ETUDE DE MARCHÉ DU BEURRE DE KARITE PRODUIT EN REPUBLIQUE DU MALI

MÓN-3

consum Xarxa solidari

ASSOCIATION CONSEIL POUR LE DEVELOPPEMENT

A.CO.D ɲɛtaaso

ETUDE DE MARCHÉ DU BEURRE DE KARITE PRODUIT EN REPUBLIQUE DU MALI

Étude réalisée par le consortium d'ONGD espagnole la Fondation Món-3 (**MON3**) et la Xarxa de Consum Solidari (**XCS**) dans la cadre du projet «*Améliorer les conditions de vente de la production paysanne de Kadiolo* » (Sikasso Mali) financé par l'Agence Espagnole de Coopération Internationale au Développement (**AECID**) et mis en œuvre en partenariat avec l'Association Conseil pour le Développement (**A.CO.D ɲɛtaasso**).

MAI 2017

Le présent document a été élaboré avec l'aide financière de l'Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement (AECID), pris en charge par le projet 2015/PRYC/002711. Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité de MON3, XCS et ACOD et ne peut aucunement être considéré comme reflétant le point de vu de l'AECID .

La présente étude a été réalisée dans le cadre du projet intitulé : *« Améliorer les conditions de vente de la production paysanne de Kadiolo (Sikasso, Mali) »* financé par l'Agence Espagnole de Coopération Internationale au Développement (AECID) et mis en œuvre par le consortium d'ONGD espagnoles la Fondation Món-3 (MON3) et la Xarxa de Consum Solidari (Réseau de Consommation Solidaire) (XCS) avec leur partenaire malien l'Association Conseil pour le Développement A.CO.D ɲɛtaasso, sur la période décembre 2015 à février 2018.

Le projet est mis en œuvre dans le Cercle de Kadiolo, qui se situe à l'extrême sud-est du Mali, dans la région de Sikasso. Il a pour objectif général d'améliorer les prix de vente du beurre de karité et de l'anacarde par l'amélioration organisationnelle et l'accès aux marchés à un prix équitable, et de manière plus spécifique le développement des chaînes de valeur pour obtenir de meilleur revenus pour les productrices et producteurs locaux.
Les bénéficiaires directs sont l'Union Locale de la Filière Anacarde du Cercle de Kadiolo (ULFAK), les Coopératives Communales de Producteurs d'Anacarde membres et la Coopérative des Productrices de Beurre de Karité des Communes Rurales de Zégoua et Loulouni (COOPROKAZE-LOU) ainsi que les 22 groupements membres.

Ce projet permet entre autres résultats, que la vente de beurre de karité et d'anacarde augmente grâce à l'atteinte de nouveaux marchés. Cet dans ce cadre qu'une étude de marché pour les deux produits cibles au travers du réseau de commerce équitable européen a été réalisée. Le présent document se centre sur l'objet karité mais il existe un autre document intitulé « *orientations pour la commercialisation de l'anacarde produit en République du Mali* ».

INDEXE

Introduction
1.1. définition du sujet d'étude et méthodologie
1.2. description du produit
1.3. délimitation géographique du marché et description

Analyse de la demande
2.1. comportement de la demande
2.2. identification de la demande

Analyse de l'offre
3.1. comportement de l'offre
3.2. structure du secteur.

Analyse o/m
4.1 opportunités et menaces du secteur

Analyse de la commercialisation
5.1. analyse du produit et prix
5.2. analyse de la distribution
5.4 analyse des fournisseurs

6. conclusions

7. bibliographie et webographie

INTRODUCTION

1.1. Définition du sujet d'étude et méthodologie

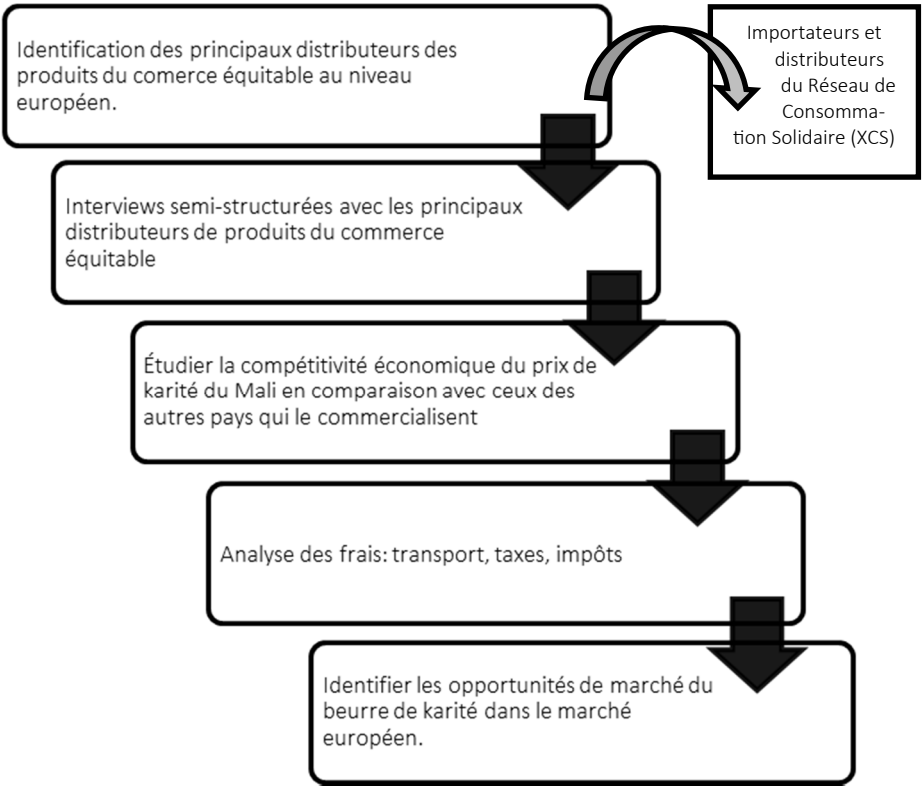
La présente étude se concentre sur le beurre de karité produit au Mali, et, plus concrètement, sur la production de la coopérative des productrices du beurre de karité des communes de Zégoua et de Loulouni (COOPROKAZE-LOU), et de sa commercialisation sur le marché du commerce équitable européen.

L'objectif principal est de définir de possibles alliances entre les productrices du Mali et les importateurs ou les distributeurs européens du commerce équitable, dans le but d'établir des relations stables et durables pour la commercialisation du beurre de karité sur le territoire européen avec des objectifs non seulement commerciaux mais aussi d'un développement économique durable basé sur le coopérativisme.

Pour cela, compte tenu que l'un des partenaires du projet est le Réseau de Consommation Solidaire (XCS), entité avec plus de 30 ans de présence dans le secteur de commerce équitable en Espagne, l'étude s'orientera, sur le côté de la demande, des distributeurs et importateurs avec lesquels opère normalement cette entité.

Le résultat attendu de cette étude est d'obtenir un futur cadre de relation entre la production et la distribution. Pour cela, au-delà de l'analyse du contexte malien et européen, l'étude essaie d'approfondir quelles sont les conditions requises que les distributeurs / importateurs appliquent à l'importation du beurre de karité, afin de contribuer aux améliorations de la production et de la commercialisation du karité au Mali. En définitive, établir quel est le processus d'achat et de vente, informations utiles et pratiques pour les parties impliquées.

Le travail établit, suite à une collette systématique d'informations sur des produits, des services, des usages, etc., la base pour la prise de décisions à moyen et long terme. Les conclusions de l'étude veulent être un point de départ d'apprentissages et l'établissement d'un plan de travail qui permet les améliorations de la commercialisation du beurre de karité sur le marché européen.



