Joint Integrated Technical Assistance Programme
Programme Intégré Conjoint d'Assistance Technique

Distribution
RESTREINTE
ITC/DTCC/07/2849
28 avril 2007

STRATEGIE SECTORIELLE POUR LE KARITE AU MALI

Elaborée en collaboration avec le Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Commerce et le Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI)

Mai 2006

Appuyé par la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC)

Cette stratégie a été élaborée à partir de la méthodologie SHAPE développée par le Centre du commerce international

La stratégie et le plan de mise en œuvre objet de ce rapport sont le résultat d'un travail entrepris par les acteurs du secteur du karité, les agences gouvernementales, les organisations de support au commerce et les organisations non gouvernementales au Mali sous la supervision technique du Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI). Le travail a été financé par le programme JITAP (Programme Intégré Conjoint d'Assistance Technique aux pays moins avancés et autres pays africains - Projet no : RAFD253A).

Les dénominations utilisées et la présentation du matériel dans ce rapport n'impliquent pas l'expression de quelques opinions du Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI) concernant le statut légal d'un pays, d'un territoire, d'une ville ou d'une région ou de son autorité ou, concernant la délimitation des frontières.

Ce rapport n'a pas été formellement édité par le Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI)

Table des matières

Page

STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT SECTORIEL POUR LE KARITE AU MALI 1

INTRODUCTION 1

VISION STRATEGIQUE 1

OBJECTIF GLOBAL DE DEVELOPPEMENT 2

OBJECTIF DE LA STRATEGIE 2

CHAMPS DE LA STRATEGIE 2

SOMMAIRE DE LA STRATÉGIE 3

OBJECTIF 1. ORGANISER ET BIEN STRUCTURER LA FILIERE 5

OBJECTIF 2. INFORMATION ET PROMOTION: FACTEURS CLES POUR L'ACCES AUX MARCHES INTERNATIONAUX 7

OBJECTIF 3. PRODUIRE DE LA QUALITE ET ACCROITRE LA VALEUR AJOUTEE DES PRODUITS EXPORTABLES 9

OBJECTIF 4. BIEN PROTEGER LE PRODUIT POUR CONSERVER SA VALEUR ET AMELIORER LES INFRASTRUCTURES DE STOCKAGE ET DE TRANSPORT 11

OBJECTIF 5. S'ENTOURER DE SERVICES D'APPUI AU COMMERCE EFFICACES POUR RENFORCER SA COMPETITIVITE 13

OBJECTIF 6. ASSURER LA PRESERVATION DU POTENTIEL FORESTIER DU KARITE 15

SCÉNARIO POUR DES RÉSULTATS POTENTIELS D'ICI A 2015 17

CADRE DE MISE EN ŒUVRE 19

PARTICIPANTS CLES DANS LES ACTIVITES DE MISE EN ŒUVRE 25

INDICATEURS CLES DES PROGRES DU SECTEUR 25

BENEFICIAIRES ET ACTEURS CLES DE LA STRATEGIE 26

ENVIRONNEMENT MACROECONOMIQUE 27

ANNEXES 29

ANNEXE 1. CHAÎNES DE VALEUR 31

ANNEXE 2. PLAN D'ACTION 33

ANNEXE 3. OPTIONS STRATEGIQUES 38

ANNEXE 4. MATRICE DE HIERARCHISATION 41

ANNEXE 5. VALIDATION ET MODIFICATION DES RESULTATS DE L'ATELIER 1 LORS DE ATELIER 2 43

ANNEXE 6. IDENTIFICATION DES PARTENAIRES POTENTIELS ET DES ACTIVITES A METTRE EN OEUVRE 61

ANNEXE 7. LISTE DES PARTICIPANTS A L'ATELIER 1 ET 2 68

ANNEXE 8. LA METHODOLOGIE SHAPE POUR LE DEVELOPPEMENT DE STRATEGIE 71

LISTE DES SIGLES ET ACRONYMES

Terme	**DESCRIPTION**
CCI	Centre du commerce international
DNCC	Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence
DNI	Direction National de l'Industrie
AMAQ	Association Malienne pour la Qualité
DNA	Direction Nationale de l'Agriculture
IER	Institut d'Economie Rurale
HACCP	Hazard Analysis and Critical Control Point
FFA	Forum Francophone des Affaires
UE	Union européenne
USDA	US Department of Agriculture
ICRAF	World Agroforestry Centre
AMPJF	Association Malienne pour la Promotion de la Jeune Fille et de la Femme
OMAFES	Œuvre malienne d'aide à la Femme et à l'enfant au Sahel
OP	Organisations paysannes
LTA	Laboratoire de Technologie Alimentaire
LNS	Laboratoire national de la santé
LCV	Laboratoire Central Vétérinaire
OHVN	Office de la Haute Vallée du Niger
ONUDI	Organisation des Nations Unies pour le développement industriel
AFD	Agence Française de Développement
DNCN	Direction Nationale de la Conservation de la Nature
PACD	Projet d'Appui aux Commerçants Détaillants
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
SNV	Organisation Néerlandaise pour le Développement
UICN	Union Mondiale pour la Conservation de la Nature
ONG	Organisation Non Gouvernementale
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
CCIM	Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali
FAFPA	Fonds d'Appui à la Formation Professionnelle et à l'Apprentissage
PASC	Projet d'Appui aux Sources de Croissance
CNUCED	Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement
DNSI	Direction Nationale de la Statistique et de l'information
IEC	Information, Education et Communication
FAO	Food and Agriculture Organization

REMERCIEMENTS

Le Centre du commerce international remercie les acteurs du secteur du karité, les services d'appui au commerce, les différents ministères, les associations et les institutions internationales pour leur travail dans l'élaboration de cette stratégie et du plan de mise en oeuvre et tout particulièrement :

Le Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Commerce malien

La Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC)

Les experts internationaux et du Centre du commerce international (CCI)

Le consultant national

M. Moussa Kaba DIAKITE

<u>Ainsi que l'équipe sectorielle :</u>

M. Ousmane TRAORE, Direction Générale des Douanes
M. Farakoro KONE, Direction Nationale de l'Agriculture
M. Idrissa TRAORE, Direction Nationale des Industries
M. Moussa KONE, Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence
M. Issoufi MAÏGA, Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence
M. Bakary SOGOBA, Direction Nationale des Transports Terrestres, Maritimes et Fluviaux
M. Moctar TRAORE, Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali
M. Youssouf CISSE, Institut d'Economie Rurale ECOFIL
M. Drissa TANGARA, Office de la Haute Vallée du Niger
M. Issa KEITA, Association Malienne des Exportateurs des Produits de Cueillette (AMEPROC)
M. Issa SACKO - Université de Bamako
M. Emmanuel MAHAMANE - Conseil Malien des Chargeurs

STRATÉGIE DE DÉVELOPPEMENT SECTORIEL POUR LE KARITÉ AU MALI

Introduction

Le secteur du karité représente au Mali une source de revenus pour un grand nombre de producteurs/trices et de collecteurs travaillant pour la plupart de manière informelle, d'exportateurs spécialisés dans un ou plusieurs secteurs. Il dispose d'un potentiel important (environ 74 millions de pieds) et suscite un réel intérêt dans les pays limitrophes. Aujourd'hui, le Mali et les acteurs du secteur ont besoin de s'organiser pour développer des activités pertinentes afin de réunir les conditions économiques permettant de structurer le secteur et le rendre compétitif sur le marché régional et international.

Le Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI) a été invité par le Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Commerce du Gouvernement du Mali pour assister les acteurs du secteur à développer une stratégie sectorielle dans le but d'améliorer la compétitivité du secteur et organiser sa mise en œuvre.

Pour parvenir à ce résultat, l'entière responsabilité de la mise en place du processus a été déléguée à la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC).

Le contenu de la stratégie est entièrement l'œuvre des acteurs représentant chaque étape de la chaîne de valeur du secteur. Il a été conçu lors d'une série d'ateliers et de réunions regroupant, non seulement les principaux acteurs tels que les exportateurs, les collecteurs et les producteurs/trices, mais aussi les agences gouvernementales, les fournisseurs de services commerciaux et d'affaires, les associations nationales, les agences internationales, les acheteurs internationaux, les spécialistes du secteur au niveau international, les chercheurs universitaires et des experts reconnus spécialisés dans l'économie et le développement.

Ce document traite du secteur du karité.

Vision stratégique

Le Mali, dispose du plus important potentiel de pieds de karité du continent africain. Le karité est considéré comme le premier produit de cueillette du Mali avec une production estimée entre 80 000 à 100 000 tonnes d'amandes/an environ. Seulement moins d'un pour cent de cette production est exporté notamment dans les pays de la sous-région.

La demande mondiale de beurre se situe autour de 150 000 tonnes. Le Mali envisage d'exporter 80 000 tonnes de beurre à l'horizon 2015 essentiellement sur le segment alimentaire de la chocolaterie sur un potentiel global de production estimé à 111 000 tonnes/an.

Cependant, sur le marché international, le karité malien n'est pas aussi visible que l'on aurait pu le penser. Une partie importante des exportations se fait dans les pays de la sous-région qui ensuite les exportent vers les marchés tels que l'Union européenne. En outre, les préoccupations des acteurs de la filière telles que son organisation, la qualité de ses produits, l'accès aux financements des transactions d'exportation, le financement des biens d'équipements, ont encouragé la filière à avoir une vision stratégique claire pour les 10 prochaines années avec comme objectifs ci-après :

- Créer une inter-professionnalisation des acteurs ; développer un partenariat public privé dans le but d'organiser la filière et lui permettre d'être plus dynamique sur la scène nationale et internationale, et former les acteurs de chacune des étapes de la chaîne de valeur incluant les services d'appui au commerce aux meilleures techniques de production, de gestion et commerciale ;
- Améliorer l'accès à l'information des marchés et des techniques de production, et développer les services de promotion de la filière ;
- Produire de la qualité et accroître la valeur ajoutée des produits exportables ;
- Améliorer l'emballage des produits et les infrastructures de stockage et de transport ;
- Avoir des services d'appui au commerce fournissant des services adaptés aux besoins de la filière ;
- Préserver les ressources naturelles de karité du Mali.

Objectif global de développement

Professionnaliser et formaliser la filière durant les 5 à 10 prochaines années et faire ainsi du Mali le premier pays exportateur ouest africain de karité (amande et beurre).

Objectif de la stratégie

La stratégie est conçue pour accroître le volume des exportations de Karité (25% par an). La stratégie est définie comme un cadre logique de définition des activités à mener, un cadre de mesure de progrès permettant d'apprécier l'atteinte des résultats, et une matrice pour l'identification des ressources nécessaires à la bonne exécution des activités. Elle a été développée également comme un outil de communication et un moyen pour informer les acteurs du secteur sur les orientations assignées.

La stratégie a trois principales cibles :

- Les acteurs de la filière: exportateurs, collecteurs et productrices ;
- Les agences gouvernementales;
- Les structures d'appui, associations, institutions internationales et/ou ONG, fournisseurs de services impliqués dans le secteur.

Champs de la stratégie

La stratégie couvre l'ensemble des domaines du secteur du Karité à la fois sur le marché local et le marché international. Elle tient également compte des services d'appui au commerce et aux affaires.

SOMMAIRE DE LA STRATÉGIE

OBJECTIF 1. ORGANISER ET BIEN STRUCTURER LA FILIERE

Au Mali, la filière karité se présente comme une pyramide à base large formée par les productrices, tandis qu'au sommet, les exportateurs ne sont qu'une poignée. Pour cette raison, les problèmes d'organisation, qui déterminent celui de la qualité des produits et de leur uniformisation, se posent en terme de défi.

En effet, il est clairement apparu que le manque d'organisation au sein de la filière a pour conséquence d'empêcher celle-ci d'être compétitive et ainsi d'augmenter les revenus des acteurs et particulièrement des producteurs/productrices et des collecteurs, l'absence d'un cadre de concertation et d'une interprofession des acteurs influant négativement sur l'ensemble de la chaîne de valeur. De même, le manque de coordination et de synergie entre les acteurs publics du secteur est un frein supplémentaire à la bonne marche de la filière.

Recommandations. Les actions suivantes ont été proposées par les acteurs du secteur afin de résoudre les problèmes identifiés et atteindre l'objectif 1.

Création d'une interprofession des acteurs

Véritable épine dorsale de la filière, l'interprofession assurera l'organisation et la structuration de la filière, ainsi que l'interface avec les autorités et la représentation de tout le secteur :

- Organiser les acteurs aux différents niveaux de la filière en commençant par les productrices. Au niveau villageois, elles seront regroupées en Organisations Communautaires à la Base (OCB, genre association). Dans les zones de production, les OCB formeront à leur tour des coopératives pouvant assurer l'interface avec les partenaires intérieurs et extérieurs
- Organiser un partenariat dynamique entre les acteurs à l'intérieur (mise en réseau des OCB, lobby karité) ainsi qu'avec les importateurs étrangers
- Créer un comptoir d'achat pour centraliser les offres et organiser le marché dans le secteur du Karité
- Créer un statut professionnel pour chacune des étapes de la filière et permettre aux acteurs d'acquérir une position professionnelle reconnue
- Développer des facilitations commerciales (lois, conventions, accords, procédures) pour encourager les exportations

Renforcement du partenariat Public-Privé
Rôle d'interface Etat / Acteurs de la filière / Structures d'appui

- Renforcer le partenariat public privé dans lequel les représentants de la filière, du gouvernement et de la société civile se réunissent dans le but de faciliter l'échange d'informations spécifiques à l'organisation et aux préoccupations de la filière. Concrètement il s'agira de dynamiser le cadre de concertation permanente entre l'Etat, les acteurs et les services d'appui à la filière karité et de mettre en cohérence les interventions des structures publiques et parapubliques

Formation des acteurs de la filière dans les domaines ci-après

- Gestion et Management pour les producteurs, collecteurs et exportateurs
- Gestion de la logistique internationale pour les producteurs et exportateurs
- Techniques de financement pour les producteurs et les exportateurs
- Techniques de qualité pour les producteurs et les exportateurs
- Techniques de certification de produits BIO pour les producteurs
- Techniques d'emballage pour les producteurs, collecteurs et exportateurs
- Négociation commerciale pour les exportateurs
- Techniques d'obtention et de sélection des offres
- Recherches et accès aux informations techniques et commerciales pour les producteurs et les exportateurs
- Mesures d'évaluation et de performance pour les producteurs et exportateurs

Les zones de production structurées et organisées serviront de cadre à ces activités qui concerneront prioritairement les productrices et des collecteurs ruraux et les exportateurs.

Pour ces formations, on veillera à :

- Harmoniser les thèmes, les outils et la méthodologie
- Organiser la concertation entre les structures d'appui à la formation
- Mettre en place la logistique avec la participation des bénéficiaires

Formation des agents des services d'appui au commerce

- Formation en analyse de marchés
- Formation sur les techniques de promotion pour les services d'appui au commerce
- Formation sur les techniques de gestion de projet pour les services gouvernementaux
- Formation sur l'offre de services techniques et commerciaux pour les structures d'appui au commerce et de promotion

Résultats anticipés

- Le partenariat Public Privé joue son rôle de facilitateur de discussion entre l'Etat et le secteur privé
- Les structures d'appui au commerce sont renforcées et font des prestations de qualité
- Le comptoir d'achat du karité est mis en place et permet de réguler l'offre dans le pays et contribuer à stabiliser les prix
- Le travail informel tend à disparaître et la filière génère de nouveaux emplois
- La simplification des procédures d'exportation et le développement de l'environnement législatif permettent aux exportateurs d'être plus compétitifs sur le marché international
- Les acteurs du secteur acquièrent une meilleure technicité dans leur domaine spécifique

OBJECTIF 2. INFORMATION ET PROMOTION: FACTEURS CLES POUR L'ACCES AUX MARCHES INTERNATIONAUX

La seconde difficulté majeure à laquelle le secteur est confronté, se situe au niveau de l'information et de la communication. En effet, l'existence d'un grand nombre de zones de production eue égard à l'immensité du territoire du karité, pose le problème de la multiplicité des techniques de production et, par voie de conséquence, celle des produits. Les mêmes raisons (éloignement et multiplicités des zones et du nombre de productrices), rendent pratiquement impossible la circulation de l'information commerciale entre les différents maillons de la chaîne de valeur et entre celle-ci et les marchés internationaux.

