary Contact:						
Position:	Georges TSAGLI					
Address:	General Secretary of Cooperative Society and Team Manager					
Telephone:	(229) 97 07 39 80					
Fax or E-Mail:	gtsagli@yahoo.fr					
Location:	Benin					
Region or district:	Atlantique					
City or town [if urban]:	Ouidah					
Village [if rural]:	Savi Oueton gbegantomey					
Nearest Town [if rural]:	Ouidah					
Event:	App. Rcvd.	Referral Memo	Rec. to PRC	PRC Memo	Cert. Memo	Grant Date
Date						
SIGN-OFF						
Name	Organization			Capacity	Date	
Georges TSAGLI	GIE ADJIDO			CEO		
Eric Newman	USADF Benin			M&E Specialist		
Paul Olson	USADF			RPC		

Analyse du marché

1.1.1.1 Méthodologie

La collecte des données documentaires a été réalisée parallèlement aux enquêtes de terrain. Pour la revue documentaire nous avons consulté les documents disponibles dans les bibliothèques du Centre Cunicole de Recherche et d'Information (CECURI), la Direction de l'Élevage, la Faculté des Sciences Agronomiques d'Abomey- Calavi, et la FAO. Les données chiffrées utilisées sont celles disponibles sur l'élevage de lapins au Bénin produites par le CECURI, la Direction de l'Élevage et l'ABeC. L'étude de l'offre se limitera à celle de la production nationale. En effet, bien que certains hôtels ou supermarchés déclarent d'être parfois obligés d'importer du lapin sous forme de produits frais ou transformés, il n'existe pas de données statistiques sur ces importations de manière à en apprécier l'importance. Quoi qu'il en soit, selon les enquêtes réalisées auprès de ces structures par Gnidehou (2004), l'essentiel de leur approvisionnement en viande de lapin est assuré par des éleveurs et des intermédiaires nationaux. Les importations se limiteraient plutôt à celles de produits transformés (terrines, pâté...) qui laissent à peine des traces dans les statistiques du commerce extérieur.

1.1.1.2 Evolution de la production cunicole au niveau

Les données statistiques montrent une nette augmentation des paramètres de production de 1998 à 2007. En effet,

- ❖ Le nombre d'élevage est passé de 400 à 1500 avec une forte prédominance de l'élevage familiale soit environ 1400 contre moins de 20 pour l'élevage commerciale.
- ❖ Le nombre de lapine- mères est passé de 2.251 à 17.200 animaux soit une augmentation 664 % avec une production moyenne de 30-35 lapereaux par lapine dans les élevages bien suivie.

Année	Nombre d'élevage		Lapine mère	
	1998	2007	1998	2007
Lapin	400	1500	2.251	17.200

Source : ABEC (2007) et FAO (1998)

Cette forte augmentation de la production du lapin est due aux phénomènes successifs de peste porcine et grippe aviaire qui ont décimé les élevages de porc et de volaille et ont rendu très populaire la viande de lapin. Ainsi l'on note un fort engouement pour l'élevage du lapin dont la viande est fortement très demandée.

1.1.1.3 Analyse de l'offre de lapins

A partir des paramètres relatifs à l'effectif des lapines reproductrices, au nombre de mises bas annuelles par reproductrice (6), au nombre de lapereaux par portée (7), aux taux de mortalité à la maternité et à l'engraissement, à l'âge de sevrage des lapereaux (10%), l'offre annuelle de lapins a été estimée à 541,800 têtes de lapin soit 704,34 tonnes de viande en considérant l'effectif de lapine-mères déclaré par l'ABEC (voir tableau ci-dessus). Le cheptel et la production de la viande de lapin ont considérablement augmenté soit 11 fois en 10 ans. Cette forte augmentation observée est due à un changement du comportement alimentaire de la population qui suite à la peste porcine et la grippe aviaire a découvert les qualités organoleptiques et thérapeutiques de la viande de lapin qu'elle a adoptée. De plus une maîtrise des techniques de production et l'introduction de nouvelles techniques telle l'accouplement par bande ont permis aux élevages commerciaux de disposer de la viande en toute période mais pas en quantité suffisante. Les études de Gnidehou (1998) ont montré que 90% des éleveurs familiaux vendent leurs productions en période des fêtes.

