
DIAGNOSTIC APPROFONDI ET PLAN DE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE OIGNON / ECHALOTE EN REGION DE KAYES, MALI

SYNTHESE



I- CONTEXTE ET METHODOLOGIE

Le Mali est un pays à vocation agropastorale avec près de 80% de sa population active occupée par ce type d'activité. Le secteur du développement rural contribue ainsi en moyenne pour 45% au PIB du Mali avec un taux de croissance moyen de 3,6% par an.

En 2008, l'Assemblée Régionale de Kayes (ARK) avec l'appui de la coopération française et d'autres partenaires techniques et financiers a organisé un forum en vue de tracer la voie d'un développement économique régional. Ce forum avait notamment indiqué comme préalable indispensable d'approfondir l'état des connaissances sur les filières ayant un fort potentiel. Cette présente étude constitue une première étape d'identification de ces potentialités et des voies et moyens pour assurer leur promotion (valorisation et commercialisation). L'objet est de déterminer les stratégies qui doivent permettre d'assurer aux acteurs de la filière oignon/ échalote une position durable et profitable.

La filière oignon/échalote est classée par les spécialistes comme fournissant des « **produits alimentaires d'accompagnement** », et appartenant au secteur de l'agroalimentaire. Cette filière est marquée par une **forte intensité de main d'œuvre** et dégage des **marges brutes d'exploitation très moyennes**.

Cette filière est de **nature courte** (la filière comporte peu d'acteurs) à cause de la périssabilité du produit et de sa vocation à être consommé directement sans transformation. Cette filière est donc très sensible à des facteurs relatifs à la conservation des produits, à la saisonnalité des productions mais aussi à des facteurs de concurrence assez rude avec les produits venus d'ailleurs.

Selon la base de données du Réseau des Horticulteurs de Kayes (RHK), la région de Kayes compterait **314 organisations de producteurs horticoles soit 30 212 producteurs** dont 89,45% de femmes.

L'unité d'analyse privilégiée est la **filière**, unité régie par une activité productive (des produits et des marchés cibles communs), de distribution/commercialisation, de transformation et de consommation. Cette méthodologie permet la compréhension du fonctionnement global de la filière.

L'étude ne traite pas de comportement individuel mais plutôt de celui de chaque acteur considéré comme un groupe homogène. La démarche de l'étude est donc centrée sur l'échantillonnage orienté vers les catégories d'acteurs les plus représentatives et non une démarche exhaustive.

Les acteurs clefs de la filière sont :

- Les autorités locales (assemblée régionale, conseils de cercle, communes) ;
- Les services techniques locaux qui assurent l'encadrement des producteurs mais, au-delà, participent à l'analyse, la définition et la planification des actions de développement dans le cadre de l'appui-conseil aux collectivités ;
- Les acteurs impliqués dans la production et la transformation ;
- En amont du segment production (les commerçants d'intrants et d'équipements) et en aval (les commerçants, transporteurs et consommateurs).

II- LA FILIERE OIGNON / ECHALOTE

La production malienne d'oignon est évaluée en 2009 à **26 189 tonnes**, toutes zones et variétés confondues (oignons rouges et jaunes) pour une superficie de **1 801 ha**. Concernant la production d'échalote, la production est estimée à **211 743 tonnes** en 2009 pour une superficie de **8 038 ha**.

La production est concentrée dans les zones périurbaines de Bamako et d'autres zones des productions maraîchères au niveau de l'Office