Recommandations. Comme solution, les acteurs du secteur ont retenu les activités suivantes :

La création de Centres d'Informations Commerciales (C.I.C) permettant l'accès aux informations techniques et commerciales

- Encourager la création de Centres d'Informations Commerciales (C.I.C), où les acteurs de l'ensemble des étapes de la filière pourront trouver des informations commerciales (données économiques sur les marchés, accords commerciaux, négociations OMC, procédures administratives, certification BIO…) et techniques (sur le matériel de production, les techniques de production, de traitement, de séchage pour le karité, de gestion, etc) précises. Le Ministère de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille et le Ministère de l'Economie, de l Industrie et du Commerce conviendront des modalités de mise en place des C.I.C. Toutes fois, la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC), qui abrite déjà le programme JITAP (Programme Intégré Conjoint d'Assistance Technique), chargé entre autres de définir des stratégies d'exportation des produits comme le karité, le sésame et la gomme arabique, et le Projet Cadre Intégré, est tout indiquée pour être le point focal de cette activité.
- Développer un site Internet permettant de devenir visible et accessible pour la communauté internationale, d'avoir accès à des informations et données économiques internationales (prix, caractéristiques techniques, tendances, etc.), de pouvoir accéder aux procédures d'assistance existant au Mali pour les exportateurs, d'avoir accès aux documents nécessaires pour exporter, aux conditions d'entrées dans les pays important les produits du secteur, d'être en contact avec des acheteurs potentiels, d'être reliés à d'autres sites Internet ayant des informations complémentaires ou additionnelles. Ce site Internet devra également pouvoir être consulté dans l'ensemble du pays dans les C.I.C, points de consultation permettant aux clients potentiels de savoir quels produits sont disponibles au Mali dans le secteur du karité, aux exportateurs de trouver les informations nécessaires pour exporter, aux producteurs/trices de pouvoir comparer leur technique de production avec les autres pays, de comparer leur qualité selon certains critères à définir, d'avoir des conseils en ligne, de comparer leur prix de production. Il est important qu'un système soit mis en place pour que les personnes illéttrées, ou parlant un dialecte régional ou ne pouvant être connectées à l'Internet puissent également avoir accès à ces informations (ex : Journal dans la langue locale ou personne disponible).
- Développer une stratégie marketing prenant en compte les besoins de chacune des étapes de la chaîne de valeur et de leur capacité de proposer et vendre leurs produits sur le marché international.
- Préparer les exportateurs à négocier avec les acheteurs internationaux notamment lors de réunions organisées dans le cadre de rencontres internationales.
- Faciliter la participation aux foires commerciales et mettre en place l'accès à l'information des marchés de manière régulière.

Promotion des produits

- Développer un programme de promotion des produits de la filière
- Développer des antennes commerciales dans les ambassades afin de promouvoir les produits du secteur
- Développer ou renforcer des programmes de promotion et des contacts avec d'autres pays potentiellement intéressés par le karité. La Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali pourra être le partenaire clé de ces activités auxquelles elle travaillera en étroite collaboration avec ou la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence
- Créer le label Mali afin de permettre aux produits d'être visibles et identifiables sur le marché international.

Résultats anticipés

- Augmentation des capacités techniques des producteurs et des exportateurs
- Augmentation des capacités techniques des services d'appui au commerce et à la promotion
- Les producteurs/trices commencent à planifier une augmentation de leur chiffre d'affaires et des investissements dans le but de développer et améliorer leur productivité
- Les C.I.C. permettent à l'ensemble de la filière de mieux avoir accès aux informations et d'accroître leur efficacité et la compétitivité de leur produit au niveau international
- Le flux d'informations commerciales et techniques est correctement diffusé sur l'ensemble du pays et est facilement accessible aux différents métiers de la chaîne de valeur par différents moyens de communication (Internet, journaux, C.I.C)
- Le label Mali apporte une reconnaissance internationale dans le secteur karité. Les produits maliens sont plus visibles et accessibles pour les acheteurs internationaux
- Un service des ambassades maliennes devient un véritable centre de promotion pour les produits des filières et organisent les contacts avec des acheteurs potentiels

OBJECTIF 3. PRODUIRE DE LA QUALITE ET ACCROITRE LA VALEUR AJOUTEE DES PRODUITS EXPORTABLES

La qualité est une nécessité primordiale pour pouvoir écouler les produits sur le marché international. L'attention sur la qualité des produits doit se faire sur l'ensemble de la chaîne de valeur, que ce soit au niveau de la production, de la transformation, de l'emballage, du transport, du stockage ou de l'exportation. A chaque étape, la qualité doit être respectée et entretenue. La connaissance et le respect des normes et des critères de qualité exigés par les acheteurs internationaux, les moyens nationaux de contrôle et de certification de la qualité du produit à l'exportation et la gestion de la qualité doivent devenir un processus régulier dans le secteur karité, pour lequel les organismes publics et les acteurs de la filière ont un grand intérêt.

Recommandations. Les actions suivantes ont été proposées par les acteurs du secteur afin de résoudre les problèmes identifiés et atteindre l'objectif 3.

- Mise en place de programmes de qualité et de sensibilisation
- Accès aux technologies et informations sur les questions de qualité
- Vulgarisation des techniques et technologies appropriées pour produire une excellente qualité
- Formation des professionnels de la filière
- Maintien de la régularité de la qualité dans la production
- Modernisation des équipements de production, de transformation, de stockage, de transport, d'emballage
- Elaboration des normes de qualité
- Mise en place d'un contrôle de qualité
- Uniformisation de la qualité et mise en place de petites unités semi-industrielles
- Accréditation du ou des laboratoires maliens
- Développement de la procédure de normalisation et de certification des produits
- Création d'un label Mali de qualité
- Vulgarisation des normes de qualité
- Production de produits BIO
- Sensibilisation sur les aspects de traçabilité et les importantes implications pour toute la chaîne de valeur du secteur
- Développement d'un programme sur la traçabilité des produits
- Développement d'unités de nettoyage et de transformation du produit
- Sensibilisation sur les aspects de vente et communication plus spécifiquement pour les produits transformés
- Intensifier les recherches sur des variétés précoces de karité à haut rendement et sur les technologies à même d'améliorer la qualité des produits et vulgariser les résultats de ces recherches

Résultats anticipés

- Amélioration de la qualité des produits à chacune des étapes de la chaîne de valeur et développement des compétences techniques des professionnels des filières dans le domaine de la qualité
- Développement de produits BIO
- Respect des exigences de qualité requises par les acheteurs internationaux et reconnaissance de la qualité du produit malien sur le marché international
- Modernisation des techniques et équipements de la chaîne de valeur
- Mise en place ou renforcement des capacités d'un organisme public de contrôle de qualité et de certification
- Elaboration d'une politique de protection des ressources naturelles pour la filière
- Visibilité du produit sur les marchés régionaux et internationaux

OBJECTIF 4. BIEN PROTEGER LE PRODUIT POUR CONSERVER SA VALEUR ET AMELIORER LES INFRASTRUCTURES DE STOCKAGE ET DE TRANSPORT

Délivrer les produits de la filière dans un mauvais emballage se fera au détriment de la quantité et de la qualité du produit. La perte d'une partie de la production est souvent en relation avec un emballage non approprié, un stockage mal maîtrisé, un transport mal organisé et une infrastructure de transport peu développée ou mal entretenue. Les producteurs, les collecteurs et les exportateurs du secteur ont également des difficultés à définir leur besoin d'emballage, à organiser l'approvisionnement en emballage de qualité correspondante à la demande des marchés régionaux et internationaux. L'importance également de la traçabilité des produits et des mesures pour s'y conformer tels que la qualité et l'étiquetage revêt un caractère prioritaire.

L'innovation, le développement et la modernisation de l'équipement des acteurs de la filière grâce à la mise aux normes des infrastructures techniques et la mise en place de systèmes de suivi et de maintenance contribueront à la compétitivité de la filière.

Recommandations: Les actions suivantes ont été proposées par les acteurs du secteur afin de résoudre les problèmes identifiés et atteindre l'objectif 4.

Emballage

- Facilitation de l'accès des producteurs aux sacs de jute ou tout autre emballage de qualité
- Mise en place de programmes emballage couvrant les domaines des caractéristiques techniques, de traçabilité, des types et standards, de l'étiquetage et toutes autres activités en relation avec l'emballage
- Accès aux techniques et informations sur les questions d'emballage pour répondre aux exigences du marché international
- Etablir le dialogue avec les sociétés d'emballage
- Information et sensibilisation sur les aspects légaux et réglementaires au niveau national et international en matière d'emballage

Infrastructure de stockage et de conservation

- Augmentation et optimisation des capacités de stockage et de conservation
- Dotation grâce aux Activités Génératrices de Revenus des productrices et les collecteurs formés de l'équipement et des matériels nécessaires au bon déroulement de tout le processus de production, de transformation, de stockage et de conservation des produits du karité

Infrastructure et moyen de transport

- Amélioration des infrastructures de transport (pistes rurales, voies principales etc.) et de distribution des produits
- Amélioration des chemins reliant les villages aux routes principales et également de ces dernières

Résultats anticipés

- Le processus de traçabilité est bien intégré dans les chaînes de valeur
- Les infrastructures de transport sont améliorées et permettent de gagner du temps
- les productrices et exportateurs ont accès aux emballages appropriés
- Modernisation des techniques et équipements de la chaîne de valeur
- Une meilleure préservation et protection des produits (stockage) est assurée et permet de réduire les pertes et assurer la qualité des produits
- Un meilleur processus de transport, de stockage et de livraison des produits L'importance de la notion d'emballage est intégrée à l'ensemble de la chaîne de valeur

OBJECTIF 5. S'ENTOURER DE SERVICES D'APPUI AU COMMERCE EFFICACES POUR RENFORCER SA COMPETITIVITE

Une chaîne de valeur sans un environnement efficace ne peut espérer être compétitive. Les services d'appui au commerce sont une composante inaliénable de la filière. Ils permettent aux acteurs de la filière de développer leur production, de promouvoir et de transporter leurs produits, de financer leur récolte, équipements et exportations, d'évaluer leur situation, d'accéder aux informations techniques et commerciales, de discuter avec les autorités gouvernementales sur leur situation et préoccupations.

Recommandations. Les actions suivantes ont été proposées par les acteurs du secteur afin de résoudre les problèmes identifiés et atteindre l'objectif 5.

Services financiers

- Mise en place et renforcement des mécanismes de financement des équipements, de la collecte et des exportations
- Mise en place d'un fonds de garantie pour les exportations
- Création d'un mécanisme interne et auto-entretenu permettant à la fois de financer les équipements nécessaires à la cueillette des noix, au stockage, à la transformation, au conditionnement et à la conservation des produits

Services d'Information, de promotion et de réglementation

- Appui à la création et au développement des C.I.C. dans l'ensemble du pays pour la mise à disposition des informations techniques et commerciales nécessaires à la filière
- Renforcement des services de promotion des agences gouvernementales et nationales
- Mise en place d'une mission parlementaire pour le secteur du karité sur le renforcement de la réglementation harmonisée UEMOA dans le but de permettre aux exportateurs d'être plus compétitifs par rapport à ceux de la sous-région
- Facilitation des procédures d'exportation
- Renforcement des laboratoires de contrôle de qualité
- Mise en place d'un groupe de réflexion sur les coûts d'analyse des produits
- Développement de structures d'emballage répondant aux besoins du secteur
- Renforcement et coordination des projets dans le secteur

Résultats anticipés :

- Les entreprises du secteur ont une meilleure trésorerie
- L'accès aux crédits est facilité
- L'environnement économique est efficace et répond aux attentes du secteur
- Les services d'appui sont professionnalisés
- La filière réalise des gains de compétitivité dans le pays et sur le marché international

OBJECTIF 6. ASSURER LA PRESERVATION DU POTENTIEL FORESTIER DU KARITE

Le karité est un produit naturel provenant d'espèces forestières. Toute stratégie de pérennisation de cette filière doit se baser nécessairement sur la préservation de l'environnement.

Recommandations :

- Réalisation de l'inventaire des études existantes sur le peuplement et les espèces (diagnostic)
- Réalisation d'études complémentaires s'il y a lieu
- Protection et entretien des arbres
- Application des conventions de protection
- Renforcement des capacités de sensibilisation et de la réglementation y compris la coercition dans le secteur

Résultats anticipés

- Les écosystèmes sont durables
- Le potentiel existant en karité est renforcé
- La production et la productivité sont accrues
- La filière est pérennisée

SCÉNARIO POUR DES RÉSULTATS POTENTIELS D'ICI A 2015

SCENARIO :

La chaîne de valeur s'organise et la qualité des produits augmente. La notion de traçabilité devient une étape régulière tout au long des chaînes de valeur et le contrôle de qualité un processus régulier. Les produits maliens deviennent reconnus tout comme le Label Mali et les ventes domestiques et internationales augmentent et dépassent les estimations de 80.000 tonnes de beurre par an.

Les acheteurs sont de plus en plus intéressés par les produits de la filière.

La filière a réussi à transformer le karité et applique des techniques de transformation permettant d'accroître la valeur ajoutée des produits. Elle peut également s'appuyer sur des structures d'appui efficaces qui proposent des services adaptés et des informations précieuses sur les marchés. Le secteur du karité est devenu compétitif et attire les investissements étrangers. A cela s'accompagne une meilleure facilitation des exportations grâce à une législation appropriée et à des procédures simplifiées d'exportation.

L'impact économique sur le secteur est très important et permet à l'ensemble des acteurs (formels et informels) de voir leur revenu augmenter et pour certains de pouvoir épargner (25% des producteurs ont réussi à épargner). Le secteur peut s'enorgueillir d'avoir fait reculer la pauvreté de 50% grâce à son organisation, sa décision d'améliorer sa compétitivité et de faire profiter de ces avancées à tous les acteurs du secteur.