Méthodologie de l'étude /*Source : élaboration propre*

1.2 Description du produit

Le karité (*Vitellaria paradoxa*) est un arbre qui pousse dans les savanes arborescentes de l'Afrique de l'Ouest. Il produit un fruit charnu (la noix de karité) avec une amande de coque fine. Il donne ses premiers fruits à partir de 15 ans. A cet âge il peut donner jusqu'à 20 kg de fruits c'est-à-dire 5 kg d'amandes sèches, desquelles on peut obtenir approximativement 1 kg de beurre de karité, bien qu'on considère qu'il atteint son âge adulte vers les trente ans. Entre les cinquante et les cent ans d'âge il produit la plus grande quantité de fruits, ce qui complique sa culture et son exploitation.

La fleur mellifère du karité apparaît durant la période sèche, en général durant les mois de janvier et février. Le fruit a une pulpe douce et comestible, et contient une noix dont l'amande est riche en matière grasse d'où le beurre de karité est extrait. Il tarde cinq mois à mûrir : la récolte est faite entre juin et septembre.

Le beurre de karité, s'obtient de la trituration et de l'ébullition de l'amande. C'est une substance comestible qui est utilisée dans la cuisine traditionnelle de la zone. Ses caractéristiques et sa composition (acide palmitique 2 à 6 %, acide stéarique 15 à 25 %, acide oléique 60 à 70 %, acide linoléique, 5 à 15 %, acide linoléique <1 %), font de lui un élément utile pour l'industrie chocolatière, comme substitut de la graisse de cacao, et aussi dans la fabrication des produits cosmétiques et similaires, grâce à ses propriétés hydratantes.
Depuis la fin des années quatre-vingts, la production du beurre de karité est devenue un produit stratégique pour le défi du développement durable au Mali. L'arbre de karité est la base d'une activité dirigée par les femmes, héritières d'une connaissance traditionnelle.
Les politiques nationales et internationales de développement promeuvent, au travers de programmes spécifiques, l'organisation de ces femmes en associations ou coopératives et, à travers la formation et la qualification, l'implantation de nouveaux processus et l'amélioration de la qualité des produits, avec l'objectif de gagner une compétitivité sur le marché international, et en même temps améliorer l'économie régionale.

Traditionnellement ce sont les femmes qui ramassent les fruits du karité. Sa récolte coïncide avec d'autres travaux agricoles dans lesquels les femmes ont une participation importante. Elles constituent une main d'œuvre presque gratuite dans les exploitations agricoles propriétés des hommes (Roberts, 1988). L'activité de la récolte du karité exige un allongement de la journée du travail des femmes. L'accès à la terre est déterminant pour la récolte. Malgré le fait que le gouvernement ait établi une législation égalitaire, les pratiques traditionnelles subsistent et maintiennent les relations hiérarchiques. Les femmes ont seulement un droit d'usage. En fait, ce qui pousse de la terre appartient à son propriétaire c'est-à-dire à l'homme. Les femmes achètent plusieurs fois à leurs maris les fruits tombés sur les champs de culture, et seulement sont libres d'accès ceux qui sont dans la forêt loin des cultures. La récolte du karité a une grande importance, surtout pour les femmes les plus pauvres, qui peuvent obtenir ainsi des revenus à partir d'une matière première gratuite.

L'accès aux fruits du karité et le contrôle sur les amandes sont ainsi limités pour les femmes, qui deviennent dépendantes des exportateurs. En plus, il existe des problèmes liés à la qualité de la matière première puisque des amandes germées ou pourries sont mêlées aux amandes saines au cours des diverses transactions. Les femmes peuvent difficilement contrôler la qualité des amandes qu'elles vendent. Cependant comme récolteuses elles sont considérées comme les premières responsables de cette mauvaise qualité, et non les commerçants qui stockent le produit dans des mauvaises conditions, en attendant une hausse des prix.

Le procédé et la transformation de la noix en beurre de karité sont complexes et laborieux, très exigeants en main-d'œuvre. Le fruit du karité a une noix, et à l'intérieur se trouve l'amande, qui contient la majeur partie de la matière grasse. Il faut donc enle-

ver d’abord la partie charnue avant de sécher les noix au soleil durant plusieurs jours. Passé le délai du séchage, il faut les éplucher pour extraire l'amande.
On les grille (généralement au feu de bois et en faisant attention de ne pas les brûler). Après elles sont triturées et forment une pâte à laquelle on ajoute de l'eau au fur et à mesure qu’on pétrit sous l’effet de la chaleur. Ce système permet de séparer la graisse, parce qu'elle monte au-dessus et ainsi il est possible de la séparer du reste du contenu de la marmite. Cependant une ébullition extra et lente est nécessaire pour la séparer des restes de l'eau. À partir de ce moment le produit obtenu est gardé dans un lieu frais jusqu'à ce qu'il durcisse, ensuite il est mis sous forme de boules pour le conserver.

1.3 Délimitation géographique du marché et description

Jusqu’à il y a peu le marché principal était interne et zonal. La plupart de la production était destinée à la consommation locale, comme produit alimentaire. Au milieu du XXe siècle un marché exportateur surgit, lié aussi initialement au secteur alimentaire, sur la base de l'utilisation du beurre de karité comme substitut, ou complément de la graisse de cacao. Cette option permet aussi d'autres usages possibles, comme, l’utilisation du beurre de karité comme première base de bas prix pour l'obtention de graisse végétale, la "stéarine", qui est utilisée comme graisse dans la manufacture de bougies et des savons.

Plus récemment un nouvel usage d'une grande implication dans la production et les possibilités d'exportation s'est introduit. Ce nouvel usage concerne les applications dans le secteur des cosmétiques et les produits pharmaceutiques, cadre dans lequel il s’est produit une croissance rapide et une grande valeur ajoutée, spécialement pour les produits "raffinés" et d'une valeur de marque.
Cette fonctionnalité incorporée au produit élève la consommation annuelle du beurre de karité dans ses différents états jusqu’à huit mille tonnes, quantité en croissance progressive puisque l'image (marque associée au produit) s'est principalement assise sur le marché de la cosmétique dans les pays les plus développés et principaux consommateurs.

Selon l'Organisation des Nations Unies pour l'Agriculture et l'Alimentation (FAO), l'introduction des nouveaux systèmes d'extraction du beurre de karité permet une croissance de l'obtention du produit supérieure à 10 %. Le prix se trouve aussi affecté quelle que soit la zone d'extraction et les facteurs associés qui influent sur son traitement. Ainsi, le prix double selon la distance par rapport aux principaux grands marchés d'exportation, comme c'est le cas du Soudan Nord, du Soudan du Sud ou du Sénégal, favorisant ainsi l'exportation de marchés comme ceux du Ghana, du Burkina ou du Mali. Il y a aussi des différences notables entre ceux qui ont un port plus proche et une facilité de transport ou une frontière douanière.

En observant le secteur exportateur du Mali, par produit, le coton occupe d'une façon remarquable la première place, suivi par les graines oléagineuses, les plantes industrielles et les fruits naturels. Les différences principales entre les deux catégories sont les difficultés productives, et de commercialisation du premier en face de l'essor de la demande du deuxième. Le Mali fait partie, avec le Burkina Faso, le Bénin et le Tchad de ce qu'on appelle "quatre du coton". À la réunion de l'Organisation Mondiale du Commerce de 2015 il a été exprimé la vulnérabilité du secteur et la problématique de peu d'aide à la production du coton africain qui représente 10 % du total mondial.

2. ANALYSE DE LA DEMANDE

Le but principal de l'analyse de la demande est de déterminer et mesurer quels sont les critères qui affectent les requêtes du marché par rapport à un bien ou un service, ainsi que comment déterminer la possibilité de participation du produit du projet dans la satisfaction de ladite demande. La demande est fonction d'une série de facteurs, comme la nécessité réelle qu'on a du bien ou service, son prix, le niveau des revenues de la population et autres.

