

CENTRE AGRO-ENTREPRISE

(CAE/ CHEMONICS)

**USAID Contract No.
624-C-00-98-00012-00**

ETUDE POUR LA PROMOTION DES FILIERES AGRO-INDUSTRIELLES

Volume I :

DOCUMENT DE SYNTHESE

Etude réalisée par :
YIRIWA CONSEIL
B.P. E-456 Tél/Fax : 22 32 89
Bamako

Bamako, Février 2001

SOMMAIRE

I - INTRODUCTION GENERALE	1
1. CONTEXTE ET PROBLEMATIQUE DES FILIERES AGRO-INDUSTRIELLES	11
2. OBJECTIFS DE LA PRESENTE ETUDE	11
3. METHODOLOGIE DE L'ETUDE	12
4. PLAN GENERAL DU RAPPORT	13
II. CADRE MACRO-ECONOMIQUE	14
1. EVOLUTION RECENTE	14
2. POLITIQUE ECONOMIQUE ACTUELLE	14
3. ROLE DE L'ETAT ET DIFFERENTS ACTEURS	16
4. UNION ECONOMIQUE ET MONETAIRE OUEST AFRICAINE (UEMOA)	16
III. POLITIQUE INDUSTRIELLE ET SECTEUR	18
AGRO-INDUSTRIEL	18
1. HISTORIQUE DU SECTEUR INDUSTRIEL	18
2. CONTRIBUTION DU SECTEUR INDUSTRIEL A LA CROISSANCE ET AU DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE	18
3. CARACTERISTIQUES DES INDUSTRIES MALIENNES	19
IV. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DES FILIERES	20
AGRO-INDUSTRIELLES	20
1. AU PLAN ENVIRONNEMENTAL DES FILIERES	20
2. AU PLAN DE L'ORGANISATION ET DE LA GESTION DES FILIERES	24
3. AU PLAN DE LA PRODUCTION	26
4. AU PLAN DE LA TRANSFORMATION	27
V. RESUME DE L'ANALYSE DES FILIERES	28
A/ FILIERE DES OLEAGINEUX	28
A1/ POLITIQUE ET ASSISTANCE AUX FILIERES DES OLEAGINEUX	28
1. POLITIQUE	28
2. STRUCTURES D'APPUI A LA PRODUCTION	28
A2/ FILIERE ARACHIDE	30
1. PRODUCTION	30
2. TRANSFORMATION	30
3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION	32
4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE ARACHIDE	32
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE ARACHIDE	33
6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE ARACHIDE	34
A3/ FILIERE KARITE	35
1. PRODUCTION	35
2. TRANSFORMATION	36
3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION	37
4. ATOUTS ET OPPORTUNITES	37
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE KARITE	38
6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE KARITE	40

A4/ FILIERE SESAME	42
1. PRODUCTION	42
2. TRANSFORMATION.....	43
3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	44
4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE SESAME	44
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE SESAME	45
6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE SESAME.....	46
A5/ FILIERE SOJA	46
1. GENERALITES	46
2. PRODUCTION	47
3. TRANSFORMATION.....	48
4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	48
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE SOJA	48
6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE SOJA	49
B/ FILIERES DES FRUITS ET LEGUMES	50
B1/ POLITIQUE ET ASSISTANCE AUX FILIERES FRUITS	50
1. POLITIQUE DES FILIERES FRUITS ET LEGUMES	50
2. STRUCTURES D'APPUI A LA PRODUCTION	50
B2/ FILIERE ECHALOTE	53
1. PRODUCTION	53
2. STOCKAGE/ CONSERVATION/ TRANSFORMATION	54
3. COMMERCIALISATION.....	55
4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE ECHALOTE	55
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE ECHALOTE	56
6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE ECHALOTE	57
B3/ FILIERE TOMATE	58
1. PRODUCTION	58
2. TRANSFORMATION.....	58
3. COMMERCIALISATION.....	59
4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE TOMATE	59
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE TOMATE	60
6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE TOMATE.....	62
B4/ FILIERE POIS SUCRE	63
1. PRODUCTION	63
2. TRANSFORMATION.....	64
3. COMMERCIALISATION.....	64
4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE POIS SUCRE.....	65
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE POIS SUCRE	65
6. RECOMMANDATIONS LA FILIERE POIS SUCRE.....	67
B5/ FILIERE HIBISCUS	68
1. PRODUCTION	68
2. TRANSFORMATION.....	69
3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	69
4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE HIBISCUS.....	70
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE HIBISCUS.....	70
6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE HIBISCUS.....	71

<i>B6/ FILIERE MANGUE</i>	72
1. GENERALITES	72
2. PRODUCTION	72
3. TRANSFORMATION.....	73
4. LA COMMERCIALISATION/ EXPORTATION	73
5. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE MANGUE	74
6. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE MANGUE.....	74
7. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE MANGUE	76
 <i>B7/ FILIERE POMME DE TERRE</i>	79
1. GENERALITES	79
2. PRODUCTION	80
3. TRANSFORMATION.....	80
4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	80
5. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE POMME DE TERRE	83
6. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE POMME DE TERRE	83
 <i>B8/ FILIERE HARICOT VERT</i>	85
1. GENERALITES	85
2. PRODUCTION	86
3. TRANSFORMATION.....	86
4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	86
 <i>C/ FILIERES DES CEREALES</i>	89
 <i>C1/ POLITIQUE ET ASSISTANCE AUX FILIERES CEREALIERES</i>	89
 <i>C2/ FILIERE RIZ OFFICE DU NIGER</i>	90
1. GENERALITES	90
2. PRODUCTION	91
3. TRANSFORMATION.....	92
4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	92
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE RIZ.....	93
 <i>C3/ FILIERES CEREALES SECHES (MIL/SORGHO ET MAIS)</i>	96
1. GENERALITES	96
2. PRODUCTION	96
3. TRANSFORMATION.....	97
4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	98
5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DES FILIERES MIL/SORGHO/ MAIS	99
 <i>D/ FILIERE COTON</i>	102
1. GENERALITES	102
2. PRODUCTION	102
3. TRANSFORMATION.....	102
4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	104
5. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE COTON.....	104
6. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE COTON.....	105
7. RECOMMANDATIONS	107
 <i>E/ FILIERES DE L'ELEVAGE</i>	108
 <i>E1/ POLITIQUES ET ASSISTANCE AUX FILIERES ELEVAGE</i>	108
1. POLITIQUE DES FILIERES ELEVAGE AU MALI.....	108
2. STRUCTURES D'APPUI AUX FILIERES ELEVAGE	108
3. ORGANISATIONS DES FILIERES ELEVAGE	109

<i>E2/ FILIÈRES BÉTAIL / VIANDES</i>	110
1. INTRODUCTION.....	110
2. PRODUCTION.....	111
3. COMMERCIALISATION.....	111
4. TRANSFORMATION.....	113
5. ATOUTS ET OPPORTUNITES.....	113
6. CONTRAINTES.....	113
7. RECOMMANDATIONS.....	114
<i>E3/ FILIÈRE CUIRS ET PEAUX</i>	115
1. INTRODUCTION.....	115
2. PRODUCTION / STOCKAGE.....	115
3. TRANSFORMATION.....	116
4. COMMERCIALISATION / EXPORTATION.....	116
5. ATOUTS ET OPPORTUNITES.....	116
6. CONTRAINTES.....	117
7. RECOMMANDATIONS.....	117
<i>E4/ FILIÈRE LAIT</i>	118
1. PRESENTATION.....	118
2. PRODUCTION / RECHERCHE.....	118
3. TRANSFORMATION/ COMMERCIALISATION.....	119
4. COMPETITIVITE.....	119
5. ATOUTS ET OPPORTUNITES.....	119
6. CONTRAINTES.....	119
7. RECOMMANDATIONS.....	120
<i>F/ FILIERE AVICOLE</i>	120
1. GENERALITES.....	120
2. PRODUCTION.....	121
3. TRANSFORMATION.....	121
4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	121
5. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE AVICOLE.....	122
6. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE AVICOLE.....	122
7. RECOMMANDATIONS.....	124
<i>G/ FILIERE POISSON</i>	124
1. GENERALITES.....	124
2. POLITIQUE/ ASSISTANCE/ ORGANISATION DE LA FILIERE.....	124
3. PRODUCTION/ RECHERCHE.....	125
4. TRANSFORMATION.....	125
5. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION.....	126
6. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE POISSON.....	126
7. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE POISSON.....	126
8. RECOMMANDATIONS.....	127
VI. EVALUATION DES FILIERES.....	129
A/ PRINCIPES DE BASE.....	129
B/ CRITERES D'EVALUATION DES FILIERES.....	129

C/ RESULTATS DE L'EVALUATION	130
1. FILIERE KARITE	130
2. FILIERE RIZ OFFICE DU NIGER	130
3. FILIERE MAÏS	130
4. FILIERE COTON	131
5. FILIERE ECHALOTE	131
6. FILIERE POIS SUCRE	131
7. FILIERE MANGUE	131
8. FILIERE POMME DE TERRE	132
9. FILIERE HARICOT VERT	132
10. FILIERE BETAIL/VIANDE	132
11. FILIERE CUIRS ET PEAUX	132
12. FILIERE POISSON	133
VII. ORIENTATIONS STRATEGIQUES DES FILIERES PORTEUSES	134
1. FILIERE KARITE	134
2. FILIERE RIZ OFFICE DU NIGER	134
3. FILIERE MAÏS	135
4. FILIERE COTON	136
5. FILIERE ECHALOTE	137
6. FILIERE POIS SUCRE	137
7. FILIERE MANGUE	138
8. FILIERE POMME DE TERRE	139
9. FILIERE HARICOT VERT	139
10. FILIERE BETAIL/ VIANDE	140
11. FILIERE CUIRS ET PEAUX	140
12. FILIERE CUIRS ET PEAUX	141
VIII. ACTIONS PRIORITAIRES A ENTREPRENDRE	142
A/ ACTIONS PRIORITAIRES DE L'ETAT ET DES STRUCTURES D'APPUI	142
1. ACTIONS COMMUNES A L'ENSEMBLE DES FLIERES	142
2. ACTIONS SPECIFIQUES PRIORITAIRES POUR LES FILIERES PORTEUSES ..	147
B/ OPPORTUNITES D'INVESTISSEMENT POUR LE SECTEUR PRIVE	147
VIII. STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION	148
DES OPPORTUNITES D'INVESTISSEMENT	148
1. OBJECTIFS	148
2. GROUPES CIBLES	148
3. RESPONSABLE	148
4. ACTIVITES	148
IX. CONCLUSION	151

SIGLES ET ABREVIATIONS

ACP	: Afrique Caraïbes et Pacifique
ADF	: African Development Foundation
AFB	: Abattoir Frigorifique de Bamako
AFB	: Abattoir Frigorifique de Bamako
AMAPRO	: Association Malienne des Artisans Professionnels
AMELEF	: Association Malienne des Exportateurs des Fruits et Légumes
AMEPROC	: Association Malienne des Exportateurs des Produits de Cueillette
AMIPJ	: Association Malienne pour l'Insertion et la Promotion des Jeunes
APCAM	: Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture du Mali
APEP	: Agence pour la Promotion des Entreprises Privées
APFEL	: Association des Professionnels Exportateurs des Fruits et Légumes
APPSK	: Association des Producteurs de Pois Sucré de Afrique et Kadiolo
APROFA	: Agence pour la Promotion des Filières Agricoles
ASCOMA	: Association des Consommateurs du Mali
AV	: Association villageoise
BCEAO	: Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest
BNDA	: Banque Nationale de Développement Agricole
BOAD	: Banque de l'Afrique de l'Ouest pour le Développement
BTP	: Bâtiment et Travaux Publics
CAE	: Centre Agro-Entreprise
CCIM	: Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali
CEDEAO	: Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CEE	: Communauté Economique Européenne
CIC	: Société Centre International pour le Commerce
CILSS	: Comité Inter-Etats de Lutte contre la Sécheresse au Sahel
CMDT	: Compagnie Malienne de Développement des Textiles
CNPI	: Centre National de Promotion des Investissements
CNRZ	: Centre National de Recherche Zootechnique
COMATEX	: Compagnie Malienne des Textiles
CPS	: Cellule de Planification et de Statistique
DGRC	: Direction Générale de la Réglementation et du Contrôle
DNAMR	: Direction Nationale de l'Appui au Monde Rural
DNHE	: Direction Nationale de l'Hydraulique et de l'Energie
DNI	: Direction Nationale des Industries
DNSI	: Direction Nationale de la Statistique et de l'Informatique
DP	: Décortiqueuse Privée
ECIBEV	: Etablissement de Crédit et d'investissement Bétail Viande
ECOFIL	: Economie des Filières Agricoles
EST	: Echalote Séchée en Tranches
FAO	: Organisation Mondiale pour l'Alimentation
FAO	: Organisation Mondiale pour l'Alimentation
FEBEVIM	: Fédération des Groupements Interprofessionnels du Bétail et de la Viande du Mali
FENU	: Fonds d'Equipeement des Nations-Unies
FIDA	: Fonds Islamique pour le Développement Agricole
FMI	: Fonds Monétaire International
FNAM	: Fédération Nationale des Artisans du Mali
FNEM	: Fédération Nationale des Employeurs du Mali
FRUITEMA	: Société Fruitière du Mali
GAM	: Général Alimentaire Malienne

GGB	: Grand Grenier du Bonheur
GIE	: Groupement d'Intérêt Economique
GIFA	: Groupement des Intervenants de la Filière Avicole
GTZ	: Agence Allemande de Coopération International
Ha	: Hectare
HUICOMA	: Société Huileries Cotonnières du Mali
IEC	: Information-Education et Communication
IER	: Institut d'Economie Rurale
ILB	: Industrie Laitière du Mali
INSAH	: Institut du Sahel
ITEMA	: Industrie Textile du Mali
Kg	: Kilogramme
LCV	: Laboratoire Central vétérinaire
MDR	: Ministère du Développement Rural
MICT	: Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Transports
ODR	: Opération de Développement Rural
ODRS	: Office de Développement de Sélingué
OHVN	: Office de la Haute Vallée du Niger
OMA	: Observatoire des Marchés Agricoles
OMBEVI	: Office Malienne du Bétail et de la Viande
OMM	: Opération Mil Mopti
ON	: Office du Niger
ONG	: Organisation Non Gouvernementale
ONU	: Organisation des Nations Unies
OP	: Opération Pêche
OPAM	: Office des Produits Agricoles du Mali
OPEP	: Organisation des Pays Exportateurs du Pétrole
OPIB	: Office du Périmètre Irrigué de Baguinéda
ORM	: Office Riz Mopti
ORS	: Opération Riz Ségou
PASA/OP	: Projet d'Appui aux Services Agricoles et aux Organisations des Producteurs
<u>PDAM</u>	: Programme de Développement de l'Aviculture au Mali
<u>PDAP</u>	: Programme de Développement de l'Agriculture Péri-Urbain
PDR	: Programme de Diversification des Revenus
PIB	: Produit Intérieur Brut
PRMC	: Projet de Restructuration du Marché Céréaliier
PROFED	: Projet Femme et développement
PST	: Projet Sectoriel des Transports
SA	: Société Anonyme
SEGAMA	: Sénégal-Gambie-Mali
SERIMA	: Société des Rizeries du Mali
SIKA-Mali	: Société Industrielle
SIM	: Système d'Information du Marché Céréaliier
SLACAER	: Service de l'Appui Conseil de l'Aménagement et de l'Equipement Rural
SOLAIMA	: Société Laitière du Mali
SOMACO	: Société malienne de Conserveries
SOSIMAPA	: Société Sino-Malienne des Produits Arachidiiers
T	: Tonne
TAMALI	: Tanneries du Mali
TAO	: Tannerie de l'Afrique de l'Ouest
TEC	: Tarif Extérieur Commun
TROPEX	: Société Tropicale Export
UE	: Union Européenne
UEMOA	: Union Economique et Monétaire de L'Ouest Africain

UNICEF	: Programme des Nations-Unies pour l'Enfance
USA	: Etats-Unis d'Amérique
USAID	: Agence Américaine pour le Développement International

I - INTRODUCTION GENERALE

1. CONTEXTE ET PROBLEMATIQUE DES FILIERES AGRO-INDUSTRIELLES

Sous l'effet de programmes de reformes structurelles et de meilleures conditions climatiques, l'économie malienne a connu depuis le début des années 1990 des progrès remarquables sur le plan des indicateurs macro-économiques.

Cependant, en dépit de ces performances, les conditions de vie des populations ont tendance à se dégrader et la situation socio-économique demeure préoccupante. Alertées sur l'aggravation de la pauvreté aussi bien en milieu urbain que rural, les autorités nationales en relation avec certains partenaires au développement ont déclenché une série d'actions et de programme en vue d'une inversion de la tendance.

La présente étude, axée sur l'identification de politiques et stratégies de renforcement des filières agro-industrielles a été initié dans ce cadre.

En effet, le secteur primaire, de par son importance tant par le pourcentage de la population qu'il occupe (80 %) que par sa contribution au Produit Intérieur Brut (40 à 45 %) et aux recettes d'exportation (3/4) doit être au centre de toute politique malienne de développement économique et social. De l'indépendance à maintenant, tous les plans et programmes nationaux lui ont, à juste titre, accordé une place de choix. Cependant, même avec cette marque d'attention tant du côté national que des partenaires au développement et des investissements importants qui y ont été consacrés, ce secteur tarde à décoller, alors que le pays possède d'énormes atouts et potentialités, surtout en terme de disponibilités d'espaces, de terres aménageables, de ressources hydrauliques, de ressources humaines et de savoir-faire dans certains domaines. Ces potentialités ne sont pas toujours rationnellement exploitées et les productions prioritaires sont faiblement valorisées.

Actuellement, le libéralisme, la mondialisation de l'économie et la diminution de l'aide publique au développement incitent tous les états, surtout ceux en développement, à plus d'imaginations pour une meilleure organisation de la production et un accroissement des valeurs ajoutées nationales en vue de faire face à une demande sociale amplifiée par le modernisme et la croissance démographique. Au Mali, cette exigence est d'autant plus urgente que l'ouverture des frontières dans le cadre de la CEDEAO et de l'UEMOA mettra toutes les entreprises et produits sous-régionaux en compétition pour la conquête de marchés nationaux et internationaux.

La stratégie nationale qui sous-tend ces démarches est basée sur l'approche filière qui a pour objet de renforcer pour un produit donné non seulement la production, mais aussi les activités en amont et en aval de celle-ci.

2. OBJECTIFS DE LA PRESENTE ETUDE

Les filières agricoles sont animées par plusieurs acteurs qui interviennent soit individuellement (producteurs atomisés, transformateurs isolés, intermédiaires indépendants), soit sous forme d'associations diverses (Coopératives Maraîchères, Coopératives de Transporteurs, Chambre de Commerce, d'Agriculture.) Une bonne politique de promotion des filières doit être basée sur une meilleure organisation de la production, de la transformation et de la commercialisation. Par ailleurs, le développement de toute filière agricole est conditionnée à l'existence de débouchés pour le produit. Par conséquent, la mise de stratégies permettant de transformer et de commercialiser les productions agricoles s'avère une nécessité.

Ces stratégies doivent prendre en compte non seulement le marché intérieur mais surtout les marchés sous-régional et international du fait de la globalisation de l'économie mondiale et des nouvelles perspectives offertes par l'UEMOA et la CEDEAO. Or l'accès au marché extérieur n'est possible que si les opérateurs maliens peuvent offrir des produits compétitifs au double plans de la qualité et du prix.

C'est dans ce cadre que le Ministère de l'Industrie, du Commerce et des Transports (MICT) a engagé des initiatives pour l'élaboration d'un « Plan d'Actions de la Politique des Filières au Mali. » qui fait l'objet de la présente étude dont la réalisation a été possible grâce à l'intervention technique et financière du Centre Agro-Entreprise (CAE/ CHEMONICS).

L'étude, centrée sur une vingtaine de filières agro-industrielles dans le domaine des céréales, fruits et légumes, bétail/viande, coton, aviculture et pêche comporte :

- ❑ Une présentation de chaque filière et de sa politique de promotion
- ❑ Un plan d'action pour le développement des filières agro-industrielles
- ❑ Une détermination des filières les plus porteuses avec leur stratégie de développement
- ❑ Une proposition de portefeuille de projets prioritaires d'investissement ainsi qu'une stratégie de leur promotion

3. METHODOLOGIE DE L'ETUDE

Par rapport aux deux objectifs ci-dessus visés, l'approche méthodologique a été la suivante :

a) Visite des structures d'appui et services publics à Bamako

Les consultants ont démarré les travaux avec une série de visites effectuées dans les ministères (MICT et MDR), les structures d'appui et les organisations professionnelles. Au cours de ces visites, des entretiens ont eu lieu avec des personnes ressources et parallèlement des documents disponibles sur la question ont été collectés. La liste des structures visitées et celle des principaux documents exploités figurent en Annexe du rapport.

b) Tournées à l'intérieur du pays

Pour compléter les informations collectées à Bamako, un voyage a été organisé dans les principaux centres de production qui sont : Baguineda, Kati, Ségou, Niono, San, Mopti, Bandiagara, Koutiala, Sikasso, Zantiébougou et Sélingué. Dans toutes ces localités, les consultants ont rencontré :

- ❑ Les autorités administratives et communales
- ❑ Les structures d'appui des différentes filières
- ❑ Les organisations professionnelles des opérateurs et les associations paysannes
- ❑ Les responsables des unités de transformation.

c) Discussions avec des groupes focus

La première version du document a été présentée d'une part au CAE et au Comité de suivi de l'étude piloté par le Ministère de l'Industrie du Commerce et des Transports et a fait l'objet d'autre part, de discussions en groupes focus au CNPI avec les principaux acteurs des différentes filières.

Les observations recueillies au cours de ces différents entretiens avec les groupes focus ont été prises en compte pour l'élaboration des rapports provisoires d'analyse des filières et du plan d'actions.

d) Séminaire/ atelier de validation

Les rapports provisoires corrigés suite aux discussions avec les groupes focus ont été soumis à l'appréciation de personnes ressources lors d'un atelier organisé les 5 et 6 février 2001 par le CAE/ CHEMONICS et le MICT dans les locaux du CNPI. Trois commissions de travail ont été constituées pour discuter les rapports provisoires :

- ❑ Commission pour les filières céréales et coton
- ❑ Commission pour les filières fruits et légumes et oléagineux
- ❑ Commission pour les filières animales (bétail, aviculture et pêche)

Les listes des membres de ces trois commissions figurent en Annexe du présent rapport qui a intégré l'ensemble des résolutions provenant dudit séminaire/ atelier.

4. PLAN GENERAL DU RAPPORT

Le rapport de « **l'étude pour la promotion des filières agro-industrielles** » qui comprend dix (10) volumes, est structuré comme suit :

- ❑ **Volume I** : Document de synthèse
- ❑ **Volume II** : Analyse de l'état des filières céréalières
- ❑ **Volume III** : Analyse de l'état des filières des oléagineux
- ❑ **Volume IV** : Analyse de l'état des filières fruits et légumes
- ❑ **Volume V** : Analyse de l'état de la filière coton
- ❑ **Volume VI** : Analyse de l'état des filières élevage (Bétail)
- ❑ **Volume VII** : Analyse de l'état de la filière avicole
- ❑ **Volume VIII** : Analyse de l'état de la filière poisson
- ❑ **Volume IX** : Plan d'actions
- ❑ **Volume X** : Fiches projets d'investissement prioritaires

Le présent rapport intitulé « Document de synthèse » résume l'analyse des différentes filières ciblées et comprend les chapitres suivants :

- ❑ Une présentation du cadre macro-économique
- ❑ Une présentation de la politique et du secteur de l'industrie agro-industrielle du Mali
- ❑ Une analyse des principales contraintes entravant le développement de l'industrie en général et des agro-industries en particulier
- ❑ Un résumé de l'analyse des différentes filières
- ❑ Une évaluation des filières à partir de critères préalablement définis en vue de sélectionner les filières les plus porteuses
- ❑ Une définition des stratégies de développement et des actions prioritaires (traduites en fiches projets d'investissement faisant l'objet du volume X) à entreprendre pour chaque filière porteuse
- ❑ Une proposition de stratégie de communication à mettre en œuvre pour promouvoir les fiches d'investissement prioritaires

I. CADRE MACRO-ECONOMIQUE

1. EVOLUTION RECENTE

Le Mali est un pays continental dont l'économie repose essentiellement sur le secteur rural. Celui-ci occupe en effet plus de 80 % de la population et est le premier contributeur au P.B avec une moyenne de 42 % par an au cours des cinq dernières années.

Suite à plusieurs décennies d'une politique économique plutôt dirigiste, le Gouvernement du Mali s'est engagé dans un vaste programme de réformes économiques à partir des années 1980. Ces réformes ont été appuyées par les Institutions de Bretton Woods et par le reste de la Communauté Internationale.

Le but de l'ensemble de ces réformes est de mettre fin aux distorsions, de rétablir les équilibres macro-économiques, de réunir les conditions d'une croissance saine auto-entretenu. Les réponses ont touché à tous les secteurs de l'économie (les entreprises publiques, l'éducation, la santé, l'agriculture, etc.) et à l'économie considérée dans sa globalité :

- ☐ Réglementation des prix
- ☐ Liste entreprise
- ☐ Code des douanes
- ☐ Code des impôts
- ☐ Réforme de la fonction publique
- ☐ Dévaluation de la monnaie.

Le résultat est que dans son rapport publié en 2000 sur le développement humain dans le monde, le PNUD indique pour le Mali ce qui suit :

- ☐ Indicateur de Développement Humain (IDH) = 0,380 (165ème sur 171 pays au classement mondial)
- ☐ Espérance de vie à la naissance : 53,7 ans
- ☐ Taux d'alphabétisation des adultes : 38,2 %
- ☐ Accès à l'eau potable : 34 %
- ☐ Accès aux services de santé : 80%
- ☐ PIB/ habitant : \$US 267 (environ 175 000 FCFA)

Si l'on comparaît ces résultats à ceux des années précédentes, l'on constate un progrès important. Cependant la situation reste très préoccupante et c'est la raison pour laquelle le Gouvernement a décidé d'axer son action sur la lutte contre la pauvreté.

2. POLITIQUE ECONOMIQUE ACTUELLE

La stratégie de réforme adoptée par le Mali pour la période 1999-2002 se fonde sur les résultats positifs réalisés au cours des quatre dernières années et devrait continuer à améliorer la compétitivité qui a suivi la dévaluation de Franc CFA. Cette stratégie, formulée dans le contexte du renforcement de l'intégration et de l'harmonisation régionales, vise à :

- ☐ promouvoir une croissance économique forte et durable ;
- ☐ réduire la pauvreté, dans le but de relever le niveau de vie de la population à long terme ;
- ☐ et assurer la viabilité financière à moyen terme.

Outre la poursuite du rééquilibrage budgétaire, elle place la mise en valeur des ressources humaines et la maîtrise de la croissance démographique au centre des efforts de développement du Gouvernement et accorde une importance toute particulière aux réformes structurelles, indispensables pour donner davantage de souplesse à l'économie et diversifier la production et les exportations.

La mise en œuvre effective de cette stratégie devrait permettre au Mali¹ :

- a) de réaliser un taux de croissance de l'ordre de 6,5 % en 99 et 5 % en 2000 ;
- b) de ramener l'inflation à un niveau inférieur à 2,5 % ;
- c) et de réduire le déficit extérieur courant de la balance des paiements (hors transferts officiels) à 9,5 % du PIB en 99 et 8,5 en 2000.

L'évolution de la conjoncture économique et financière au Mali durant l'année 1999 résulte à la fois de ce contexte macro-économique et des retombées de l'environnement mondial sur l'économie nationale.

Malgré le contexte économique international défavorable au cours des deux années précédentes, la rigueur observée dans la mise en œuvre des programmes de réformes économiques a eu des répercussions positives sur les économies de l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (U.E.M.O.A). En effet dans l'Union, en dépit de quelques tensions inflationnistes localisées et de la montée des importations par rapport aux exportations, la hausse des prix est restée modérée en 1998 et 1999. Elle est demeurée en moyenne en dessous de l'objectif de 3 % dans le cadre de la surveillance multilatérale.

Ainsi, s'agissant de l'économie malienne, l'estimation révisée de la croissance économique pour 1999 a été d'environ 5,6 %. En 2000, malgré l'impulsion de la production vivrière (+ 15,7 %), la croissance économique ne devrait pas atteindre 5 % avec un déflateur du PIB de 1,9 %.

En 1999, l'inflation globale en terme de glissement annuel, au regard de l'IHPC a été contenue à - 1,4 % contre un niveau de 3 % (norme communautaire) en 1998.

En matière de finances publiques, le solde global, dont inclus et avant moratoire, s'est établi à -61,5 milliards FCFA en 1999 contre -38,7 milliards constatés en 1998 et -79,1 milliards prévus en 2000.

S'agissant des échanges avec l'extérieur, le déficit des transactions courantes s'est établi à 115,1 milliards en 1998 soit environ 7,8 % du PIB courant. Selon les prévisions, l'amélioration de la balance commerciale devrait contribuer à ramener le déficit extérieur courant à 7,6 % en 2000.

En 1999, la PNG s'est dégradée de 5,6 milliards par rapport à l'année 1998, suite notamment à une baisse des dépôts publics à la Banque Centrale.

L'encours de la dette extérieure du Mali a été évalué en 1999 à 1 751,6 milliards de F CFA dont 1 077,5 milliards (61,52 %) au titre de la dette multilatérale et 674,1 milliards (38,48 %) pour la dette bilatérale.

Le service de la dette réglé en 1999 est estimé à 52,2 milliards (dont 38,3 au titre du principal). Selon les prévisions de 2000, il devrait atteindre 57,0 milliards dont 41,3 au titre du principal amorti.

S'agissant de l'évolution de la pauvreté au Mali, malgré les performances macro-économiques réalisées entre 1989 et 1994, l'indice de la pauvreté a augmenté tant en milieu rural qu'en milieu urbain. Cependant, l'accroissement annuel moyen a été beaucoup plus élevé pendant la période 1989 – 1994 (11 %) qu'au cours de la période 1994 – 1996 (2 %), ce qui traduit une décélération de l'accroissement de la pauvreté à partir de 1994.

Cette tendance s'est renversée entre 1996 et 1998, période au cours de laquelle on assiste pour la première fois à une diminution de l'incidence et de la profondeur de la pauvreté sur l'ensemble du pays, ce qui signifie que l'amorce d'un mieux-être de la population est enclenchée. En effet, l'incidence est passée de 71,6 % en 1996 à 69 % soit une diminution de 1,8 % par an.

Le taux annuel de diminution de la pauvreté de 5,4 % en milieu urbain est de plus de trois fois plus important que celui observé en milieu rural (1,5 %). Ainsi, les efforts et activités de réduction de la pauvreté de l'Etat et des Partenaires au développement ont plus profité au milieu urbain qu'au milieu rural, ce qui traduit une inégalité de redistribution des fruits de la croissance au détriment du milieu rural qui abrite la majorité des pauvres.

3. ROLE DE L'ETAT ET DIFFERENTS ACTEURS

Dans le cadre des réformes, le partage des responsabilités entre l'Etat et le secteur privé a été clarifié et assaini. Le principe de base est que l'Etat abandonne au bénéfice du secteur privé tout exercice direct d'activité économique. Par contre, il s'occupe de la législation, des missions de service public, de la fixation des orientations de base et de la coordination.

C'est en application de ces principes qu'ont été restructurées les ODR et les Sociétés et Entreprises d'Etat. Ces restructurations ont eu pour résultats :

- Le recentrage des missions des ODR aux missions de service public et l'abandon par elles de toutes les missions commerciales,
- La réduction à néant ou à une part minoritaire de la participation de l'Etat au capital de toutes les Sociétés d'Etat.

Pour aider le secteur privé à jouer pleinement son rôle de moteur de l'économie, l'Etat a adopté une réglementation plus favorable (nouveaux codes des douanes et impôts) et a créé d'autres facilités (guichet unique) et d'autres structures d'assistance (programmes d'appui au secteur privé, APEP, CNPI, etc.).

4. UNION ECONOMIQUE ET MONETAIRE OUEST AFRICAINE (UEMOA)

L'UEMOA est née en 1994 après la dévaluation du Franc CFA. Elle est la cristallisation de la volonté politique de huit Etats d'intégrer leurs économies par l'harmonisation des législations et par l'intégration des marchés : marchés du travail, des capitaux, des biens et services, etc.

Les Etats qui avaient déjà le franc CFA comme monnaie commune sont : le Bénin, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, la Guinée Bissau, le Mali, le Niger, le Sénégal et le Togo.

Depuis la création de l'UEMOA, plusieurs décisions ont été prises, plusieurs actes posés, dans le sens de l'intégration tant souhaitée et cela, à tous les niveaux de décision : Commission, Conseil des Ministres, Conférence au Sommet des Chefs d'Etat.

De toutes ces décisions la plus importante est sans nul doute le « règlement 02/97/CM/UEMOA du 28/AA/97 portant adoption du tarif extérieur commun de l'UEMOA ».

Par ce règlement, vis à vis de pays tiers, l'ensemble de la zone UEMOA est un territoire douanier unique, dans lequel, les mêmes taux de droit de douane sont applicables partout. Ces taux sont :

- ❑ Pour les produits de la catégorie 0 (médicaments et articles scolaires) : 0 % pour compter du 01/01/99
- ❑ Pour les produits de la catégorie 1 (matières premières et biens d'investissement) : 5 % pour compter du 01/01/99.
- ❑ Pour les produits de la catégorie 8 (biens et intrants) : 10 % pour compter du 01/01/99
- ❑ Pour les produits de la catégorie 3 (bien de consommation) : 25 % pour compter du 01/01/00.

De plus, le Tarif Extérieur Commun (TEC) est couplé avec un désarmement tarifaire pour les produits autres qui s'applique comme suit :

- ❑ le droit de douane pour les produits du cru originaire de pays de l'Union est de 0 %
- ❑ les produits originaires agréés bénéficient d'un abaissement tarifaire de 80 % pour compter du 01/01/99 et de 100 % pour compter du 01/01/00.

C'est donc dans ce contexte d'intégration que s'applique la nouvelle politique économique du Gouvernement du Mali.

II. POLITIQUE INDUSTRIELLE ET SECTEUR AGRO-INDUSTRIEL

1. HISTORIQUE DU SECTEUR INDUSTRIEL

A l'indépendance du Mali, le secteur industriel était pratiquement inexistant. Le développement d'un secteur industriel moderne basé sur la création d'unités d'import substitution remonte au premier plan quinquennal de développement économique et social (1961-1965) du régime d'orientation socialiste de la première République. A cette époque, le désir d'établir les conditions pour une industrialisation rapide du pays ainsi que le choix d'une orientation socialiste ont conduit les autorités à intervenir directement dans le développement industriel notamment par la création de nombreuses entreprises publiques et par l'institution d'un cadre législatif et réglementaire rigide, peu favorable au développement d'un secteur privé.

Jusqu'à un passé récent, le secteur industriel malien était dominé par des entreprises publiques engagées dans des activités d'import substitution, résultat des politiques interventionnistes menées par l'Etat depuis l'indépendance du pays.

Après s'être confronté à une crise financière grave au début des années 1980, le Mali s'est engagé dans d'importants programmes de réformes économiques avec l'appui du FMI, de la Banque Mondiale et des bailleurs de fonds bilatéraux. Ces réformes qui mettent l'accent sur les équilibres budgétaires visent entre autres, la libéralisation de l'économie et la relance de l'activité du secteur privé y compris dans le domaine des industries de transformation. Plusieurs types d'actions ont été entrepris dans ce sens notamment des actions visant l'amélioration du système des incitations économiques, comprenant :

- ❑ une simplification et une rationalisation de la fiscalité sur les échanges extérieurs,
- ❑ l'instauration d'un nouveau code des investissements,
- ❑ la création d'un guichet unique pour les formalités de création d'entreprises
- ❑ une réforme du cadre réglementaire régissant les activités industrielles.

Plus récemment dans le cadre du processus d'intégration de l'union monétaire Ouest-africain (UEMOA), une politique industrielle commune a été définie qui recommande entre autres, l'élaboration d'un code communautaire des investissements pour les pays membres.

2. CONTRIBUTION DU SECTEUR INDUSTRIEL A LA CROISSANCE ET AU DEVELOPPEMENT ECONOMIQUE

Le secteur industriel occupe une place relativement peu importante dans l'activité économique malienne. Si l'on se limite exclusivement au secteur industriel moderne, ce dernier représentait 7,1% du PIB en 1998. Sur l'ensemble du secteur secondaire représentant 16 % du PIB, les mines ont représenté 5 % en 1997 et les BTP 3,2 %. Notons cependant que la part des mines a rapidement progressé à cause de l'entrée en production de l'usine de SADIOLA. Ce sous-secteur représente aujourd'hui le deuxième poste des exportations (46,32 milliards de FCFA en 1997/1998) du Mali avant l'élevage.

Le Mali ne représente qu'une faible proportion de la production industrielle de ses principaux concurrents et son potentiel de développement est encore plus faible. Ainsi, par rapport aux autres pays de l'UEMOA, il apparaît que c'est le Mali qui a eu la plus forte proportion de son PIB d'origine agricole et la plus faible d'origine industrielle. Selon la BCEAO, en 1997, la production industrielle en Côte d'Ivoire a représenté près de 800 milliards de FCFA, soit 17% de son PIB, environ 400 milliards au Sénégal soit 18% du PIB et seulement 100 milliards au Mali.

3. CARACTERISTIQUES DES INDUSTRIES MALIENNES

Selon les données du recensement industriel de 1994 de la DNI, on dénombrait 118 entreprises manufacturières réparties comme suit :

Branches	Nombre d'entreprises	Pourcentage
Agroalimentaire	54	46 %
Chimie	17	14 %
Textile	5	4 %
Edition	14	12 %
Métal	12	10 %
Autres	16	14 %
Total	118	100 %

Ainsi, c'est dans la branche agroalimentaire que sont concentrées la plupart des unités industrielles. Cette forte implication des unités industrielles dans la transformation des produits agricoles a rendu le secteur industriel vulnérable aux aléas climatiques.

L'industrie malienne est tout aussi concentrée géographiquement, principalement dans le District de Bamako qui regroupe plus de 70% des établissements industriels du pays. L'importance de Bamako en terme de population, de même que la disponibilité des infrastructures sont autant de facteurs qui ont favorisé une telle concentration. A l'exception des régions de Ségou (11%) des établissements et Sikasso (13%), les autres régions économiques sont peu représentatives du point de vue industriel.

La valeur ajoutée industrielle est essentiellement créée par trois branches d'activité. La plus forte contribution provient de la branche alimentaire 36% suivie de la branche textile-habillement 33%. Les autres branches à l'exception de la chimie et parachimie (14%) sont marginales.

L'évolution du nombre d'entreprises selon la nature juridique montre que depuis 1982, l'augmentation du nombre des entreprises a été le fait exclusif du secteur privé. L'Etat ne détient aujourd'hui qu'un petit nombre d'entreprises dites stratégiques qu'il désire céder à des capitaux privés jusqu'à hauteur de 80%.

Le secteur industriel malien se compose de capitaux nationaux. Mais depuis la dévaluation du FCFA survenue en 1994, les investissements directs étrangers ont progressé surtout dans l'alimentation ou des filiales des groupes européens se sont implantés et dans le secteur de l'or qui attire de plus en plus de capitaux privés.

III. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DES FILIERES AGRO-INDUSTRIELLES

Outre les contraintes liées aux aléas climatiques, le développement industriel est freiné par un certain nombre de contraintes structurelles qui affectent négativement les conditions d'opération des entreprises et leur productivité. Au nombre de ces contraintes, on peut retenir :

1. AU PLAN ENVIRONNEMENTAL DES FILIERES

a) Etroitesse du marché national

La taille du marché national en termes de population et en termes de pouvoir d'achat est faible. Mieux ce marché se trouve atomisé à cause de la trop grande dispersion spatiale de la population et l'inexistence d'un bon réseau routier. Les entreprises ne peuvent donc produire à des niveaux leur permettant de bénéficier d'économie d'échelle et par conséquent, ne peuvent réaliser des gains de productivité leur permettant d'être plus compétitives vis-à-vis de la concurrence étrangère. Cependant, cette situation trouvera sa solution au niveau de l'intégration des marchés sous-régionaux avec l'entrée en vigueur de l'UEMOA qui constitue un potentiel de 70 millions de consommateurs pour les industries du Mali.

b) Cadre administratif et réglementaire et fiscal non incitatif

Le cadre réglementaire régissant l'activité industrielle au Mali est, malgré les récentes modifications, quelque peu complexe, compte tenu de la nature même des modifications apportées. Plutôt que de simplifier le régime de droit commun, les autorités ont préféré développer des incitations fiscales qui de par leur nombre entraînent certaines distorsions. En pratique, ils nécessitent une infrastructure et un suivi qui sont souvent difficiles à mettre en place par les autorités et donnent souvent un large pouvoir discrétionnaire à l'Administration dans l'application de ces Régimes.

En effet, de nombreux régimes d'incitations fiscales ont été établis afin de réduire la charge fiscale pesant sur les entreprises. Ces régimes sont généreux et permettent de réduire les taux effectifs d'imposition sur les investissements de manière significative. C'est pourquoi presque toutes les entreprises qui ne désirent pas rester dans l'informelle (bien souvent en raison de leur taille), bénéficient d'incitation à un titre ou un autre : celles incluses dans le code des investissements, celles incluses dans le code général des impôts, celles liées à des régimes douaniers spéciaux ou encore celles allouées à des secteurs spécifiques (mines, immobiliers).

Cependant, en dépit de leur générosité, plusieurs problèmes ont été identifiés dans les régimes d'incitation fiscale.

- Premièrement, ils sont trop nombreux et sources de confusion pour les investisseurs privés. Ils contribuent à fausser l'allocation de ressources et à réduire l'attrait des incitations dans la mesure où l'expérience internationale montre que les investisseurs sont plus intéressés par la simplicité du système que par la taille des avantages.

- Deuxièmement, les avantages prennent trop souvent la forme d'exonérations temporaires qui favorisent entre autres les projets de cours terme et sont difficiles à contrôler par les autorités fiscales. En effet, ils encouragent la création et disparition des entreprises car elles attirent souvent des industries dites mobiles, qui utilisent un capital rapidement amorti ou facilement transférable. Ce genre d'entreprise est capable de disparaître rapidement d'une juridiction pour réapparaître dans une autre.
- Troisièmement, les régimes proposés dans le code des investissements reposent sur divers critères (taille et localisation du projet) qui ne sont pas vraiment utiles et compliquent la tâche du Gouvernement et des entreprises. On peut comprendre l'idée de promouvoir l'investissement dans des régions défavorisées, mais l'expérience démontre que les obstacles d'ordres financier et d'infrastructures ne peuvent guère être surmontés par l'utilisation d'incitation fiscale. Par conséquent, les entreprises qui s'installent dans ces régions sont celles qui y investiraient de toute façon, parce que leur décision est basée sur d'autres considérations que d'ordre fiscal.

c) Problèmes de transport et d'enclavement des zones de production

Les difficultés de transport gênent énormément la collecte des produits au niveau des producteurs et leur acheminement à temps vers les principaux centres de consommation. Ces difficultés s'expliquent essentiellement par le mauvais état des routes et des pistes rurales à l'intérieur du pays notamment pendant l'hivernage.

Les réseaux de transport et de communication sont nettement insuffisants et cette situation est aggravée par l'enclavement et l'étendue du pays. Les coûts de transports des intrants et des produits finis sont élevés et réduisent ainsi la compétitivité des industries nationales.

Par ailleurs, à l'occasion des opérations de transport tant pour la distribution intérieure que pour l'exportation il existe des taxes illicites ou " barrière non tarifaire " perçues illégalement par les agents de l'état. Cette pratique augmente les coûts de commercialisation et réduit la compétitivité.

Pour la suppression de cette pratique deux mesures sont nécessaires : L'Etat doit instaurer des contrôles inopinés aux barrages routiers et sanctionner les fautifs; Les organisations professionnelles des commerçants et des transporteurs doivent se concerter pour définir et appliquer des moyens d'actions en vue de sauvegarder les intérêts de leurs membres.

d) Problèmes de zones industrielles

La zone industrielle de Bamako est saturée depuis longtemps et est particulièrement inadaptée aux conditions d'exploitation des unités agro-industrielles à cause de l'insalubrité et de la cohabitation des unités de production avec les parcs à bétail.

Dans les capitales régionales, les zones industrielles sont encore mal planifiées, leurs équipements (électricité, eau, téléphone, route d'accès, etc.) sont dérisoires.

e) Déficit d'eau et d'énergie électrique

L'essentiel des unités industrielles de transformation fonctionne sur source d'énergie propre qui coûte très cher et sans garantie de fourniture permanente d'électricité. Cette situation pénalise les unités industrielles déjà existantes (coût de production élevé, arrêts fréquents) et constitue une entrave à la promotion des unités de transformation en zone Office du Niger.

La valorisation des excédents de production est une condition sine qua non au développement des filières. Cette valorisation par la conservation/ transformation suppose la disponibilité d'énergie pour le fonctionnement des infrastructures de stockage/ conservation comme les chambres froides, les petites unités de transformation et aussi les unités industrielles. Or, le Mali est confronté à un grave problème de déficit énergétique même au niveau de la Capitale du pays. Les principaux centres de production qui sont basés dans le milieu rural ne sont pas pris en compte dans la politique d'extension du réseau électrique du pays.

Il faudrait revoir le programme d'électrification afin de rendre prioritaires les zones de production excédentaires et également développer les systèmes d'énergies nouvelles et renouvelables dans les zones rurales.

Le problème de la réalisation des infrastructures de base, notamment l'énergie relève de la responsabilité de l'Etat. Compte tenu du niveau et de la diversité des productions agricoles en zone Office du Niger et surtout du potentiel existant, la priorité doit être donnée à l'électrification de la zone Office du Niger pour le bonheur des transformateurs déjà installés et pour incitation des promoteurs investisseurs à s'y installer.

f) Faible qualification de la main d'œuvre

La main d'œuvre industrielle malienne manque le plus souvent de qualification de base nécessaire à un développement compétitif des entreprises. Par ailleurs, même si le coût de la main d'œuvre malienne est faible, cet avantage est neutralisé par la faiblesse de sa productivité.

g) Système d'information sur les marchés agricoles non performant

Le système d'information des marchés agricoles a toujours privilégié les filières céréalières au détriment des autres spéculations qualifiées de cultures de diversification. Le SIM (Système d'Information du Marché) qui a fonctionné pendant une dizaine d'années, a contribué à rendre les marchés céréaliers plus transparents. Par contre, les autres filières agricoles particulièrement les oléagineux et les fruits et légumes souffrent de l'opacité des marchés : pas de suivi des quantités produites ou commercialisées et des prix, toutes données indispensables à la bonne organisation des filières.

En effet, depuis 1998, le SIM a été restructuré en OMA (Observatoire des Marchés Agricoles) pour prendre en compte les autres filières agricoles y compris les intrants et les équipements. C'est seulement à partir de l'an 2000, qu'il y a eu un début de collecte de données sur certains fruits et légumes. Cependant, les moyens logistiques et financiers de l'OMA ne lui permettent pas de collecter et de diffuser toutes les données concernant tous les produits. En effet, cette structure connaît des contraintes au niveau de son fonctionnement à cause de l'inadéquation entre un budget calé à 100 millions FCFA, des ressources humaines insuffisantes et les objectifs qui sont ambitieux. Ces contraintes limitent l'OMA dans la multiplication des "unités locales de collecte et de diffusion" à travers tout le pays.

h) Dispositif de normalisation et de contrôle phytosanitaire non performant

La DGRC est chargée de :

- ❑ élaborer, diffuser et appliquer les textes législatifs et réglementaires concernant la protection phytosanitaire et le conditionnement

- ❑ contrôler les normes techniques de fonctionnement des chaînes de froid des équipements de stockage/conservation, de conditionnement et de traitement des produits agricoles
- ❑ contrôler la qualité et le respect des normes des produits phytosanitaires et de traitement
- ❑ appuyer à la gestion de la qualité des produits agricoles.

Ces différentes actions doivent contribuer d'une part à la mise sur les marchés (national et extérieur) des produits de qualité et d'autre part à la réduction de la vente des produits d'origine frauduleuse.

Dans les faits, si des textes existent pour la protection phytosanitaire et le conditionnement, leur mise en application n'est pas toujours effective. L'on constate au niveau de l'ensemble des filières agricoles, que :

- ❑ des produits alimentaires d'importation ne subissent aucun contrôle avant leur mise sur le marché intérieur,
- ❑ que des produits destinés à l'exportation sortent sans le visa du Service de contrôle ou que les contrôles sont effectués sans la rigueur nécessaire,
- ❑ que des produits alimentaires fabriqués sur place et de qualité hygiénique douteuse sont mis à la disposition des consommateurs.