CADRE DE MISE EN ŒUVRE

Plan de mise en œuvre de la stratégie sectorielle du Karité au Mali de 2007 à 2012

Objectifs de la stratégie	Objectif №	Activités	Activité №	Type	Catégorie SNE	Bénéficiaires directs	Partenaires de mise en œuvre	Date prévue de début	Mesures de progrès	Aide extérieure requise
Organiser et bien structurer la filière	1	**Création d'une interprofession des acteurs :** Véritable épine dorsale de la filière, l'interprofession assurera l'organisation et la structuration de la filière, ainsi que l'interface avec les autorités et la représentation de tout le secteur : - Organiser les acteurs aux différents niveaux de la filière en commençant par les productrices. Au niveau villageois, elles seront regroupées en Organisations Communautaires à la Base (OCB, genre association). Dans les zones de production, les OCB formeront à leur tour des coopératives pouvant assurer l'interface avec les partenaires intérieurs et extérieurs. - Organiser un partenariat dynamique entre les acteurs à l'intérieur (mise en réseau des OCB, lobby karité) ainsi qu'avec les importateurs étrangers. - Créer un comptoir d'achat pour centraliser les offres et organiser le marché dans le secteur du Karité. - Créer un statut professionnel pour chacune des étapes de la filière et permettre aux acteurs d'acquérir une position professionnelle reconnue. - Créer ou renforcer une organisation de contrôle et de certification BIO pour certains produits des trois filières. - Développer des facilitations commerciales (lois, conventions, accords, procédures) pour encourager les exportations.	1,1	Organisation interprofessionnelle	Intérieur pays	Producteurs (communautés villageoises), Pisteurs, Grossistes, Transformateurs, Exportateurs	Fédérations des professions, AMEPROC, MPIPME, Chambre de commerce	Janvier 07	Officialisation de l'existance d'une association interprofessionnelle Fonds à disposition pour le bon fonctionnement de l'association	CCI, UNIDO,Agence Nationale Pour l'Emploi (ANPE) / l'Agence Française de développement (AFD)
		Rôle d'interface Etat / Acteurs de filières / Structures d'appui : - Créer un partenariat public privé dans lequel les représentants de la filière, du gouvernement et de la société civile se réunissent dans le but de faciliter l'échange d'informations spécifiques à l'organisation et aux préoccupations de la filière. Concrètement il s'agira de : - Créer un cadre de concertation permanente entre l'Etat, les acteurs et les appuis à la filière karité. - Mettre en cohérence les interventions des structures publiques et parapubliques	1,2	Réglementation - législation	Intérieur pays	Producteurs (communautés villageoises), Pisteurs, Grossistes, Transformateurs, Exportateurs	AMEPROC, MPIPME, Chambre de commerce, Spécialistes en Dynamique associative / ONG, Spécialistes en Dynamique associative / ONG avec appui gouvernemental (ex DNCC, CCIM etc.)	Janvier 07	Mise en place de l'équipe d'organisation Agenda des rencontres du PPP	CCI, UNIDO
		Formation des acteurs de la filière dans les domaines de: - Gestion et Management pour les producteurs, collecteurs et exportateurs ; - Gestion de la logistique internationale pour les producteurs et exportateurs ; - Techniques de financement pour les producteurs et les exportateurs ; - Techniques de qualité pour les producteurs et les exportateurs ; - Techniques de certification de produits BIO pour les producteurs ; - Techniques d'emballage pour les producteurs, collecteurs et exportateurs ; - Négociation commerciale pour les exportateurs ; - Techniques d'obtention et de sélection des offres ; - Recherches et Accès aux informations techniques et commerciales pour les producteurs et les exportateurs ; - Mesures d'évaluation et de performance pour les producteurs et exportateurs	1,3	Formation	Intérieur pays	Producteurs (communautés villageoises), Pisteurs, Grossistes, Transformateurs, Exportateurs	AMEPROC, MPIPME, Chambre de commerce, Spécialistes en Dynamique associative / ONG, Spécialistes en Dynamique associative / ONG avec appui gouvernemental (ex DNCC, CCIM etc.)	Janvier 07	Nombre de personnes par catégorie professionnelle ayant suivies une ou des formations dans leur domaine d'activités	CCI, UNIDO
		Formation des agents des services d'appui au commerce - Formation en analyse de marchés ; - Formation sur les techniques de promotion pour les services d'appui au commerce ; - Formation sur les techniques de gestion de projet pour les services gouvernementaux ; - Formation sur l'offre de services techniques et commerciaux pour les structures d'appui au commerce et de promotion.	1,4	Formation	Intérieur pays	Ministères, Agences et Services d'appui au commerce publics et privés	AMEPROC, MPIPME, Chambre de commerce, Spécialistes en Dynamique associative / ONG, Spécialistes en Dynamique associative / ONG avec appui gouvernemental (ex DNCC, CCIM etc.)	Janvier 07	Nombre de personnes par catégorie professionnelle ayant suivies une ou des formations dans leur domaine d'activités	CCI, UNIDO, AFD

Plan de mise en œuvre de la stratégie sectorielle du Karité au Mali de 2007 à 2012

Objectifs de la stratégie	Objectif №	Activités	Activité №	Type	Catégorie SNE	Bénéficiaires directs	Partenaires de mise en œuvre	Date prévue de début	Mesures de progrès	Aide extérieure requise
Information et Promotion: Facteurs clés pour l'accès aux marchés internationaux	2	**Création de Centres d'Informations Commerciales privés (C.I.C) permettant l'accès aux informations techniques et commerciales :** - Encourager la création de Centres d'Informations Commerciales privés (C.I.C), où les acteurs de l'ensemble des étapes de la filière pourront trouver des informations commerciales (sur les marchés, données économiques, prix, les réseaux de distributions, les accords internationaux, négociations OMC, procédures administratives, certification BIO…) et techniques (sur le matériels de productions, les techniques de production, de traitement, de séchage pour le karité, de gestion,…) précises. Ces points d'information seront des entreprises privées mues par la recherche du profit et la rentabilité. Cependant afin d'assurer un bon maillage des zones de production, des avantages tarifaires (dégrèvements fiscaux), réglementaires (facilitation des procédures d'installation) et financiers (facilitation des conditions d'accès au crédit et/ou à un fonds de garantie) seront proposés aux entreprises acceptant de s'installer dans les zones reculées ou d'accès difficile. Les C.I.C seront accessibles dans la langue locale et de manière orale afin d'apporter aux acteurs des réponses pratiques à leurs demandes et attentes. Ils devront fournir de façon régulière des données économiques et des informations actualisées sur les marchés. Ces centres peuvent également s'appuyer sur le développement d'un site Internet. - Développer un site Internet permettant de devenir visible et accessible pour la communauté internationale, d'avoir accès à des informations et données économiques internationales (prix, caractéristique technique, tendances…), de pouvoir accéder aux procédures d'assistances existant au Mali pour les exportateurs, d'avoir accès aux documents nécessaires pour exporter, aux conditions d'entrées dans les pays important les produits du secteur, d'être en contact avec des acheteurs potentiels, d'être relier à d'autres sites Internet ayant des informations complémentaires ou additionnelles. Ce site Internet devra également pouvoir être consulté dans l'ensemble du pays dans les C.I.C, points de consultation permettant aux clients potentiels de savoir quels produits sont disponibles au Mali dans le secteur du karité, aux exportateurs de trouver les informations nécessaires pour exporter, aux producteurs/trices de pouvoir comparer leur technique de production avec les autres pays, de comparer leur qualité selon certains critères à définir, d'avoir des conseils en ligne, de comparer leur prix de production. Il est important qu'un système soit mis place pour que les personnes illettrées, ou parlant un dialecte régional ou ne pouvant être connectées à l'Internet puissent également avoir accès à ces informations(ex : Journal dans la langue locale ou personne disponible). Le Ministère de la Promotion des Investissements, des PME/PMI et du secteur privé et le Ministère de l'industrie et du Commerce conviendront des modalités de mise en place des C.I.C. Toutes fois, la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC), qui abrite déjà le programme JITAP (Programme Intégré Conjoint d'Assistance Technique), chargé entre autres de définir des stratégies d'exportation des produits comme le karité, le sésame et la gomme arabique, et le Projet Cadre Intégré, est tout indiquer pour être le point focal de cette activité. - Développement d'une stratégie marketing prenant en compte les besoins de chacune des étapes de la chaîne de valeur et de leur capacité de proposer et vendre leurs produits sur le marché international. - Préparer les exportateurs à négocier avec les acheteurs internationaux lors de réunions organisées dans le cadre de rencontres internationales. - Faciliter la participation aux foires commerciales et mettre en place l'accès à l'information des marchés de manière régulière. Avoir une assistance financière permettant de participer aux foires commerciales dans de bonnes conditions	2,1	Information - Accès marchés internationaux	Intérieur pays	Producteurs (communautés villageoises), Pisteurs, Grossistes, Transformateurs, Exportateurs, Services d'appui au commerce publics et privés	DNCC, SA, OP, MPFEF, AMEPROC, PTF,Ministère du Développement Social, de la Solidarité et des Personnes Agées / Ministère de la Formation Professionnelle (Le Fonds d'Appui à la Formation Professionnelle et à l'Apprentissage (FAFPA) / Ministère de la Promotion de la Femme de l'Enfant et de la Famille / collectivités décentralisées / Interprofession des acteurs / Equipe Sectorielle / Structures d'appui (services déconcentrés / ONG / structures d'appui multilatéral)(choix du leader par consensus)	Mars 07	Nombres de création de Centres d'Informations commerciales privés et accès aux informations Nombre d'entreprise faisant appel aux services des CIC	CCI, UNIDO, AFD
		Promotion des produits : - Développer des antennes commerciales dans les ambassades afin de promouvoir et faire connaître les produits des trois secteurs. - Développer ou renforcer de programmes de promotion et de contact avec d'autres pays potentiellement intéressés par le karité. La Chambre de Commerce pourra être le partenaire clé de ces activités auxquelles elle travaillera en étroite collaboration avec ou la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence. - Créer le label Mali afin de permettre aux produits d'être visibles et identifiables sur le marché international	2,2	Promotion	Intérieur pays	Producteurs (communautés villageoises), Pisteurs, Grossistes, Transformateurs, Exportateurs, Services d'appui au commerce publics et privés	DNCC, SA, OP, MPFEF, AMEPROC, PTF	Mars 07	Pourcentage de ventes réalisé grâce à ce réseau de promotion Nombre d'événements organisés à travers ce réseau de promotion	CCI, UNIDO, OMC
Produire de la qualité et accroître la valeur ajoutée des produits exportables	3	Mise en place de programmes de qualité et de sensibilisation spécifique au thème de la qualité Accès aux technologies et information sur les questions de qualité Vulgarisation des techniques et technologies appropriées pour produire une excellente qualité Mise en place d'un contrôle de qualité Développement d'une procédure de normalisation et de certification des produits Uniformisation de la qualité grâce à la mise en place de petites unités semi-industrielles Développement de la régularité de la qualité dans la production Modernisation des equipements de production, de transformation, de stockage, de transport, d'emballage Création d'un label Mali de qualité Production de produits BIO Accréditation du ou des laboratoires maliens Sensibilisation sur les aspects de traçabilité et les importantes implications pour toute la chaîne de valeur du secteur. Intensifier les recherches sur des variétés précoces de karité à haut rendement et sur les technologies à même d'améliorer la qualité des produits Vulgariser les résultats de ces recherches.	3,1	Production - Qualité - Modernisation /Innovation	Intérieur pays	Producteurs (communautés villageoises), Pisteurs, Grossistes, Transformateurs, Exportateurs, Services d'appui au commerce publics et privés	DNI, IER (LTA), ICRAF, PROKARITE, LNS, LCV, OP, ONUDI	Février 07	Nombre de PMEs ayant une certification Pourcentage de la production BIO par rapport à la production traditionnelle Etude sur l'amélioration des accès aux techniques qualités et amélioration de la qualité des produits	CCI, UNIDO, AFD

Plan de mise en œuvre de la stratégie sectorielle du Karité au Mali de 2007 à 2012

Objectifs de la stratégie	Objectif №	Activités	Activité №	Type	Catégorie SNE	Bénéficiaires directs	Partenaires de mise en œuvre	Date prévue de début	Mesures de progrès	Aide extérieure requise
Bien protéger le produit pour conserver sa valeur et améliorer les infrastructures de stockage et de transport	4	**Emballage** - Facilitation de l'accès des producteurs aux sacs de jute ou tout autre emballage de qualité - Mise en place de programmes emballage couvrant les domaines des caractéristiques techniques, de traçabilité, des types et standards, de l'étiquetage et toutes autres activités en relation avec l'emballage. - Accès aux techniques et informations sur les questions d'emballage pour répondre aux exigences du marché international - Etablir le dialogue avec les sociétés d'emballage - Information et sensibilisation sur les aspects légaux et réglementaires au niveau national et international en matière d'emballage. **Infrastructure routière** - Amélioration des infrastructures de transport (pistes rurales, voies principales etc.) et de distribution des produits - Amélioration des chemins reliant les villages aux routes principales et également de ces dernières **Infrastructure de stockage** - Augmentation et optimisation des capacités de stockage et de conservation; - Dotation grâce aux Activités Génératrices de Revenus des productrices et les collecteurs formés de l'équipement et des matériels nécessaires au bon déroulement de tout le processus de production, de transformation, de stockage et de conservation des produits du karité	4,1	Emballage - Stockage - Infrastructure	Intérieur pays	Producteurs (communautés villageoises), Pisteurs, Grossistes, Transformateurs, Exportateurs, Services d'appui au commerce publics et privés	DNCC, AMEPROC, Ministère de l'Equipement et des Transports ,Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali, Productrices / PASAOP, / ONUDILes laboratoires (LTA, LNS, LCV), le Ministère de la Santé, etc.Interprofession des acteurs / Productrices / OHVN / PASAOP / ONUDI / PCDAInterprofession des acteurs / Industriels locaux / ONUDI / PCDA	Février 07	Etudes sur les améliorations des emballages et du stockage Nombre de création de zones de stockage Identification des réseaux routiers utilisés pour le transport du Karité Développement d'un plan d'infrastructure pour l'amélioration de ces réseaux routiers	CCI, UNIDO
Renforcer le financement de la filière et de ses services d'appui au commerce	5	**Services financiers** - Mise en place et renforcement des mécanismes de financement des équipements, de la collecte et des exportations ; - Mise en place d'un fonds de garantie pour les exportations - Création d'un mécanisme interne et autoentretenu permettant à la fois de financer les équipements nécessaires à la cueillette des noix, au stockage, à la transformation, au conditionnement et à la conservation des produits. **Renforcement financier (frais de fonctionnement) des Services d'Information, de promotion** - Appui à la création et au développement des C.IC dans l'ensemble du pays pour la mise à disposition des informations techniques et commerciales nécessaires à la filière et prévision d'un fond annuel de fonctionnement - Renforcement des services de promotion des agences gouvernementales et nationales et prévision d'un fond annuel de fonctionnement - Facilitation des procédures d'exportation, - Renforcement des laboratoires de contrôle de qualité et prévision d'un fond annuel de fonctionnement ; - Mise en place d'un groupe de réflexion sur les coûts d'analyse des produits ; - Développement de structures d'emballage répondant aux besoins du secteur et prévision d'un fond annuel de fonctionnement - Renforcement et coordination des projets dans le secteur et prévision d'un fond annuel de fonctionnement	5,1	Banques/Finance	Intérieur pays et Extérieur pays	Producteurs (communautés villageoises), Pisteurs, Grossistes, Transformateurs, Exportateurs, Services d'appui au commerce publics et privés	Minsitère des finance, ministère du Commerce et de l'Industrie, Chambre de Commerce, Association des Banquiers, Institutions Financières/partenaires/exportateursDNCN, ICRAF, PNUD (PPS/FEM), UICN, SNV	Mars 07	Augmentation des crédits à l'exportation et aux crédits d'équipement Nombres de PMEs ayant accès aux crédits Etude sur les fonds de fonctionnement des agences d'appui au commerce	CCI, UNIDO
Préservation du potentiel forestier du karité	6	Faire l'inventaire des études existantes sur le peuplement et les espèces,(diagnostic) Entreprendre des études complémentaires si nécessaire, Protéger et entretenir les arbres ; Elaboration de conventions de production, Renforcer les capacités et réglementation, de sensibilisation et coercition dans le secteur,	6,1	Environnement et ressources naturelles	Intérieur pays et Extérieur pays	Producteurs (communautés villageoises), Pisteurs, Grossistes, Transformateurs, Exportateurs, Services d'appui au commerce publics et privés	AMADER /Ministère de l'Environnement / Institut d'Economie Rurale (IER) / ICRAF / Direction Nationale de l'Agriculture / Structures d'appui bilatérales et multilatérales concernées / PNUDInterprofession des acteurs / Productrices / OHVN / PASAOP / ONUDI / PCDAInterprofession des acteurs / PASAOP / ONUDI / PCDA, Les laboratoires (LTA, LNS, LCV), le Ministère de la Santé, etc.	Janvier 07	Règlement ou loi sur la protection de l'environnement et des ressources naturelles	CCI, UNIDO, AFD

PARTICIPANTS CLES DANS LES ACTIVITES DE MISE EN ŒUVRE

Les participants clés dans le processus de mise en oeuvre de la stratégie sont les opérateurs privés ou communautaires (productrices, collecteurs, exportateurs, associations impliquées dans le secteur), les services publics (Ministère de l'Economie, de l'Industrie et du Commerce, Ministère de l'Agriculture, Ministère de l'Economie et des Finances, Ministère de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille, Ministère de l'Emploi et de la Formation Professionnelle, Ministère de la Santé, Ministère chargé des Transports.), les structures faîtières (Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali, Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture du Mali et Assemblée Permanente des Chambres de Métiers du Mali) et les organismes d'appui technique et de financement (Sasakawa Global 2000, Afrique Verte, CCI, FAO, AFD, les coopérations Canadienne, suisse, allemande, le PNUD, l'Union européenne, la Banque Mondiale, etc.).

Le Ministère chargé du Commerce, à travers la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence, assurera le respect des règles de la concurrence par l'ensemble des acteurs, en plus de son rôle central de pilotage de l'ensemble de la stratégie.

Le Ministère chargé de l'Agriculture veillera au respect des normes de qualité.

Le Ministère de l'Economie et des Finances assurera, dans le cadre du partenariat, les facilités que requiert la promotion du secteur y compris l'examen de besoins spécifiques ou ponctuels (exonérations, négociations de prêts à rétrocéder aux acteurs privés notamment).