Par les dimensions et les capacités de la présente étude, il est difficile de déterminer le niveau de la demande du consommateur final. Encore plus quand il n'existe pas les données désagrégées qui nous indiquent l'importation concrète du beurre de karité, et les données de consommation du beurre de karité. Le fait d'inexistence des données, est déjà un indicateur qui situe le produit à un niveau marginal de consommation. Cependant, on dispose des données sur l'évolution du commerce équitable en Europe et en Espagne qui peuvent être utiles pour saisir la tendance de ce segment de marché, dans lequel le beurre de karité s'insérerait, dans la perspective de son usage comme un bien cosmétique.

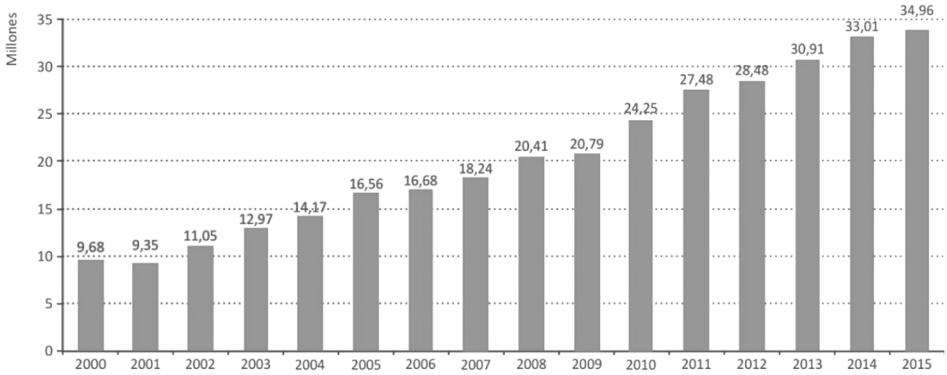
Ainsi, dans notre cas, nous prendrons comme référence la demande des distributeurs / importateurs comme un indicateur, une source indirecte, qui nous permet d'obtenir les premières données. Comme nous avons annoncé au début, l'un des objectifs de l'étude est d'identifier la collaboration possible stable qui permet la commercialisation du beurre de karité malien sur le marché européen. L'analyse du comportement de la demande, bien entendue à partir de l'achat de la part des importateurs, est un indicateur indirect fiable.

2.1 Comportement de la demande

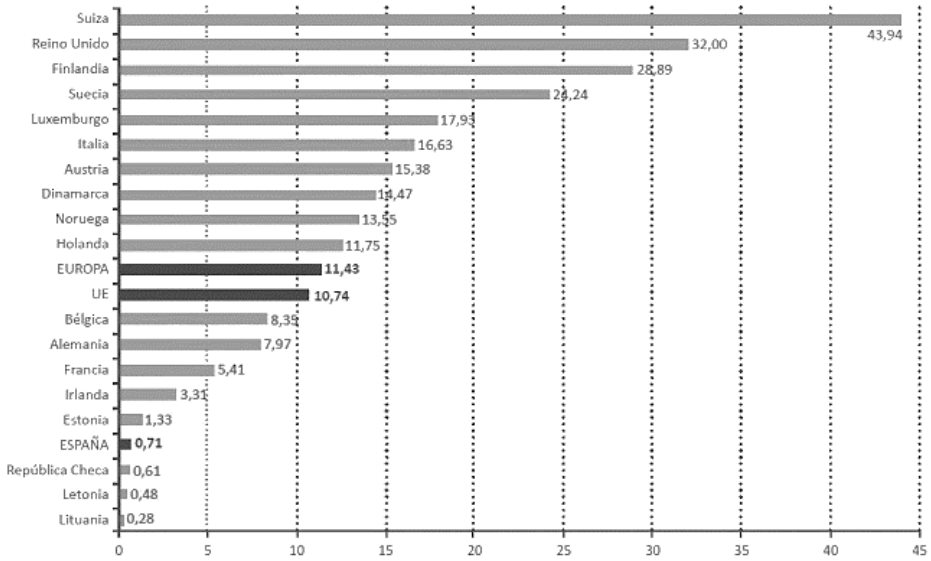
En tenant compte, comme il a été signalé dans les parties antérieures, que l'objectif est la commercialisation à travers le marché du commerce équitable européen, et concrètement le marché espagnol, on analysera quelle est la situation de ce marché et son évolution dans les dernières années.

En 2016, cela faisait 30 ans que les deux premiers magasins du Commerce Equitable en Espagne ont été ouverts. Aujourd'hui c'est un secteur qui emploie 125 personnes et qui compte avec l'appui de plus de 2.000 personnes bénévoles. Durant ces trois décennies, le Commerce Equitable a gagné une présence dans la société non seulement par les ventes, qui surpassent les 33 millions d'euros, mais aussi à travers des campagnes de sensibilisation et dénonciation, et des actions d'incidence politique.

Evolution des ventes de produits du commerce équitable 2000-2015 (millions de euros constants, base 2015)



Pourcentage du commerce équitable sur le total du commerce par pays en Europe



Source : La commercialisation des produits du Commerce Equitable en Espagne en 2014, Carlos Pereda (Colectivo Ioé, Grupo cooperativo Tangente) et Fairtrade Ibérica

L'alimentation représente 93% de la consommation dans le secteur du commerce équitable. Le café est le produit leader puisqu'il génère 45 % des achats, suivis du sucre et des sucreries. Quant à l'artisanat il a perdu un poids dans le secteur et constitue seulement 5,2 % du total. Les textiles, avec un poids de 1,2 % descendent trois dixièmes depuis l'année antérieure. Cependant, le cosmétique se maintient à 2 % ce qu'il nous indique que malgré la crise ce segment s'est maintenu et que par conséquent, a priori, actuellement rien n'indiquerait à une réduction mais plutôt une croissance. Bien que prématuré, nous pourrions nous aventurer à affirmer qu'il existe toujours une évolution pour le commerce équitable des produits cosmétiques.

Quant au marché espagnol, bien que dans les 30 dernières années l'évolution ait été plus que positive, en comparaison avec reste des pays européens, il reste beaucoup à parcourir pour arriver aux niveaux de la Suisse, du Royaume-Uni ou de la France.

En conclusion, le commerce équitable espagnol est en progression positive avec beaucoup de marge de croissance, spécialement dans le secteur des cosmétiques, ce qui nous amène à affirmer qu'il existe un potentiel pour le beurre de karité dans de secteur cosmétique du commerce équitable.

2.2 Identification de la demande

Pour la présente étude nous avons pris comme référence les principaux distributeurs / importateurs des produits du commerce équitable du marché européen : *Andines, El Puente, Alternativa3, Equimercado, Liberomondo, Espanica, Ideas, Sodepaz* et *Intermon-Oxfam* (qui nous ont acheminés à Equimercado).

Au total 9 distributrices / importatrices ont été interrogées desquelles 8 ont répondu (novembre 2016). Les résultats obtenus des interviews / enquêtes réalisées sont :

Deux des distributrices ont répondu que jusqu'à présent elles n'achètent pas de beurre de karité ; la raison principale est la méconnaissance du produit, les consommateurs finaux n'en ayant encore jamais fait la demande. Elles seraient intéressées pour connaître le produit, ses propriétés et ses usages, ainsi que le projet coopératif qui existe derrière. Dans ce cas il serait recommandable de mettre en contact l'association ACOD avec les distributrices (Espanica et Sodepaz) à travers de la médiation du Réseau de Consommation Solidaire (XCS), puisqu'elles s'identifient comme acheteuses potentielles.

En ce qui concerne le reste des distributrices / importatrices interviewées, toutes achètent du beurre de karité de manière stable. Parmi les cinq, trois achètent le beurre de karité au Burkina Faso, à des coopératives de femmes. Seulement une achète au Mali (IDEAS) et une ne l'achète pas directement mais à travers d'autres distributrices (El Puente). Dans le cas de *El Puente*, qui réalise un achat indirect, il existe une possibilité d'établir une relation directe d'achat avec ACOD, et ainsi le convertir en un autre client potentiel.