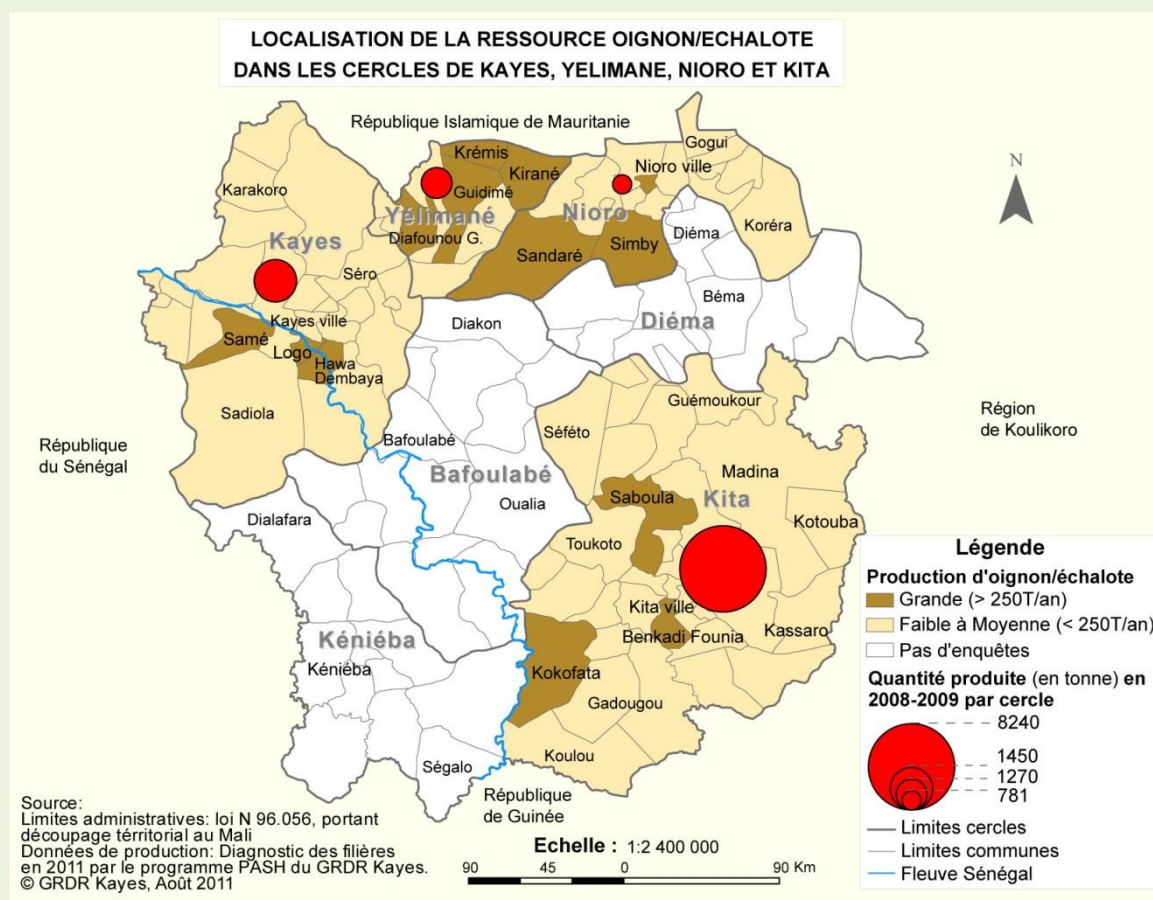
du Niger, du Pays Dogon mais aussi dans l'Ouest du pays (région de Kayes).

La part de la région de Kayes dans la production d'oignon est estimée à 5,2% des superficies exploitées et à 8,9% de la production totale. La production de l'oignon et de l'échalote cohabite pratiquement dans toutes les localités cibles de la région. Le niveau de production de l'échalote est plus important que celui de l'oignon.

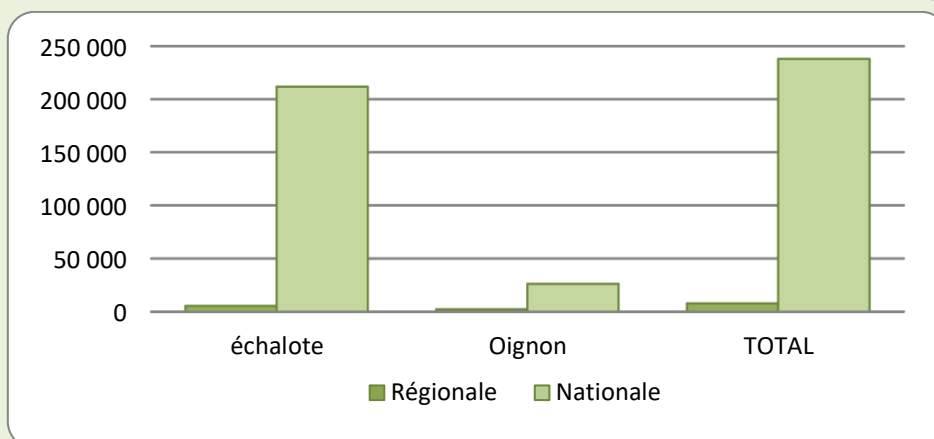
**EVOLUTION DE LA PRODUCTION D'OIGNON ET D'ECHALOTE
AU NIVEAU NATIONAL DE 2005 A 2009**