Cette situation est très grave car, sur le plan intérieur, cela peut causer des préjudices à la santé des populations et sur le plan extérieur, cela contribue à porter atteinte à la réputation des produits de "label malien" comme c'est actuellement le cas pour les amandes et le beurre de karité d'origine malienne qui sont déclassés à l'extérieur.

i) Non accès des acteurs au financement

La faiblesse des revenus et le non accès aux sources de financement classiques limitent l'accès des paysans aux semences de qualité, aux engrais, aux produits phytosanitaires et à l'équipement agricole. Ces difficultés ont évidemment un impact sur les rendements et le niveau des productions.

Par ailleurs, les opérateurs économiques (acheteurs, grossistes, exportateurs, transformateurs) sont confrontés à l'insuffisance de fonds de commercialisation due aux difficultés d'accès aux crédits de campagne et autres formes de crédit. Les opérations de collecte sont par conséquent limitées à cause du manque de ressources financières au niveau de ces opérateurs.

Cette situation est à la fois imputables aux institutions de financement et aux opérateurs eux-mêmes.

En effet, les banques du Mali ont une approche extrêmement conservatrice en matière d'activités industrielles. Les procédures d'obtention ainsi que les conditions d'octroi des prêts sont extrêmement complexes, ce qui exclut virtuellement l'accès des petites et moyennes entreprises au financement bancaire. En outre, les banques locales disposent de peu de ressources propres pour les moyen et long terme nécessaires au financement des investissements.

Jusqu'à très récemment, le secteur du financement des entreprises se caractérisait par l'absence de marché de capitaux. Avec la récente création de la bourse régionale des valeurs, ce vide pourrait être comblé à condition que les entreprises elles-mêmes manifestent une volonté de transparence dans la présentation de leurs résultats financiers.

Quant aux opérateurs, ils n'arrivent pas à satisfaire, dans la plupart des cas, aux conditions classiques des banques. De plus, leur manque de professionnalisme constitue le principal goulot d'étranglement à leur accès au financement. Par exemple, la plupart des exportateurs ne disposent pas généralement de contrat ferme établi avec leurs partenaires extérieurs, susceptible de garantir le paiement des produits exportés.

2. AU PLAN DE L'ORGANISATION ET DE LA GESTION DES FILIERES

a) Absence de concertation et de coordination entre les intervenants des filières

Il n'existe pas de véritable relation de partenariat entre les producteurs et les opérateurs économiques. Aucun dispositif pouvant rapprocher les acteurs de la filière n'existe. Dans ces conditions, les intervenants agissent de manière désordonnée, chacun ayant pour objectif de tirer le maximum de profit par rapport à l'autre. Ainsi, la filière reste désorganisée, ce qui empêche toute possibilité de développement.

En cas d'abondance, cette situation nuit davantage aux producteurs qui viennent en ordre dispersé face aux commerçants qui grâce à leur petit nombre peuvent se concerter rapidement pour imposer leurs prix. En cas de pénurie, la situation est inversée : les commerçants et les industriels sont alors obligés de subir la loi des producteurs.

Un début de réhabilitation de la filière arachide commencera avec la mise en place d'un cadre de concertation et d'arbitrage qui donnera l'occasion à chaque intervenant, de connaître la situation générale de la filière, de s'imprégner de l'esprit de compétitivité de la filière et de négocier en partenaire avisé.

b) Faible niveau d'organisation des producteurs

A part le cas particulier des producteurs d'échalote du plateau dogon, les organisations paysannes existantes (AV) dans les différentes zones de production ont démontré leur inefficacité à résoudre l'ensemble des préoccupations de leurs membres. On constate çà et là des dysfonctionnements dus à l'absence d'une gestion saine, le manque de dynamique de groupe, l'insuffisance de formation et d'information des élus et des membres, la non fixation d'objectifs clairs et partagés.

C'est ainsi que la plupart des problèmes qui auraient pu trouver des solutions au sein d'une bonne organisation, restent pendants. On peut citer entre autres :

- le non accès des producteurs au financement à cause des encours existants
- l'inexistence de structures de stockage et de vente
- la faible capacité de négociation des associations face notamment aux commerçants qui grâce à leur petit nombre se concertent pour imposer leurs prix de vente
- la faible capacité institutionnelle marquée par l'absence d'outils de gestion et de formation
- le non accès aux informations sur les marchés extérieurs.

Pour de multiples raisons : mauvaise gestion, problème de compétence, insuffisance de moyens financiers, considérations subjectives etc. les responsables des organisations professionnelles n'arrivent pas à faire face aux préoccupations générales des adhérents (organisation, formation et la défense de leurs intérêts). La crise de confiance qui s'en suit entache la légitimité des responsables.

c) Absence de professionnalisme des opérateurs économiques

Les exportateurs maliens ont une mauvaise réputation auprès des institutions de financement et des structures d'appui avec lesquelles ils ont eu à collaborer. La plupart des opérations qui ont été financées n'ont pas été correctement dénouées. Ainsi, plusieurs centaines de millions d'encours de crédit demeurent encore avec peu de chance d'être récupérés. Par ailleurs de nombreux producteurs ont été lésés par des exportateurs qui ont enlevé leurs produits sans jamais les payer.

A l'analyse de cette situation, il ressort que beaucoup d'exportateurs ne travaillent pas dans les conditions de compétences requises. Généralement, ils ne sont pas spécialisés dans le domaine et sont dispersés dans de multiples activités. Ils manquent d'organisation, de formation, de ressources humaines et d'outils de travail nécessaires à la maîtrise de tous les aspects de la filière. Le promoteur est à la fois directeur, directeur commercial, directeur technique etc. La capacité manageriale est réduite et il est difficile de faire face seule (e) à tous les problèmes de gestion courante, de développer l'entreprise et de promouvoir les exportations.

Ce manque de professionnalisme est également à l'origine des difficultés que les exportateurs rencontrent à accéder directement aux marchés sous régional et international pour les raisons suivantes : l'insuffisance des normes de qualité requises, le manque de disponibilité permanente des stocks et en quantité suffisante susceptible de satisfaire les commandes des partenaires étrangers, la méconnaissance des informations commerciales et l'insuffisance du soutien promotionnel de la part des organisations professionnelles, des structures d'appui en agri-business.

Compte tenu de leur entrée récente dans la profession, les exportateurs pour la plupart sont relativement inexpérimentés surtout dans les domaines du marketing de l'exportation, du management, de la négociation, etc.

Malgré la parution de l'Arrêté interministériel n° 440 du 7 mars 1995 qui définit le cadre et les conditions d'exercice de la profession d'exportateur de fruits et légumes, la situation professionnelle de ce maillon n'a pas évolué positivement. Cet arrêté n'a jamais été appliqué et les décisions d'application de certaines de ses dispositions n'ont jamais été prises. Ce manque de professionnalisme a pour conséquence, la non maîtrise des activités de collecte, de conditionnement, de transport, programmation du calendrier des expéditions.

b) Organisations professionnelles peu efficaces

Les organisations professionnelles (AMELEF, APEFL, AMEPROC, etc.) sont relativement jeunes. Le non-professionnalisme de la plupart de leurs adhérents, rejaillit sur la capacité d'organisation, d'impulsion des activités d'exportation de la profession et de défense des intérêts des membres.

Les rencontres au niveau des professionnels au sein des organisations (APEFL et AMELEF) sont rares et de faible participation ; les cotisations des membres ne sont pas libérées à temps ou pas du tout. Le manque de confiance ou la méfiance entre eux entraîne l'inefficacité des deux organisations.

3. AU PLAN DE LA PRODUCTION

a) Faible niveau d'équipement des producteurs

Malgré les appuis apportés par les structures d'encadrement depuis l'indépendance du pays, les paysans du Mali restent sous-équipés dans une grande proportion. Les services d'appui estiment que le taux d'équipement moyen est de 1/3. Les paysans dans les zones encadrés par la CMDT et l'Office du Niger ont le niveau d'équipement le plus élevé. Des efforts encore très importants restent à faire pour relever le niveau d'équipement des producteurs du Mali en vue d'augmenter la productivité de leur travail, diminuer la pénibilité des travaux champêtres, accroître de manière significative la production et améliorer la qualité des produits agricoles.

a) Systèmes de production non performants

Les systèmes actuels de production ne sont pas suffisamment performants ce qui a pour conséquence un coût de production élevé. Plusieurs facteurs expliquent cette situation :

- ☐ Le non suivi d'itinéraire technique performant
- ☐ Le manque d'équipements agricoles
- ☐ Le non suivi du calendrier agricole
- ☐ La non utilisation d'engrais en quantité et qualité : dans le cas de l'arachide par exemple, il n'existe plus sur le marché le « super simple » qui est l'engrais adapté à ce produit.

b) Disponibilité insuffisante de semences améliorées

Le manque de semences améliorées est une contrainte majeure dans toutes les zones de production : les paysans sont obligés d'acheter à des prix exorbitants des semences de qualité douteuse. Cette situation est due au défaut de vulgarisation des résultats de la recherche. En effet, les services de recherche ont abouti à des résultats très intéressants en matière d'amélioration variétale qui ne sont pas toujours transférés au niveau des utilisateurs. Dans le temps, il existait le « Service semencier » qui était chargé de la multiplication et de la distribution au niveau des paysans des semences sélectionnées par la Recherche. Actuellement, cette structure n'est plus fonctionnelle, ce qui laisse un vide qu'il est urgent de combler afin que les semences améliorées soient disponibles dans toutes les zones de production.

c) Mauvaise qualité des intrants mis sur le marché

Depuis la libéralisation du marché des intrants agricoles, les commerçants (n'étant pas eux-mêmes spécialistes) importent ces produits sans tenir compte de leur qualité ou des besoins spécifiques des producteurs. A cause de la défaillance au niveau du contrôle de qualité à l'importation, le marché se trouve inondé d'intrants de mauvaise qualité et souvent non adaptés aux différentes cultures.

d) Insuffisance de l'encadrement spécialisé

D'une manière générale les techniciens des services d'encadrement ne sont pas spécialisés dans les cultures de diversification. Ils ont pour la plupart été formés sur le tas. Par ailleurs, l'effectif disponible est insuffisant et ne permet pas un encadrement intensif des paysans.

Le manque d'encadrement spécialisé surtout en horticulture, amène les producteurs à tâtonner dans la recherche de solution aux différents problèmes techniques qu'ils rencontrent. Ce tâtonnement peut s'avérer préjudiciable en termes de quantité et qualité de la production et financier. Il apparaît nécessaire de la part de l'Etat de constituer des équipes spécialisées et faire assurer leur formation en vue d'un encadrement performant des producteurs des zones de production horticoles.

4. AU PLAN DE LA TRANSFORMATION

Technologies de transformation insuffisamment appropriées

Les procédés artisanaux de transformation des produits agricoles sont caractérisés par la pénibilité du travail et la faible productivité dues essentiellement à la non utilisation de technologies appropriées. Beaucoup d'efforts restent à faire pour améliorer les systèmes traditionnels de transformation par l'utilisation d'équipements plus performants susceptibles d'augmenter les niveaux de productivité et de production et d'engendrer des produits finis de meilleure qualité.

IV. RESUME DE L'ANALYSE DES FILIERES

A/ FILIERE DES OLEAGINEUX

A1/ POLITIQUE ET ASSISTANCE AUX FILIERES DES OLEAGINEUX

1. POLITIQUE

Pendant longtemps, la politique agricole du Mali n'a concerné que les filières céréalières, marginalisant ainsi les cultures dites de diversification. Aujourd'hui, l'on se rend compte qu'une politique agricole doit être basée sur l'ensemble des produits dont la promotion peut contribuer au développement économique et social du pays.

Parmi les produits oléagineux, seule l'arachide a bénéficié d'une assistance soutenue et ce, depuis la période coloniale.

Quant au karité, ce produit bien que reconnu comme important dans la vie économique des femmes rurales, il n'a pas bénéficié de toute l'attention qu'il mérite de la part du gouvernement. Il y a eu cependant des actions isolées de la part de certaines ONG notamment l'AMIPJ, dans le cadre de leurs activités de promotion économique des femmes rurales.

Le sésame est un produit qui a été récemment promu par certaines structures d'appui et ONG (ENTERPRISE WORKS) suite à l'intérêt que les exportateurs ont porté à ce produit.

De même l'introduction du soja est très récente. Produit inconnu traditionnellement, il a été timidement vulgarisé dans certaines localités du pays par les structures d'appui afin de résoudre les problèmes nutritionnels des enfants.

2. STRUCTURES D'APPUI A LA PRODUCTION

Les principales structures d'encadrement des filières des oléagineux sont :

2.1. OFFICE DE DEVELOPPEMENT DE LA HAUTE VALLEE DU NIGER (OHVN)

L'OHVN est une structure d'encadrement fortement appuyée par l'USAID. Sa zone d'intervention couvre les cercles de Kangaba, Kati, Koulikoro et l'Arrondissement de Nionzombougou dans le cercle de Kolokani.

Dans sa zone d'intervention, l'OHVN encadre les paysans dans la culture du coton, du tabac, des céréales et légumineuses et des produits de diversification comme les cultures maraîchères, les produits de cueillette et l'arboriculture.

L'activité d'encadrement consiste à définir les itinéraires techniques, faire le suivi technique, approvisionner à crédit les producteurs en intrants, semences et matériel agricole. L'OHVN est également impliqué dans la commercialisation des produits d'exportation : il achète les productions aux prix convenus d'avance entre les deux parties.

Normalement, comme toutes les autres structures d'appui, l'OHVN doit servir d'interface entre les producteurs et les opérateurs économiques. Cependant, à cause de l'inorganisation des exportateurs maliens, l'OHVN est contraint de servir directement d'intermédiaire entre les producteurs et les importateurs européens.

Pour la promotion de certains produits de diversification considérés comme très porteurs, l'OHVN a mis en place différents programmes gérés par le département AGRIBUSINESS notamment concernant les spéculations suivantes : oseille de Guinée (*hibiscus sabfarida*), pois sucré, gingembre, **sésame**, haricot vert, oignon, tomate, mangue, **karité**, miel et fleurs.

2.2. DIVISION DE DIVERSIFICATION DE LA CMDT

C'est une division opérationnelle chargée de concevoir et de promouvoir la politique de développement des cultures et des activités de diversification de la Compagnie Malienne de Développement des Textiles (CMDT). Ses principales activités concernent :

- ❑ l'appui conseil et le suivi-évaluation
- ❑ l'appui dans l'expérimentation des cultures et activités nouvelles de diversification
- ❑ l'appui aux organisations paysannes pour la promotion de leurs produits

Depuis 1976/77, la CMDT s'est intéressée aux cultures de diversification à travers la Division DTDR qui encadre une vingtaine de spéculations dans sa zone d'intervention dont les principales sont : **l'arachide**, **le sésame**, le piment, la pomme de terre, la pastèque, le pois sucré et très récemment l'oseille de Guinée.

2.3. PROJET DE DIVERSIFICATION DES REVENUS (PDR)

Le Ministère chargé du développement rural a mis en place le Projet de Diversification des Revenus (PDR) au niveau de la ville de San. Ce projet qui est financé par le FIDA, l'OPEP, la BOAD et l'Etat, a pour mission d'appuyer les paysans des zones non cotonnières pour l'amélioration de leurs conditions de vie.

Le PDR fait la promotion des cultures maraîchères et d'autres produits de diversification comme **le sésame**, l'oseille de Guinée, **le soja** et le pois sucré dans sa zone d'intervention qui couvre : une partie du cercle de Bla, Tominian, Macina, Djenné et la partie non cotonnière de San.

Pour la réalisation de sa mission, le PDR utilise des prestataires de services. C'est ainsi qu'il collabore avec :

- la CMDT dans le domaine de l'appui conseil pour les missions d'organisation, formation, encadrement, suivi, etc..
- l'IER pour la recherche développement des filières
- la DNHE pour l'hydraulique villageoise (réalisation de points d'eau)

Le PDR joue donc un rôle de coordination et de financement en mettant des fonds à la disposition des prestataires de services.

A2/ FILIERE ARACHIDE

1. PRODUCTION

Les deux principales zones de production de l'arachide sont actuellement encadrées par la CMDT qui intervient dans les régions de Ségou, de Sikasso et de Kayes et l'OHVN qui couvre essentiellement les régions de Koulikoro et de Kayes.

Le tableau ci-après présente l'évolution des superficies, rendements et productions pour l'ensemble du pays, au cours des dix dernières années.

Tableau n° 1 : Superficies, Rendements et Productions au Mali

Campagnes	Superficie (ha)	Rendement (Kg/ha)	Production (T)
1990 - 1991	247 686	726	179 933
1991 - 1992	168 694	1 090	183 969
1992 - 1993	169 887	750	127 487
1993 - 1994	189 385	784	148 556
1994 - 1995	255 426	842	215 160
1995 - 1996	167 914	936	157 112
1996 - 1997	136 398	983	134 129
1997 - 1998	152 141	948	144 330
1998 - 1999	133 144	1 142	152 141

Source : Enquête agricole de conjoncture (DNSI/DNAMR)

On constate à partir du tableau ci-dessus que depuis dix ans, la production d'arachide évolue en dents de scies. Cette situation serait due à l'incidence de la pluviométrie, l'arachide étant une culture essentiellement hivernale. La production record a été réalisée au cours de la campagne 1994/95 où les quantités ont dépassé les 200 000 tonnes. En moyenne, la production tourne autour de 150 000 tonnes par an.

Quant aux rendements, ils se situent dans la moyenne africaine qui est de 855 Kg/ha (Source : Annuaire FAO). Entre 1991/92 et 1999/2000, le rendement moyen national a légèrement dépassé 1000 Kg/ha, le record de rendement étant de 1142 Kg/ha en 1999/2000.

Coûts de production et rentabilité

D'après les calculs effectués par ECOFIL dans " DIAGNOSTIC DE LA FILIERE ARACHIDE AU MALI " en Août 1998, la rentabilité de la production arachidière varie en fonction des zones de production. Les coûts de production varient de 74 FCFA/Kg à 175 FCFA, les recettes d'exploitation entre 100 000 et 130 000 FCFA par hectare et le revenu net de 50 000 à 97 000 FCFA par hectare.

2. TRANSFORMATION

L'arachide récoltée sous forme de coque est préalablement décortiquée avant toute utilisation. Le décortiquage est traditionnellement fait à la main. Cependant, dans plusieurs localités du pays, il existe des machines décortiqueuses pour l'arachide destinée à la consommation. Pour celui destiné à la semence, le décortiquage est fait manuellement afin de réduire le taux de pertes.

La graine d'arachide obtenue à partir du décorticage est principalement transformée en pâte d'arachide. Traditionnellement, ce produit est utilisé comme condiment de base dans la préparation des sauces. Sa fabrication relève du secteur informel. En effet, la fabrication et la vente de la pâte d'arachide est une activité génératrice de revenus pour beaucoup de femmes en milieu rural et urbain.

Cependant, comme tous les procédés de transformation traditionnelle, la fabrication de la pâte d'arachide est pénible et de faible productivité. Ce genre de production est forcément limité à cause du manque d'équipement et de la faible surface financière des transformateurs.

Depuis une dizaine d'année, on constate l'avènement dans les centres urbains d'un secteur semi-moderne qui tente d'améliorer les conditions de production de la pâte d'arachide et surtout de proposer un mode de conditionnement plus attrayant pour les consommateurs urbains. La technique de transformation pour ce secteur semi-moderne change très peu par rapport à celle du secteur traditionnel, la différence se trouvant au niveau du conditionnement. Contrairement aux femmes du secteur traditionnel qui vendent le produit en vrac en utilisant des papiers usagés comme emballage, les transformateurs font directement le conditionnement sur le lieu de production dans des pots en plastique qui protègent contre la poussière et les souillures extérieures. De ce fait, ces produits peuvent être vendus dans les supermarchés ou les boutiques d'alimentation et même exportés.

Le secteur semi-moderne est confronté aux mêmes contraintes que le secteur traditionnel : insuffisance d'équipement de travail, manque de fonds de roulement, faible productivité. En outre, ce secteur a une contrainte spécifique au niveau du conditionnement : problèmes d'approvisionnement en emballages, non accès aux machines conditionneuses, mauvaise qualité de l'étiquetage, etc.

Au plan de la transformation moderne, il existe une seule unité de transformation semi-industrielle dénommée SOSIMAPA (Société Sino-Malienne de Produits Arachidières), une société anonyme dont le capital est ainsi réparti entre les parties chinoise et malienne respectivement à 51% et à 49%. Basée à Sogoninko/Bamako, la SOSIMAPA est fonctionnelle depuis mars 1999 seulement et gère une unité industrielle de transformation de l'arachide avec une capacité installée de 1000 tonnes de pâte d'arachide pour un volume global d'investissements de l'ordre de 300 millions de FCFA.

La SOSIMAPA a été confrontée à des difficultés dès le démarrage suite à l'accident survenu avec le technicien chinois. Il a fallu attendre le mois d'avril 2000 pour qu'un autre technicien soit envoyé par la Chine. Ainsi, à peine 13 tonnes de pâte d'arachide ont été fabriquées depuis mars 1999. La production est actuellement à l'arrêt parce qu'il existerait un stock important de pâte que la Société cherche à écouler.

En réalité, la Société souffre d'un manque de gestion. La forme juridique actuelle de la SOSIMAPA qui est une société d'Etat n'est pas indiquée à l'heure actuelle. Il y a lieu de trouver des partenaires privés ou d'instituer une forme de gestion privée en donnant la société en gérance libre.

Concernant la transformation de l'arachide en huile, il faut noter que La production nationale de l'huile d'arachide est inexistante depuis la campagne 1996/97 où la Société HUICOMA a produit seulement 2 342 tonnes d'huile équivalentes à environ 5 000 tonnes d'arachide graine sur une production nationale de 134 000 tonnes d'arachide coque ou 80 000 tonnes d'arachide graine : le rapport de transformation en huile représentait moins de 3%.

En effet, HUICOMA traite essentiellement la graine de coton. Cela se comprend aisément si l'on sait que le coût de revient de la graine de coton rendue magasin est de 29 FCFA/Kg, tandis que les autres oléagineux (arachide et sésame en particulier) ont un prix d'achat au producteur supérieur à 150 FCFA. Il s'agit en réalité d'une distorsion économique induite par l'attitude de l'Etat qui impose à la CMDT un prix de cession de la graine inférieur au cours international. Cette situation nuit aux autres filières oléagineuses qui auront du mal à se développer tant que persistera cette distorsion économique.

C'est ainsi que depuis 1996-1997, HUICOMA a arrêté la production de l'huile d'arachide qui n'est ni compétitive sur le plan intérieur face à l'huile d'importation, ni à l'exportation. En effet, le différentiel de prix est de l'ordre de 500 FCFA/litre. Selon la direction de HUICOMA, 1 litre d'huile d'arachide serait vendu entre 1 200 et 1 500 FCFA contre 700 FCFA pour l'huile de coton.

3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

L'arachide était la première culture d'exportation de la période coloniale aux premières années de l'indépendance. En 1960, sa contribution était de 38% de la valeur totale des exportations du pays. Cependant, très tôt, la filière arachide a connu des difficultés et l'arachide ne représentait plus que 16% de la valeur totale des exportations.

Jusqu'en 1992, les exportations vers l'Occident ont continué mais de manière sporadique. Ainsi, l'effondrement des exportations au début des années 1980 a marqué le passage d'une économie de rente tournée vers l'exportation à une économie domestique centrée sur la satisfaction de la demande intérieure.

Ainsi, depuis la chute du cours international de l'arachide et le désengagement de l'Etat de la commercialisation, les exportations ont été beaucoup réduites, se limitant au commerce transfrontalier notamment avec la Côte d'Ivoire, la Guinée et la Mauritanie. Ces échanges ne concernent que la graine d'arachide et s'effectuent de manière informelle. Une enquête de ECOFIL établit les estimations de quantités exportées dans la fourchette de 10 000 à 30 000 tonnes par an.

4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE ARACHIDE

Le Mali possède des atouts au niveau de la filière arachide. Il s'agit de :

- ❑ Conditions écologiques et climatiques
- ❑ Expérience des paysans dans la culture de cette spéculacion
- ❑ Existence de superficies cultivables dans toutes les régions du Mali
- ❑ Existence de souches de variétés améliorées dont la diffusion permettrait d'augmenter les rendements
- ❑ Les paysans sont toujours motivés à produire davantage, quand les possibilités d'écoulement existent à un prix qui rémunère suffisamment leurs efforts

Par ailleurs, il existe des opportunités intéressantes au plan des débouchés. D'abord sur le plan intérieur l'arachide est largement consommée; elle entre dans beaucoup de préparations culinaires. Notamment, il existe des possibilités d'exportation de la pâte d'arachide dans les pays de l'Afrique centrale et dans les pays où il existe une importante communauté malienne.

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE ARACHIDE

5.1. PRODUCTION

a) Disponibilité insuffisante de semences améliorées

Le manque de semences améliorées est une contrainte majeure dans toutes les zones de production : les paysans sont obligés d'acheter à des prix exorbitants des semences de qualité douteuse. Concernant l'arachide, il existe au niveau du Service de la recherche, des souches améliorées qui ne sont pas mises à la disposition des paysans du fait de l'absence de dispositif de multiplication et de distribution de ces semences améliorées. Dans le temps, il existait le « Service semencier » qui était chargé de la multiplication et de la distribution au niveau des paysans des semences sélectionnées par la Recherche. Actuellement, cette structure n'est plus fonctionnelle, ce qui laisse un vide qu'il est urgent de combler afin que les semences améliorées soient disponibles dans toutes les zones de production.

b) Mauvaise qualité des intrants mis sur le marché

Les paysans ne trouvent plus sur le marché l'engrais « super simple » qui convient bien pour la culture de l'arachide. A la place ils utilisent d'autres types d'engrais moins performants ce qui a évidemment un impact certain sur les rendements.

5.2. TRANSFORMATION

Prix au producteur de l'arachide non compétitif

La contrainte essentielle à la fabrication de l'huile d'arachide est le prix élevé de l'arachide au producteur qui ne permet pas de produire une huile compétitive sur le marché national encore moins sur le marché international. Sur le premier marché, l'huile d'arachide est fortement concurrencée par l'huile de la graine de coton et sur le second marché, elle subit la concurrence des autres huiles végétales.

La valorisation de l'arachide par la production d'huile passera inévitablement par une réduction du coût de production et par conséquent une amélioration des systèmes de production actuels.

5.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Problèmes de stockage et de conservation

L'arachide est très sensible aux mauvaises conditions de stockage. Il est indispensable de bien sécher le produit afin d'éviter la prolifération de l'*Aspergillus Flavus*, un champignon qui sécrète l'aflatoxine, une substance cancérigène.

En cours de stockage, l'arachide peut être attaquée par des insectes ; ce qui peut provoquer des pertes très importantes. Tout de même, il existe des produits insecticides adaptés à la conservation de l'arachide et qui sont largement utilisés dans les zones de production.

Cependant des efforts restent à faire pour améliorer la conservation de l'arachide. Actuellement, la durée du stockage n'excède pas les 10 mois. Un projet portant sur la mise au point de méthodes de conservation de l'arachide est en cours d'exécution au niveau du Service de la Recherche.

b) Mauvaise qualité des produits arachidiers

L'arachide graine actuellement mise sur le marché n'est pas toujours de bonne qualité. Les décortiqueuses existant sur le marché engendrent des produits endommagés (graines brisées) qui résistent mal à une conservation prolongée. Le développement de l'exportation de l'arachide graine est conditionné en grande partie à l'amélioration de la qualité du produit. Les structures d'appui et de recherche doivent conjuguer leurs efforts pour trouver des techniques de décorticage plus appropriées.

La plus grande quantité de la pâte d'arachide est fabriquée par le secteur informel et échappe à tous contrôles. Il existe des rumeurs de mélanges frauduleux rendant la qualité de ce produit plus que douteuse. Par ailleurs, les transformateurs de pâte d'arachide mettent très peu d'accent sur la qualité du produit fini et ne disposent d'aucun système de contrôle de qualité, ce qui limite leur capacité d'exportation. Pour les unités qui font le conditionnement, elles sont par ailleurs confrontées aux problèmes d'approvisionnement en emballages, de non accès aux conditionneuses, de mauvaise qualité de l'étiquetage, etc.

Dans le contexte actuel de globalisation des marchés, il serait dangereux de chercher à exporter des produits non contrôlés dans des pays qui sont très rigoureux sur l'application des normes internationales.

6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE ARACHIDE

6.1. PRODUCTION

L'urgence au niveau de la production de l'arachide est de lutter contre l'*Aspergillus flavus*, un champignon qui sécrète une toxine qui serait cancérigène.

6.2. TRANSFORMATION

Au niveau de la transformation, l'urgence est d'améliorer la performance des unités industrielles existantes.

♦ Cas de la SOSIMAPA

La structure juridique actuelle de l'entreprise pose problème. D'abord, le fait que l'OHVN, service para-étatique ait acquis 49% de part sociale ne correspond pas à la nouvelle orientation économique qui veut que l'Etat ne puisse plus détenir plus de 20% de part d'une société. Ensuite, les sociétés d'Etat ont démontré leur inefficacité de gestion, ce qui a justifié la vague de privatisation qui continue jusqu'à présent.

L'analyse de l'expérience passée de la SOSIMAPA confirme que l'entreprise est bloquée dans son fonctionnement à cause de l'absence de gestion effective. Les deux parties propriétaires ne semblent pas s'intéresser au sort de la SOSIMAPA qui dispose cependant d'un outil de travail qui a l'air d'être performant. Le ministère de tutelle doit réagir rapidement avant la dégradation complète de la situation.

La solution qui semble la plus évidente est de mettre la SOSIMAPA en location gérance après une expertise des installations qui fixera le montant du loyer mensuel. La possibilité de rachat de l'unité sera offerte à l'opérateur qui sera choisi pour la gérance pour que dans un délai de 3 à 5 ans, la SOSIMAPA soit totalement privatisée.

♦ Cas des huileries HUICOMA

Les usines HUICOMA sont très importantes pour la filière des oléagineux dans la mesure où ce sont les seules huileries fonctionnelles à l'heure actuelle. Le Conseil d'administration doit commander une étude diagnostic de la Société qui établira les atouts et les contraintes au niveau du fonctionnement pour que des mesures de redressement et de renforcement soient mises en œuvre et que HUICOMA puisse mettre sur le marché des produits compétitifs et aussi améliorer sa situation financière.

A3/ FILIERE KARITE

1. PRODUCTION

Le karité est un arbre typiquement et exclusivement originaire d'Afrique qui croît sur ce continent sur une zone en forme de ruban qui s'étend d'Ouest en Est et sur une largeur de 400 kilomètres. Les peuplements les plus denses sont localisés au Mali, au Burkina Faso et au Nigeria. On en trouve moyennement au Soudan et au Tchad et en petit peuplement en Guinée, Côte d'Ivoire, Ghana, Togo, Bénin, Cameroun, Centrafrique.

L'arbre à karité n'est pas planté. Il pousse à l'état naturel et a un rythme de croissance très lent : les premiers fruits apparaissent au bout de 15-20 ans, la moyenne étant 17 ans.

Le fruit du karité est composé de la pulpe qui est consommée et de la noix qui après décortilage donne une amande qui est transformée en beurre de karité. Les produits du karité (amande et beurre) sont très prisés sur les marchés national, sous-régional et international.

Le beurre de karité connaît principalement trois secteurs d'utilisation: l'industrie de la cosmétologie, l'industrie alimentaire et l'industrie pharmaceutique.

Le Mali détient le plus grand peuplement de karité en Afrique soit environ les 2/3 de l'ensemble. Les zones de peuplement sont concentrées dans la partie sud et un peu au centre. Cependant, les plus denses se trouvent dans les régions de Ségou, Koulikoro (Dioïla), Sikasso (Bougouni) et Kayes (Kita).

Des études ont été effectuées pour évaluer le potentiel de production. Ces évaluations ont essayé d'estimer le nombre de pieds de karité, les rendements moyens en noix pour ensuite estimer la production potentielle de noix et celle de l'amande de karité. C'est ainsi que selon différentes hypothèses, le potentiel d'amandes sèches est très approximativement estimé à **250 000 tonnes** par an.

Concernant les quantités réellement exploitées, il n'existe pas de données statistiques établissant de manière précise la quantité de noix produite au Mali du fait que jusqu'à présent l'amande et le beurre de karité sont travaillés de manière informelle. Cependant, en se référant à différentes sources, l'on peut estimer les quantités réellement exploitées entre 80 000 et 120 000 tonnes par an.

2. TRANSFORMATION

2.1. METHODES ARTISANALES DE TRANSFORMATION

Le ramassage des noix est traditionnellement effectué depuis les temps immémoriaux par les femmes dans le but de l'auto-approvisionnement pour la production du beurre. Les femmes font l'extraction de l'huile de karité selon une technique traditionnelle qui est très difficile et demande beaucoup d'efforts et de temps de travail.

Vu la pénibilité du procédé traditionnel, des presses manuelles et motorisées ont été vulgarisées par les ONG notamment. Les objectifs visés sont l'allégement des femmes, l'augmentation du rendement (à environ 30%), l'amélioration de la qualité du beurre afin d'accroître la valeur ajoutée à la commercialisation. Plusieurs types de presses ont été vulgarisés : la presse manuelle et le mockarité qui est une presse à moteur.

Toujours dans la perspective d'améliorer les conditions d'extraction du beurre de karité, l'ONG AMPJ vient de mettre en place à Zantiébougou, une plate-forme multifonctionnelle pour le traitement de l'amande et la commercialisation du beurre. Ce projet qui concerne 42 villages de la commune rurale de Zantiébougou, a été financé par l'ADF pour un montant de 143 millions FCFA. Pour le moment, 15 groupements de femmes ont été constitués et forment une union dont le siège est à Zantiébougou. La plate-forme est conçue pour broyer les céréales et les oléagineux et produire de l'électricité pouvant faire fonctionner des lampes et appareils électriques. Le projet qui a démarré seulement en juillet 2000 a réussi à mobiliser les femmes de la zone qui se bousculent pour adhérer à l'Union. Le beurre produit par le projet est de bonne qualité et est exporté en Guinée et au Sénégal.

Il est trop tôt pour juger de la réussite du projet. Cependant, il nous a semblé que la structure d'appui à la plate-forme se préoccupe davantage du côté social (augmentation sensible des revenus des femmes) que de la compétitivité au plan économique. En effet, le prix d'achat de l'amande (supérieur à celui généralement pratiqué par les commerçants), la faible productivité du travail et les rendements de production très faibles (de l'ordre de 23%), contribueront difficilement à rendre le beurre compétitif sur le marché international. **Cependant, l'expérience de cette ONG est appréciable par son côté organisateur et formateur qui incite les femmes à améliorer la qualité des amandes et du beurre mis en marché.**

2.2. LES UNITES INDUSTRIELLES DE TRANSFORMATION

a) SIKA-MALI

SIKA-MALI est la première unité industrielle privée ne pouvant traiter que l'amande de karité. Installée en fin 1983, SIKA a une capacité de traitement installée de 25 000 tonnes d'amandes de karité environ, soit une production de beurre de l'ordre de 10 000 tonnes par an. Cependant, dès l'année de démarrage, SIKA n'a pu collecter que 500 tonnes. En fait, SIKA –MALI n'a fonctionné que très peu de temps depuis la mise en place de cet important investissement qui a coûté plusieurs milliards de FCFA. Elle a arrêté de produire depuis plusieurs années, bien que l'outil de production soit toujours en place. Il y a un problème juridique à éclaircir pour que l'unité puisse éventuellement être reprise par un opérateur. En effet, les investissements ayant été garantis par le Mali à travers de l'ex-FOSIDEC, l'Etat a été obligé de rembourser entièrement les fonds aux partenaires financiers. Il reste à savoir si cette action autorise l'Etat à s'approprier l'usine ou si d'autres actions doivent être entreprises pour permettre une réhabilitation rapide de SIKA.

La contrainte majeure au niveau de cette unité est sa capacité de production qui a été surestimée par rapport à la disponibilité de noix.

b) Société KARITE-MALI

KARITE-MALI est la société de gestion de l'huilerie industrielle localisée à Bougouni et appartenant à un opérateur malien. C'est une unité de pressage automatique complète. Sa capacité installée est de 3000 tonnes d'amandes pour une production de beurre d'environ 1 200 tonnes par an. Contrairement à SIKA, KARITE-MALI dispose d'un équipement polyvalent pouvant traiter toutes sortes de graines oléagineuses.

L'unité a démarré en décembre 1997, mais très vite, elle a été confrontée à des difficultés de fonctionnement. Du démarrage à ce jour, moins de 200 tonnes de beurre ont été produites.

3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

L'essentiel de la production de l'amande commercialisée est exporté. Les marchés de destination sont l'Union Européenne et le Japon. Selon les statistiques de la BCEAO, le Mali a régulièrement exporté 20 000 tonnes d'amandes, pour une valeur de 2 milliards FCFA par an de 1991 à 1994.

Les commerçants exportateurs sont regroupés au sein d'une organisation dénommée Association Malienne des Exportateurs des Produits de Cueillette (AMEPROC). Ces exportateurs commercialisent en plus de l'amande de karité, d'autres produits du cru comme le sésame, l'oseille de Guinée, l'arachide, la gomme arabique, etc.

Les produits sont évacués par camions jusqu'au port d'Abidjan d'où ils atteignent l'Europe par bateau. Une faible partie est acheminée par les chemins de fer via Dakar.

De plus en plus, les commerçants grossistes et exportateurs maliens sont concurrencés par ceux de la Côte d'Ivoire et du Burkina Faso qui pré-financent les opérations de collecte sur le territoire malien. Par ailleurs beaucoup de grossistes maliens livrent les amandes aux comptoirs d'exportation de la Côte d'Ivoire.

Les prix de **l'amande de karité** évoluent en deux phases au cours de l'année : en début de campagne (Juillet à Septembre), les prix aux producteurs varient de 35 à 40 FCFA/Kg ; ils atteignent le mois de Mai leur prix plafond de 100 à 115 FCFA/Kg.

En ce qui concerne le beurre, sur les marchés, le prix à l'achat dans les foires villageoises varie de 250 à 300 FCFA, ce qui donne une moyenne de 270 FCFA par Kg. Pendant la période de soudure, le prix varie de 350 à 500 FCFA, soit une moyenne de 425 FCFA. Ainsi, l'amplitude de la variation du prix au cours d'une année est d'environ 175 FCFA.

4. ATOUTS ET OPPORTUNITES

A l'issue du diagnostic de la filière karité, il ressort que le potentiel de production non exploité d'amandes du Mali est d'environ 100 000 tonnes par an soit près de la moitié du potentiel existant. Cette situation s'explique principalement par les difficultés de collecte et de commercialisation primaire.

Par ailleurs, le disponible exploité est très mal valorisé du fait de la qualité insuffisante engendrée par la méthode de traitement des noix en vigueur dans plusieurs régions du Mali.

Il existe évidemment d'autres problèmes au niveau de la production qui seront certainement pris en charge par le Ministère du Développement notamment au niveau de la Commission mise en place à cet effet.

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE KARITE

5.1. PRODUCTION

a) Problèmes d'organisation de la collecte et de la commercialisation primaire

Dans toutes les régions du Mali, dans le cadre de la division traditionnelle du travail, les hommes ne s'occupent ni du ramassage ni de la transformation des noix. La maturation des fruits du karité commence en Juin et se termine en septembre, donc pendant la saison des pluies.

Le ramassage des fruits est fait par les femmes et les enfants de manière indépendante : jusqu'ici, **il y a peu d'activités de ramassage organisées**. Etant donné la charge de travail des femmes qui sont occupées à faire le ménage et à participer aux travaux champêtres, le ramassage ne peut être fait de manière intensive. En outre, les femmes qui ne disposent pas de moyens de transport ne peuvent transporter que de petites quantités à la fois. Les fruits sont ramassés dans un rayon allant de 2 à 3 km autour du village : les femmes ont peur de s'aventurer loin dans la brousse, ce qui limite considérablement les activités de ramassage des noix.

Par ailleurs, les femmes rurales ont actuellement très peu de motivation à augmenter les quantités commercialisées du fait que les prix au producteur ne rémunèrent pas suffisamment les efforts de ramassage et de traitement des noix. Elles sont exposées aux dangers de la brousse et sont obligées d'effectuer des longs trajets à pieds pour ramener des quantités dérisoires de noix dans un panier. La juste rémunération des efforts des femmes serait un facteur d'incitation de l'augmentation des quantités collectées et partant du développement de la filière karité dans son ensemble.

b) Techniques de stockage et de conservation des produits du karité non appropriées

Les fruits ainsi ramassés sont stockés dans les villages. Les noix et les amandes de karité sont conservées dans les villages jusqu'au mois de Janvier-Février après les récoltes. Une partie est destinée à l'autoconsommation pour la fabrication du beurre et du savon et l'autre partie (environ les 2/3 du stock) est vendue.

L'amande de karité est très sensible à la méthode de stockage et de conservation. Les amandes bien traitées et bien stockées peuvent se conserver pendant deux ans. Traditionnellement, après la collecte, les noix obtenues sont conservées jusqu'à la fin de l'hivernage. Le mode de conservation varie suivant les zones du pays. A l'extrême Sud, les noix sont cuites, séchées au soleil et fumées dans un four. Elles peuvent être aussi fumées sans passer par les étapes de cuisson et de séchage au soleil.

Dans certains cas, les noix de karité sont enfouies dans une fosse à l'état frais. On y asperge le plus souvent de l'eau. Elles sont, dans d'autres cas, laissées à même le sol en tas. Toutes ces pratiques contribuent à donner au beurre extrait un goût amer, une forte acidité et une mauvaise odeur. Par conséquent, les amandes et le beurre obtenus à partir de ces méthodes de traitement sont très peu valorisés à l'exportation.

La meilleure méthode reconnue aujourd'hui consiste à faire bouillir les noix dès la collecte pendant environ deux heures et à les faire sécher au soleil ou très modérément dans un

four. Cette cuisson a l'avantage de désactiver les enzymes qui provoquent l'oxydation des matières grasses. Le séchage ultérieur a une action synergique et empêche le développement des moisissures. Cette méthode est pratiquée dans les localités de l'Ouest vers Kita qui produisent le meilleur beurre au Mali.

Le succès des produits du Burkina Faso sur le marché international vient du fait que cette méthode améliorée a été bien vulgarisée au niveau des femmes productrices, ce qui permet aujourd'hui à ce pays de tirer un meilleur profit à l'exportation par rapport au Mali. D'après des exportateurs de l'AMEPROC, les amandes du Burkina Faso sont payées à 100 FCFA/Kg à Abidjan contre 65 FCFA seulement pour celles provenant du Mali.

5.2. TRANSFORMATION

a) Technologies de transformation insuffisamment appropriées

La mise au point des presses SEGAMA et des plates-formes multifonctionnelles n'a pas réduit de beaucoup la pénibilité du travail du karité. Il faut continuer la recherche à ce niveau afin de mettre à la disposition des transformateurs, des équipements plus productives et plus faciles à manipuler.

b) Absence de débouché pour le beurre

Le beurre produit industriellement subit la concurrence du beurre produit de manière artisanale bien que la qualité du beurre industrielle soit meilleure. Au niveau des savonneries nationales, le beurre de karité est utilisé à la place de l'acide gras qui est importé. Tant que le prix du beurre est égal ou inférieur à celui de l'acide gras importé, les industriels utilisent le beurre local. Dans ce cas, le beurre traditionnel a une meilleure position à cause de son prix.

Par ailleurs, le beurre produit de manière industrielle a une qualité qui est le plus souvent conforme aux normes internationales. Cependant, les conditions de production au Mali ne permettent pas à ce beurre d'être toujours compétitif du point de vue prix. Le fait que les industries européennes et asiatiques peuvent importer les amandes et les triturer sur place dans des conditions plus favorables, n'arrangent pas non plus les industries locales.

5.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Difficultés d'approvisionnement en produits

La production d'amandes n'est pas régulière : elle varie d'une année à l'autre et au cours de la même année. Cette situation s'explique par le fait que la productivité de l'arbre est bonne seulement une année sur trois et que le potentiel de production est insuffisamment exploité, la collecte étant exclusivement faite par les femmes qui, compte tenu de leur charge de travail et du manque de moyen de transport, n'exploitent que les peuplements existant à proximité des villages. De grandes quantités de noix sont ainsi perdues chaque année. D'après une estimation de la Direction nationale des Eaux et forêts, la production de noix mise à profit serait de l'ordre 80 000 tonnes. En outre, la production étant saisonnière, l'offre de produits diminue à certaines périodes de l'année, créant ainsi une indisponibilité des produits et une augmentation des prix.

b) Mauvaise qualité des produits

Comme signalé plus haut, les produits maliens se sont distingués par leur mauvaise qualité sur le marché international en comparaison de ceux provenant par exemple du Burkina Faso. Cette mauvaise qualité est due au mode de traitement et de conservation des

amandes qui engendre du beurre à forte acidité et peu conforme aux normes internationales. De ce fait, les exportateurs tirent un minimum de profit à la vente de leurs produits ce qui a une incidence sur les recettes d'exportation du pays.

Si des mesures urgentes n'étaient pas prises pour corriger cette situation, le Mali risquerait de ne tirer aucun profit de l'opportunité de l'élargissement du marché du beurre de karité, actuellement offerte par l'Union Européenne.

6. RECOMMANDATIONS "POUR LA FILIERE KARITE

A la lumière de ces contraintes, les recommandations à l'attention des décideurs, des structures d'appui et des opérateurs économiques sont les suivantes :

6.1. PRODUCTION

a) Mieux exploiter le potentiel de production

L'amélioration de la disponibilité des amandes passe nécessairement par les mesures suivantes :

- **La protection et l'entretien des peuplements existants**

Contre les coupes sauvages, les feux de brousse et les parasites qui tuent l'arbre.

- **Le renouvellement des peuplements de karité**

La vulgarisation et la mise à disposition des populations rurales des greffes des plants d'arbre améliorés issus de la recherche et la promotion de la plantation de l'arbre à karité dans les zones qui seront déterminées.

- **L'intensification de la collecte des noix**

Les groupements de femmes doivent être suffisamment organisés et dotés d'équipement nécessaire pour pouvoir collecter le maximum de noix. Par ailleurs, ils doivent être informés et formés sur les techniques améliorées de collecte et de traitement des noix.

b) Organiser le système de collecte et améliorer les méthodes de traitement et de conditionnement

L'intensification du ramassage des noix passe par l'organisation des femmes en groupements de collecte et de conditionnement. Qui devront être appuyés par les structures d'appui et les ONG en matières de formation, d'information et d'équipement comme le fait actuellement l'ONG AMIPJ. Les groupements de femmes devront être en particulier sensibilisés pour adopter la méthode améliorée de traitement et de conservation de l'amande.

Les structures d'appui et les ONG doivent entreprendre des campagnes d'IEC envers les femmes rurales et les autres intervenants pour que ceux-ci adoptent très rapidement la méthode améliorée de traitement et de stockage. Ces campagnes expliqueront à travers les émissions radios, télévisées et de théâtre ambulant l'intérêt d'adopter cette nouvelle méthode, la notion de compétitivité de nos produits sur le marché international et les nouvelles opportunités qui s'offrent au beurre de karité au plan international.

6.2. TRANSFORMATION

a) Rechercher et diffuser les technologies améliorées de transformation

La vulgarisation des presses à karité et des plates-formes n'a pas jusqu'ici permis de réduire la pénibilité des opérations de traitement des graines oléagineuses. Les tentatives faites dans ce sens à travers la vulgarisation des presses manuelles et motorisées n'ont pas atteint les résultats estompés. Par conséquent ces presses ont été délaissées par les femmes qui trouvent leur manipulation pénible pour des rendements limités et des capacités d'extraction faibles.

Les services d'appui et de recherche doivent intensifier la recherche pour améliorer les techniques artisanales de transformation par :

- ❑ la mise en place de programme de mise au point de technologies adaptées
- ❑ la prospection dans les pays émergents de technologies plus appropriées et à forte productivité pour la promotion d'unités semi-industrielles de production

b) Réhabiliter et mieux gérer les unités de transformation existantes

A l'heure actuelle, le Mali tire très peu de profit de la filière karité du fait que l'essentiel de la production d'amande est exportée en l'état. Si l'on considère le différentiel de prix entre l'amande vendue à Abidjan à 65 FCFA et le beurre vendu à 425 FCFA, l'on se rend compte que le pays et les opérateurs économiques gagneraient à exporter davantage de beurre que d'amandes.

Le Mali tirera beaucoup plus de profit dans la valorisation que dans l'exportation de l'amande. Il faut transformer le maximum d'amande sur place et exporter le beurre ce qui créera beaucoup plus de valeur ajoutée pour le pays.