	Nombre de lapereaux par mère lapine par an	Tête Production (Kg)		Production de viande (tonne)	
		1998	2007*	1998	2007
Lapin	30-40	40.242	541.800	52,3	704,34

Source : FAO-CeCuRI (production 1998), *estimation à partir des chiffres de l'ABEC.

Les enquêtes par appels téléphoniques, rencontres avec des acteurs importants de la filière (individus éleveurs, fermes commerciales, restaurants, hôtels, association etc.) nous ont permis de mieux investiguer le marché des lapins au Bénin.

De cette investigation, il ressort que le marché du lapin est en plein essor et que la demande de la clientèle est grandissante. Selon Mikado, une ferme commerciale sa vente au Bénin a plus que doublé l'année dernière avec souvent de fréquentes ruptures au cours de cette année. Ceci fait qu'elle n'arrive plus à satisfaire la demande lui venant du Nigeria. Elle vend la grande partie de sa production sous forme de viande abattue et congelée. ABEC déclare vivre une situation pareille. Parc des Princes est un restaurant spécialisé dans la vente de la viande de lapin préparée sous différente forme. Le gérant déclare avoir des fréquentes ruptures qui l'ont amenée à mettre en place sa propre ferme d'élevage dont la taille actuelle ne lui pas de satisfaire toute la demande de la clientèle. Ainsi il est obligé d'acheter au près des petits éleveurs et intermédiaires des lapins souvent vifs.

Aussi ces investigations nous ont amené à estimer à environ 500 tonnes la production ayant fait objet de commercialisation (confère tableau suivant). L'autre partie de la production étant destinée à l'auto consommation.

Offre de lapin de quelques fermes et association en 2007

	Production (tonne)
ABEC	400
MIKADO	42
CeCuRI	7
Parc des Princes	9
Autres	40
Total :	498

Sources (nos enquêtes)

1.1.1.4 Evaluation de la demande globale

La viande de lapin étant absente des données statistiques disponibles sur la consommation alimentaire au Bénin et des exportations des viandes, une partie des informations utilisée pour analyser la demande de ce produit a été directement collectée auprès des acteurs (éleveurs, Association Béninoise de Cuniculture) au cours de la présente mission et l'autre de l'enquête de la FAO en 1998. Signalons que l'enquête n'a pas été exhaustive pour évaluer le niveau de demande effective et potentielle de produits cunicoles de chaque ménage, et les besoins des hôtels, des restaurants, des supermarchés, des maquis et autres.

Eu égard à l'engouement des populations pour l'élevage du lapin, la maîtrise de la conduite de l'élevage et l'acceptation de la viande par la population etc., la Direction de l'Élevage a classé l'élevage du lapin comme élevage conventionnel et a estimé à 7,4 kg/habitant/an/ la contribution de la viande du lapin pour une autosuffisance en protéine animale de la population béninoise. De même les enquêtes réalisées ont montré que la grosse clientèle des élevages semi- commerciaux et commerciaux se retrouve dans les centres urbains notamment Cotonou et ses banlieux, Ouidah, Porto-Novo, Bohicon, Abomey, Parakou etc. La demande en zones rurales est faite

d'autoconsommation, d'achats d'animaux d'élevage et de rares consommateurs disposés à acheter de la viande de lapin (expatriés travaillant dans des projets, fonctionnaires...).

Pour l'évaluation de la demande nous avons considéré la contribution estimée de 7,4 kg comme demande individuelle pour déterminer la demande potentielle de toute la population et ensuite celle des villes de forte consommation de la viande de lapin notamment du sud Bénin en raison de la clientèle envisagée avec l'hypothèse que seulement 20% de la population de ce dernier cible consomment cette viande à ce rythme. Signalons que la viande de lapin n'est pas un totem pour la population du sud Bénin.

Toutes ces considérations nous ont permis d'évaluer à 59.779,52 tonnes la demande potentielle de toute la population béninoise et à 24.509,60 tonnes dont 13.937 tonnes de viande de lapin pour les grandes villes du sud Bénin.

NB : Aucune des fermes approchées n'a déclaré avoir de problème pour écouler sa production et tous unanimement ont signifié qu'il y a eu des demandes non satisfaites.