ANNEE	OIGNON			ECHALOTE			OIGNON+ECHALOTE	
	Sup. Ha	Rdt T/Ha	Prod. / T	Sup. Ha	Rdt t/Ha	Prod. / T	Sup. Ha	Prod. T
2005-06	1 761	21,9	38 618	9 549,0	33, 6	321 358	11 310	359 976
2006-07	1 324	15, 1	27 149	9 933	15,0	286 607	11 257	313 756
2007-08	2 273	18,6	42 321	8 648	24, 7	214 262	10 21,4	256 584
2008-09	4 144	18,1	75 005	17 685	12,8	225 837	21 829	300 856
2009-10	1 801	14,5	26 186	8 038	26,3	214 743	9 839	237 929

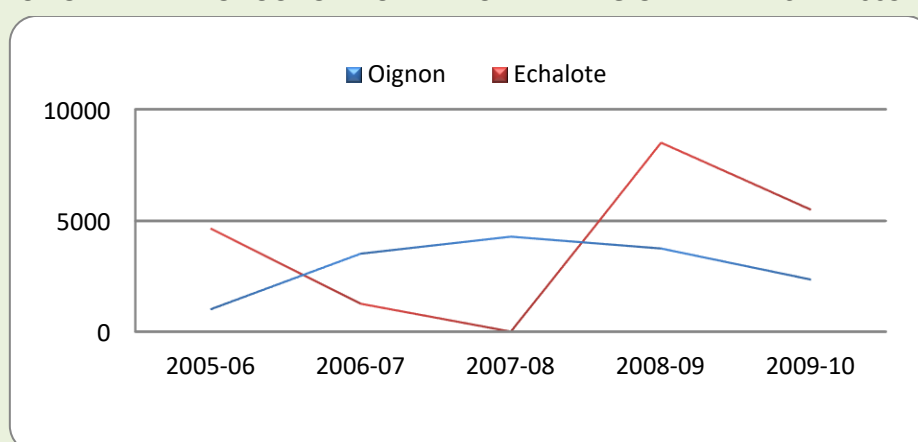
Source : Cellule de Planification et de Statistique du Service du Développement Rural



PRODUCTION REGIONALE ET NATIONALE D'OIGNON ET D'ECHALOTE EN 2009/10



EVOLUTION DE LA PRODUCTION AU NIVEAU DE LA REGION DE KAYES DE 2005 A 2010



Des facteurs multiples expliquent **cette variation de la production** présentée dans le graphique ci-dessus notamment la disponibilité de semences et les prix obtenus par les produits ; en effet à chaque fois que le prix est intéressant pendant une campagne, la

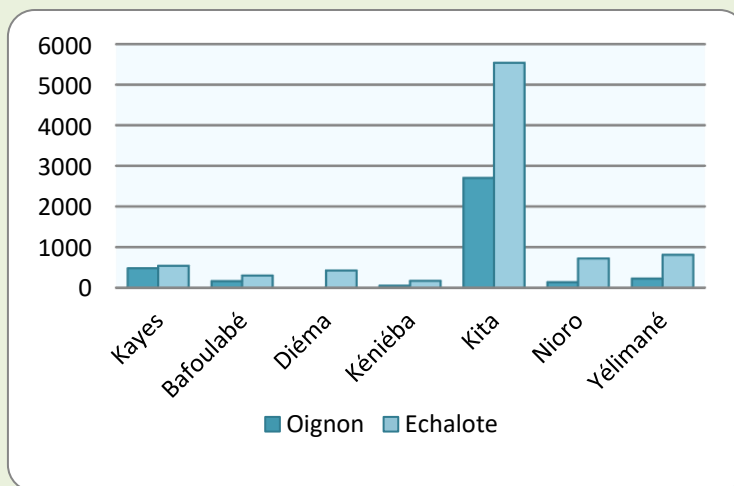
prochaine (campagne) enregistre une affluence des producteurs sur ces produits entraînant **une surproduction et la chute des prix**. Ainsi les producteurs se rétractent en s'orientant vers d'autres cultures.

STATISTIQUE DE LA PRODUCTION D'OIGNON ET D'ECHALOTE EN 2009 PAR CERCLE

Cultures	OIGNON			ECHALOTE		
	Sup	Rdt	Pdt	Sup	Rdt	Pdt
Kayes	30	16000	480	30	18000	540
Bafoulabé	9	18000	162	15	20000	300
Diéma	0	0	0	25	17000	425
Kéniéba	3	17000	51	10	17000	170
Kita	135	20000	2700	277	20000	5540
Nioro	8	17000	136	40	18000	720
Yélimané	15	15000	225	45	18000	810
Total rég	200	18770	3754	442	19242	8505

Source : Cellule de Planification et de Statistique du Service du Développement Rural

PRODUCTION D'OIGNON ET D'ECHALOTE DANS LES DIFFERENTS CERCLES DE LA REGION EN 2009



Les techniques culturales sont plus ou moins bien maîtrisées en fonction des aléas locaux. On constate l'importance de l'utilisation de **semences améliorées et des bulbes semencières** pour raccourcir le cycle de production. **L'arrosage** se fait à partir des puits ou des points d'eau (fleuves, mares) soit à la main (utilisation de seaux pour le transport de l'eau) ou de groupes motopompes qui drainent l'eau directement dans la parcelle. L'utilisation de la **fumure organique** est très fréquente et celle des engrais chimiques (urée) est en forte progression.