Le Ministère de l'Agriculture et celui chargé de l'Education Nationale, à travers l'Institut d'Economie Rurale et les grandes écoles, s'occuperont des questions liées à la recherche et l'appui conseil aux producteurs.

Les organisations faîtières, outre leur implication dans l'organisation du secteur, occuperont une place de choix dans la conception et l'application du label ainsi que la promotion des produits sur le marché international.

Les organismes d'appui et de financement sont chargés d'apporter les appuis technologiques et le financement nécessaire au développement du secteur ainsi que pour créer les conditions à la mobilisation de l'investissement direct étranger.

Il reste entendu que l'ensemble de ce dispositif sera sous-tendu et renforcé par le cadre de concertation Etat/secteur privé.

Indicateurs clés des progrès du secteur

Le contrôle efficace de la stratégie requiert l'utilisation d'une série d'indicateurs de progrès afin de suivre les développements les plus importants du secteur et de son environnement.

Les indicateurs doivent inclure :

- La valeur et le volume des exportations, de la consommation domestique et des importations des produits du secteur et de quel(s) pays ou origine
- La valeur et le volume des importations et l'utilisation des matières premières (semences, etc.): la stratégie envisage la création de plantations de karité, (utilisation de semences) de façon induite. Les succès remportés par la filière pousseront certains acteurs à réaliser des plantations.

- Les prix internationaux et le volume des ventes des produits du secteur en comparaison avec les pays concurrents tels que le Ghana, le Burkina Faso, etc.
- Le nombre, le potentiel et la capacité actuelle de production ainsi que la situation de l'emploi du secteur
- La structure du marché et le niveau des nouveaux investissements dans le secteur
- Le nombre de producteurs/trices travaillant de manière formelle et informelle
- L'accessibilité aux informations du marché par les acteurs du secteur
- Les ventes faites sous le label Mali sur les marchés domestique, régional et international
- Les caractéristiques de qualité tout au long de la chaîne de valeur (conformité avec les standards internationaux (UE, USA), etc.)
- L'index permettant de comparer le secteur avec celui des pays concurrents

Bénéficiaires et acteurs clés de la stratégie

- La mise en oeuvre de la stratégie doit bénéficier à tous les acteurs du secteur. Les premiers bénéficiaires de la stratégie sont actuellement :
  - Les producteurs et productrices du secteur qui auront la possibilité d'accroître leur revenu et de développer leurs capacités grâce à une meilleure qualité des produits et une meilleure approche technique de leurs activités
  - Les collecteurs qui auront leur condition de travail améliorée grâce à un meilleur accès aux produits et à des moyens de transport plus adéquats
  - Les exportateurs qui auront des facilités d'exportation et un meilleur accès aux financements
  - Les services d'appui au commerce

ENVIRONNEMENT MACROECONOMIQUE

La stratégie est basée sur différentes hypothèses tenant compte de l'environnement macro-économique dans le pays et incluant la Stratégie Nationale de Réduction de la Pauvreté, les moyens approuvés pour la réduction de la pauvreté et la croissance.

Pays à vocation agro-sylvo-pastoral, la population du Mali est essentiellement jeune (65% de la population a moins de 25 ans, l'âge de mariage des jeunes filles est de 15 ans) et réside principalement en milieu rural (70%).

Le Gouvernement de la République du Mali a fait le choix d'une économie libérale et un régime politique pluraliste depuis les événements de mars 1991 avec un désengagement de l'Etat du secteur concurrentiel.

Au Mali, le Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté (CSLP), est le cadre de référence unique des politiques et stratégies économiques. Le CSLP 2002/2006 a retenu au nombre de ses objectifs prioritaires la création d'emplois notamment en milieu rural, la valorisation du rôle de la femme et la redistribution des revenus générés par la croissance et ce dans l'optique de lutter contre l'exode rural, la désertification et promouvoir un développement humain durable. Celui de 2007/2011 servira de support au programme de réformes économiques entrepris par le Gouvernement pour créer les conditions d'un développement durable et réducteur de pauvreté, engendré par une croissance forte et soutenue.

Dans le domaine du commerce, l'enjeu visé est l'accroissement de la part du Mali dans le commerce sous-régional et mondial. Aussi les défis à relever concernent l'accroissement des exportations, le développement d'un partenariat soutenu au plan mondial, la promotion de la gouvernance locale ainsi que le renforcement du secteur privé en tant que moteur du développement. Le taux de croissance projeté du PIB est de 7% par an afin de pouvoir inverser le processus de paupérisation.

Le karité constitue le premier produit de cueillette du Mali et son potentiel d'amande est considéré comme le plus important de la sous-région avec une production d'environ 100 000 tonnes d'amande, environ la moitié du potentiel disponible. Sa transformation en beurre de karité est d'essence artisanale. Le beurre de karité est la principale source de matière grasse en milieu rural, utilisé dans l'alimentation. Il est également utilisé dans la cosmétique et entre dans la thérapeutique traditionnelle.

Les produits de la filière Karité sont principalement destinés au marché local avec de timides exportations sur les pays limitrophes et l'Europe pour l'amande de karité.

Les exportations sur l'Europe pourraient encore augmenter d'autant que les normes européennes admettent désormais le sous-produit de karité dans la fabrication du chocolat. Il existe malheureusement très peu de données sur le volume de production, la commercialisation et les coûts d'exploitation des différents éléments de la filière.

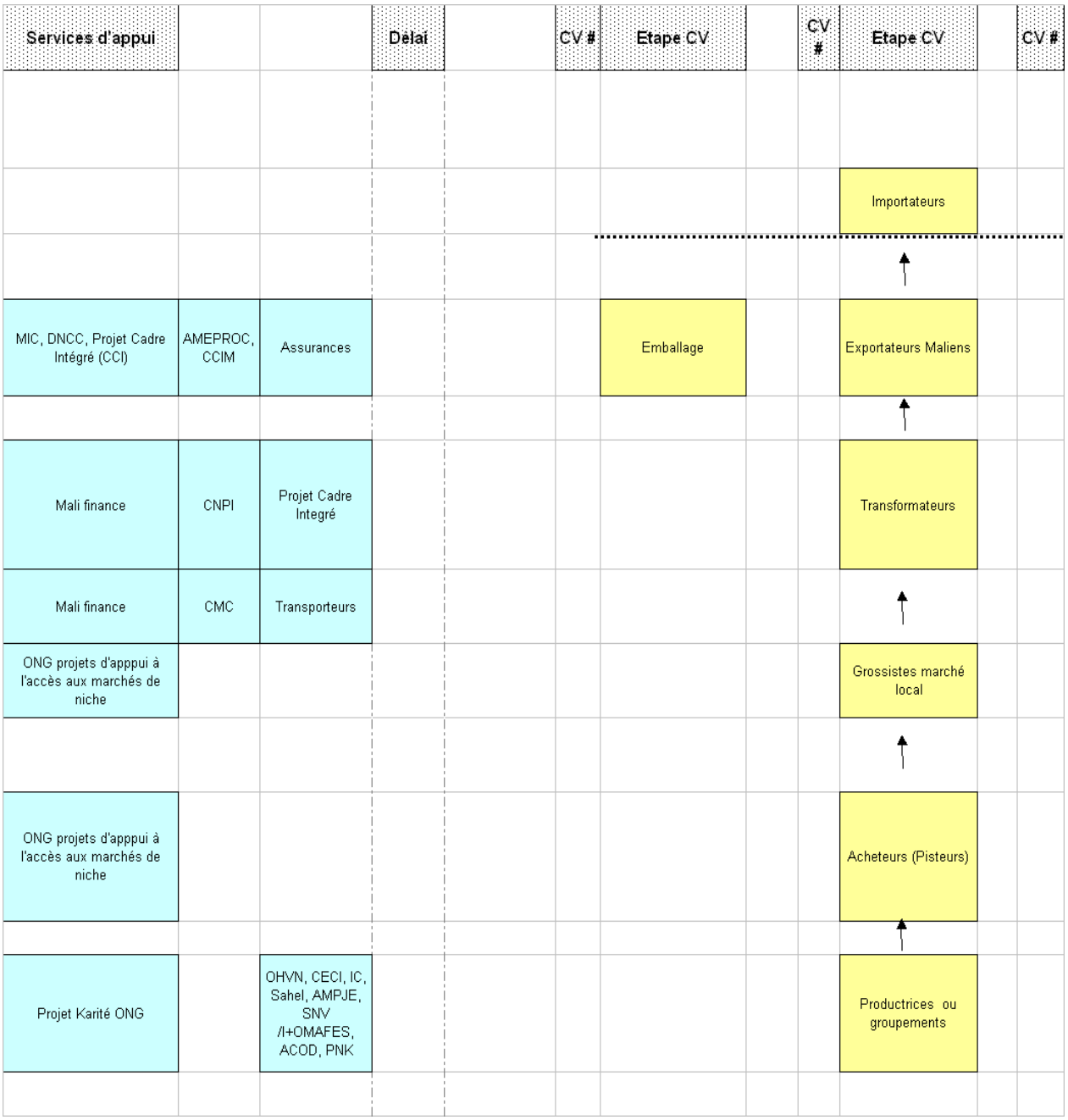
En définitive, la filière exige une plus importante promotion commerciale et une plus grande diversification des marchés d'exportation en vue de mieux tirer avantage de la compétitivité du Mali. Ces actions sont d'autant nécessaires que la filière est dominée par les femmes du milieu rural et les petits producteurs agricoles. De ce point de vue, la promotion de cette filière pourrait devenir un élément déterminant dans la réduction de la pauvreté au Mali.

ANNEXES

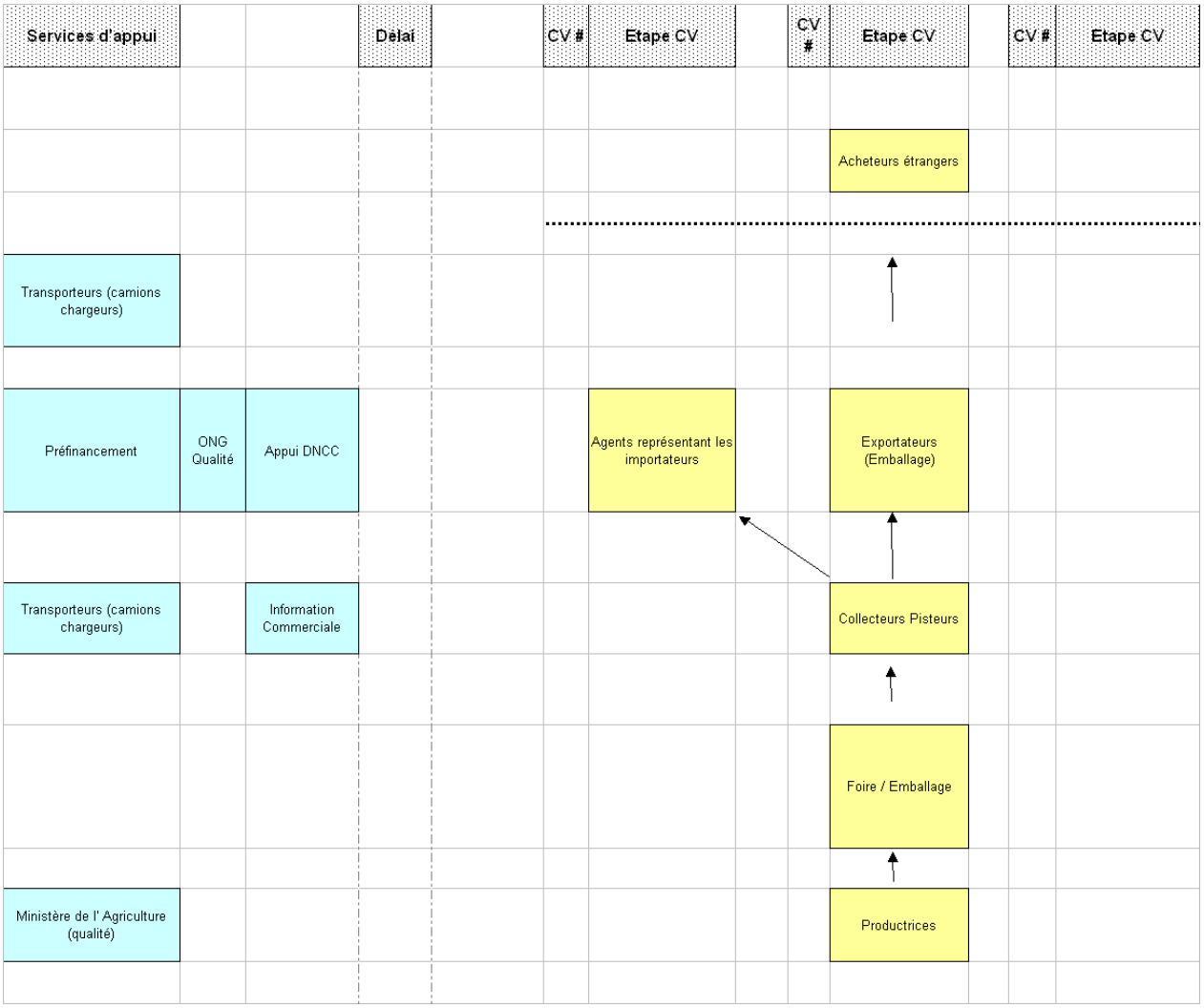
ANNEXE 1. CHAÎNES DE VALEUR

ANNEXE1.1 CHAÎNES DE VALEUR – BEURRE ET AMANDES DE KARITÉ

Karité, beurre



Karité, amandes



ANNEXE 2. PLAN D'ACTION

ANNEXE 2.1 PLAN D'ACTION - KARITE

Développement d'une stratégie sectorielle									
Plan d'action									
Plan d'action: Faiblesses, Opportunités, Racine de la faiblesse, Activités / Réponses									
Pays:	**MALI**				**Indicateurs clefs du secteur**			**code monnaie**	
Titre du secteur:	**Karité: Beurre**				Groupe: TABLE 1		Total Valeur à l'exportation (US$)		Total Volume Export
					Année actuelle				
Version:	1				**Année -1**				
Date:	8 - 9 Novembre 2005				**Année -2**				
					Année -3				
Faiblesses	**Opportunités**	**Problème No:**	**Etape CV**	**Impact (*****)**	**Racine de la Faiblesse**	**Cause No:**	**Activités et réponses**	**Activité No:**	**Collaborateurs potentiels**
Pas de financement des biens d'équipement et des exportations					Secteur Bancaire inadapté à la demande du secteur (offre insuffisante)		(1) Mise en place d'une politique d'accompagnement. (2) Etablir un dialogue Etat / Banques / Secteurs (3) Constituer un groupe Karité		Etat, Banques, Importateur
Manque d'emballage de qualité					Manque de dialogue entre l'emballeur et le secteur (détérioration et perte produits) dans le but de bien protéger le produits		(1) Nouer une relation continue avec l'emballeur (organiser des rencontres) dans le but de trouver des solutions pour maintenir la qualité du produit dans l'emballage		Etat, Acteur, Secteur
Manque Moyens de transport					Mauvais état de pistes rurales, (production moins compétitive)		(1) Constituer un groupe de représentants du Karité pour pouvoir appuyer les demandes de développement d'infrastructure routière		
Mauvaise évaluation des prix du marché, mauvaise connaissance des techniques permettant d'améliorer la qualité, problème de gestion					Manque de Formation technique dans tous les domaines (production, gestion et marketing)		(1) Organisation de formation dans les domaines de la production, de la gestion et du marketing		Structures d'appui (ONGs, Etat, Institutions financiéres)
Mauvaise Qualité du beurre					(1) Manque de fonds d' appui (mauvaise qualité du produit et perte de marché) (2) Insuffisance de vulgarisation de la technologie appropriée		(1) Organisation de formation spécifique au domaine de la qualité afin de permettre aux producteurs d'acquérir les connaissances et les techniques nécessaires pour avoir une qualité régulière (2) Sensibilisation des producteurs sur le besoin de produire un produit de qualité et démontrer qu'il y a un intérêt pour eux. (3) Activité de marketing pour promouvoir le beurre de Karité		Pokarité, OHVN, APCAM, PASAOP, Etat, Partenaire au développement