Grande ville de consommation		Population en 2006	Population en 2007	Consommation annuel (kg) *	Consommation annuel (Kg)**
Région au sud du Bénin = clientèle de Adjido	Cotonou	690 584	712 683	5 273 852	1 054 770
	Abomey-Calavi	358 755	370 235	2 739 740	547 948
	Porto-Novo	234 168	241 661	1 788 294	357 659
	Bohicon	125 092	129 095	955 303	191 061
	Lokossa	86 971	89 754	664 180	132 836
	Ouidah	83 503	86 175	637 696	127 539
	Abomey	82 154	84 783	627 394	125 479
	Total (Kg)			12 686 458	2 537 292
	Total (tonnes)			12 686	2 537

Région de grande consommation au nord du Bénin	Djougou	202810	209 300	1 548 819	309 764
	Kandi	109701	113 211	837 765	167 553
	Parakou	163753	168 993	1 250 549	250 110
	Total (Kg)			3 637 133	727 427
	Total (tonnes)			3 637	727

Taux d'accroissement annuel = 3,2%

Consommation annuel prévue par la Direction de l'Elevage = 7,4 kg/habitant/an

* Consommation en tenant compte de la toute la population des régions concernées

** Consommation en considérant que seulement 20% de cette population vont consommer cette viande

Population total en 2007	8 078 314
Consommation estimée (kg):	59 779 524
Consommation estimée (tonnes)	59 779, 524

Source des données sur la population et taux de croissance : INSAE

1.1.1.5 Autres Caractéristiques du marché

Périodes de vente : Le lapin se vend plutôt bien toute l'année avec des pointes liées aux fêtes de fin d'année et aux grandes cérémonies religieuses et coutumières. Toutefois, les intermédiaires et les éleveurs livrant de la viande aux expatriés ont mentionné une période de baisse des ventes correspondant aux vacances d'été (juillet à septembre), période au cours de laquelle les expatriés sont absents.

Les études de la FAO (1998) ont indiqué que près de la moitié des éleveurs (49%) vendent leur production toute l'année, que 9% la commercialisent à l'occasion des grandes cérémonies religieuses ou coutumières, que 21% la vendent à l'occasion des fêtes de fin d'année. Pour les 21% autres restants, les périodes de vente sont la conjugaison des fêtes de fin d'années et d'autres fêtes. Ces résultats indiquent que même si certaines périodes de l'année sont plus propices que d'autres à d'importantes ventes, les éleveurs ont la possibilité de commercialiser leur production tout au long de l'année.

Prix de vente : Le prix du lapin varie suivant les régions, l'état dans lequel il est vendu (vif ou abattu) et évolue en faveur des phénomènes conjoncturels tels les fêtes, les maladies et les pénuries dues aux intrants. En milieu rural il est vendu vivant et coûte moins cher (2000-2300 FCFA) en 2007 contre (2500-2800 FCFA) en 2008. En milieu urbain, la variation du prix du lapin vif n'a pas été aussi forte (2500-2700 FCFA) contre (2700-3000 FCFA) en 2008. Pour les lapins abattus et conditionnés, le prix oscille entre 2200-2500 FCFA/Kg voire 2800 FCFA dans les supermarchés. En général, pendant les périodes de fête le lapin coûte plus cher que les jours ordinaires.

Les phénomènes de peste porcine en 2003 et de grippe aviaire en 2006-2007 ont influencé le prix de vente du lapin du fait que la demande est devenue très grande et absorbe très rapidement l'offre.

Chaîne de distribution : La grande majorité (80%) des éleveurs commercialisent leur production à travers l'Association Béninoise de Cuniculture (ABeC) qui dispose des points de vente dans les grandes villes (Cotonou, Bohicon). L'association reçoit de ses membres une somme de 100 FCFA/Kg de lapin vendu.

Certains éleveurs vendent leur production à des intermédiaires dont sont les zones de couvertures sont les régions désenclavées des communes Abomey-Calavi, Cotonou et Ouidah. Ces intermédiaires gagnent en moyenne 300-600 F CFA par tête de lapin revendu. De même, certains éleveurs tels Mikado ont leur propre chaîne de distribution et sont en partenariat avec d'autres petits producteurs nationaux et exportateurs de la sous-région. Egalement, cette ferme dispose des boutiques Mikado où est commercialisé le lapin. Néanmoins soulignons que les éleveurs des régions enclavées connaissent quelques difficultés dans la commercialisation de leur production.