Traditionnellement ce sont **les femmes qui sont les plus actives dans cette production**, celles-ci cèdent peu à peu la place aux hommes compte tenu de l'importance des revenus générés.

La transformation de l'échalote et les techniques de stockage :

On recense parmi les produits transformés de l'échalote :

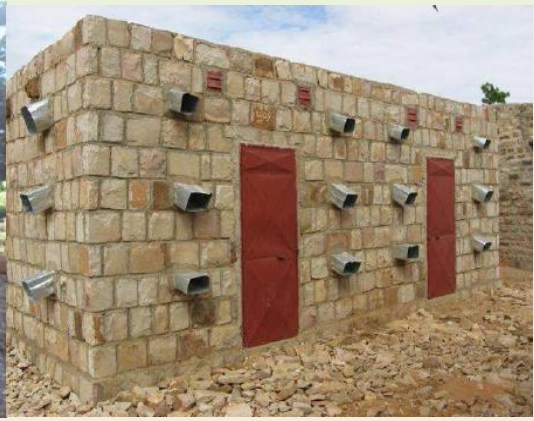
- **La boule d'échalote séchée** : produit de grande originalité locale, elle est vendue à l'intérieur et à l'extérieur du pays. Elle est légèrement concurrencée par

l'échalote écrasée séchée, provenant en grande partie de Niono.

- **L'échalote écrasée séchée** : cette technique est très répandue dans la zone de l'Office du Niger (ON). Elle exige moins d'efforts que la transformation en boules.
- **L'échalote séchée en tranches** : les échalotes sont découpées en tranches fines par les lames réglées à 3mm. Les tranches sont ensuite mises à sécher au soleil sur les claies en un lieu suffisamment aéré pendant 7 à 15 jours suivant les périodes. Un kilo de produit séché s'obtient à partir de 8 kg de produit frais en moyenne.

Selon les organisations féminines rencontrées dans cette optique **la non compétitivité du produit transformés** sur le marché local semble expliquer les raisons de sa faible pratique.

L'envie de transformer l'oignon/l'échalote participe de **la volonté de mieux les conserver** car ce couple produit se conserve difficilement. Ainsi, plusieurs techniques ont été développées dans ce sens. Le facteur recherché est surtout l'aération. Cette quête a conduit au développement de plusieurs modèles de case permettant d'améliorer les conditions de stockage afin de gérer le flux saisonnier de la production (cf. photos ci-après).



