

LE PASTORALISME ET LA COMMERCIALISATION DU BÉTAIL EN AFRIQUE



Dans les zones arides d’Afrique, les pasteurs sont les principaux fournisseurs de bétail sur les marchés nationaux, régionaux et internationaux, et les revenus tirés de la vente de bétail sont essentiels pour les moyens d’existence des éleveurs. Pourtant, les responsables politiques et les experts en matière d’aide se demandent souvent pourquoi les pasteurs ne vendent pas plus d’animaux. Il n’est pas rare que cela conduise à des politiques et des programmes dont l’approche vise à résoudre des problèmes apparents, tels que des ventes de bêtes insuffisantes sur les marchés. Si les pasteurs sont pauvres, ils devraient sûrement vendre un plus grand nombre de bêtes, non ?

Ce document d’information présente une vue d’ensemble de la commercialisation du bétail pastoral en Afrique. Il explique également les comportements des pasteurs en matière de commercialisation et la logique économique qui sous-tend leurs décisions quant au moment, au nombre et aux types d’animaux à vendre. Au cœur de cette logique figure l’utilisation du bétail à la fois comme une source de revenus et comme le principal actif financier (l’épargne) dans les ménages pastoraux. Ce document s’appuie en grande partie sur des recherches menées en Afrique et financées par l’Agence des États-Unis pour le développement international (USAID) et sur des évaluations de l’impact des initiatives de commercialisation du bétail dans les zones pastorales. Il devrait être lu parallèlement au document intitulé *Le Pastoralisme en Afrique. Brève introduction*, qui donne une vue d’ensemble du pastoralisme en Afrique et de sa raison d’être écologique et économique¹. Bien que les pasteurs soient aussi d’importants fournisseurs de produits d’élevage, surtout de lait, aux marchés, ce document d’information se concentre sur le commerce d’animaux vivants.

¹ Hesse et Catley, 2023.

Les pasteurs et le commerce de bétail en Afrique

Depuis les années 1970, l'un des discours politiques les plus fréquemment entendus dans les services gouvernementaux, chez les bailleurs de fonds d'aide et les organisations non gouvernementales (ONG) internationales est que les pasteurs d'Afrique sont en fait « réfractaires au marché » et qu'ils élèvent du bétail avant tout pour asseoir leur prestige et pour des raisons culturelles. Ce discours est étroitement lié à l'idée que les systèmes pastoraux ne contribuent guère aux économies nationales et qu'ils doivent donc être modernisés, voire remplacés. Pourtant, les éleveurs échangeaient déjà leurs bêtes en Afrique de l'Est et de l'Ouest dès le début du XIX^e siècle et, dans certains cas, des centaines d'années auparavant².

Le cas classique de commercialisation du bétail pastoral en Afrique de l'Est est celui de la Somalie qui, en 1927, par exemple, a exporté 1,8 million de moutons et de chèvres³. Malgré des sécheresses répétées, des guerres et des embargos sur le commerce du bétail, les exportations de bétail somalien ont constamment dépassé 1 million d'animaux par an depuis le début des statistiques et elles ont souvent franchi la barre des 3 millions de bêtes. Une étude sur les exportations de bétail somalien en 1982 indiquait que « peu de lecteurs savent, par exemple, que le petit port somalien de Berbera, sur le golfe Persique, était jusqu'à très récemment le premier point d'expédition maritime de bétail au monde, avec plus de 2 millions de têtes de moutons exportées par an » et que « même en 1976, un an après une grave sécheresse, les exportations somaliennes comptaient pour un sixième des exportations mondiales de bétail⁴ ». Le cas de la Somalie illustre également les caractéristiques communes des systèmes de commerce du bétail pastoral en Afrique : leur nature régionale et transfrontalière, et les flux dynamiques de bétail. Le système de commerce du bétail somalien implique des éleveurs de Djibouti, d'Éthiopie, du Kenya, du Puntland, de Somalie et du Somaliland. En matière d'exportations et d'échanges régionaux, il existe un mouvement net d'animaux destinés à la vente vers les ports somaliens, mais aussi un commerce substantiel de bovins depuis le sud de la Somalie vers le Kenya.