Faiblesses	Opportunités	Problème No:	Etape CV	Impact (****)	Racine de la Faiblesse	Cause No:	Activités et réponses	Activité No:	Collaborateurs potentiels
Inexistence d'équipements appropriés pour le séchage des noix					(1) Non disponibilité du matériel de séchage approprié au niveau local (mauvaise qualité du produit et perte de marchés/clients) (2) Mauvaise qualité des amandes et du beurre (perte de marché, irregularité des offres)		(1) Mener des recherches pour la conception des séchoirs solaires pour les noix et leur vulgarisation		ENI (UFAE), EMANA, AMADER, Partenaires internationaux, Etat et autrespartenaires (ONG's et autres structures d'appui)
Inexistence d'infrastructures de stockage d'amandes					(1)Manque de formation et de sensibilisation à la conservation et au conditionement (2) Manque de moyen financier permettant d'acheter les équipements nécessaires		(1) Construire des entrepôts adéquats pour le stockage des amandes et les vulgariser (2) Former et sensibiliser les producteurs à la conservation et au conditionnement (3) Définir les besoins financiers nécessaires et mettre un plan en place afin de les trouver		ENI (UFAE), EMANA, AMADER, Partenaires internationaux, Etat et autres partenaires (ONG's et autres structures d'appui)
Mauvaise communication et coordination entre les acteurs de la filière					Pas d'organisation et de structure permettant aux acteurs de la filière de communiquer		(1) Multiplier les rencontres d'échange entre les acteurs de la filière (2) Développer des programmes communs de sensibilisation à la compétitivité de la filière (3) Développer des supports de communication au sein de la filière		DNCC, AMEPROC, Organisations internationales
	Existence du potentiel de Karité						(1) Renforcer la protection des ressources naturelles (Entretenir les arbres, Faire un recensement des variétés (vulgariser), Protegér les arbres), (2) Améliorer l'image et l'importance du secteur, (3) Dynamiser et renforcer la motivation des acteurs de la filière à tous les niveaux		MA, MEA, projets,IER
	Existence de groupements de productrices actives et structurées						(1) Etablir et développer une communication régulière entre les exportateurs et les groupements de productrices		AMEPROC, structures d'appui (DNCC Prokarité, projet Karité, CECI, autres projets)
	Existence de la structure d'appui						(1) Collaboration avec les structures d'appui		AMEPROC, structures d'appui (DNCC Prokarité, projet Karité, CECI, autres projets)
	Existence de laboratoires et de structures de contrôle						(1) Utiliser les services de laboratoires pour attester de la qualité des produits et faire en sorte que les coûts de ces examens n'augmentent pas considérablement le prix du produit		Projet Karité, association Karité, DNCC
	Existence de centres de trasformation performants						(1) Faire connaître les centres existants		Projet Karité, association Karité, DNCC

Développement de stratégie sectorielle											
Plan d'action											
Plan d'action: Faiblesses, Opportunités, Racine de la faiblesse, Activités / Réponses											
Pays:	**MALI**				**Indicateurs clefs du secteur**				**code monnaie**	**Total Volume Export**	
Titre du secteur:Karité: Beurre					**Groupe: TABLE 2**		**Total Valeur à l'exportation (US$)**				
					Année actuelle						
Version:	1				**Année -1**						
Date:	7 - 8 Novembre 2005				**Année -2**						
					Année -3						
Faiblesses	**Opportunités**	**Problème No:**	**Etape CV**	**Impact (****)**	**Racine de la Faiblesse**	**Cause No:**	**Activités et réponses**	**Activité No:**		**Collaborateurs potentiels**	**Ressources nécessaires**
(1) Irregularité de l'offre (2) Insuffisance de commercialisation entre acteurs					Mauvaise organisation de la filière		(1) Mise en résau des acteurs (2) Construction des interprofessions des acteurs			DNCC, (ICSAHCL), ONGs, Prokarité / ICRAF, AMP JF, CECI, Projet NK	
(1) Irrégularité de l'offre (2) Insuffisance de commercialisation entre acteurs					Absence de communication entre les acteurs de la filière		(1) Mise en résau des acteurs (2) Construction des interprofessions des acteurs			DNCC, (ICSAHCL), ONGs, Prokarité / ICRAF, AMP JF, CECI, Projet NK	
Faiblesse de la qualité dans la commercialisation					Insuffisance d'emballage approprié		(1) Organisation de commande groupée (2) Négociation avec les industriels locaux			Structures d'appui et organisations de productrices (OP), (CTA)	
(1) Absence de reconnaisance internationale sur le label qualité "Mali" (2) Faiblesse de la qualité dans la commercialisation					Absence de laboratoire accrédité		(1) Organisation de commande groupée (2) Négociation avec les industriels locaux			Pro Karité, IER (LNS), Ministère de la Santé	
(1) Manque d'uniformité de la qualité					Manque d'unités industrielles de traitement		Mise en place de petites unités semi-industrielles			DNI, IER (LTA), ICRAF, PROKARITE, LNS, LCV, structures d'appui, et OP importateurs, ONUDI, DNI, Ministère de Promotion de la Femme de L'Enfant et de la famille et les PTF, Ministère des investissements PMI-PME	
(1)Difficultés d'accès aux marchés numérateurs (2) Mauvaise réputation des produits maliens (3) Difficultés d'exportation					Absence de catégorisation du produit		(1) Accréditation des labos maliens (2) Normalisation et certification (3) Vulgarisation des techniques et technologies appropiées			DNI, IER (LTA), ICRAF, PROKARITE, LNS, LCV, structures d'appui, et OP importateurs, ONUDI, DNI, Ministère de Promotion de la Femme de L'Enfant et de la famille et les PTF, Ministère des investissements PMI-PME	

Faiblesses	Opportunités	Problème No:	Etape CV	Impact (****)	Racine de la Faiblesse	Cause No:	Activités et réponses	Activité No:	Collaborateurs potentiels	Ressources nécessaires
(1) Manque de professionalisme des acteurs (2) Découragement des productrices (3) Mévente des produits					Manque de formation et d'information: Secteur à prédominance informel		(1) Promotion des produits de label (2) Renforcement des capacités et réglementation du secteur (3) Accès aux informations du marché		DNCC, SA, OP, MPFEF, Exportateurs (AMEPROC, PTF importateurs)	
Qualité insuffisante					(1) Manque de professionalisme des acteurs (2) Découragement des productrices (3) Mévente des produits		(1) Promotion des produits de label (2) Renforcement des capacités et réglementation du secteur (3) Accès aux informations du marché		DNCC, SA, OP, MPFEF, Exportateurs (AMEPROC, PTF importateurs)	
Faible niveau de vente de beurre de bonne qualité: Découragement des productrices					(1) Manque de qualité uniforme à la production (2) Mévente des produits ou sous valoration		(1) Gestion de la production (2) Harmonisation des techniques de traitement et d'extraction		Pro Karité, projets MPFEF, SA, les exportateurs, IER, Ministère de l'Agriculture, OP, importateurs	
Irrégularité de la production					(1) Difficultés d'engagements de partenariat à long et moyen terme (2) Découragement des productrices		(1) Gestion de la production (2) Harmonisation des techniques de traitement et d'extraction		Pro Karité, projets MPFEF, SA, les exportateurs, IER, Ministère de l'Agriculture, OP, importateurs	
Accès aux équipements adéquats (traitement et transformation)					Manque de moyens financiers		Développement de supports financiers aux productrices dans le but d'acheter des biens d'équipements			
(1) Réduction de la production					Difficulté de protection des karités et de régéneration		(1) Elaboration d'une politique de protection des ressources de production		Ministère de l'environnment, structures d'appui, les OP, PNUD, DNCC, importateurs, exportateurs,	
(1) Perte de qualité lors de l'acheminement du produit (2) Augmentation des coûts					Problème de transport		(1) Acquisition adaptée de moyens de transport (2) Aménagement des infrastructures routières		Organisations professionnelles des transporteurs, Ministère de l'équipment et des transports	

Développement de stratégie sectorielle											
Plan d'action											
Plan d'action: Faiblesses, Opportunités, Racine de la faiblesse, Activités / Réponses											
Pays:	**MALI**				**Indicateurs clefs du secteur**				**code monnaie**		
Titre du secteur:Karité:					**Groupe: TABLE 3**		**Total Valeur à l'exportation (US$)**			**Total Volume Export**	
Amandes					Année actuelle						
Version:	1				Année -1						
Date:	7 - 8 Novembre 2005				Année -2						
					Année -3						
Faiblesses	**Opportunités**	**Problème No:**	**Etape CV**	**Impact (****)**	**Racine de la Faiblesse**	**Cause No:**	**Activités et réponses**		**Activité No:**	**Collaborateurs potentiels**	**Ressources nécessaires**
Infrastructures routières							Amélioration de l'état des routes dans le but de diminuer les temps de livraison et faciliter l'accès des transports vers les villages produisant du Karité			Etat, BM, UEMEF, MIC, CCIM	
Difficultés administratives à l'étranger							Renforcement de l'application de la réglementation harmonisée UEMOA afin de permettre aux exportateurs d'être plus compétitifs sur les pays limitrophes			Etat, BM, UEMEF, MIC, CCIM	
Financement: Absence de l'Etat							Amélioration de l'accès aux crédits financiers et produits financiers à l'exportation. Formation dans le domaine de la finance des entrepreneurs de la filière Karité. Développement du Partenariat Filière Karité - Banques pour que les produits financiers (Achat d'équipements ou produits financiers pour l'exportation) proposés soient efficaces pour les acteurs de la filière			Banques, Micro Finance	
Emballage							Amélioration de l'accès aux sacs en jute, association et producteurs d'emballages				
Transport							Amélioration des moyens de transport (des villages aux entrepôts de stockage, des entrepôts de stockage à l'exportation)			Syndicat transporteurs, MET, CMC, DNCC, AMEPROC	
Stockage							Optimisation et augmentation des capacités de stockage dans le but de garder la qualité du produit et de réduire les pertes de volume				
Pas de caution bancaire							Mise en place d'une mission parlementaire dans le but d'étudier la possibilité de mettre en place une caution bancaire de l'état sur les exportations de Karité				
Problème de qualité							Accès aux technologies et formation des producteurs à l'équipement permettant d'avoir une meilleure qualité de production. Mise en place d'un programme de communication afin de sensibiliser les producteurs à l'importance de la qualité. Développement de projets liés à la qualité et de formation dans ce domaine			ONG, Projet Karité, MPFEF, DNA, Fournisseurs d'équipements	
Comptoir d'achat: marché inorganisé et offre dispersée							Création d'un comptoir d'achat et création d'un site Karité Mali. Guichet de promotion commerciale.			DNCC, exportateurs, Association, projet Karité, importateurs.	
Matériel de traitement							Développement du matériel de traitement de la Karité et formation. Recherche et analyse des différentes techniques existantes				

ANNEXE 3. OPTIONS STRATEGIQUES

ANNEXE 3.1 OPTIONS STRATEGIQUES - KARITE

BEURRE DE KARITÉ – TABLE 1

Marchés ciblés / Pays segments	Facteurs clés de succès	Objectifs stratégiques	Tâches à examiner en groupes de travail
USA et Canada: Beurre de Karité pour l'industrie cosmétique	(1) Existence de clients potentiels/ contacts (2) Amélioration de la qualité (3) Développement et modernisation du matériel de transformation	(1) Avoir du beurre de qualité qui répond aux normes internationales dans les prochains 2 à 3 ans (2) Transformer 80% des amandes en beurre d'ici 5 ans dans le cadre d'un plan national (3) Réduire l'exportation des amandes dans le but de les transformer en beurre de karité	(1) Mettre en place un cadre dynamique de production de beurre (2) Mettre en place des infrastructures de transformation industrielle ou semi industrielle avec le concours de l'Etat et de partenaires privés (3) Discuter avec l'Etat pour définir une politique de sensibilisation nationale sur Karité du Mali
Asie (Japon, Chine, Malaisie, Thaïlande) : Beurre de Karité pour l'alimentation et l'industrie cosmétique	(1) Existence de clients potentiels (2) Amélioration de la qualité (3) Développer et moderniser le matériel de transformation	(1) Avoir du beurre de qualité qui répond aux normes internationales dans les 2 à 3 ans (2) Transformer 80% des amandes en beurre en 5 ans dans le cadre d'un plan national (3) Pénetrer de 20% le marché de l'industrie cosmétique	(1) Mettre en place un cadre dynamique de production de beurre (2) Mettre en place des infrastructures de transformation industrielle ou semi industrielle avec le concours de l'Etat et de partenaires privés (3) Discuter avec l'Etat pour définir une politique de sensibilisation nationale sur Karité du Mali
Sous-Région Ouest Africain: Sénégal, Guinée, Mauritanie, Côte d'ivoire, Burkina Faso : Beurre de Karité pour l'alimentation	(1) Améliorer la visibilité du produit malien (2) Améliorer la qualité du beurre	(1) La reconnaissance sur le marché international de la qualité du beurre de karité malien	(1) Faire la promotion du beurre

BEURRE DE KARITÉ – TABLE 1

Marchés ciblés / Pays segments	Facteurs clés de succès	Objectifs stratégiques	Tâches à examiner en groupes de travail
Agroalimentaire: (1) Sous-région (Sénegal, Mauritanie, Gambie)	(1) Qualité (2) Promotion commerciale (3) Label du produit malien	Augmenter les exportations sur l'UEMOA (x2)	(1) Missions prospection commerciales (2) Participation aux événements commerciaux (3) Développer un site Internet (4) Augmenter la production et la qualité (5) Paiement à la qualité des noix
Agroalimentaire: (2) Europe (Suède, Danemark, Royaume Uni, Pays-Bas, France)	(1) Qualité (2) Promotion commerciale (3) Label du produit malien	Prospecter et promouvoir les marchés européens	(1) Missions prospection commerciale (2) Participation aux événements commerciaux (3) Développer un site Internet (4) Augmenter la production et la qualité (5) Paiement à la qualité des noix
Cosmétiques: France, Royaume Uni, Suisse, USA, Canada, Pays UEMOA	(1) Qualité (2) Promotion Commerciale (3) Label du produit malien (4) Diversification des produits	(1) Doubler les exportations de beurre EX produits sur l'UEMOA (2) Prospection et promotion en Europe des plus grandes chaînes de distribution sous label commerce équitable, label Mali et label produits bio	(1) Mettre en œuvre toutes les actions pour augmenter la production de qualité (2) Mettre en œuvre les activités pour déposer la qualité label Mali (3) Missions commerciales et de prospection (4) Participation aux foires (5) Obtenir la certification de commerce équitable et produits bio
Pharmaceutiques: Malawi, Japon, Pays UEMOA	(1) Qualité (2) Disponibilité de l'offre (3) Prospection de marchés	(1) Contacter les usines pharmaceutiques pour créer des produits pour le marché UEMOA à base de beurre malien (deux ans) (2) Augmenter la production et le volume d'exportation des produits à base de karité	(1) DNCC, Structures d'appui, OP, LNS, LTA (2) Mise en place d'une structure pour développer l'application pharmaceutique du beurre du karité (3) Valorisation des atouts pharmaceutiques traditionnels

AMANDES DE KARITÉ

Marchés ciblés / Pays segments	**Facteurs clés de succès**	**Objectifs stratégiques**	**Tâches à examiner en groupes de travail**
UE (Hollande, Danemark, Suède, Royaume Uni)	(1) Contact avec les partenaires (2) Disponibilité du produit (en quantité) (3) Accès aux informations (4) Qualité assurée	Augmentation de 50% des volumes de ventes directes pour les 2 prochaines années	(1) Meilleure harmonisation des réseaux d'appui (2) Formation, sensibilisation des acteurs de la filière sur la bonne pratique du traitement du Karité (3) Meilleure organisation des exportateurs
ASIE. (Inde)	(1) Contact avec les partenaires (2) Disponibilité du produit (en quantité) (3) Accès aux informations (4) Qualité assuré (5) Répondre aux normes internationales (Qualité, exigences, promotion, contacts entre acheteurs)	Pénétrer le marché	Techniques de prospection du marché