L'Etat et les structures d'appui devraient orienter leurs efforts dans la valorisation de l'amande à travers notamment la réhabilitation des unités industrielles existantes. En effet, la capacité de production cumulée de l'ensemble des huileries couvre la production actuelle d'amandes.

6.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

Prospecter les marchés extérieurs

Les structures d'appui doivent appuyer les opérateurs et les industriels dans la recherche de partenaires techniques et commerciaux pour réaliser des unités industrielles de joint-venture.

Pour pouvoir mieux profiter de l'opportunité offerte par l'Union européenne, l'Etat et les structures d'appui doivent entreprendre une prospection au niveau des marchés acheteurs afin de s'enquérir de leurs exigences en matière de prix et de qualité et aussi réaliser une étude de compétitivité par rapport au beurre de cacao.

A4/ FILIERE SESAME

1. PRODUCTION

Le sésame est connu au Mali depuis longtemps. C'est, en effet, une culture traditionnelle du pays bobo en 4^{ème} région du Mali. Dans les villages situés entre San et Tominian le sésame était cultivé et consommé par les populations en plats traditionnels.

Le sésame est un produit très localisé. Sa culture n'a pas encore fait l'objet d'une promotion au plan national. C'est depuis ces dernières années que dans le cadre de sa politique de diversification, la CMDT a tenté de promouvoir la culture du sésame dans sa zone traditionnelle de culture, à Tominian notamment :

La culture du sésame est encadrée par deux structures d'appui : le PDR/CMDT dont le siège se trouve à San en 4^{ème} région et l'OHVN basé à Bamako. On distingue ainsi deux zones de production du sésame au Mali :

a) Zone PDR/CMDT

La principale zone de production de production est celle encadrée par la CMDT et le PDR dans le Cercle de San avec en tête la localité de Tominian qui produit près de 75 % de la production globale de la zone. Les autres localités sont par ordre d'importance : Fangasso, Sayes, San, Yangasso et Kimparana.

La production cumulée dans cette zone représente plus de 95% de la production globale de sésame au Mali.

Dans cette zone, les premières années de production encadrées ont été très bénéfiques pour les paysans qui ont vu leurs revenus s'améliorer de façon notable : le sésame qui était vendu à 75 FCFA le Kg, a pu être commercialisé par la CMDT jusqu'à 200 FCFA le Kg.

Par la suite, le Ministère chargé du développement a mis en place le Projet de Diversification des Revenus (PDR) au niveau de la ville de San. Ce projet qui est financé par le FIDA, l'OPEP et la BOAD, a pour mission d'appuyer les paysans des zones non cotonnières pour l'amélioration de leurs conditions de vie.

Le projet intervient dans les zones suivantes : une partie du cercle de Bla, Tominian, Macina, Djenné et dans la partie non cotonnière de San. Il fait la promotion des cultures maraîchères et d'autres produits de diversification comme le sésame, l'oseille de Guinée, le soja et le pois sucré.

b) Zone OHVN

La seconde zone de production est encadrée par l'OHVN dont la production représente moins de 5 % de la production globale de sésame.

L'OHVN est une structure d'encadrement fortement appuyée par l'USAID. Sa zone d'intervention couvre les Cercles de Kangaba, Kati, Koulikoro et l'Arrondissement de Nionzombougou dans le Cercle de Kolokani. Dans sa zone d'intervention, l'OHVN encadre les paysans dans la culture du coton, du tabac, des céréales et légumineuses et des produits de diversification comme les cultures maraîchères, les produits de cueillette et l'arboriculture.

Pour la promotion de certains produits de diversification considérés comme très porteurs, l'OHVN a mis en place différents programmes gérés par le département AGRIBUSINESS et concernant les spéculations suivantes : oseille de Guinée (*hibiscus sabbarida*), pois sucré, gingembre, sésame, haricot vert, oignon, tomate, mangue, karité, miel et fleurs.

L'OHVN a démarré le programme sésame vers la fin des années 1980 avec la Société exportatrice KAGNASSY, mais très vite, le programme s'est estompé à cause de la baisse du cours international du sésame. Depuis 1994, le sésame connaît une forte reprise sur le marché mondial et l'OHVN s'est de nouveau intéressée à partir de la campagne 1998/99 au cours de laquelle 80 tonnes de sésame ont été cultivées sur une superficie de 27,4 hectares, ce qui correspond à un rendement moyen de 295 tonnes par hectare.

Dans l'ensemble, les productions annuelles ont été très fortes au départ (environ 1500 tonnes pendant les deux premières années) pour ensuite diminuer progressivement jusqu'à 100 - 200 tonnes au cours des quatre années suivantes. Les rendements moyens les plus faibles ont été enregistrés au cours de cette période. A partir de 1996/97, la production a commencé à augmenter pour atteindre le record de 1 802 tonnes en 1999/2000.

Le coût de production du sésame dans la zone de San est de l'ordre de 140 FCFA le Kg. Le prix d'achat moyen au producteur est d'environ 200 FCFA par Kg, ce qui laisse un profit net de l'ordre de 60 FCFA par Kg. En considérant le rendement moyen de 350 Kg par ha, le revenu par hectare cultivé peut être évalué à 70 000 FCFA pour un gain net de 21 000 FCFA/ha.

2. TRANSFORMATION

Traditionnellement, le sésame est transformé en produit de confiserie. Les graines sont cuites avec du sucre ce qui donne une sorte de gâteau consommé comme friandise par les enfants et les adultes.

L'extraction de l'huile de sésame n'est pas développée de manière traditionnelle. C'est récemment, que des ONG ont appuyé les femmes pour l'extraction de l'huile de sésame.

L'ONG ENTERPRISE WORKS (ex-ATI) s'est particulièrement intéressée à ce domaine. Cette ONG apporte des appuis techniques aux transformateurs et fournit même des semences aux producteurs. Elle a essayé de vulgariser la presse à sésame auprès des groupements de femmes qui sont les principaux transformateurs de sésame.

Ces groupements basés dans les villages de production collectent et transforment le sésame en huile sur la base de commandes des opérateurs.

La presse permet d'extraire à partir de 3 Kg de sésame, 1 litre d'huile brute qui est vendu à 750 FCFA. L'huile est achetée par des commerçants de Bamako en général qui la revendent localement de 1 250 à 2 000 FCFA/litre.

Le sésame ne connaît pas encore de transformation industrielle. Les huileries nationales utilisent d'autres oléagineux moins coûteux et plus abondant (graine de coton, karité). Seule la transformation artisanale avec la presse à sésame avait connu une certaine vulgarisation. Cependant, cette forme de transformation du sésame en huile est en train de perdre du terrain à cause du prix élevé au producteur. En effet, la possibilité de vendre le sésame cru à plus de 200 FCFA/Kg enlève toute motivation aux groupements de femmes qui ne peuvent pas vendre l'huile extraite à plus de 750 FCFA le litre, ce qui revient à vendre le Kg de

sésame à 250 FCFA/Kg. L'effort du transformateur se trouve ainsi mal rémunéré d'autant plus que la manipulation de la presse qui est manuelle est très pénible.

3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

Le sésame est un produit principalement destiné au marché extérieur. La consommation du sésame à l'intérieur est dérisoire. L'essentiel de la production du sésame commercialisé est exporté en l'état, principalement vers l'Europe (France, Suisse) et vers l'Asie (Singapour). La promotion de la culture est toujours basée sur les possibilités d'exportation.

Les producteurs sont appuyés à la commercialisation par les structures d'appui (CMDT et OHVN) qui servent généralement d'intermédiaires entre les producteurs et les commerçants ou les sociétés d'exportation.

a) Zone PDR/CMDT

C'est pendant la campagne 1996-97 que la CMDT a commencé la commercialisation du sésame dans la zone de San, sur commande de la Société TROPEX (Tropical Export) basée à Bobo Dioulasso au Burkina Faso. Toute la production de la zone a été achetée par cette Société à 200 FCFA le Kg au lieu de 75 FCFA habituellement. Cela a encouragé la production du sésame qui est passée de 242 T en 1996 à 630 T l'année suivante et 892 T en 1998-1999. Malheureusement, TROPEX a arrêté de commercialiser officiellement au Mali depuis la dernière campagne et les opérateurs privés maliens ont pris le relais. Cependant, les acheteurs burkinabé continuent de sillonner les localités frontalières pour acheter le sésame qui est exporté au Burkina Faso.

C'est ainsi que lors de la campagne dernière (1999-2000), la CMDT qui était en contact avec la Société MAMBO basée en France n'a pu commercialiser que 77 tonnes au prix d'achat de 220 FCFA/Kg. Tout le reste de la production a été cédé par les producteurs aux acheteurs Burkinabé qui ont offert le prix de 250 FCFA/Kg.

b) Zone OHVN

C'est à partir de la campagne 1998/99 que l'OHVN a inséré la production du sésame dans son volet AGRIBUSINESS. Au cours de la même campagne, environ 4 tonnes ont été commercialisées, 41 tonnes en 1999/2000 et pour la campagne 2000/2001, il est prévu la commercialisation de 300 tonnes de sésame pour le compte d'un importateur français.

Le prix pratiqué au producteur a été de 275 FCFA le Kg.

4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE SESAME

D'après les structures d'appui qui s'intéressent actuellement au sésame, la production peut être accrue de manière considérable. Le potentiel de production du sésame est élevé compte tenu de l'existence de conditions écologiques et climatiques favorables. Par ailleurs la filière dispose de l'assistance de structures d'appui. Il faut noter de manière particulière l'action de l'ONG américaine ENTERPRISE WORKS qui est spécialisée dans la filière sésame et qui est en train de mener dans ses zones d'intervention un travail remarquable en matière d'organisation des acteurs, de la production et de commercialisation.

Par ailleurs, il existe pour le sésame de grandes opportunités dans le domaine de la production. Les producteurs sont toujours disposés et motivés à accroître la production si le prix de vente est rémunérateur. Le facteur limitant actuellement la production est le manque de débouché.

En effet, pour le moment, la consommation intérieure du sésame n'est pas très importante, d'autant plus que les perspectives de transformation en huile ne sont pas porteuses.

Nous suggérons donc de porter les efforts sur la recherche de débouchés à l'extérieur et de mieux organiser la filière afin de rendre le sésame malien plus compétitif sur le marché international. Les recommandations dans ce sens concernent :

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE SESAME

5.1. PRODUCTION

a) Itinéraires techniques non performants

Les systèmes actuels de production du sésame ne sont pas suffisamment performants. Des efforts restent à faire pour l'amélioration de la productivité par l'utilisation de semences sélectionnées et l'adoption d'un itinéraire technique approprié.

b) Techniques de récoltes non appropriées

La contrainte majeure signalée au niveau de la production du sésame est la pénibilité de la méthode de récolte.

5.2. TRANSFORMATION

Au niveau de la transformation, la contrainte majeure est l'absence de technologies appropriées pour l'extraction de l'huile. Les presses vulgarisées par les ONG ne sont pas faciles à manipuler et ne sont pas très productives.

5.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Disponibilité insuffisante du produit

Ces difficultés sont essentiellement dues au faible niveau d'organisation des acteurs de la filière, de sorte qu'en début de campagne, un exportateur n'a aucune garantie de pouvoir satisfaire ses clients extérieurs, du fait qu'il n'y a pas de contrat entre lui et les producteurs. Cet état de fait nuit à la stabilité des rapports commerciaux avec les partenaires extérieurs.

b) Fluctuation du prix au producteur

Par ailleurs, les prix aux producteurs sont très fluctuants. Etant donné la faible disponibilité du produit, les acheteurs renchérissent les prix pour pouvoir disposer du maximum de quantité. Il est donc impossible à l'exportateur de savoir à l'avance quelle marge il peut réaliser.

c) Qualité insuffisante du sésame

A la récolte, le sésame est mélangé à des impuretés fines et grossières (paille, sable). Avant toute commercialisation, il est important que le produit soit nettoyé afin de le débarrasser des particules étrangères. Il n'existe pas d'équipement de nettoyage approprié et le nettoyage est actuellement fait à la main.

6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE SESAME

6.1. PRODUCTION

a) Améliorer les systèmes de production

L'accroissement de la production et la compétitivité du sésame par rapport au cours mondial passent par l'intensification de la production basée sur l'adoption des itinéraires techniques proposés par les services de l'agriculture et l'utilisation des semences améliorées recommandées par le Service de la Recherche. Ces recommandations permettent d'obtenir des rendements de 1 000 à 1 500 kg/ha.

6.2. TRANSFORMATION

A court terme, il faut privilégier l'exportation du sésame. La transformation l'heure actuelle est une activité moins porteuse.

6.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Mettre en place des équipements de nettoyage

Pour pouvoir exporter le sésame, les opérateurs utilisent le service de nombreuses femmes pour le nettoyage de leurs produits. La mise en place de petites unités de nettoyage au niveau des centres d'exportation, pourrait leur être profitable en attendant que les paysans soient capables d'offrir sur le marché du sésame suffisamment propre.

b) Promouvoir la production du sésame-bio

Il est indéniable que de nos jours les produits bio se vendent bien et permettent aux acteurs de rentabiliser rapidement leurs actions : le sésame coûte sur le marché international quatre fois plus cher que le sésame ordinaire.

Au Burkina Faso le sésame bio est commercialisé par la Société TROPEX et son exemple mérite d'être suivi par les entreprises d'exportation du Mali. Il convient de souligner que cette activité n'est réalisable qu'après avoir instauré une solide collaboration avec les producteurs. Dans ce monde des échanges, le sésame fait partie de ces produits agricoles que le Mali peut continuer à proposer au reste du monde, avec beaucoup plus de réussite. Les quantités produites peuvent s'accroître avec l'appui des services techniques et une meilleure organisation des acteurs de la filière. Par ailleurs, s'orienter sur la production de sésame biologique serait un créneau porteur qui mérite des investigations sérieuses.

A5/ FILIERE SOJA

1. GENERALITES

Le soja est une légumineuse proche du haricot, dénommée scientifiquement glycine max ou glycine soja. Il est très riche en matières protéiques, en matières grasses et en minéraux.

Le soja est cultivé en Asie depuis les temps immémoriaux pour l'alimentation de l'homme et des animaux. Il a atteint l'Europe, l'Amérique du Nord et du Sud vers le 18ème siècle. Sur

ces deux continents, il a d'abord servi dans l'alimentation du bétail avant d'entrer dans celle des hommes. Le continent africain est le dernier à embrasser la culture du soja. La pénétration du produit s'est opérée en commençant par les pays anglophones.

Actuellement, la production mondiale du soja avoisine les 160 000 tonnes par an dont plus de la moitié provient des USA. Les autres pays grands producteurs sont le Brésil, la Chine, l'Argentine et l'Inde.

Au niveau de la sous-région, le soja est produit en faibles quantités au Burkina Faso (4 000 tonnes), en Côte d'Ivoire (3 000 tonnes) et au Bénin (1 000 tonnes).

Le soja joue pour certains pays un réel rôle économique : les plus grands exportateurs du monde sont par ordre d'importance : les USA, le Brésil, l'Allemagne, la Chine et le Paraguay.

Au niveau de la consommation du soja, le Japon vient en tête, suivi des Pays-Bas, l'Allemagne, l'Espagne et l'Italie.

Le soja est cultivé pour ses graines qui sont utilisées en entier dans l'alimentation humaine ou transformées pour produire de l'huile de soja et des tourteaux destinés au bétail.

La farine déshuillée de soja entre pour une bonne part dans l'industrie alimentaire : biscuiterie, boulangerie, pâtisserie, pâtes alimentaires, laiterie, fromagerie, aliments pour enfant, aliments de régime (pour les diabétiques), etc.

En outre, les tiges et les feuilles du soja constituent un excellent engrais vert et servent de fourrage pour les animaux. En outre, de par sa capacité à fixer l'azote de l'air, le soja enrichit le sol et fait profiter les cultures qui lui succèdent.

Cependant, la principale utilisation des graines de soja reste la fabrication de l'huile de soja qui concurrence l'huile d'arachide sur le marché international.

D'après les scientifiques, le soja est le végétal cultivé le plus riche en protéines, éléments minéraux et autres nutriments indispensables à la santé de l'homme (vitamines A, B, C, D, F et K).

De par sa composition, le soja peut valablement se substituer à la viande, aux œufs et au lait qui font défaut dans certaines régions. En effet, un kilogramme de soja équivaut en protéines à 40 kg de manioc, 13 litres de lait de vache, 3 kg de viande de bœuf et 60 œufs de poules.

2. PRODUCTION

Le soja a été introduit au Mali par la CMDT durant la campagne 1985-1986, comme culture de diversification des revenus pour les paysans des zones non cotonnières. L'objectif visé était de pallier le déficit nutritionnel dans le milieu rural et aussi l'insuffisance de production du néré, un produit de cueillette qui sert à la fabrication du soubala.

La culture du soja a été promue par le PROFED (Projet Femmes et Développement) mis en place au sein de la CMDT. Créé en 1981-1982, le PROFED menait initialement des activités sociales auprès des femmes rurales des zones encadrées par la CMDT. Ces activités concernaient la nivaquinisation, l'hygiène, la propreté du milieu, la nutrition et la santé des femmes et des enfants.

Après 3 ans d'activités, une évaluation du Projet a été effectuée et des recommandations ont été faites pour promouvoir au niveau des femmes rurales, des activités génératrices de revenus qui permettraient de soutenir les activités sociales mises en œuvre. C'est ainsi que

le PROFED a encadré les femmes rurales dans les activités de maraîchage, embouche, élevage de petits ruminants, aviculture, transformation (beurre de karité, soubala, savon).

L'encadrement du PROFED consiste à organiser les femmes en groupements, à les former et à les encadrer dans les techniques culturales.

Le soja est essentiellement cultivé dans les régions de Sikasso et de Ségou sous l'encadrement de la CMDT (Division de Diversification et PROFED).

Le soja est exclusivement utilisé par les femmes qui en font également la transformation. Les femmes productrices sont organisées au niveau de chaque AV. Environ 500 groupements de femmes ont ainsi été mis en place. En plus de la culture du soja et des activités de maraîchage, les groupements réalisent des travaux collectifs comme la récolte du coton qui leur procurent des revenus additionnels.

Dans l'ensemble, on note une progression régulière de la culture du soja au Mali qui est passée au démarrage de 65 tonnes à 1365 tonnes au bout de 9 ans, soit plus de 20 fois la production initiale. Cette augmentation de la production est due d'une part à l'augmentation des superficies qui sont passées pendant la même période de 252 ha à plus de 1900 ha et d'autre part à l'augmentation des rendements qui ont évolué de 258 kg/ha à plus de 700 Kg/ha.

3. TRANSFORMATION

Il faut rappeler que le soja a été introduit par la CMDT dans le but uniquement de se substituer au néré, arbre sauvage qui commence à vieillir et qui donne un fruit utilisé pour la fabrication du soubala.

Le soubala est un condiment qui est largement consommé au Mali et dans les pays de l'Afrique de l'Ouest : Burkina Faso, Guinée, Côte d'Ivoire, Niger, Sénégal, etc. C'est un condiment qui sert à relever le goût des sauces comme les " cubes maggi ".

Le soja ne connaît à l'heure actuelle aucune autre utilisation au Mali que la préparation du soubala. Des tentatives ont été faites pour enrichir les farines de sevrage (aliment pour enfants) avec cette légumineuse. Mais cette forme d'utilisation n'a pas été suffisamment vulgarisée.

4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

Tout le soja cultivé actuellement est commercialisé dans les zones de productions. Le produit est utilisé par les femmes et les groupements de femmes pour fabriquer le " soubala " dont la technologie est vulgarisée par le PROFED dans sa zone d'intervention.

Il n'existe pour ce produit aucune perspective d'exportation du fait qu'il est pratiquement inconnu dans la sous-région.

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE SOJA

5.1. PRODUCTION

Le système de production du soja n'est pas encore performant. Les services d'encadrement doivent continuer l'effort d'amélioration du système de culture actuel avec l'objectif d'intensifier la production et de rendre les produits agricoles plus compétitifs. Il y a lieu notamment de sélectionner les variétés les plus adaptées et à haut rendement. Il existe un potentiel écologique et climatique qui peut être valorisé en recherchant et vulgarisant les

techniques culturelles les mieux adaptées. D'une manière générale, les paysans du Mali ont la motivation d'accroître les productions s'il existe des débouchés sûrs et des prix rémunérateurs.

5.2. TRANSFORMATION

La technologie s'inspire de celle du soumbala de néré qui, jusqu'à présent, est faite de manière traditionnelle et très rudimentaire. Les opérations sont pénibles et longues (environ une semaine). La promotion du soumbala passera nécessairement par la mise au point par les services de recherche d'une technologie appropriée de transformation.

5.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

Le soja n'est pas une culture d'exportation. Même au plan national, il n'est pas consommé d'où un problème dans la commercialisation. Les tentatives de vulgarisation pour la préparation du soumbala n'ont pas encore donné de résultats satisfaisants. Il sera impossible de développer la culture tant que la commercialisation ne sera pas garantie.

6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE SOJA

6.1. PRODUCTION/ RECHERCHE

Il faut améliorer les systèmes de production actuels par :

- ❑ La définition et la vulgarisation par les services de recherche et d'appui d'itinéraires techniques adaptés
- ❑ La recherche et la diffusion des semences améliorées auprès des producteurs.

6.2. TRANSFORMATION

Il faut rechercher une technologie améliorée de fabrication du soumbala. Il s'agit de réduire la pénibilité du travail au niveau des femmes rurales productrices. La technologie actuelle est très rudimentaire et de faible productivité. Pour encourager la vulgarisation de la fabrication, il faut entreprendre des recherches et introduire des technologies appropriées. Cette mission incombe aux Services de recherche comme l'IER et les ONG spécialisées.

6.3. COMMERCIALISATION

Le développement de la filière soja est lié à la promotion du soumbala de soja. La stratégie sera axée autour des points suivants :

- ❑ **Informar largement les ménagères sur les qualités nutritives du produit** et la possibilité de le substituer au soumbala de néré à travers les médias. On pourrait notamment utiliser les radios rurales et l'émission hebdomadaire " BIEN MANGER " diffusée sur l'ORTM. Les messages seront basés sur les avantages comparatifs du soumbala de soja par rapport au produit traditionnel, en établissant une comparaison entre les valeurs nutritives (protéines, matières grasses, glucide, vitamines et autres sels minéraux) et une comparaison au niveau des techniques de fabrication.
- ❑ **Collaborer avec les associations de femmes en milieu urbain et rural** pour mobiliser les femmes au cours des opérations test de cuisine avec le soumbala de soja.
- ❑ **Impliquer les commerçants de condiments dans la vulgarisation du produit** auprès des ménages.

- ❑ Utiliser les foires expositions au niveau national et sous-régional pour vulgariser le produit.

B/ FILIERES DES FRUITS ET LEGUMES

B1/ POLITIQUE ET ASSISTANCE AUX FILIERES FRUITS

1. POLITIQUE DES FILIERES FRUITS ET LEGUMES

Pendant longtemps, la politique agricole du Mali n'a concerné que les filières céréalières marginalisant les productions horticoles. Aujourd'hui, l'on se rend compte qu'une politique agricole doit être basée sur l'ensemble des produits dont la promotion peut contribuer au développement économique et social du pays, ce d'autant que la consommation de produits maraîchers croît à un rythme accéléré. Selon les données de la DNSI, la consommation moyenne de produits maraîchers serait de 30 Kg/personne et par an.

Les principaux produits maraîchers cultivés sont l'échalote/oignon, l'ail, la tomate, la pomme de terre, la patate douce, le gombo, le piment, le manioc, l'aubergine.

Il existe des spéculations dont la culture n'est pas encore développée mais qui présentent des opportunités au niveau de l'exportation. Il s'agit de l'hibiscus ou l'oiselle de Guinée, le haricot vert notamment.

Le Mali compte quatre grandes zones de productions maraîchères :

- Le bassin de Bamako avec Baguinéda et Kati
- La zone de l'Office du Niger dans la région de Ségou
- Les bas-fonds de la région de Sikasso
- Le plateau dogon dans la région de Mopti

Les producteurs dans ces grandes zones de productions sont encadrés par un certain nombre de structures d'appui qui ont mis en place des programmes de développement des cultures de diversification des revenus des paysans pour les spéculations horticoles qui présentent des potentialités soit à l'exportation soit à la consommation intérieure.

2. STRUCTURES D'APPUI A LA PRODUCTION

Les principales structures d'encadrement des productions horticoles sont les suivantes :

2.1. OFFICE DE DEVELOPPEMENT DE LA HAUTE VALLEE DU NIGER (OHVN)

L'OHVN est une structure d'encadrement fortement appuyée par l'USAID. Sa zone d'intervention couvre les cercles de Kangaba, Kati, Koulikoro et l'Arrondissement de Nionzombougou dans le cercle de Kolokani.

Dans sa zone d'intervention, l'OHVN encadre les paysans dans la culture du coton, du tabac, des céréales et légumineuses et des produits de diversification comme les cultures maraîchères, les produits de cueillette et l'arboriculture.

L'activité d'encadrement consiste à définir les itinéraires techniques, faire le suivi technique, approvisionner à crédit les producteurs en intrants, semences et matériel agricole. L'OHVN est également impliqué dans la commercialisation des produits d'exportation : il achète les productions aux prix convenus d'avance entre les deux parties. Normalement, comme toutes les autres structures d'appui, l'OHVN doit servir d'interface entre les producteurs et les opérateurs économiques. Cependant, à cause de l'inorganisation des exportateurs maliens,

l'OHVN est contraint de servir directement d'intermédiaire entre les producteurs et les importateurs européens.

Pour la promotion de certains produits de diversification considérés comme très porteurs, l'OHVN a mis en place différents programmes gérés par le département AGRIBUSINESS notamment concernant les spéculations suivantes : oseille de Guinée (*hibiscus sabfarida*), pois sucré, gingembre, sésame, haricot vert, oignon, tomate, mangue, karité, miel et fleurs.

2.2. OFFICE DU NIGER (O.N.)

L'Office du Niger (ON) est situé dans le delta central du fleuve Niger dans la 4ème région du Mali (région de Ségou). C'est le plus grand et le plus ancien périmètre irrigué de l'Afrique de l'Ouest. Il a été mis en place en 1932 par l'Administration coloniale française dans l'objectif initial de produire du coton destiné à l'industrie textile française. Par la suite, il est devenu le plus grand bassin de productions rizicole et maraîchère.

L'Office du Niger se compose de six zones d'exploitation à savoir : la zone de Macina, la zone de Niono, la zone de Molodo, la zone de Ndébougou, la zone du Kouroumari et la zone de Bewali. Ces zones d'exploitation ont été aménagées ou réaménagées sur financement des Pays-Bas (Projet ARPON), de l'Agence Française de Développement (Projet RETAIL), de la Banque Mondiale et du KFW.

Il existe un potentiel d'environ 1 million d'hectares dont seulement 50 000 sont actuellement irrigués. La méthode d'irrigation par gravité avec l'eau du fleuve Niger assure une sécurité permanente pour la fourniture de l'eau pendant toute l'année.

L'activité principale de la zone reste la riziculture. Mais le maraîchage prend de l'importance de plus en plus, provoquant ainsi un blocage foncier, notamment dans la zone de Niono où cette activité est plus développée. En effet, la politique de diversification des cultures à l'Office du Niger est basée sur le développement des cultures maraîchères. Le développement des produits horticoles dans la zone ON a été stimulé par la libéralisation du commerce du riz en 1985 et le désenclavement de la ville de Niono par une route goudronnée reliant la ville de Niono à Ségou. Depuis cette date, les superficies maraîchères n'ont cessé d'augmenter : elles ont presque doublé en 10 ans.

En plus de l'encadrement technique de l'Office du Niger, le maraîchage est encadré par l'URDOC (Unité de Recherche Développement Observatoire du Changement) et le PCPS (Centre de Prestation de Services).

L'URDOC est un projet de l'Office du Niger pour l'intensification de la riziculture et récemment celle du maraîchage. Le projet a développé des outils de travail dans ce sens. Pour le moment, le projet ne s'est intéressé qu'à la filière échalote qui est la principale culture maraîchère de la zone.

Ainsi, il a conçu et testé des cases de conservation de l'échalote pour des groupements féminins : avec une case de capacité 4 tonnes, les pertes ne représentent que 300 à 400 kg ce qui fait une moyenne de 20 % de pertes (par évapotranspirations et dépréciation), tandis que traditionnellement les pertes sont d'environ 80 % . Le projet utilise les radios locales pour la vulgarisation des techniques culturales et de récolte.

Quant au PCPS, il a été créé en 1995 pour appuyer les organisations paysannes en comptabilité et droit. Le projet est financé par l'Agence Française de Développement et est piloté par l'IRAM. Cinq centres ont été ouverts et s'occupent de 80 Associations Villageoises qui contribuent chacune pour la somme de 1000 à 1500 FCFA par hectare cultivé.

2.3. OFFICE DU PERIMETRE IRRIGUE DE BAGUINEDA (OPIB)

L'Office du Périmètre Irrigué de Baguineda (OPIB) est la structure qui gère le périmètre irrigué de Baguineda et encadre les producteurs de cette zone à travers l'assistance conseil, la formation et la vulgarisation agricole.

L'objectif visé par l'OPIB est l'amélioration de la productivité dans la zone. L'OPIB encadre 22 villages érigés chacun en Association Villageoise (AV). Les paysans sont impliqués dans la gestion de l'infrastructure hydraulique. Pour cela, une commission paritaire a été mise en place pour décider des travaux d'aménagement à effectuer et de l'utilisation des recettes de la redevance d'eau qui est fixée à 35 000 FCFA par hectare et par campagne de production du riz.

La principale production horticole de la zone OPIB est la tomate. C'est ce qui a justifié la mise en place à Baguineda de la première et seule unité industrielle de transformation de tomate (SOMACO).

2.4. DIVISION DE DIVERSIFICATION DE LA CMDT

C'est une division opérationnelle chargée de concevoir et de promouvoir la politique de développement des cultures et des activités de diversification de la Compagnie Malienne de Développement des Textiles (CMDT). Ses principales activités concernent :

- l'appui conseil et le suivi-évaluation
- l'appui dans l'expérimentation des cultures et activités nouvelles de diversification
- l'appui aux organisations paysannes pour la promotion de leurs produits

Depuis 1976/77, la CMDT s'est intéressée aux cultures de diversification à travers la Division DTDR qui encadre une vingtaine de spéculations dans sa zone d'intervention dont les principales sont présentées dans le tableau ci-après :

Spéculations encadrées	Secteurs d'intervention
Piment	Koutiala, Yorosso
Pomme de terre	Sikasso, Bougouni
Pastèque	Fana et Bla
Pois sucré	Sikasso et San très récemment
Oseille de Guinée	San

2.5. PROJET DE DIVERSIFICATION DES REVENUS (PDR)

Le Ministère chargé du développement rural a mis en place le Projet de Diversification des Revenus (PDR) au niveau de la ville de San. Ce projet qui est financé par le FIDA, l'OPEP, la BOAD et l'Etat, a pour mission d'appuyer les paysans des zones non cotonnières pour l'amélioration de leurs conditions de vie.

Le PDR fait la promotion des cultures maraîchères et d'autres produits de diversification comme le sésame, l'oseille de Guinée, le soja et le pois sucré dans sa zone d'intervention qui couvre : une partie du cercle de Bla, Tominian, Macina, Djenné et la partie non cotonnière de San.

B2/ FILIERE ECHALOTE

1. PRODUCTION

a) Superficies, rendements, niveaux des productions

Au Mali, les deux principales zones de production de l'échalote sont : l'Office du Niger, et le pays dogon.

Selon un rapport de synthèse de l'URDOC, en zone Office du Niger, le revenu maraîcher représenterait en moyenne 37% des revenus monétaires agrégés de l'exploitation, dépassant ceux tirés de la riziculture de contre saison. L'échalote est la principale culture maraîchère de la zone ON : elle occupait 71% des superficies emblavées en 1996 et représente plus de 90% de la production maraîchère de la région; les estimations faites par les services techniques d'encadrement font état d'une production d'échalote ayant généré un chiffre d'affaires estimé à 16,970 milliards de FCFA.

L'échalote représente le produit de commercialisation par excellence dans le pays dogon : le maraîchage procure au producteur dogon entre 80 et 90 % de ses revenus ; le maraîchage représente 90 % des exportations du Cercle de Bandiagara. La production est commercialisée localement sur le marché de Bandiagara puis exporte sur Mopti, Ségou et Bamako.

Le développement de la culture de l'échalote dans le plateau dogon a débuté en 1978 avec la construction de nombreux petits barrages qui ont permis d'intensifier la production. Le plateau dogon se trouve dans le Cercle de Bandiagara qui englobe actuellement plus d'une centaine de barrages autour desquels des activités de contre-saison sont menées par les paysans.

La mise en place en 1985 du Projet de Vulgarisation Agricole/Secteur de Développement Agricole en Pays Dogon (PVAPD/SDA) avec l'appui technique et financier de la Coopération allemande GTZ, a contribué au développement de la filière échalote dans cette zone. A la fin du projet en juin 1998, la SLACAER (Service de l'Appui Conseil de l'Aménagement et de l'Equipement Rural), a continué l'encadrement des producteurs maraîchers sur le plateau dogon.

Les résultats obtenus par l'encadrement GTZ sont très appréciables puisque la production de l'échalote fraîche est passée de 3 000 tonnes environ en 1985 à 25 000-30 000 tonnes en moyenne à partir de 1990 avec un rendement moyen de 25 à 30 tonnes à l'hectare comme il ressort du tableau qui suit :

Dans l'ensemble, la production de l'échalote a connu une croissance notoire. La production des deux zones d'intervention est passée de 35 000 tonnes en 1995 à plus de 100 000 tonnes lors de la campagne 1998/99. Le plateau dogon produit actuellement dans l'ordre de 35 000 tonnes et l'Office du Niger près du double (environ 70 000 tonnes).

Les rendements ont connu une évolution très significative : ils varient entre 20 à 25 tonnes par ha au niveau de la région de Ségou et atteignent 30 à 35 tonnes par ha au niveau de la zone de Bandiagara. Le rendement moyen atteint au Mali est plus élevé dans le cas des autres pays producteurs de la sous-région.

b) Organisation des producteurs

Si dans la zone de l'Office du Niger, l'organisation des producteurs d'échalote à travers les Associations villageoises pose problème, dans la région de Bandiagara par contre, on constate que les principaux acteurs impliqués dans la production ont mis en place un cadre de concertation qui leur a permis de fixer un niveau minimum de prix garanti aux producteurs et de mettre en place un système efficace de commercialisation et de transformation de l'échalote.

Ce mode d'organisation a été mis en place par le projet GTZ qui a encadré la filière de l'échalote dans le pays dogon de 1985 à 1998. A la fin du projet, la SLACAER de Bandiagara a continué l'encadrement des paysans à travers le même système d'organisation

2. STOCKAGE/ CONSERVATION/ TRANSFORMATION

Avec l'augmentation des quantités produites (plus de 100 000 tonnes d'échalote) les structures d'appui ont vulgarisé dans les zones de production, les techniques améliorées de conservation et de transformation de l'échalote.

2.1. TECHNIQUES DE CONSERVATION

Il existe des techniques traditionnelles de conservation avec cependant un taux élevé de pertes : 60 à 80 % au cours du stockage. La vulgarisation des techniques de conservation par la diffusion et l'appui à la construction de cases de type RETAIL ont permis une amélioration sensible de la conservation (20 % de perte sur le stock). Un inventaire exhaustif effectué en décembre 1999 a permis de recenser 1556 cases de conservation de type RETAIL en zone Office du Niger avec une capacité de stockage globale de 4 147 tonnes.

Les actions de vulgarisation de ces techniques améliorées ont permis la diminution des pertes et l'étalement de la mise au marché des produits.

2.2. TECHNIQUES DE TRANSFORMATION

Il existe plusieurs produits de transformation : la boule d'échalote séchée, l'échalote écrasée séchée et l'échalote séchée selon la méthode améliorée.

□ Boule d'échalote séchée

C'est le produit traditionnel du plateau dogon. La méthode consiste à écraser l'échalote au mortier ou sur la pierre à confectionner des boules qui sont ensuite séchées au soleil à l'air libre. Cette technique traditionnelle de séchage pêche par son côté antihygiénique. Les boules sont séchées à même le sol et sans protection contre la poussière et les impuretés. Cependant, cette forme d'échalote est appréciée par les ménagères à cause de son goût particulier que lui confère la fermentation au cours du séchage.

□ Echalote écrasée séchée

Cette technique est beaucoup plus pratiquée dans la zone de l'Office du Niger. Elle consiste à écraser l'échalote comme dans la méthode précédente et à l'étaler directement au soleil. Cette technique a été récemment introduite dans le pays dogon

❑ **Echalote séchée selon la méthode améliorée**

Avec les grandes productions annuelles, pour pallier le trop bas prix de l'échalote fraîche préjudiciable au producteur, un nouveau produit, substitut de l'échalote fraîche a été mis au point: il s'agit de l'échalote séchée en tranche (E.S.T). Cette technique améliorée a été vulgarisée par la GTZ dans le pays dogon.

L'échalote séchée de cette manière est hygiénique et conserve les caractéristiques de l'échalote fraîche (gaz, arôme et substances nutritives). Ce nouveau produit peut-être promu à l'exportation. Il faut pour ce faire rechercher une technologie adaptée à plus forte productivité de manière à pouvoir augmenter de manière significative le volume de produit séché

Cette sorte de transformation a connu un développement important dans la zone du plateau DOGON. La quantité d'échalote transformée en produit séché (EST) est passée de 9 tonnes en 1991 à 70 tonnes en 1998, soit 2,4 % de la production totale fraîche de la région du plateau DOGON. Il est à noter que 8 Kg d'échalote fraîche donnent 1 Kg d'échalote séchée.

Au niveau de la région de Ségou, 2% de l'ensemble de la production est transformé en échalote séchée en tranche (EST).

3. COMMERCIALISATION

La période de commercialisation correspond à la période de production, soit de décembre à mars. Environ 80% de la production est destinée à la commercialisation, le reste étant réparti entre les pertes (15%), les semences et l'autoconsommation. Les plus importants marchés sont Bamako et Sikasso d'où sont exportées de faibles quantités vers la Côte d'Ivoire et la Guinée Conakry.

Le prix des produits agricoles est déterminé par le rapport entre l'offre et la demande. La production de l'échalote étant saisonnière et compte tenu des difficultés de conservation du produit, on distingue 3 périodes :

- ❑ La période d'abondance sur les marchés où les prix sont les plus bas : Janvier en avril (moins de 100 FCFA/Kg)
- ❑ La période intermédiaire allant de mai en juillet (entre 100 et 150 F CFA/Kg)
- ❑ La période de rareté allant d'août en décembre (plus de 300 FCFA/Kg)

Concernant l'EST, la vente rapporte au producteur 1000 FCFA/Kg et 1 275 FCFA/ Kg au magasin de la zone; le différentiel de 275 FCFA permet de couvrir les charges de fonctionnement du magasin et le transport du produit jusqu'à Bandiagara. Le séchage permet donc de valoriser l'échalote au niveau du producteur : si l'on considère qu'il faut 8 Kg d'échalote pour faire 1 Kg d'EST, la plus-value pour le producteur par rapport au prix de l'échalote frais se situe dans l'ordre de 400 F CFA.

4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE ECHALOTE

Plus de 90% de la production d'échalote est consommée au Mali. La production nationale actuelle ne satisfait pas les besoins des consommateurs nationaux que sur une courte période correspondant à la campagne de production. Le reste de l'année, le produit n'est pas disponible en quantité suffisante et les prix sont exorbitants (3 à 4 fois le prix pendant la campagne).

Les atouts de la filière échalote sont considérables au Mali :

- ❑ Disponibilités importantes des terres surtout en zone irriguée de l'Office du Niger
- ❑ Maîtrise des techniques culturales par les paysans même s'il reste des efforts à faire pour améliorer encore les systèmes de production actuels
- ❑ Existence de structures d'appui dans tous les domaines pour assister les acteurs : production, conservation, transformation, commercialisation.

Quant aux opportunités, elles sont également très importantes. En effet, l'échalote est la variété d'oignon la plus demandée au Mali et dans les pays de la sous-région. Les besoins nationaux ne sont pas encore totalement couverts ce qui laisse à la filière une marge de développement. Par ailleurs le marché de la sous-région n'est pas à négliger : il existe un marché potentiel à l'exportation très important en produits frais et séché qu'il faudrait bien sûr chercher à conquérir en mettant en oeuvre une stratégie adaptée.

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE ECHALOTE

5.1. PRODUCTION

a) Systèmes de production non performants

Soit par manque de formation, soit à cause des difficultés d'accès aux intrants, les paysans surtout de l'Office du Niger, utilisent les mêmes intrants pour le riz et le maraîchage. Par ailleurs, ils n'ont pas accès aux semences bien adaptées, ce qui les amène à utiliser plusieurs variétés en même temps sur une même parcelle. De surcroît, la mauvaise exécution des travaux de post-récolte (tri, calibrage et conditionnement dans des emballages appropriés) altère la qualité des produits.

b) Problèmes d'approvisionnement en semences

Ces problèmes sont dus aux difficultés de conservation, au prix élevé des semences et à l'éloignement des points de vente des zones de production.

5.2. TRANSFORMATION

Les procédés de séchage traditionnels et EST ne sont pas suffisamment appropriés: ils ont une faible productivité du travail, ce qui ne permet pas une production à grande échelle. Ce problème a été diagnostiqué par une structure d'appui comme le CAE qui compte mettre en place un programme de recherche et de diffusion d'unités semi-industrielles de séchage notamment dans la zone de Bandiagara.

5.3. COMMERCIALISATION

a) Problèmes de stockage/ conservation et de transport

Eu égard au caractère hautement périssable de l'échalote, les producteurs et les commerçants rencontrent beaucoup de difficultés au niveau du stockage et du transport.

Les cases de conservation développées traditionnellement et améliorées par les structures d'appui (APROFA, Office du Niger), ont une efficacité très limitée : les pertes au cours du stockage restent dans une proportion importante (20 %). En plus les capacités de stockage restent insuffisantes dans les zones de production et au niveau des marchés de gros.

Par ailleurs, l'utilisation d'emballages inadaptés pour contenir les échalotes contribue par ailleurs à accentuer les pertes au cours du transport. En effet, les paysans emballent les oignons comme les céréales, dans des sacs en plastique ou en jute dépourvus de trous d'aération. Très peu de précautions sont prises pour la manipulation de la denrée qui souffre de blessures à l'arrivée. Il faut trier sur-le-champ pour enlever les échalotes blessées ou pourries au risque de voir l'ensemble du stock se détériorer rapidement.

b) Non prise en compte des critères de qualité

Les producteurs doivent pouvoir répondre aux besoins du marché concernant les critères de qualité qui sont : la maturité, le calibre, la couleur, la variété, l'aptitude à la conservation et le conditionnement. Un produit de premier choix doit répondre à tous ces critères.

Lors de l'atelier sur la commercialisation de l'échalote, tenue à Niono en décembre 1996 et organisé par l'APROFA et l'URDOC, il a été reproché à l'échalote les caractéristiques suivantes :

- ❑ Le mauvais conditionnement du produit : les emballages actuels sont des sacs en polypropylène qui ne sont pas adaptés à la conservation et transport de l'oignon. Il faut des sacs avec trous d'aération,
- ❑ Le mélange de plusieurs variétés de calibres différents,
- ❑ La présence sur le marché de bulbes immatures récoltés trop tôt et mal taillés : les bulbes récoltés très tôt se conservent difficilement, surtout quand il y a des blessures lors de la récolte. Cela survient quand les paysans ont des besoins urgents d'argent ou quand il y a un mélange de variétés à cycles différents.
- ❑ Le mélange des stocks avec des particules de terre pour gagner en poids.

6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE ECHALOTE

6.1. PRODUCTION

a) Améliorer la production et les techniques culturales

Il y a de réels efforts à fournir dans le cadre de la maîtrise de la technique de production de l'échalote. Il y a la nécessité de former les techniciens et les moniteurs afin d'encadrer les paysans sur les aspects relatifs aux variétés améliorées, à la fertilisation (type d'engrais, dosage et période de fertilisation) et au calendrier des travaux (meilleures dates de semis, d'entretien et de récolte, maîtrise des cycles des variétés, etc.)

Ayant identifié le problème très tôt, l'APROFA et l'Office du Niger ont organisé un vaste programme de formation des techniciens de toutes les zones de l'Office sur l'amélioration de leur connaissance technique dans la culture de l'échalote.

Des études sont également en cours au niveau de l'IER et l'URDOC pour déterminer les meilleures dates de semis, le dosage et le type d'engrais à utiliser et pour sélectionner les variétés d'échalote afin de pouvoir identifier une à deux variétés d'échalote à haut rendement. Les efforts dans ce sens doivent être poursuivis.

b) Vulgariser les semences améliorées

Il faut mener des actions de sensibilisation auprès des opérateurs du secteur privé pour les amener à réaliser des unités de multiplication et de commercialisation des souches améliorées de variétés horticoles disponibles issues des travaux de la recherche ou importées d'autres pays.

6.2. TRANSFORMATION

L'action immédiate à entreprendre **l'intensification de la transformation de l'échalote fraîche**. Au cours de l'atelier, les producteurs et les opérateurs ont trouvé que la solution immédiate au problème de commercialisation est la transformation de l'oignon frais en séché. Particulièrement les opérateurs exportateurs ont insisté sur l'augmentation de la production de l'échalote séchée pour leur permettre de développer les échanges avec les pays de la sous-région principalement la Côte d'Ivoire.

Pour ce faire, il y a lieu d'améliorer la technique de séchage en vigueur dans les zones de production en introduisant une technologie plus appropriée. Des recherches sont en cours au niveau du CAE pour moderniser la technique de production de l'EST et vulgariser un mode de conditionnement plus adapté aux ambitions d'exportation du produit.

6.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

L'action à entreprendre pour développer la commercialisation de l'échalote est d'étudier les marchés de la sous-région afin que la Mali puisse se mieux positionner pour approvisionner les pays avoisinants aussi bien en échalote fraîche qu'en échalote séchée.

B3/ FILIERE TOMATE

1. PRODUCTION

Les principaux bassins de production de la tomate au Mali sont la zone de l'Office du Niger à Niono et le périmètre irrigué de Baguineda encadré par l'OPIB.

D'après les statistiques de la DNAMR concernant l'ensemble du territoire, les superficies emblavées sont passées de 836 ha en 1997/98 à 1397 ha en 1998/99, tandis que la production stagne autour de 24 000 tonnes, d'où une baisse des rendements de 28 tonnes/ha en 1997/98 à 17 tonnes/ ha en 1998/99. Il faut noter que la production de tomate varie en dents de scie et dépend surtout des possibilités d'écoulement.

Quant au rendement moyen, il a plutôt tendance à la baisse. Cette situation est due à la fermeture de la SOMACO, ce qui a engendré des difficultés d'écoulement du produit. D'après les explications du Directeur de l'OPIB, l'absence de débouché n'encourage pas les producteurs à réaliser les investissements nécessaires, ce qui joue effectivement sur la productivité.

2. TRANSFORMATION

Il existe depuis l'indépendance, une seule usine destinée à la transformation des fruits et légumes. Installée en 1964, la Société des Conserves du Mali (SOCOMA) était une entreprise d'état financée grâce à une subvention de la Yougoslavie. L'usine avait au départ deux chaînes de transformation : une chaîne de transformation de tomate en double concentré et une chaîne de transformation de mangue en confiture. L'objectif visé était de permettre une substitution à l'importation en valorisant les surplus de production qui étaient irrémédiablement perdus.

Concernant la tomate, il s'agissait d'une intégration verticale de la filière : culture, transformation et commercialisation. Pour ce faire une superficie a été dégagée au niveau de

la zone aménagée de Baguineda pour la culture de la tomate. La SOCOMA complétait ses besoins en s'approvisionnant sur les marchés du pays (Kangaba, Kéniéroba).

En 1970, la SOCOMA a acquis une chaîne pour la production des jus (mangues, tamarin, zaban, etc.). Cependant, l'unité a connu des contraintes au niveau de sa chaîne technologique qui était pour le moins adaptée.

Les difficultés techniques et de gestion ont justifié la privatisation partielle en 1978 de la Société qui est devenue SOCAM (Société des Conserves Alimentaires du Mali), une Société mixte avec 90 % du capital appartenant au Mali et 10 % appartenant à une Société française.

La SOCAM a existé seulement deux ans. En effet, cette Société a été restructurée et a pris la nouvelle dénomination SOMACO (Société Malienne des Conserves), une Société Anonyme au capital réparti comme suit : Etat (20 %), Opérateurs privés nationaux (40 %) et Groupe français (40 %).