Les viandes de lapin sont vendues congelées par ABEC, MIKADO et dans certains supermarchés. Seuls dans certains supermarchés, ces viandes sont vendues dans des emballages.

1.1.1.6 Clientèles

La grande majorité des élevages familiaux et semi-commerciaux de lapin ont une seule catégorie de client qu'est l'Association Béninoise de Cuniculture (ABeC). ABeC et les éleveurs commerciaux ont une clientèle diversifiée, composée de :

- Individus nationaux et expatriés
- Institutions de restauration collectives (CENOU, Centre National Hospitalier Universitaire, Groupement d'Achat de l'Armée etc.)
- Restaurants et maquis et les hôtels.

Les études de la FAO en 1998 ont noté une forte prépondérance des individus nationaux au sein de la clientèle. Cette clientèle d'individus nationaux n'est en fait pas homogène : on y trouve des intermédiaires, d'autres éleveurs acquérant des reproducteurs et des consommateurs finaux. Ceci

indiquent que des nationaux sont plus impliqués dans les transactions s'opérant sur le lapin plus qu'on ne l'imagine et augurent d'un avenir prometteur pour cette filière.

Les clients qui achètent les lapins dans les dépôts de ventes, sur les fermes ou livré à domicile payent au comptant. Par contre les hôtels et les restaurants souhaitent souvent payer bi hebdomadairement ou mensuellement si possible. Par ailleurs, les institutions de restauration collectives souvent étatiques payent par bon de commande et le paiement peut durer 1 à 3mois).

Les clients souhaitent une disponibilité en toute période et quantité suffisante de la viande de lapin. De même, ils souhaitent que le produit soit toujours de bonne qualité et à un prix abordable soit 2200 FCFA (source ADJIDO et ABeC). Certains restaurants souhaitent des conditions de paiement particulière (crédit, prix étudié etc.) qui leur permettra d'acheter en grande la viande de lapin ou à d'autre d'essayer le lapin qui apparaît comme une viande de luxe pour certaines catégories de clientèle.

Toujours les résultats des enquêtes auprès de certains restaurants et hôtels nous a permis de noter une forte demande et une intention d'introduire la viande dans les menus si elle peut-être disponible et à bon prix.

N°	Nom	Ville	Nature	Observations
01	Centre national des œuvres universitaires (CENOU)	Abomey-Calavi	Restauration des étudiants	Selon le chef service approvisionnement, le CENOU pourrait être intéressé par le lapin aux conditions suivantes: livraisons régulières et à un prix «abordable» de 800 kg de viande par semaine pendant toute l'année universitaire soit 8 à 9 mois sur 12.
02	Maquis Le Dauphin	Cotonou	Maquis	Le maquis est prêt à proposer du lapin à ses clients. Pour cela, le gérant souhaite rencontrer des éleveurs pour discuter des modalités d'éventuelles transactions.
03	Groupement d'achats militaires (GAM)	Cotonou	Intendance militaire	Le GAM/DSI n'avait pas l'habitude d'utiliser la viande de lapin dans le cadre de ses activités mais plutôt la volaille. Cependant, à l'avènement de la grippe aviaire, le GAM a introduit la viande de lapin dans son repas. Mais faute d'une livraison suffisante et en toute période, le lapin n'est quotidiennement préparé. Le GAM Souhaiterait que les éleveurs, les éleveurs et autres services envisagent avec lui des relations de dépôt-vente. Il faudra alors mettre à la disposition du GAM du matériel de conservation comme c'est actuellement le cas avec les fournisseurs de poulets. Dans tous les cas une lettre d'agrément doit être adressée au GAM avec des propositions de prix. Par ailleurs, le GAM constitue un important marché potentiel dont la prise en compte par une politique commerciale adéquate permettra d'écouler une grosse partie de ses produits.
04	Chez YAO	Cotonou	Hôtel	Le lapin pourrait être proposé dans le menu si peut-être livré de façon régulière et à un prix très abordable, 2100 FCFA le Kg.