ANNEXE 4. MATRICE DE HIERARCHISATION

ANNEXE 4.1 MATRICE DE HIERARCHISATION - KARITE

	Matrice de hiérachisation: Secteur Karité, Sous secteur: Beurre MALI: Novembre 2005				
Priorité	**Année 1: Sequence de mise en oeuvre>**		**Année 2: Sequence de mise en oeuvre >**		**Année 3:**
9	1,1 Mise en place d'une politique d'accompagnement				
	1,2 Utiliser les services des laboratoires pour attester de la qualité des produits				
	1,3 Former et sensibiliser les femmes à la conservation du produit				
	1,4 Nouer un partenariat avec l'emballeur (organiser des rencontres entre emballeurs)				
	1,5 Faire une sensibilisation au niveau national sur l'utilisation de la technologie de transformation				
	1,6 Achat de séchoirs solaires et leur mise à disposition auprès des groupements de productrices				
	1,6 Mise en place de programmes de formation (production, gestion, marketing, qualité, emballage)				
	1,7 Faire la promotion du beurre				
	1,8 Etablir des relations partenariales entre les exportateurs et les groupements de productrices				
8	2,1 (8) Recherche de financement	5	(5) Développer un groupe dynamique de représentants de la filière Karité		
	2,2 (8) Renforcer le centre de formation de Karité existant (Dioïla) et le faire connaître				
	2,3 (8) Mise en place d'une politique de protection des ressources du secteur de Karité				
	2,4 (8) Aménagement des pistes rurales				
	2,5 (8) Etablir un dialogue (Etat, banques, acteurs du secteur)				
	2,6 (8) Faire des nouvelles plantations avec des nouvelles variétés				
	2,7 (8) Mettre en place des infrastructures de transformation industrielle ou semi industrielle avec le concours de l'Etat et des partenaires financiers				
	2,8 (8) Mettre en place un cadre dynamique de production de beurre				
	2,9 (8) Recensement des arbres				
7	(7) Construire des entrepôts pour le stockage des amandes				
	(7) Mener des recherches pour la conception des séchoirs solaires pour les noix				
	Année 1: Sequence de mise en oeuvre>		**Année 2: Sequence de mise en oeuvre>**		**Année 3:**
	URGENCE				**Priorité**

		Matrice de hiérachisation: Secteur Karité, Sous secteur: Beurre MALI: Novembre 2005					
Priorité		**Année 1: Séquence de mise en œuvre**			**Année 2: Sequence de mise en oeuvre >**		**Année 3:**
9	1,1	Vulgarisation des techniques et technologie appropriées		**6**	**4,1**	Acquisition de moyens de transport adaptés et aménagement des infrastructures de transport	
	1,2	Harmonisation des techniques de traitement et d'extraction			**4,2**	Mise de structures de développement de produits pharmaceutiques	
	1,3	Augmenter la production de qualité			**4,3**	Elaboration de politique et de programmes de protection des ressources du secteur	
	1,4	Mise en valeur du label Mali					
	1,5	Mise en place d'un mécanisme de financement					
	1,6	Intervention accrue des organes de production					
8	2,1	Missions prospectives et commerciales					
	2,2	Participation aux évenements commerciaux					
	2,3	Renforcement des capacités et réglementation du secteur					
	2,4	Gestion de la production					
	2,5	Construction des interprofessions des acteurs					
	2,6	Mise en réseau des acteurs					
	2,7	Accès aux informations du marché					
7	3,1	Normalisation et certification					
	3,2	Accréditation des laboratoires maliens					
	3,3	Organisation de la commande groupée					
	3,4	Promotion des produits et du label Mali					
	3,5	Négociation avec les industriels de la place					
	3,6	Création d'un site Internet					
	3,7	Mise en place de petites unités semi-industrielles					
		Année 1: Séquence de mise en oeuvre>			**Année 2: Séquence de mise en**		**Année 3:**
		URGENCE					**Priorité**

ANNEXE 5. VALIDATION ET MODIFICATION DES RESULTATS DE L'ATELIER 1 LORS DE ATELIER 2

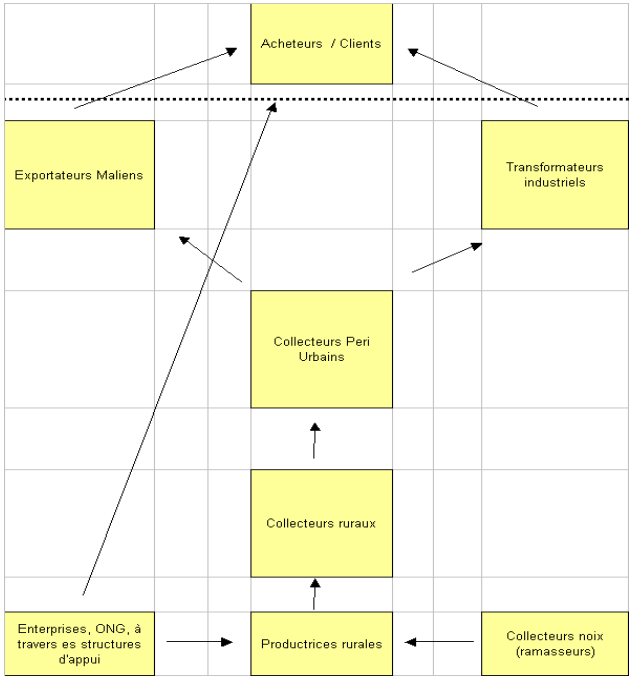
5.1 LES OBJECTIFS DU SECTEUR ET LES PREOCCUPATIONS RENCONTREES

OBJECTIFS	CAUSES ET PROBLEMES
– Organiser l'implication des services étatiques pour augmenter leur impact positif sur la filière – Organiser la filière, depuis la base – Créer des coopératives pour augmenter le revenu des productrices – Organiser les réseaux de vente à l'intérieur et d'exportation	♦ **Problèmes liés à l'organisation :** – Désintéressement des structures pour l'amélioration de la filière : insuffisance de volonté politique des pouvoirs publics – Manque de coordination entre les acteurs de la filière – Manque d'organisation – Mauvaise organisation du marché – Non-organisation des productrices pour la commercialisation groupée et le contrôle de qualité ; – Manque de synergie et d'organisation entre les acteurs
– Innover le processus de cueillette – Renforcer la capacité des acteurs de la filière – Formation des femmes pour la collecte, le conditionnement et la trituration des amandes de karité – Assister les producteurs et exportateurs dans les démarches qualité	♦ **Problèmes liés à la formation et à l'information :** – Manque de sensibilisation des femmes rurales aux enjeux du karité – Insuffisance de formation et d'information – Faiblesse de structures d'encadrement au niveau rural – Manque de professionnalisation des exploitants – Problème de séchage des amandes – Problème de traitement

OBJECTIFS	CAUSES ET PROBLEMES
– Contrôler la qualité des amandes et du beurre de karité à l'exportation – Doter les acteurs des techniques de production appropriées du beurre de karité – Faciliter le transport des produits – Avoir un comptoir d'achat – Améliorer le produit en quantité et en qualité – Avoir l'emballage approprié pour les produits du karité – Améliorer les techniques de fabrication locale et de transformation d'huile de karité – Augmenter la productivité pour accroître la valeur – Etendre la gamme des produits – Avoir des appuis financiers (crédits de campagne) – Produire du beurre qui répond aux besoins du client – Obtenir le soutien technique (marketing pour la dynamisation du circuit) – Changer la réputation des produits karité du Mali – Avoir des vrais partenaires pour l'exportation des amandes et du beurre de karité – Promouvoir la filière par l'amélioration des productions et des exportations – Commercialiser plus de produit	♦ **Faible implication des productrices à l'amélioration de la qualité du karité (déficit d'IEC) :** – Mauvaise qualité du beurre de karité transformé de façon traditionnelle – Problème d'augmentation de la valeur ajoutée (plus grande compétitivité sur le marché international) – Insuffisance de produits transformés sur le marché – Non maîtrise des technologies de transformation – Problème de qualité des amandes et du beurre – Raffinage du beurre (manque de matériel, manque d'emballage, problème de financement – La méthode traditionnelle de traitement a un rendement faible – Problème de formation pour les transformateurs du produit ♦ **Problèmes de matériels, d'équipements et de transport:** – Manque de technologie – Insuffisance de la collecte des produits – Irrégularité dans la fourniture en matières premières (noix de karité) – Insuffisance des matériels de transformation des amandes en beurre – Manque de matériels adéquats pour la transformation des amandes en beurre – Manque d'équipements de transformation au niveau des productrices – Absence d'unité de transformation du beurre de karité en beurre raffiné – Eloignement de certaines zones de production – Manque de moyens adéquats pour le transport des produits de cueillette – Réseau d'approvisionnement difficile – Insuffisance de moyens logistiques : acheminement, chargement – Problème de transport ; embarquement sur les ports sur le plan administratif : rapidité et simplification de la procédure – Problème d'exportation lié à l'emballage et au transport

OBJECTIFS	CAUSES ET PROBLEMES
– Développer un partenariat avec le CCI afin d'appuyer les organisations qui produisent et commercialisent le beurre de karité – Avoir des débouchés sur le monde pour la commercialisation – Promouvoir le commerce équitable	♦ **Problèmes liés à la recherche :** – Implication insuffisante des acteurs dans la vulgarisation des résultats de la recherche ♦ **Problèmes de financement :** – Problèmes de financement – Manque de fonds de garantie ou de crédit de campagne – Manque de partenaires crédibles et système fiable ♦ **Problèmes liés à la commercialisation:** – Difficultés d'accès aux marchés rémunérateurs pour les produits du karité – Difficultés d'accès aux marchés – Méconnaissance du marché potentiel – Faible revenu (bas prix au kilogramme) au niveau des producteurs – Faiblesse des prix aux productrices – Absence de publicité et de politique de promotion – Insuffisance d'offre de produits de qualité aux importateurs ♦ **Problèmes liés à l'environnement :** – Problèmes liés à la situation pluviométrique (déficit) – Difficulté de protéger le karité

5.2 CHAINE DE VALEUR

Services d'appui au commerce et aux affaires	Etapes de la chaîne de valeur	Opportunités et faiblesses
Banques, DNCC, DNI, AMAQ, DNA, IER Projet Cadre Intégré Services Certification Projets karité ONG, structures d'appui des, Ministères, micro-finance, coopératives, associations et groupements	**BEURRE :**  	Opportunités : Existence d'un potentiel de beurre Faiblesses : - Pas de financement - Manque d'emballage - Manque de moyens de transport adéquats - Manque de formation - Mauvaise qualité du beurre - Inexistence d'équipements appropriés pour le séchage

5.3 GRILLE DES CRITERES DE PERFORMANCE/ANALYSE DES ECARTS

Exigences d'accès du marché	**Etape CVN**	**Score : X**				
Exigences d'accès au marché		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
– Documentation pour les douanes et le transporteur						**RV**
– Document sur origine du produit		**R**			**V**	
– Tarifs (droits et taxes de douane)				**RV**		
Conditions d'entrée dans le marché						
– Standard de qualité (HACCP)/conformité avec les normes de l'importateur (teneur en huile, FFA, teneur à eau, etc.)		**R**				**V**
– Respect des normes de bonnes pratiques de gestion et de bonnes pratiques agricoles		**R**				**V**
– Conformité aux normes étiquetage, emballages et rejets des emballages		**R**		**V**		
– Conformité certifiée aux normes phytosanitaires		**R**				**V**
– Conformité aux exigences de documentation de traçabilité et éventuels audit et certification requises par l'UE		**R**				**V**
Exigences communes des acheteurs		**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
– Qualité régulière		**R**				**V**
– Intégrité bio de la chaîne logistique, auditée et certifiée par EU, USDA, etc.		R				V
– Certification pour commerce éthique		R		V		
– Gamme des tailles et matériaux d'emballage, langues pour étiquetage, etc.		**R**		**V**		

R V : Rouge et vert

5.4 PLAN D'ACTION

PROBLEMES /OPPORTUNITES	CAUSES	ACTIVITES REPONSES SUGGEREES	COLLABORATIONS POTENTIELLES
Quoi ? Où ?	Pourquoi ?	Comment ? Avec qui ?	
Inexistence d'une stratégie nationale de développement de la filière – Manque de visibilité dans l'action gouvernementale en direction de la filière **Mauvaise organisation de la filière** – Faible impact des interventions des structures d'appui – Manque d'homogénéité entre les produits des différents groupements limitant l'offre de produits de qualité exportable – Nombre trop élevé de niveaux d'intermédiation	– Insuffisance de volonté politique des pouvoirs publics, – Absence de cadre de concertation et de coordination – Insuffisance de synergie et de complémentarité entre les acteurs étatiques de la filière – Approches divergentes dans la mise en œuvre des activités (existence de différents modèles d'organisation des groupements) – Absence de collaboration entre les structures intervenant dans la filière – Diffusion de techniques et technologies de transformation différentes en fonction des zones – Insuffisance de communication entre les acteurs	**Organiser la filière :** **Au niveau national :** – Créer une interprofession des acteurs de la filière ; – Créer un cadre de concertation permanent entre l'Etat, l'interprofession et les structures d'appui à la filière karité. – Mettre en cohérence les interventions des structures étatiques (Ministères, Directions, etc.) **Au niveau de la filière :** – Organiser les acteurs par catégorie : c'est à dire aux différents niveaux de la filière (productrices, collecteurs, grossistes exportateurs), en commençant par les productrices. Au niveau villageois, elles seront regroupées en Organisations Communautaires à la Base (OCB, genre association), qui pourront servir de centrales de vente et d'achat et de cadre de formation – Structurer les zones de production : Les zones de production (communes) regrouperont les OCB en coopératives pouvant assurer l'interface avec les partenaires intérieurs et extérieurs – Organiser un partenariat dynamique entre les acteurs à l'intérieur (mise en réseau des OCB, lobby karité) ainsi qu'avec les importateurs étrangers	– Etat/Interprofession/Appuis/ Importateurs – DNCC, (ICSAHEL), Pro karité /ICRAF, AMPJF,AMPJ CECI, Projet National Karité – OMAFES etc. – AMEPROC, organisations internationales – Structures d'appui et organisations des productrices (OP), les laboratoires (LTA, LNS, LCV), le Ministère de la Santé, l'IER, un Spécialiste en Dynamique Associative, Promoteurs etc.

PROBLEMES /OPPORTUNITES	**CAUSES**	**ACTIVITES REPONSES SUGGEREES**	**COLLABORATIONS POTENTIELLES**
Quoi ? Où ?	Pourquoi ?	Comment ? Avec qui ?	
Manque de formation des acteurs – Manque de professionnalisme des acteurs. – Mauvaise qualité des produits ; – Perte de parts de marché – Irrégularité de l'offre – Faible niveau de commercialisation des produits – Absence de reconnaissance internationale sur le label « Mali » – Manque d'uniformité de la qualité	(Secteur à prédominance informel) – Insuffisance de formation, d'information et de sensibilisation aux techniques appropriées de traitement, de conditionnement, de transformation et de conservation. – Multitude de procédés de traitement	– Former les acteurs aux techniques appropriées de traitement, de conditionnement, de transformation et de conservation. – Elaborer différents cahiers de charges à l'intention des acteurs des différents maillons de la filière – Organiser la formation des acteurs au niveau national **:** ▪ Harmonisation des thèmes, des outils et de la méthodologie ▪ Organisation de la concertation entre les structures d'appui à la formation ▪ Mise en place de la logistique avec la participation des bénéficiaires	Ministère du Développement Social, de la Solidarité et des Personnes Agées ; Ministère de la Formation Professionnelle ; Ministère de la Promotion de la Femme de l'Enfant et de la Famille ; collectivités décentralisées; Interprofession des acteurs, Equipe Sectorielle ; Structures d'appui (services déconcentrés, ONG, structures d'appui multilatéral) Etat, collectivités décentralisées, OCB.