Au fil du temps, des réseaux nationaux, régionaux et internationaux très importants de commerce d'animaux pastoraux vivants se sont également développés dans d'autres parties de l'Afrique. Faisons un saut jusqu'en 2013, et la valeur du commerce de bétail pastoral dans la Corne de l'Afrique avoisinait le milliard de dollars US par an⁵. Cette estimation tient compte des éléments suivants :

- Les exportations de bétail du Soudan, un pays qui, pendant des décennies, a exporté quelque 1,5 million de moutons pastoraux, 200.000 chameaux et 100.000 chèvres par an (hormis en 2007 et 2008) ;
- Les données sur les exportations de bétail provenant du port de Berbera, au Somaliland, qui reçoit des bêtes de la région somalienne de l'Éthiopie et de la localité, et a exporté 1,6 million d'ovins et de caprins, 136.000 bovins et 97.000 chameaux en 2010 ;
- Les exportations officielles de bétail et de viande en provenance de l'Éthiopie pour 2011 et 2012, évaluées à 285.900 millions de dollars US et issues principalement des zones pastorales ;
- Les exportations de bétail du sud de la Somalie vers le Kenya, évaluées à 13,6 millions de dollars US en 2007 ;
- Les exportations de bétail en provenance d'autres ports, grands et petits, le long de la côte somalienne, de Djibouti et de Mombasa, ainsi qu'un important commerce intérieur de bétail à Djibouti, en Éthiopie, en Érythrée, au Kenya, en Somalie, au Soudan et en Ouganda.

De même, en Afrique de l'Ouest, la valeur des échanges de bovins au sein de la Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) a été estimée à 800 millions de dollars US en 2015, une grande partie

2 Kerven, 1992.

3 Hunt, 1951.

4 Reusse, 1982.

5 Catley et al., 2013.



de ce commerce étant classée comme animaux à l'exportation⁶. Il convient de souligner que ce chiffre n'inclut pas le commerce de moutons, de chèvres, d'ânes ou de chameaux.

Les pasteurs ne se contentent pas de fournir d'importants volumes de bétail aux marchés, ils s'adaptent également aux demandes et saisissent les opportunités commerciales qui se présentent. En Somalie, la commercialisation et les exportations de bétail pastoral se sont accélérées dans les années 1970 en raison du boom pétrolier dans le golfe et grâce à l'augmentation des revenus des consommateurs⁷. Les exportations ont en partie augmenté parce que les pasteurs ont modifié la composition de leurs troupeaux en faveur de l'élevage de bovins en réponse aux opportunités offertes par les marchés d'exportation⁸. De même, au début des années 2000, un nouveau et vaste commerce transfrontalier de chameaux s'est développé en Afrique de l'Est⁹. Il s'étendait sur près de 2.000 km, depuis les producteurs pastoraux de l'est de l'Éthiopie jusqu'aux pasteurs de l'extrême nord-ouest du pays, gagnant même le Soudan. Ce commerce impliquait plus de six groupes ethniques et était desservi par 24 marchés à travers l'Éthiopie. Dans le cadre de ce système en plein essor, les éleveurs fournissaient des chameaux en réponse à la demande d'agriculteurs exploitant des zones de moyenne altitude en Éthiopie et du fait de l'augmentation de la valeur marchande des chameaux au Soudan. Bien que ce commerce se soit développé en l'absence de programmes d'aide ou d'initiatives gouvernementales, il était évalué à 61 millions de dollars US en 2010. À titre de comparaison, la valeur totale des exportations officielles d'animaux sur pied

6 Maur et Shepherd, 2015.

7 Reusse, 1982.

8 Al-Najim, 1991.

9 Aklilu et Catley, 2011.

et de viande de bovins, d'ovins et de caprins en provenance d'Éthiopie en 2010 s'élevait à environ 125 millions de dollars US¹⁰. Cela montre à quel point les réseaux commerciaux étendus où interviennent des producteurs pastoraux peuvent se développer rapidement à travers les pays, souvent sur la base de connexions informelles et fréquemment en dehors des politiques et des réglementations.