05	Chez ADE	Cotonou	Maquis	La direction pourrait introduire du lapin dans le menu si les fournisseurs proposent des prix « intéressants ». soit 2000-2200 FCFA le kg. La demande existe au niveau de notre clientèle. Si nous avons un partenaire qui pourra nous le livrer à bon prix, nous avons le proposer dans nos menus.
06	Hôtel Marina	Cotonou	Hotel	Utilisation et bonne appréciation de la race locale par les clients notamment occidentaux mais souvent en rupture.
07	TRAMWAY	Cotonou	Restaurant	C'est une bonne viande. Le lapin est un animal très propre et sa viande est tendre. Le restaurant est prêt à proposer la viande de lapin à ses clients (Chef cuisinier).
08	Le Relais du Nouveau pont	Cotonou	Maquis	Le gérant est disposé à proposer du lapin à ses clients si le prix est «abordable».
09	Le Capital	Porto-Novo	Hôtel	Nous avons déjà l'habitude de la proposer à notre clientèle. Le problème est que nous n'en avons pas toujours au moment voulu. En temps, nous nous approvisionner au près du centre songhaï qui lui-même actuellement en rupture.
10	Pili-Pili	Cotonou	Maquis	Le lapin pourrait être introduit dans le menu aux conditions suivantes : fourniture de lots réguliers et journaliers à des prix « intéressants ».
11	La Marielle	Cotonou	Restaurant	Le lapin pourrait être introduit lors du changement de la carte de menu.
12	RANHO	Bohicon	Hôtel	Nous le proposer à tous les séminaires organisés ici et à notre clientèle d'hôtel.

Source: Enquête, juin et juillet 2008

Aussi nous avons essayé de connaître les motifs d'achats, appréciations des prestations des fournisseurs et suggestions des entreprises à travers des questions que nous avons adressées à des entreprises. Ceci vise à mieux les exigences du marché. Les questions adressées dans ce cadre sont les suivantes :

- Pourriez-vous expliquer pourquoi vos clients s'intéressent à la viande de lapin ?
- Si vous êtes approvisionné par les béninois, êtes-vous satisfaits de leurs prestations ? Si non, pourquoi ? Que devrait-on faire afin que vous soyez mieux approvisionné ?
- Quels sont vos souhaits et suggestions pour une satisfaction correcte et régulière de vos besoins en viande de lapin ?

Les réponses à ces questions sont consignées dans le tableau suivant.

Entreprises	Motifs d'achat des consommateurs finaux	Appréciation des prestations des fournisseurs béninois de lapins	Souhaits et suggestions pour une satisfaction correcte et régulière des besoins en viande de lapin
Entreprise 1	-	Nous sommes en rupture permanente et les quantités fournies sont insuffisantes	-
Entreprise 2	-	Nous sommes satisfaits	-
Entreprise 3	C'est une viande blanche et	Nous sommes satisfaits	-

	tendre. Le lapin est un animal très propre qui aime se nourrir avec des légumes frais.		
Entreprise 4	C'est une viande différente des autres. Certains clients s'y intéressent par curiosité.	Nous ne sommes pas satisfaits. Nos fournisseurs ne sont pas organisés et n'ont jamais de stock disponible.	Régularité dans la fourniture
Entreprise 5	-	Nous sommes satisfaits.	Si le prix pouvait être revu à la baisse, la demande du produit pourrait augmenter
Entreprise 6	-	Nous sommes satisfaits.	Il faudrait que les fournisseurs fassent des prix promotionnels et accordent des facilités aux restaurants afin que ces derniers essaient de nouveaux menus. Cela pourrait lancer la consommation du lapin.
Entreprise 7	C'est une viande blanche occasionnant très peu de maladie	Nous sommes satisfaits	-
Entreprise 8	Les clients sont fatigués de manger les mêmes viandes. Ils veulent du changement et la viande de lapin répond parfaitement à ce besoin de changement.	Nous sommes satisfaits	Il est souhaitable d'organiser des séances de dégustation afin de mettre fin aux préjugés qui font que pour l'instant le lapin n'est pas encore un produit de grande consommation
Entreprise 9	-	-	Il faut un travail de marketing au niveau des éleveurs et des vendeurs.
Entreprise 10	La majorité des clients ne s'intéressent pas à la viande de lapin parce qu'ils ne la connaissent pas. Nous la proposons pour les séminaires car c'est une viande rare et succulente. C'est une viande blanche et bien appréciée de ceux qui la connaissent.	-	Il faut que les clients reconnaissent l'importance et les qualités de cette viande. Pour cela, il faut informer les populations sur les bienfaits de la viande de lapin.
Entreprise 11	C'est notre façon d'apprêter cette viande (braisée ou civet) qui la font aimer des clients	-	Nous n'avons pas de suggestion
Entreprise 12	Cette viande ne rend pas malade	-	Nous n'avons aucune suggestion
Entreprise 13	C'est une viande succulente	-	Nous n'avons aucune suggestion
Entreprise 14	Le goût est très appétissant	Nous sommes satisfaits parce que l'emballage est bien présenté.	Nous n'avons aucune suggestion
Entreprise 15	Pour leurs besoins culinaires et la saveur de la viande de lapin.	Nous sommes assez satisfaits	Un bon suivi vétérinaire et alimentaire des lapins et une bonne qualité de la viande. Un bon rapport qualité-prix. Un approvisionnement suffisant et régulier.
Entreprise 16	La viande de lapin est bonne et ne donne pas de maladie	-	-
Entreprise 17	C'est une bonne viande blanche	-	-
Entreprise 18	C'est une viande tendre et succulente	-	-
Entreprise 19	Tout comme la viande de poulet,	-	-