Depuis la mise en place de la SOMACO-SA, l'unité n'a connu aucune évolution. Aucun nouvel investissement n'a été réalisé pendant que la convention d'établissement stipulait que les nouveaux promoteurs s'engageaient à renouveler dès la deuxième année, l'équipement de production en augmentant la capacité.

Suite au départ des français en 1995, l'unité industrielle a continué à vaciller jusqu'en septembre 1999, date de l'arrêt total du fonctionnement. Depuis, des négociations ont eu lieu avec différents partenaires extérieurs pour la réhabilitation de l'usine.

Actuellement, un groupe suisse s'intéresse à la filière tomate. Le groupe est en train de réaliser une étude de faisabilité pour une capacité de 600 tonnes/jour de tomate fraîche équivalente à 90 000-100 000 tonnes de tomate fraîche par an.

3. COMMERCIALISATION

L'inexistence de moyens appropriés de transport rend difficile la commercialisation de la tomate. En outre, l'utilisation de variétés de semence de tomate ne permettant pas un étalement de la production, provoque des fluctuations importantes des prix. C'est ainsi que les prix connaissent une baisse de janvier à mars (90 FCFA/ Kg). Ils augmentent progressivement d'avril à septembre (de 105 à 350 FCFA/Kg) pour rechuter à partir d'octobre (en moyenne 140 FCFA/Kg).

Par ailleurs, il n'existe pas sur le marché de standard pour la classification de la tomate fraîche pouvant servir de référence à la commercialisation. En plus, les producteurs méconnaissent les potentialités du marché d'exportation de la tomate du Mali.

4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE TOMATE

Le Mali possède des atouts très importants pour la production de la tomate tels que :

- ❑ La disponibilité des terres aménagées et aménageables
- ❑ L'expérience des paysans dans la culture de la tomate dans les différentes zones de production
- ❑ L'existence de services d'appui qui encadrent les paysans dans la culture de cette spéculature (ON, OPIB, OHVN)
- ❑ L'existence d'un programme de recherche qui s'intéresse à l'amélioration variétale.

Il existe également des opportunités insuffisamment exploitées pour développer la filière. Il s'agit en priorité de la création d'unités de transformation qui permettraient un meilleur écoulement de la production des paysans et un approvisionnement sur toute l'année du marché intérieur.

Pour faciliter l'écoulement de la tomate, en plus de la possibilité de création d'unités de transformation, on pourrait prospecter de nouveaux marchés. L'on sait que des pays comme la Côte d'Ivoire et le Gabon constituent des marchés potentiels qui pourraient être exploités si la filière était mieux organisée et si l'accent était mis sur la recherche de variétés résistantes plus adaptées à l'exportation.

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE TOMATE

5.1. PRODUCTION

a) L'infestation des tomates par la virose

La virose est une maladie qui sévit sur les cultures de tomate notamment dans la zone de Baguineda. Il semble que la maladie soit moins accentuée dans la zone de Niono. La virose se manifesterait davantage en culture hivernale, avant le mois de septembre.

5.2. TRANSFORMATION

Il ressort de l'expérience de la première unité de transformation qu'elle fut confrontée aux difficultés suivantes :

a) Difficultés d'approvisionnement en tomate fraîche

Bien qu'ayant une capacité de transformation très faible (2 tonnes par heure de tomates fraîches), l'unité a eu des difficultés à obtenir les quantités de matières premières nécessaires. Ces difficultés sont surtout dues à la saisonnalité de la production, la fluctuation des prix au producteur et l'importance du rayon de collecte de la tomate.

En effet, comme toutes les spéculations maraîchères, la tomate est une culture de contre saison dont la campagne ne dure que 3 mois. Pour pouvoir produire toute l'année, la SOMACO devait importer du triple concentré de tomate d'Italie pour le reconditionner en double concentré. Cette opération ne s'est pas avérée rentable surtout après la dévaluation du FCFA en 1994, et ne put donc continuer.

En outre, malgré l'existence de contrat de fourniture entre l'usine et les producteurs, ces derniers pouvaient à tout moment revoir leur prix de vente à la hausse.

De surcroît, les zones de production de tomates (Kangaba, Kéniéroba, Niono) sont très éloignées du site de l'usine. Il est admis qu'au-delà d'un rayon de collecte de 100 km, la transformation de la tomate n'est plus rentable.

b) Déficit énergétique

L'usine a été très handicapée par le manque d'électricité dans la zone de Baguineda. Il fallait plus de 300 millions de FCFA pour tirer l'électricité jusqu'au site de l'unité. Il est impossible qu'une unité industrielle puisse fonctionner continuellement au groupe électrogène et rentabiliser sa production. On constate que le même problème existe au niveau de toutes les

zones de grande production de tomates susceptibles d'accueillir une unité de transformation, comme la zone de l'Office du Niger à Niono.

c) Problèmes de conditionnement et d'emballage

Le conditionnement et l'emballage constituent une contrainte majeure pour la transformation artisanale et industrielle des produits alimentaires notamment concernant le concentré de tomate qui doit être conditionné dans des emballages pouvant être soumis à l'opération de stérilisation par la chaleur. L'usine de Baguineda importait des boîtes en fer toutes faites, ce qui revenait à transporter de l'air et renchérisait le coût de revient de l'emballage surtout après la dévaluation du franc FCFA en 1994.

d) Concurrence des produits d'importation

Les ménagères du Mali et de la sous-région (notamment le Sénégal) portent leur préférence sur le concentré de tomate très fortement coloré en rouge. Ce comportement a beaucoup gêné l'usine de Baguineda qui fabriquait du concentré de tomate naturel qui était moins "rouge" et qui était fortement concurrencé par les concentrés d'importation. Les fournisseurs italiens connaissant le goût des ménagères africaines, utilisent des colorants qui sont prohibés au niveau de l'Europe. L'absence de contrôle et l'inexistence de normes alimentaires au niveau du Mali, permettent l'entrée et la consommation de ces concentrés de tomates, au détriment de la santé des populations.

5.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Difficultés de stockage/conservation

La tomate est l'un des produits frais les plus périssables. Sa conservation pose des problèmes qui n'ont pas encore trouvé de solution. La conservation de la tomate en l'état nécessite la mise en froid dès la récolte. Malheureusement il n'existe pas de structure de stockage adaptée au produit. La conservation par le froid paraît être la seule solution à ce niveau, or le coût d'exploitation d'une chambre froide grèverait largement le coût de revient du produit.

Nous n'avons pas eu connaissance de méthode de conservation traditionnelle de la tomate. Seulement il existe une fabrication timide de la tomate séchée par les transformateurs qui pratiquent en même temps le séchage de l'oignon, de la mangue et de la viande. Cependant, on rencontre rarement de tomate séchée sur les marchés du fait que le produit ne semble pas rencontrer beaucoup d'adhésion des ménagères.

b) Les difficultés d'écoulement de la tomate

Cette contrainte est commune à l'ensemble des productions maraîchères qui inondent les marchés au même moment et qui se conservent très difficilement. L'enclavement de certaines zones de production et le manque de moyens de transport adaptés contribuent à aggraver la situation. En l'absence de moyens de conservation et de transformation, les producteurs sont contraints de brader les produits afin de minimiser les pertes. En période d'abondance, la tomate est vendue 20 voire 10 FCFA/ Kg dans les zones de production. Il va sans dire que cela a une conséquence négative sur les revenus des producteurs qui ne sont pas pour cela motivés à faire des dépenses d'investissement. Par contre pendant la période de soudure le kg peut atteindre 377-400 FCFA.

6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE TOMATE

6.1. PRODUCTION

a) Lutter contre la virose de la tomate

La méthode de lutte contre la virose consiste actuellement à conseiller aux paysans à ne cultiver la tomate qu'après le mois de septembre, ce qui constitue un handicap à la régularité du produit sur le marché. D'autres moyens de lutte contre cette maladie devraient être mis au point par les structures d'appui.

b) Intensifier la recherche sur l'amélioration variétale

L'IER doit continuer le programme de recherche sur la tomate en recherchant les variétés plus adaptées à l'exportation du point de vue de la résistance et de présentation. Ce service doit également mener des recherches pour trouver des souches de tomate plus résistantes aux maladies telles que la virose.

6.2. TRANSFORMATION

Il faut augmenter le niveau de transformation de la tomate. La tomate étant une denrée hautement périssable, sa valorisation passe nécessairement par sa transformation en produit de conservation plus aisé. La solution la mieux exploitable serait l'installation d'unités de traitement au niveau des principales zones de production.

Pour le moment, la seule méthode de conservation envisageable est la transformation de la tomate en purée et concentré au niveau des principales zones de production. La ville de Niono serait la mieux indiquée pour abriter une unité de production de tomate concentrée. Seulement, à l'heure actuelle, la ville souffre d'un manque d'électricité qui empêche la mise en place d'une telle unité.

La ville de Ségou quant à elle peut valablement accueillir une unité de production de concentré de tomate qui servirait également les producteurs de la zone de l'Office du Niger de Niono. Niono pourrait dans ce cas abriter une unité de trituration de tomate en purée qui sera acheminée à l'usine de Ségou.

Au niveau de Baguineda, il existe déjà la SOMACO qui a toujours connu des difficultés de fonctionnement. Parmi les raisons évoquées, il y a celles liées à l'approvisionnement en tomate et aussi à l'absence d'électricité dans la zone.

Il faut soit réhabiliter cette unité, soit envisager la création d'une unité de transformation de la tomate dans le District de Bamako, s'il s'avérait impossible d'étendre dans l'immédiat le réseau de l'EDM à la zone de Baguineda. La SOMACO pourrait alors triturer les tomates de la zone en purée pour approvisionner l'usine principale située à Bamako.

Pour conquérir le marché national et peut-être sous-régional, les industriels élaboreront une stratégie basée sur l'information des consommateurs sur les dangers qu'ils courent à consommer des tomates contenant des colorants artificiels. L'ASCOMA doit notamment

s'impliquer dans cette campagne pour que les ménagères s'en tiennent à l'utilisation de tomates préparées de manière naturelle, sans aucun additif chimique.

6.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

- ❑ Les structures d'appui doivent mener des études de marché dans les pays demandeurs et identifier des importateurs qui seront mis en relation avec les exportateurs du mali,
- ❑ L'existence d'associations de producteurs bien organisées et d'un cadre de concertation des acteurs de la filière doit en principe garantir l'approvisionnement des commerçants en tomate de qualité correspondant aux normes exigées à l'exportation à un prix aux producteurs compatible avec la compétitivité du produit sur les marchés visés.
- ❑ Afin de garantir la qualité de la tomate au cours du transport et du stockage, il y a lieu de rechercher des variétés résistantes qui seront de manière prioritaire destinées à l'exportation

B4/ FILIERE POIS SUCRE

1. PRODUCTION

Le pois sucré (*Cyperus esculentus*) est une plante herbacée originaire de la Méditerranée et de l'Est de l'Asie. Il est cultivé pour ses tubercules qui ont une bonne valeur nutritionnelle.

Dans la troisième région économique du Mali, la filière pois sucré occupe la troisième place après le coton et la pomme de terre dans la formation des revenus des producteurs. La culture du pois sucré longtemps délaissée par les agriculteurs a pris de l'importance à partir de 1995 avec l'augmentation de la demande du marché espagnol.

En 1998, la CMDT a été démarchée par une Société malienne dénommée CIC-SA pour l'assister dans la commercialisation du pois sucré. C'est alors que ce produit a éveillé l'attention de la CMDT qui a commencé à encadrer sa production comme culture de diversification.

Pendant deux années, la CMDT a effectué des recherches sur la culture afin de définir un itinéraire technique approprié. Elle a ensuite incité les producteurs à s'organiser, ce qui a donné naissance à l'association des producteurs de pois sucré (APPSK).

Pour faciliter la commercialisation, la CMDT a appuyé la CIC-SA auprès de la BNDA pour négocier un crédit de campagne. Un cadre de la CMDT a effectué en 1999 un voyage d'étude en Espagne dans le but de s'enquérir des méthodes culturales dans ce pays et des exigences du marché espagnol.

Le pois sucré est essentiellement cultivé dans la 3ème région administrative du Mali (Sikasso). Une étude de l'APROFA a recensé au titre de la campagne 1999/2000, 72 villages repartis entre 12 communes rurales et deux cercles de la région de Sikasso (Sikasso et Kadiolo) et impliqués dans la culture du pois sucré.

La production et les superficies emblavées ont connu une évolution très significative au cours des cinq dernières années. Les emblavures de pois sucré sont passées de 1200 ha en 1994/95 à 1953 ha en 1999-2000 soit une augmentation de 62,75%. Au cours de la même période de référence, la production est passée de 5400 tonnes à 6285 tonnes soit une augmentation de 16,39%. Il faut cependant noter un fléchissement en 1997/98 où la production a été de 4534 tonnes.

La production récoltée au cours de la campagne 1999/2000 était de 6 285 tonnes, ce qui correspond à un rendement moyen de 3,2 tonnes à l'hectare. En réalité, le rendement moyen du pois sucré malien se situe entre 3 et 4 tonnes/ ha tandis qu'en Espagne, le rendement atteint 15 tonnes à l'hectare (selon le CIC/SA).

Les producteurs sont en majorité des femmes (5 914 exploitantes sur un total de 8 703, soit près de 68%). Ils sont organisés au sein de l'Association des Producteurs de pois sucré des Cercles de Sikasso et de Kadiolo (APPSK). Un recensement effectué par l'APROFA a montré que 97,72 % des producteurs de pois sucré dans les deux zones sont membres de l'APPSK. Cependant, comme, toutes les organisations paysannes, l'APPSK n'a pas une capacité institutionnelle lui permettant de bien encadrer ses adhérents.

2. TRANSFORMATION

Au Mali, le pois sucré ne subit aucune transformation. Le produit est consommé en l'état. C'est en, principal importateur, que le produit est consommé sous forme de lait de pois sucré et de sorbet notamment en été que le jus de pois sucré est massivement consommé par la population.

Un essai de commercialisation du jus de pois sucré a été effectué par la CIC-SA en 1997 qui a importé en 1997 d'Espagne 14 containers de jus.

3. COMMERCIALISATION

Le pois sucré était traditionnellement cultivé par les femmes et vendu sur le marché local au prix de 75 FCFA/kg. Le produit était acheté par les Ivoiriens qui l'exportaient en Espagne. C'est courant 1998 que la Société CIS-SA a pu établir des relations commerciales avec les acheteurs espagnols qui ont commencé à acheter directement le pois sucré du Mali. Les Espagnols pré-financent la commercialisation et la CMDT organise la collecte avec l'Association APPSK.

En 1994, la CIS-SA a acheté le kg de pois sucré à 175 FCFA, puis 200 FCFA en 1996-1997 et 210 CFA ont été proposés aux producteurs lors de la dernière campagne, ce qui a contribué à impulser la production. Cependant, lors de la campagne dernière, les producteurs ont fait la rétention du produit, ce qui a fait. Faisant fi du contrat qui les liait à la Société CIC-SA, les paysans ont vendu une partie de leur production aux acheteurs burkinabé et ivoiriens qui ont accepté de payer à un prix supérieur aux 210 FCFA par Kg offert par la CIC/SA.

Cependant, devant l'augmentation effrénée du prix qui a monté jusqu'à 300 FCFA/Kg, les acheteurs étrangers ont dû arrêter la commercialisation du pois sucré malien qui devenait moins compétitif que celui de l'Espagne. De ce fait, les prix ont brusquement chuté jusqu'au niveau de 100-125 FCFA le Kg. Cette situation a profité aux exportateurs maliens qui ont pu par la suite acheter le pois sucré à un prix inférieur à celui qui avait été auparavant proposé aux producteurs.

La leçon qu'il faut tirer de cette expérience est qu'il y a un niveau raisonnable de prix qui conditionne la compétitivité des produits à l'exportation. Les producteurs devraient être

mieux informés sur les aspects du prix et qualité sur le marché international afin qu'ils puissent, tout en exigeant une juste rémunération de leur travail, rester à un niveau de prix compatible avec l'exigence de compétitivité à l'extérieur.

Les principaux acheteurs du pois sucré sont le CIC-SA et la Sikassoise, deux Sociétés d'exportation basées à Sikasso. La campagne de commercialisation est pré-financée par les Espagnols. La CMDT achète également pour le compte des opérateurs économiques. En outre, il existe une dizaine d'acheteurs et de demi-grossistes qui achètent pour le compte des Sociétés exportatrices.

En effet, le pois sucré est une culture essentiellement destinée à l'exportation. La demande de pois sucré à l'extérieur du Mali est importante et n'est pas satisfaite. L'Espagne est le principal importateur de pois sucré du Mali. Ce pays importe près de 80% de la production commercialisée. Dans ce pays, la culture du pois sucré se fait dans une zone urbaine où la production diminue d'année en année à cause de l'urbanisation qui affecte les terres cultivables. Cette situation joue en faveur du potentiel d'exportation du Mali vers ce pays.

La valeur des quantités commercialisées à l'extérieur a évolué en dents de scies : 407 millions FCFA en 1993/94 ; 3800 millions en 1994/95 ; 922 millions FCFA en 1995/96 ; 877 millions en 1996/97 ; 1357 millions FCFA en 1997/98 et 1021 millions en 1998/99. (Source : Direction Régionale du Commerce et de la Concurrence de Sikasso)

Les acheteurs du produit en Espagne sont les entreprises de transformation industrielle et artisanale (70%) supermarchés (25%), aviculture et pisciculture (5%).

4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE POIS SUCRE

Le pois sucré malien a des atouts importants notamment sur le plan du goût par rapport à son concurrent espagnol. Par conséquent, le produit malien pourrait s'imposer sur le marché espagnol qui est le seul consommateur à condition cependant que la filière soit mieux organisée et que la qualité du produit soit améliorée.

Pour le moment, le développement de la filière ne peut se baser que sur la promotion de l'exportation. Il faut surseoir à l'idée de transformer le pois sucré qui n'est pas à l'heure actuelle très opportune du fait que le jus de pois sucré est un nouveau produit dont la promotion auprès des consommateurs maliens peut prendre un certain temps. Il y a lieu de s'assurer de l'importance de la demande nationale avant d'installer une unité de production de jus de pois sucré.

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE POIS SUCRE

5.1. PRODUCTION

a) Problème d'approvisionnement en semences améliorées et en intrants

La filière ne bénéficie pas de ligne de crédit propre et reste dépendante de la filière coton. En conséquence, les paysans ne sont pas suffisamment approvisionnés en semences, engrais et produits phytosanitaires. En outre, les paysans trouvent que le prix des engrais est trop élevé.

b) Itinéraire technique non encore maîtrisé

Il y a un besoin d'améliorer les semences et les méthodes culturales. En outre, les producteurs utilisent toutes sortes d'engrais. Les rendements sont faibles 3,8 T/ha au Mali au lieu de 15 T/ha en Espagne. Il n'existe pas de paquet technologique vulgarisable et les producteurs ne sont pas suffisamment encadrés par les services d'appui.

c) Méthode de récolte pénible et archaïque

La principale contrainte des producteurs se situe au niveau de la récolte qui reste une opération très pénible. Contrairement en Espagne où la culture du pois sucré est faite sur billon, au Mali, la culture est généralement faite sur terrain plat, et il n'existe pas d'équipement de récolte approprié. Les producteurs ne sont pas protégés contre la poussière et risquent des maladies respiratoires ultérieurement.. Les parcelles connaissent également une dégradation de leur fertilité.

d) Attaque du pois sucré par les parasites

Il y a la présence de parasites sous terre qui attaquent les pois. En plus au cours du stockage, le pois peut être attaqué par les charançons. Ce problème a été signalé au service de la recherche. Autrement, il n'existe pas de gros problèmes au niveau de la conservation et le pois sucré peut se conserver avec les produits de fumigation pendant un à deux ans. Néanmoins, une recherche peut-être menée pour encore améliorer la situation.

5.2. TRANSFORMATION

5.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Insuffisance de capacités de stockage

Une des principales contraintes de la commercialisation reste le manque d'infrastructures pour stocker le pois récolté au niveau des zones de production.

b) Problèmes de qualité du pois sucré

Les exportateurs sont confrontés au problème de mauvaise qualité du pois sucré qui est récolté avec énormément d'impuretés, leur taux atteignant parfois 30% du stock. Les transformateurs espagnols se plaindraient de la présence d'impuretés depuis la récolte. Pour faire face à ce problème, les exportateurs ont recours aux femmes pour nettoyer le pois récolté. Cependant, cette méthode artisanale n'est pas suffisamment efficace quand il s'agit de traiter une grande quantité dans un court délai.

Or, les paysans maliens ne comprennent pas l'intérêt de livrer le produit de bonne qualité telle qu'exigée par les exportateurs et n'arrivent pas à bien nettoyer le produit avant livraison. Ainsi, il est arrivé qu'une quantité importante de rébus soit retournée de l'Espagne sur le Mali et c'est la CIC/SA qui a dû entièrement supporter le coût engendré par le retour de ce stock.

c) Fluctuation des prix aux producteurs

Depuis la libéralisation de l'économie, les prix aux producteurs fluctuent sans cesse. Ni les producteurs, ni les commerçants ne savent en début de campagne à quel prix ils vont vendre ou acheter les productions, ce qui est de nature à ne pas encourager le développement de la culture. Les producteurs dans l'ensemble souhaitent être fixés à l'avance sur les prix au producteur afin qu'ils puissent se décider à cultiver telle ou telle spéculature. Les acheteurs

également sont souvent déstabilisés car il ne leur est pas possible de faire des prévisions financières justes.

6. RECOMMANDATIONS LA FILIERE POIS SUCRE

6.1. PRODUCTION

a) Renforcer l'APPSK

L'existence d'une association des producteurs de la filière est un atout qu'il faut absolument renforcer. L'APPSK comme la plupart des organisations paysannes n'a pas encore donné la preuve de son ascendance sur les membres. Les dirigeants de l'association et les membres doivent être informés et sensibilisés sur :

- les avantages qu'une organisation de producteurs forte peut procurer à ses membres
- la nécessité de transparence dans la gestion de l'association et la prise en charge des problèmes de gestion par tous les membres
- la nécessité de respecter les décisions prises en commun notamment les accords de partenariat avec les opérateurs économiques que les dirigeants
- les exigences des marchés d'exportation en matière de qualité du pois sucré et sa compétitivité au plan du prix. Par ailleurs, l'APPSK doit être appuyée en la dotant d'outils de gestion adaptés et d'un système d'information sur les marchés intérieurs et extérieurs

b) Améliorer les systèmes de production du pois sucré

L'accroissement des performances actuelles en rendement, production et qualité du produit passe nécessairement par l'élimination des contraintes au niveau de la production :

- rechercher et vulgariser un itinéraire technique approprié notamment en adoptant la méthode de culture sur billon qui pourrait faciliter l'opération de récolte
- vulgariser les semences améliorées susceptibles de donner un meilleur rendement
- mécaniser l'opération de récolte pour la rendre moins pénible
- rechercher et vulgariser les méthodes de traitement du sol et des plantes afin d'empêcher les actions nuisibles des parasites

6.2. TRANSFORMATION

Le seul produit de transformation connu du pois sucré est le jus : le sous-produit provenant de cette transformation peut être utilisé comme aliment de volaille et de bétail. La Société CIC/SA projette la mise en place d'une unité de production de jus de pois à Sikasso. Cependant l'idée mérite d'être suffisamment étudiée du fait que ce produit est nouveau au Mali.

Il serait souhaitable dans un premier temps de procéder à l'implantation d'une unité pilote de jus de pois sucré au niveau du LTA et de mener des actions promotionnelles pour amener les populations maliennes à consommer ce produit. Cette activité peut être soutenue par les structures d'appui comme le CAE qui s'intéressent aux activités de transformation des produits locaux.

6.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Améliorer la qualité du pois sucré commercialisé

Une des principales contraintes qui gênent l'exportation du pois sucré malien est la présence d'impuretés. Les opérateurs tentent de trouver une solution en faisant nettoyer le pois sucré avant son exportation. Cette opération est actuellement faite manuellement par les femmes.

La productivité de cette méthode est très faible et ne permet pas de nettoyer totalement quand les quantités commercialisées sont très importantes.

Il existe en Espagne un équipement électronique qui identifie et élimine le moindre caillou présent dans le stock de pois sucré. La CIC-SA envisage l'importation de ce type de matériel ce qui pourrait faciliter le nettoyage du pois sucré malien et valoriser ce produit sur le marché espagnol. La société a élaboré un projet dans ce sens d'un coût d'environ 300 millions de FCFA qu'elle cherche à faire financer par des partenaires.

En plus de cette solution, les services techniques doivent rechercher et mettre au point un équipement approprié qui pourrait être utilisé par les groupements de producteurs pour nettoyer le pois sucré.

b) Mettre en place des magasins de stockage

Les structures d'appui peuvent initier un système de financement qui permettrait aux groupements de construire des magasins de stockage adaptés au niveau des zones de production, ce qui soulagera les paysans et préservera la qualité du produit.

B5/ FILIERE HIBISCUS

1. PRODUCTION

L'hibiscus ou roselle ou oseille de Guinée est une espèce d'hibiscus poussant dans les régions tropicales et subtropicales. L'hibiscus comprend plus de 300 espèces dont la majorité est utilisée comme plante d'ornement. La variété sabfarida est la principale race comestible. Ses capsules rouges sont séchées et utilisées pour la fabrication de jus, confiture et parfum. Le produit connaît d'autres appellations courantes comme sorrel de Jamaïque, cabitutu, vinuela, karkade et bissap au Sénégal.

L'oseille est cultivée dans plusieurs localités du pays de manière assez marginale. Il n'existe pas un champ plein d'oseille comme pour les autres cultures. Le produit est cultivé sous forme de haie en délimitant les parcelles destinées aux cultures céréalières. Cependant, au cours de ces dernières années, en réponse à la demande des commerçants maliens et burkinabé qui se sont intéressés au produit, les structures d'encadrement ont ajouté l'oseille à leur portefeuille de cultures de diversification. C'est ainsi que la CMDT appuie la culture de l'oseille dans les zones de San et Koutiala notamment. De la même manière, l'OHVN encadre le produit dans sa zone d'intervention.

Les statistiques de production de l'oseille datent seulement des trois dernières années et ne prennent pas en compte toutes les quantités produites.

La production d'oseille a évolué en dents de scie : 87 tonnes en 1997/98, 27 tonnes en 1998/99 et 409 tonnes au cours de la campagne dernière. Ce niveau de production est tout à fait dérisoire par comparaison aux autres pays producteurs dans le monde et indique que

des efforts restent à faire au niveau des paysans, des structures d'appui et des opérateurs économiques pour que le Mali puisse profiter du marché potentiel existant dans le monde.

Concernant les rendements, ils sont très variables d'une localité à l'autre et même d'une parcelle à l'autre. Dans la zone de San, le rendement moyen serait de 400 Kg à l'hectare, tandis qu'ailleurs il serait inférieur à 150 Kg par hectare.

Il ressort de la structure établie par la Division de diversification CMDT (San), que le coût de production de l'oseille est grevé par les frais encourus lors de la récolte qui représentent environ 64% du coût total moyen évalué à 219 FCFA par Kg. En effet, la contrainte majeure dans la culture de l'oseille est l'opération de récolte qui est très mesquine.

2. TRANSFORMATION

Au Mali et dans la sous-région, l'oseille de Guinée est utilisée dans la fabrication locale de boisson particulièrement lors des cérémonies sociales.

La fabrication est faite de manière artisanale et commercialisée de manière informelle par les femmes dans les villes. Il existe un secteur semi-moderne représenté des transformateurs professionnels qui transforment l'oseille et d'autres fruits (tamarin, agrumes, goyave, gingembre, mangue, etc.) en jus, granulé et sirop pour la vente dans les supermarchés et alimentations des villes. Ces produits élaborés visent non seulement la substitution aux boissons importées, mais également les marchés de la sous-région.

Récemment on vient de mettre au point une boisson instantanée à base de cristaux d'oseille. Il suffit d'en diluer deux cuillerées à soupe dans un verre d'eau pour obtenir un délicieux jus. Cette forme de boisson peut être exportée en Occident.

C'est au Sénégal que la boisson à base d'oseille a connu une grande promotion au point qu'elle est devenue une boisson nationale communément appelée "bissap".

Compte tenu du caractère informel de cette production, il est impossible d'en évaluer le volume. Seulement, l'on sait que le mode de transformation artisanal ne permet pas une grande production et pour le moment ce secteur semi-moderne ne peut pas induire une augmentation significative de la production d'oseille au Mali.

3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

La commercialisation de l'oseille n'est pas encore organisée : la production a connu un certain développement grâce à l'intervention des structures d'appui comme la CMDT et l'OHVN et aussi grâce à l'intérêt que la Société Burkinabé TROREX a porté au produit. Pendant deux années successives, cette Société a acheté et exporté l'oseille produit dans la zone CMDT.

Il ressort de l'étude réalisée par FINTRAC, Inc. en 1999 qu'à l'échelle mondiale, deux pays constituent les principaux marchés d'importation de l'oseille de Guinée : les USA et l'Allemagne ; l'Angleterre serait également un consommateur mais serait approvisionné en grande partie par l'Allemagne.

Le développement du marché de l'oseille aux Etats-Unis daterait de ces cinq dernières années : en 1998, ce pays a importé plus de 5000 tonnes pour une valeur de 22 millions de dollars soit une augmentation de 78% en volume et 156% en valeur par rapport aux niveaux de 1994. Le produit serait vendu actuellement par les principales chaînes de café aux USA.

Quant aux cours de l'hibiscus sur le marché mondial, ils sont très fluctuants d'une année à l'autre, en fonction des variétés et du rapport entre l'offre et la demande.

Les importateurs pré-financent la commercialisation du produit qui est récolté en fin décembre/début janvier. La fourchette des prix pratiqués varie de 900 à 1500 dollars US suivant la qualité du produit.

4. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE HIBISCUS

L'hibiscus est actuellement cultivé pour approvisionner les marchés national et sous-régional. L'essentiel de la production est utilisé pour préparer une boisson sucrée appelée « dabléni » au Mali et « bissap » au Sénégal. Le volume de boisson consommée au Mali et dans la sous-région ne permet pas de développer cette spéculation au-delà d'une certaine limite.

Cependant, l'oseille présente un potentiel énorme à l'exportation. La demande internationale est très forte eu égard aux échanges commerciaux entre les différents pays du monde. Par ailleurs, le Mali dispose d'atouts importants aux plans écologiques et climatiques. Les seuls facteurs limitant à l'heure actuelle le développement de la filière sont :

- ◆ la mauvaise organisation de la filière
- ◆ la non disponibilité du produit
- ◆ et la qualité non satisfaisante du produit.

Cependant, il est possible d'accroître rapidement la production si des débouchés sûrs existent pour le produit. En outre, il est possible d'améliorer l'oseille du Mali par la vulgarisation de paquets technologiques appropriés.

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE HIBISCUS

5.1. PRODUCTION

a) Itinéraire technique insuffisamment développé

La culture de l'oseille n'est pas suffisamment maîtrisée. Il n'existe pas de superficies dégagées pour la culture de cette spéculation. Les paysans la cultivent sous forme de haie autour des parcelles destinées à d'autres cultures. L'itinéraire technique pour la culture de l'oseille est insuffisamment développé. Tout juste l'IER aurait élaboré une fiche technique que les structures d'encadrement essaient de vulgariser auprès des paysans.

b) Manque de semences améliorées

Les variétés d'hibiscus cultivées au Mali ne sont pas prisées sur le marché international. Les producteurs n'ont aucune connaissances des variétés exportables et des exigences de qualité.

c) Technique de récolte non appropriée

Le principal problème qui conditionne le développement de l'exportation se situe au niveau de l'opération de récolte qui n'est pas très performante et joue sur la qualité de la production. Des efforts importants restent à faire pour améliorer les méthodes de culture et notamment de récolte afin que l'oseille produite au Mali corresponde effectivement aux normes du marché international.

5.2. TRANSFORMATION

Comme signalé plus haut, au Mali, l'oseille de Guinée est utilisée dans la fabrication d'une boisson locale largement consommée par les populations urbaines. Les techniques de transformation actuelles sont artisanales et insuffisamment productives. En plus, les unités sont confrontées aux difficultés d'approvisionnement en emballages alimentaires.

5.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Problèmes de qualité de l'oseille

Le développement de l'exportation est confronté au problème de mauvaise qualité de l'oseille dont les techniques de récolte et de conditionnement jouent sur la qualité du produit.

b) Circuit de commercialisation mal organisé

La commercialisation de l'oseille n'est pas encore organisée. La production a connu un certain développement dans la zone CMDT grâce à l'intérêt que la Société Burkinabé TROREX a porté au produit. Pendant deux années successives, cette Société a acheté et exporté l'oseille produite dans la zone.

6. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE HIBISCUS

6.1. PRODUCTION

a) Améliorer les systèmes de production

L'intensification passe par l'adoption d'intermédiaires techniques pouvant assurer des rendements importants et garantir la qualité de la production.

Ces itinéraires techniques doivent être définis par les services de recherche selon les zones de production et vulgariser auprès des paysans.

- ❑ **Rechercher et multiplier les semences améliorées** à diffuser auprès des producteurs.
- ❑ **Définir et vulgariser un itinéraire technique adapté** pour la culture et la récolte de l'oseille au Mali.

6.2. TRANSFORMATION

Il faut rechercher et diffuser des transformateurs des technologies appropriées permettant de mieux valoriser les produits à base d'oseille (jus et granulé).

6.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

A la lumière de cette analyse, il ressort que le développement de la filière de l'oseille passe nécessairement par la promotion du produit à l'exportation. Particulièrement, des débouchés sont à explorer au niveau des Etats-Unis d'Amérique dont certains opérateurs ont déjà été en contact avec les exportateurs maliens. Le marché de l'Europe n'est pas pour autant à négliger.

Les structures d'appui à l'exportation (APROFA, CAE) seront chargées de trouver les meilleurs débouchés à l'extérieur. Il s'agira d'identifier les importateurs potentiels et de les

mettre en contact avec les exportateurs maliens. Cette recherche de débouchés doit aller de pair avec l'organisation de la filière hibiscus, la mise en place d'un système d'information sur les marchés national et international, l'amélioration des techniques culturales et de la qualité du produit et la mise en place de systèmes de financement pour la production et la commercialisation.

B6/ FILIERE MANGUE

1. GENERALITES

La production mondiale de mangue est passée de 18,5 millions en 1994 à 23,6 millions de tonnes en 1997 (source FAO).

La production mondiale est dominée par les pays asiatiques. Les principaux producteurs sont par ordre d'importance : l'Inde (10 millions T en 1994) avec plus de 50% de la production mondiale, la Chine (1,2 million T), le Mexique (1,1 million T) le Pakistan (0,8 million T) et l'Indonésie (0,8 million T).

La production africaine de mangue est passée de 2,1 millions de tonnes en 1997 soit 8.9 % de la production mondiale à 2,2 millions de tonnes en 1999.

L'Inde qui est de loin le premier producteur mondial de mangue (plus de 50%) ne détient que 6% de part de marché dans le commerce mondial de ce fruit.

Pour l'Afrique de l'Ouest il se pose un problème de fiabilité des statistiques de production et particulièrement pour le Mali. Il n'y a jamais eu de recensement général des plantations de manguiers au Mali et d'évaluation exhaustive de la production.

Par exemple le Sénégal est présenté comme ayant un niveau de production (75 000 tonnes en 1999) supérieur à celui du Mali (50000 tonnes) pour la même période.

L'évaluation du potentiel agricole de la filière mangue réalisée en août 1999 dans la Région de Sikasso estime la production de mangue de cette seule Région à 204.883 tonnes.

La production Africaine et Ouest Africaine								
	Année							
Mangue								
Production (tonne)	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Afrique	1 831 620	1 864 078	1 922 008	2 003 015	2 060 977	2 128 913	2 187 079	2 192 967
Afrique Occidentale	763 520	775 300	848 380	854 595	909 430	943 472	994 450	987 186
Burkina Faso	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000	5 000
Côte d'Ivoire	14 000	7 000	7 000	7 500	5 940	8 747	9 000	9 000
Guinée	92 900	77 450	104 500	80 000	76 450	75 000	84 720	84 720
Mali	14 500	14 500	21 000	23 048	50 775	50 000	50 000	50 000
Sénégal	56 700	58 000	70 170	73 000	78 140	77 000	76 000	75 236

Source: FAOSTAT

2. PRODUCTION

Les zones de production de la mangue au Mali sont localisées principalement à Bamako (District), Sikasso, Koulikoro. Sur plus de 35 variétés de mangues existant au Mali, seules quelques-unes sont exportables compte tenu de la préférence des consommateurs des pays importateurs. L'Amélie, la kent et la keitt sont les principales variétés exportées.

Il n'y a pas eu de politique d'investissement conséquente à l'endroit des planteurs pour soutenir la volonté politique exprimée. Tout cela a eu pour conséquences : la dissémination des vergers de mangues dont la taille dans au moins 90% des cas est inférieure à 5 hectares, la multiplicité des variétés dont trois (3) sont principalement exportées et la mévente de la production.

Il n'existe pas de données statistiques fiables sur la production de mangue au Mali. C'est en août 1999 que cette lacune a commencé à être comblée avec la réalisation, au compte de l'APROFA, de l'étude d'évaluation du potentiel agricole de la filière mangue en 3 e Région.

La production de mangue de la 3^e région est estimée à 204 883 tonnes : la part des principales variétés exportables dans cette production est évaluée pour : l'Amélie à 46 707 T (22,8 %), la kent 29 571 T (14,4 %), la keitt 24 941 T (12,2 %).

3. TRANSFORMATION

Au Mali la mangue est transformée en jus de mangue, en marmelade et en mangue séchée. Il existe deux types de transformation de la mangue :

La transformation industrielle : elle était réalisée par la société de conserves et de jus de fruits la SOCAM (ex SOCOMA créée depuis 1964) qui a cessé toutes activités depuis janvier 2000. Actuellement la mangue ne fait l'objet d'aucune transformation industrielle et semi-industrielle.

La transformation artisanale : Il existe une multitude d'unités de transformation artisanales de fruits et légumes qui pour la plupart sont des micro- entreprises ; certaines de ces unités artisanales produisent le jus de mangue, la marmelade ou la mangue séchée mais en quantité très limitée.

Il n'existe pas de recensement exhaustif du nombre et de la taille des unités artisanales transformant entre autre la mangue. Plusieurs projets initiés pour la transformation des fruits dont de la mangue n'ont jamais été opérationnels.

4. LA COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

Le marché de la mangue à l'exportation est très ouvert et concurrentiel. Cela tient au fait qu'en raison de la saisonnalité de ce fruit, due aux conditions agro- climatiques des zones de production, les importateurs diversifient leurs sources d'approvisionnement afin d'assurer la commercialisation toute l'année. Selon la source FAO, le commerce mondial de la mangue (à l'état frais) porte sur 460 051 tonnes sur une production mondiale évaluée à 23 649 619 tonnes en 1999 soit moins de 2 % de la production mondiale.

Les mangues sont exportées à partir de plus de 50 origines à travers le monde entier mais 13 d'entre elles assurent environ 80 % du commerce international. Sur ces 13 origines, figurent seulement deux pays africains : l'Afrique du sud (6^e rang) et la Côte d'Ivoire (13^e rang). Actuellement, le Mali est en dehors de ce peloton. L'Asie et l'Amérique Latine se partagent le reste à l'exception d'Israël (12^e place).

La part des pays ACP ne représente qu'environ 9 à 10 % du commerce mondial. Les USA constituent le premier marché mondial pour la mangue avec 46 % des importations globales suivi par l'Union Européenne (25%). Les autres importateurs sont essentiellement Hong Kong, Malaisie, Singapour, Japon, Koweït, Arabie Saoudite et Emirats Arabes Unies (Source F & L 1998/MEPAM02).

Les principaux pays importateurs de l'Union européenne sont par ordre : les Pays Bas, la France, le Royaume Uni, l'Allemagne et la Belgique. Les pays ACP en général et les pays africains en particulier exportent essentiellement sur les marchés de l'Union européenne.

La commercialisation à l'exportation de la mangue du Mali est assurée suite à la privatisation totale de FRUITEMA intervenue courant 1990/1991, par une multitude de petites et moyennes sociétés privées qui se sont installées dans le créneau de l'exportation des fruits et légumes dont la mangue. Ces sociétés ont toujours connu et connaissent toujours des difficultés croissantes dans l'exportation des fruits et légumes en général et de la mangue en particulier.

Le Mali a exporté en 1999 1 194 tonnes (source APROFA) soit le 10ème du potentiel exportable de la seule région de Sikasso (hypothèse 30 %). Actuellement, c'est la Côte d'Ivoire qui profite de ce potentiel exportable du Mali : elle a exporté en 1998 selon la source FAO 5.634 tonnes pour une production nationale estimée à 9 000 tonnes.

Il existe un fort courant d'exportation de la mangue en direction des pays de la sous région notamment vers le Sénégal, la Côte d'Ivoire et la Mauritanie. Ces exportations sont réalisées exclusivement par le secteur informel et ne font pas l'objet d'enregistrements statistiques.

La distribution intérieure au Mali des fruits et légumes en général et de la mangue en particulier est exclusivement assurée par le secteur informel qui manque de professionnalisme et d'infrastructures de commercialisation adéquates (chambre froide ou isotherme, mûrisserie, etc.). Les pertes post- récolte au niveau de la distribution sont très importantes en raison du manque d'infrastructures adéquates.

5. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE MANGUE

Les conditions climatiques du sud du Mali sont très favorables à la production de la mangue. Actuellement il existe un peuplement très important de manguiers dont la production n'arrive pas encore à être valorisée par l'exportation et la transformation.

Aussi les résultats de la recherche nationale en matière variétale (plus de 35) sont fort appréciables. Par ailleurs le Mali est très proche des pays importateurs que la plus part des exportateurs.

Il existe un marché potentiel important au plan sous régional et international des produits transformés de la mangue (purée, marmelade, jus, mangue séchée etc.) dans les créneaux des chaînes de production de jus de fruits et de la grande distribution internationale. Cependant le tissu industriel de la transformation des fruits et légumes locaux en général et de la mangue en particulier au Mali est inexistant. Les micro- entreprises artisanales sous équipées sont loin de relever le défi.

6. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE MANGUE

6.1. PRODUCTION

a) l'insuffisance notoire des données statistiques sur la production

Jusqu'à 1999, il n'y avait eu aucun recensement relatif aux différentes variétés de mangue plantées au Mali (superficies et quantités de production par zone, âge des plantations, période de production, taille moyenne par plantation, etc.).

b) Le manque d'encadrement des producteurs

Depuis des décennies les planteurs de mangue ne bénéficient d'aucun encadrement. L'insuffisance de l'appui conseil et du traitement phytosanitaire des plantations a pour conséquences la diminution des rendements, de la production et la dépréciation de la qualité des fruits.

c) Dissémination et taille modeste des plantations

Le constat actuel est que les vergers de manguiers sont disséminés et de tailles réduites (moins de 5 ha en général) au niveau des zones de production. Cette situation qui est due essentiellement à la modestie des moyens financiers des planteurs et au problème foncier, entraîne entre autres conséquences l'augmentation des coûts de commercialisation.

d) Sous exploitation de la production actuelle

Malgré l'existence des contraintes ci-dessus identifiées au niveau de la production, il existe une production de mangue accessible qui est sous exploitée. Il se pose un problème de capacité organisationnelle, financière ainsi que des contraintes techniques au niveau des structures de commercialisation dont l'exportation et de transformation pour valoriser entièrement cette production disponible.

6.2. TRANSFORMATION

a) Saisonnalité de la production

La mangue est caractérisée par sa saisonnalité ; compte tenu des conditions agro-climatiques des zones de production, elle n'est disponible que pendant une période limitée de l'année (5 mois en plus).

b) Taille réduite des unités locales de transformation et leur sous-équipement

Les unités artisanales sont pour la plupart des micro- entreprises. Les quantités produites par chacune d'elle ne permettent pas d'assurer un approvisionnement régulier de leurs clients (locaux ou étrangers) à concurrence des besoins susceptibles d'être exprimés. Les unités de transformation ne disposent pas de chaîne complète de production.

6.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Lenteur des formalités administratives d'exportation

La procédure de délivrance des intentions d'exportation de la mangue et des autres fruits et légumes est (produits périssables) trop lente.

b) Concentration des exportations sur un seul marché

L'essentiel des exportations maliennes de mangue est concentré sur la France (au moins 74%) ; il en est de même pour la Côte d'Ivoire (88% en 1997). Tous les exportateurs se retrouvent sur le même marché pendant la même période.

c) Manque de présence continue sur le marché

Les exportateurs maliens rencontrent des difficultés à trouver des clients importateurs prêts à négocier des contrats directs fermes en raison du faible niveau de leurs exportations et de leur incapacité à s'engager à l'avance sur les quantités et calendrier précis. Ils sont obligés de passer par des importateurs commissionnaires qui ne vendent que ce qu'ils reçoivent mais à des prix très souvent inférieurs à ceux des contrats fermes.

7. RECOMMANDATIONS POUR LA FILIERE MANGUE

7.1. LA PRODUCTION

a) Comblant le manque d'encadrement des producteurs

Pour combler la lacune de l'encadrement, il est nécessaire que l'Etat, à travers le département du Développement Rural, prenne les mesures suivantes :

- ❑ L'inventaire des problèmes techniques rencontrés par les planteurs
- ❑ La formation d'encadreurs spécialisés en appui- conseil, vulgarisation suivant un programme pluriannuel bien précis
- ❑ L'appui à la recherche en terme de moyens en ressources humaines, matériels et financiers pour conduire les programmes de recherche relatifs à la lutte contre les maladies (anthracnose, mouches de fruits etc.), et aux variétés dans le cadre d'une synergie entre chercheurs, planteurs et exportateurs.
- ❑ L'utilisation des résultats de la recherche peut être conditionnée au paiement par les utilisateurs de montant à titre de contribution à la poursuite de la recherche.
- ❑ La formation des planteurs dans les techniques de plantation, d'amélioration de plantation, d'entretien et de traitement phytosanitaire, ainsi que dans la technique de pistage et de cueillette.
- ❑ La formation d'intermédiaires de services entre producteurs et exportateurs ou collecteurs : il s'agit de la profession de pisteurs, cueilleurs. La population cible de cette formation pourra être constituée par les jeunes ruraux des zones de production. Ils travailleront contre rémunération soit pour le compte des planteurs soit pour le compte des collecteurs.

Ces professions sont indispensables pour une exploitation rationnelle des plantations et une réduction des coûts de collecte notamment les coûts de transport.

b) Comblant le manque de soutien à l'investissement

Pour résoudre le manque de soutien à l'investissement, il est nécessaire que:

- ❑ Le programme " Petites irrigations privées ", en gestation avec l'appui du financement Banque Mondiale prenne en compte les besoins d'investissement des planteurs et maraîchers.

- ❑ Les planteurs, à travers des groupements de type GIE, coopératives etc., s'associent pour acquérir les matériels et produits d'entretien et de traitement vu la taille modeste des exploitations (généralement moins de 5 ha).

c) Mettre un terme à la Dissémination des plantations

Le constat actuel est que les vergers de manguiers sont disséminés et de tailles réduites (moins de 5 ha en général) au niveau des zones de production. Cette situation est due essentiellement à la modestie des moyens financiers des planteurs et au problème foncier.

L'Etat et les collectivités décentralisées dans le cadre des plans d'aménagement des terroirs ruraux doivent prendre cette réalité afin d'éviter pour le présent et l'avenir la poursuite de cette atomisation des plantations de manguiers ou des vergers d'autres spéculations. Ceci facilitera l'encadrement, réduira les coûts de commercialisation et favorisera les regroupements de planteurs.

d) Mieux exploiter la production actuelle

Il existe une production de mangue accessible très importante mais qui est sous exploitée.

Il se pose un problème de capacité organisationnelle, financière ainsi que des contraintes techniques au niveau des structures de commercialisation (dont l'exportation) et de transformation pour valoriser entièrement cette production disponible.

L'organisation et la dynamisation du marché, des acteurs du marché ainsi que l'organisation et le développement du secteur de la transformation doivent être la priorité des priorités des acteurs eux-mêmes, des structures d'encadrement, des structures d'appui en agro-business, ainsi que des organisations professionnelles.

7.2 LA TRANSFORMATION

a) Favoriser le regroupement des transformateurs et mettre en œuvre une stratégie d'encouragement à la joint-venture

La mangue est caractérisée par sa saisonnalité ; compte tenu des conditions agro-climatiques des zones de production, elle n'est disponible que pendant une période limitée de l'année (5 mois en plus). Au regard de cette contrainte, pour valoriser le maximum de la production de mangue par la transformation, il y a lieu:

- ❑ D'encourager le regroupement des petits transformateurs locaux et favoriser leur équipement adéquat;
- ❑ De favoriser et appuyer la stratégie de joint-venture entre promoteurs locaux et étrangers qui opèrent soit dans le secteur de la transformation soit dans le secteur de la distribution des produits transformés de jus de fruits en vue de la réalisation d'unités de transformation de fruits et légumes (dont la mangue) de grande capacité en produits semi-finis.