En termes de contributions aux économies nationales et régionales, dans les pays d'Afrique de l'Ouest, le bétail représente en moyenne 44 % du produit intérieur brut (PIB), et il est raisonnable de supposer que la majeure partie de cette activité économique est dérivée des systèmes pastoraux¹¹. En Afrique de l'Est, des études commanditées par l'Autorité intergouvernementale pour le développement (IGAD) en 2012 ont révélé d'importants manquements dans la manière dont le PIB dérivé de l'élevage était calculé par les autorités nationales et ont ensuite réévalué les chiffres pour tenir pleinement compte des avantages économiques apportés par l'élevage. Par exemple, l'analyse révisée a montré qu'au Soudan, l'élevage contribuait à 60 % du PIB agricole et représentait 47 % des exportations agricoles en 2009¹², alors qu'au Soudan du Sud, le PIB de l'élevage était de 3 milliards de dollars US¹³, soit environ 33 % du PIB national en 2015. En Somalie, l'élevage représente 60,7 % du PIB¹⁴.

Si les chiffres ci-dessus concernant les échanges et les économies du bétail pastoral sont spectaculaires, ils sont aussi sous-estimés. Les systèmes gouvernementaux de collecte de données sur le commerce formel de bétail dans les zones pastorales sont souvent médiocres, et il existe également un commerce informel très important dans le secteur de l'élevage qu'il est difficile de mesurer, y compris des échanges transfrontaliers dans des endroits où la présence gouvernementale est limitée. Généralement, ce commerce informel n'est pas pris en compte dans les statistiques formelles des économies nationales de l'élevage.

Moyens d'existence, richesse et comportements de commercialisation des pasteurs

Même lorsque les responsables politiques et les experts en commercialisation sont sensibilisés au commerce du bétail pastoral en Afrique et à sa contribution au PIB national, ils ont souvent du mal à concilier la contradiction apparente entre les grands troupeaux pastoraux (par rapport à ceux des agriculteurs sédentaires) et le commerce substantiel de bétail. Du point de vue de nombreux responsables politiques, les pasteurs doivent vendre plus d'animaux. Ce raisonnement a entraîné des vagues d'investissements gouvernementaux et d'aide à la commercialisation du bétail dans les zones pastorales, en particulier dans des infrastructures de marché, depuis plus de 50 ans, mais avec très peu de preuves pour attester que plus de marchés conduisent à plus de ventes ou réduisent la pauvreté ; en 2024, les zones pastorales continuent d'être caractérisées par des indicateurs de développement humain très faibles.

La recherche financée par l'USAID sur l'économie de la production de bétail dans les systèmes pastoraux africains constitue un point de départ utile pour comprendre comment et pourquoi les éleveurs vendent du bétail. Les pasteurs associent – logiquement – la richesse à l'accumulation du nombre de bêtes plutôt qu'à celle d'argent. Cette stratégie repose sur les rendements élevés du bétail par rapport à l'argent liquide, sur une base de ressources naturelles qui soutient l'élevage et sur le peu de services financiers que l'on trouve dans les zones pastorales¹⁵. Pour les ménages pastoraux plus pauvres qui possèdent moins de bêtes, l'objectif

10 Catley et Aklilu, 2013.

11 Erdaw, 2023.

12 Behnke et Osman, 2012.

13 Onyango et al., 2015.

14 <https://sominvest.gov.so/key-sectors/livestock/>.