Quoi ? Où ?	Pourquoi ?	Comment ? Avec qui ?	
Sous équipement de la filière – Insuffisance d'équipement et de moyens de transport (routes, pistes rurales) – Manque d'emballage – Inexistence de matériels et d'équipements appropriés pour le séchage des noix et d'infrastructures de stockage des amandes, – Absence de labo accrédité – Insuffisance d'unités industrielles adaptées près des zones de production	– Manque d'équipement et de moyens de transport (routes, pistes rurales) – Manque d'emballage – Insuffisance de matériels et d'équipements appropriés pour le séchage des noix et d'infrastructures de stockage des amandes – Manque de laboratoires accrédités et de normes de production reconnues. – Absence de catégorisation des produits du karité. – Absence de culture industrielle chez les opérateurs privés et de politique incitative forte de la part des autorités en direction des zones de production	– Aménager les routes et pistes rurales. – Etablir le dialogue avec les emballeurs et autres partenaires de la filière – promotion des produits et du label – accès aux informations du marché – Doter les productrices formées de l'équipement et des matériels nécessaires au bon déroulement de tout le processus de production, de transformation et/ou de conservation des produits du karité en installant des Activités Génératrices de Revenus – Accréditer les laboratoires maliens – Créer un mécanisme de normalisation et de certification – Vulgariser les techniques et technologies appropriées – Mettre en place de petites unités semi-industrielles – Négocier avec les industriels de la place	-Interprofession des acteurs du secteur/emballeurs/firmes importatrices - Etat ; organisations professionnelles des transporteurs, Ministère de l'Equipement et des Transports et autres structures d'appui - Institutions financières/ partenaires/exportateurs AMEPROC ; OHVN, APCAM, PASAOP, ONUDI Les laboratoires (LTA, LNS, LCV), le Ministère de la Santé, etc.
Faiblesse de la recherche	– Insuffisance de la recherche et faible vulgarisation de ses résultats	– Intensifier les recherches sur des variétés précoces de karité à haut rendement et sur les technologies à même d'améliorer la qualité des produits – Vulgariser les résultats de ces recherches – Construire des entrepôts adéquats pour le stockage des amandes	– Etat / Partenaires au développement / Interprofession des acteurs de la filière

Quoi ? Où ?	Pourquoi ?	Comment ? Avec qui ?	
Financement de la filière – Pas de financements appropriés – Insuffisance d'appuis financiers	– Système financier inadapté à la filière – Offre insuffisante de services monétaire et financier	**Au niveau des productrices** : – Créer un mécanisme interne et auto-entretenu (Activités de diversification génératrices de revenus) au profit des productrices. Ce cadre sera mis à profit pour les organiser et les former, tout en leur procurant les revenus indispensables pour s'affranchir des corvées de bois et autres. ainsi elles dégageront le temps nécessaire aux tâches améliorées qu'exige l'amélioration de la qualité des produits (amandes et beurre) **Au niveau des exportateurs** : – Créer un mécanisme d'appui financier en s'inspirant du Programme d'Appui aux Commerçants Détaillants (PACD) – Mettre en place un fonds de garantie à l'export – Lobbying auprès des institutions financières	Institutions Financières/ partenaires/exportateurs DNCN, ICRAF, PNUD (PPS/FEM), UICN, SNV
Aspects Environnementaux – Difficulté de protection des karités et de régénération	– Non-respect du code forestier – Coupe abusive de bois (y compris le Karité) et feux de brousse – Disparition des jachères pour cause d'abandon de la technique traditionnelle de jachère	– Faire l'inventaire des études existantes sur le peuplement et les espèces (diagnostic) – Entreprendre des études complémentaires s'il y a lieu – Protéger et entretenir les arbres – Elaborer des conventions de production – Renforcer les capacités et réglementation, de sensibilisation et de coercition dans le secteur	ENI (UFAE), EMAMA, AMADER, Ministère de l'Environnement, structures d'appui, PNUD, ICRAF et autres partenaires internationaux, Etat et autres partenaires (ONG et autres structures d'appui)

Quoi ? Où ?	Pourquoi ?	Comment ? Avec qui ?	
Opportunités – Existence de potentiel productif de karité – Existence de quelques groupements actifs et structurés de productrices – Existence de structures d'appui – Existence de labos et structures de contrôle, – Existence de quelques centres de transformation performants – Possibilité de produire des produits de qualité mais pas en quantité suffisante utiliser les services des labos pour attester la qualité des produits, faire connaître les centres existants		– Etablir les relations partenariales entre les exportateurs, les groupements de productrices et les structures d'appui	AMEPROC, structures d'appui (DNCC, Pro karité, projet Karité CECI, autres projets, DNA, exportateurs AMEPROC, structures d'appui (DNCC, Pro karité, projet Karité CECI, autres projets, DNA, exportateurs, IER/LCV/LNS Projet karité, association Karité, DNCC, DNI

5.5 MATRICE DES PRIORITES

Score 9 : Priorité la plus haute – Organisation des acteurs aux différents niveaux de la filière en commençant par les productrices – Création d'une Inter Profession des acteurs – Mise en place d'un cadre de concertation permanent entre l'Etat, l'Interprofession et les structures d'appui – Mise en cohérence des interventions publiques – Développement du lobby karité – Formation des productrices et facilitation de leur accès permanent à l'information – Accès aux technologies de transformation modernes pour les acteurs de la filière – Facilitation de l'accès au crédit aux acteurs de la filière – Création d'un mécanisme interne et auto-entretenu de financement au niveau des productrices – Optimisation et augmentation des capacités de stockage (privés, associations, coopératives) – Amélioration de l'accès aux emballages – Organisation de l'approvisionnement en emballages	6 Amélioration de l'état des routes Amélioration des moyens de transport du secteur karité (associations, Etat)	3

8 Création d'un comptoir d'achat par grandes zones de production Guichet de promotion commerciale/ Création de site web sur le Karité du Mali Identification des clients et mise en relation commerciale Amélioration du délai de livraison des commandes (gestion de la production et de la commercialisation)		2
7 Application améliorée de la réglementation harmonisée de l'UEMOA – Accréditer les laboratoires maliens – Faire l'inventaire des études existantes sur le peuplement et les espèces,(diagnostic) – Entreprendre des études complémentaires s'il y a lieu – Protéger et entretenir les arbres – Elaborer des conventions de production – Renforcer les capacités et réglementation de sensibilisation et de coercition dans le secteur	4	– 1 la priorité la plus base

Bas T : 0 AN : 1 temps/urgences AN : 2 AN : 3

5.6 OPTIONS STRATEGIQUES

Marchés cibles pays /segments	Facteurs clés de succès	Options stratégiques	Tâches à examiner en groupes de travail
Beurre et cosmétique : Amérique du Nord : - Canada - USA	- Existence de clients potentiels/contact, - Amélioration de la qualité, - Développement et modernisation des matériels de transformation	- Avoir du beurre de qualité qui répond aux normes internationales au bout de 2 à 3 ans - Transformer 80% des amandes en beurre en 5 ans dans le cadre d'un programme national.	- Mettre en place un cadre de concertation dynamique des acteurs de la filière (Interprofession) - Mettre en place des infrastructures de transformation industrielle ou semi-industrielle avec le concours de l'Etat et des partenaires de l'Etat - Amener l'Etat à définir et mettre en œuvre une politique de sensibilisation nationale sur le karité du Mali
Alimentaire et cosmétique: Asie : - Japon - Chine - Malaisie - Thaïlande	- Existence de clients potentiels - Amélioration de la qualité - Développement et modernisation des matériels de transformation	- Avoir du beurre de qualité qui répond aux normes internationales au bout de 2 à 3 ans - Transformer 80% des amandes en beurre en 5 ans dans le cadre d'un programme national - Pénétrer les 20% du marché cosmétique asiatique	
Sous-région Ouest Africain : Sénégal, RCI, Guinée, Mauritanie, Burkina Faso	- Améliorer notre présence - Améliorer la qualité du beurre		- Faire la promotion du beurre
Agroalimentaire : Sous-région : - Sénégal - Mauritanie - Gambie Europe : - Suède - Danemark - Royaume uni - Pays bas - France	- Qualité, - Quantité - Promotion commerciale - Label du produit malien	- Prospecter et promouvoir les produits sur les marchés européens - Augmenter les exportations sur l'UEMOA (doublement)	– Effectuer des missions de prospection commerciale – Participer aux événements commerciaux – Activer le site Internet – Augmenter la production et améliorer la qualité – Effectuer paiement à la qualité des amandes

Marchés cibles pays /segments	**Facteurs clés de succès**	**Options stratégiques**	**Tâches à examiner en groupes de travail**
Cosmétiques : - France - Royaume uni - Suisse - USA - Canada - Pays UEMOA	- Qualité - Quantité - Promotion commerciale - Label du produit malien - Diversification des produits	- Doubler les exportations de beurre sur l'UEMOA - Prospecter et promouvoir en Europe des plus grandes chaînes de distribution sous label commerce équitable et label Mali ou produits bio	– Prendre les mesures pour améliorer la production et la qualité – Prendre les mesures pour la reconnaissance du label Mali – Participer aux foires – Obtenir la certification de commerce équitable et produits bio
Pharmaceutiques : - Malawi, - Japon - Pays UEMOA	- Quantité - Qualité - Disponibilité de l'offre - Prospection de marchés	- Contacter les usines pharmaceutiques pour créer des produits pour le marché UEMOA à base de beurre malien (deux ans) - Augmenter la production et le volume d'exportation des produits à base de karité	– Stimuler le développement de la recherche pour l'application pharmaceutique du beurre de karité – Valoriser les atouts pharmaceutiques traditionnels – Effectuer des études pour accès aux marchés

DOMAINES D'ACTIVITES	ACTIVITES	PARTENAIRES CHARGES DE LA GESTION DE L'ACTIVITE
Organisation de la filière	**Au niveau national :** – Création de l'interprofession des acteurs de la filière – Création d'un cadre permanent de concertation entre l'Etat, l'interprofession et les structures d'appui à la filière karité. – Mise en cohérence des interventions des structures étatiques (Ministères, Directions etc.)	Les acteurs de chaque maillon de la chaîne de valeur (profession ou métier des productrices, celle des collecteurs etc.) puis fédération des professions pour créer l'interprofession. DNCC en concertation avec les autres départements techniques impliqués dans la filière. Primature
	Au niveau de la filière : – **Organisation des acteurs par catégorie :** c'est à dire aux différents niveaux de la filière (productrices, collecteurs, grossistes exportateurs). **Au niveau villageois :** ▪ Création des Organisations Communautaires à la Base (OCB, genre association) ▪ Organisation des centrales de vente et d'achat et de cadre de formation – Structuration des zones de production : Les zones de production (communes), regrouperont les OCB en coopératives pouvant assurer l'interface avec les partenaires intérieurs et extérieurs. – **Organiser un partenariat dynamique** entre les acteurs à l'intérieur (mise en réseau des OCB, lobby karité) ainsi qu'avec les importateurs étrangers.	Spécialistes en Dynamique associative / ONG avec appui gouvernemental (ex l'Agence Nationale Pour l'Emploi (ANPE) / l'Agence Française de développement (AFD) Spécialistes en Dynamique associative / ONG avec appui gouvernemental (ex l'Agence Nationale Pour l'Emploi (ANPE) / l'Agence Française de développement (AFD) Spécialistes en Dynamique associative / ONG avec appui gouvernemental (ex l'Agence Nationale Pour l'Emploi (ANPE) / l'Agence Française de développement (AFD) Spécialistes en Dynamique associative / ONG avec appui gouvernemental (ex DNCC, CCIM etc.)

DOMAINES D'ACTIVITES	ACTIVITES	PARTENAIRES CHARGES DE LA GESTION DE L'ACTIVITE
Formation des acteurs de la filière	– **Former les acteurs** aux techniques appropriées de traitement, de conditionnement, de transformation et de conservation – **Elaborer différents cahiers de charges** à l'intention des acteurs des différents maillons de la filière – **Organiser la formation des acteurs au niveau national :** ▪ Harmonisation des thèmes, des outils et de la méthodologie ▪ Organisation de la concertation entre les structures d'appui à la formation ▪ Mise en place de la logistique avec la participation des bénéficiaires	– Ministère du Développement Social, de la Solidarité et des Personnes Agées / Ministère de la Formation Professionnelle (Le Fonds d'Appui à la Formation Professionnelle et à l'Apprentissage (FAFPA) /Ministère de la Promotion de la Femme de l'Enfant et de la Famille / collectivités décentralisées / Interprofession des acteurs / Equipe Sectorielle / Structures d'appui (services déconcentrés / ONG / structures d'appui multilatéral) (choix du leader par consensus)
Equipement de la filière	– Aménager les routes et pistes rurales – Etablir le dialogue avec les emballeurs et autres partenaires de la filière – Promouvoir les produits et le label – Accéder aux informations du marché. – Doter les productrices formées de l'équipement et des matériels nécessaires au bon déroulement de tout le processus de production, de transformation et/ou de conservation des produits du karité en installant des Activités Génératrices de Revenus – Accréditer les laboratoires maliens	Ministère de l'Equipement et des Transports (Programme National d'Infrastructures Rurales)/organisations professionnelles des transporteurs Interprofession des acteurs/emballeurs/firmes importatrices Etat :DNCC / exportateurs (ex AMEPROC) et autres structures d'appui Centres d'Information Commerciale : financement possible par le **Projet d'Appui aux Sources de Croissance** (PASC) / exportateurs / partenaires/ Institutions Financières /DNCC Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali

DOMAINES D'ACTIVITES	ACTIVITES	PARTENAIRES CHARGES DE LA GESTION DE L'ACTIVITE
	– Créer un mécanisme de normalisation et de certification – Vulgariser les techniques et technologies appropriées – Mettre en place de petites unités semi-industrielles – Négocier avec les industriels de la place	Productrices / PASAOP/ l'Agence Française de développement (AFD) / ONUDI Les laboratoires (LTA, LNS, LCV), le Ministère de la Santé, etc. Interprofession des acteurs / Productrices / OHVN / PASAOP / ONUDI / PCDA Interprofession des acteurs / Industriels locaux / ONUDI / PCDA
Activités de Recherche sur la filière	– Intensifier les recherches sur des variétés précoces de karité à haut rendement et sur les technologies à même d'améliorer la qualité des produits – Vulgariser les résultats de ces recherches – Construire des entrepôts adéquats pour le stockage des amandes	AMADER /Ministère de l'Environnement / Institut d'Economie Rurale (IER) / ICRAF / Direction Nationale de l'Agriculture / Structures d'appui bilatérales et multilatérales concernées / PNUD Interprofession des acteurs / Productrices / OHVN / PASAOP / ONUDI / PCDA Interprofession des acteurs / PASAOP / ONUDI / PCDA
Financement de la filière	**Au niveau des productrices :** – Créer un mécanisme interne et auto-entretenu (Activités de diversification génératrices de revenus) au profit des productrices. Ce cadre sera mis à profit pour les organiser et les former, tout en leur procurant les revenus indispensables pour s'affranchir des corvées de bois et autres, ainsi elles dégageront le temps nécessaire aux tâches améliorées qu'exige l'amélioration de la qualité des produits (amandes et beurre)	**INSTITUTIONS FINANCIERES/PARTENAIRES/EXPORTATEURS** DNCN, ICRAF, PNUD (PPS/FEM), UICN, SNV / l'Agence Française de développement (AFD)

DOMAINES D'ACTIVITES	ACTIVITES	PARTENAIRES CHARGES DE LA GESTION DE L'ACTIVITE
	Au niveau des exportateurs : – Créer un mécanisme d'appui financier en s'inspirant du Programme d'Appui aux Commerçants Détaillants (PACD) – Mettre en place un fonds de garantie à l'export – Lobbying auprès des institutions financières	Le Fonds de Développement Economique (FDE) / l'Agence Française de développement (AFD)

ANNEXE 6. IDENTIFICATION DES PARTENAIRES POTENTIELS ET DES ACTIVITES A METTRE EN OEUVRE

RESULTATS	ACTIVITES	RESPONSABLE	INDICATEURS	DUREE
OBJECTIF N°1				
– Au moins dix(10) PME PMI agréées sont créées chaque année par zone de production aux différents niveaux de la filière – L'environnement administratif et législatif est simplifié	– Créer une interprofession des acteurs – Mettre en place et animer un cadre de concertation permanent entre l'Etat/les collectivités, les acteurs et les appuis à la filière karité – Mettre en cohérence les interventions des structures publiques et parapubliques	**APCAM / APCMM**	– Nombre de PME/PMI créées par an – Textes législatifs et réglementaires – Règles et procédures	2006- 2015
OBJECTIF N°2				
Le pourcentage des pertes est réduit de moitié dès la deuxième année et deviennent nulles une année après	– Former 70 à 85% des acteurs aux techniques appropriées de traitement, de conditionnement, de transformation et de conservation des produits	**APCAM / APCMM**	Pourcentage d'acteurs formés	2006- 2015
Les aires de stockage au niveau villageois sont réalisées	– Doter 10 000 productrices et 50% des collecteurs formés en équipements et matériels nécessaires au stockage et à la conservation des produits du karité – Augmenter et optimiser les capacités de stockage – Construire au moins une aire de stockage par association – Réaliser un magasin de stockage général de l'amande et du beurre au niveau de chaque coopérative,	**Interprofession**	Nombre d'infrastructures créées	2006- 2015