L'objectif recherche est de garantir l'écoulement des produits semi-finis sur le marché international et d'assurer l'approvisionnement régulier des unités locales de transformation.

7.3. LA COMMERCIALISATION/EXPORTATION

a) Assainir la profession d'exportateur

Il s'agit de rendre les exportateurs beaucoup plus professionnels de manière à ce qu'ils puissent facilement accéder au crédit bancaire et au marché international.

Il faut pour ce faire:

- ❑ Procéder à la relecture de l'Arrêté interministériel N°440 de mars 1995 qui définit les conditions à remplir pour exercer la profession d'exportateur. Cet exercice doit permettre de préciser le profil de l'exportateur professionnel et fixer les conditions à remplir pour mener la profession notamment en ce qui concerne la disponibilité d'équipements indispensables à la bonne conservation des produits frais tels que les camions frigorifiques, les chambres froides et les stations de conditionnement.
- ❑ Prendre toutes dispositions utiles pour l'application stricte du nouvel Arrêté définissant le cadre et les conditions d'exercice de la profession d'exportateur de fruits et légumes ainsi que des décisions d'application s'y rattachant
- ❑ Concevoir et exécuter des programmes de formation destinés aux acteurs. Au préalable les besoins de formation doivent être identifiés par les organisations professionnelles des maillons productions et commercialisation ; il revient aux organisations professionnelles de rechercher les financements nécessaires à la formation sur budget propre et appui de l'Etat et des partenaires au développement.
- ❑ Aider les organisations professionnelles à monter un centre opérationnel de services et d'informations commerciales qui travaillera en synergie avec l'observatoire des marchés agricoles et les sources externes d'informations commerciales.
- ❑ De soumettre systématiquement toute exportation de fruits et légumes à partir de Bamako à un contrôle de qualité réalisé par un organisme privé de contrôle de qualité (ex bureau VERITAS) selon un cahier des charges strict basé sur la norme CEE/ONU.
- ❑ Revoir le statut de gestion des installations frigorifiques et de conditionnement de la zone aéroportuaire de Bamako-Sénou, appartenant à l'Etat (anciennement propriété de l'OPAM, ensuite de FRUITEMA à titre de participation de l'Etat à son capital).
- ❑ De réaliser une étude de faisabilité de la réalisation des infrastructures de stockage/conservation, de conditionnement et de transport (frigorifique) dans les centres de production et de grande consommation. Les structures d'appui en agro-business et l'Etat doivent aider les professionnels ou leur organisation à trouver le financement nécessaire à leur réalisation. Au besoin, l'Etat peut les réaliser sur prêt concessionnel à rechercher et en confier la gestion à des sociétés privées de gestion.

b) Mieux maîtriser le système de transport

Les exportateurs doivent maîtriser et Développer le système de transport maritime.

Il y a lieu de susciter les exportateurs à s'organiser pour coordonner leurs activités afin de louer des vols charter et de négocier les tarifs de transport avec les compagnies aériennes

- L'état quant à lui devrait créer une incitation fiscale pour faciliter l'acquisition par les professionnels des moyens de transport adaptés (camions isothermes, camions frigorifiques).

c) Diversifier les marchés d'exportation

Les exportateurs maliens à travers leurs organisations professionnelles doivent se concerter pour diversifier les marchés d'exportation notamment vers d'autres pays européens (Allemagne, Royaume Uni, etc.) et du Moyen Orient (Koweït, Arabie Saoudite, Emirats arabe Unis, etc.).

Ils doivent être aidés en cela par le financement des missions de prospection, d'études de marchés, des frais d'organisations d'invitations des importateurs étrangers ciblés et des campagnes promotionnelles. La sollicitude de l'Etat et des partenaires au développement est indispensable.

B7/ FILIERE POMME DE TERRE

1. GENERALITES

La production mondiale de pomme de terre en 1999 est évaluée, selon les statistiques de la FAO, à 294,332 millions de tonnes. La chine, la Russie, l'Inde, les USA et la Pologne sont les principaux pays producteurs dans le monde avec respectivement près de 20%, 10,6%, 7,6%, 7,4% et 6,8% de la production mondiale en 1999.

Le commerce international de la pomme de terre représente une part infime de la production mondiale: elle est passée de 1% au début des années 60 à 2,7% en 1998. Les Pays bas, la Belgique et la France sont les principaux pays exportateurs. Ils contrôlent actuellement près de la moitié du commerce international avec des parts respectives de 22,9%, 11% et 9,7% des exportations mondiales.

La production de pomme de terre dans la sous région est passée de 149.620 tonnes en 1996 à 154.528 tonnes en 1999. Les pays producteurs de la sous région sont dans l'ordre: le Nigeria, le Mali, et le Sénégal avec des productions respectives en 1999 de 107 000 tonnes, 33 74 tonnes et 6 500 tonnes. Pour les autres pays la production est négligeable.

La part de la sous région dans le commerce international de la pomme de terre est très négligeable. La production de pomme de terre de la sous- région est essentiellement destinée à la consommation locale. Les différents pays producteurs sont en même temps importateurs.

Concernant la demande de pomme de terre dans les pays limitrophes du Mali, ce produit est essentiellement consommé en milieu urbain dans les pays de la sous-région. La consommation moyenne par personne et par an est estimée, selon les enquêtes budget/ consommation, à: 31 kg au Sénégal, 19 kg en Mauritanie, 16 kg au Mali et en côte d'Ivoire.

La demande totale en 1998 est estimée, selon l'étude PAEP/Sénégal (mars 2000) pour les différents pays comme il suit: la côte d'Ivoire (18 000 tonnes), le Sénégal (24 900 tonnes), le Mali (23 000 tonnes), la Mauritanie (7 800 tonnes) et la Guinée (3 800 tonnes).

Pour satisfaire cette demande, couverte en partie par la production locale, les pays concernés procèdent à des importations commerciales. La situation des importations par pays est la suivante: Côte d'Ivoire: 18.000 T dont 12.000 T en provenance de l'Europe; Sénégal: 18.000 T dont 17.700 T en provenance de l'Europe; Mauritanie: 7.800 T dont 7.800 T en provenance de l'Europe; Mali 800 T à 1000 T en provenance de l'Europe pendant la période de rareté de la production locale.

Par ailleurs, le Togo a importé en 1998, 1 595 tonnes de l'Europe et la Gambie 1 900 tonnes. Compte tenu du fait que le Mali est le seul pays exportateur de la sous région étudiée, cette situation dénote la forte concurrence de la pomme de terre européenne à son vis-à-vis dans les pays de la sous région.

2. PRODUCTION

La pomme de terre serait introduite au Mali (Sikasso) selon certaines sources depuis le 19^e siècle et selon d'autres elle a été connue au Mali à partir de la 2^e guerre mondiale.

Les zones de production de la pomme de terre sont localisées essentiellement dans les cercles de Sikasso et Kati.

Au niveau de Sikasso, environ 1680 ha sont exploités sur 44 sites (bas fond) par des petits producteurs de 105 villages situés dans un rayon de 50 km autour de la ville.

Le niveau actuel du rendement moyen à l'hectare obtenu au Mali (23 tonnes) est supérieur à ceux observés dans les pays de la sous région: moins de 6 tonnes/ha au Nigeria; 15 à 20 tonnes au Sénégal et en Guinée. Certaines exploitations à Sikasso atteignent déjà le niveau de 40 tonnes/ha comme c'est le cas en Europe de l'Ouest.

3. TRANSFORMATION

Les principales technologies qui existent en matière de transformation de la pomme de terre sont :

- La fabrication de fécule qui sert à la préparation des sauces, des farines alimentaires pour enfant, des colles, etc.
- La fabrication de chips de pomme de terre,
- La fabrication de pomme de terre congelée ou séchée.
- La fabrication de farine de purée de pomme de terre

Au Mali, les expériences de transformation (uniquement artisanales en chips et pomme de terre séchées) demeurent très modestes. Le marché pour ces produits est encore très étroit. Il n'existe pas au Mali de transformation industrielle ou semi-industrielle de la pomme de terre. La non maîtrise de la technologie par les artisans transformateurs pose un problème de qualité par rapport aux importations en provenance de l'Europe.

Le créneau de transformation qui mériterait d'être exploré à moyen terme est la fabrication de chips. Une étude de faisabilité d'une unité moderne de fabrication de chips au Mali mérite d'être réalisée. Cette étude devrait : prévoir l'association de la fabrication de chips de banane plantain, banane douce et patate à celle du chips de pomme de terre et prendre en compte la demande des marchés de la sous- région (Côte d'Ivoire, Sénégal, Guinée).

4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

La commercialisation de la pomme de terre a toujours été libre au Mali. Les prix ont été aussi toujours libres. Les circuits de collecte, de distribution et d'exportation ont toujours été entièrement occupés par le secteur privé.

Les principaux acteurs qui interviennent dans la commercialisation de la pomme de terre sont :

- **Les producteurs** : L'offre des producteurs sur les marchés continue de se faire de façon individuelle et par petite quantité. En l'absence d'organisation de producteurs de pomme de terre efficace et de stratégie de régulation de l'offre à leur niveau, les producteurs n'arrivent pas à stabiliser les prix et leurs revenus.
- **Les collecteurs** : ce sont des intermédiaires qui assurent la collecte primaire auprès des producteurs (niveau village/hameau et/ou marché) soit pour leur propre compte soit pour le compte de demi-grossistes et/ou grossistes.
- **Les grossistes et demi-grossistes**: Ils réalisent des transactions sur des quantités importantes. Parmi eux il y a des nationaux et des étrangers (ivoiriens, burkinabé, togolais, ghanéen, etc..).
- **Les détaillants** : ce sont des intermédiaires soit entre les grossistes/demi-grossistes et les consommateurs soit entre les producteurs et les consommateurs.

La part des commerçants (collecteurs, grossistes, demi-grossistes) dans la commercialisation est estimée à 90% contre 10% pour les producteurs/vendeurs.

Depuis la dévaluation du FCFA, deux Sociétés exportatrices de fruits et légumes (la SAEFEL et Mali Yiriden/ISCOS) se sont impliquées dans la commercialisation et l'exportation de la pomme de terre. Leurs efforts de modernisation du maillon de la commercialisation par la vente à la qualité se sont butés à la concurrence déloyale du secteur informel (producteurs/vendeurs et commerçants) sur leurs marchés cibles.

Dès lors, leur capacité d'intervention s'est trouvée limitée et elles se sont finalement retirées de la commercialisation.

La compétitivité

L'analyse de la production, de la demande et des importations de pomme de terre dans les pays de la sous- région (Côte d'Ivoire, Sénégal, Mauritanie, Mali) montre que le Mali est actuellement le seul pays exportateur potentiel de la sous- région. La dévaluation du FCFA a créé les conditions favorables de l'exportation de la pomme de terre malienne en Côte d'Ivoire, au Ghana et au Togo.

La Côte d'Ivoire constitue la principale destination avec près de 90% des exportations estimées à 1.775 tonnes en 1995, 1.500 tonnes en 1997 et 4.100 tonnes en 1999 (source Antenne APROFA, Sikasso).

C'est le Sénégal qui ambitionne à moyen terme de conquérir les mêmes marchés cibles que le Mali. Sa priorité actuelle consiste à approvisionner le marché local qui est essentiellement

approvisionné à partir des importations européennes évaluées à 17 000 tonnes en 1998 pour une production locale de 6 500 tonnes.

L'analyse de " l'étude du marché Ouest- africain de l'oignon et de la pomme de terre " (PAEP-SENEGAL MARS 2000), montre que la culture de la pomme de terre au Sénégal rencontre de sérieuses difficultés, notamment les coûts de production sont élevés (146 FCFA/kg) contre 86 maximum pour le Mali), les rendements sont plus faibles (moins de 15 tonnes au Sénégal contre 23 tonnes en moyenne au Mali).

Dans ces conditions, le Sénégal peut constituer un marché-cible pour la pomme de terre du Mali. Les expéditions pourraient s'organiser à partir de Kati deuxième zone de production.

Cependant, la compétitivité de la pomme de terre malienne demeure problématique vis-à-vis de la pomme de terre de provenance européenne.

En plus de la concurrence de la pomme de terre européenne, la pomme de terre malienne se fait elle-même concurrence sur le marché ivoirien. A l'occasion de la dévaluation, l'Etat malien à titre d'incitation pour promouvoir les exportations des produits agricoles et de l'élevage a supprimé toutes les taxes, simplifié les procédures administratives et autorisé n'importe quel citoyen à exporter. Dès lors les exportateurs maliens se sont livrés concurrence sur le marché ivoirien : l'abondance de l'offre a créé la mévente et la baisse de qualité des produits qui n'ont subi au préalable aucun conditionnement. Cette situation entraîne à chaque campagne, la baisse des prix de la pomme de terre malienne et les exportateurs occasionnels en font toujours les frais.

Il est possible pour le Mali, de concurrencer la pomme de terre européenne prioritairement sur les marchés cibles de la Côte d'Ivoire et du Sénégal, mais cela implique :

- ❑ La connaissance parfaite desdits marchés par la réalisation d'une étude de marché très complète avec la collaboration de consultants nationaux de ces pays.
- ❑ L'identification des opérateurs importateurs de ces pays avec qui une collaboration mutuellement avantageuse peut s'instaurer : par exemple, les gros importateurs du secteur moderne.
- ❑ Le développement de capacité concurrentielle en terme de prix, de qualité, de volume de transaction, de régularité et de condition de paiement mais aussi en terme d'application de la réglementation portant conditions d'exercice de la profession d'exportateurs de fruits et légumes.
- ❑ L'organisation de missions commerciales dans les deux sens pour faciliter les contacts entre opérateurs.

Pour convaincre les importateurs des marchés cibles de changer leurs sources d'approvisionnement habituelles, il revient aux exportateurs maliens de remplir les conditions suivantes :

- ❑ être à mesure d'offrir la pomme de terre, label malien, à des prix plus avantageux que ceux de la concurrence européenne et au besoin en jouant sur leurs marges à la baisse ;
- ❑ la qualité et le conditionnement de la pomme de terre malienne doivent correspondre aux mêmes normes que celles provenant de l'Europe ;

- ❑ être à mesure de répondre positivement dans les délais contractuels aux conditions de régularité et de disponibilité
- ❑ être à mesure, avec l'appui des banques, de fournir les mêmes conditions de paiement que celles traditionnellement accordées par la concurrence européenne

Par ailleurs, les exportateurs maliens avec l'appui de l'Etat et des structures tel que CAE, doivent explorer et exploiter les possibilités de joint-venture dans le créneau de l'exportation de la pomme de terre malienne.

La conquête des marchés à l'exportation dans la sous-région constitue certes la priorité. Cependant l'organisation, la rationalisation et le développement du secteur de la collecte et de la distribution intérieure de la pomme de terre doivent constituer la priorité des priorités afin de sauvegarder la compétitivité au plan national et d'élargir la base de la consommation de la pomme de terre à partir de la production locale.

5. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE POMME DE TERRE

La disponibilité de terre de culture ne se pose pas pour la culture de contre saison: à Sikasso, la superficie disponible pour l'exploitation de la pomme de terre est très importante vu le nombre de bas fonds répertoriés; aussi les terres de l'Office du Niger et du périmètre irrigué de Baguineda sont propices à la production de pomme de terre.

L'expérience des producteurs des zones traditionnelles de production (Sikasso et Kati) dans la maîtrise des techniques culturales constitue un atout.

6. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE POMME DE TERRE

6.1. PRODUCTION

a) Problèmes liés à l'approvisionnement des intrants (semence et engrais)

Depuis la dévaluation du franc CFA, les coûts des intrants ont plus que doublé. Malgré la mise en place d'un crédit intrants (semences et engrais) par la BNDA en faveur des producteurs de pomme de terre depuis 1995, la situation de monopole de fait dont bénéficie le seul fournisseur (La Sikassoise) n'est pas de nature à favoriser une baisse des prix. Le coût de la semence importée représente 72% du coût de production de la pomme de terre. En plus du prix, les producteurs se plaignent de la qualité des semences importées car souvent les pertes (pourritures) avant plantation sont importantes, du non respect du délai de livraison compatible avec le calendrier agricole et du manque de choix dans les variétés.

La solution à tous ces problèmes passe par:

- ❑ l'organisation d'une concurrence saine entre les importateurs potentiels nationaux et sous-régionaux par le biais d'un appel d'offre.
- ❑ Le renforcement de l'appui de l'état au programme de recherche sur la production de semences locales de pommes de terre en cours à l'Institut Polytechnique Rural de Katibougou.

b) Insuffisance voire l'absence des infrastructures de stockage appropriées au niveau des producteurs et non maîtrise par ces derniers des techniques de récolte, de stockage et de conservation

Au niveau des producteurs les locaux destinés au stockage de la pomme de terre sont insuffisants, exigus et inappropriés. Par ailleurs, les producteurs ne maîtrisent pas entièrement les techniques de récolte (meurtrissure sur les tubercules, tubercules souvent immatures ou engorgés d'eau) et de stockage/conservation (surcharge des capacités de stockage même dans les cases de stockage améliorées, mauvaise utilisation des produits phytosanitaires). Ces pratiques entraînent des pertes sur stocks très importantes et altèrent la qualité des produits mis sur le marché à la suite d'un stockage relativement prolongé.

6.2 COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Manque de capacité de stockage adaptée et non maîtrise des techniques de conservation par les acteurs du marché

La pomme de terre est un produit fragile et hautement périssable. Compte tenu de la nature du climat du Mali surtout pendant la période de commercialisation (trop grande chaleur) le stockage et la commercialisation requièrent, pour limiter les pertes physiques et préserver la qualité :

- ❑ Des infrastructures de stockage adaptées (chambre froide, magasins réfrigérés, hangar de stockage respectant les conditions d'aération, de ventilation, et de non perméabilité de la lumière)
- ❑ La maîtrise des techniques de stockage et de conservation : triage pour l'élimination des tubercules pourris, immatures, blessés ; traitement phytosanitaire pour empêcher l'attaque des champignons et des insectes nuisibles; respect des normes de stockage pour une meilleure exposition de l'ensemble des produits stockés aux conditions de température et d'humidité requises.

Aucune de ces conditions n'est réalisée par les acteurs du marché. Tant au niveau des centres de productions qu'au niveau des marchés, la pomme de terre est stockée dans des conditions précaires : magasin inadapté et groupage de la pomme de terre avec d'autres produits (céréales, karité, coton, karité, etc..) dans le même magasin.

L'inexistence des systèmes adéquats de conservation fait que de très importantes pertes de stock sont enregistrées tout au long des maillons de la filière depuis les producteurs jusqu'aux détaillants en passant par les collecteurs, grossistes et demi-grossistes.

Si les pertes enregistrées au niveau des producteurs sont difficilement irrécupérables financièrement, la logique des commerçants consiste à répercuter sur les prix de vente jusqu'au consommateur final. La cherté des prix à la consommation continue de faire de la pomme de terre un produit de luxe pour les ménages.

b) Moyens de transport non adaptés

Le secteur du transport au Mali est caractérisé par l'inexistence de moyens de transport adaptés (camions frigorifiques ou isotherme, containers frigorifiques) au transport des fruits et légumes en général notamment la pomme de terre.

Ni les transporteurs professionnels, ni les acteurs de la commercialisation ne sont équipés de véhicules appropriés.

Le transport de la pomme de terre est assuré par les charrettes, les tracteurs, les camions de transport non adaptés. En période d'évacuation du coton, ce parc de camion fait même défaut. Cette situation contribue à altérer la qualité des produits et à augmenter les pertes.

Il y a lieu d'inciter les transporteurs professionnels et les entreprises de commercialisation des fruits et légumes à s'équiper en véhicules de transport adéquats en leur faisant bénéficier pour une période déterminée d'exonérations de droits de douanes (sur les véhicules et sur les pièces de détachées).

B8/ FILIERE HARICOT VERT

1. GENERALITES

La production mondiale de haricot vert est passée de 3,503 millions de tonnes en 1989/91 à 4,314 millions de tonnes en 1998 (source FAO) soit une augmentation de 23% en huit ans.

La CHINE est le principal producteur de haricot vert avec une production estimée à 1,200 millions de tonnes.

La production de l'Europe est estimée à 1,030 millions de tonnes; l'Asie (y compris la Chine) a une production estimée à 2,590 millions de tonnes, l'Afrique a une production de 320 000 tonnes tandis que l'Amérique du nord et l'Amérique du sud produisent respectivement 253000 tonnes et 77000 tonnes.

La production globale des pays Ouest africains représente 4,8% de la production de la production de l'Afrique. Son exportation est essentiellement orientée vers les pays de l'Union Européenne. Le Mali, malgré ses potentialités, occupe le dernier rang des pays producteurs/exportateurs de haricot vert de la sous région de l'Afrique de l'Ouest.

(en milliers de tonnes)

ZONES DE PRODUCTION	1989-91	1996	1997	1998
MALI	1	1	1	1
BURKINA	4	4	4	4
GHANA	-	1	1	1
SENEGAL	3	7	7	7
CAP VERT	2	2	2	2
TOTAL AFRIQUE OUEST	10	15	15	15
TOTAL AFRIQUE	225	296	308	312

Source FAO

** NB= Les chiffres indiqués par la FAO sont des estimations de production du MALI.

La production du haricot vert destinée à l'exportation varie d'une campagne à une autre : elle est passée de 660 tonnes en 1997-98 à 467 tonnes en 1998-99.

2. PRODUCTION

Les principales zones de productions sont localisées à Ouélessébougou et Dialakoroba (zones d'encadrement de l'OHVN) situés à moins de 100 km de Bamako.

La promotion de la production de haricot vert est relativement récente; elle est le fait principalement des sociétés exportatrices de fruits et légumes qui ont estimé son créneau à l'exportation très porteur.

La production est assurée par des producteurs individuels sur des parcelles individuelles très réduites en zone exondée et avec des matériels de production rudimentaires (houe, arrosoirs etc.). Ils bénéficient de l'appui des exportateurs et de l'OHVN.

Le haricot vert produit au Mali est, grâce aux conditions climatiques et agronomiques très favorables des zones de production, de bien meilleure qualité (extra fin et fin) que celui d'autres origines africaines.

Au plan de l'organisation de la production, ce sont les exportateurs qui ont la responsabilité de la fourniture aux producteurs les semences, les engrais ainsi que les itinéraires techniques de production. Ils livrent aux producteurs les calendriers précis de production et sont sensés suivre l'application stricte des itinéraires.

Actuellement les parcelles de production sont réduites et disséminées non seulement entre plusieurs villages mais aussi dans l'espace d'un même village. Les puits traditionnels de petit diamètre constituent la principale sinon la seule source d'eau pour l'arrosage des parcelles. Pourtant, il existe un potentiel en terres irriguées (irrigation avec maîtrise totale de l'eau) notamment à Baguineda (périmètre irrigué de Baguineda) avec 2500 ha dont près de la moitié peut être irriguée toute l'année et utilisée pour les cultures horticoles de contre saison, à Sélingué (périmètre irrigué de Sélingué) et à Ségou (zones de l'Office du Niger).

Les périmètres de Baguineda et de Sélingué sont plus proches de Bamako (respectivement 30 kilomètres et 100 kilomètres environ) que les zones Office du Niger (370 km environ).

3. TRANSFORMATION

Au Mali le haricot vert est exporté et consommé à l'état frais. Il n'existe pas encore de transformation de haricot vert au Mali. Le haricot vert peut être transformé sous forme de conserve, de haricot préparé (équeuté) préemballé, de haricot congelé etc.

A la suite d'une étude de faisabilité, l'opportunité de la réalisation d'unités de transformation à moyen terme et de la promotion de la production peut être envisagée.

4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

Les exportations maliennes de haricot vert sont orientées vers le marché français. L'exportation de haricot fin et extra fin du Mali vers la France s'étend de Novembre à Mars. Le haricot vert de provenance malienne est fortement concurrencé pendant cette période par celui du Burkina Faso, du Sénégal et du Kenya. Etant donné que la fenêtre d'opportunité au cours de cette période est assez limitée, il est nécessaire pour les exportateurs du Mali de diversifier les marchés cibles; mais avant il faut s'assurer que les contraintes liées à la commercialisation sont levées.

La situation des exportations est la suivante:

Campagne	Quantités exportées (en tonnes)
95- 96	516
96-97	626
97-98	660
98-99	497

(Source AMELEF)

Le principal problème dans la commercialisation du haricot vert est que ce produit reste entièrement dépendant des vols aériens. De sa cueillette à l'arrivée dans le pays consommateur, le délai ne peut excéder 48 heures. Aussi durant les quatre mois de campagne, les opérateurs doivent travailler 24 heures sur 24 car son exportation relève de la course contre la montre.

Les Opérateurs

Selon le recensement de l'APROFA, une vingtaine d'entreprises opérerait dans la filière du haricot vert. Ces entreprises se répartissent principalement entre deux associations d'exportateurs : AMELEF et APEFEL.

Dans la profession en général, on distingue deux types d'exportateurs:

- ❑ **L'entreprise productrice- exportatrice:** c'est une entreprise exportatrice qui produit une quantité minimale de ses besoins d'exportation dans le cadre d'une stratégie d'intégration verticale. Cette intégration verticale confère à l'entreprise la garantie de l'approvisionnement en terme de qualité et régularité ainsi que la capacité de négociation vis à vis des partenaires (importateurs, transporteurs aériens, transitaire etc.).

Cependant l'intégration verticale exige des capacités techniques (investissements, ressources humaines, organisation) très importantes. Ce dont les exportateurs maliens ne disposent pas.

- ❑ **L'entreprise exportatrice de services:** l'entreprise se limite à la collecte, au conditionnement, à la palettisation, à l'expédition et à la vente. Ce type d'entreprise investit moins, mais pour la garantie de son approvisionnement, il reste dépendant du sérieux des producteurs/fournisseurs. Toutes les entreprises exportatrices du Mali appartiennent à cette dernière catégorie.

Les prix aux producteurs varient en fonction de la variété et du niveau de l'offre par rapport à la demande. Les exportateurs achètent le haricot vert aux prix moyens suivants :

Variétés	Prix aux producteurs (FCFA/kg)
Extra fin	375
Fin	150
Bobby	210

En fonction de l'intensité de la concurrence entre les exportateurs, ces prix fluctuent et l'extra fin peut monter à 400 FCFA voire 500 FCFA/kg.

La commercialisation du haricot vert connaît les mêmes contraintes que la commercialisation de la mangue. Il s'agit entre autres:

- ❑ du manque de professionnalisme des acteurs;
- ❑ de l'insuffisance de l'efficacité des organisations professionnelles;
- ❑ des difficultés de transport;
- ❑ de la lenteur des formalités administratives d'exportation;
- ❑ de la concentration des exportations sur un seul marché;
- ❑ du problème de financement.

(En ce qui concerne l'analyse des contraintes ci - dessus, se référer au point **5.3** du résumé de l'analyse de la filière mangue).

C/ FILIERES DES CEREALES

C1/ POLITIQUE ET ASSISTANCE AUX FILIERES CEREALIERES

Les années 1970

La grande sécheresse du début des années 70 a provoqué entre autres conséquences une crise alimentaire aiguë. Pour parer à ce genre de situation à moyen et long termes, l'état a retenu en bonne place dans ses priorités de développement économique et social l'objectif d'autosuffisance alimentaire.

Eu égard à l'importance des céréales dans l'alimentation humaine au Mali, parler de l'autosuffisance alimentaire c'est donner la priorité à la production céréalière. Ainsi l'Etat a opté pour:

- l'augmentation de la production rizicole par la maîtrise de l'eau
- la promotion de la production de maïs dans la zone Mali sud afin de bénéficier du niveau d'équipement et du savoir-faire des paysans de la zone, des effets de la culture du coton, de même que du bon niveau et de la régularité de la pluviométrie;
- la promotion de la culture du mil/sorgho dans les zones du Séno (Mopti), de Ségou et de Kita.

Pour se donner les moyens de sa politique, l'état a créé une série d'Opérations de Développement Rural (ODR): Opération Riz Ségou (1972), Opération Riz Mopti (1972), Opération Mil Mopti (1972), Opération Haute vallée (1972), Opération zone lacustre de Diré et Niafounké (1974), la CMDT (1975) Opération des travaux d'équipement rural (1976), Opération de production des semences sélectionnées (1977), Opération de développement intégré du Kaarta (1977). L'Office du Niger existait depuis 1935.

Furent créées au cours de la même période: la société de crédit agricole et d'équipement rural (SCAER) en 1971, la société malienne d'étude et de construction de matériels agricoles (SMECMA).

La stratégie a consisté à:

- renforcer l'encadrement et améliorer le niveau d'équipement en intrants agricoles du monde rural;
- assurer la maîtrise de l'eau au niveau des zones de production autre que l'Office du Niger, pour la culture du riz par submersion contrôlée plutôt que par maîtrise totale jugée trop coûteuse par les partenaires au développement;
- promouvoir les petits périmètres irrigués villageois;
- développer le crédit pour les intrants agricoles;
- concevoir une politique de subvention à la production notamment sur les intrants et à la consommation.

Tout l'effort a été orienté vers le renforcement du secteur d'état tant au niveau du circuit de production que celui de la transformation et de la commercialisation.

Le secteur privé, qui existe bel et bien, est toléré mais non reconnu officiellement comme partenaire à part entière dans ce secteur dans la mesure où ses pratiques ont été jugées spéculatives.

Les résultats enregistrés au niveau de la production, de la satisfaction des besoins alimentaires (céréales) des consommateurs n'ont pas été à la hauteur des attentes. Les situations de pénurie (plus répétitives) autant que celles d'abondance ont constitué un véritable défi pour l'état et ses structures d'encadrement.

Les années 1980

tirant les leçons des écueils de la politique et de la stratégie des années 70, tout en gardant intact la priorité de l'objectif de l'autosuffisance alimentaire, l'état en rapport avec les partenaires au développement s'est engagé dans un programme de restructuration du marché céréalier et un programme d'ajustement du secteur agricole dont les orientations sont en concordance avec le programme d'ajustement structurel avec le FMI, le programme d'amélioration de la gestion publique de l'économie nationale avec la Banque mondiale. Au cours de cette période on a assisté à:

- ❑ l'adoption du document de stratégie alimentaire axé sur une vision filière;
- ❑ au démarrage de la restructuration de l'Office du Niger et de la réhabilitation de ses terres;
- ❑ la restructuration des ODR (ORM, ORS, OHV, OMM etc..) dont certaines ont été dissoutes;
- ❑ la restructuration de l'OPAM;
- ❑ la reconnaissance du secteur privé comme partenaire à appuyer dans le secteur céréalier ainsi que le recentrage des rôles entre le secteur céréalier d'Etat, le secteur privé et les groupements de producteurs;
- ❑ la libéralisation des prix des céréales;
- ❑ la libéralisation de la commercialisation: collecte, distribution, importation et exportation des céréales.

Les années 1990

Les années 1990 sont caractérisées dans le secteur céréalier par:

- ❑ la poursuite de la restructuration des structures étatiques : OPAM, Office du Niger, ORM, ORS etc.
- ❑ la poursuite de l'appui au secteur privé(transformateurs, commerçants) pour l'amélioration de sa capacité d'intervention;
- ❑ la poursuite de l'appui au secteur associatif du monde rural pour mieux gérer ses ressources céréalières et être mieux préparé au rôle qui lui est sien dans la filière céréalière;
- ❑ la dévaluation et une demande de plus en plus forte des pays limitrophes en mil/sorgho et maïs.
- ❑ Une forte augmentation de la production des céréales en général et du riz en particulier.

C2/ FILIERE RIZ OFFICE DU NIGER

1. GENERALITES

En 1999, le continent asiatique demeure la principale zone de production de riz dans le monde. Ce continent a produit 91% de la production mondiale évaluée à 592.419.574 tonnes de paddy (source FAO). L'Afrique vient en second rang avec 17.683.250 tonnes (soit 3%) suivi de l'Amérique (2%) et le reste du monde se partage le reliquat de 4%.

Le Nigeria, la Côte d'Ivoire et la Guinée sont actuellement les principaux pays producteurs de la sous région.

Les pays de la sous région ont importé annuellement en moyenne au cours de la période 1988/90 : 1.674.000 tonnes de riz. Les principaux pays importateurs sont le Sénégal, le Burkina Faso, la Gambie et le Togo avec un taux de dépendance des importations supérieur à 60%.

Tous les pays limitrophes du Mali sont importateurs net de riz. Il y a une dizaine d'année ils représentaient pour le Mali un marché potentiel de 974.000 tonnes. En raison du niveau du taux de croissance démographique et du taux d'urbanisation élevé dans la sous région, ce marché qui est en expansion est essentiellement approvisionné par des importations en provenance des pays de l'Asie du Sud-est 'Thaïlande, chine, Vietnam, Pakistan.

Actuellement le Mali est absent de ces marchés; la raison fondamentale est l'absence de disponibilités significatives exportables.

Offre et demande de riz au Mali

L'examen du bilan céréalier ex-post pour le riz élaboré par le DIAPER/CILSS et la DNSI permet de tirer les enseignements suivants:

- ❑ La production disponible en riz est passée de 249.800 tonnes en 1991/92 à 427.300 tonnes en 1998/99 soit un taux de croissance 71% ; Ce qui dénote la performance du secteur rizicole au Mali.
- ❑ Les importations sont passées de 83.000 tonnes en 1985/86 à 30.000 tonnes en 1998/99; le taux de couverture des besoins de consommation en riz par la production intérieure disponible est passé de 52% en 1985/86 à 100% en 1998/99. Le Mali est donc devenu globalement autosuffisant en riz à partir de 1998/99. Certaines sources estiment que l'autosuffisance en riz était déjà réalisée en 1996/97 en retenant 34 KG par personne et par an comme norme de consommation moyenne.

Les projections réalisées de source indépendante au regard de la performance actuelle de la production rizicole estiment l'excédent des disponibilités sur la consommation à 230.000 tonnes à l'horizon 2005. C'est donc à moyen terme que le Mali pourra se positionner exportateur potentiel crédible de riz.

2. PRODUCTION

Le Mali dispose d'un potentiel naturel de production de riz de près de 2,2 millions d'hectares irrigables dont 960.000 ha sont situés dans la zone Office du Niger. Cependant l'espace irrigable sur ce potentiel qui se révèle économiquement rentable dans les conditions actuelles a été estimé à 511.000 ha par le projet de stratégie de développement de l'irrigation au Mali. Sur ces 511.000 ha irrigables avec maîtrise totale d'eau, 150.000 à 250.000 ha se situent dans la zone Office du Niger. C'est seulement 60.000 ha sur ce potentiel à l'Office du Niger qui sont actuellement aménagés. L'exploitation de ces 60.000 ha fournit actuellement 45 à 50% de la production totale de riz au Mali.

L'Office du Niger a été créé le 5 janvier 1932. Sa zone d'intervention se situe dans le delta central du Niger qui se compose des zones suivantes: le kala supérieur, le kala inférieur, le kouroumari, le macina, le kokéri, le kareri, le farimaké et le mema.

En 1982/83, la production de paddy en casier était de 56.524 tonnes sur une superficie de 35.181 ha avec un rendement moyen de 1,789 tonne/ha. En 1999/2000, elle est passée à 306.035 tonnes sur une superficie de 51.040 ha soit une augmentation de 541% avec un rendement moyen de 5.996 Kg/ha.

Etant donné les moyens limités de l'Etat d'aménager les terres non encore mises en valeur, l'ouverture a été faite aux promoteurs privés nationaux et étrangers d'investir dans l'aménagement des terres dont la gérance est confiée par l'Etat à l'Office du Niger. La révision du "décret de gérance des terres" intervenue en 1996 sous la référence N°96-188/P- RM, prévoit un régime foncier spécifique auquel peut prétendre tout investisseur, notamment le bail ordinaire et le bail emphytéotique. Depuis cette révision la situation des baux signés est la suivante: 1708 ha pour 12 bénéficiaires au titre du bail ordinaire dont 150 ha réalisés et 584 ha pour un bénéficiaire au titre du bail emphytéotique.

3. TRANSFORMATION

Depuis la libéralisation de la commercialisation du paddy intervenue en zone Office du Niger en 1987, coexistent trois technologies de transformation (décorticage) du paddy en riz blanc ou blanchi:

- ❑ la transformation manuelle à l'aide de mortier à pilon dont les produits sont plus destinés à l'autoconsommation qu'au marché;
- ❑ la transformation industrielle: les grandes unités introduites en zone Office du Niger depuis 1948 (à Kokry et Molodo), 1951 (à Kolongo), 1966 (à dogofri), 1976 (à n'débougou) et les mini rizeries introduites par les privés depuis la libéralisation;
- ❑ la transformation semi-industrielle par les petites décortiqueuses mobiles et fixes introduite à partir de 1987.

Depuis cette date les décortiqueuses privées connaissent un véritable essor. Au nombre de plus de 700 unités en 1999 pour une capacité globale installée estimée à plus de 800.000 tonnes, elles ont supplanté les unités industrielles dans la transformation du paddy en zone Office du Niger (environ 80% de la production de paddy).

Les unités de transformation industrielle qui s'approvisionnent en paddy de la zone Office du Niger, totalisent une capacité d'usinage de 128.000 tonnes: rizeries SERIMA (ex-rizerie office du Niger) 80.000 T; ACHCAR (Koulikoro) 8.000 T; GGB (Dioro) 20.000 T; GDBM (Ségou) 20.000 T. Ces unités fonctionnent au ralenti ou pas du tout à cause des difficultés d'approvisionnement en paddy. Elles ne sont pas toujours compétitives du point de vue prix mais la qualité du produit fini répond aux normes de qualité du commerce international.

Les décortiqueuses privées se caractérisent par leur compétitivité (coût de décorticage et prix à la vente plus bas), leur mobilité, l'hétérogénéité du parc et de la qualité du riz produit dénommé riz DP. Le riz DP est un riz tout venant qui ne répond à aucune norme du commerce international. Il comporte des taux de brisures et d'impuretés variables d'une unité à une autre.

4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

Depuis la libéralisation de la commercialisation du paddy et du riz en zone Office du Niger, surtout depuis l'avènement et la prolifération des décortiqueuses privées, de nombreux acteurs sont impliqués dans les circuits de commercialisation.

Ces acteurs sont: les producteurs individuels ou regroupés en association (GIE, AV, Ton villageois), les collecteurs (indépendants ou agissant pour le compte de grossistes et/ou demi-grossistes), les demi-grossistes, grossistes et les détaillants.

Depuis la dévaluation du franc CFA, les grossistes importateurs de riz se sont impliqués dans l'achat et la distribution du riz local; le dynamisme des différents acteurs a permis l'instauration d'une véritable concurrence tant sur les marchés de collecte que de distribution. Aussi la performance des marchés s'est trouvée améliorée.

La part des commerçants dans la collecte et distribution du riz de la zone Office du Niger est passée de 61% à 70% après la dévaluation. La part des organisations de producteurs est évaluée 26% et celle des transformateurs industriels à 4% post dévaluation (source IER-ECOFIL/BNDA et IER-ECOFIL/INSAH).

Compétitivité du riz produit au Mali

L'étude " **Promouvoir les exportations du riz malien vers les pays de la sous région** " (1998) dont l'analyse est basée sur la méthode de coefficient de coût en ressources intérieures, abouti à la conclusion que le Mali a généralement un avantage comparatif très prononcé dans la production et la commercialisation du riz sur son territoire national et également sur la plupart des marchés du Sénégal et de la côte d'Ivoire.

La dévaluation a eu pour effet de rétablir les marges bénéficiaires de tous les maillons de la filière riz (producteurs, transformateurs, commerçants) surtout dans la zone de l'Office du Niger.

Cependant la contrainte majeure à ce niveau est la méconnaissance et le non suivi régulier des indicateurs des marchés cibles sous régionaux (prix, conditions d'importation, besoins etc.) des marchés des pays exportateurs et l'éventail des aides publiques dont bénéficient les exportateurs de ces pays.

En prévision de la conquête des marchés des pays limitrophes, dans une perspective à moyen terme, le Gouvernement et la chambre du commerce doivent mettre en place un dispositif de collecte, de suivi et d'analyse des données commerciales sur les marchés cibles et les pays concurrents afin de prendre des mesures appropriées rapides pour sauvegarder la compétitivité du riz malien.

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE RIZ

5.1. PRODUCTION

a) Sous exploitation des terres déjà aménagées

l'insuffisance d'eau pour l'irrigation toute l'année des 60.000 ha aménagés est une réalité. Cela est dû à l'étiage de saison sèche où le débit de la crue descend à 50 m3/seconde contre 6000 m3/seconde en hivernage. Malgré cette réalité, 20 à 25% des 60.000 ha peuvent être exploités en double culture riz. Actuellement 5% seulement sont exploités et l'exploitation de ces 5% rencontre des difficultés techniques non encore résolues, à savoir:

- ❑ le problème des déprédateurs (oiseaux et rats)
- ❑ le sous-équipement des producteurs doublé de leur non maîtrise des techniques culturales adaptées à la double culture ; ce qui pose le problème de respect des calendriers agricoles de la période hivernale et de celle de contre saison;
- ❑ le problème de l'adoption de la pratique systématique du compostage (composte de fumure organique) en vue de la restauration de la fertilité des sols et compenser ainsi la surexploitation des terres du fait de la double culture riz/riz.

La résolution de ces problèmes techniques permettra la réalisation de la double culture sur 20% des 60.000 ha, et l'augmentation de la production. Cependant il est recommandé la réalisation préalable d'une étude en vue d'apprécier les aspects coût/avantage.

b) Difficulté de promotion de l'irrigation privée

Le bas niveau des réalisations est dû à l'existence des contraintes suivantes:

- ❑ **Absence de communication pour informer et intéresser les promoteurs privés à la mise en valeur et à l'exploitation de nouvelles terres;**
- ❑ **Le coût très élevé des investissements à la charge des promoteurs:** l'aménagement des terres, la réalisation des réseaux hydrauliques secondaire et tertiaire ainsi que toutes autres installations permettant l'exploitation du domaine baillé sont à la charge du promoteur;
- ❑ **La difficulté pour l'Etat et les promoteurs privés Maliens d'accéder aux crédits à moyen et long terme:** non seulement ces ressources sont rares au niveau des établissements bancaires de la place mais aussi ces derniers sont réticents à prendre des risques.

c) Dégradation des sols liée à la salinisation et à l'alcanisation

L'exploitation intensive des terres du delta provoque le phénomène de salinisation et d'alcanisation. Les zones de l'office du Niger n'échappent pas à cette réalité. La formation permanente des producteurs aux techniques culturales améliorées et adaptées, à la gestion des périmètres ainsi qu'aux techniques d'irrigation et de drainage est indispensable.

5.2. TRANSFORMATION

a) Sous emploi des capacités des unités industrielles

Ce sous emploi est dû aux difficultés d'approvisionnement en paddy du fait :

- ❑ de la capacité d'autofinancement très limitée de leur propriétaire;
- ❑ de la préférence des propriétaires à donner la priorité au financement d'autres activités;
- ❑ du manque de financement bancaire au titre des crédits de campagne;
- ❑ de la concurrence des décortiqueuses privées: les producteurs préférant transformer leur paddy et vendre le riz plutôt que de vendre le paddy;
- ❑ du manque d'entente sur les prix du paddy entre les producteurs et les transformateurs industriels: Au-delà d'un certain prix du paddy (105 à 115 FCFA le KG) le riz usiné industriellement se vend difficilement et à perte compte tenu des coûts d'approche et de transformation.

b) Problème de la qualité du riz des décortiqueuses privées (DP)

La mauvaise qualité ou du moins l'absence de qualité normative du riz DP risque de poser, dans un avenir pas très lointain, un problème d'écoulement du riz malien en raison de l'abondance prévisible de la production de paddy.

Si la tendance constatée de 1987 à 1999 dans la prolifération des décortiqueuses privées se poursuit dans une perspective d'excédent en riz non seulement le Mali ne pourra pas prétendre être un exportateur crédible dans la sous région mais aussi l'abondance de l'offre va entraîner une baisse drastique des prix du riz et du paddy en dessous du seuil de rentabilité des exploitations.

Aussi, les sous produits (son, farine basse, balle de riz) tous mélangés issues des DP, en raison de leur mauvaise qualité, ne pourront pas être valorisés dans la production d'aliments concentrés pour bétail/volaille.

5.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

Malgré les différentes améliorations, il subsiste des contraintes entravant le développement des marchés (intérieurs et extérieurs) du riz local. Ces principales contraintes sont:

a) Etat vétuste du parc de moyen de transport au Mali

Les véhicules de transport de fret au Mali, pour l'essentiel, sont de seconde main et très vieux. Les charges récurrentes d'entretien et de réparation obèrent le prix de transport. Les coûts de transports représentent un élément important des prix des céréales. Pour améliorer la compétitivité du riz malien tant à l'intérieur qu'à l'extérieur la part des frais de transport dans la formation des prix doit baisser.

Pour ce faire l'Etat doit encourager le renouvellement de parc des véhicules (transport fret et transport en commun) par l'adoption de mesures fiscales appropriées.

b) Atomisation de l'offre de paddy et de riz sur les marchés

La mise en marché des stocks se fait par petite quantité tant au niveau des marchés hebdomadaires que des villages et la multiplicité des intermédiaires contribuent à augmenter les coûts de collecte.

Dans le but d'améliorer la compétitivité du riz de la zone ON, il y a lieu de susciter et inciter les producteurs commerçants et transformateurs au regroupement de l'offre de paddy et du riz usiné.

c) Problème de l'application des normes de qualité

Le riz DP, qui constitue l'essentiel de la production de riz de la zone Office du Niger, ne répond aux normes de qualité commerciales contrairement au riz/ON d'alors. Cette situation qui a été tolérée par l'Etat pour de multiples raisons, mérite toute l'attention dans le contexte actuel d'autosuffisance, voir d'excédent en perspective.

d) Stockage/ Conservation

Bien qu'il n'existe pas une évaluation des disponibilités et besoins de capacités de stockage, il est admis par tous les acteurs qu'il se pose un problème d'infrastructure de stockage en terme de déficit par rapport aux besoins et de qualité.

Aussi, les techniques de conservation ne sont pas soit connues, soit appliquées correctement. Cette situation engendre des pertes énormes depuis les opérations de moisson (mise en moyette et en meule) jusqu'à celles de distribution (pertes dues à l'humidité trop forte, aux insectes, etc).

C3/ FILIERES CEREALES SECHES (MIL/SORGHO ET MAIS)

1. GENERALITES

Les principaux producteurs de la sous région (Burkina, Côte d'Ivoire, Guinée, Mali, Mauritanie, Niger, Sénégal) sont:

- ❑ Pour **le maïs**: La côte d'Ivoire (573.000 T en 1998, 571.018 T en 1999), suivi par le Burkina Faso (377.758 T en 1998 et 1999). Le Mali vient en troisième position avec 343.
- ❑ pour **le sorgho**: le Burkina Faso (1.202.808.000 T en 1998 et 1999), suivi du Mali et le Niger vient en troisième position. La production de sorgho au Burkina est le double de celle du Mali.
- ❑ Pour **le mil**: le Niger, premier producteur avec plus de 2.250.000 tonnes à partir de 1998, est suivi par le Burkina (972.765,4 tonnes en 1999) et le Mali vient en troisième position avec 813.615 tonnes en 1999.

Demande dans la sous-région

La situation des importations des pays de la sous région varie d'une année à l'autre surtout en fonction du niveau de pluviométrie enregistré qui influence le niveau de production. Ces quatre dernières années, le Sénégal est le plus gros importateur de maïs (25.549 T en 1995; 19.285 T en 1996; 24.949 T en 1997; et 71.842 T en 1998) suivi par la Guinée (9.740 T en 1996; 28.378 T en 1997 et 1998).

Selon les statistiques de la FAO, les importations mil/ sorgho des pays de la sous régions sont négligeables. Cependant au cours des six premiers mois de l'an 2000 les exportations maliennes ont porté sur 2952 tonnes de mil/sorgho pour la côte d'Ivoire; 8331,9 tonnes de mil/sorgho pour le Burkina; 1367 tonnes de mil pour la Mauritanie et 9700 tonnes de mil pour le Niger.

Le niveau de dépendance de chacun des pays de la sous région par rapport aux importations commerciales (demande solvable) est actuellement faible.

Demande de mil/sorgho- maïs au Mali

Ces dernières années, compte tenu de la bonne pluviométrie enregistrée au Mali, les importations maliennes de céréales sèches sont négligeables.

2. PRODUCTION

Les céréales sèches constituent au Mali la base de l'alimentation. Leur production mobilise près de 80% des populations rurales.