15 McPeak, 2005.



principal est de constituer et d'épargner du bétail en tant que capital financier, et de gérer leurs animaux pour répondre à des besoins alimentaires essentiels, par exemple pour fournir du lait destiné à la consommation du ménage. Au cours de ce processus de constitution d'actifs, les ventes de bétail sont limitées à la satisfaction des besoins domestiques immédiats. Au fur et à mesure que le cheptel augmente, les besoins domestiques sont plus facilement satisfaits et davantage d'animaux deviennent disponibles à la vente. Ainsi, dans l'ensemble, « les pasteurs ne semblent généralement pas disposés à vendre leurs animaux au point de rendre la taille de leur troupeau insuffisante pour assurer la sécurité alimentaire du ménage face à l'incertitude des conditions à venir¹⁶ ». À mesure que la taille du troupeau augmente et que les ventes progressent, les pasteurs se concentrent également sur la vente des jeunes mâles en s'efforçant de conserver les femelles reproductrices (et quelques mâles). Cette approche permet à la fois la croissance du troupeau/des actifs financiers et les ventes. Un grand troupeau ne représente pas seulement un capital financier, il sert également de stratégie pour faire face à la sécheresse ou à d'autres causes de mortalité du bétail.

Les stratégies de croissance des ménages et des troupeaux en matière de commercialisation du bétail suggèrent que les éleveurs ont tendance à ne vendre leur bétail que lorsqu'ils ont des besoins immédiats de liquidités, p. ex. pour acheter de la nourriture ou des médicaments, ou encore pour payer des frais de scolarité. Ce comportement minimise la réduction du cheptel et contribue ainsi à la croissance du troupeau et à la croissance financière. Comme les besoins en numéraire sont souvent saisonniers, les ventes de bétail le sont aussi. Par conséquent, il n'y a pas d'approvisionnement régulier des marchés en bétail, sur une base mensuelle, mais plutôt

16 Barrett et al., 2006.

Encadré 1. Comparaison des stratégies de croissance financière des ménages

Cas 1. Croissance fondée sur l'élevage, ménage pastoral pauvre, nord du Kenya	Cas 2. Croissance fondée sur du numéraire et de l'immobilier, jeune ménage à faible revenu, Washington DC, États-Unis
<p>Stratégie – constituer un cheptel en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Donnant la priorité à la reproduction des petits ruminants, qui se reproduisent rapidement ; • Échange de la progéniture mâle des petits ruminants contre des ruminants de plus grande taille et de plus grande valeur ; • Assurer une main-d'œuvre suffisante pour gérer efficacement le troupeau ; • Utiliser le revenu provenant d'activités non liées à l'élevage, par exemple un travail rémunéré, pour investir dans la croissance du troupeau ; • Utiliser les réseaux sociaux pour acquérir ou emprunter du bétail afin de soutenir la croissance du troupeau et en guise d'assurance contre les catastrophes ; • Réduire au minimum les dépenses en espèces et donc les besoins de ventes de bétail. <p>Environnement politique Souvent peu favorable, par exemple, la croissance du troupeau est considérée comme illogique par rapport à la maximisation des ventes de bétail ; l'acquisition non réglementée de terres limite le potentiel de croissance des troupeaux sur les parcours communaux ; les services d'élevage sont faibles.</p>	<p>Stratégie – acheter et développer une première propriété résidentielle en :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Maximisant les revenus grâce à l'emploi et les promotions au travail ; • Donnant la priorité à l'épargne liquide ; • Réduisant au minimum les dépenses en espèces, p. ex. en gérant soigneusement les dépenses alimentaires, de loyer, de transport et de loisirs du ménage ; • Ayant recours aux liens sociaux pour des contributions en espèces, par exemple pour un acompte sur un prêt immobilier ; • Une fois l'achat effectué, en souscrivant une assurance habitation et en investissant dans des travaux d'amélioration de la maison pour en augmenter la valeur. <p>Environnement politique Favorable, p. ex. en encourageant l'éducation, par le développement et l'application du droit du travail et en favorisant des services financiers compétitifs et réglementés.</p>