En ce qui concerne les autres 3 distributrices / importatrices qui achètent au Burkina Faso, on estime que la demande est déjà couverte et des possibilités de collaboration ne sont pas identifiées.

Dans tous les cas, la porte à la négociation est ouverte et on dispose des contacts pour une exploration plus opérationnelle de possibilités d'achat. Dans ce sens, nous encourageons le Réseau de Consommation Solidaire (XCS) à réaliser un travail d'intermédiation pour concrétiser 1 ou 2 accords de collaboration au travers d'ACOD, par rapport au volume d'achat réalisé annuellement, les chiffres étant entre 100 et 150Kg annuels, à un prix moyen autour des 10 euros CIF/kg. Les distributrices le vendent à leur tour aux magasins du commerce équitable des pays avec lesquels elles opèrent, et les prix de vente oscillent entre 15 et 20 euros pour 100gr.

3. ANALYSE DE L'OFFRE

3.1. Comportement de l'offre

Environ 12 % de la production de karité malien est exporté, ce qui représente pour l'économie malienne 1,5 millions d'euros par an. La position sur le marché international n'est pas si visible comme on pourrait le penser : une partie significative des exportations se dirigent vers les pays de la sous-région, qui ensuite est exportée vers les principaux marchés comme l'Union Européenne. Pour freiner cette situation, le Mali et les acteurs du secteur travaillent pour améliorer sa position sur le marché international. Dans ce sens, le Ministère de l'Industrie et du Commerce du Mali a invité au Centre de Commerce International UNCTAD / OMC afin d'appuyer l'industrie à développer une stratégie pour améliorer la compétitivité et l'organisation de son secteur. Pour obtenir cela, la pleine responsabilité de l'exécution du processus a été déléguée à la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC).

Seulement quatre entreprises accaparent le marché d'exportation : *Aarhus/ Karlshmans* (Danemark et Suède), *Loders Croklaan* (Pays Bas), *Body Shop* et *Unilever* (Royaume Uni), et *Fuji* (Japon).

Les 5 % restant de la commercialisation des amandes de karité sont destinés au marché des cosmétiques, dont la croissance rapide prévoit une augmentation de la demande internationale d'amandes et surtout du beurre de karité. Les industries cosmétiques consommeraient entre 2.000 et 8.000 tonnes de beurre de karité (Masters, Yidana et Lovett, 2004). En moins de dix ans, il est devenu un ingrédient, très convoité dans les cosmétiques fabriqués avec des produits naturels, puisque sa valeur et sa reconnaissance, et les études associées aux valeurs de sa composition l'ont converti en produit de "mode" dans le secteur.

La coopération internationale réalise pour sa part des contributions à l'amélioration de la production et de la commercialisation. Exemple la coopération suisse, HELVETAS, qui dispose d'un programme dans la sous-région, et au Mali où elle appuie une union de 76 coopératives dans le Cercle de Bougouni. L'un des objectifs de base de ce programme est la mise en marche de la production du beurre de karité biologique, et a établi une relation commerciale avec l'entreprise française Huilerie Emile Noel. Un autre exemple est la coopération canadienne, qui a appuyé quelques coopératives de femmes transformatrices de beurre de karité au Mali depuis les années 90. Mais l'instabilité politique du pays a freiné le rythme d'appui de la coopération internationale sur ces projets.

Deux méthodes d'extraction, qui permettent de conserver les principes actifs des amandes de karité, sont recommandées pour le beurre destiné à l'usage cosmétique. Il s'agit de la méthode par pression mécanique (procédé industrielle) et de la méthode artisanale des femmes africaines. Les rendements obtenus par ces deux méthodes sont plus bas que les procédés utilisés dans l'industrie alimentaire, et les prix du produit sont plus élevés. Dans cette perspective favorable, la promotion commerciale du beurre de karité, comme produit avec une forte valeur ajoutée, issu d'une activité spécifiquement féminine, a été présentée par l'État comme l'une des voies stratégiques possibles pour sortir le pays de la pauvreté.
Bien qu'il ait été déjà mentionné dans la partie de la description du produit, il est important d'insister syr le fait que le beurre de karité et sa production sont étroitement liés aux femmes. Cependant il est important de tenir en compte des indicateurs de genre et des éléments qui réduisent des possibles brèches de genre : incorporer les femmes dans les phases de commercialisation, garantir des prix justes pour les productrices …

3.2. Structure du secteur

En tenant en compte de l'objectif de cette étude et en plaçant l'association ACOD comme intermédiaires avec les femmes productrices qu'elle accompagne depuis plusieurs années, on retient que l'offre est émise sur la base de deux coopératives :

COOPROKAZE-LOU: la Coopérative de Productrices de beurre de karité de Zegoua et de Loulouni (Kadiolo), au sud du Mali, une coopérative composée de 618 membres répartis en vingt-deux villages (22) sur deux communes et créée le 12 juillet 2011.

COOPROKASI : la Coopérative de productrices de beurre de karité dans la municipalité rurale de Siby, créé en 2006 et formée par 1.310 membres répartis entre vingt villages (20) de la commune de Siby, à 50km au sud de la capitale Bamako.

Description du circuit de production et de la distribution à partir de la perspective de l'offre :
En ce qui concerne le circuit de production et de commercialisation, le beurre de karité est produit par les femmes membres des coopératives organisées en groupement par village. Les femmes ont reçu des formations pour améliorer la transformation du beurre et pour améliorer la qualité dans le cadre des programmes étatiques déjà mentionnés. Le beurre produit par les groupements est transporté et après le contrôle de la qualité acheter par la coopérative (prix fixé au démarrage de chaque campagne) qui le stock et le conditionnement dans leur centre respectif (Zegoua et Siby) en pots de 1Kg, 250 gr, et 100 gr.

À partir là, le circuit de commercialisation comprend :

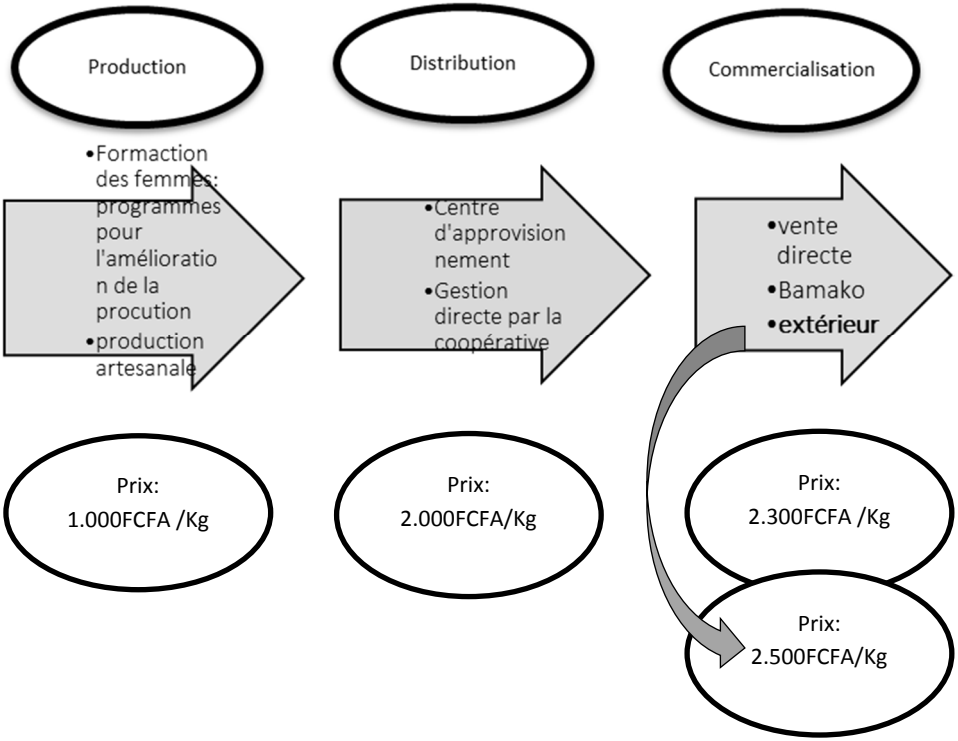
Au niveau de chaque centre, il y existe un magasin de vente directe
A Bamako, des points de distribution ont été identifiés : supermarchés, salons de coiffure, pharmacies etc.
A l'extérieur : les commandes sont réalisées à travers un site Web et par téléphone. La commande est faite au centre et la coopérative prépare l'envoi à Bamako. Les principaux pays d'importation sont : la France, l'Espagne, la Guyane et la Pologne.