Les mil/sorgho et maïs sont des cultures pluviales très sensibles aux variations pluviométriques. Le Mali étant confronté à une grande vulnérabilité aux variations climatiques (sécheresse) la production de céréales sèches a globalement évolué en dents de scie ces dix dernières années. D'une campagne à l'autre on enregistre des variations de plus ou moins 25% de la production.

Le sorgho représente en moyenne 48% de la production totale de Mil/ sorgho et 40% de la production totale.

Les principales zones de production des céréales sèches sont les régions de Sikasso, Ségou et Koulikoro.

Jusqu'ici, l'essentiel de la production des céréales sèches est auto-consommé par les producteurs; seulement environ 20% de la production fait l'objet de transactions commerciales sur les marchés contrairement au riz.

Evolution de la production de céréales sèches: mil, sorgho, maïs						
campagne	mil	sorgho	total mil/sorg	%Sorgho	maïs	Total
1990/1991	737007	531433	1268440	41,90	196579	1465061
1991-92	889896	770044	1659940	46,39	256775	1916761
1992-93	582296	602254	1184550	50,84	192530	1377131
1993-94	708062	776879	1484941	52,32	283373	1768366
1994-95	897592	746218	1643810	45,40	322492	1966347
1995-96	706666	710275	1416941	50,13	264457	1681448
1996-97	738856	540273	1279129	42,24	289761	1568932
1997-98	641089	558802	1199891	46,57	337713	1537651

Source: DNSI/DNAMR

3. TRANSFORMATION

Au Mali, le mil/sorgho et le maïs sont habituellement consommés sous diverses recettes culinaires dont les plus répandues sont: le tô, les bouillies, le couscous, la bière de mil (pour certaines localités), etc.

La mouture se fait de façon manuelle (technique la plus répandue) et artisanale (moulin). Dans le cadre de la valorisation du maïs et du mil/sorgho en produits transformés mieux élaborés en vue de leur production pour le marché, plusieurs expériences sont réalisées.

a) L'« action minoterie villageoise » en zone CMDT

Par cette action huit Associations villageoises ont été dotées en minoterie en vue de la transformation du maïs surtout et du mil/sorgho accessoirement. Les difficultés techniques, commerciales, institutionnelles et de gestion rencontrées ont entravé la réussite de l'expérience et son extension à d'autres villages.

b) La maïserie de la société Grand Moulin du Mali

Mise en place pour la production industrielle de farine de semoule et de brisure de maïs, cette maïserie n'a jamais réellement fonctionné en raison des considérations commerciales : le promoteur estime que le coût de la promotion des produits est trop élevé et compte sur les moyens de l'Etat pour la réalisation des actions promotionnelles.

c) Les petites unités privées de transformation

Il existe une série de micro-entreprises qui transforment les céréales en farine, granulé pour bouillie (monicourou), brisure et semoule de maïs, "dèguè", farine composée pour bébé etc.. La plupart de ces unités sont sous équipées et l'essentiel des opérations de transformation se fait manuellement.

En matière de recherche pour la valorisation des céréales sèches le laboratoire de technologie alimentaire de Sotuba a mis au point des procédés de fabrication pour certains de ces produits; notamment: la farine composée maltée; la farine (de mil; de sorgho; de maïs) à longue durée de conservation en mode prêt à l'emploi pour le "tô", le "moni"(bouillie); les grains de mil ou de sorgho décortiqués traité à la potasse; la farine composée blé/maïs pour la fabrication du pain "Maliburu"; les biscuits blé/sorgho; le sorgho étuvé; des amuses- gueule "pop mil", "pop sorgho"; différentes sortes de "dèguè" etc..

Ces procédés de fabrication, qui ne sont pas brevetés, sont mis gracieusement (à l'exception des coûts de formation assez modeste) à la disposition des promoteurs individuels et groupements.

Actuellement ces produits, à l'exception des biscuits blé/sorgho qui sont fabriqués et commercialisés par l'unité industrielle GAM, sont préparés de façon artisanale et pour une grande part auto- consommés. Ces procédés de fabrication de laboratoire n'ont fait l'objet ni d'applications grandeur nature avec des équipements modernes semi- automatisés ou entièrement automatisés, ni d'études de faisabilité.

Les produits fabriqués par les unités artisanales ne sont pas normalisés et ne sont pas soutenus par des campagnes promotionnelles d'envergure à l'exception de la participation de certains promoteurs aux foires expositions.

4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

La libéralisation totale de la commercialisation et des prix des céréales en général, du mil/sorgho - maïs en particulier est intervenue en novembre 1987. Cette date consacre en même temps le retrait de l'Office des produits agricoles du Mali (OPAM) des activités de commercialisation, alors qu'il en avait le monopole, en même temps que tous les organismes publics et para-publics qui intervenaient pour son compte (CMDT, Opérations de développement rural, administration générale, associations de producteurs etc..).

Les acteurs intervenant sur le marché céréalier sont :

- ❑ les producteurs: ils fréquentent les marchés soit individuellement soit en groupement (Associations villageoises, ton villageois etc..)
- ❑ les collecteurs: ce sont des intermédiaires qui assurent la collecte primaire auprès des producteurs (niveau village et/ ou marchés hebdomadaires) pour leur propre compte ou pour le compte des grossistes et demi grossistes;
- ❑ les grossistes et demi-grossistes: ce sont des commerçants acheteurs et vendeurs de céréales locales et importées. Ils réalisent des transactions sur des quantités importantes;
- ❑ les détaillants: ce sont des intermédiaires soit entre le grossiste/ demi-grossiste et le consommateur, soit entre le producteur et le consommateur;
- ❑ les intermédiaires de services: ce sont ceux qui assurent les services de transport (pour évacuer les stocks transigés) ou de location de magasin de stockage de transit.

L'objectif essentiel de la libéralisation de la commercialisation des céréales est d'assurer la transparence et l'efficacité du marché céréalier par le libre jeu de la concurrence avec à la clé la réduction des coûts de commercialisation, la fluidité de la circulation des céréales, l'approvisionnement régulier des consommateurs et l'amélioration des revenus des différents acteurs du marché en particulier les producteurs.

Au démarrage de la libéralisation des contraintes étaient avérées tant au niveau des producteurs qui ne disposaient pas de capacités de négociation sur les marchés, qu'à celui des commerçants et intermédiaires de services.

Les mesures prises jusqu'ici ont permis d'améliorer certaines situations; cependant les principales contraintes demeurent.

5. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DES FILIERES MIL/SORGHOS/ MAIS

5.1. PRODUCTION/ RECHERCHE

En dehors des contraintes communes à toutes les filières, les principales contraintes de production se résument comme suit :

a) Non maîtrise des techniques culturales du maïs de contre saison dans les zones irriguées

Il existe une possibilité de promouvoir la culture de contre saison du maïs dans les zones de l'office du Niger, Sélingué et Baguineda.

Les tests de vulgarisation de la culture de contre saison du maïs par l'irrigation au niveau les trois zones avec l'appui de l'ONG " SASAKAWA GLOBAL 2000 Mali " (S G 2000) ont conclu à la non maîtrise des techniques culturales car le potentiel de rendement de la variété de maïs utilisée - Denbagnuma- (6 tonnes/ ha) n'a pas été atteint. Le résultat obtenu est de 2,9 tonnes au maximum.

Pour lever cette contrainte, il sera utile de faire appel à des spécialistes étrangers en la matière (par les soins de SG 2000) pour la poursuite des tests et la formation des encadreurs nationaux.

b) Manque de valorisation (transformation) des céréales sèches

Le développement de la transformation des céréales contribue à la régulation de l'offre sur les marchés et la stabilité des prix, facteur essentiel à l'amélioration des revenus des producteurs et à l'accroissement de la production.

5.2. TRANSFORMATION

Les principales contraintes à ce niveau sont :

a) Moyens limités du laboratoire de technologie alimentaire (LTA)

Les moyens actuels du LTA sont insuffisants pour :

- ❑ Boucler tout le processus technique et technologique de chaque invention de procédé de fabrication. Cela va de l'élaboration du protocole de recherche aux tests industriel ou semi- industriel grandeurs nature.
- ❑ Réaliser les études socio-économiques et de faisabilité industrielle des résultats de recherche;
- ❑ Mettre en œuvre une stratégie de communication pour intéresser les promoteurs potentiels aux résultats de recherche du LTA- Sotuba.
- ❑ Porter assistance aux transformateurs déjà installés dans le créneau des céréales sèches ou aux promoteurs potentiels pour l'identification des équipements modernes appropriés et économiquement rentables.

5.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Atomisation de l'offre de céréales

Les ventes de céréales, en particulier les céréales sèches, par les producteurs sont principalement réalisées individuellement et par petites quantités quel que soit le lieu de la transaction (hameau de culture, village de résidence ou marché hebdomadaire). Les greniers sont déstockés au rythme de l'expression des besoins monétaires du moment (achat de biens de consommation, paiement d'impôts, remboursement de crédit etc.).

La mise en marché se fait ainsi, sans concertation préalable entre producteurs, sans regroupement spatial de l'offre (pour se rendre compte de l'importance de l'offre sur marché), sans informations fiables sur les prix et leur évolution sur les marchés de proximité et le plus souvent sans connaissance préalable du poids de leur stock. Ces conditions de mise en marché ne sont pas de nature à donner une capacité de négociation au producteur et à favoriser l'instauration d'un climat de négociation véritable entre lui et l'acheteur professionnel.

La nécessité de susciter, d'encourager les producteurs au regroupement de leur offre et de les accompagner a été vite perçue par le gouvernement, les partenaires au développement et la société civile. Plusieurs formules de regroupement de l'offre ont été initiées dans le cadre d'opérations céréalières villageoises (OCV) par le PRMC; la BNDA; les projets: CAC-BIT, CMDT/SNV (PGP), PBCF/HELVETAS, PDIB, PACCEM; SECAMA, KAFO JIGI NEW.

Malgré ces expériences, la situation n'a pas changé de manière fondamentale.

b) Qualité insuffisante des céréales mises en marché

A l'exception de certaines zones de production (Sikasso, Koutiala, Yorosso, Tominian, une partie de San et Dioila), les céréales sèches sont commercialisées avec des taux d'impureté assez élevés. Cela est dû à l'utilisation des camions et tracteurs pour le battage des épis et les opérations de vannage manuel qui s'en suivent ne permettent pas de ramener les taux d'impureté à la norme requise. L'introduction des batteuses de type BAMBA par la CMDT a eu un impact positif sur la qualité des céréales dans ces zones.

c) Problèmes de stockage/conservation

Ils se posent en termes de :

- ❑ Insuffisance des capacités de stockage conformes aux normes;
- ❑ Non maîtrise par les producteurs, organisations de producteurs et commerçants des techniques de stockage, de conservation et de traitement des stocks de céréales;
- ❑ Manque de formation des artisans installés dans le créneau de l'hygiène du milieu (lutte contre les insectes et rats dans les maisons etc..) Et leur non maîtrise des techniques de traitement des stocks alimentaires;
- ❑ Absence de réglementation ou de son application en matière d'importation, de distribution et d'utilisation des produits phytosanitaires;

Compétitivité

Le mil/sorgho que l'on retrouve sur le marché international présente des caractéristiques généralement différentes du mil/sorgho produit au Sahel. La différence se situe principalement au niveau de la couleur de la farine et de la qualité organoleptique. Les consommateurs de la sous-région ne mangent le mil/sorgho importé du marché international que dans le cadre des aides alimentaires suite aux crises alimentaires nées de la sécheresse. Ce mil/sorgho est destiné à l'alimentation du bétail alors que le mil/sorgho produit au Mali et dans la sous-région est essentiellement destiné à la consommation humaine.

La compétitivité se pose moins en terme de prix qu'en terme de goût (couleur et qualité organoleptique). Dans la sous-région le Mali est traditionnellement et systématiquement exportateur de mil/sorgho au Sénégal et en Mauritanie même si les statistiques officielles de la FAO et du CILSS n'en font pas souvent cas. Le Niger est importateur systématiquement depuis trois ans à partir du Mali. Par contre vis-à-vis du Burkina Faso et du nord de la Côte d'Ivoire les échanges avec le Mali se font dans les deux sens au regard de la situation alimentaire conjoncturelle de chacune des trois zones.

Durant les six premiers mois de l'an 2000 les exportations maliennes ont porté sur 24.306,8 tonnes et se répartissent entre les destinations suivantes: Côte d'Ivoire (2952 tonnes de mil/sorgho et 1153,5 tonnes de maïs), Burkina-Faso (8331,9 tonnes de mil/sorgho et 581,5 tonnes de maïs), Mauritanie (1367 tonnes de mil), Niger (9700 tonnes de mil).

Les difficultés d'accès aux informations sur les coûts de production, les coûts de transport et l'évolution des prix relatifs au mil/sorgho- maïs au niveau des pays de la sous-région (Burkina, Côte d'Ivoire, Mauritanie, Niger) n'ont pas permis de réaliser une analyse comparative de compétitivité.

D/ FILIERE COTON

1. GENERALITES

Culture de rente par excellence ; le coton a représenté en moyenne, 54% des exportations maliennes sur les six dernières années.

Sur le plan mondial, les producteurs africains ne pèsent pas lourd face à des géants comme la chine (4.203.000^T de fibre), les Etats Unis (4.124.000^T) et l'Inde (3.000.000^T). Cependant, ces pays transforment sur place une bonne partie de leurs productions. De ce fait, certains pays africains deviennent des acteurs significatifs sur le marché mondial. Ainsi, le Mali s'est hissé, en 1999, au 6^{ème} rang des exportateurs mondiaux de coton fibre avec 217.000 tonnes.

Depuis son introduction au Mali (ex-Soudan français) à l'ère coloniale, le coton est l'une des cultures les plus encadrées du pays. A partir de 1974, cet encadrement relève principalement de la CMDT dont les relations avec les producteurs et l'Etat sont définies dans un contrat plan tripartite. L'Office de la Haute Vallée du Niger (OHVN) intervient aussi dans le domaine de l'encadrement de sa zone (moins de 6% de la production nationale).

2. PRODUCTION

La filière cotonnière malienne est intégrée, la CMDT s'occupant de l'organisation et de l'encadrement de la production, de l'approvisionnement en intrants et de l'équipement des producteurs, de la commercialisation du coton graine, de l'égrenage et de la vente du coton fibre et de la graine.

Elle est très sensible, comme le témoignent les fréquentes crises entre les producteurs et l'Etat/ CMDT d'une part et les divergences de vue entre l'Etat et les Institutions de BRETON-WOODS d'autre part.

La production couvre les zones Sud du pays et Kita. Les techniques sont parfaitement maîtrisées par les exploitants et la production a beaucoup évolué jusqu'en 2.000 où suite à une crise entre certains producteurs et la CMDT, elle est prévue en diminution de 50%.

3. TRANSFORMATION

3.1. COTON GRAINE

L'égrenage est assuré par 17 usines CMDT réparties dans la zone CMDT et dont la capacité totale est de 586.137 tonnes.

Les activités d'égrenage ont évolué comme suit de 1993 à 1998 :

Evolution des activités d'égrenage

Indicateurs	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98
Capacité d'égrenage	278288	292340	366752	470888	486137
Duré Campagne	192	188	252	215	232
Tonnage égrené,	240559	292676	404326	452196	522633
Taux moyen d'égrenage, % (rendement)	41,83	43,77	41,88	41,89	41,65
Quantités produites, T					
- Fibre	100614	128097	169314	189604	217681
- graine	116511	135537	210771	237486	273756
. dont semences	10715	13500	24746	23283	33856
. dont huilerie	105796	122037	186024	212841	239827
Quantité de la fibre par qualité, T					
1 ^{er} choix	984420	121474	167208	179255	212912
2 ^{eme} choix	2058	5819	1835	7439	4421
3 ^{eme} choix	136	804	271	2911	349
Quantité fibre en fonction de la longueur de soie					
1 " 3/16	0	0	0	0	0
1 " 5/32	81	60	62	394	614
1 " 1/18	4521	11607	22662	25269	62804
1 " 3/32	70018	108116	140649	162424	154107
1 " 1/16	25931	8314	5941	1517	141
1 " 1/32	0	0	0	0	0
TOTAL	100551	128097	169314	189604	217681

Source : Rapport audit filière coton (1998)

3.2. COTON FIBRE

Au Mali, seulement 1% de la production nationale est transformée localement contre 2% au Burkina Faso, 15% au Cameroun, 0% en Guinée et 20% en Côte d'Ivoire.

Au niveau artisanal, une partie sert à confectionner des boubous et pagnes traditionnels souvent peints avec des couleurs provenant de racines et d'argiles et présentés sous forme de « bogolan ».

Dans le secteur formel, il existe deux firmes : ITEMA ET COMATEX.

ITEMA connaît actuellement de sérieuses difficultés dues aux contraintes financières, l'obsolescence des machines, l'irrégularité dans la fourniture d'électricité. Présentement elle ne fonctionne pas.

La COMATEX, après des phases de Société totalement étatique, de cogestion, a présentement son capital détenu à 80% par la COVEC (République de Chine) et 20% par l'Etat malien. Elle produit du fil pour le tissage artisanal (500 tonnes / an), du tissu imprimé (10 millions de m²).

Actuellement un projet d'implantation d'une usine de filature à Fana, est en préparation avec la participation d'une entreprise brésilo-japonaise associée à des partenaires maliens.

4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

4.1. COTON GRAINE

Le coton graine est collecté par les AV, moyennant des frais de marché variant de 5.400F à 5.600F CFA /T et déposé dans des silos avant leur enlèvement par la CMDT. Le transport est assuré par des véhicules CMDT (80%) et les transporteurs privés (20%).

4.2. COTON FIBRE

Au Mali, la commercialisation du coton fibre est assurée exclusivement par la CMDT. La vente se fait :

a) Aux industries locales

1200 à 1500 tonnes, soit moins de 1% de la production nationale en 1999 et à des prix préférentiels (512 FCFA/Kg jusqu'en 1999 et 600 FCFA/Kg à partir de 2000), non indexés sur les cours mondiaux.

b) Aux négociants

Par appel d'offre et exceptionnellement de gré à gré.

c) En agence COPACO

Conformément à une convention entre la CMDT et la COPACO, cette dernière recherche les clients, négocie les contrats de vente, suit les règlements financiers des ventes et assure le rapatriement diligent des recettes. Pour ces prestations, elle perçoit 0,5% de la valeur des contrats.

4.3. GRAINE DE COTON

Toute la graine produite par les usines CMDT, après prélèvement des semences, est vendue à HUICOMA qui en avait l'exclusivité jusqu'en 1999, avant la libéralisation de sa gestion.

Le prix de cession carreau usine à HUICOMA initialement fixé à 4.000F/ Tonne, a été porté à 11.000F/T, puis à 20.000F/T à partir de 2000. La graine pourrait être mieux valorisée à l'exportation où avec un prix de cession FOB de 82.500F/T, soit 30.000F/T départ usine CMDT, elle bonifierait le prix au producteur de coton graine de 5 à 6F/Kg. Cependant, compte tenu des besoins nationaux (industriels, éleveurs, producteurs de coton), l'utilisation locale de la graine est recommandée. Les prix actuellement en vigueur : 20.000 FCFA/T pour la cession de la graine à HUICOMA et 52.900 FCFA/T pour la cession de l'aliment bétail produit par HUICOMA sont raisonnables.

5. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE COTON

Les atouts sont constitués par :

- ❑ La présence d'un encadrement bien structuré, professionnalisé, expérimenté et en contact direct avec les producteurs.
- ❑ La grande maîtrise, par les producteurs, des différentes techniques de production cotonnière.
- ❑ L'association, dans le cycle de production du coton, d'autres cultures, dont celles vivrières.

Concernant les opportunités, elles sont fonction de la consommation mondiale du coton qui a doublé entre 1945 et 1960, en fonction de l'accroissement des populations et des revenus. Pendant les deux décennies passées, la concurrence des matières synthétiques a ralenti le taux de croissance et donc réduit la part du coton dans la consommation totale de fibres, passant de 85% avant les années 50 à 46% en 1984, sans pour autant entraver la croissance absolue de l'utilisation du coton. Une augmentation soudaine de la demande de coton est apparue au milieu des années 80, lorsque le prix du coton a baissé par rapport à ses produits de remplacement. Depuis, la part du marché détenue par le coton s'est maintenue autour de 80%.

Le coton malien, réputé de bonne qualité, n'a jamais connu de mévente. La tendance est même plutôt aux ventes anticipées de la production. Une meilleure organisation du système de commercialisation du coton fibre accroîtrait les profits tirés du coton.

De plus, plusieurs créneaux, qui seront détaillés dans des fiches de projets, existent pour le coton fibre transformé et les sous – produits du coton graine.

6. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE COTON

6.1. PRODUCTION

a) Problème de gestion et d'utilisation des intrants

La gestion et l'utilisation des intrants ne se font pas toujours de manière satisfaisante. Les doses recommandées par la CMDT ne sont pas toujours respectées à cause notamment de la non maîtrise des superficies, de la cherté, du détournement des engrais au profit d'autres cultures et mêmes de leurs ventes (souvent à des prix dérisoires) pour des besoins financiers immédiats.

De plus, les coûts d'approvisionnement en intrants sont d'autant plus élevés que la CMDT ne fait pas jouer une grande concurrence entre les fournisseurs pour bénéficier de meilleures conditions d'approvisionnements (prix et délais).

b) Qualité insuffisante du matériel et des intrants agricoles

La qualité de certains insecticides et matériel agricole fournis par les forgerons formés et équipés par la CMDT laisse à désirer. Les producteurs préfèrent acheter cher, mais à condition que la qualité soit garantie.

c) La recherche sur le coton irrigué au Mali est timide

6.2. TRANSFORMATION

- ❑ Insuffisance des capacités d'égrenage : Ceci est compensé par la durée de la campagne qui a atteint 252 jours en 1996-97, contre une durée normale de 150 jours, ce qui a une incidence directe sur les délais de paiement aux producteurs.
- ❑ Fréquents arrêts de production pour pannes
- ❑ Grandes consommations d'énergie et de pièces détachées et fournitures diverses

6.3. COMMERCIALISATION DU COTON GRAINE

a) Lenteur dans l'enlèvement et le paiement du coton graine aux producteurs

Les récoltes sont terminées au plus tard en novembre. Cependant, 41 à 57% des paiements sont effectués entre février et avril et 19 à 28% entre avril et juin, soit au moment des préparatifs pour les semis de la campagne suivante.

b) Coût du transport du parc CMDT très élevé

Le coût du transport du parc CMDT est très élevé, surtout par rapport aux prix TKM payés aux transporteurs privés. Cependant, Le transport fait partie d'une chaîne intégrée de la filière où la défaillance d'un seul élément peut mettre à mal toute la programmation des autres activités. De plus, les nouvelles usines CMDT ne peuvent être alimentées que par des véhicules spéciaux, non disponibles actuellement chez les transporteurs privés.

c) Problème de gestion des AV

Les AV souffrent de difficultés d'ordres institutionnel et organisationnel et ne jouent pas efficacement leur rôle d'interface entre la CMDT et les producteurs. L'absence de statut juridique pour ces organisations de producteurs a favorisé beaucoup d'abus et de malversations et déconsidéré les AV auprès des membres.

d) Problème de fixation des prix aux producteurs

C'est le point d'achoppement entre l'Etat et les producteurs qui veulent sécuriser leurs revenus en négociant un prix plancher motivant et non lié aux fluctuations des cours mondiaux du coton fibre. Pour une sécurisation étendue à l'ensemble de la filière, les autorités étatiques souhaiteraient au contraire partager les risques et avantages de la filière entre les différents acteurs en tenant compte des contraintes des producteurs, mais aussi de la conjoncture économique internationale du coton fibre.

6.4. COMMERCIALISATION DU COTON FIBRE

Les contraintes sont relatives aux incertitudes liées à l'évolution des cours mondiaux du coton fibre. Les pays africains producteurs de coton n'ont aucune influence sur ces prix. De plus, aucune organisation efficace de pays africains producteurs de coton n'existe. Pour le Mali, la vente se fait exclusivement par la COPACO qui détient, de ce fait, un monopole.

6.5. COMMERCIALISATION DE LA GRAINE DE COTON

La contrainte principale se situe au niveau du choix entre deux options :

- ☐ Maximiser les marges commerciales en privilégiant l'exportation ; ceci pourrait bonifier les prix d'achat au producteur de 5 à 6 FCFA/Kg.
- ☐ Tenir compte des interactions entre les activités des nationaux et d'autres agents économiques : consommateur de produits industriels dérivés (huile, savon), éleveurs, producteurs de coton pour leurs bœufs de labour.

7. RECOMMANDATIONS

7.1. GESTION DE LA FILIERE

a) Restructuration de la filière : par

- ❑ l'ouverture partielle du capital pour la participation des producteurs.
- ❑ l'assainissement et le renforcement de la gestion de la CMDT.

b) Organisation des producteurs

Les organisations de producteurs de coton doivent être préparées et organisées pour l'accomplissement de leurs différentes fonctions : organisation de la production, approvisionnement en intrants, gestion du crédit, commercialisation du coton graine, prise de participation dans le capital de la CMDT, etc. Dans ce cadre, l'accent sera mis sur :

- ❑ le renforcement des cellules de base (AV) par la mise en œuvre d'un cadre institutionnel et de fonctionnement (statuts, règlements intérieurs, schéma de fonctionnement) et la formation des membres des bureaux AV en gestion financière et comptabilité.
- ❑ la mise en place de structures faïtières aux niveaux communes, cercles, régions et national. La gestion de ces structures serait animée par des professionnels recrutés et payés à cet effet.

7.2. PRODUCTION

- ❑ Equipement adéquat des centres de recherche
- ❑ Promotion des échanges d'expériences par la création de réseaux et de rencontres périodiques entre chercheurs africains et internationaux.
- ❑ Mise en place d'un programme de recherche sur le coton irrigué.
- ❑ Amélioration du système d'approvisionnement en intrants en transférant cette fonction aux organisations de producteurs après leur renforcement.

7.3. TRANSFORMATION

- ❑ Réduction des consommations d'électricité et de pièces de rechange pour les usines d'égrenage
- ❑ La construction d'une usine de recharge de barreaux au niveau sous-régional serait bénéfique à l'ensemble des usines d'égrenage des différents pays.
- ❑ La transformation locale du coton fibre est à promouvoir par la mise en œuvre de mesures incitatives pour la création d'unités industrielles.

7.4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

- ❑ Le transport du coton graine doit être transféré progressivement, jusqu'à concurrence de 40%, à des privés, et éventuellement aux organisations de producteurs renforcées.

- ❑ Les prix au producteur doivent être indexés sur les cours mondiaux de coton. Cependant, compte tenu des enjeux et de la sensibilité du domaine, l'atelier de validation du présent document recommande de renvoyer la question aux « états généraux sur la filière coton » prévus en mars 2001 avec l'ensemble des partenaires.
- ❑ Pour la commercialisation du coton fibre, il faut diversifier les partenaires commerciaux et limiter le monopole de la COPACO.
- ❑ La valorisation locale de la graine coton est recommandée. Il faudrait, dans ces conditions, renforcer et assainir la gestion de HUICOMA et veiller à ce que l'essentiel des marges sur les produits n'aille pas à des intermédiaires commerciaux introduits dans les circuits pour profiter uniquement de la situation.
- ❑ Initier une organisation de pays africains producteurs de coton

E/ FILIERES DE L'ELEVAGE

E1/ POLITIQUES ET ASSISTANCE AUX FILIERES ELEVAGE

1. POLITIQUE DES FILIERES ELEVAGE AU MALI

L'économie malienne est à vocation essentiellement agro-pastorale. L'élevage constitue la principale source de subsistance pour 30% de la population malienne. Au cours des dix dernières années, il a contribué pour 26 à 30% de la valeur ajoutée du secteur agricole et pour 10 à 12% du PIB total².

Au lendemain de l'indépendance du Mali, l'intervention des pouvoirs publics en faveur du développement de l'élevage portait essentiellement sur la santé animale et elle était exécutée par le service de l'Elevage.

A la suite de la sécheresse 1972/1973 le système d'encadrement a été réformé en profondeur car en plus de la santé animale l'encadrement s'intéresse désormais aux productions animales, à l'aménagement pastoral, aux équipements et aux questions économiques.

2. STRUCTURES D'APPUI AUX FILIERES ELEVAGE

Pour la mise en œuvre de la nouvelle politique, l'Office Malien du Bétail et de la Viande a été créé avec pour missions principales de s'occuper des études; de la commercialisation du bétail et de la viande et de l'amélioration de la qualité des peaux et cuirs.

Les autres structures d'appui du secteur, aujourd'hui fonctionnelles sont :

- ❑ le Laboratoire Central Vétérinaire (LCV);
- ❑ l'Institut d'Economie Rurale (IER);
- ❑ la Direction Nationale de l'Appui au Monde Rural (DNAMR);
- ❑ la Direction Générale de la Réglementation et du Contrôle (DGRC);et

²Source : CEBV- UEMOA : étude sur la qualité du bétail et de la viande; proposition d'un système harmonisé de classification et de la viande octobre 1999

- la Cellule de Planification et de Statistiques (CPS) qui joue un rôle de premier ordre puisque ses missions de chargée des études et de la planification en font la cheville ouvrière du Département.

D'ailleurs, la CPS est actuellement en train de concevoir un important Projet d'Appui aux Services Agricoles et aux Organisations de Producteurs (PASA/OP).

Les partenaires au développement ont eux aussi fortement appuyé cette nouvelle approche. Ainsi, plusieurs projets de développement de l'élevage, dont la plupart sont à présent terminés ont vu le jour entre le début des années 1970 et le début des années 1980.

3. ORGANISATIONS DES FILIERES ELEVAGE

3.1. FILIERES BETAIL/VIANDES

Les axes de commercialisation du bétail au Mali vont du nord au sud du pays. Les organisations d'opérateurs économiques tout comme celles de producteurs (il est d'ailleurs difficile de faire la distinction à la base) ont généralement leurs sièges dans les chefs-lieux de marché à bétail. C'est donc une multitude de coopératives d'éleveurs, de marchands de bétail et de bouchers qui existent au niveau des marchés de collecte et de regroupement. Mais seules celles situées au niveau des marchés terminaux ont une certaine envergure. La Fédération des Groupements Interprofessionnels du Bétail et de la Viande (FEBEVIM) créée en 1998 est la faïtière nationale.

3.2. FILIERE CUIRS ET PEAUX

Plusieurs acteurs économiques interviennent le long de la filière cuirs et peaux: l'éleveur; le boucher et le négociant. Le Décret n°95-416/P-RM du 22 Novembre 1995 régit le négoce des cuirs et peaux. Depuis la libéralisation de la filière cuirs et peaux plus de 105 collecteurs et 50 négociants exportateurs ont été agréés.

Il existe au niveau national, une faïtière des intervenants de la filière. C'est la Mutuelle des Professionnels des Cuirs et Peaux (MPCP).

3.3. FILIERE LAIT

L'Union Laitière de Bamako est la première unité de traitement du lait au Mali. Elle a été créée par le Gouvernement du Mali dès les lendemains de l'indépendance avec l'appui du PAM, de l'UNICEF. Elle a été privatisée et est devenue l'ILB (Industrie Laitière de Bamako) en 1995.

Les producteurs envisagent de créer une autre unité de traitement du lait, dans le cadre de la Société Laitière du Mali (SOLAIMA). Les autres unités semi-industrielles opérant dans le traitement du lait à Bamako sont la Générale Alimentaire Malienne (GAM) et HARRY DELICES. En application de la politique laitière, plusieurs unités de traitement du lait ont aussi vu le jour à l'intérieur du pays. Par ailleurs, il existe à Bamako une Association des Femmes Transformatrices de Lait (AFT-LAIT). Il n'existe au niveau national aucune organisation faïtière des intervenants de la filière lait.

E2/ FILIÈRES BÉTAIL / VIANDES

1. INTRODUCTION

Le tableau n°1 montre l'évolution des effectifs du cheptel :

Tableau n°1: Evolution des effectifs du troupeau malien
Unités: têtes

Année	Bovins	Ovins/caprins
1990	4 996 000	12 172 000
1991	5 092 132	10 898 886
1992	5 244 893	11 443 821
1993	5 380 233	11 054 732
1994	5 540 633	12 552 500
1995	5 708 000	12 790 000
1996	5 882 000	13 809 000
1997	6 058 000	14 499 500
1998	6 239 750	15 224 750
1999	6 426 943	15 985 988

Le tableau n°2 compare les effectifs du cheptel malien avec ceux des deux autres principaux pays d'élevage de la sous-région: le Niger et le Burkina Faso

Tableau n°2: Effectifs comparés des cheptels de trois pays: Burkina Faso, Mali et Niger
(Unités: milliers de têtes)

Espèce	Pays	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Bovins	Mali	5 541	5 708	5 882	6 058	6 240	6 427
	Burkina	4 261	4 342	4 432	4 522	nd	nd
	Niger	1 997	2 048	2 142	2 241	2 344	nd
Ovins/ Caprins	Mali	12 553	12 790	13 809	14 500	15 225	15 986
	Burkina	12 923	13 310	13 708	14 121	nd	nd
	Niger	9 576	9 784	10 267	10 774	13 307	nd

2. PRODUCTION

L'embouche a été vulgarisée par l'ECIBEV dans le cadre du Projet Mali Livestock I avec un programme d'embouche industrielle au feedlot de Tienfala et un programme d'embouche paysanne dans les Cercles de Banamba et Ségou.

Mais la question de l'alimentation constitue la principale contrainte au développement de l'embouche au Mali. En particulier, la disponibilité de l'aliment bétail est insuffisante et son prix est inabordable.

A côté des 80 000 tonnes annuelles d'aliment bétail de HUICOMA et des 7 000 tonnes annuelles de son de blé des Grands Moulins du Mali, les besoins totaux en aliments pour l'embouche, la production laitière et l'aviculture avoisinent plutôt les 500 000 tonnes par an. Mais une étude CAE évalue la demande solvable non satisfaite à seulement 71 000 tonnes par an, raison pour laquelle elle propose la construction d'une usine de cette capacité. Les paramètres bio-économiques du troupeau, prévoient des taux annuels d'exploitation de 10,5% pour le cheptel bovin et 30% pour le cheptel ovin/caprin. L'application de ces taux aux effectifs permet de déterminer le disponible exploitable (voir tableau n°3).

Tableau n°3: Evolution du disponible exploitable pour les bovins et les ovins/caprins (Unité = 1 tête)

Année	Disponible exploitable Bovins	Disponible exploitable Ovins/caprins
1990	524.580	3 651 600
1991	354.674	3 266 666
1992	550.714	3 433 146
1993	564.930	3 586 420
1994	581.878	3 765 740
1995	599.334	3 945 058
1996	617.610	4 142 700
1997	636.090	4 349 850
1998	655.174	4 564 425
1999	674.829	4 795 796

Source : OMBEVI

3. COMMERCIALISATION

3.1. LE COMMERCE DU BETAIL

Les axes de commercialisation du bétail au Mali vont des zones de production (au Nord) vers les centres urbains (au Sud) du pays et en direction des marchés côtiers.

En 1989, l'OMBEVI a recensé 334 marchés. Mais seulement quelques-uns de ces marchés sont construits et/ou équipés, ce qui n'est pas pour faciliter les transactions.

Le niveau des transactions actuelles et potentielles commande que soient construits et équipés les marchés de Nara, Kadiana, Gao, Ansongo, Kidal, Gossi, Léré, Nioro, Kayes, Tonka, et San.

3.2. TRANSPORT

Au Mali, prédominent deux (2) modes de transport à savoir : le convoyage des animaux à pied et le transport du bétail par camion. Le transport du bétail par le train est orienté exclusivement vers le Sénégal.

Le convoyage des animaux à pied est de loin le mode le plus dominant en ce qui concerne le déplacement à l'intérieur du pays. Il engendre des pertes importantes de poids pouvant atteindre 30% du poids vif de l'animal.

Le transport du bétail par camion est presque exclusivement réservé pour les convois destinés à l'exportation mais il n'existe pratiquement pas de parc spécialisé pour le transport du bétail. Ainsi donc aux tracasseries et taxes illicites s'ajoute l'insuffisance des camions en particulier en période de campagne du coton.

3.3. EXPORTATION DU BETAIL

La Côte d'Ivoire est actuellement la première destination des exportations maliennes mais elle n'est pas la seule. Certaines exportations sont aussi destinées au Ghana³, d'autres au Nigeria. Il y a aussi l'Algérie qui a toujours été une destination privilégiée des exportations maliennes de bétail (les petits ruminants surtout). Le tableau n°4 montre l'évolution du disponible exploitable, des consommations nationales et du disponible exportable.

Tableau n°4: Exploitation du cheptel (Unités: têtes)

Espèce	année	Disponible exploitable	Consommation nationale	Disponible exportable	Exportations contrôlées
Bovins	1994	581.878	186 743	395 135	nd
	1995	599.334	129 561	469 773	nd
	1996	617.610	148 933	468 677	nd
	1997	636.090	157 781	478 309	118 800
	1998	655.174	172 210	482 964	108 245
	1999	674.829	190 907	483 922	129 064
Ovins / caprins	1994	3 765 740	306 132	3 459 608	nd
	1995	3 945 058	301 099	3 643 959	nd
	1996	4 142 700	320 618	3 822 082	nd
	1997	4 349 850	409 375	4 030 475	349 207
	1998	4 564 425	nd	nd	258 654
	1999	4 795 796	nd	nd	323 984

Source : OMBEVI

Les procédures d'exportation de bétail ont été allégées et simplifiées en 1994 au lendemain de la dévaluation du franc CFA, intervenue le 12 janvier 1994, justement pour mieux engranger les bénéfices de celle-ci⁴.

Pendant ce temps, les auteurs des tracasseries redoublaient eux aussi d'ardeur notamment sur l'axe Mali-Côte d'Ivoire, y compris avec des entraves officielles: imposition des sociétés de convoyage; levée de nouvelles taxes(l'ASDI au taux de 5% et la RSTA au taux de 2,5%)

³ le Ghana était d'ailleurs la première destination dans les années 1960

⁴ il est vrai que bien auparavant pour promouvoir les exportations en général, le Gouvernement avait supprimé toutes les taxes d'exportation en 1990 (décret 90-457 PRM du 8 novembre 1990)

Les difficultés d'exportation en direction de la Côte d'Ivoire constituent un sujet de préoccupation majeure pour les opérateurs Maliens.

3.4. EXPORTATION DE LA VIANDE

Le Gouvernement du Mali a toujours accordé une priorité politique aux exportations de viande. Dans le cadre de l'UEMOA, le Mali a donc tout logiquement fait inscrire la viande sur la liste des produits du "CRU", c'est-à-dire qu'aucun droit n'est perçu sur la viande dans les échanges intra-communautaires.

Quelques expériences d'exportation de viande ont été tentées, y compris par l'APROFA en direction d'Abidjan et par des particuliers en direction du Gabon mais elles sont toutes restées sans suite.

4. TRANSFORMATION

La transformation du bétail en viande est conditionnée par la demande des consommateurs elle-même liée aux habitudes alimentaires. Au Mali, en dehors de la viande produite pour la consommation quotidienne, aucun autre mode de transformation n'existe à une échelle industrielle. Egalement aucun débouché pour les denrées et les produits carnés industriels n'ayant été identifié, aucune transformation du bétail et de la viande n'a été entreprise.

4.1. ABATTOIRS ET AIRES D'ABATTAGE

Le pays possède :

- ❑ Un abattoir frigorifique industriel à 10.000 tonnes de viande par an ;
- ❑ Six (6) abattoirs de type régional dont un en chantier à Bamako;
- ❑ 174 aires d'abattage dont la plupart de ces aires d'abattage sont dans un état de délabrement avancé;

Il faut noter l'existence d'ateliers de traitement des sous produits d'abattage attenants à l'AFB et à la plupart des abattoirs régionaux.

4.2. BOUCHERIES

En matière de boucheries, il y a une prédominance des boucheries de type traditionnel qui sont dans un état déplorable. L'émergence des supermarchés donne l'occasion d'installer quelques boucheries de type modernes. Le Projet FENU 82/C-04 a permis de réaliser des boucheries à Ségou et à Sikasso (en 1986).

5. ATOUTS ET OPPORTUNITES

La plus grande opportunité pour le secteur bétail/viandes du Mali est sans nul doute, l'existence pour longtemps encore de débouchés sûrs dans la sous région (Côte d'Ivoire, Ghana, et Nigeria) et au delà (Gabon, Algérie, et Libye)

6. CONTRAINTES

6.1. PRODUCTION/RECHERCHE

Les principales contraintes au niveau de la production sont :

- ❑ La contrainte alimentaire, pour la biomasse (à cause de mauvaise gestion essentiellement) mais aussi pour les sous-produits agricoles et surtout pour l'aliment bétail
- ❑ la persistance de certaines maladies qui peut être cause de blocage de marchés à l'exportation de viandes;
- ❑ l'inexistence de solides organisations des producteurs

6.2. COMMERCIALISATION/EXPORTATION

Les contraintes identifiées à ce niveau sont :

- ❑ le manque de professionnalisme des opérateurs;
- ❑ l'inefficacité des organisations de professionnels
- ❑ la persistance dans les pays-clients de barrières non tarifaires ; et
- ❑ l'inexistence d'un système d'information performant
- ❑ l'absence de transport spécialisé du bétail et de la viande ;
- ❑ l'insuffisance du nombre de voies de communication;
- ❑ la vétusté du parc auto et l'insuffisance du nombre de camions et de wagons frigorifiques;
- ❑ l'inexistence d'infrastructures de conservation de la viande à l'intérieur du pays (chaîne de froid) ;
- ❑ la cherté du transport aérien.

6.3. TRANSFORMATION

- ❑ Insuffisance de formation et d'information sur les technologies de transformation de la viande
- ❑ Insuffisance des infrastructures

7. RECOMMANDATIONS

7.1. GESTION DES FILIERES

- ❑ Mise en place d'un cadre de concertation
- ❑ Appui aux organisations professionnelles
- ❑ Des statistiques : Le pays a besoin aujourd'hui d'un système d'information performant sur le secteur élevage.

7.2. NIVEAU PRODUCTION

- ❑ **Recherche de la qualité** : Il importe pour toutes les filières que la démarche qualité fasse partie de tous les programmes de formation des producteurs.
- ❑ **Lever la contrainte de l'alimentation** : Il s'agit:
 - pour les chercheurs de concevoir des rations alternatives à la portée de nos éleveurs;
 - pour l'Etat de veiller à ce que le prix de l'aliment bétail soit abordable;
 - pour les opérateurs privés de chercher à construire de nouvelles unités de fabrique d'aliment bétail.

7.3. TRANSFORMATION

- ❑ **Recherche et diffusion d'informations sur les technologies**

❑ **De la rénovation de l'Abattoir Frigorifique de Bamako :**

La question qui se pose est : étant donné le rôle primordial que doit jouer l'AFB dans toute opération d'exportation de viande, ne faut-il pas le rénover avant de le vendre, autrement dit, n'est ce pas l'Etat qui devrait supporter les frais de la rénovation?
Dans le même ordre d'idée, l'Etat doit envisager dès aujourd'hui de doter les abattoirs de Ségou et de Sikasso de chambres froides pour qu'ils viennent en appui le moment venu à celui de Bamako dans le cadre des exportations de viande.

7.4. COMMERCIALISATION / EXPORTATION

❑ **Levée de barrières non loyales**

- ❑ **Equiperment** : Il est important, pour faciliter le déplacement des animaux des zones de production vers les marchés et pour faciliter les transactions sur lesdits marchés, il importe d'entreprendre:

- Un programme de construction de pistes à bétail; et
- Un programme de construction de marchés à bétail.

- ❑ **Compétitivité des exportations de viande** : Il importe de continuer les recherches pour identifier clairement la source du blocage afin de pouvoir éventuellement y remédier.

E3/ FILIÈRE CUIRS ET PEAUX

1. INTRODUCTION

La valeur des exportations maliennes de cuirs et peaux toutes origines confondues a été de dix (10) milliards de Francs CFA en 1999. Au lendemain de l'indépendance la commercialisation et l'industrialisation de la filière cuirs et peaux sont devenues le monopole de l'Etat. La formule du tout Etat ayant échoué, le négoce des cuirs et peaux a été libéralisé en 1978 notamment par la prise du décret n°354/PGRM du 4 Décembre 1978 qui crée le comité consultatif des cuirs et peaux et réglemente le négoce.

2. PRODUCTION / STOCKAGE

La production contrôlée de cuirs et peaux correspond aux abattages effectués dans les lieux officiellement reconnus et contrôlés par les agents des services du contrôle sanitaire.

Tableau n°1 : Abattages contrôlés par espèce de 1990 à 1999

Année	Bovins	Ovins-caprins
1990	160 694	364 534
1991	168 828	339 120
1992	193 370	334 837
1993	185 102	312 250
1994	186 743	306 132
1995	129 561	301 099
1996	148 833	320 612
1997	157 781	319 391
1998	172 210	394 023
1999	190 907	432 308

Source : OMBEVI

Les abattages contrôlés ne reflètent pas les abattages réels au Mali. Les abattages clandestins et familiaux sont très importants. Les abattages totaux sont ainsi estimés à 495.000 bovins et à 3.100.000 ovins/caprins par l'OMBEVI.

La production estimée de 495.000 cuirs de bovin et 3.100.000 peaux d'ovin caprin par an, serait une base objective d'estimation de la production nationale.

La qualité intrinsèque des cuirs et peaux du Mali aurait été fort appréciable puisque le mode d'élevage dominant, la transhumance favorise le raffermissement des fibres dermiques. Malheureusement, les aléas climatiques et les traumatismes physiques notamment les marquages au fer rouge déprécient la qualité externe des cuirs et peaux.

La conservation des cuirs et peaux au Mali se fait par séchage ou par salage à sec. Les capacités de conservation des cuirs et peaux sont insuffisantes : seulement trente (30) séchoirs et cinq (5) magasins de stockage à travers le pays.

3. TRANSFORMATION

Les unités industrielles nationales arrêtent leur travail au stade semi-fini du bleu humide « ou Wet blue » et du « crust ». Ces tanneries sont la TAMALI S.A, la TAPROMA la TAO toutes trois avec une capacité annuelle totale de 100 000 cuirs de bovins et 3 500 000 peaux d'ovins/caprins.

L'artisanat consomme environ 20% de la production nationale de cuirs et peaux. Le tannage traditionnel connu depuis les temps reculés est répandu au Mali. C'est un tannage végétal à base de gousse d'acacia nilotique (arbre répandu dans les zones sahéliennes). Ce tannage ne concerne que les peaux d'ovins caprins et de reptiles. Le tannage du cuir bovin n'est pas maîtrisé.

Le tannage traditionnel constitue une activité lucrative qui est généralement pratiquée par les femmes. En plus de son utilisation locale le cuir tanné traditionnellement est exporté vers les pays voisins. Mais la principale difficulté des artisans maliens de peaux est le manque de finition dans leurs travaux.

4. COMMERCIALISATION / EXPORTATION

Les exportations se font à destination de l'Europe (France, Espagne, Italie, Portugal) pour les peaux d'ovins/caprins brutes et tannées et les peaux de reptiles. De même, certaines peaux d'ovins/caprins du Mali transitent par le Burkina Faso (dont les opérateurs semblent plus dynamiques) pour aller en Europe.

Par contre, les exportations à destination de l'Afrique : Ghana, Nigeria, Côte d'Ivoire, portent sur les cuirs bovins qui y sont consommés comme aliment.

L'attitude peu professionnelle des négociants a été néfaste pour la qualité des cuirs et peaux. Il en résulte une baisse générale de la qualité et une image de marque peu glorieuse des cuirs et peaux du Mali qui sont cotés très bas.

5. ATOUTS ET OPPORTUNITES

Le Mali doit considérer les cuirs et peaux comme matière première stratégique à partir de laquelle se développera l'industrie et les exportations. A l'instar de pays africains comme la Tunisie, le Maroc, le Burkina Faso où les cuirs et peaux constituent des piliers de l'économie.

6. CONTRAINTES

6.1. PRODUCTION/RECHERCHE

- ☐ les mauvaises pratiques en élevage et de dépouillement;
- ☐ la malnutrition et les maladies
- ☐ l'insuffisance des infrastructures et équipements

6.2. COMMERCIALISATION/EXPORTATION

- ☐ Le manque de professionnalisme
- ☐ La mauvaise qualité des produits

6.3. TRANSFORMATION

- ☐ Les difficultés d'approvisionnement en matières premières et en consommables
- ☐ Le sous équipement et le manque de formation des artisans.

7. RECOMMANDATIONS

7.1. GESTION DES FILIERES

- ☐ Mise en place d'un cadre de concertation
- ☐ Appui aux organisations professionnelles
- ☐ Des statistiques : Le pays a besoin aujourd'hui d'un système d'information performant sur le secteur élevage.

