

Rapport de mission de la filière de karité



Une meilleure
connaissance de la filière
sur ses différentes
chaînes – DIC au Sahel

Sommaire

Sommaire	2
Contexte de la mission	4
Méthodologie	5
1 Généralités sur le karité	5
2 Les acteurs / partenaires intervenant dans la filière karité	7
2.1 Les acteurs directs	7
2.1.1 Les femmes productrices	7
2.1.2. Les commerçants	11
2.1.3. Les opérateurs dans la transformation industrielle au Mali	13
2.1.4. Les importateurs étrangers	15
2.2. Les acteurs indirects	17
2.2.1 Les services techniques	17
2.2.2. Les Laboratoires	18
2.3. Les organisations d'appui	20
3. Organisation actuelle de la filière	22
3.1. Organigramme général actuel de la filière au Mali	22
3.2. Stratégies et logiques des différents acteurs	23
3.2.1. Les acteurs directs	23
4. Les produits : fabrication et débouchés	26
4.1. Les noix et amandes de karité	26
4.2. Le beurre de karité :	26
4.3. Les produits dérivés du beurre de karité	27
4.3.1. Le savon	28
4.3.2. Le débouché chocolatier	28
4.3.3. Les produits cosmétiques et pharmacologiques	28
5. Analyse des marchés et de leur fonctionnement	28
5.1. Marché local	29
5.2. Le marché national :	29
5.3. Marché régional	30
5.3. Marché régional	31
5.4. Le marché international	32

5.5. Analyse de l'offre et de la demande :	33
5.5.1. L'offre	33
5.5.2. La demande.....	35
5.6. Schéma d'intégration des différents marchés	36
5.7. Couples produits - marchés.....	36
5.7. Couples produits - marchés.....	37
6. Génération des revenus et leur répartition sur la filière	37
6.1. Formation des prix	37
6.2. Fluctuation des prix	38
6.2.1 Fluctuation des prix suivant les zones.....	38
6.2.2. Fluctuation des prix suivant les périodes de l'année	39
6.2.3. Fluctuation des prix suivant les années	40
6.3 Marges bénéficiaires	41
7. Les normes de qualité	42
8. Qualité des produits et revenus des acteurs	43
9. Enjeux de développement de la filière	44
9.1. Enjeux d'ordre politique :	44
9.2. Enjeux d'ordre social :	44
9.3. Enjeux d'ordre économique :	44
9.4. Enjeux d'ordre écologique :	45
10. Les atouts et opportunités.....	45
11. Les contraintes de développement de la filière.....	46
12. Nouvelles hypothèses et propositions d'action.....	47
12.1. Transformation	47
12.2. Diversification des produits et marché national / régional.....	47
12.3. Qualité des produits et certification des normes.....	47
12.4. Organisation et capacités professionnelles des acteurs directs	47
12.5. Coordination des actions des services étatiques	48
12.6. Concertation entre structures d'appui et harmonisation des actions	48
12.7. Protection et régénération assisté de l'arbre.....	48

Contexte de la mission

Les activités menées sur le karité depuis l'an 2000 ont permis à IC Sahel de rassembler une mine d'informations portant sur :

- La ressource karité en tant qu'arbre d'une part, et en tant qu'élément rentrant dans un contexte et une dynamique plus globale d'interrelations socioculturelles et économiques qui influencent la gestion des espaces et des économies locales ;
- Les actrices/acteurs de la filière à travers l'identification et la collecte de données sur les groupements karité dans les zones d'intervention des programmes d'IC Sahel (San, Tominian, Koutiala, Yorosso, Sikasso et Kadiolo). Le Pôle karité est actuellement en contact avec plus d'une trentaine de groupements dans ces zones. Par contre, très peu d'actions ont concerné l'identification des autres acteurs tels que les commerçants, les courtiers, les exportateurs, les organisations de contrôle et de certification de qualité, etc ;
- Une meilleure connaissance de la filière sur ses différentes chaînes, bien qu'elle soit peu clairement structurée.

Dans le cadre de ses nouvelles orientations, la stratégie d'IC Sahel retient un axe économique très important qui concernera l'articulation entre les différents maillons de la filière, la maîtrise des marchés par les acteurs, une plus grande valorisation des différents produits à travers l'amélioration de la qualité, de la présentation et du marketing. A moyen terme, IC Sahel et son Pôle karité vise l'émergence d'une organisation interprofessionnelle regroupant les différentes catégories d'acteurs de la filière karité (groupements de productrices, transformatrices/transformatrices, décideurs politiques, opérateurs économiques, prestataires de services, fournisseurs d'équipements et autres biens, etc.), autour des questions de développement, valorisation et durabilité de l'ensemble de la filière.