RESULTATS	ACTIVITES	RESPONSABLE	INDICATEURS	DUREE
OBJECTIF N°2 (suite)				
Une intégration dans l'ensemble de la chaîne de valeur de l'importance de la notion d'emballage	– Instaurer un cadre de dialogue entre les exportateurs et les emballeurs – Sensibiliser 10 000 productrices et 50% des collecteurs aux aspects légaux et réglementaires en matière d'emballage	**Interprofession**	– Nombre de programme diffusé – Nombre de réunions du cadre de concertation – Pourcentage d'acteurs impliqués	2006- 2015
Les délais de livraison des zones de transformation aux ports d'embarquement sont réduits	– Doter chaque zone de production d'au moins un moyen sûr d'évacuation des produits.	**Collectivités Territoriales & Etat (Direction Nationale des Routes)**	– Densité du réseau routier – Nombre de km de routes/ pistes réalisées	2006- 2015
Les techniques et équipements de la chaîne de valeur sont modernisés, notamment l'installation d'unités industrielles à raison d'une unité par zone de production les dix-huit premiers mois	– Mettre en place de petites unités semi-industrielles(une unité/zone/an) – Vulgariser les techniques et technologies appropriées, – Installer une unité de nettoyage /zone/an	**Direction Nationale des Industries (DNI)**	– Nombre d'unités modernes de traitement mis en place – Nombre de modules de formation dispensés – Nombre d'acteurs formés	2008- 2015

RESULTATS	ACTIVITES	RESPONSABLE	INDICATEURS	DUREE
OBJECTIF N°3				
Les opérateurs maliens satisfont les exigences de qualité requises par les acheteurs internationaux à mi-parcours de la durée de mise en œuvre de la stratégie (2010/2011)	– Elaborer pour chaque maillon de la filière un cahier de charges – Mettre en place des programmes de qualité et de sensibilisation spécifique au thème de la qualité – Améliorer la qualité de l'emballage – Mettre en place des programmes d'emballage – Mettre en place un dispositif de contrôle et de suivi de la qualité – Mettre en œuvre la réglementation harmonisée de l'UEMOA – Harmoniser les techniques de traitement et d'extraction	**DNI (projet pro karité)**	– Nombre de programmes qualité mis en place – Nombre de missions de suivi réalisées	2006- 2015
Des produits BIO sont mis sur le marché au cours de la campagne 2007/2008	– Développer une procédure de normalisation et de certification des produits – Renforcer le laboratoire de contrôle de qualité	**DNI (projet pro karité)**	Nombre de produits ayant bénéficié de l'autorisation de mise sur le marché avec le label BIO	2007- 2008
La qualité du produit malien est reconnue sur le marché international	– Intensifier les recherches sur des variétés précoces de karité à haut rendement et sur les technologies à même d'améliorer la qualité des produits – Vulgariser les résultats de recherches	**Direction Nationale des Industries (DNI)**	– Volume annuel des exportations – Taux d'accroissement des exportations	2006- 2011

RESULTATS	ACTIVITES	RESPONSABLE	INDICATEURS	DUREE
OBJECTIF N°4				
80% au moins des producteurs/productrices maîtrisent les techniques de traitement, de stockage et de conditionnement	Développer une stratégie et des plans de communication	**Unité de Gestion**	– Pourcentage d'acteurs formés – Pourcentage d'acteurs maîtrisant les techniques	2008- 2015
90% des exportateurs maîtrisent les conditions de marché susceptibles d'influencer leur chiffre d'affaires	– Sensibiliser les acteurs sur les aspects de traçabilité et leurs implications pour toute la chaîne de valeur du secteur – Sensibiliser chaque année 10 000 productrices soit 10% et 50% des collecteurs sur les aspects de vente et communication – Développer des contacts réguliers entre les organismes nationaux de promotion et les acheteurs internationaux	**Unité de Gestion**	– Nombre de programme d'information/ sensibilisation – Nombre de cadres de concertation organisés	2008- 2015
Les projets des C.I.C.P permettent à 90% de la filière de mieux avoir accès aux informations et d'accroître leur efficacité et la compétitivité de leur produit au niveau international	– Créer au moins 2 C.I.C.P) par zone de production et par an – Informer les acteurs sur les prestations offertes par les CICP – Développer un site WEB – Faciliter la participation aux foires commerciales régionales et internationales	**Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC)**	– Nombre de CICP créé – Nombre d'acteurs ayant accès aux CICP – Nombre d'acteurs ayant bénéficié d'incitation à participer au moins une fois à une Foire	2007- 2015

RESULTATS	ACTIVITES	RESPONSABLE	INDICATEURS	DUREE
OBJECTIF N°4 (suite)				
Le comptoir d'achat du karité permet de réguler l'offre dans le pays et de contribuer à stabiliser les prix aux producteurs	Créer un comptoir d'achat	**Interprofession**	Comptoir d'achat opérationnel	2009- 2015
Les administrations maliennes accréditées par la communauté internationale certifient la qualité BIO des produits mis sur le marché	Créer / renforcer une organisation de contrôle et de certification BIO	**Laboratoire Central Vétérinaire** (LCV) et **Laboratoire National de la Santé** (LNS)	Nombre de certificats BIO délivrés	2007- 2015
Le label Mali apporte une reconnaissance internationale dans le secteur karité.	– Mettre en place un guichet unique pour les exportations – Développer une stratégie marketing – Construire le label Mali	**Ministère de l'Industrie et du Commerce**	Nombre de prix internationaux remportés par le Label	2009- 2015
Deux à trois services des ambassades maliennes deviennent un véritable centre de promotion pour les produits des filières et organisent les contacts avec des acheteurs potentiels	– Développer des antennes commerciales dans les ambassades des pays clients – Développer/ renforcer les programmes de promotion et de contact avec d'autres pays potentiellement intéressés par le karité	**Direction de la Coopération Internationale** (DCI)	Nombre d'Ambassades disposant d'une Antenne commerciale	2008- 2011

RESULTATS	ACTIVITES	RESPONSABLE	INDICATEURS	DUREE
OBJECTIF N°5				
– Facilité d'accès aux crédits au moins à 50% des exportateurs et 80% des productrices et des collecteurs	– Mettre à disposition des collecteurs et de 80% des exportateurs jusqu'en année 2, des modalités de financement appropriées à leurs activités – Créer un mécanisme interne et auto-entretenu de financement au bénéfice annuellement de 10% des productrices pendant 10 ans – Mettre en place un fonds de garantie pour les exportations – Apporter un appui financier à la création et au développement des C.I.C.P dans l'ensemble du pays – Renforcer les capacités des services de promotion et toutes agences gouvernementales et nationales	**Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC**	– Volume de financement mobilisé – Pourcentage de financement redistribué aux différents maillons de la filière	2006- 2015
– Meilleures trésoreries pour 70% des entreprises du secteur	– Renforcer les capacités de gestion des PME-PMI de transformation et/ ou d'exportation ; – Accroître le volume des ventes sur les différents marchés	**Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC**	– Profit généré par les PME/PMI – Taux d'accroissement des revenus générés – Qualité du bilan	2009- 2015

RESULTATS	ACTIVITES	RESPONSABLE	INDICATEURS	DUREE
OBJECTIF N°6				
10% du potentiel existant est protégé par an pendant 10 ans.	– Renforcer les capacités de l'unité de Gestion – Faire l'inventaire des études existantes sur le peuplement et les espèces (diagnostic) – Entreprendre des études complémentaires s'il y a lieu – Mettre en place/renforcer la politique de protection de la ressource karité – Protéger et entretenir les plantations existantes – Faire appliquer la réglementation, en matière de protection du karité y compris par des voies de coercition dans le secteur – Elaborer une politique de protection des ressources naturelles pour la filière est élaborée courant 2007 – Mettre en place une commission parlementaire pour le secteur du karité – Mettre en place une structure autonome de réflexion stratégique et d'alerte	**Direction Nationale de la Conservation de la Nature (DNCN)**	Superficies protégées	2006- 2008
La production du secteur karité est accrue	– Fournir des incitations à la réalisation des plantations collectives ou individuelles – Organiser les exploitants pour une gestion durable de la ressource	**Direction Nationale de la Conservation de la Nature (DNCN)**	– Nombre de plantations collectives ou individuelles réalisées	2008- 2015
Les conditions de pérennisation de la filière sont réunies	– Renforcer les capacités des structures d'appui conseil et les organisations d'exploitants	**Unité de Gestion**	– Nombre d'appui apporté aux acteurs de la filière – Volume des appuis	2006- 2011

ANNEXE 7. LISTE DES PARTICIPANTS A L'ATELIER 1 ET 2

Stratégie sectorielle sur le Karité
Atelier 1 du 8 et 9 novembre 2005
Atelier 2 du 8 et 9 mars 2006

	Noms et prénoms	Structures	Tel	Fax	Email
1	Ousmane O TOURE	Douanes	641 41 30		
2	Mme HAÏDARA Mariam FOFANA	Projet Karité/MPFEF	672 75 58	223 84 45	marameh@yahoo.fr
3	Mme LAH Aminata M	AMEPROC	648 41 13	229 61 60	
4	Mme SIDIBE Awa	AMEPROC	672 52 02	221 11 01	admo_2000@yahooyahoo.fr
5	Soumaïla KONATE	AMEPROC	641 31 60	221 04 91	
6	Boussessy DIARRA	HUICOMA	605 05 56	221 60 32	bous_dia@yahoo.fr
7	Seydou SAGNON	AMPJ	643 45 46	221 27 93	ampj2004@yahoo.fr
8	Farakoro KONE	DNA	630 60 78	222 34 20	farakorokone@hotmail.com
9	Idrissa TRAORE	DNT	604 40 87	222 61 37	idrissat@yahoo.fr
10	Bintou KONE	Tanti Sold		221 50 44	
11	Mme Salamata Fanta DIOUNE	Groupement des Femmes Filière Karité	221 50 44		
12	Mouye SANOGO	AMEPROC	221 50 44		
13	Assanatou CISSE	Groupement Professionnel des Femmes Filière Karité	221 50 44		
14	Aoua DEMBELE	Etudiante Finaliste en Commerce International	647 69 34		aouabase@yahoo.fr

	Noms et prénoms	Structures	Tel	Fax	Email
15	Issoufi MAÏGA	DNCC	643 40 95		souffohalassi@yahoo.fr
16	Mme Souadou DIABATE KONE	AMPJF	671 47 07		ampyf@yahoo.fr
17	Mme DIAHARA THOMAS	Projet Karité (MPFEF)	222 125	223 84 45	thomasdiahara@yahoo.fr
18	Fatoumata COULIBALY	ACOD NETAASO	220 30 77 941 75 35		acod@fribone.netml
19	Souleymane TRAORE	CECI-MALI	229 48 44 678 68 15	490 03 92	souleymanet@ceci.ca
20	Drissa TANGARA	OHVN	646 11 68	223 30 19	drissatang@ha40
21	Bakary SOGOBA	DNTTMF	643 67 79		sogobak@yahoo.fr
22	Abdoulaye Sekou TRAORE	Université de Bamako	673 83 78		laly_102002@yahoo.fr
23	Mamadou M DIARRA	D –IC Sahel	638 33 89 224 44 60	224 61 19	mmdiarra@usahel.org
24	Sidiki KOITA	Association Malienne des Exportations des Fruits et des Epices	221 41 35 615 81 13	221 41 35	fofiexmali@.com
25	Moussa KONE	DNCC/DPEC	645 68 32	221 32 07	moussko2001@yahoo.fr
26	Aliou MAÏGA	IER/ECOFIL	622 16 40		aliou287@yahoo.fr
27	Siriki SANOGO	DNCN	642 43 55	223 36 96	sirikisanogo2005@yahoo.fr
28	Mahamane Emmanuel	CMC	641 84 02		
29	Modibo TALLA	Export (SOATAF)	662 25 55	221 38 22	dibotalla@yahoo.fr
30	Siaka COULIBALY	CIE AL Hamdou	623 47 49	221 35 96	
32	Mouctar TRAORE	CCIM – CFE	671 11 14	222 21 20	troré_mouktar@yahoo.fr

	Noms et prénoms	Structures	Tel	Fax	Email
33	Bassaro TIGANA	Exportateur	624 82 03	224 20 60	
34	Issa KEÏTA	AMEPROC	631 55 23	684 70 15	keitaissaf@yahoo.fr
35	ERIC DERKS	AFE - Mali	678 61 43		edersks@actionforenterprise.org
36	Afo Alpha SANGARE	DNCC/DCE	645 01 65		sankareafo@yahoo.fr
37	Cheick DIALLO	DNCC/CID	630 05 87		
38	Mme Adèle DEMBELE	Action Sociale Tominian	237 50 37	237 50 36	actions.sociale@afribone.net.mail
39	Safiatou KONE	Coopsaka Zon Zantiebougou	643 45 46	221 27 93	
39	Seydou DIARRA	Exportateur / Sikasso	672 23 05		seydincommerce@yahoo.fr
40	Karim TOGOLA	Chef DPEC/DNCC	648 92 97	221 32 07	togolak@yahoo.fr
41	Yacouba SANOGO	Secrétaire	221 23 14		
42	Mamadou GUEYE	AMEPROC	637 59 07		
43	Assitan DIARRA	Productrice – DIOILA			
44	Mamadou TANGARA	Exportateur – Bougouni			
45	Bréhima FOFANA	Exportateur – SAN			

ANNEXE 8. LA METHODOLOGIE SHAPE POUR LE DEVELOPPEMENT DE STRATEGIE

Le processus de développement de stratégie

Les représentants de la communauté des affaires, les agences gouvernementales et les acteurs des secteurs du Karité, du Sésame et de la Gomme Arabique ont participé à une série de réunions et d'ateliers à Bamako pour formuler un plan stratégique et un plan d'action. Entre les ateliers, des réunions ont été tenues avec les producteurs, exportateurs, les fournisseurs de services d'appui au commerce et aux affaires et les agences gouvernementales pour accroître le degré de représentation et de participation. Les résultats générés ont donc pu tenir compte des points de vue et des intérêts des représentants de chacune des étapes de la Chaîne de Valeur du Karité, du Sésame et de la Gomme Arabique.

La méthodologie SHAPE CCI a été utilisée afin de guider les acteurs du secteur à travers le processus de développement de stratégies et de laisser les participants aux ateliers libres de se concentrer sur le contenu de la stratégie et de ses plans d'action et de mise en œuvre. Un examen approfondi des points spécifiques de la stratégie et des activités de mise en œuvre a été fait en étroite collaboration entre le CCI à Genève et le Gouvernement malien à travers la DNCC (Division Nationale du Commerce et de la Concurrence). Ce projet a été financé par le programme JITAP (Programme Intégré Conjoint d'Assistance Technique aux pays moins avancés et autres pays africains - Projet no : RAFD253A).

Le CCI a également informé les autres agences d'assistance technique et les partenaires potentiels pour la mise en œuvre du processus de développement de la stratégie pour leur proposer de participer au processus. SUCO, le Canada, la FAO ont pris part au développement de la stratégie. Le CCI pourrait aussi entreprendre des activités de mise en œuvre décrites dans la stratégie et en relation avec son mandat et son domaine d'expertise, si le financement est trouvé.

Pour toute information veuillez contacter:

M. Ian Sayers, Conseiller principal pour le secteur privé
Division des services d'appui au commerce
Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI)
Tél : +41 22 730 0260
E-mail: sayers@intracen.org

M. Sophien Hanouz, Consultant principal en développement de stratégies commerciales et de chaînes de valeur
Division des services d'appui au commerce
Centre du commerce international CNUCED/OMC (CCI)
Tél : +41 22 730.0339
E-mail : hanouz@intracen.org

Adresse postale:
54-56 rue de Montbrillant
c/o Palais des Nations
CH1211 Genève 10
Suisse
Web pages: www.intracen.org/ipsms/tsd