la viande de lapin est une viande blanche qui vous épargne des maladies. De plus, le lapin est un animal propre.		
--	--	--

Source : Enquête, Juin et juillet 2008.

1.1.1.7 Analyse de la concurrence de la viande de lapin

S'agissant de l'analyse des produits concurrents du lapin, la question de prix mérite une attention particulière. Le prix des viandes de bovins, d'ovins et de caprins sont actuellement de 2500-3000 F/kg en 2008. Mais elles ne sont pas des concurrents directs à la viande de lapin qui, rappelons-le, se vend actuellement à 2.500 F/kg. Les concurrents directs du lapin d'élevage sont le lièvre, le lapin sauvage, l'aulacode sauvage et d'élevage et le poulet.

Le lapin sauvage et le lièvre sont vendus, selon les localités à un prix oscillant entre 1.000 F et 1.500 F la pièce. Mais le produit n'est pas très disponible surtout au sud du Bénin où se trouve la grande clientèle de lapin. Ce produit ne constitue pas véritablement une menace au lapin d'élevage surtout que le braconnage est une activité sévèrement punie actuellement. Quoiqu'il en soit, si ce prix peut encore se maintenir quelque temps à l'intérieur du pays grâce au braconnage, il a tendance à se rapprocher de celui du lapin d'élevage vers les zones urbaines.

La viande d'aulacode, qu'il soit sauvage ou d'élevage, a toujours été considérée comme un produit de luxe dans les zones urbaines. Dans les zones rurales, elle est rarement auto-consommée par le paysan braconnier qui préfère en tirer des revenus monétaires. Une légère enquête auprès de l'Association Béninoise des Eleveurs d'Aulacodes (ABEC) et de quelques commerçantes de ce produit a permis de recueillir les informations ci-après :

Le prix rendu Cotonou du kilogramme de la viande fraîche d'aulacode sauvage est de 1700 FCFA/kg et celui d'élevage oscille autour de 2.300-2700 F CFA/kg. Sous forme fumée, l'aulacode sauvage coûte environ 2.000 FCFA et celui d'élevage 2500-2800 FCFA.

Les prix aux producteurs des reproducteurs de trois mois (poids moyen: 1,7 kg pour le mâle et 1,2 kg pour la femelle) sont de 40.000 FCFA pour un groupe de 4 femelles et 1 mâle au niveau national et 105. 000 F CFA à l'extérieur.

Ces données indiquent que l'aulacode, sauvage ou d'élevage, est un produit légèrement moins cher que le lapin. Par ailleurs, ses performances zootechniques sont loin d'en faire un animal aussi prolifique que le lapin. En conséquence, même en diminuant, le prix de la viande d'aulacode d'élevage sera pendant longtemps encore largement plus élevé que celui du lapin d'élevage. Par ailleurs, la pression des braconniers sur l'aulacode sauvage en a déjà fait un animal rare au sud Bénin. A terme, son prix augmentera également.