Les informations et la documentation déjà réunie par IC Sahel reste à compléter, préciser et actualiser. Par ailleurs, certains aspects nécessitent de nouvelles investigations. C'est dans ce contexte que s'inscrit cette étude qui a pour but :

- de comprendre l'importance du karité au double plan social et économique ;
- d'identifier et de caractériser les différents acteurs et les interrelations qui les lient entre eux, ainsi que les contraintes et les attentes que chacun d'eux a vis-à-vis des autres pour lever ces contraintes ;
- de comprendre la génération de revenu et sa répartition le long de la filière (de la production à la commercialisation) : Il s'agira d'étudier les coûts au niveau des différents maillons de la filière (particulièrement les frais fixes de gestion d'un groupement ou centre de production), la valeur ajoutée liée à la transformation, les marges bénéficiaires, les chaînes de commercialisation, etc ;
- de définir et proposer des couples "marchés – produits" en précisant les avantages comparatifs.

Méthodologie

Nous avons recueilli une masse d'informations auprès des structures d'appui à la promotion de la filière, des services étatiques (DGRC, DNCC, DNI, CNPI, DNAMR, DNSI), de l'association des grossistes et exportateurs (AMEPROC) et de l'HUICOMA. Ces données ont ensuite été analysées conformément à des aspects tels que :

- l'organisation et du fonctionnement des acteurs pilotes à la base de la filière ;
- la problématique de la commercialisation du beurre et de l'amende de karité au niveau des grossistes et des exportateurs ;
- le système de production des unités industrielles de transformation existantes au Mali ;
- le système de production des unités de production fermées et raison de leur fermeture ;
- les conditions de viabilité d'une unité industrielle de transformation du karité au Mali ;
- la répartition de la valeur ajoutée produite sur les différents maillons de la chaîne de la filière ;
- l'analyse structurelle de la demande sur le karité ;
- les normes internationales de qualité et connaissance de ces référentiels par les exportateurs maliens ;
- l'identification de structures et leur mobilisation pour l'amélioration de la qualité du beurre à l'exportation par une technologie et un savoir faire appropriés;
- les conditions d'une amélioration des revenus des acteurs directs et de toute la filière conséquemment à une amélioration de la qualité ;
- les orientations stratégiques, actions et zones d'actions des partenaires d'appui à la promotion de la filière.

1 Généralités sur le karité

Le karité est un arbre typiquement et exclusivement originaire d'Afrique où on le rencontre dans 16 pays. Cependant, les peuplements les plus denses sont localisés au Mali, au Burkina Faso et au Nigeria. Le Mali détient le plus grand peuplement d'Afrique soit environ les 2/3 de l'ensemble.

Le karité 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. Il donne un fruit composé de la pulpe qui est consommée par les populations et de la noix qui après décorticage 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.

Les usages du beurre de karité sont multiples. Qu'il s'agisse de son utilisation traditionnelle dans les pays de production ou industrielle dans les pays occidentaux, le beurre de karité est utilisé principalement dans trois secteurs :

- **En alimentation**, le beurre de karité est principalement connu comme huile de cuisine au Mali. Il peut être utilisé en chocolaterie, pâtisserie, confiserie, biscuiterie à cause de son point de fusion élevé, en substitut au beurre de cacao. L'industrie agroalimentaire absorbe 90% des besoins en karité sur les marchés internationaux
- **En cosmétique**, le beurre de karité est recherché pour ses propriétés de douceur et d'onctuosité ainsi que pour son pouvoir nettoyant et adoucissant très élevé. Les bienfaits sur la peau et les cheveux sont reconnus aux produits de beauté à base de beurre de karité : crème, lait, shampooing, savon, etc. L'emploi du beurre de karité en savonnerie peut atteindre 40% de la masse totale de corps gras utilisés. Bien que très peu limitée par rapport aux besoins agroalimentaires, la demande en karité de l'industrie cosmétique représente un débouché non négligeable.
- **En pharmacie et pharmacopée traditionnelle**, le beurre de karité est utilisé dans les pommades cicatrisantes et pour renforcer certains traitements contre les irritations superficielles, les brûlures, les ulcérations, les dermites, les dermatoses, la sécheresse cutanée. Il est aussi utilisé contre les rhumatismes, la grippe, le rhume, les entorses et les courbatures

Le karité représente une importante source de revenu des populations féminines de sa zone de production. La vie des femmes s'organise pendant une période de l'année autour de la collecte, de la conservation et de l'extraction du beurre qui est utilisé pour des besoins dans différents domaines.