un approvisionnement saisonnier. Une autre conséquence des stratégies autochtones de croissance du troupeau est que les pasteurs tendent à ne pas être aussi réactifs qu'on pourrait s'y attendre à la hausse des prix du bétail sur les marchés. Non seulement, ils vendent principalement lorsqu'ils ont besoin de vendre, mais la possession de moutons ou de chèvres dans le cadre d'un troupeau mixte constitue souvent une unité de vente pratique ; ils n'ont pas nécessairement besoin de vendre des espèces de bétail plus grandes et plus précieuses pour répondre à leurs besoins de liquidités. Lorsqu'il existe un marché accessible, que les prix du bétail augmentent et que les prix des denrées de base restent constants, un ménage pastoral pauvre peut vendre moins d'animaux pour couvrir les besoins alimentaires du ménage. En d'autres termes, la hausse des prix du bétail peut se traduire par une diminution des ventes de bêtes, et non par une augmentation. L'économie de base des ménages pastoraux et le comportement qui en découle en matière de commercialisation expliquent pourquoi la commercialisation du bétail dans les zones pastorales est très différente en fonction du niveau de richesse. Comme le décrit la Brève introduction de l'USAID, les principaux éleveurs fournisseurs de bétail sur les marchés locaux et internationaux sont des ménages relativement aisés¹⁷.

¹⁷ Hesse et Catley, 2023. Voir le tableau 3.

Comme le souligne l'encadré 1, la logique économique et contextuelle des stratégies des pasteurs pour créer de la richesse est remarquablement similaire aux stratégies fondées sur l'argent liquide dans un pays industrialisé comme les États-Unis. Cependant, les politiques de réduction de la pauvreté ou de commercialisation du bétail en Afrique supposent souvent à tort que la richesse équivaut à un revenu en espèces, et que l'argent provenant des ventes de bétail peut être utilisé ou investi de manière plus rentable que dans la croissance du cheptel.

Les caractéristiques de l'économie des ménages pastoraux décrites plus haut font que les pasteurs identifient souvent les marchés au bétail comme une priorité de développement. Toutefois, alors que les éleveurs souhaitent des marchés qui soient accessibles et qui offrent des prix raisonnables, les responsables politiques et les experts de l'aide considèrent davantage les marchés comme un moyen d'accroître les ventes de bétail et/ou de réduire la taille des troupeaux. Les approches fondées sur le marché en matière de réduction de la pauvreté favorisent les ménages plus aisés, alors que les ménages plus pauvres se concentrent sur la croissance de leur troupeau. Il s'ensuit qu'une approche favorable aux pauvres dans les zones pastorales s'attacherait à soutenir la croissance des troupeaux plutôt que le développement des marchés.

Commercialisation du bétail : Les gagnants et les perdants

La commercialisation des produits agricoles à travers le monde a souvent été caractérisée par l'absorption des petites unités par les plus grandes. Dans les zones de cultures, ce phénomène se manifeste surtout sous la forme d'acquisitions foncières par les grandes exploitations à mesure que la commercialisation progresse : les propriétaires de petites exploitations vendent une partie ou la totalité de leurs terres lorsqu'ils ont du mal à rivaliser avec les plus grandes unités. Ces propriétaires diversifient leurs moyens d'existence et peuvent désormais être employés comme travailleurs contractuels sur des terres dont ils étaient jadis propriétaires. Il est crucial de souligner que ces propriétaires et leurs familles continuent de s'identifier comme des agriculteurs et restent étroitement liés à la culture agricole locale.