Silo de conservation bulbe et semence (Samé) Magasin de conservation

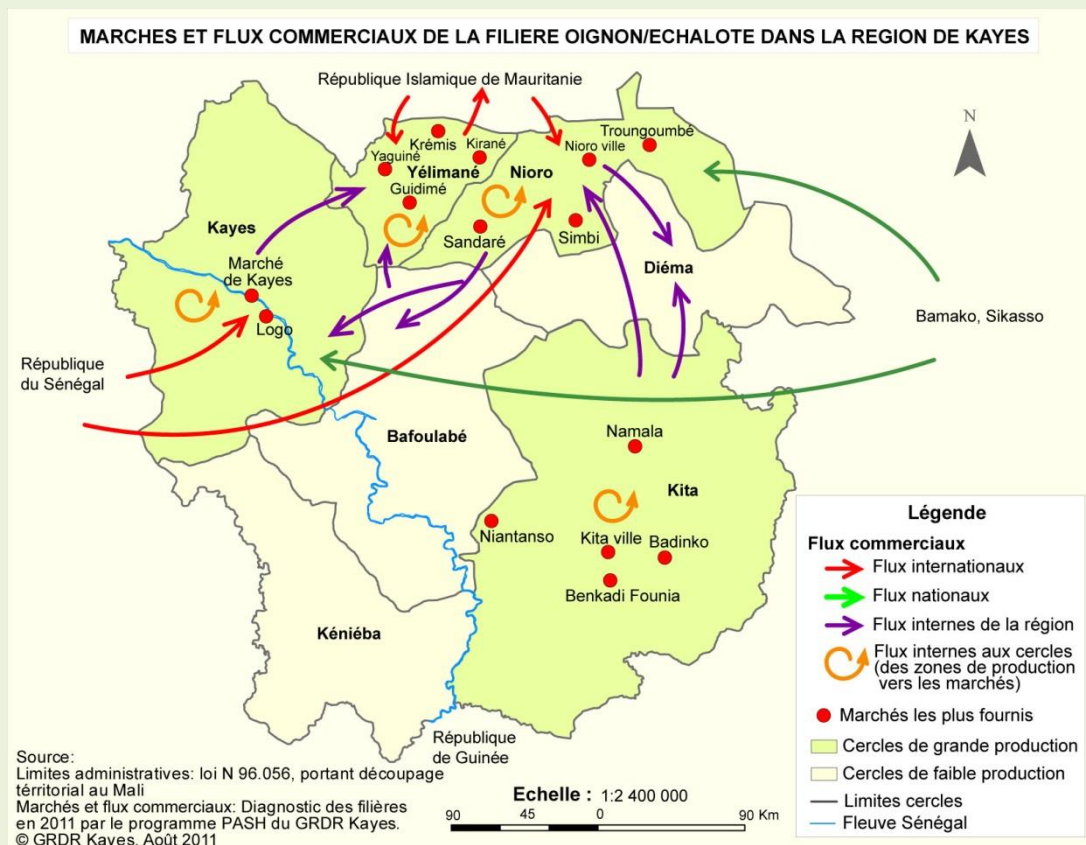


Magasin de conservation zone ONMagasin de conservation, zone ON

III- LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT DE L'OIGNON / ECHALOTE

Le processus de commercialisation est assuré par :

- ✓ **Les collecteurs** : au niveau des sites de production, ils collaborent, directement avec les productrices dans la fourniture des intrants et l'enlèvement des produits en période de récolte. Ils sont organisés ou non dans les zones d'intenses activités au sein d'associations pour leur permettre de réaliser des stocks importants.
- ✓ **Les demis - grossistes** : ce sont des acteurs installés dans les chefs-lieux ou sur les marchés de grande polarisation. Ils participent à l'approvisionnement des marchés lointains en produits frais ou séchés «transformés». Les femmes sont les plus visibles à ce niveau du maillon commercialisation.
- ✓ **Les grossistes** : femmes pour la plupart avec une tendance vers la professionnalisation. Elles sont connues sur les marchés, au niveau des centres de production ainsi qu'en dehors du Mali, car participent à l'exportation de produits frais et séchés vers les pays voisins. Le nombre des acteurs de cette catégorie n'est pas élevé.
- ✓ **Les détaillants/tes** : ils sont en nombre très important et sont des femmes (4/5 des détaillants) et sur tous les marchés locaux. Elles sont productrices en même temps que vendeuses et/ou revendeuses.
- ✓ **Les transporteurs** : Une multitude d'acteurs non formels fournissent des services de transport aux productrices villageoises et aux commerçants de différentes catégories de la filière.
- ✓ **Les transformateurs** : la transformation de l'échalote, bien que possible sous diverses formes, ne constitue pas aujourd'hui le gage d'une création de valeur ajoutée non seulement au niveau de la région mais également du Mali tout entier. En effet on rencontre des formes artisanales et modernes dont les produits sont utilisés comme dernier recours en cas d'absence d'oignons frais sur le marché. C'est lorsque ce dernier se fait rare qu'il est fait recours à des formes transformées.



La chaîne d'approvisionnement de l'oignon sur les marchés urbains au Mali inclue également **des réseaux d'importation de l'oignon hollandais** via les ports d'entrée, notamment Dakar. Les volumes importés ne sont pas connus mais semblent importants. Il s'agit certainement de plusieurs milliers de tonnes.

Au niveau de la qualité des produits, l'oignon de la Hollande et de la France est fortement entré dans les habitudes de consommation. Pour cela les mêmes variétés devront être cultivées au Mali en vue de leur exportation. Si ces éléments sont réunis, l'oignon malien

qui se trouve déjà en position appréciable sur le marché ivoirien pourra conforter son positionnement.

A l'exportation, **l'oignon malien se vend essentiellement en Côte d'Ivoire**. Ce marché est en croissance du fait de l'évolution démographique et de la stagnation de la production nationale. La capitale ivoirienne est un grand centre de consommation compte tenu de la croissance urbaine.