Le beurre de karité, destiné l'exportation, doit être transporté dans des pots hermétiques. Sur le marché local il est vendu par pots de plastique opaque blanc de 1 kg et de 500 gr et des récipients de 250 gr. et 100 gr, ainsi que les sauts de 10Kg à 20kg qui sont généralement pour l'exportation.
Les frais d'exportation sont à la charge de l'entreprise importatrice y compris le transport aérien. L'exportation se fait en majorité par voie aérienne.

Concernant les prix d'achat aux productrices, ils sont fixés par l'assemblée générale de la Coopérative à partir des frais de production. En ce moment, le prix d'achat aux femmes est de 1.000 FCFA/Kg. Les prix de la commercialisation aussi sont fixés par la coopérative, en ce moment le prix de vente est à 2.000FCFA/Kg.

Le prix de vente (FOB*) du beurre de karité amélioré destiné à l'alimentation et à l'exportation est de 2.500 FCFA/Kg., inclus le coût d'analyse du laboratoire (humidité, acidité et impureté).
**Prix vente (FOB) : De l'anglais free on board, mis à bord. Formule de paiement ou clé utilisé dans le commerce international pour indiquer que le prix de vente d'un produit inclut la valeur de la marchandise et les couts de transport et gestion nécessaires jusqu'à la mettre à bord du bateau que doit la transporter au pays destinataire, mais exclu l'assurance et le fret*

Ainsi le procédé de production et de distribution, avec les prix correspondant est le suivant :



Source : Elaboration propre

4. ANALYSE DES OPPORTUNITES / MENACES

Nous avons déjà vu quelle est la situation et le contexte dans lequel nous devrons agir devant une éventuelle relation commerciale. Nous allons maintenant analyser comment se comporte le secteur du beurre de karité dans ce contexte.

4.1 Opportunités et menaces du secteur

Le secteur de la production, distribution et commercialisation du beurre de karité et ses dérivés a expérimenté une progression significative à la hausse durant les dernières années. À ses usages originaires, principalement alimentaires, on a ajouté les intérêts du secteur de l'industrie cosmétique de base, de forte implantation et avec un poids économique très considérable.

Principales opportunités :
pour la population, il s'agit d'un secteur d'activité traditionnelle et enraciné dans la structure économique locale. La commercialisation et l'exportation permettent une augmentation directe des recettes de la population, c'est donc un secteur d'occupation qui émerge de l'informel et principalement pour des femmes. L'origine traditionnelle et sa structuration autour des groupes de femmes encourage et favorise des structures organisationnelles partisanes du coopératisme. Structures démocratiques et d'appropriation de la population, qui en plus d'avoir des effets indirects sur la stabilité sociale, ont des effets directs surles améliorations du bien-être de la population, puisqu'elles améliorent les conditions de travail, et mettent au centre, comme l'un des objectifs principaux, la satisfaction des nécessités des personnes. En plus, elle peut être un élément qui fait la différence du produit, qui peut le situer, sur le marché européen du commerce équitable et de l'économie sociale et solidaire, dans une position avantageuse.

Réduction de la brèche de genre : si nous tenons en compte que c'est une activité réalisée par des femmes, la promotion du secteur et de sa commercialisation extérieure peut influencer directement dans la réduction de la brèche de genre. Pour cela, nous devons prendre en compte et analyser qui détient le contrôle dans les différentes phases de la chaîne du produit, puisque des études réalisées montrent comment dans la phase de commercialisation et de la fixation des prix, le contrôle est toujours, entre les mains des hommes. Ainsi le développement d'une stratégie de commercialisation du beurre de karité doit prendre en compte ce facteur, et profiter de cette opportunité comme levier pour une réduction réelle de la brèche de genre.

Malgré tout, la commercialisation du beurre de karité au niveau international est une opportunité économique pour augmenter les recettes et le revenu disponible des familles, et aussi une opportunité d'obtenir un bénéfice social.

Principales menaces :
le commerce du beurre de karité, montre des signes d'une certaine saturation. L'offre existante tant au niveau local comme sur le marché espagnol via Internet, est très importante et variée, et même s'il s'agit d'un produit écologique ou autre produit selon les standards du commerce équitable.

Il existe une forte concurrence des pays voisins. Si nous regardons le cas du Burkina Faso, nous nous rendons compte qu'il y a beaucoup de coopératives de femmes travaillant et commercialisant le karité de qualité équivalente et à des prix inférieurs à ceux du Mali.
De plus si nous ajoutons aux facteurs antérieurement, l'instabilité que souffre le Mali, cela le situe dans une position désavantageuse, qui menace la possibilité d'accords commerciaux avec les importateurs / distributeurs européens du commerce équitable.

5. ANALYSE DE LA COMMERCIALITION

5.1. Analyse du produit et prix

L'objectif des importatrices est de réduire les frais, qui s'élèvent quand le volume de marchandises importées est très petit.

Les importatrices achètent les articles aux groupes productrices/producteurs et les distribuent à travers le réseau de magasins du commerce équitable, auxquels, elles facilitent aussi l'information sur les produits : d'où viennent-ils, de quels matériels ils sont faits, qui les a élaborés, comment les productrices/producteurs sont-ils organisés, etc. Les importatrices distribuent aussi sur d'autres points de vente comme les herboristeries, les magasins de produits écologiques, les groupes de consommation, les centres de travail, les institutions publiques, les supermarchés, etc. Normalement elles réalisent aussi des activités de diffusion et de sensibilisation, et participent à des campagnes.

Les importatrices conseillent aussi aux productrices/producteurs sur :

Les produits qui peuvent se vendre mieux aux Nord.
Les conditions requises auxquelles doivent répondre les articles pour s'adapter tant au goût des acheteurs qu'aux législations des différent pays.
Les marchés pour leurs produits
Le développement des nouveaux produits
La formation en administration et gestion pour améliorer leur capacité d'organisation etc.

Le beurre de karité est un régénérateur puissant cellulaire. Il contient de la vitamine "F", qui, bien qu'elle ne soit pas une vitamine comme telle, est le nom qu'on donne à l'ensemble d'acides gras vitaux insaturés (la série oméga 3 et oméga 6). Le corps ne les élabore pas et il faut les apporter au moyen du régime alimentaire ou des produits comme le karité, parce que le corps n'a pas la capacité à les synthétiser.
Ils finissent par faire partie de la membrane cellulaire comme éléments structurels. Le manque de cette vitamine se manifeste par la desquamation de la peau et la sécheresse des ongles et des cheveux. Le beurre de karité permet aussi une hydratation extrême, une nutrition et une élasticité de la peau. Le beurre de karité protège des agressions externes (froid, vent, soleil, eau salée ou chlorée). C'est une barrière contre les rayons UVA et UVB en formant un écran naturel, ainsi le beurre de karité est un grand allié pour la plage ou la piscine, tant pour prendre du soleil, comme pour après, pour le bronzage prolongée durant des semaines. Il possède diverses propriétés :

⇒ Il évite la desquamation cutanée,
⇒ Il prévient et soigne la dermatite de la couche et l'irritation du frottement des vêtements chez les bébés,
⇒ Il aide à prévenir les stries (idéal pour les femmes enceintes) et à les atténuer et aussi et le vieillissement de la peau,
⇒ Il élimine la dureté de coudes et de talons,
⇒ Le beurre de karité a des propriétés anti-irritantes et régénératrices ; son usage est très recommandable après le rasage ou la dépilation,
⇒ Il est aussi idéal comme brillant pour les lèvres.
⇒ Il aide à avoir les ongles sains et forts.