Dans de nombreuses régions pastorales d'Afrique, un processus de commercialisation comparable s'est progressivement mis en place, à des rythmes différents selon les endroits. Cependant, il existe une différence essentielle dans le principal actif économique selon qu'il s'agit des ménages plus pauvres ou des ménages plus riches. Alors que dans les zones de cultures, cet actif est la terre, dans les zones pastorales, c'est le bétail. Cette évolution dans la propriété du bétail est à la base de l'analyse Moving Up-Moving Out [MuMo – se hisser plus haut ou baisser les bras et abandonner] décrite dans la Brève introduction de l'USAID¹⁸. Lorsque la commercialisation se conjugue à l'essor démographique, à la diminution de l'accès aux pâturages productifs, à des sécheresses récurrentes et à des épidémies répétées de maladies du bétail, l'un des résultats est un déséquilibre marqué de la propriété du bétail, les ménages plus riches finissant par posséder la plupart des animaux. Au fil du temps, les pasteurs plus pauvres sont poussés à abandonner le pastoralisme et à se tourner vers des moyens d'existence diversifiés ou autres. Ils peuvent devenir des bergers sous contrat pour de riches propriétaires de troupeaux, notamment des « propriétaires absentéistes » qui résident à la ville, ou ils sont contraints de se lancer dans des activités de culture à haut risque, dans des lieux où les précipitations sont faibles et très variables.

Cela fait déjà des décennies que ces changements dans les zones pastorales sont décrits par les chercheurs en sciences sociales. Ainsi, après sept années de mise en œuvre de projets et de recherches par l'Agence allemande de développement (GTZ) dans les zones de parcours du centre de la Somalie dans les années 1980, l'analyse économique a conclu que « les paramètres économiques, calculés pour des troupeaux pastoraux de tailles différentes, confirment que les éleveurs dont les troupeaux sont sous-dimensionnés sont soumis à un processus

18 Hesse et Catley, 2023.

de déplacement : le revenu d'un ménage augmente avec le nombre d'animaux qu'il possède. ... Il est démontré que les ménages organisent et utilisent leurs ressources non seulement pour parvenir à se nourrir, mais aussi pour obtenir un surplus à usage commercial ; toutefois, cet excédent n'est possible que pour les ménages pastoraux possédant de grands troupeaux¹⁹. »

Non seulement l'analyse MuMo décrit le processus d'évolution dans la propriété du bétail et la stratification croissante de la richesse dans les zones pastorales, mais elle explique aussi pourquoi il devient de plus en plus difficile pour les ménages plus pauvres de constituer des troupeaux et de passer à un statut de richesse moyen ou aisé. Les ménages les plus pauvres sont confrontés à un piège de la pauvreté à mesure que les pâturages et les ressources en eau, jusqu'alors communautaires, deviennent privatisés et lorsque les systèmes de soutien social autochtones sont affectés par des comportements plus individualistes et par un nombre croissant de ménages qui ont besoin d'aide²⁰. Voir l'exemple décrit dans l'encadré 2.

Encadré 2. Commercialisation des systèmes pastoraux : le cas des Borana, dans le sud de l'Éthiopia²¹

« Il arrive de plus en plus souvent que les ménages plus aisés clôturent également les kallos (enclos fonciers) de leur propre initiative. En général, ce sont des groupes relativement élitistes qui clôturent les kallos à des fins commerciales, ce qui tient encore davantage les ménages pastoraux plus pauvres à l'écart d'importantes ressources de pâturages. Par conséquent, les kallos représentent la fragmentation potentielle des terres communales pour une utilisation privée par des groupes privilégiés, ce qui modifie le mode de vie pastoral et le système de production à mesure que la commercialisation s'intensifie. Les pauvres n'ont personne vers qui se tourner de nos jours, et ne peuvent compter que sur le bois de chauffage et un filet de sécurité. »

Dans certaines régions, même les dirigeants communautaires semblent résignés à l'idée qu'un point de non-retour a été atteint, à partir duquel les pauvres ne peuvent plus être aidés. Les communautés Borana avaient jadis une attitude positive à l'égard des « décrocheurs », car ils servaient de main-d'œuvre en tant que bergers sous contrat (notamment pour les riches). Désormais, ces personnes sont de plus en plus considérées comme une nuisance, car leur nombre a augmenté au-delà des besoins de main-d'œuvre des communautés dans lesquelles elles vivent, et elles ont besoin d'assistance sous forme de nourriture, de lait, de prêts, etc.