Au Mali, les zones de peuplement de karité vont de la région de Kayes à celle de Mopti. Cependant, les peuplements les plus denses se trouvent dans les régions de Ségou (Ségou, San, Tominian), Koulikoro (Koulikoro, Dioila, Kangaba et Kolokani), Sikasso (Sikasso, Bougouni, Koutiala, Yorosso) et Kayes (Kita, Kéniéba, Bafoulabé).

Le potentiel du parc karité est estimé à 141 - 150 millions de pieds. Les rendements des arbres en noix sont très variables d'une zone de production à l'autre et d'une année à l'autre. En considérant les différentes hypothèses développées à ce sujet, le rendement moyen retenu est de 15 Kg de noix par arbre.

Des études de l'IER, il ressort que 100 kg de fruits frais peuvent donner 20 kg d'amandes sèches. Par ailleurs et suivant les relevés effectués au cours des années, on estime qu'en moyenne 40% des arbres sont improductifs chaque année. Ces différentes hypothèses combinées permettent d'estimer très approximativement le potentiel de production d'amandes sèches à 250 000 tonnes par an.

Une étude réalisée par le PIRT avait estimé l'autoconsommation des ménages ruraux et urbains entre 100 000 à 120 000 tonnes d'amandes séchées par an. D'autres estimations (DNCC) indiquent que seulement 80 000 tonnes d'amandes seraient réellement exploitées. Dans tous les cas le potentiel exploité serait largement en deçà du potentiel des 250 000 tonnes d'amandes sèches.

2 Les acteurs / partenaires intervenant dans la filière karité

2.1 Les acteurs directs

2.1.1 Les femmes productrices

Les femmes constituent, sans nul doute, le maillon principal de toute la chaîne de la production aussi bien des amandes que du beurre. En effet, c'est à partir de leur production (quantité et qualité) que vont dépendre les activités des autres acteurs directs de la filière. Le ramassage des fruits, le conditionnement des amandes, la transformation en beurre et la première vente sont des activités exclusivement féminines même si quelques rares cas d'intrusion des hommes sont signalés dans certaines zones, lorsque les prix offerts par les acheteurs sont intéressants.

Les femmes sont généralement organisées en groupements associatifs qui sont, dans la majorité des cas, des organisations « traditionnelles » qui rassemblent les femmes d'un village, avec parfois une division en quartiers pour les bourgs et qui fonctionnent sur la base de règles internes simples. Leur principal objectif est l'entraide sociale.

Aucune de ces organisations n'est, en réalité, spécialisée uniquement sur le karité. Leurs activités communes dans le cadre du karité se limitent le plus souvent à l'échange de main d'œuvre pour le barattage du beurre (processus de rotation par famille). La collecte des fruits, le traitement des amandes et les autres opérations en aval du barattage jusqu'à la commercialisation sont généralement effectués de manière individuelle.

Ceci explique donc que ces groupements ne disposent pas de documents officiels d'existence, de siège propre à leurs activités, ni de quelconque infrastructure de stockage ou de transformation. Cette caractéristique est fondamentale dans la conception d'une stratégie adaptée pour la promotion du karité au Mali.

Les groupements partenaires du programme du Pôle Karité sont répertoriés dans le tableau ci-après :