IV- BILAN FORCES ET FAIBLESSES DE LA FILIERE OIGNON / ECHALOTE

Forces	Faiblesses	Opportunités	Menaces
• Premier produit maraîcher de la région • Maîtrise plus ou moins élevée des itinéraires techniques de production • Culture maraîchère procurant le plus de revenus • Existence d'une demande de plus en plus forte • Savoir-faire et engouement des producteurs • Existence de système organisé de la production et d'approvisionnement en intrants • Résistance de la plante aux déprédateurs • Existence d'un premier niveau de structuration de la filière avec les coopératives maraîchères. • Existence d'expérience d'approvisionnement collectif d'intrants • Le produit se prête bien à la transformation (aptitude plus ou moins élevée à la conservation)	• Insuffisance d'appui pour le ravitaillement en intrants agricoles • Difficulté de maîtrise des prédateurs • Difficultés de conservation et très faible pratique de cette conservation • La périssabilité du produit et difficulté de conservation • Producteurs bradant leurs produits pendant les périodes de forte production • Atomisation de la production et l'instabilité de l'offre en raison de la saisonnalité de la production (période de surabondance et de rareté) • Faible organisation du maillon commercialisation • Système de financement inadapté (absence de crédit d'investissement) • Difficulté d'accéder à la propriété foncière sécurisée • Fiable diffusion des innovations techniques et technologiques • Faible valorisation des intrants biologiques	• Potentiel de transformation (oignon séché) • Amélioration de la gestion des calendriers de production évitant ainsi la sur production • Système collectif d'approvisionnement en intrants de l'URCAK • Existence de partenaires de proximité (services techniques et ONG) • Augmentation de la demande locale, nationale suite à l'augmentation de la population et des besoins • La volonté des autorités de soutenir une production nationale • Disponibilité au niveau de la recherche de variété nouvelle (PREMA) pouvant être produite en hivernage et permettant d'allonger le temps de disponibilité de la production • Existence d'un circuit local de production de semence • La position frontalière de Kayes (3 pays limitrophes) • Existence de ressources en eaux et en terres	• Les aléas climatiques (sécheresse, intempéries, inondation etc.) • Inondation du marché par les oignons venant de l'Europe via le Sénégal • Pressions sur les terres cultivables pour les cultures « puits carbonés » et suite à l'urbanisation • Augmentation du prix des hydrocarbures • Faible/absence de promotion de l'alternative

V- POTENTIEL DE CROISSANCE

La filière oignon/échalote a **un taux de couverture peu satisfaisant de son marché intérieur.**

✓ *POTENTIEL DE CROISSANCE DE L'OIGNON FRAIS*

La consommation totale d'oignon au Mali est nettement inférieure à celle de l'échalote. L'oignon n'est pas considéré comme un produit de substitution à l'échalote qui lui est préférée par les consommateurs maliens dans la préparation des plats. La consommation de l'oignon est forte pendant la période de faible approvisionnement du marché en échalote.

Par contre **la situation est nettement différente sur les marchés de la sous-région** où les ménages utilisent très peu l'échalote. La demande de ces marchés est satisfaite partiellement par les productions locales et par **l'importation d'oignon européen.**

Le marché de l'oignon est caractérisé par **une forte saisonnalité des prix et une forte concurrence des oignons européens.**

La production malienne est relativement exportable à cause de :

- Longues distances sur des routes difficiles
- Tracasseries douanières importantes
- Faible compétitivité face aux importations (meilleur aspect, bonne conservation, calibre homogène, conditionnement)
- Atomisation de l'offre ne permettant pas de travailler sur l'image du produit malien.

Pour autant, au Mali, il est possible d'envisager **deux créneaux de marché** pour le développement de la filière :

- 1- D'abord sur **le marché national, principalement en substitution à l'oignon importé** pendant les périodes où la production sur le territoire national est possible et compétitive.
- 2- Le deuxième créneau est **le marché sous régional**, principalement celui de la RCI, du Ghana et de la Mauritanie (pour l'échalote).

✓ *POTENTIEL DE CROISSANCE DE L'ECHALOTE FRAICHE*

Il a été estimé qu'environ **70% du volume de la production est commercialisé à l'état frais.** 90% de ce volume serait destiné aux principaux marchés urbains du Mali et aux pays limitrophes, notamment la Guinée et la Côte d'Ivoire.

Le potentiel de croissance de l'offre à l'horizon 2015 est basé sur des rendements qui augmenteraient de 20% et de nouvelles superficies emblavées estimées à 2 000 ha, pour une production supplémentaire de **75 000 tonnes** et un total global de 215 000 T.