Le beurre de karité en pots peut se trouver dans des boutiques "online", mais sa commercialisation ne fait pas toujours référence au produit "pur", dans plusieurs occasions il contient d'autres ingrédients ou éléments, comme les conservateurs, les colorants ou les parfums qui dénaturent ses propriétés de base et sa manipulation ou transformation postérieure.

Nous devons différencier les 2 formats dans lesquels nous pouvons trouver le beurre de karité :

Beurre de karité non raffiné :
Il est totalement naturel et sans traitement, sans additif qui pourrait modifier ses propriétés pour des objectifs déterminés comme par exemple l'élimination de son odeur ou de sa couleur jaunâtre pour le rendre plus attractif pour des fins commerciales. Cette couleur jaunâtre que possède le beurre brut, découle de son contenu élevé en vitamine A, que en cas de raffinage, pendant le processus la vitamine serait éliminée, de même que sa couleur et les vitamines. Ce procédé de fabrication est manuel.

Beurre de karité raffinée :
Ce type de beurre est passé par un procédé d'élaboration, durant lequel seront altérées certaines ou plusieurs de ses propriétés. Il est extrait au moyen des dissolvants dérivés du pétrole. L'huile qu'on a réussi à extraire des noix, est bouillie pour éliminer les restes et solvants toxiques, ensuite elle est raffinée, blanchie et désodorisé (élimination des odeurs). Avec ce procédé en ajoutant des antioxydants ou des conservateurs, comme cela arrive dans la grande majorité des cas, il restera toujours quelques substances chimiques. Comme résultat, nous obtiendrons une substance inodore et d'une couleur blanche attractive esthétiquement mais qui ne possédera pas les bénéfices et les propriétés qu'il nous offre d'une façon naturelle comme sa capacité de nutrition, de grande hydratation ou son efficacité comme agent cicatrisant.

Avec Internet nous le trouvons avec plus de facilité. Il y a beaucoup de vente en ligne qui offrent ce produit, mais pas toujours comme un élément de base sans incorporations, comme déjà commenté. La question est de différencier la spécialisation du distributeur et les usages finaux. Les prix peuvent varier, 100 ml peuvent coûter entre 10 et 20 €. Dans n'importe quel cas, il dépendra du lieu d'achat et de l'origine du produit, ainsi comme de la qualité du produit.
Dans la partie supérieure de la pyramide du marché, les applications dans le secteur des cosmétiques et les produits pharmaceutiques constituent un segment spécialisé du marché, relativement réduit mais en croissance rapide et d'une grande valeur, pour les noix et le beurre de karité. Dans les dernières décennies, le beurre de karité est devenu un ingrédient très apprécié des cosmétiques naturels les plus raffinés (Fintrac Corporation, 1999). Même l'existence de petites quantités de ce produit dans une formulation peut occuper une place remarquable dans l'étiquette comme réclame publicitaire.
Il est intéressant de remarquer que le prix des noix et le beurre de karité est à peu près le double dans les pays les plus éloignés du marché d'exportation (l'Ouganda, Soudan, la République Centrafricaine et Sénégal) que dans ceux avec un accès plus direct aux achats d'exportation (Ghana, Mali et Burkina).
En Afrique occidentale, ces contradictions compliquent la stratification cohérente des prix des produits en fonction de la qualité. Au Mali, par exemple, l'industrie paie un

prix très inférieur pour les noix de karité par rapport au Ghana ou même le Burkina Faso, étant donné la plus grande proximité de ces pays aux ports accessibles.
Si 1 kg de beurre de karité atteint 1 dollar américain prix FOB (Ghana), et 1 kg de noix de karité 0,30 dollar américain (P.N. Lovett, rapports inédits), il ne reste pas beaucoup de marge pour travailler le produit. A moins qu'on trouve de nouvelles formes de valeur ajouté, comme développer un marché spécialisé (ou une série de marchés spécialisés) pour des produits de qualité exceptionnelle, ou confectionner d'autres produits ou mettre au point de nouvelles formes d'élaboration. Une autre façon d'ajouter une valeur à la production consisterait à réduire les prix d'élaboration en augmentant l'efficacité (et, donc, la rentabilité) de la production.

La qualité : un beurre de karité de grande qualité aura un prix de marché plus élevé, et serait préférable aussi pour la consommation interne. De plus il se conserve plus longtemps qu'un produit de basse qualité. La qualité des noix, comme celle du beurre de karité, dépend principalement du procédé d'élaboration postérieure à la récolte, en recourant aux méthodes, comme la cuisson des noix au commencement de la saison pour empêcher la germination des amandes. Le séchage des noix au soleil permet d'obtenir un produit de plus grande qualité que la procédure de séchage au feu qui les contamine en hydrocarbures.
Des études récentes mettent en évidence que les productrices/producteurs sont disposés à dédier un plus grand effort pour améliorer la qualité du produit, du moment qu'ils se sentent motivés par l'obtention de grands rendements ou d'autres bénéfices tangibles. Par exemple, une enquête réalisée par l'organisation non gouvernementale américaine *Action for Enterprise* au près des femmes en milieu rural du Mali, révèle que d'habitude elles réalisent la cuisson et le séchage au soleil des noix pour répondre à la demande locale en beurre de karité de grande valeur, particulièrement au commencement de la saison quand le produit est peu abondant sur les marchés locaux et le prix élevé.

S'il existe une demande de produits de plus grande qualité, l'obtention de rendements plus élevés par les productrices peut être un stimulant pour investir dans des facteurs de production additionnels (temps, travail et équipement approprié comme les séchoirs solaires). Les consommateurs africains des marchés locaux, particulièrement de la République Centrafricaine, du Sénégal, du Soudan et d'Ouganda, ont démontré qu'ils sont disposés à payer un prix plus élevé pour un produit de plus grande qualité. Cependant, il n'est pas sûr que les marchés d'exportation et internationaux soient aussi disposés à le faire.
L'expérience de l'Afrique indique que les productrices obtiennent de grands bénéfices quand les produits et les marchés sont diversifiés, avec une diversité de prix. Augmenter le niveau de qualité du produit et documenter d'autres aspects de la production qui ajoutent une valeur, peut contribuer à établir des marchés pour les produits du karité d'une qualité supérieure basée sur un système de prix de différents niveaux, comme il arrive dans le cas du café. De plus, la sensibilisation des acheteurs

internationaux, en quoi le secteur africain du beurre de karité est capable de produire, un produit de grande qualité en quantités commercialement acceptables et avec une fourniture adéquate, contribuerait à ce que le beurre de karité soit plus compétitif, avec d'autres sources de produits similaires et substituables.

5.2. Analyse de la distribution

Au niveau du commerce extérieur du Mali, le fait de ne pas avoir une sortie par la mer, le situe dans une position désavantageuse par rapport à d'autres pays environnants (comme le Ghana). Comme nous l'avons vu, l'exportation du Mali pour le cas d'ACOD se réalise par voie aérienne, facilitant, d'une quelconque façon une baisse du coût du transport. Si nous tenions compte des prix du transport maritime le prix s'élèverait beaucoup plus par rapport à l'un de ses concurrents comme le Ghana (qui a une sortie par la mer), car, en plus des prix ajoutés aux passages frontaliers, la législation interne de chaque pays par rapport aux conditions de transport par camion est différente, (dans le cas du Ghana le maximum permis est de 40 tonnes et dans le cas du Mali 30 tonnes).