Tableau n°1 : Les groupements partenaires du programme du Pôle Karité

Désignation Eléments d'analyse	Cézin	Parisin	Mougnissi	Yèrèyiriwa	Parisin	Benkadi
1. Nom du responsable	Marguerite Marie DIARRA	Kadiatou KONATE	Mariam THERA	Hatouma SYLLA	Benzou THERA	Athio MOGORO
2. Adresse de l'organisation paysanne	S/C de la mairie	S/C du chef de village	S/C de la mairie	S/C de la présidente	S/C chef de village	S/C chef de village
3. Date de création	2000	Avril 2000	Décembre 2000	10 Avril 1996	1998	1996
4. Localité de l'OP	Mandiakuy	Sibougou	Diora	San	Dami	Bogossoini
5. Forme Juridique	Coopérative	Groupement	Association	Association	Groupement	Groupement
6. Effectif des membres	48	52	42	10	36	90
7. Nombres de productrices alphabétisées (en bamb)	21 (en Français)	0	13	10	14 (en borée)	7
8. Les activités	Savonnerie (produit du beurre uniquement pour faire du savon)	Karité, savon, arachide, prestation des travaux champêtres, ramassage banco	Karité, savon, arachide, maraîchage	Alphabétisation, transformation des produits locaux, savon, petit commerce	Karité, savon, arachide, haricot, pois, sésame	Karité, savon, arachide
9. Techniques de production	Traditionnelle (méthode de barattage)	Traditionnelle (méthode de cuisson)	Traditionnelle (méthode de barattage)	Ne produit pas du beurre	Traditionnelle (méthode de barattage)	Traditionnelle (méthode de cuisson)
10. Période de production	Janvier à Mai – sav Oct à Déc - beurre	Toute l'année	Novembre - Mai	-	Novembre - Mai	Novembre - Mai
11. Taux d'extraction	29%	35%	26%	-	26%	25%

Désignation Eléments d'analyse	ACAK-APC Sikasso	Benkadi Kodialanida	Benkadi Bénigorola	Benkadi Zanzonie	Jèkafo	UAPAD
1. Nom du responsable	Namama Berthé	Korotoumou Koné	Fanta GOITA	Fanta COULIBALY	Mme Kondo Aminata Traoré	Marie Victoire Dakouo
2. Adresse de l'organisation paysanne	Sikasso BP 6 Tél 2620 164 Cell 601 40 43	Kodialanida	S/C du chef de village	S/C du chef de village		
3. Date de création	2 Janvier 2000	30 juin 1999	14 Avril 1998	1996		
4. Localité de l'OP	Sikasso	Kodialanida	Bennigorola	Zanzonie	San	Mandiakuy
5. Forme juridique	Association	Association	Assssociation	Association		
6. Effectif des membres	30	127	80	226		
7. Nombre de productrices alphabétisées (en bamb)	10	15	10	8		
8. Les activités	Karité, Tamarin, Néré	Karité, maraîchage, culture champêtre	Karité, savon, Céréales, petit crédit	Karité , savon, arachide, riz, maraîchage		
9. Techniques de production	Traditionnelle	Traditionnelle	Traditionnelle (méthode de barattage)	Traditionnelle (méthode de barattage)		
10. Période de production	Janvier- Décembre	Juin –Mars	Septembre - Mai	Septembre - Mai		
11. Taux d'extraction	-					

Désignation Eléments d'analyse	ATB Kadiolo	AFFBKZ Zégoua	Uyelo Kaniko			
1. Nom du responsable						
2. Adresse de l'organisation paysanne						
3. Date de création						
4. Localité de l'OP	Kadiolo	Zégoua	Kaniko			
5. Forme juridique						
6. Effectif des membres						
7. Nombre de productrices alphabétisées (en bamb)						
8. Les activités						
9. Techniques de production						
10. Période de production						
11. Taux d'extraction						

L'appui d'organisations de développement a permis des expériences positives de structuration des femmes pour la transformation semi-artisanale et la commercialisation du beurre de karité. On peut citer les plus importantes qui sont :

L'union des femmes productrices de Zantiébougou :

L'ONG AMPJ a appuyé la constitution d'une union regroupant 15 groupements de femmes et dont le siège est à Zantiébougou. Cette union est organisée autour d'une plate-forme multifonctionnelle pour le traitement de l'amande et la commercialisation du beurre. Ce projet concerne 42 villages de la commune rurale de Zantiébougou.

Le beurre produit par le projet est de bonne qualité et est exporté dans des pays de la sous Région comme la Guinée et le Sénégal.

L'union rencontre des difficultés pour rendre le beurre produit compétitif parce qu'elle met plus en avant le côté social (augmentation des revenus de ses membres) au désavantage de la compétitivité au plan économique (prix d'achat des produits des membres plus élevé que celui du marché, faible productivité et rendement).