Au niveau de la demande, sur la base du taux de croissance de la population actuel et d'une estimation de l'exode rural, la **croissance du bassin de population urbaine est estimée à 25% d'ici 7 ans.** Il est également estimé la demande additionnelle induite par une disponibilité des produits sur une période plus longue (meilleures techniques de conservation et meilleure couverture de la plage de production) soit une augmentation de 25 %. **La demande additionnelle totale sur les marchés actuels serait donc de 50 000 tonnes.**

Le marché pourrait ainsi se trouver dans une situation d'excédent de l'offre par rapport à la demande de 25 000 tonnes si aucune diversification géographique ou liée à la transformation n'est mise en place.

Le Mali exporte sa production d'échalotes en Côte d'Ivoire et en Guinée. Ces échanges portent sur de faibles quantités. **Ces marchés apparaissent particulièrement intéressants**, puisque leur production locale est faible et que les conditions climatiques sont peu propices à la culture de l'oignon/échalote.

	Marché actuel	Potentiel de croissance	Dynamique du marché
Oignon/ Echalote	• Consommateurs directs : L'échalote et l'oignon sont beaucoup consommés au niveau des ménages, où ils constituent la base de la cuisine. • Exportation : Reste marginale malgré des flux peu importants vers la Cote d'Ivoire et la Guinée • Transformation : Importante au niveau des bassins de production et évacuée sur le marché. Peu de valeur commerciale à cause des conditions d'hygiène peu contrôlées ; Destinée au marché intérieur Des tentatives d'amélioration pour la production de l'oignon séchée existent mais peu rentables à cause du faible niveau de production et la presque inexistence de marchés structurés	• Croissance forte pour les produits de la filière oignon/échalote • Capacités de production disponibles (Gisement de production et de productivité) • Disponibilité locale des superficies propices à la production d'échelle le long des cours d'eau et à partir de sources d'eau souterraine • Le renforcement de la demande • La volonté accrue des autorités de soutenir les investissements dans le secteur agricole • Apparition de nouveaux producteurs/ investisseurs avec des moyens conséquents	• Amélioration des rendements de l'échalote de l'ordre de 20% • Croissance de la demande avec l'augmentation de la population et des bassins urbains • Une demande additionnelle importante suite à l'amélioration des conditions de conservation augmentant la disponibilité du produit sur le marché • Possibilité de substitution des importations par la production locale suite à l'amélioration de la disponibilité du produit sur le marché conséquemment à l'amélioration des conditions de conservation et à l'apport de la production hivernale (PREMA) • Exportation : possibilité d'explorer le marché sous régional principalement celui de la Cote d'Ivoire, de la Guinée, de la Mauritanie et du Ghana

VI- STRATEGIE DE DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE

Une orientation dans le court terme visant la satisfaction du marché intérieur et sous régional est à privilégier car le choix d'un type de marché implique des investissements et des politiques adéquates (type d'investissement dans le stockage ou le transport, localisation, spéculations prioritaires pour la recherche et la vulgarisation).

Le développement des exportations vers le marché européen peut s'inscrire dans une perspective à moyen ou long terme.

Les circuits de commercialisation sont orientés vers la demande locale qui offre **de bonnes perspectives avec l'étalement de la production et l'amélioration des conditions de stockage/conservation et de transformation.**

Cette stratégie doit tenir compte des insuffisances des professionnels de la filière qui restent un frein important à l'expansion de

la filière et à sa capacité à faire face à la demande des prochaines années.

- AXE STRATEGIQUE 1 : CREER LES CONDITIONS FAVORABLES POUR UNE AUGMENTATION DE LA PRODUCTION ET DE LA PRODUCTIVITE DANS LES ZONES DE PRODUCTION D'IMPORTANCE

Pour ce faire, il importe de mettre l'accent sur **l'extension des zones de cultures** à travers l'aménagement de périmètres maraichers et le réaménagement des périmètres existants. Ceci permettrait de réduire la pression foncière sur les terres cultivées.

L'amélioration de l'accès aux moyens d'exhaure, aux intrants (engrais et semences etc...) et aux équipements et matériels de clôture peut se faire à travers **un système de**

financement adapté aux réalités agricoles et **un circuit d'approvisionnement** correct en intrants (achats groupés). Une diminution des risques de divagation et de vols sécurisera l'environnement des producteurs.

Tout ceci serait vain sans une maîtrise des techniques de production (itinéraires culturales et lutte phytosanitaire) indispensables pour une amélioration des rendements et de la qualité des produits.