7.2. NIVEAU PRODUCTION

- ☐ Recherche de la qualité : Il importe pour toutes les filières que la démarche qualité fasse partie de tous les programmes de formation des producteurs.
- ☐ Poursuivre la recherche de la qualité par la continuation de la formation et de la sensibilisation à tous les niveaux:

7.5. NIVEAU TRANSFORMATION

- ☐ Recherche et diffusion d'informations sur les technologies
- ☐ Continuer l'équipement du pays en séchoirs et hangars de stockage ;
- ☐ Encourager les tanneries existantes à fabriquer un produit plus élaboré que les wet blue et autres crust
- ☐ Favoriser la construction de nouvelles tanneries ;
- ☐ Exiger le respect des principes d'hygiène et de préservation de l'environnement des nouvelles comme des anciennes usines.

7.6. NIVEAU COMMERCIALISATION / EXPORTATION

- ❑ Levée de barrières non loyales
- ❑ Favoriser l'achat à la qualité

E4/ FILIÈRE LAIT

1. PRESENTATION

Le lait est un aliment complet dont la consommation est recommandée en particulier pour les enfants en phase de croissance. La consommation au Mali, par personne était estimée à 20 litres en 1995, pour ce qui concerne la production nationale.

A cela il faut ajouter tout le lait d'importation : en 1999, le Mali a importé plus de 14 000 tonnes de produits laitiers pour un coût total de 15,172 milliards de FCFA.

2. PRODUCTION / RECHERCHE

2.1. PRODUCTION

L'étude " stratégie de développement de la filière lait" évalue la production de lait au Mali en 1995 à 933 630 tonnes dont la répartition entre les espèces est indiquée dans le tableau n°1.

Tableau n°1: Production laitière au Mali en 1995

Espèce	Quantité (litres)	%
Bovins	343 990	34,6
Ovins/caprin s	533 750	53,7
Camelins	115 890	11,7
TOTAL	933 630	100

Source: Stratégie de développement de la filière lait au Mali

La même étude considère aussi que la moitié de ce total est prélevée par les petits. Le disponible exploitable est donc de 466 800 tonnes.

2.2. AMELIORATION GENETIQUE

La politique laitière adoptée en 1985 prévoyait entre autres l'amélioration du potentiel laitier de nos races locales par le croisement avec les races étrangères. Cette mission était confiée au Centre National de Recherche Zootechnique (CNRZ) de Sotuba. Mais quelques éleveurs ont fait venir directement des reproducteurs de l'extérieur (il y a eu l'expérience des Montbéliardes venus de France et plus récemment celle des Holstein venus du Zimbabwe.

En comparaison avec les 2-2,5 litres par jour de nos races locales, certains métis ont atteint des pics de production allant jusqu'à 20 litres par jour.

Le PDAP avait lui aussi un volet insémination artificielle. Ce projet exigeait des engagements en matières d'alimentation et de santé de tout éleveur souhaitant son intervention.

Parce qu'il existe un marché pour l'insémination artificielle, les anciens inséminateurs du PDAP envisagent de s'installer à leur compte maintenant que le projet est terminé.

En attendant, une autre entreprise privée est en train de s'installer dans le créneau. Il s'agit de la Cellule d'Insémination Artificielle et de Transplantation Embryonnaire (CIATE).

Mais le MDR a lui-même commandé une étude de faisabilité d'une unité nationale.

3. TRANSFORMATION/ COMMERCIALISATION

Les unités existantes (industrielles, semi-industrielles, artisanales) utilisent comme matière première très peu de lait frais et beaucoup de lait en poudre reconstitué. Les ateliers familiaux eux, n'utilisent pas du tout de lait frais. La gamme de produits fabriqués est pratiquement la même pour tous (lait frais, lait caillé, yaourts, crèmes, beurre, ghee) sauf peut-être pour les arômes des yaourts.

Pour le système de commercialisation, les unités industrielles ont des réseaux formels de distribution (dépositaires, boutiquiers, supermarchés) alors que les ateliers utilisent plutôt les circuits informels des places publiques (écoles, services, marchés, etc.) avec tous les dangers sanitaires que cela comporte en cas de rupture de la chaîne de froid.

4. COMPETITIVITE

Le lait en poudre importé d'Europe est non seulement un peu moins cher que le lait local⁵ mais à cause de ses facilités de conservation, il domine totalement le marché.

5. ATOUTS ET OPPORTUNITES

Les deux atouts majeurs pour le développement de la filière lait sont :

- a) L'existence de la demande
- b) L'existence aussi d'un important potentiel d'offre. Mais pour concrétiser ce potentiel, il faut améliorer le potentiel génétique du cheptel.

Une opportunité à exploiter est la production de fromage de chèvre, produit par ailleurs très prisé à travers le monde.

6. CONTRAINTES

Les principales contraintes au développement de la production de lait sont :

- ❑ le faible potentiel génétique des races locales;
- ❑ la concurrence du lait en poudre bon marché importé d'Europe;
- ❑ les difficultés liées à l'insémination artificielle;
- ❑ la persistance de certaines maladies;
- ❑ la contrainte alimentaire ;
- ❑ la contrainte énergétique.

⁵ il peut même être beaucoup moins cher pour ceux qui diluent beaucoup

7. RECOMMANDATIONS

7.1. GESTION DES FILIERES

- ❑ Mise en place d'un cadre de concertation
- ❑ Appui aux organisations professionnelles
- ❑ Des statistiques : Le pays a besoin aujourd'hui d'un système d'information performant sur le secteur élevage.

7.2. NIVEAU PRODUCTION

- ❑ Recherche de la qualité : Il importe pour toutes les filières que la démarche qualité fasse partie de tous les programmes de formation des producteurs.
- ❑ Trouver solution au problème d'alimentation
- ❑ La continuation des croisements avec les races (exotiques) à fort potentiel génétique notamment par insémination artificielle;
- ❑ Réalisation de l'unité d'insémination artificielle dont la faisabilité a été étudiée et cela avec implication du Gouvernement et de l'APCAM.
- ❑ Le maintien du cap sur la santé animale
- ❑ Etudier les possibilités de produire du fromage de chèvre

7.3. TRANSFORMATION

Recherche et diffusion d'informations sur les technologies

7.4. NIVEAU COMMERCIALISATION /IMPORTATION/ FINANCEMENT

- ❑ Lever de barrières non loyales
- ❑ Maintenir à tous les niveaux et de manière permanente, la chaîne de froid;
- ❑ Appliquer strictement les règles d'hygiène
- ❑ Procéder à la taxation du lait importé et à la mise en place d'un fonds national de développement laitier

F/ FILIERE AVICOLE

1. GENERALITES

L'aviculture est pratiquée au Mali sur le plan traditionnel et sous la forme moderne.

Sur le plan traditionnel, elle joue un rôle important par :

- ❑ sa place dans les activités sociales (cérémonies, cadeaux, etc.)
- ❑ sa nature de revenu potentiel, facile à vendre face à un besoin monétaire urgent.

L'aviculture moderne, par contre, est loin d'être compétitive par rapport aux pays voisins : Sénégal, Côte d'Ivoire, Burkina. Cependant au niveau national, elle contribue largement à l'amélioration des régimes alimentaires, surtout en milieu urbain.

La filière se caractérise par l'absence prolongée de politique spécifique de promotion, depuis l'indépendance du pays jusqu'à une date récente.

Présentement, la politique avicole intègre à la fois la promotion de l'aviculture traditionnelle et le développement des exploitations modernes partout où les conditions socio-économiques le permettent.

Les projets en cours d'exécution relèvent principalement : de Mali-Sud, du PDAM, du PASAOP, de la FAO, des opérations de développement telles que la CMDT, des ONG.

2. PRODUCTION

2.1. AVICULTURE MODERNE

Il a été identifié dans le district de Bamako, en 1998, 216 exploitants. Ce chiffre est très indicatif, car très évolutif dans le temps.

90% des poussins élevés au Mali sont importés.

Les éleveurs fabriquent eux-mêmes leurs aliments pour ceux qui ont des effectifs importants ou ont recours au service de provendiers.

La protection sanitaire des oiseaux est assurée par le coffret de produits vétérinaires simultanément commandé avec les poussins. Au cas échéant, l'éleveur s'approvisionne directement au niveau des pharmacies vétérinaires de la place.

2.2. AVICULTURE TRADITIONNELLE

Elle occupe environ 80% des effectifs de la volaille estimée par l'ancienne Direction de l'élevage à **22 millions**. L'élevage est extensif. Chaque famille, dans les zones rurales et quelquefois urbaines élève environ une dizaine de poules et parfois des pintades et canards. Les oiseaux ne bénéficient ni d'habitats corrects, ni d'alimentation spécifique, ni d'entretiens ou soins spécifiques. Ils se promènent dans les cours et aux alentours des concessions, à la recherche de nourriture : graines de céréales tombées par terre, insectes, restes d'aliments, etc.

3. TRANSFORMATION

Les produits avicoles ne sont pas encore transformés au Mali. Les études de transformation des œufs en mayonnaise se sont révélées non rentables. On vient d'installer une petite unité de production de poulets fumés destinés à l'exportation. La tentative est récente et ne peut pas encore être évaluée.

4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

4.1. AVICULTURE MODERNE

Elle concerne principalement les œufs. Les pondeuses sont reformées pour une question de rentabilité économique, au bout de 18 mois, quand leur alimentation devient plus coûteuse que leur production d'œufs. La demande est constituée par les ménages et les consommateurs institutionnels : hôtels, pâtisserie, cafétérias, boutiques de quartiers, vendeurs de café dans les places publiques, cantines, vendeuses d'aliment. L'offre dépasserait, sur le plan national, 100.000 œufs par jour.

Les prix pratiqués varient entre 50 FCFA et 75 FFCFA l'unité, avec une prédominance de 60 FCFA.

4.2. AVICULTURE TRADITIONNELLE

Elle concerne surtout le poulet de chair, les œufs offerts sur le marché provenant exclusivement du secteur moderne. Les œufs locaux commercialisés sont surtout ceux de pintades sauvages en début d'hivernage.

a) Commerce intérieur

La volaille est achetée dans les foires hebdomadaires des grands centres de production par des ramasseurs qui les transportent ensuite dans les centres urbains pour les livrer en gros à des marchands de volaille des différents marchés.

b) Commerce extérieur

Le principal pays destinataire est la Côte d'Ivoire qui reçoit, depuis plusieurs décennies, des poules traditionnelles en provenance des villes frontalières du Mali, dont principalement Sikasso. Ainsi, toutes les semaines 12.000 poules sont expédiées sur Abidjan à partir de Sikasso. Les exportateurs ont des intermédiaires qui vont les acheter dans certaines grandes zones de production. Le regroupement est fait à Sikasso et les poules, assemblées par groupes de 50 dans des « Kalaka » sont chargées dans des camions remorques pour la Côte d'Ivoire. Achetées entre 600 FCFA et 700 FCFA l'unité, elles sont revendues en Côte d'Ivoire entre 1.600 FCFA et 1.700 FCFA l'unité.

5. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE AVICOLE

Les atouts sont constitués :

- ❑ **Pour l'aviculture moderne** : par le grand potentiel de production du maïs, principal constituant de l'aliment volaille.
- ❑ **Pour l'aviculture traditionnelle** : par l'existence de grands espaces pour la production.

Quant aux opportunités, elles se présentent comme suit :

- ❑ **Pour l'aviculture moderne** : Sur le plan sous-régional, les produits de l'aviculture moderne sont loin d'être compétitifs, à moyen terme, par rapport à ceux des pays voisins : Sénégal, Côte d'Ivoire, Burkina Faso. Cependant, au niveau national, ils pourraient contribuer largement à l'amélioration des régimes alimentaires, aussi bien en milieu urbain que rural.
- ❑ **Pour l'aviculture traditionnelle** : Les opportunités sont très grandes au niveau sous-régional, car la viande de volaille traditionnelle qui est très prisée dans certains pays voisins tels que la Côte d'Ivoire et le Sénégal, fait déjà l'objet d'un flux important d'exportation, surtout après la dévaluation du FCFA. Le Gabon aussi offre de larges possibilités d'affaires.

6. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE AVICOLE

6.1. POLITIQUE ET ASSISTANCE A LA FILIERE

La filière n'a bénéficié de politique spécifique et d'assistance que récemment. De plus, les associations dans la filière existent, mais ne sont pas fonctionnelles. Les regroupements sont faits dans l'espoir de bénéficier d'une aide étatique ou extérieure. Si cette aide tarde à

venir, les adhérents n'assistent plus aux réunions et l'association tombe dans une certaine léthargie.

6.2. PRODUCTION/ RECHERCHE

a) Pratique de l'activité en aviculture moderne

D'une manière globale, la pratique de l'activité souffre de contraintes de :

- ❑ Difficulté d'accès au financement
- ❑ Organisation des acteurs : à ce niveau, les difficultés sont dues :
 - au manque de motivation des membres des associations.
 - à l'absence de règles formalisées de fonctionnement.
- ❑ Manque de technicité et de professionnalisme des acteurs.
- ❑ Problèmes d'approvisionnement en matériel et équipement divers
- ❑ Problèmes d'approvisionnement en intrants pour la préparation de l'aliment volaille.
- ❑ Insuffisance de formation et d'encadrement des bascouriers pour un suivi sanitaire correct des oiseaux
- ❑ Difficultés financières pour l'acquisition de reproducteurs dans le but de faciliter la production de poussins d'un jour.

b) Pratique de l'activité en aviculture traditionnelle

- ❑ de l'inexistence de cordon sanitaire entre les exploitations familiales et de la promiscuité totale entre les différentes espèces (poules, canards, pintades, oies, pigeons) qui sont élevés ensemble.
- ❑ de l'absence d'habitat approprié et de nourriture spécifique.

6.2. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) En aviculture moderne

Les principales difficultés identifiées sont relatives à:

- ❑ la mauvaise organisation des difficultés d'écoulement des œufs circuits et l'absence de concertation entre les acteurs
- ❑ le manque d'alvéoles dans certaines localités.
- ❑ la faible couverture du pays par l'aviculture moderne.
- ❑ les coûts relativement élevés des œufs.
- ❑ la mauvaise organisation de la vente des poulets de chair
- ❑ l'absence d'aire d'abattage pour poulets de chair.

b) En aviculture traditionnelle

Les principales difficultés identifiées sont relatives à :

- ❑ l'absence de parcs de volaille dans les différents marchés
- ❑ les tracasseries et taxes sauvages en cours de route pour l'exportation.

7. RECOMMANDATIONS

7.1. POLITIQUE ET ASSISTANCE A LA FILIERE

Elles concernent :

- ❑ L'organisation des acteurs et la viabilisation des associations diverses
- ❑ La recherche de mécanisme de financement approprié.
- ❑ La réalisation d'enquêtes statistiques et études socio-économiques approfondies.
- ❑ Le renforcement des structures de contrôle pour un suivi régulier des conditions hygiéniques d'exploitation et de la qualité des intrants

7.2. PRODUCTION/ RECHERCHE

a) En aviculture moderne

- ❑ Formation des bascouriers en techniques de conduite de l'élevage.
- ❑ Formation des avicultures en technique élémentaires de gestion économiques et en technique de conduite de l'élevage.
- ❑ Formation des provendiers
- ❑ Promotion de l'aviculture moderne dans toutes les villes
- ❑ Création d'aires d'abattages et de conditionnement pour poulets de chair.

b) En aviculture traditionnelle

- ❑ Amélioration de l'habitat et des conditions d'alimentation.
- ❑ Développement de la protection sanitaire.
- ❑ Création de parc à volaille au niveau des différents marchés.
- ❑ Amélioration de la productivité par des croisements avec certaines souches exotiques.

7.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

- ❑ Construction de parcs à volaille dans les marchés urbains
- ❑ Lutte contre la perception des taxes sauvages

G/ FILIERE POISSON

1. GENERALITES

La pêche revêt une grande importance dans l'économie malienne avec une contribution au Produit Intérieur Brut (PIB) de 4,2%, soit environ 30 milliards de FCFA. La production halieutique moyenne annuelle de 100 000 tonnes place le Mali parmi les premiers pays africains producteurs de poisson d'eau douce.

Au plan alimentaire, le poisson frais ou transformé est l'une des principales sources de protéine accessible aux petits revenus. Il serait particulièrement riche en éléments minéraux et oligo-éléments et en vitamines.

2. POLITIQUE/ ASSISTANCE/ ORGANISATION DE LA FILIERE

Toutes les actions concernant la politique sont détaillées dans le « le schéma directeur de développement de la pêche et de la pisciculture ». L'objectif fondamental en matière de pêche est la gestion durable des ressources halieutiques.

En matière de législation, avant 1963, la pêche était réglementée de façon traditionnelle. A partir de l'application du décret n° 35 de 1963, les us et coutumes ont été bouleversés en matière d'organisation et de contrôle de la pêche par l'introduction de la notion de permis de pêche. La nouvelle réglementation, concrétisée par la loi n° 95-032 du 2 mars 1995 actuellement en vigueur, a été rédigée dans le sens d'une gestion décentralisée des ressources halieutiques.

Au niveau de l'assistance à la filière, la filière pêche relève du Ministère du Développement Rural. Elle a des liens avec toutes les directions de ce département. Elle bénéficie aussi de l'assistance de plusieurs projet et programme financés sur ressources extérieures.

Concernant l'organisation des pêcheurs, au niveau national, il existe une association de pêcheurs résident au Mali (APPRAM). Dans chaque grande zone aussi, il existe des associations locales et faïtières de pêcheurs.

3. PRODUCTION/ RECHERCHE

3.1. LA PECHE

Elle est pratiquée sur toutes les zones aquatiques : fleuves, lacs, mares, marigots. Le lac Sélingué et le lac Manantali.

Il existe trois types de pêcheurs en zone deltaïque :

- ☐ les pêcheurs professionnels migrants
- ☐ les pêcheurs professionnels sédentaires
- ☐ les pêcheurs de subsistance.

Sur les lacs de barrage, ils sont professionnels, généralement originaires du delta central et sédentarisés en campements ou villages, autour du lac.

Les engins de pêche sont généralement confectionnés par les pêcheurs à partir de matériaux disponibles sur place ou importés par des opérateurs économiques. Ce sont :

- ☐ les pirogues
- ☐ l'épervier
- ☐ la nasse
- ☐ la palangre
- ☐ la senne

L'essentiel de l'équipement est acquis auprès des grossistes en début de saison et le reste, au cas par cas auprès des commerçants de poisson (mareyeuses), généralement à crédit.

3.2. LA PISCICULTURE

Depuis les années 1950 des expériences de pisciculture avaient été tentées dans plusieurs pays d'Afrique de l'Ouest. Au Mali, les premières expériences datent de 1979, sur financement USAID, avec la création, à San, dans les périmètres irrigués de l'Opération riz, d'une station d'alevinage. L'opération s'est révélée par la suite très coûteuse et a été arrêtée. Malgré plusieurs efforts, les résultats de la pisciculture intensive au Mali comme dans plusieurs pays d'Afrique sont restés limités :

Cependant, l'élevage extensif suscite actuellement beaucoup d'espoirs.

4. TRANSFORMATION

90% du poisson en zone deltaïque et 15% dans le lac Sélingué sont commercialisés sous forme transformé : poisson fumé, séché ou brûlé, en fonction des espèces, extraction d'huile de «tininni»

5. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Zone deltaïque :

☐ Poisson transformé :

Les produits sont évacués des zones de pêche et acheminés sur Mopti afin d'être triés et emballés par catégorie en fonction de la destination : intérieure ou extérieure.

☐ Poisson frais.

Le produit est collecté dans les campements de pêche, transporté sous glace à Mopti et expédié à Bamako par camionnettes bâchées.

b) Zone Sélingué :

☐ Poisson frais :

Le monopole des achats est détenu par les mareyeuses de Bamako qui évacuent toute la production sur les marchés de Médine et du bord du fleuve.

☐ Poisson transformé :

Les quantités sont très faibles, et le seul marché destinataire est celui de Konobougou.

6. ATOUTS ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE POISSON

Les atouts sont constitués par :

- ☐ L'existence d'une multitude de cours d'eaux, dont les deux plus grands fleuves de la sous-région.
- ☐ La grande disponibilité de poisson dans ces cours d'eau et dans les lacs de retenue
- ☐ La très grande maîtrise des techniques de pêche, par les pêcheurs, quels que soient, le niveau de l'eau, la nature, la raison du cours d'eau.

Concernant les opportunités, elles sont très grandes :

- ☐ Au niveau national, le poisson constitue une grande source de protéine, quel que soit le niveau de revenu. Chaque catégorie de consommateur y trouve son compte.
- ☐ Au niveau de la sous-région, la compétitivité du poisson malien est renforcée par le déficit de production de poisson d'eau douce dans plusieurs pays comme la Côte d'Ivoire, le Burkina, le Ghana. Le poisson transformé du Mali, facile à conserver, substituable à la viande dans les zones rurales et accessible aux faibles revenus, est très prisé dans ces pays.

7. CONTRAINTES AU DEVELOPPEMENT DE LA FILIERE POISSON

7.1. POLITIQUE ET ASSISTANCE A LA FILIERE

Des faiblesses ont été constatées comme :

- ☐ Le contrôle de la réglementation qui est laissé à la discrétion des organisations de pêcheurs elles-mêmes.

- ❑ La gestion de l'eau entre le barrage de Sélingué et les zones deltaïques.
- ❑ Les structures nationales d'appui à la filière sont démunies sur les plans humain, matériel et financier
- ❑ Les Organisations de pêcheurs ne sont pas fonctionnelles, d'une manière générale. Dans la plupart des cas, les membres ne connaissent même pas leurs rôles respectifs. Aucun bilan financier ou des activités n'est fait, et plusieurs coopératives ne remboursent pas leurs dettes.

7.2. PRODUCTION/ RECHERCHE

Les difficultés sont relatives :

- ❑ au financement des activités
- ❑ à l'utilisation abusive de certains engins, comme la senne.
- ❑ à l'encombrement du lac de Sélingué par des troncs d'arbres.
- ❑ à l'aménagement d'infrastructures portuaires.
- ❑ aux traitements sanitaires du poisson.
- ❑ à la valorisation des produits de la pêche
- ❑ au non aménagement systématique de plans d'eau.

7.3. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

Pour la commercialisation intérieure, les difficultés concernent :

a) Pour le poisson frais

- ❑ la conservation
- ❑ le transport
- ❑ le financement des activités
- ❑ le monopole du circuit par les mareyeuses

b) Pour le poisson transformé

- ❑ La conservation
 - magasin de stockage
 - produits de conservation.
- ❑ L'écoulement du poisson
- ❑ Le financement

c) Pour la pisciculture

La pisciculture intensive est très coûteuse. Pour la pisciculture extensive, les difficultés sont relatives au :

- ❑ vol de poisson
- ❑ manque d'alevins
- ❑ non concordance entre le cycle du riz et celui du poisson.

8. RECOMMANDATIONS

D'ordre général :

- ❑ Pour une meilleure conception de politiques et stratégies de promotion, il est recommandé de réaliser des études statistiques et socio-économiques sur tous les acteurs de la filière.
- ❑ Toutes les catégories d'acteurs doivent être regroupées et organisées en associations fonctionnelles. Ceci leur faciliterait, entre autres, l'accès aux crédits et aux moyens essentiels de production et de commercialisation.

Spécifiques : Elles concernent :

- ❑ les aménagements portuaires
- ❑ les aménagements de plan d'eau
- ❑ la réalisation de fabriques de glace et de chambres froides dans les principaux centres de collecte et de commercialisation.
- ❑ l'acquisition de moyens adéquats de transport
- ❑ le contrôle sanitaire accru.

V. EVALUATION DES FILIERES

A/ PRINCIPES DE BASE

L'analyse de l'état actuel de la vingtaine de filières a fait ressortir des contraintes mais également les atouts et opportunités propres à chacune d'elles. Des mesures communes et spécifiques ont été proposées sous forme de plans d'action. La mise en application de ces différentes mesures permettra à moyen et long termes de lever les goulots d'étranglement qui freinent le développement de ces filières et d'exploiter au mieux les atouts et opportunités identifiés

A l'issue de l'étude, il ressort que toutes les filières étudiées sont importantes et peuvent chacune contribuer au développement socio-économique du pays, soit parce qu'elles participent à la satisfaction des besoins de consommation intérieure, soit parce qu'elles génèrent des revenus à l'exportation contribuant de ce fait à l'équilibre de la balance des paiements. Cependant, la faiblesse des ressources de l'Etat lui impose de procéder à une sélection des filières les plus porteuses qui seront traitées de manière prioritaire afin que le Mali puisse améliorer sa position sur les marchés sous-régional et international et bénéficier également des retombées de la globalisation de l'économie mondiale.

Pour faire la sélection des filières prioritaires, des critères ont été fixés et appliqués à chacune des filières analysées.

B/ CRITERES D'EVALUATION DES FILIERES

Il y a lieu de définir la notion de « filière porteuse » ou « filière prioritaire » afin de pouvoir procéder à une sélection aussi objective que possible. Pour cela, des critères ont été établis pour déterminer si une filière est porteuse ou non. Ces critères ont été définis aussi bien au niveau du produit du cru (contribution aux recettes d'exportation) qu'au niveau du produit transformé (contribution à l'industrialisation), le principe étant qu'un produit peut être soit porteur à la commercialisation soit porteur à transformation ou les deux à la fois.

1. CRITERES APPLICABLES AU PRODUIT DU CRU

- a) Disponibilité du produit (ou possibilité d'accroître rapidement la production)
- b) Existence d'une demande intérieure solvable
- c) Existence d'un potentiel à l'exportation
- d) Compétitivité intérieure du produit
- e) Compétitivité à l'exportation du produit

2. CRITERES APPLICABLES AU PRODUIT TRANSFORME

- a) Existence d'une demande intérieure solvable
- b) Possibilité d'exportation du produit fini
- c) Disponibilité de la matière première (ou possibilité d'accroître rapidement la production)
- d) Existence ou possibilité d'accès à une technologie appropriée
- e) Compétitivité intérieure du produit fini
- f) Compétitivité à l'exportation du produit fini

Pour chaque filière, une note variant de 0 à 4 points est affectée au titre de chaque critère en fonction de son importance :

□ 0 point	=	Insignifiant
□ 1 point	=	Passable
□ 2 points	=	Moyennement fort
□ 3 points	=	Fort
□ 4 points	=	Très fort

C/ RESULTATS DE L'EVALUATION

L'utilisation de ces critères a permis d'établir une grille d'évaluation. Il est admis que toute filière bénéficiant de 15 points ou plus soit au niveau du produit du cru, soit au niveau du produit de transformation, peut-être considérée comme « porteuse ». Ainsi, une dizaine de filières ont été retenue comme pouvant être traduite en projets prioritaires.

1. FILIERE KARITE

Seul le karité a été retenu parmi les quatre produits oléagineux analysés. En effet, ce produit bénéficie d'une grande demande intérieure et a également un fort potentiel à l'exportation. Si sa compétitivité sur le marché international est quelque peu mise à l'épreuve, c'est surtout à cause de sa qualité qui est due aux mauvaises conditions de traitement et de conditionnement aussi bien de l'amande que du produit beurre. Ces difficultés peuvent être levées par la mise en application des actions d'information et de sensibilisation des femmes rurales et l'intensification de la production industrielle de beurre de karité qui est un produit de meilleure qualité par rapport au beurre fabriqué de manière artisanale. Par ailleurs, le Mali tirerait plus de profit en exportant le beurre de karité que l'amande, compte tenu de la valeur ajoutée qui sera de ce fait créée.

2. FILIERE RIZ OFFICE DU NIGER

Le riz est un produit pour lequel le Mali peut se placer en peloton de tête au niveau de la sous-région si les principales mesures préconisées dans le plan d'action étaient effectivement mises en œuvre. En effet, ce produit est très fortement demandé sur le marché intérieur et tient la compétition avec le riz étranger importé. Il présente en outre, un potentiel à l'exportation dans les pays de la sous-région, comme la Côte d'Ivoire et le Sénégal qui sont de grands demandeurs et qui ont des potentialités de production inférieures à celles du Mali. Le principal problème au niveau de cette filière reste l'amélioration de la compétitivité au plan de la qualité du riz offert et au plan du coût de production. Dans ce cadre, l'accent doit être mis sur la promotion des rizeries modernes qui sont susceptibles de produire du riz décortiqué de meilleure qualité que les petites décortiqueuses qui prolifèrent çà et là dans les zones de production et également sur un mode de conditionnement plus adapté aux normes de qualité exigées sur le marché extérieur.

3. FILIERE MAÏS

Le maïs est une céréale produite en grande qualité et qui a un coût de production moins élevé que celui du mil/sorgho.

Par ailleurs, il fait l'objet d'une demande intérieure importante en alimentation humaine et notamment il entre pour une part significative dans la fabrication de l'aliment bétail et l'aliment volaille. Cette considération est très importante pour un pays qui tire une part considérable de ses revenus de l'élevage.

En outre, le maïs peut entrer dans la formule de préparation du pain jusqu'à hauteur de 5 %. Il s'agira, pour développer cette forme d'utilisation du maïs, de mettre à la disposition des boulangers de la farine de maïs dégermée et de mener des actions de promotion auprès des boulangers et des consommateurs.

4. FILIERE COTON

Le coton est la principale culture de rente au Mali et constitue le premier produit d'exportation du pays. Si des efforts restent à faire pour améliorer la commercialisation du coton fibre sur le marché international, l'Etat devrait, à l'avenir, mettre beaucoup plus d'accent sur la transformation du coton fibre en vue, d'une part de l'import substitution et d'autre part, d'exporter des produits à plus grande valeur ajoutée. En effet, il existe un potentiel énorme à l'exportation du coton filé, du tissu écru et même des produits de bonneterie.

5. FILIERE ECHALOTE

L'échalote est une variété d'oignon qui est très largement consommée au Mali et dans les pays de la sous-région. La production actuelle est par ailleurs très importante et pourrait couvrir les besoins du pays si une solution était trouvée au problème de stockage et de conservation du produit frais. Les travaux de recherche sur les cases de conservation menés par les structures d'appui ont permis d'abaisser le taux de perte en cours du stockage jusqu'à 20%, un niveau qui reste encore très élevé. Il faudra orienter les efforts pour améliorer les infrastructures de stockage dans les zones de production et pour promouvoir l'échalote séchée (type EST) qui présente de grandes potentialités à l'exportation dans la sous-région Ouest Africaine. Pour ce faire, il faut rechercher et diffuser des technologies de séchage plus productives et améliorer le mode de conditionnement pour l'approvisionnement permanente du marché national et même offrir l'excédent sur le marché sous-régional.

6. FILIERE POIS SUCRE

Le pois sucré malien a des avantages comparatifs notamment sur le plan du goût par rapport à son concurrent espagnol. En effet, le pois malien est apprécié par les consommateurs espagnols qui le trouvent plus sucré que le pois espagnol. Par conséquent le produit malien pourrait s'imposer sur le marché espagnol qui est le seul consommateur à condition cependant que la filière soit mieux organisée.

Pour le moment, le développement de la filière ne peut se baser que sur la promotion de l'exportation. Pour cela il faut améliorer la qualité du produit. La transformation du produit en jus pourrait intervenir à moyen terme.

7. FILIERE MANGUE

La mangue est un produit pour lequel le Mali a des avantages comparatifs par rapport aux autres pays producteurs de la sous-région et mieux au plan mondial. Les variétés de mangue du Mali sont très prisées sur le marché international et les quantités produites sont les plus importantes dans la sous-région. Il est en effet établi que la majeure partie des exportations ivoiriennes vers l'Europe provient du Mali.

Le seul avantage de la Côte d'Ivoire dans ce domaine est l'existence de vrais opérateurs professionnels qui ont su créer un label pour la mangue ivoirienne et dont le dynamisme leur permet d'accéder plus facilement au marché international.

Les actions à entreprendre pour le développement de la filière mangue au Mali commenceront par l'appui aux opérateurs économiques pour les rendre plus professionnels et plus agressifs sur le marché international. L'accent doit être mis en particulier sur la démarché qualité, la normalisation et la création d'un label pour les mangues du Mali.

8. FILIERE POMME DE TERRE

L'analyse de la production, de la demande et des importations de pomme de terre dans les pays de la sous- région (Côte d'Ivoire, Sénégal, Mauritanie, Mali) montre que le Mali est actuellement le seul pays exportateur potentiel de la sous- région. Les autres pays sont importateurs nets de pomme de terre. Pour satisfaire leur demande, couverte en partie par la production locale, les pays concernés procèdent à des importations commerciales évaluées en moyenne à:

- ❑ 18.000 T dont 12.000 T en provenance de l'Europe pour la Côte d'Ivoire;
- ❑ 18.000 T dont 17.700 T en provenance de l'Europe pour le Sénégal;
- ❑ 7.800 T dont 7.800 T en provenance de l'Europe pour la Mauritanie.

Par ailleurs, le Mali dispose d'atouts certains pour se positionner comme exportateur crédible sur ces marchés cibles: la proximité, l'expérience des producteurs, le niveau appréciable des rendements à hectare et les possibilités d'augmentation rapide de la production. Il est possible pour le Mali, de concurrencer la pomme de terre européenne sur ces marchés mais à la condition de résoudre les contraintes identifiées.

9. FILIERE HARICOT VERT

Bien que la filière du haricot vert ne soit pas encore bien maîtrisée par les opérateurs maliens, il n'en demeure pas moins que ce produit présente des atouts très importants pour la Mali et peut contribuer à l'amélioration des recettes d'exportation du pays. Il faut pour cela mettre en œuvre des mesures tendant à favoriser l'intégration de la filière et à résoudre les difficultés liées à la chaîne de froid et au transport aérien.

10. FILIERE BETAIL/VIANDE

Le bétail sur pied constitue le 3^{ème} produit d'exportation après le coton et l'or. Le principal marché d'exportation reste la Côte d'Ivoire où le bétail malien est concurrencé par celui provenant du Burkina Faso. L'accumulation du bétail des 2 pays sur le marché ivoirien crée une situation d'abondance qui nuit aux exportateurs des 2 pays. Si des actions doivent être effectivement menées pour améliorer le système d'exportation du bétail sur pied (voir plan d'actions), il n'en demeure pas moins que l'Etat malien doit se consacrer davantage à la création de conditions favorables à l'exportation de la viande rouge qui devrait à la longue se substituer à celle du bétail sur pied compte tenu de la valeur ajoutée que cela créera au niveau de la filière. C'est pourquoi la sous-filière est considérée comme hautement prioritaire et devrait bénéficier d'un traitement de faveur par rapport au bétail sur pied.

11. FILIERE CUIRS ET PEAUX

Il existe un très grand potentiel à l'exportation des cuirs et peaux bruts ou tannés. Etant un grand pays d'élevage, le Mali dispose de quantités importantes de cuirs et peaux. Cependant, il existe un réel problème au niveau de la qualité qui pourrait être résolu par la sensibilisation des éleveurs et bouchers et l'institution de l'achat sur qualité. Cette sous-filière pourrait largement bénéficier du développement de la sous-filière viande rouge dans la mesure où cette dernière contribuerait à l'augmentation des quantités de cuirs et peaux

collectées et à l'amélioration de la qualité de ces produits qui seront obtenus dans de meilleures conditions.

12. FILIERE POISSON

La pêche revêt une importance capitale dans l'économie du Mali. Sur le plan national, le poisson est consommé par toutes les catégories de population, quel que soit le niveau de revenu. Il est en effet l'une des grandes sources de protéine accessibles aux couches les plus démunies de la population. De plus, au niveau sous régional, la pêche constitue, depuis plusieurs décennies un vaste courant d'exportation en direction de plusieurs pays voisins. Cependant, les principaux animateurs de la filière, les pêcheurs, tirent très peu de profit de leurs activités. Des efforts doivent être faits pour les aider à mieux s'organiser pour faciliter leur accès aux moyens financiers et matériels nécessaires à un exercice rentable de l'activité. Des actions doivent aussi être entreprises dans le domaine du transport et de la conservation, par la mise en place d'une chaîne de froid, depuis les zones de pêche jusqu'au consommateur final.

Le renforcement de la filière serait bénéfique à l'ensemble de la population.

VI. ORIENTATIONS STRATEGIQUES DES FILIERES PORTEUSES

1. FILIERE KARITE

La décision récente de l'Union Européenne d'autoriser d'autres sources de matières grasses que le beurre de cacao dans le chocolat, ouvrent des opportunités de marché pour le karité.

Alors qu'il possède le plus grand verger de la sous-région, le Mali n'exploite pas toute la production. En effet, à l'issue du diagnostic de la filière karité, il ressort que le potentiel de production non exploité d'amandes du Mali est d'environ 100 000 tonnes par an soit près de la moitié du potentiel existant. Cette situation s'expliquerait principalement par les difficultés de collecte et de commercialisation primaire.

Par ailleurs, le disponible exploité est très mal valorisé du fait de la qualité insuffisante engendrée par la méthode de traitement des noix en vigueur dans plusieurs régions du Mali. En effet, les amandes produites aujourd'hui ne sont pas de bonne qualité et sont dévalorisées sur les marchés d'exportation. L'amélioration des conditions de préparation de l'amande en utilisant des techniques appropriées connues permettraient d'augmenter de l'ordre de 40 % la valeur de l'amande.

En priorité, il est recommandé de valider le potentiel existant en réalisant une étude approfondie du verger et le cas échéant, d'étudier les mesures incitatives à son exploitation.

En second lieu, il est proposé d'apporter des appuis spécifiques aux groupements féminins en s'inspirant des expériences en cours (notamment celle de l'ONG AMIPJ à Zantiébougou), ce qui permettra d'augmenter le volume et la qualité des amandes mises sur le marché et de réduire la pénibilité du travail.

Sur le plan de la transformation industrielle, les unités existantes sont largement sous utilisées. Avant d'initier de nouveaux projets de production de beurre, il faudra d'abord étudier leur compétitivité pour cette première transformation et les raisons de leur sous-utilisation. En matière de transformation, il faut privilégier la recherche de projets qui dépassent la simple production de beurre afin de créer une valeur ajoutée plus importante ; par exemple le développement de partenariat international pour exploiter des niches spécifiques.

Il existe évidemment d'autres problèmes au niveau de la production qui seront certainement prise en charge par le Ministère du Développement notamment au niveau de la Commission mise en place à cet effet.

2. FILIERE RIZ OFFICE DU NIGER

La production disponible de riz au Mali est passée de 249.800 tonnes en 1991/1992 à 427.300 tonnes en 1998/1999 soit un taux de croissance de 71% en huit ans. Parallèlement, le taux de couverture des besoins de consommation en riz par la production nationale est passé de 52% en 1985/1986 à 100% en 1998/1999. Le Mali est donc devenu globalement autosuffisant en riz à parti de 1998/1999.

La stratégie pour l'accroissement de la production rizicole consiste à donner la priorité à la maîtrise totale de l'eau. La zone Office du Niger constitue la pièce maîtresse de cette stratégie de production. En effet, la production de paddy en zone Office représente actuellement 45 à 50 % de la production nationale de paddy.

Les projections réalisées dans le cadre de l'étude "stratégie de croissance accélérée et de développement" au regard de la performance actuelle de la production rizicole se présentent comme suit :

	hypothèses avec aléas				
	2001	2002	2003	2004	2005
Paddy (irrigué)	379,8	409,4	422,7	428,6	434,6
Paddy (pluvial)	585,9	651,9	725,3	807,0	898,0
Total	965,7	1.061,3	1.148,1	1.235,6	1.332,5

De source indépendante, l'excédent au Mali des disponibilités sur les besoins de consommation est estimé à l'horizon 2005 à 230.000 tonnes.

La gestion de cet excédent passe par la maîtrise de l'approvisionnement du marché intérieur à partir de la production locale et la promotion des exportations de riz local. Les pays de la sous région en général et des pays limitrophes en particulier constituent des marchés potentiels pour le Mali dans la mesure où ils sont importateurs nets de riz. Il y a une dizaine d'années, les pays limitrophes représentaient pour le Mali un marché potentiel de 974.000 tonnes de riz. Ce marché est actuellement en pleine expansion en raison du niveau du taux de la croissance démographique et du taux d'urbanisation élevé dans les pays concernés.

Ces marchés sont traditionnellement approvisionnés par des importations en provenance principalement de la Thaïlande, de la Chine, du Vietnam et du Pakistan. L'enjeu pour le Mali dans les années à venir, est de garder un avantage comparatif par rapport au riz importé sur son marché et de se positionner comme exportateur crédible en direction des pays limitrophes. Pour cela il faut remplir au moins trois conditions minimales :

- Produire du riz de qualité répondant aux normes commerciales internationales et au goût des consommateurs, ce qui n'est pas le cas actuellement. Dans ce contexte, l'accent doit être mis sur la promotion des mini-rizeries et des rizeries industrielles modernes d'une part et d'autre part sur la classification et le conditionnement du riz DP.
- Produire et être à mesure de vendre un riz compétitif du point de vue du prix par rapport à la concurrence qui occupe déjà les marchés cibles à l'exportation. Les études menées récemment montrent que le riz/Office du Niger peut être compétitif sur certains marchés régionaux. Cependant, parallèlement à l'augmentation de la production, une attention particulière doit être accordée à l'évolution des coûts de production, de transformation et de commercialisation.
- Avoir une bonne connaissance des marchés cibles et être à mesure d'offrir au moins les mêmes conditions de vente que les fournisseurs traditionnels de ces marchés.

3. FILIERE MAIS

La production de maïs a connu un important développement ces dernières années. Entre 1987/88 et 1998/1999 la production est passée de 178.609 à 392.972 tonnes. Ce développement pourrait encore être accru si les contraintes de commercialisation pouvaient être levées.

En effet, le maïs souffre principalement d'une atomisation de l'offre ce qui grève les coûts de collecte. Différents projets ont tenté d'apporter une solution. Il conviendrait en priorité de tirer les leçons de ces expériences avant de vulgariser l'une ou l'autre approche. En effet, sans une concentration de l'offre à un coût compétitif, il n'est pas possible d'envisager l'intégration du maïs local dans des processus industriels ou semi-industriels.

La recherche de débouchés pour le maïs est essentielle à son développement :

- ❑ L'utilisation de la farine de maïs en substitution du mil/ sorgho constitue un débouché naturel. Toutefois il y a lieu d'assurer une transformation industrielle et une promotion commerciale. Il existe déjà une Maïserie industrielle performante au Grand Moulin du Mali (GMM) non exploitée et des minoteries villageoises en zone CMDT qui nécessitent une mise à jour des installations techniques et un appui en gestion commerciale. Cette transformation industrielle pourrait favoriser l'accroissement de l'utilisation de la farine de maïs aussi bien dans les préparations culinaires traditionnelles que dans la panification et autres produits alimentaires (aliments de sevrage notamment).
- ❑ L'utilisation du maïs dans l'alimentation animale constitue aussi un débouché qui mérite d'être développé.

4. FILIERE COTON

La filière coton représente en moyenne 54% des exportations du Mali. Elle a connu une croissance remarquable ces dernières années et est cruciale pour le développement économique du Mali.

Cependant, la production de coton fibre est presque entièrement exportée car moins de 1% est transformée sur place.

La chute des prix sur les marchés mondiaux a mis en évidence les faiblesses de la filière et a amené les autorités à une réflexion approfondie sur le modèle de production et d'organisation d'ensemble de la filière. Celle-ci fonctionne sur la base des prix « administrés » et non sur la base des prix de marché et ce, tant pour l'achat aux planteurs que pour les prix de cession aux industries locales. Malgré ces subventions, les industries de transformation ne sont pas compétitives. Sans préjuger de l'évolution des réformes en cours d'élaboration, il est clair que l'évolution devra aller vers un modèle dans lequel les prix d'achat aux planteurs et les prix de cession aux usines devront correspondre mieux à la valeur de marché.

Lorsqu'on examine les expériences de privatisation dans d'autres pays, il faut être attentif à ne pas simplement remplacer un monopole d'Etat par un monopole privé. La privatisation n'est bénéfique que par la concurrence qu'elle introduit.

Dans ce contexte en matière de transformation industrielle, les orientations à retenir sont les suivantes :

- ❑ alléger la structure du prix du coton en ne faisant plus supporter par le coton les charges des réunions de services publics assurées par la CMDT
- ❑ améliorer la productivité de la fonction d'usinage de la CMDT notamment en séparant les fonctions industrielles des fonctions de service public ;
- ❑ améliorer la compétitivité des entreprises existantes (HUICOMA, COMATEX)
- ❑ rechercher des partenaires pour valoriser la production locale à destination d'abord du marché local et ensuite du marché régional sachant que ce partenariat ne pourra se construire sur des prix de cession en dessous du prix de marché mais sur la mise en place d'outil de transformation compétitif.

Cette réforme en profondeur de la filière créera des opportunités d'investissements pour le secteur privé.

5. FILIERE ECHALOTE

L'échalote est une variété d'oignon qui est largement consommée au Mali et dans la sous-région. Au Mali, la production est concentrée dans deux zones : le pays dogon qui produit environ 35 000 tonnes et la zone de l'Office du Niger qui produit dans l'ordre de 70 000 tonnes.

L'analyse de la situation de la filière échalote au Mali fait ressortir que la contrainte majeure au développement de cette filière reste les difficultés liées au stockage et à la conservation. La résolution de cette principale contrainte entraînera sans nul doute un accroissement sensible de la production. En effet, l'impossibilité pour les paysans de conserver leur production d'échalote explique la plupart des problèmes que ceux-ci rencontrent tels que :

- ❑ Le bradage de la production pendant la campagne pour minimiser les pertes
- ❑ Les difficultés de transport et d'exportation vers des marchés demandeurs
- ❑ L'impossibilité de l'étalement de la vente de la production dans le temps.

Tout ceci constitue des facteurs limitant de la production car les paysans n'ont aucune motivation à augmenter les quantités dans ces conditions. Par conséquent, la stratégie de développement de la filière échalote passe nécessairement par la recherche de solutions urgentes à ce problème de stockage/conservation.

Parmi les techniques de conservation utilisées, la production d'échalote séchée en tranche (EST) présente de bonnes opportunités tant au niveau local qu'à l'exportation. Cependant, aujourd'hui les volumes traités suivant cette technique représente moins de 2,5 % de la production. Des recherches sont en cours au niveau du Centre Agro-Entreprise/CHEMONICS afin de traiter l'échalote dans des unités mécanisées qui constitueront la base d'une filière d'échalote EST à développer.

Cependant, compte tenu de la demande de l'échalote fraîche, il faut continuer les recherches pour améliorer les cases de conservation actuelles et aussi multiplier ces cases de conservation dans les zones de production.

6. FILIERE POIS SUCRE

Le pois sucré occupe la troisième place des exportations dans la région de Sikasso après le coton et la pomme de terre. Plus de 80 % de la production est exportée à destination de l'Espagne qui est le seul acheteur. Etant donné la faible consommation de ce produit au Mali et dans la sous-région, le développement de la filière repose sur le développement des exportations vers ce pays. Le Mali est aujourd'hui le seul pays producteur qui exporte le pois sucré. Il dispose ainsi d'un avantage unique qu'il convient de conserver en assurant un développement de l'ensemble de la filière.

La principale contrainte au développement de l'exportation se situe au niveau de la qualité du pois sucré du Mali qui est trop chargé d'impuretés. Par conséquent, l'action prioritaire à entreprendre est l'amélioration de la qualité en :

- ❑ mettant en place une unité industrielle de nettoyage du pois sucré
- ❑ en améliorant les techniques de récolte
- ❑ en développant les capacités de stockage et de conditionnement.

Par ailleurs, une meilleure connaissance des marchés, de ses attentes et de des perspectives de développement devrait orienter les intervenants sur les actions à mener et permettre aux opérateurs du Mali de se placer dans les meilleures conditions pour satisfaire les clients extérieurs.

Concernant la production, beaucoup de progrès sont encore à accomplir pour améliorer les itinéraires techniques: alors que les rendements en Espagne sont de 15 tonnes, les rendements au Mali se situent entre 3 et 4 tonnes.

7. FILIERE MANGUE

La mangue est un produit pour lequel le Mali présente des avantages comparatifs par rapport aux autres pays de la sous-région et au niveau international. Cependant, les statistiques disponibles à l'exportation ne reflètent pas le dynamisme de cette activité. En effet, des exportations vers la sous-région pour la consommation intérieure (Sénégal, Mauritanie) ou destinées à l'exportation (Côte d'Ivoire) sont réalisées par le secteur informel sans entrer dans les statistiques officielles.

La mangue du Mali exporté quasiment par avion a vu sa part du marché se réduire d'année en année. Les principales causes de cette évolution sont : l'absence de professionnel dans la filière, le manque de dynamisme commercial des opérateurs, le coût élevé du transport, la qualité, la concurrence de la mangue transportée par bateau « mangue bateau ».