L'union des femmes productrices de Dioïla :

L'Union des femmes productrices de Dioïla est une organisation regroupant 40 coopératives de 05 communes du cercle. L'Union (organisation faitière qui est elle-même une coopérative) est dirigée par un conseil d'administration et un comité de surveillance, tout comme les coopératives.

La SNV appui l'Union dans les domaines suivants :

- Le renforcement de capacités en organisation et en gestion ;
- L'intermédiation financière pour la recherche de crédits de commercialisation ;
- La maîtrise d'ouvrage pour l'utilisation de prestataires de services ;
- La planification des activités de l'Union ;
- La mise en relation (réseau) avec d'autres acteurs de la filière.

L'Union produit manuellement du beurre de bonne qualité qu'elle commercialise au Sénégal, en Afrique du Sud et avec certaines unités de transformation au Mali.

L'union a toutefois des difficultés d'accès au marché. Elle a recruté à cet effet un agent commercial. Les autres contraintes ont trait à la qualité encore faible du beurre produit, ainsi que des faiblesses d'organisation de l'Union et des coopératives.

2.1.2. Les commerçants

Ce groupe est composé de trois catégories d'acteurs au niveau local : les acheteurs villageois, les courtiers et les commerçants grossistes.

Les acheteurs villageois ou collecteurs

Ce sont généralement des paysans résidents dans les villages où il y a un marché hebdomadaire. Ils servent d'intermédiaire entre les productrices et les commerçants grossistes. Ils rassemblent un stock important du beurre et des amandes entre deux foires hebdomadaires et le revendent aux commerçants grossistes qui peuvent être leurs clients principaux ou non et dont ils reçoivent dans certains cas un préfinancement.

Dans d'autres cas, ils peuvent obtenir, dans les villages, du beurre des femmes avec lesquelles ils entretiennent une relation de confiance et dont le paiement n'interviendra qu'après la vente aux grossistes.

Les courtiers

Ce sont des intermédiaires facilitateurs entre les vendeurs (acheteurs villageois et femmes) et les commerçants grossistes avec qui ils se déplacent de foire en foire et perçoivent une somme d'argent de leur part pour leurs transactions journalières. A la fin de la journée, le courtier revend au grossiste une quantité du produit égale à la somme qu'il a reçue tout en préservant sa marge bénéficiaire.

Les commerçants grossistes

Les grossistes sont des commerçants basés en ville (Villes secondaires et Bamako). Ce sont en général des commerçants des produits céréaliers locaux qui se déplacent sur plusieurs foires hebdomadaires. Ils font aussi la commercialisation (achat et vente) des produits du karité (amandes et beurre). Ils achètent les amandes et le beurre pour ensuite les revendre :

- Aux commerçants détaillants, particulièrement dans les autres localités du pays qui ne produisent pas du karité
- Aux exportateurs dont la plupart sont basés à Bamako et pour lesquels ils constituent des intermédiaires.

Ils constituent le dernier maillon de la filière au niveau local et jouent un rôle important sur la fluctuation des prix du karité sur les marchés locaux, car ils agissent en fonction du prix fixé par leurs clients exportateurs de Bamako.

Les commerçants exportateurs

Ce sont des commerçants agréés pour l'importation et l'exportation des marchandises. La plupart d'entre eux sont regroupés au sein d'une organisation dénommée Association Malienne des Exportateurs des Produits du Cru (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. Ses principaux membres résident à Bamako, mais disposent de relais dans l'ensemble du pays, notamment dans les zones productrices délimitées par les villes de Kita, Kolokani, Bougouni, Sikasso, Koutiala, San, Ségou, Dioïla, Fana.

Ils constituent le dernier maillon important de la filière au niveau national.

Tableau n°2 : Liste de quelques exportateurs de produits du karité

Noms et Prénoms	Marché / localité	Contact
Diarra issiaka	Niaréla	
Haïdara Mounirou	Niaréla - AMEPROC	
Coulibaly Omar	Bagadadji	
Kagnassy Bouya	Niaréla	
Modibo Talla	Ségou	
Simpara Gaoussou	Ségou	