Objectif stratégique	Actions à entreprendre
Augmenter la production et la productivité de l'oignon / échalote	Extension /Réaménagement des périmètres
	Réalisation /réhabilitation de puits maraichers
	Amélioration des moyens d'exhaure
	Faciliter l'accès aux intrants (engrais et semences etc...)
	Faciliter l'accès des producteurs aux équipements et matériels de clôture
	Former les producteurs sur les techniques de lutte phytosanitaire
	Former les producteurs sur les itinéraires techniques de production

- AXE STRATEGIQUE 2 : ASSURER UN SYSTEME DE FINANCEMENT EFFICACE DU SOUS-SECTEUR HORTICOLE

Ceci passe par la définition d'un cadre de concertation pour la mise en place d'un fonds de garantie et l'adoption par les acteurs concernés (collectivités, réseaux d'organisation, IMF, banques, PTF etc...) d'un mécanisme concerté de financement du sous-secteur agricole.

Pour le **financement de la commercialisation**, compte tenu de la spécificité de l'oignon et de

l'échalote, dont la qualité et le poids peuvent être entamés dans la durée, **le crédit stockage est une alternative** à développer. Il s'agit d'un **crédit sur le nantissement des stocks** qui sert à financer l'achat et le stockage/conservation de produits de l'échalote et de l'oignon au moment de la saturation du marché. Ceci évite l'engorgement du marché et le bradage de la production par les producteurs.

Objectif stratégique	Actions à entreprendre
Améliorer le niveau et d'utilisation des intrants	Définition d'un cadre de concertation pour la mise en place d'un fonds de garantie
	Définition des modalités de gestion pour assurer le financement secteur horticole

- **AXE STRATEGIQUE 3 : RENFORCER LES CAPACITES DES ACTEURS CLES**

La qualité des ressources humaines est indispensable pour déclencher et soutenir une amélioration durable de la productivité. Il s'agit d'assurer **la formation de l'encadrement sur les paquets techniques** de la production horticole afin qu'il puisse assurer un appui efficace aux producteurs.

Si la maîtrise technique permet d'assurer une production de qualité et en quantité, elle n'est

pas suffisante pour assurer le rayonnement de la filière, **une organisation efficace et une meilleure gouvernance** sont indispensables.

En effet, la région de Kayes reste caractérisée par une forte dynamique organisationnelle, intéressante, mais trop localisée et quelques fois conflictuelle.

Objectifs stratégiques	Actions à entreprendre
Renforcer les capacités de l'encadrement	Assurer la formation de l'encadrement aux paquets techniques sur la production horticole
Renforcer la collaboration et la gouvernance des OP	Accompagner l'organisation et la formation des organisations professionnelles
Favoriser les échanges entre les acteurs clés	Mettre en place un dispositif efficace de communication entre les acteurs
	Assurer une bonne diffusion des innovations techniques et technologiques

- **AXE STRATEGIQUE 4 : AMELIORATION DU REVENU DES ACTEURS**

Soutenir et valoriser le processus de commercialisation nécessite la réalisation des infrastructures de commercialisation comme **un marché de légumes à Kayes** doté d'une chaîne de froid de grande capacité avec une technologie solaire ou hybride afin de réduire les charges liées au fonctionnement.

Ceci contribuera à réduire la proportion des pertes. En outre une **valorisation des bonnes pratiques en matière de conservation stockage** à travers l'adoption des technologies ayant fait leur preuve serait nécessaire.

Un travail d'assainissement des relations entre les acteurs sur la base de la **contractualisation**

des relations entre les acteurs clés est indispensable pour sécuriser les transactions entre acteurs.

La mise en place d'une **politique de promotion et de marketing des produits transformés** avec comme créneaux les médias, les bourses et surtout l'amélioration de la présentation pour les produits issus de la transformation serait à définir.

Tout ceci trouverait son couronnement dans l'adoption d'une **stratégie de diffusion des informations commerciales sur le prix et les marchés** en direction des acteurs.

Objectifs stratégiques	Actions à entreprendre
Soutenir et valoriser le processus de commercialisation	Réaliser des infrastructures adéquates de commercialisation (marché des légumes à Kayes)
Rendre efficace le processus de commercialisation en réduisant la proportion des pertes	Valoriser les bonnes pratiques en matière de conservation, stockage de l'oignon/échalote
	Former et équiper les transformatrices d'oignon
Assainir les relations entre acteurs	Contractualisation des relations entre les acteurs clés
Promouvoir les produits horticoles	Une bonne politique de marketing est mise en place (médias, foires expositions, emballages, qualité...)
Diffuser les informations commerciales	Elaborer des bulletins d'information bihebdomadaires sur les prix et les marchés

Les Structures d'appui du PAIDEL CT les plus habilitées à prendre en compte cette stratégie sont les suivantes :

1. **Kayes** : Benkadi, ACGK, CPCD
2. **Yélimané** : Mérenguemou
3. **Nioro** : SYCOTEN
4. **Kita** : UCPI