Différentes actions sont menées actuellement entre autres par le CAE, l'APROFA et l'APEP pour améliorer la position du Mali et appuyer les exportateurs. Il s'agit notamment de: l'organisation des missions commerciales, la lutte contre les maladies de la mangue (mouche de la mangue), l'appui à la maîtrise du transport par bateau de la mangue via Abidjan, un début de recensement des plantations actuelles de manguiers.

Pour améliorer l'exploitation du potentiel existant, il est proposé d'agir prioritairement à trois niveaux :

a) La promotion de la transformation de la mangue : mangue séchée, pulpe de mangue notamment.

Il s'agira d'assurer un encouragement et la recherche d'opportunité en matière de transformation à destination du marché international et régional et cela à travers une stratégie de partenariat (joint venture par exemple) qui garantit l'écoulement des stocks transformés. Une étude d'opportunité sur ce sujet est en cours au niveau de CAE.

b) Le développement de l'exportation de la mangue fraîche par :

- ☐ Une meilleure maîtrise du transport par avion et surtout par bateau;
- ☐ Une meilleure connaissance et une diversification des marchés régionaux et internationaux à l'exportation
- ☐ l'instauration d'un label de qualité pour la mangue malienne.

c) L'amélioration des circuits de distribution et des infrastructures de commercialisation du marché local.

8. FILIERE POMME DE TERRE

Le Mali est, après le Nigeria, avec plus de 30.000 tonnes de production le plus grand producteur de la pomme de terre de la sous région. Les techniques de production sont bien maîtrisées et les rendements dépassent les 20 tonnes par hectare.

Le développement de cette filière dépend principalement de l'accroissement de la consommation intérieure et des exportations dans la sous- région.

Le principal marché à l'exportation est la Côte d'Ivoire qui importe 18 000 tonnes par an dont 12 000 tonnes en provenance d'Europe. Le Sénégal, bien que producteur importe également environ 18 000 tonnes. Pour améliorer leur position sur ces marchés, les exportateurs maliens doivent soigner la qualité du produit offert et cela implique la mise en place d'unités de stockage/conservation et de stations de conditionnement.

Les usages de la pomme de terre dans les niches spécifiques offrent également des opportunités pour les entrepreneurs même si cela concerne des volumes assez limités actuellement : par exemple, le créneau de la fabrication de chips pourrait être exploré.

9. FILIERE HARICOT VERT

Le Mali, malgré ses énormes potentialités, occupe le dernier rang des pays producteurs/exportateurs de haricot vert de la sous région de l'Afrique de l'Ouest. Pourtant, le haricot vert produit au Mali est, grâce aux conditions climatiques et agronomiques très favorables, de bien meilleure qualité (extra fin et fin) que celui d'autres origines africaines.

La production de haricot vert, en raison de son cycle végétatif très court, du potentiel agro-écologique, ainsi que de l'existence des opportunités d'exportation, pourrait connaître un essor très rapide si les principales contraintes entravant le développement de la filière étaient levées:

Pour mieux exploiter le potentiel existant, il est proposé d'agir prioritairement aux niveaux suivants:

- ❑ L'affectation de périmètres de production sécurisés au double plan de la maîtrise de l'eau et la protection contre les déprédateurs;
- ❑ La formation des producteurs et du personnel technique des entreprises exportatrices en matière d'itinéraires techniques de production;
- ❑ L'instauration de relations de confiance entre les producteurs et les entreprises exportatrices;
- ❑ Le développement de l'exportation par :
 - Une meilleure maîtrise du transport par avion;
 - Une meilleure connaissance et une diversification des marchés régionaux et internationaux à l'export -
 - l'instauration d'un label de qualité pour le haricot vert malien.

10. FILIERE BETAIL/ VIANDE

Le bétail sur pied constitue le 3^{ème} produit d'exportation après le coton et l'or. Le principal marché d'exportation est la Côte d'Ivoire où le bétail malien est concurrencé par le bétail burkinabé.

Les orientations prioritaires pour le développement de la filière bétail concernent la maîtrise des techniques d'élevage et la préservation de la santé animale, la valorisation du potentiel disponible par le développement de l'embouche, la valorisation des produits locaux la facilitation des transactions par la construction de pistes et de marchés à bétail.

Par ailleurs, le Gouvernement du Mali a toujours donné une priorité politique importante à la substitution des exportations de bétail par des exportations de viande. Cette substitution était considérée comme la source de création de valeur ajoutée et d'emploi. Dans une économie ouverte à la concurrence, cette substitution ne peut-être envisagée que dans la mesure où cette transformation peut-être réalisée de manière compétitive. Aujourd'hui, ce n'est pas le cas. Il est plus intéressant d'exporter le bétail sur pied que de la viande rouge. Dans ce contexte, quel peut-être l'avenir de l'Abattoir Frigorifique de Bamako ?

La recherche et la mise au point de techniques spécifiques adaptées de traitement pour la mise en place d'une filière viande rouge compétitive à l'exportation devraient être menées avant tout investissement dans ce secteur.

Il est en effet peu probable d'amener des investisseurs privés à s'intéresser à la rénovation de l'Abattoir Frigorifique du Mali ou à l'extension des abattoirs régionaux de Ségou et Sikasso (toutes les actions prévues dans le plan d'actions) tant que la rentabilité des exportations de viande n'aura pas été établie. C'est la raison pour laquelle aucune fiche n'a été élaborée en rapport avec ces actions. A la place, il est proposé la conduite d'une étude détaillée sur les conditions de rentabilisation des exportations de viande.

11. FILIERE CUIRS ET PEAUX

Le Mali est un pays d'élevage et dispose de quantités importantes de cuirs et peaux. La filière souffre d'un problème de disponibilité et de qualité des cuirs. Les abattages étant réalisés près des lieux de consommation, il n'y a en dehors de Bamako, pas ou peu de concentration de l'offre ce qui entraîne des frais de collecte importants. Par ailleurs, les techniques d'élevage, les pratiques d'abattages et les techniques de traitement des peaux telles qu'elles sont réalisées actuellement, ne favorisent pas une production de qualité. Un travail de sensibilisation de tous les acteurs et de formation devrait permettre d'améliorer cette situation.

En ce qui concerne les tanneries, les projets de modernisation des outils ou de création de nouvelles unités (Ségou) témoignent de l'intérêt économique que le secteur privé porte à cette production. Ceux-ci doivent être encouragés et d'autres opportunités recherchées notamment pour développer des produits plus élaborés que le « wet blue ».

L'artisanat du cuir en général est relativement peu développé au Mali. Or, le développement d'un artisanat de qualité est une source de valeur ajoutée et d'emploi comme le montre l'expérience des pays du Maghreb. Il est recommandé de dynamiser la politique de développement de l'artisanat notamment par la formation des personnes aux techniques et la recherche de produits adaptés au marché.

12. FILIERE CUIRS ET PEAUX

La pêche contribue au Produit Intérieur Brut pour environ 30 milliards de FCFA par an soit environ 4,2 % et apporte annuellement 3 milliards FCFA au Budget d'Etat sous forme de divers impôts et taxes. Le Mali compte environ 70 000 pêcheurs regroupés en 33 000 ménages

Les produits de la pêche sont consommés par toutes les couches de la population. Le poisson est en effet la seule grande source de protéine accessible aux petits revenus sous forme de poisson séché, fumé, brûlé et en poudre. Au niveau sous régional, le poisson constitue, depuis plusieurs décennies, un des principaux produits d'exportation du Mali.

En dépit de cette importance, la filière souffre de plusieurs faiblesses dont :

- ❑ L'absence de moyens financiers et matériels pour les pêcheurs ;
- ❑ La main mise des commerçantes de poisson (mareyeuses) sur les moyens de production, donc sur l'essentiel des revenus tirés de la pêche ;
- ❑ Le manque d'infrastructures de conservation et de transport du poisson frais ;
- ❑ Le faible aménagement de certaines zones portuaires où le poisson est déposé à même la terre.

Les orientations à retenir au niveau de la filière sont les suivantes :

- ❑ Le regroupement et l'organisation de chaque catégorie d'acteur sous forme d'association ou de coopérative selon le cas.
- ❑ Le renforcement de ces regroupements par la formation en gestion pratique de l'épargne crédit, etc.
- ❑ La facilitation de l'accès aux crédits et moyens matériels des pêcheurs.
- ❑ La promotion des activités de fabrique de glace et de chambres froides dans les zones de pêche et de consommation du poisson.
- ❑ La facilitation d'acquisition de moyens de transport adéquats du poisson.
- ❑ La réalisation d'aménagements portuaires dans toutes les grandes zones de pêche.

VII. ACTIONS PRIORITAIRES A ENTREPRENDRE

A/ ACTIONS PRIORITAIRES DE L'ETAT ET DES STRUCTURES D'APPUI

1. ACTIONS COMMUNES A L'ENSEMBLE DES FILIERES

1.1. AU PLAN ORGANISATIONNEL ET ENVIRONNEMENTAL

a) Créer les cadres de concertation et de coordination entre les acteurs des filières

Les principaux intervenants dans une filière doivent être organisés sur les plans horizontal et vertical. Aujourd'hui, les marchés sont organisés entre les différents acteurs dans un pays (producteurs, exportateurs, transformateurs) entre les pays et même entre les régions du monde. Dans ce contexte, l'établissement d'un code de conduite entre les producteurs et les opérateurs économiques, pourrait contribuer à une meilleure organisation de la filière.

Il est important que tous les acteurs d'une filière se considèrent comme des partenaires et non comme des adversaires. En réalité, chaque intervenant ne peut se développer au détriment des autres au risque que la filière entière en souffre. C'est pourquoi, les intervenants doivent se retrouver périodiquement au sein d'une structure dont la forme reste à définir, afin de partager leurs difficultés, négocier et trouver des solutions consensuelles qui ne léseront personne en particulier.

Un tel cadre de concertation pourrait être composé des représentants : des associations de producteurs, des industriels, des commerçants, des organisations professionnelles, des structures d'appui de l'Etat, des associations de consommateurs.

La création du cadre de concertation et de coordination est du ressort de l'Etat par l'intermédiaire de la Primature qui coordonne les activités des différents ministères impliqués dans la gestion des filières (MDR, MICT, etc.).

b) Améliorer le système d'informations sur les marchés des fruits et légumes

Une véritable politique de filière doit être soutenue par un réseau d'information efficace sur les quantités produites et distribuées et les prix pratiqués aux différentes étapes de la distribution. Dès lors, il devient impératif de doter l'OMA en moyens logistiques, financiers et humains pour que cet organisme puisse non seulement améliorer le système de collecte des informations commerciales sur l'ensemble des produits de diversification mais également collecter et diffuser les informations sur les marchés des pays de la sous-région et même au niveau du marché international. Cette tâche incombe à l'Etat à travers le Ministère de tutelle de l'OMA.

c) Améliorer les dispositifs de normalisation et de contrôle phytosanitaire

Les produits du Mali crus ou transformés souffrent en général d'un manque cruel de qualité qui résulte de la qualité des services et des produits au niveau de tous les maillons de la filière :

- ☐ qualité des semences et des intrants agricoles,
- ☐ qualité des équipements agricoles,

- ❑ qualité des techniques culturales et de récolte,
- ❑ qualité des méthodes et moyens de stockage/conditionnement
- ❑ qualité des moyens de transport,
- ❑ qualité des techniques et équipements de transformation,
- ❑ qualité de l'organisation des acteurs des filières
- ❑ qualité de ressources humaines, etc.

L'amélioration de la qualité des produits est conditionnée par l'introduction de la démarche qualité à tous ces niveaux. Il faut former et informer les fournisseurs d'intrants, les producteurs et les opérateurs économiques et les doter de moyens de travail suffisamment performants afin de les amener à intégrer la démarche qualité dans leur travail quotidien et offrir sur les marchés national et international des produits compétitifs.

Parallèlement, les services de l'Etat, (DNI et DGRC) doivent élaborer les normes de qualité pour les produits agricoles crus et transformés et mettre en place un système de contrôle efficace des produits notamment à l'exportation. Il s'agit de créer pour tous les produits destinés au marché extérieur un véritable « label Mali » qui les distinguerait des produits similaires provenant d'autres pays fournisseurs.

Afin de renforcer la crédibilité des produits de label Mali sur le marché international, il est souhaitable d'amener les opérateurs économiques à recourir aux services des Sociétés de certification de la qualité comme VERITAS et BALTIC CONTROL.

En plus, les associations de consommateurs telles que l'ASCOMA doivent être dynamisées afin de prendre davantage en charge les préoccupations des populations. Ces associations ont le devoir d'informer leurs membres sur les dangers encourus et de prendre effectivement des mesures en collaboration avec les services chargés des contrôles phytosanitaires.

Il incombe à l'Etat à travers le MDR de doter la DGRC-SDR de moyens à la hauteur de sa mission. En plus du budget accordé par l'Etat, les organisations professionnelles et les opérateurs peuvent contribuer en payant conséquemment les services fournis par le Service de contrôle.

En matière de normalisation, il faut une collaboration étroite entre la DGRC et la Direction Nationale des Industries (DNI) qui a en charge d'élaborer les normes relatives à l'ensemble des produits et services au Mali. Ce service doit également être doté de moyens suffisants à travers le MICT, pour lui permettre d'élaborer les normes de qualité dans tous les domaines et former les opérateurs économiques dans la démarche qualité au sein de leurs entreprises.

d) Mieux organiser les producteurs

A la place des Associations villageoises actuelles, il faut procéder à une réorganisation des producteurs par filière. Il y aurait des groupements villageois de producteurs qui se retrouveront dans une association régionale et une Association unique au niveau national.

Une telle association nationale constituerait un interlocuteur privilégié pour les autres acteurs de la filière (commerçants, exportateurs, transformateurs, structures d'appui). La force d'une telle organisation résiderait dans sa capacité à négocier face à ses partenaires pour tirer un meilleur profit de la vente de ses produits, mais également pour servir de garant au niveau du respect des engagements contractuels.

Pour être performants, les groupements et associations devront être appuyés par l'Etat et les structures d'appui aux plans de la formation, de l'information et de la gestion.

La réorganisation des AV et autres organisations paysannes est du ressort principalement de la CPS du MDR à travers le PASA/OP.

1.2. PRODUCTION

a) Vulgariser les résultats de la recherche variétale

Le problème de semences est largement ressenti dans toutes les zones de production. Le Service semencier n'est plus en mesure de satisfaire les besoins des paysans en semences améliorées, depuis le désengagement de l'état. Dans la mesure où des variétés nouvelles plus adaptées sont mises au point par la recherche, il s'agit donc de procéder à une vulgarisation de ces variétés. Les structures d'appui doivent encourager les opérateurs privés à mettre en place des entreprises de multiplication et de vente des semences.

b) Accroître la compétitivité par l'amélioration des systèmes de production

La non compétitivité de certaines spéculations au plan international est principalement due à la mauvaise performance des systèmes de production en vigueur. Il est grand temps de passer de l'agriculture de subsistance à de véritables exploitations dont les produits sont transformables industriellement et peuvent être compétitifs sur le marché international.

En effet, depuis l'indépendance, les méthodes culturales n'ont pas changé de manière sensible. Des efforts doivent être faits par les structures d'appui (CMDT, OHVN, DNAMR, etc.) pour amener les paysans à mieux s'équiper et à adopter les méthodes de cultures intensives par l'utilisation d'engrais et le suivi d'itinéraires techniques performants, l'objectif étant de rehausser les rendements actuels afin de réduire les coûts de production. Pour cela, les mesures suivantes sont à mettre en œuvre.

♦ Mettre à la disposition des paysans des semences de qualité

Une solution serait d'intéresser les opérateurs privés dans la mise en place d'entreprises de production et de commercialisation des variétés améliorées mises au point par le service de la recherche ou importées par les structures d'appui.

♦ Favoriser la mise en marché des paysans des intrants de qualité

Des dispositions doivent être prises par les services techniques du MDR notamment la DGRC pour déterminer les types d'engrais et de produits phytosanitaires sanitaires à importer, informer les fournisseurs d'intrants sur les besoins des producteurs en ces matières. Par ailleurs, la DGRC doit être renforcée pour qu'un contrôle efficace soit mis en œuvre à l'entrée de ces produits sur le territoire national.

♦ Favoriser l'accès des paysans aux équipements agricoles

Pour les paysans qui ont la surface financière nécessaire, les structures d'appui pourraient doter les caisses locales d'épargne et de crédit d'un fonds pouvant garantir le financement de l'achat de matériel agricole. Pour les autres, il suffirait de promouvoir la création d'entreprises privées de location de matériel agricole dans les principales zones de production.

c) Mettre en place un système de financement des semences et intrants agricoles

L'intensification des productions agricoles nécessite l'utilisation d'intrants agricoles comme les engrais et les produits phytosanitaires. Le niveau des revenus des paysans ne leur permet pas d'avoir individuellement accès à ces produits. C'est pourquoi, les associations villageoises (AV) ont été créées pour servir d'interface avec les partenaires financiers. Malheureusement, la forme d'organisation actuelle des AV n'a pas permis à ces organisations d'être performantes.

La nouvelle organisation proposée par filière renforcée par les mesures d'accompagnement par l'assistance en formation, information et gestion doit normalement faciliter l'accès des organisations de producteurs au financement à travers les systèmes de financement décentralisés qui doivent être développés et étendus aux principales zones de production.

Les nouvelles associations peuvent valablement servir d'interlocutrices pour les institutions de financement en garantissant le remboursement des crédits qui seront alloués à leurs membres. Elles devront procéder par appel d'offres pour créer la concurrence entre les importateurs d'intrants et obtenir les meilleures conditions de prix et de qualité.

d) Aménager et équiper les périmètres maraîchers

Il revient au MDR à travers ses services techniques compétents, de dégager des superficies soit au niveau des zones irriguées (Sélingué, Office du Niger, Baguineda), soit au niveau des bas-fonds, pour être affectées aux maraîchers. Des fonds pourraient être recherchés auprès des partenaires au développement pour aménager et équiper ces terres en puits, petits barrages, autres infrastructures de base.

1.3. TRANSFORMATION

a) Améliorer les techniques de transformation existantes

Les structures d'appui comme le CNPI et le CAE doivent conjuguer leurs efforts pour de rechercher et vulgariser des technologies intermédiaires au niveau des pays émergents (Chine, Brésil, Inde, Afrique du Sud) et intéresser les opérateurs privés à la mise en place d'unités semi-industrielles de transformation qui remplaceront à la longue les unités artisanales de transformation.

b) Augmenter le niveau de la transformation des productions agro-industrielles

Il ressort de l'analyse des filières agro-industrielles que le niveau de transformation actuel de ces produits est dérisoire. Si pour certaines spéculations (oseille, haricot vert notamment) les quantités produites ne justifient pas à l'heure actuelle de développement de la transformation, pour d'autres comme l'échalote, la tomate, la mangue, il existe des opportunités de valorisation par la transformation semi-industrielle et/ou industrielle.

Parallèlement, des recherches doivent être effectuées par les services compétents comme le Laboratoire de Technologie Alimentaire (LTA), pour identifier et mettre au point d'autres types de produits, ce qui permettrait de diversifier la gamme des produits transformés disponibles sur les marchés.

c) Rechercher et diffuser les technologies améliorées de transformation

Les services d'appui et de recherche doivent intensifier la recherche pour améliorer les techniques artisanales de transformation par :

- ❑ la mise en place de programmes de mise au point de technologies adaptées
- ❑ la prospection dans les pays émergents de technologies plus appropriées et à forte productivité pour la promotion d'unités semi-industrielles de production

1.4. COMMERCIALISATION/ EXPORTATION

a) Améliorer les infrastructures de stockage/ conservation des produits frais

Il faut remédier à l'insuffisance notoire des capacités de stockage dans les zones de productions, en appuyant les groupements de producteurs pour la construction des magasins, cases de conservation et autres infrastructures adaptées à la conservation des productions agricoles.

En outre, il faut encourager la mise en place auprès des marchés centraux des infrastructures de stockage (magasins, chambres froides) qui peuvent être promues soit par les opérateurs économiques, soit par les associations de producteurs, soit par les autorités communales.

b) Créer les conditions d'accès des opérateurs au crédit de campagne

Les banques au Mali sont suffisamment liquides pour pouvoir prendre en charge le financement des campagnes agricoles. C'est surtout la qualité des opérateurs qui les empêche d'accéder au crédit. Il faut donc former et informer les associations professionnelles des commerçants, assainir la profession en élaborant des textes réglementant l'accès aux opérations d'exportation.

En outre, le développement du système de tiers-détention pour les produits secs non périssables peut favoriser l'obtention de crédit de campagne par un grand nombre de commerçants.

Dans le but d'endiguer l'atomisation de l'offre en zone Office du Niger et favoriser le regroupement des acteurs (producteurs, décortiqueuses semi-industrielles, des demi-grossistes) et de l'offre, il est nécessaire d'instituer un cadre de concertation regroupant l'Etat, les banques de la place y compris l'agence BCEAO, les transformateurs la CCIM, l'APCAM, les tiers détenteurs en activité et les partenaires au développement ; cela en vue de parvenir à une solution consensuelle.

Pour la relance du financement des crédits de campagne pour le mil/sorgho- maïs il est nécessaire:

- ❑ D'examiner le problème de financement des opérations céréalières villageoises (OCV) à l'occasion de la concertation recommandée -au point a)- autour du rapport d'évaluation des OCV. Les systèmes de tiers détention classique et de financement décentralisé par le biais des caisses de d'épargne et de crédit rurales ainsi que le financement à très court terme sur les marchés hebdomadaires (crédit flash) sont des pistes à explorer à l'occasion de la concertation.
- ❑ D'instaurer une concertation avec les commerçants céréaliers demi-grossistes et collecteurs indépendants afin de mieux comprendre leur réticence à solliciter les crédits de campagne et y trouver des solutions idoines,

- D'amener les banques et les partenaires au développement à s'impliquer davantage dans le financement des crédits de campagnes soit directement, soit à travers les circuits décentralisés des caisses rurales d'épargne et de crédit.

c) Désenclaver les zones de production

L'Etat doit inscrire dans le PST, le désenclavement prioritaire des zones de production excédentaire. Il faut effectivement renforcer les actions menées dans ce sens par une structure d'appui comme la CMDT qui aménage sur ses fonds propres les pistes rurales permettant ainsi l'évacuation des productions agricoles. Il est à noter que la route Ségou-Niono qui permet l'évacuation de tout le riz de l'Office du Niger est actuellement impraticable.

L'Etat pourrait également appuyer les efforts des nouvelles communes en ce qui concerne la réalisation des pistes locales et intercommunales.

2. ACTIONS SPECIFIQUES PRIORITAIRES POUR LES FILIERES PORTEUSES

Ces actions spécifiques sont détaillées dans le volume X sous forme de fiches de projets.

B/ OPPORTUNITES D'INVESTISSEMENT POUR LE SECTEUR PRIVE

Les opportunités d'investissement ont été traduites en fiches de projets dans le volume X.

VIII. STRATEGIE DE COMMUNICATION POUR LA PROMOTION DES OPPORTUNITES D'INVESTISSEMENT

1. OBJECTIFS

Cette stratégie de communication a pour but d'amener les investisseurs potentiels à s'intéresser aux fiches projets décrites dans le « Volume X » et à réaliser les projets qui sont prioritaires pour l'Etat malien.

2. GROUPES CIBLES

La présente stratégie de communication s'adresse à toutes les personnes physiques ou morales désireuses d'investir au Mali et intéressées par le développement de l'une ou l'autre des filières jugées porteuses.

Trois groupes sont ainsi visés :

- ☐ Les opérateurs économiques résidant au Mali
- ☐ Les Maliens de l'extérieur désireux d'investir dans leur pays
- ☐ Les investisseurs étrangers opérant seuls ou en partenariat avec les opérateurs nationaux et désireux de contribuer au développement économique et social du Mali.

3. RESPONSABLE

La mise en œuvre de la présente stratégie de communication est du ressort de la structure qui sera chargée de la coordination des filières agro-industrielles.

4. ACTIVITES

Les actions à entreprendre sont fonction du groupe cible visé :

4.1. OPERATEURS ECONOMIQUES RESIDANT AU MALI

Ces opérateurs sont en général affiliés à une ou plusieurs organisations professionnelles dont les plus représentatives sont : la CCIM, la FNEM, l'APCAM, l'AMELEF, l'APFEL, la FEBEVIM, la FNAM, l'AMAPRO, l'AMEPROC, etc.

Ils sont également pour la plupart assistés par des structures d'appui qui s'occupent entre autres de la promotion des activités de transformation et/ou de commercialisation. Les principales structures d'appui sont : l'APEP, l'APROFA, le CAE, le CNPI, etc.

Ces organisations professionnelles et structures d'appui peuvent constituer des relais pour la diffusion des fiches projets au niveau des opérateurs qu'elles encadrent.

Les actions spécifiques à mener auprès de ce groupe cible sont :

- ☐ Réunions d'information et de sensibilisation avec chaque organisation professionnelle à Bamako ou avec l'ensemble de ces organisations
- ☐ Tournées dans les capitales régionales pour informer et sensibiliser les opérateurs économiques résidant à l'intérieur du pays.

- Communications écrites dans les journaux spécialisés et les quotidiens les plus lus.
- Implication des structures d'appui au secteur privé et éventuellement des bureaux d'étude privés pour ventiler les fiches projets au niveau des opérateurs qui auraient recours à leur assistance.

4.2. MALIENS DE L'EXTERIEUR

C'est un groupe auquel il faut accorder un intérêt particulier. Ils ont pour certains une très grande surface financière et sont susceptibles d'investir à condition qu'on puisse identifier pour eux les créneaux porteurs et qu'ils soient informés des mesures incitatives existant dans le domaine de l'investissement privé.

Les actions à entreprendre à l'endroit des maliens de l'extérieur concernent :

a) Implication des représentations diplomatiques du Mali dans les différents pays

Cela peut se faire à travers la nomination dans les ambassades et consulats, de conseillers commerciaux qui seront chargés de diffuser les fiches projets au sein de la communauté malienne.

b) Utilisation des associations des maliens dans les différents pays d'accueil comme relais

Dans chaque pays, les Maliens résidant à l'extérieur sont organisés au sein d'associations qui peuvent constituer des relais pour la diffusion des fiches projets. Les conseillers commerciaux dans les ambassades et consulats du Mali à l'étranger seront chargés de contacter ces associations et de les tenir informés des opportunités d'affaires existant au Mali.

c) Organisation de missions dans les pays d'accueil

Des visites seront programmées pour rencontrer et informer les Maliens de l'extérieur à travers leurs associations et en impliquant les conseillers commerciaux qui seront chargés de faire le suivi après le départ de la mission.

4.3. INVESTISSEURS ETRANGERS

Ce groupe cible est particulièrement intéressé par les projets d'une certaine envergure qui dépassent généralement les capacités techniques et financières des opérateurs nationaux. Les actions à mener pour atteindre les investisseurs étrangers sont :

a) Implication des missions diplomatiques des pays développés au Mali

Cette implication pourrait se faire à travers les conseillers commerciaux, les ambassades et consulats présents sur le territoire du Mali.

Il s'agira d'adresser les fiches de projets prioritaires à chacune des représentations diplomatiques pour qu'elles puissent les diffuser au niveau de leurs ressortissants ou au niveau des institutions bilatérales qui s'occupent du développement industriel.

b) Implication des organisations bilatérales et multilatérales

Des organisations comme le Centre de Développement Industrielles (CDI) basé à Bruxelles, sont Intéressées à la promotion des projets prioritaires et à la réalisation de joint-venture entre les opérateurs maliens et les partenaires techniques et financiers des pays développés.

c) Organisation de tables rondes

Des tables rondes regroupant les investisseurs et des bailleurs de fonds seront organisées et médiatisées : reportage de la télévision dans les radios et les journaux privés.

d) utilisation du réseau Internet

Diffusion de fiches projets sur des sites WEB au Mali ou création d'un site spécial pour faire la promotion des projets prioritaires

IX. CONCLUSION

La lutte contre la pauvreté, option prioritaire du Gouvernement est une œuvre complexe pour laquelle il n'existe aucune théorie universelle. Cependant, l'expérience a prouvé que le moyen le plus approprié de tirer le meilleur parti des ressources et potentialité nationale au bénéfice des populations est l'organisation des acteurs et l'harmonisation de leurs interventions autour de certains produits clés, selon une stratégie de vision d'ensemble appelée approche filière. Cette stratégie doit être conçue dans le cadre d'un partenariat actif entre tous les acteurs impliqués dans chaque filière : Etat, producteurs, financiers, structures d'appui non étatique, partenaires au développement, opérateurs économiques, etc.

La présente étude avait pour objet essentiel de faire l'état des lieux de la vingtaine de filières agro-industrielles, d'identifier les contraintes à leur développement et de faire des recommandations pour leur épanouissement.

Suite aux différentes analyses, certaines contraintes mises en évidence pour l'ensemble des filières méritent une attention particulière. Il s'agit entre autres :

- ❑ De l'inorganisation des producteurs et des différents autres acteurs ;
- ❑ Du très faible niveau de formation des acteurs
- ❑ De l'absence de statistiques sur les filières
- ❑ De l'absence de normes et d'esprit de qualité

Ces questions doivent être prises en charge pour l'ensemble des filières.

En plus, l'étude a suggéré, compte tenu de la limitation des ressources étatiques, d'accorder la priorité de l'action gouvernementale à une dizaine de filières jugées relativement porteuses. Pour ces filières, des fiches d'investissement pour le gouvernement et des fiches d'opportunité d'affaires pour le secteur privé ont été proposées. Il a par ailleurs été recommandé aux autorités de désigner de manière consensuelle une structure de rattachement institutionnel du suivi des filières.

ANNEXES

STRUCTURES VISITEES

District de Bamako/ Kati/ Baguineda

Structures visitées	Personnes rencontrées	Fonction
CAE/CHEMONICS	Bocar DIALLO Aïssa TOURE Daouda DIARRA Amadou SYLLA M. BOUKENEM Dr COOK	
MICT	Arouna NIANG M.SY	Secrétaire Général Conseiller technique
MDR	Yafong BERTHE Moussa Léo SIDIBE Amadou KONE	Conseiller technique PASA/OP Directeur CPS
CNPI	Mohamed SIMPARA Namory TRAORE Mme ERLESS Oumou M. TOGOLA	Directeur general Directeur adjoint Relations extérieures Documentaliste
DNI	Adama KONATE	DG
OHVN	Cheickna SIDIBE M. TRAORE	DG DGA
ACDI	Cheick Sadibou KEITA	Conseiller technique
DNCC	M. SANOGO	Chef Division
APROFA	Moussa SISSOKO Jean COULIBALY Sory DIARRA	DG Chef Antenne Bamako/Koulikoro
APCAM	M. KEITA Moussa KONTAO Mme DOUMBIA Haoua	SG
AMELEF	Mme TOURE Aïssa	Présidente
HUICOMA	M. NIARE Mamadou SIDIBE	DG DGA
CMDT	Ousmane GUINDO Mme COULIBALY Hawa	Chef DTDR PROFED
DNSI	Mme Fatoumata DICKO	DG
Délégation à l'Intégration Africaine	Hussein DICKO Alou SOW	Délégué Général Conseiller
DNAC		DG
CRRA SOTUBA	Lassine DIARRA Moussa KARAMBE Ibrahima	DG Ressources Forestières Programme Bovin

	KASSAMBARA Alou Badara CISSE Mme COULIBALY Salimata Mme DIALLO Fatoumata Mme DIARISSO Niamoye Moussa KASSAMBARA Mme SISSOKO Worokia Aboubacar TOURE Djongou SISSOKO	Gestion Ressources Naturelles LTA Programme Volaille Programme Fruits et Légumes Programme Fruits et Légumes Labo Nutrition Animale Programme Sorgho Programme Maïs
--	---	---

District de Bamako/ Kati/ Baguineda (Suite)

Structures visitées	Personnes rencontrées	Fonction
Fédération Nationale des Transporteurs	Moctar THERA Youssouf TRAORE Ousmane MAROUF Ousmane KAMISSOKO Amadou MAIGA	Président Membre du Bureau Membre du Bureau Membre du Bureau Membre du Bureau
RCFM	Asoumane Amadou CISSE Philippe YEBEDIE	DG Directeur Technique
SOMACO	Amadou HACO	Ex-DG
APELEF	Mohamed MALINKE	Président
BNDA	Moussa Kalifa TRAORE Pascal COLANGE Moussa DIALLO	DG DGA Directeur de l'exploitation
OMA	Salif DIARRA	DG
CCIM	Malamine TOUNKARA Daba TRAORE Ibrahim Bocar BAH Salif DIARRA	Président Secrétaire Général Conseiller technique Représentant AMEPROC
TAM-FRUITES	M. GUESSAN	Gérant
OPIB Baguineda		Directeur général
Coopérative Maraîchers de Kati		
DGRC		
DNAMR		DGA Chefs de Divisions
FNEM	Moussa Balla COULIBALY	Président
LCV	Dr DIALLO	
OMBEVI	M. DIANE	DGA
Enterprise works	Brian DOTSON	DG
SOSIMAPA		
USAID	Amadou CAMARA	
Direction Nationale Douane		Chef Division Statistique
BCEAO-MALI		

Région de Ségou

Structures visitées	Personnes rencontrées	Fonction
ON	Nankoman KEITA	DG
Antenne APROFA	Abdramane DIARRA	Chef Antenne
PACCEM	Diadié MAIGA Amadou BAGAYOKO	DGA Chef Service Formation
DRAMR	Oumar Békaye DEMBELE	Directeur Régional
Chambre d'Agriculture	Mamadou KONANDJI	Président
Union Régionale des Associations et Coopératives d'éleveurs	Sékou YATTASSAYE	Président
CVCA	Germain GONROUODOBOU	Conseiller Technique
CCIM	Salia N'DAOU Tiédié KONE Komoko SAMAKE	Président Membre du Bureau Secrétaire Général
Haut Commissariat 4 ^{ème} Région	Boubacar BAH M. KABA	Haut Commissaire Conseiller au Développement
Cercle de Niono	Mary DIARRA	Délégué du Gouvernement
URDOC	Koungotigui BENGALY	
PCPS	Massa COULIBALY	Représentant
FCRMD	M.TRAORE	DG
PDR San	M. DIARRA Bakary THIERO	
CMDT San	Mohamed BAH Abdoulaye KARA	Chef Division Diversification Chef Section Formation

Région de Mopti

Structures visitées	Personnes rencontrées	Fonction
Haut Commissariat	Bassidi COULIBALY	Haut Commissaire Conseiller au Développement
Coopérative KOSSAM-Mopti	Hadji SAMASSEKOU Boubacar KONIPO	Président
DRAER	Dr Alphonse TEME	Directeur
DRAMR	Daniel KELEMA Mandé DIAKITE	Directeur Cadre
Chambre Régionale d'Agriculture	Tidjani BOCOUM	Représentant
Coopérative Eleveurs Sévaré	Hamidou CISSE	Président
SLACAER	Sékou TALL Daouda TAMBOURA Gaoussou SIDIBE	
CCIM	Salia N'DAOU Tiédié KONE Komoko SAMAKE	Président Membre du Bureau Secrétaire Général
Opération Pêche Mopti	Abdoul Karim DIALLO Koureissi Balla KONARE	Directeur Chef Division
Association des Commerçants de Poisson	Drissa COULIBALY Samba DIARRA	
Coopérative des Pêcheurs	Tié Bayon DJENEPO Zoumana DJENEPO	
Cercle de Bandiagara	Moustapha THERA	Délégué du Gouvernement
SLACAER Bandiagara	Bréhima SANGARE Aly Badara SAMASSEKOU	Chef SLACAER Chef d'Antenne centrale

Région de Sikasso

Structures visitées	Personnes rencontrées	Fonction
Haut Commissariat	Bakary SAMASSEKOU Kanda KEITA Sagou DOLO	Haut Commissaire Directeur Cabinet Conseiller aux Affaires Economiques
APPSK	Kafona SANOGO Mme KONE Fanta	Membre Bureau Membre Bureau
Association Féminine Multifonctionnelle	Kassim TRAORE	
DRAMR	Oumar KARANTAO Manasara TOGO	Directeur Chef Division
Chambre Régionale d'Agriculture	Sibiri SANOGO Salif DIARRA	Président Conseiller Technique
Antenne APROFA	Paul DEMBELE	Chef Antenne
CMDT	Mamadou DIARRA	CDDR
Société AOM	Jacques TAPON	Exportateur mangue
Syndicat des Transporteurs	Bréhima COULIBALY	Président
CCIM	Daouda KONATE Tahirou COULIBALY Yacouba OUATTARA	Président CCIM, PDG Sikassoise, exportateur pois sucré Vice-Président Membre
Association des Producteurs Pomme de Terre	Lassina KONE Yacouba CISSE	Président Membre
Coopérative des Planteurs et maraîchers	Daouda SANOGO Niama TRAORE	Président Vice-Président
CIC/SA	M. SOW	Directeur, exportateur pois sucré
Exportateurs de volaille	Amadou TRAORE M. DJANGUINA	Représentant
Commerçants céréaliers	Yacouba OUATTARA Baoussouf TRAORE Barou TRAORE Sadio KONE	Président
Exportateurs Pomme de terre	Moussa SAMANA Harouna KONATE	
Transformateurs de Produits Locaux	Mme Halima BERTHE Mme TRAORE	

	Aldjata	
CMDT Koutiala	Mamadou Youssouf CISSE	Directeur Régional
ONG AMIPJ à Zantiébougou	Mme KONE Mariam TRAORE	Responsable Plateforme multifonctionnelle (production beurre de karité)
ODRS	Harouna TRAORE	Chef division pêche
Coopérative Pêcheurs Sélingué	Aly SEREBARA Souleymane KONE	Président Vice-Président

- AMELEF = Mme TOURE Association Malienne des Exportateurs des Fruits et légumes
 AMEPRO = Association Malienne des Exportateurs des Produits de cueillette
 APCAM-BAMAKO = Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture
 APELEF- M. MALINKE = Association des Exportateurs des Fruits et Légumes
 BNDA = Banque Nationale de Développement Agricole
 CAE = Centre Agro-Entreprise
 CCIM = Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali
 CMDT = Compagnie Malienne du développement des Textiles
 CNPI = Centre National de Promotion Industrielle
 Coopératives Maraîchères Kati
 CPS/MDRE = Cellule de Planification et de Statistique
 Délégation Intégration Africaine
 DGRC = Direction Générale de la Réglementation et du Contrôle
 DNAC = Direction Nationale de l'Aviation Civile
 DNAMER = Direction Nationale de l'Aménagement et de l'Equipement Rural
 DNCC = Direction Nationale du commerce et de la concurrence
 DNI = Direction Nationale de l'Industrie
 DNSI = Direction Nationale de la Statistique et de l'Informatique
 Fédération des Transporteurs routiers
 FEM = Fédération des Employeurs du Mali
 GIE SIKOLO
 IER /ECOFIL/PROGRAMMES RECHERCHES SOTUBA = Institut d'économie Rural
 LCV Moussa Konkosia COULIBALY
 OHVN = Opération Haute Vallée du Niger
 OMA = Observatoire des marchés Agricoles
 OMBEVI = Office Malien du Bétail et de la Viande
 ONG/Enterprise works
 OPIB = Office du Périmètre Irrigué de Baguinéda
 RCFM= Régie des Chemins de Fer du Mali
 SOSIMAPA = Société Sino-Malienne de Production de Pâte d'Arachide
 TAM-FRUIT M. GUESSAN
 USAID = M. CAMARA Mamadou

Djibril DIALLO : Aviculteur
 Dr Konimba TRAORE
 Moulaye SANGARE : Aviculteur MOULAVIC et Président GIFA
 Soumaila DJIRE : Commerçant poisson Dibida

REGIONS

Ségou

Haut Commissaire
 DRAMER = Direction Régionale de l'Appui au Monde Rural
 PASSEM
 PDAM
 OFFICE DU NIGER (Ségou-Niono)
 Ségou-Lait
 COMATEX-SA
 Coopérative Aviculteurs
 Représentants des producteurs, Commerçants, Transformateurs Céréaliers de Niono
 APROFA
 Fédération des Caisses Mutualistes du Delta (Niono)
 Chambre agriculture

CVECA = Caisse Villageoise d'Epargne Crédit (Niono)
CCIM
Délégué du Gouvernement Niono
PDR = Programme de diversification des revenus (Sans)
CMDT

Mopti

Haut Commissaire
Kossam Mopti
Coopérative d'éleveurs
DRAMER = Direction Régionale de l'Appui au Monde Rural
SLACAER = Service Local d'Appui conseil pour l'Aménagement de l'Equipement Rural
(Bandiagara)
Chambre Agriculture
Groupement Producteurs d'Oignon (Bandiagara)
Opération Pêche

Sikasso

Haut Commissaire
DRAMER = Direction Régionale de l'Appui au Monde Rural
CMDT
Chambre agriculture
CCIM
AMPJ: Mme KONE Mariam
Coopérative Aviculteurs
Coopérative éleveurs
Coopérative Emboucheurs
Exportateurs Volailles
APROFA
Sikassoise
CIC-SA

Sélingué

ODRS = Opération de Développement Rural de Sélingué
Coopérative pêcheurs de Sélingué

LISTE DES PERSONNES RENCONTREES

AMELEF- Mme TOURE = Association Malienne des Exportateurs des Fruits et légumes
AMEPRO = Association Malienne des Exportateurs des Produits de cueillette
APCAM-BAMAKO = Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture
APELEF- M. MALINKE = Association des Exportateurs des Fruits et Légumes
BNDA = Banque Nationale de Développement Agricole
CAE = Centre Agro-Entreprise
CCIM = Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali
CMDT = Compagnie Malienne du développement des Textiles
CNPI = Centre National de Promotion Industrielle
Coopératives Maraîchères Kati
CPS/MDRE = Cellule de Planification et de Statistique
Délégation Intégration Africaine
DGRC = Direction Générale de la Réglementation et du Contrôle
DNAC = Direction Nationale de l'Aviation Civile
DNAMER = Direction Nationale de l'Aménagement et de l'Equipement Rural
DNCC = Direction Nationale du commerce et de la concurrence
DNI = Direction Nationale de l'Industrie
DNSI = Direction Nationale de la Statistique et de l'Informatique
Fédération des Transporteurs routiers
FEM = Fédération des Employeurs du Mali
GIE SIKOLO
IER /ECOFIL/PROGRAMMES RECHERCHES SOTUBA = Institut d'économie Rural
LCV Moussa Konkosia COULIBALY
OHVN = Opération Haute Vallée du Niger
OMA = Observatoire des marchés Agricoles
OMBEVI = Office Malien du Bétail et de la Viande
ONG/Enterprise works
OPIB = Office du Périmètre Irrigué de Baguinéda
RCFM= Régie des Chemins de Fer du Mali
SOSIMAPA = Société Sino-Malienne de Production de Pâte d'Arachide
TAM-FRUIT M. GUESSAN
USAID = M. CAMARA Mamadou

Djibril DIALLO : Aviculteur

Dr Konimba TRAORE

Moulaye SANGARE : Aviculteur MOULAVIC et Président GIFA

Soumaila DJIRE : Commerçant poisson Dibida

REGIONS

Ségou

Haut Commissaire

DRAMER = Direction Régionale de l'Appui au Monde Rural

PASSEM

PDAM

OFFICE DU NIGER (Ségou-Niono)

Ségou-Lait

COMATEX-SA

Coopérative Aviculteurs

Représentants des producteurs, Commerçants, Transformateurs Céréaliers de Niono

APROFA

Fédération des Caisses Mutualistes du Delta (Niono)
 Chambre agriculture
 CVECA = Caisse Villageoise d'Epargne Crédit (Niono)
 CCIM
 Délégué du Gouvernement Niono
 PDR =Programme de diversification des revenus (Sans)
 CMDT

Mopti

Haut Commissaire
 Kossam Mopti
 Coopérative d'éleveurs
 DRAMER = Direction Régionale de l'Appui au Monde Rural
 SLACAER = Service Local d'Appui conseil pour l'Aménagement de l'Equipement Rural (Bandiagara)
 Chambre Agriculture
 Groupement Producteurs d'Oignon (Bandiagara)
 Opération Pêche

Sikasso

Haut Commissaire
 DRAMER = Direction Régionale de l'Appui au Monde Rural
 CMDT
 Chambre agriculture
 CCIM
 AMPJ:Mme KONE Mariam
 Coopérative Aviculteurs
 Coopérative éleveurs
 Coopérative Emboucheurs
 Exportateurs Volailles
 APROFA
 Sikassoise
 CIC-SA

Sélingué

ODRS = Opération de Développement Rural de Sélingué
 Coopérative pêcheurs de Sélingué

PERSONNES/SRUCTURES DE L'INTERIEUR DU PAYS

N°	Lieu	Personne ou structure
1	Baguineda	▪ Mme DIARISSO Niamoye Chef du Programme Fruits et Légumes (CRRA Sotuba)
2		▪ Office du Périmètre Irrigué (OPIB)
3	Kati	Coopérative des maraîchers de Kati
4	Ségou	▪ Office du Niger

5		Union Régionale des Associations et Coopératives d'éleveurs de Ségou
6	San	PDR/ CMDT
7	Mopti	Coopérative des Eleveurs de Sévaré
8		Opération Pêche Mopti
9		Coopérative des Pêcheurs de Mopti
10	Sélingué	ODRS
11		Coopérative des Pêcheurs de Sélingué
12	Sikasso	M. SOW, Directeur de la Société CIC/SA
13		M. TAPON, Directeur de la Société AOM
14		Assoxciation des Producteurs de Pois sucré de Sikasso et Kadiolo (APPSK)

		Président
	Abdoul Karim DIALLO Koureissi Balla KONARE	Directeur Chef Division
	Tié Bayon DJENEPO Zoumana DJENEPO	
APPSK	Kafona SANOGO Mme KONE Fanta	Membre Bureau Membre Bureau
Société AOM	Jacques TAPON	Exportateur mangue
Opération Pêche Mopti	Abdoul Karim DIALLO Koureissi Balla KONARE	Directeur Chef Division
CIC/SA	M. SOW	Directeur, exportateur pois sucré
ONG AMIPJ à Zantiébougou	Mme KONE Mariam TRAORE	Responsable Plateforme multifonctionnelle (production beurre de karité)
ODRS	Harouna TRAORE	Chef division pêche
Coopérative Pêcheurs Sélingué	Aly SEREBARA Souleymane KONE	Président Vice-Président

BIBLIOGRAPHIE

1. **Note d'orientation politique de développement du secteur rural et de l'eau.** Ministère du Développement rural et de l'Eau - Mai 1999.
2. **Plan stratégique de la recherche agronomique au Mali** - Institut d'Economie Rurale (IER) - 1995-2005
3. **Mali : développement et promotion du commerce extérieur** Mounir ZALILA Centre du Commerce International (CNUCED/OMC) - 28 avril 1999
4. **Guide de réalisation d'une étude de filière** Raymond Rudette, Sylvain, Larivière et Frédéric Martin Agence Canadienne de Développement International (ACDI) - janvier 1995
5. **Actualisation du schéma directeur du développement rural** Ministère du Développement Rural et de l'Eau - Août 1999
6. **Rapport annuel de la CMDT campagne 1995-1996** Compagnie Malienne pour le Développement des Textiles (CMDT) - Août 1998
7. **Plan d'action de la politique de promotion des filières au Mali** Centre National de Promotion Industrielle (CNPI) Ministère de l'Industrie du Commerce et de l'Artisanat - Décembre 1999
8. **Evaluation du transfert des technologies réalisées par la station de recherche agronomique de Cinzana (Région de Ségou)** Ecole Suisse ingénieurs en - Octobre 1996
9. **Programme d'investissement dans le domaine des infrastructures rurales : aménagements hydro-agricoles ; aménagements hydrauliques et pistes rurales** Ministère du Développement Rural et de l'Eau - Décembre 1999
10. **Guide méthodologique pour l'analyse de l'impact des politiques sur les filières agricoles et alimentaires** Boughton Teff Dione A. Chohin Comité Permanent Inter-Etats de Lutte Contre la Sécheresse dans Le Sahel (Institut du Sahel) - Avril 1996
11. **Etude des conditions de mise en place d'un groupement d'achat d'emballages alimentaires** Centre Agro-Entreprise (CAE) - Juin 2000
12. **L'impact des politiques d'ajustement du secteur de l'agriculture (PASA) sur les échanges sous-régionaux de produits agricoles en Afrique de l'ouest** Koni Expertise Comité Inter-Etats de Lutte Contre la Sécheresse au Sahel (CILSS)
13. **Projet de fluidification des échanges et de Rapprochement des politiques Agro- alimentaires (FERAP)** - Avril 1997
14. **8ème session du conseil d'administration de l'office de la haute vallée du Niger** Ministère du Développement Rural et de l'Eau/OHVN - mai 1999