Haïdara Amadou	Médine	
Tigana Bassaro Boubacar	Hamdallaye - AMEPROC	224 20 60
Diarra Salif	AMEPROC	
Daou Ousmane	Grand marché	
Bamaba Moussa	Medine	
N'Diaye Mamadou	Bagadadji - AMEPROC	224 04 55
Mme Sangaré Mouye Sanogo	Bamako - AMEPROC	221 50 44
Soumaïla Konaté	Bamako - AMEPROC	673 00 51 / 220 23 48
Lassina Ballo	Bamako - AMEPROC	221 48 73
Gueye Mamadou	Bamako - AMEPROC	672 04 84
ACOGEDI		
Daouda Kagnassy	AMEPROC - Bamako	222 30 74
Issa Keïta	Président AMEPROC - Bamako	222 08 54 / 631 55 23
Demba Diallo	AMEPROC - Bamako	277 66 69
Mountaga Diarra	AMEPROC - Bamako	674 70 02 / 649 56 95
Gaoussou Goumané	AMEPROC - Bamako	222 40 12
Babina Konaté	AMEPROC - Bamako	220 11 55
Cheik Tidiane Kanté	AMEPROC - Bamako	221 51 50
Hamidou Doucouré	AMEPROC - Bamako	222 79 40
Moustapha Haïdara	AMEPROC - Bamako	221 11 37
Mankasiré Sacko	AMEPROC - Bamako	223 37 94 / 229 13 53
Stapha Kouma	AMEPROC - Bamako	224 87 38
Ibrahim Mangané	AMEPROC - Bamako	223 68 23
Seydou Tall	AMEPROC - Bamako	224 72 30
Bassy Doucouré	AMEPROC - Bamako	221 45 50 / 674 30 84
El Hadj Abdou Diawara	AMEPROC - Ségou	232 04 60
Dantouma Camara	AMEPROC - Kayes	252 11 53 / 252 14 16

Modifié de l'étude Z. Sanogo, Y. Berthé, Mme A. Coulibaly, Août 2000 / Répertoire des exportateurs de cueillette de la DNCC

2.1.3. Les opérateurs dans la transformation industrielle au Mali

Les industries nationales comprennent les entreprises industrielles qui transforment les amandes pour avoir du beurre de karité (SIKA Mali et Usine de Bougouni) et celles qui fabriquent des produits dérivés à base de beurre de karité (HUICOMA).

SIKA-MALI

SIKA-MALI est la première unité industrielle privée ne pouvant traiter que l'amande de karité. Installée en fin 1983, SIKA- Mali 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, l'usine n'a pu collecter que 500 tonnes.

La contrainte majeure de cette unité serait sa très forte capacité de production surdimensionnée par rapport à la disponibilité des noix. Elle a aussi été confrontée à des problèmes de matières premières. Il semble que les femmes ne cédaient que des amandes de mauvaise qualité à l'usine à cause du prix offert.

SIKA-MALI n'a fonctionné que très peu de temps, malgré l'importance de l'investissement qui a coûté plusieurs milliards de FCFA. L'outil de production est toujours en place et pourrait être cédé à un autre opérateur. Mais il y a un problème juridique à éclaircir. Les investissements ayant été garantis par le Mali à travers l'ex-FOSIDEC, l'Etat a été obligé de rembourser entièrement les fonds aux partenaires financiers après la faillite. Il reste à savoir si cette action autorise l'Etat à s'approprier l'usine ou d'entreprendre d'autres actions de réhabilitation rapide de SIKA-MALI.

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-Mali, 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 contraintes telles que les problèmes d'approvisionnement en amandes (manque de fonds de roulement pour la constitution de stocks, mauvaise qualité des amandes achetées), de débouchés pour le beurre produit.

Usine HUICOMA de Koulikoro

C'est l'huilerie cotonnière du Mali mise en place avec des fonds entièrement publics. Elle a repris les activités de l'ex-SEPOM (Société d'exploitation des produits oléagineux du Mali) qui transformait les amandes de karité depuis 1973 pour l'exportation. C'est cette société qui a lancé la production de "Karitea", pommade dermique à base de beurre karité.

HUICOMA continue à produire "Karitea" en deux qualités (produits ordinaires et éclaircissant) sous forme de crème et de lait. Elle utilise annuellement 10 tonnes de beurre de karité artisanal dont elle procède d'abord au raffinage. En fait, HUICOMA a une capacité beaucoup plus élevée. Mais la production a été limitée en raison des difficultés d'écoulement de "Karitea", difficultés liées à une politique commerciale peu agressive.

HUICOMA utilisait 4'200 tonnes de beurre de karité dans la production du savon. Mais depuis 2001, le beurre de karité a été remplacé par une autre matière première moins cher. Il s'agit de l'acide gras de palme importé de la Côte d'Ivoire.