Si nous prenons comme base de référence 100 kg exportés à Barcelone, les prix sont les suivants :

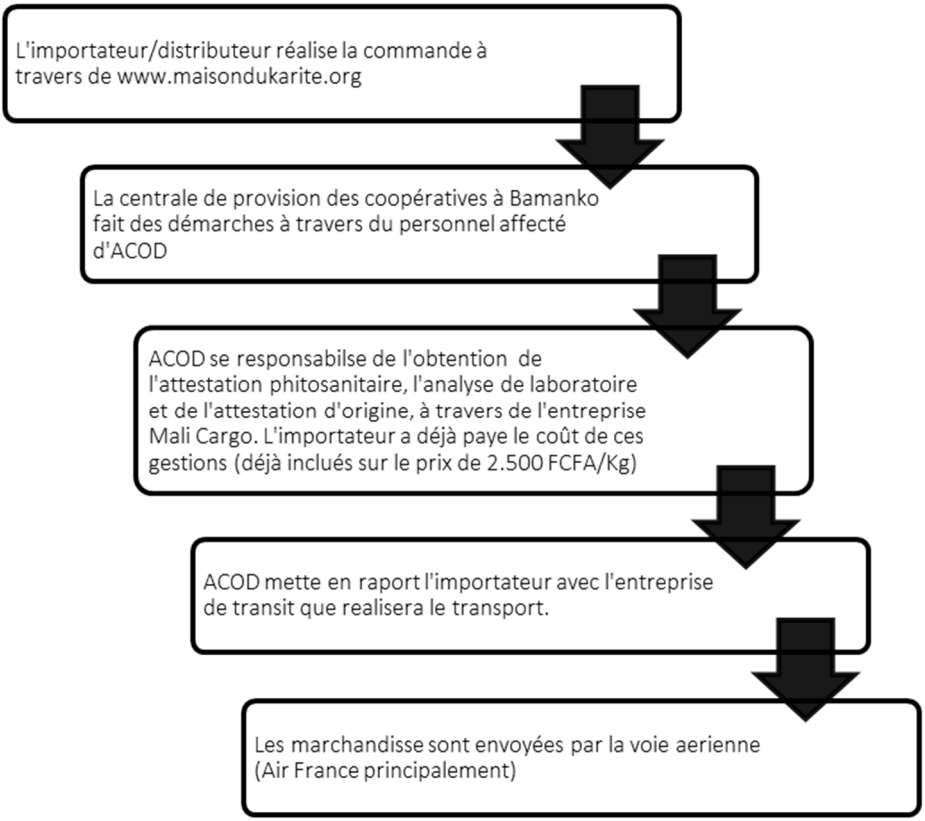
Prix du beurre de karité / Kg = 2.500 * 100 Kg. = 250.000 FCFA
Envoi par Air France 1.170/kilo = 1.170 * 100kg = 117.000 FCFA
Impôt d'envoi 16.530 FCFA
Taxes (analyse de qualité, certificat phytosanitaire, certificat d'origine) : 125.000 FCFA

Total= 508.530 FCFA → Le coût d'envoi de 100Kg de beurre de karité de première qualité à Barcelona est de 775,25 euros → 7,75 euros/Kg

Par rapport à sa distribution en Europe, et spécifiquement en Espagne, l'importation du beurre de karité est soumise à un contrôle sanitaire (contrôle par la Santé Extérieure) pour les produits qui sont totalement terminés et prêts à l'usage ou à la consommation. Il faut un certificat sanitaire d'origine, qui inclut entre autres, le numéro du lot de production. Ce numéro doit figurer dans la facture (c'est nécessaire pour la traçabilité du produit et pour qu'à l'entré en territoire espagnol il n'y est pas de blocage). De même, la distributrice / importatrice devra être inscrite comme importatrice et distributrice / commerçante de cosmétiques. Pour ce registre, il sera nécessaire de se diriger à au Service Santé - pharmacie. Il faudra solliciter le registre pour l'importation de cosmétiques selon la classification douanière 33049900.000, puisque nous considérons le beurre de karité comme un produit pour les soins pour la peau. Dans ce cas, le tarif douanier sera 0, bien qu'il soit exigé un certificat d'origine Mod. Form A et

la TVA à 21 %. Il est très important de s'inscrire, sinon à défaut d'inscription la marchandise pourrait rester bloquée à la douane.
Dans ce sens et comme principale résultat de présent étude, si l'une des organisations identifiés au long de l'étude souhaite importer du beurre de karité, elle devra prendre en considération les étapes suivantes pour la commercialisation :

Au Mali :

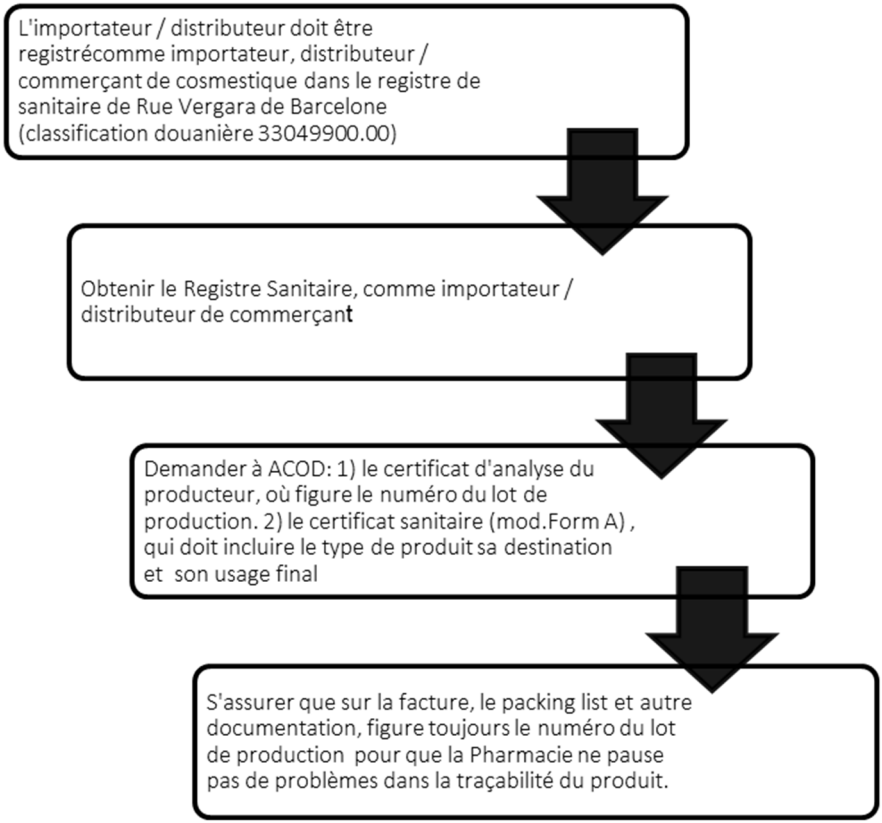


Source : Élaboration propre sur la base desinformations fournies par ACOD

*Prix du beurre de karité / Kg.= 2.500 * 100 Kg. = 250.000 FCFA*
*Envoie par Air France 1.170/kilo = 1.170 * 100kg = 117.000 FCFA*
Impôts d'envoi 16.530 FCFA
Taxes (analyse de qualité, certificat phytosanitaire, certificat d'origine) : 125.000 FCFA

Total= 508.530 FCFA → Le coût d'envoi de 100Kg de beurre de karité de première qualité à Barcelona est de 775,25 euros → 7,75 euros/Kg

En Espagne :



Frais douanière 0 et TVA 21%

Source : Élaboration propre en fonction de la législation espagnole sur l'importation des produits cosmétiques.