Conclusions et questions clés

- Les éleveurs d'Afrique sont les principaux fournisseurs de bétail sur les marchés nationaux, régionaux et internationaux ; ils ne sont pas réfractaires au marché, mais s'adaptent aux opportunités commerciales qui se présentent.
- Il est essentiel de comprendre la stratification des richesses et les comportements de commercialisation par groupe de richesse pour saisir le rôle des marchés dans la réduction de la pauvreté dans les zones pastorales. Il est crucial de comprendre que, chez les pasteurs, le capital financier est détenu sous forme de bétail, et non d'argent liquide, et que les ménages les plus pauvres cherchent à se constituer un capital financier en augmentant leur cheptel ; cela suppose de limiter les ventes de bétail et c'est économiquement logique.
- Les ménages pastoraux plus riches sont les principaux fournisseurs de bétail aux marchés, en particulier aux marchés à l'exportation.

19 Abdullahi, 1993,

20 Aklilu et Catley, 2009.

21 Aklilu et Catley, 2010.

- La commercialisation du bétail dans les zones pastorales peut contribuer à la croissance économique locale, mais elle contribue également à l'augmentation de la stratification des richesses et aux pièges de la pauvreté – et peut-être même les impulse-t-elle. Une approche propice aux pauvres de la réduction de la pauvreté devrait se concentrer sur l'aide aux ménages les plus pauvres pour qu'ils construisent et protègent leurs troupeaux, plutôt que d'aider les ménages plus riches à vendre leur bétail.

Références

- Abdullahi, A. M. 1993. "Economic Evaluation of Pastoral Production Systems in Africa: An Analysis of Pastoral Farming Households in Central Somalia." In *Pastoral Production in Central Somalia*, ed. M. P. O. Baumann, J. Janzen and H. J. Schwartz, 129–148. Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) GmbH, Eschborn.
- Aklilu, Y., et A. Catley. 2009. *Livestock Exports from Pastoralist Areas: An Analysis of Benefits by Wealth Group and Policy Implications*. Report for the Intergovernmental Authority on Development (IGAD), and Food and Agriculture Organization (FAO). Feinstein International Center, Friedman School of Nutrition Science and Policy at Tufts University, Addis Ababa. <http://fic.tufts.edu/assets/LivestockExports.pdf>.
- Aklilu, Y., et A. Catley. 2010. *Mind the Gap: Commercialization, Livelihoods and Wealth Disparity in Pastoralist Areas of Ethiopia*. Feinstein International Center, Friedman School of Nutrition Science and Policy at Tufts University, Boston and Department for International Development, Addis Ababa. <http://fic.tufts.edu/assets/mind-the-gap.pdf>.
- Aklilu, Y., et A. Catley. 2011. *Shifting Sands: The Commercialization of Camels in Mid-Altitude Ethiopia and Beyond*. Feinstein International Center, Friedman School of Nutrition Science and Policy at Tufts University, Boston. http://fic.tufts.edu/assets/shifting_sands.pdf.
- Al-Najim, M. N. 1991. *Changes in the Species Composition of Pastoral Herds in Bay Region, Somalia*. Pastoral Development Network Paper 31b. Overseas Development Institute (ODI), Londres.
- Barrett, C., M. Bellemare, et S. Osterloh. 2006. "Household-Level Livestock Marketing Behavior among Northern Kenyan and Southern Ethiopian Pastoralists." In *Pastoral Livestock Marketing in Eastern Africa: Research and Policy Challenges*, ed. J. McPeak et P. Little, 15–38. Rugby: Practical Action Publishing.
- Behnke, R., et H. M. Osman. 2012. *The Contribution of Livestock to the Sudanese Economy*. IGAD Livestock Policy Institute (LPI) Working Paper No. 01-12. IGAD, Djibouti et Odessa Centre, Oxford. https://www.future-agricultures.org/wp-content/uploads/pdf-archive/IGAD%20LPI%20WP%2001-12%20The%20Contribution%20of%20Livestock%20to%20the%20Economy%20of%20Sudan%20_Feb%2010.pdf.
- Catley, A., et Y. Aklilu. 2013. "Moving Up or Moving Out? Commercialization, Growth and Destitution in Pastoralist Areas." In *Pastoralism and Development in Africa: Dynamic Change at the Margins*, ed. A. Catley, J. Lind, et I. Scoones. Abingdon et New York: Routledge.
- Catley, A., J. Lind, et I. Scoones. 2013. "Development at the Margins: Pastoralism in the Horn of Africa." In *Pastoralism and Development in Africa: Dynamic Change at the Margins*, ed. A. Catley, J. Lind, et I. Scoones. Abingdon et New York: Routledge.