Enfin, le dernier concurrent du lapin est la viande de la volaille, en particulier celle du poulet. Le poulet, qu'il soit local ou de race améliorée, se vend à Cotonou aujourd'hui à un prix tournant autour de 1800-2000 F/kg soit légèrement moins cher que le lapin. Mais c'est un produit devenu rare et la demande est partiellement satisfaite par des importations de produits de qualité bien moindre que la production nationale. Ces importations sont faites en grande partie de poules reformées et d'ailerons de dindes estimées à 4.500 tonnes en 2007 (Aklamavo, 2008) qui tendent à remplacer dans les maquis et les restaurants de rue, le poulet local, fort apprécié des cotoinois. Le lapin peut parfaitement soutenir la concurrence face au poulet et surtout aux poulets importés. Signalons qu'avec la grippe aviaire, le poulet a été délaissé par un grand nombre de consommateurs au profit de lapin.

Quant à la viande de lapin importée soit environ deux (2) tonnes n'est pas appréciée des consommateurs nationaux. Elle est vendue à 2200 FCFA le kg.

1.1.1.8 Estimation de la demande effective

Demande nationale

Eu égard à l'existence d'une demande non satisfaite et d'une demande potentielle susceptible d'exploser en cas de campagne promotionnelle, à l'existence d'un déficit national structurel en produits carné, à la concurrence facilement maîtrisable d'autres viandes (aulacode, poulet...) et nous estimons la demande nationale égale à l'écart entre l'offre globale et la demande globale. C'est ce potentiel qui reste à satisfaire par les éleveurs de lapin sur le marché. La part réelle de Adjido à terme sur le marché sera le résultat de l'efficacité marketing, commerciale et managériale du projet.

Ainsi la demande des villes de la région du sud-Bénin où se situe Adjio est estimée à 2.538 tonnes de viande de lapin. Mais actuellement, seulement 500 tonnes de viande lapin font objet de transaction. En supposant que ces 500 tonnes de viande sont vendues sur ces marchés, il reste une demande de 2.038 tonnes non satisfaite. Cette forte demande est confirmée par les éleveurs, commerçants, intermédiaires et restaurants qui ont déclaré avoir de très fréquentes ruptures de stock de viande de lapin. Les quantités de viande de lapin produites par Adjido durant les 5ans sont largement en dessous de cette demande potentielle (confère tableau tableau1).

Quelques données sur des demandes exprimées dans la sous-région

Par manque de données statistiques sur les exportations cette demande ne pourra pas être estimée de façon exhaustive. Cependant, les entretiens avec les responsable de la ferme Mikado, de l'Association Béninoise des Cuniculteurs et l'Association des Exportations (AdEx) nous ont permis de contacter qu'une demande en provenance de la sous -région notamment du Togo, du Nigeria, du Cameroun et le Gabon existe et reste non satisfaite. Selon l'un des responsables de l'AdEx, cette structure aurait permis à l'ABeC de nouer un partenariat avec un importateur de viande camerounais dont la commande était de 1500 lapins par mois. Mais malheureusement cette demande n'a pas été satisfaite. Par ailleurs Mikado, la plus grande ferme de lapin au Benin déclare avoir également reçu une commande ferme mensuelle de 10,000 lapins soit 13 tonnes de viande en l'an 2007 d'un exportateur Nigérian et une autre d'un conteneur de 20 pieds d'un client européen qu'elle n'a pas pu satisfaire. Actuellement, elle a une commande de 5.000 lapins par mois en provenance du Cameroun qu'elle n'arrive plus à satisfaire du fait que la demande locale est très forte et à bon prix.

En se fondant sur ces informations recueillies et à la crise alimentaire mondiale nous pouvons affirmer que la demande en viande dans la sous région est forte.

Du fait d'une part que la production envisagée par ADJIDO est largement en dessous de la demande potentielle et qu'aucune ferme approchée n'a déclaré avoir de mévente mais plutôt des problèmes de ruptures de lapin destinés à la vente et que les fermes ont même déclaré bénéfique les prix actuellement pratiqués d'autre part, nous avons jugé moins important une étude approfondie du marché sous régional du lapin dont notamment le Togo et le Nigéria. Par ailleurs signalons une fois encore que des statistiques sur place au Bénin sur ces pays (Bénin, Togo) pour ce qui concerne la viande de lapin ne sont pas disponibles.