Il existe une législation spécifique pour l'importation des produits cosmétiques. Avec le lien ci-dessous on peut trouver toute l'information : législation, brochures, instructions, formulaires et listes des produits, des notes informatives, des documents d'intérêts et les taxes.
https://www.aemps.gob.es/cosmeticosHigiene/cosmeticos/ Legislación

A titre d'exemple, et d'orientation à des potentielles importatrices, nous détaillons ci-dessous le budget d'importation directe de karité, dans le cas de la Xarxa de Consum Solidari (XCS) et le budget à travers d'une possible importatrice de Barcelone.

Budget d'importation directe XCS du Beurre de Karité pur

Etape Pré-importation	Total euros avec TVA inclue
Déclaration du responsable des activités d'importation :	
Engager un laboratoire pharmaceutique de contrôle	
Gestion Global	3.630,00
Communication (Prix par produit= Beurre pur)	544,50
Dossier (Prix par produit= Beurre pur)	1.149,50
Recruter un technicien responsable C	
Honoraires technicien	726,00
Etape d'importation	
Bureau de douanes	181,50
Inspection pharmaceutique	72,60
Frais d'arrivée	363,00
Forfait des frais administratifs et de déplacement	60,50
Transport intérieur (de la sortie de l'aéroport au magasin)	102,85
Prix de la marchandise (achat de **200kg** de beurre pur en pots de 200g.)	1.839,20
Fret (AVION)	431,64
Frais douaniers 0	-
Imprévus (Retard de sortie de l'aéroport : 15 euros par 15 jours)	225,00
TOTAL	**9.326,29**

NOTE: A PART LES FRAIS DE TRANSPORT POUR LA DISTRIBUTION EN ESPAGNE ET EN EUROPE A PARTIR DE BARCELONE.

Budget d'importatrice avec déclaration responsable des activités d'importation (cosmétiques)

Etape importation	Total euros avec TVA compris
Bureau des douanes	181,50
Inspection pharmaceutique	72,60
Frais à l'arrivée	363,00
Forfait frais administratifs et déplacement	60,50
Transport intérieur (Sortie de l'aéroport au magasin)	102,85
Prix de la marchandise (achat de 200kg de Beurre pur en pots de 200g.)	1.839,20
Fret (AVION)	431,64
Frais douaniers 0	-
Imprévus (retard de sortie de l'aéroport 15 euros*15 jours)	225,00
Frais de gestion importatrice	500,00
TOTAL IMPORTATION VIA IMPORTATEURS ESPAGNOLS	3.776,29

NOTE: A PART LES FRAIS DE TRANSPORT POUR LA DISTRIBUTION EN ESPAGNE ET EN EUROPE A PARTIR DE BARCELONE.

6. CONCLUSIONS

Au long de l'étude il a été analysé :
Quel est le processus de production, de distribution et de commercialisation externe et interne du beurre de karité produit par de la coopérative de productrices de beurre de karité des communes de Zégoua et de Loulouni COOPROKAZE-LOU, en coordination avec ACOD.
Quelles sont les caractéristiques du produit, les avantages et les inconvénients comparatifs et compétitifs entre le Mali et les pays de la région.
Quels sont les prix d'achat et de vente du beurre de karité dans les différentes phases de commercialisation.
Quelles sont les conditions requises qui doivent être remplies au Mali et en Espagne (certificats et tarifs douaniers).
On a analysé les frais d'une hypothétique importation à base de deux lignes directes : directe à travers une importatrice.

En guise de conclusion et résumé d'information utile pour l'exportation / importation, les éléments clés de l'étude se manifestent, et des orientations se proposent pour l'action à court terme.

⇒ Un élément transversal de l'étude à faire remarquer est qu'une grande transparence et une garantie de la qualité le long de la chaîne d'approvisionnement est une condition indispensable pour que l'arbre de karité atteigne tout son potentiel comme ressource économique, alimentaire et environnementale pour les foyers ruraux maliens et pour les générations futures.

⇒ Pour que le développement du commerce des produits du karité se traduise en une amélioration tangible de la gestion durable du karité et des terres boisées associées, il faudra qu'on continue à renforcer les associations qui se sont récemment établies entre les productrices, les responsables nationaux de la formulation des politiques, le secteur privé et l'industrie internationale qui destinent une part de leurs bénéfices à une gestion plus adéquate des forêts et des terres boisées.

⇒ De même, il est nécessaire de prendre en considération l'équité du genre dans tout le processus, surtout dans la chaîne de valeurs de la production et de la commercialisation au Mali, pour que l'exportation du beurre de karité s'imprègne d'une façon réelle dans le bien-être de la population et des femmes en particulier, principales productrices du beurre de karité.

⇒ La coopérative COOPROKASI (Siby) a la capacité, la structure et l'expérience pour pouvoir exporter. Dans ce sens elle sera préparée pour pouvoir réaliser une exportation autour de 500Kg de beurre de karité de première qualité.

⇒ L’exportation doit être réalisée par voie aérienne, et suppose un prix moyen pour l'importateur de 7,75 euros / kg. Si nous tenons compte du prix moyen de vente au public de 100gr de beurre de karité qui se situe autour de 10 euros, la marge est suffisante pour que l'achat puisse être à un coût effectif.

⇒ Il faut prendre sérieusement en considération la législation espagnole, les conditions requises et les frais liés à l’importation de produits cosmétiques.

⇒ Les importatrices européennes du commerce équitable contactées devraient assumer un achat minimal de 100Kg chacune. En vue des résultats de l'étude on estime qu’au minimum 2 pourraient assumer cet achat bien qu'au préalable il sera nécessaire de réaliser une petite campagne de diffusion et sensibilisation sur les usages et les propriétés du beurre de karité, l'origine et les bénéfices du projet auquel la production est associée. Pour cela on recommande l'édition et la publication de diptyques explicatifs, ainsi que le dessin d'un étiquetage approprié au consommateur européen pour le packaging des pots de 100gr.

Il faut remarquer que c’est dans le traitement du beurre de karité sous la forme de crèmes spécifiques (contour des yeux, crème faciale etc. …) que la marge est supérieure. Mais cet élément a été écarté puisque les coopératives objets de l'étude ne sont pas encore à ce niveau de traitement. Il s’agit de la commercialisation de leur beurre de karité pur.
Bien qu’en ces moments l'offre du beurre de karité soit ample et diverse, il existe toujours un potentiel au niveau de la demande, puisqu'il existe encore une méconnaissance de la part du consommateur du produit.

Au niveau opératif à court terme il est proposé de :

⇒ Etablir des actions / formations qui amélioration la qualité du produit au Mali.

⇒ Initier un mode d’essai pilote de l’importation du beurre de karité entre les distributrices qui ont manifestés un intérêt, en établissant des indicateurs propres d’un essai pilote qui permettent l’apprentissage et facilitent la commercialisation du beurre de karité au marché européen. Les données qui figurent dans le paragraphe 5.2, peuvent contribuer à l’essai pilote.

7. BIBLIOGRAPHIE

Ministère de l'Industrie, de l'Économie et de la Compétitivité du Gouvernement de l'Espagne. Secrétariat d'État de Commerce. RAPPORT ÉCONOMIQUE ET COMMERCIAL : le Mali. Élaboré par l'Office Économique et Commercial de l'Espagne à Dakar. Actualisé à mai 2016.

Ministère des Affaires Extérieures et de la Coopération du Gouvernement d'Espagne

La profitable exploitation du karité. Fórum du Commerce International. 2008. http://www.forumdecomercio.org/Provechosa-explotacion-del-karite/

Base des données des Nations Unies.
http://www.un.org/es/databases/

Le renforcement de la bonne gestion au moyen du commerce : les produits de l'arbre de karité à l'Afrique. Dépôt de documents de la FAO http://www.fao.org/docrep/008/y5918s/y5918s11.htm#box

Le renforcement de la bonne gestion au moyen du commerce : les produits de l'arbre de karité à l'Afrique, E.T. Des masters, J.A. Yidana et P.N. Lovett. http://www.prokarite.org

FAO

La maison du karité

Le présent document a été élaboré avec l'aide financière de l'AECID:

Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement

cooperación española