- Erdaw, M. M. 2023. Contribution, Prospects and Trends of Livestock Production in Sub-Saharan Africa: A Review. *International Journal of Agricultural Sustainability* 21|1:2247776. <https://doi.org/10.1080/14735903.2023.2247776>.
- Hesse, C., et A. Catley. 2023. Le Pastoralisme en Afrique. Brève introduction. Agence des États-Unis pour le développement international (USAID), Washington, DC ; Feinstein International Center, Friedman School of Nutrition Science and Policy at Tufts University, Boston ; Institut international pour l'environnement et le développement, Édimbourg.
- Hunt, J.A. 1951. A General Survey of the Somaliland Protectorate 1944-1950. Crown Agents, Londres.
- Kerven, C. 1992. Customary Commerce: A Historical Reassessment of Pastoral Livestock Marketing in Africa. ODI Agricultural Occasional Paper 15. ODI, Londres.
- Maur, J-C., et B. Shepherd. 2015. Connecting Food Staples and Input Markets in West Africa. A Regional Trade Agenda for ECOWAS Countries. World Bank Group, Report No. 97279-AFR. The International Bank for Reconstruction and Development/The World Bank, Washington, DC.
- McPeak, J. G. 2005. Individual and Collective Rationality in Pastoral Production: Evidence from Northern Kenya. *Human Ecology* 33 (2): 171–197.
- Onyango, D., G. Oyoko, R. Too, et R. Masake. 2015. The Contribution of Livestock to the South Sudan Economy. IGAD Centre for Pastoral Areas and Livestock Development, Nairobi. https://www.au-ibar.org/sites/default/files/2020-11/20160610_final_report_contribution_livestock_south_sudan_gdp_en.pdf.
- Reusse, E. 1982. Somalia's Nomadic Livestock Economy: Its Response to Profitable Export Opportunity. *World Animal Review* 43:2–11.

Remerciements

La production de ce document d'information a été financée par l'Agence des États-Unis pour le développement international par le biais de l'accord de coopération No. 7200AA21CA00020, Le Pastoralisme en Afrique, conclu avec le Feinstein International Center, Friedman School of Nutrition Science and Policy, Tufts University. Andy Catley a rédigé ce document.

Crédits photos : Andy Catley ; Valerie Gwinner.



Gerald J. and Dorothy R. Friedman
School of Nutrition Science and Policy
FEINSTEIN INTERNATIONAL CENTER



This study is made possible by the generous support of the American people through the U.S. Government's Feed the Future Initiative, implemented by United States Agency for International Development (USAID). The contents are the responsibility of the Feed the Future Pastoralism in Africa activity and do not necessarily reflect the views of USAID or the United States Government.

www.feedthefuture.gov