L'approvisionnement en beurre se fait auprès des grossistes de la place, suite à un appel d'offre fixant les normes de qualité.

HUICOMA dispose d'équipements de presse et de raffinage de l'amande et du beurre de karité. L'équipement de presse est le même que celui utilisé pour les graines de coton. Le rendement pour le beurre de karité de cet équipement est actuellement faible, car il est amorti, voire obsolète. L'autre difficulté est liée à sa double utilisation : graines de coton

et amandes de karité. L'activité principale de l'usine étant la transformation des graines de coton fournies par la CMDT, il lui est pratiquement impossible de traiter les amandes de karité tant que la production nationale de coton reste importante. Ainsi, HUICOMA ne transforme plus les amandes de karité depuis quelques années.

HUICOMA pourrait bien transformer l'amande et le beurre de karité, soit pour une exportation par elle-même, soit en prestation de services pour les exportateurs. Elle a des capacités techniques et technologiques de raffinage et de distillation pour fournir des produits répondant aux normes requises et pour tout type d'utilisation : acidité, humidité, impureté, odeur, couleur, taux de cholestérol... Cependant, elle a besoin d'investir pour le renouvellement de l'équipement de presse.

L'alternative au problème du coût du beurre dans la production du savon serait la diversification de ce produit. Un savon de toilette pourrait être rentable, car pouvant être vendu à un prix permettant une bonne marge de couverture du coût du beurre de karité.

HUICOMA est en voie de privatisation. Elle devrait intervenir à la fin de 2004. L'on ne peut donc augurer de l'exploitation des potentialités de cette société pour la filière karité avant cet événement.

2.1.4. Les importateurs étrangers

Tableau n°3 : Sociétés importatrices des produits du karité :

Pays	Sociétés	Activités / Représentation en Afrique
Belgique	Van Dermoortele	Production de margarine, huiles, graisses, aliments à base de soja, de mayonnaise et de sauces pour l'industrie agroalimentaire
Danemark	Aarhus Oliefabrik A/S	Un des leaders mondiaux en huiles végétales et les graisses spécialisées pour les industries de la confiserie et de la boulangerie – <i>Filiales à Accra (Ghana) et en Côte d'Ivoire</i>
Suède	Karlshamns AB	
Pays-Bas	Loders-Croklaan	Filiale du groupe Unilever UK PLC qui produit des huiles et graisses (produits naturels) spécialisées pour l'industrie agroalimentaire
Royaume-Uni	Unilever UK PLC	produit des huiles et graisses (produits naturels) spécialisées pour l'industrie agroalimentaire
	Brittania Food Ingredients Ltd	Fournisseur de matières premières pour les sociétés Mars et Cadbury au Royaume-Uni
	Edible Oil Marketing Consultant	
France	Agrotropic s.a.r.l.	
	Eurobroker	
	EXA Cosmétique	
	L'OCCITANE	Société de cosmétique travaillant directement avec des groupements de productrices de beurre de karité
	Teco Finance Export	

	D2E	
Japon	FUDJI ITO	
	KARREKA	
	MITSHI	
	Fuji Oil Company, Ltd.	Importation de noix, beurre et huile de karité
Etats-Unis	Fuji Vegetable Oil, Inc.	Filiale du groupe nippon Fuji Oil. Importe du beurre et de l'huile de karité pour les fabricants de chocolat au Canada et en Amérique du Sud
	AFAJATO, Inc.	Importe du beurre de karité principalement du Ghana pour les producteurs d'aliments naturels
	African Shea Butter Company	Société dont l'activité principale est l'offre de beurre de karité
	Terry Laboratories	Commercialise du beurre de karité raffiné auprès d'entreprises de cosmétiques aux Etats-Unis
	Biochemicals International, Inc.	Fourniture de matières premières pour la production d'articles de savonnerie notamment

Source : CNUCED / Info Comm : information de marché dans le secteur des produits de base

Tableau 04 : Les intervenants sur le commerce du beurre de karité en Suisse

Rubriques	Quantité annuelle	Utilisation	Prix	Marque	Commentaire
Impag chemie-Import AG. CH	1800kg const	Cosmétique	10 SF./kg (vent)	Cetiol SB 45 fabriqué par Henkel, D	Revente à l'industrie cosmétique CH
Rahn AG, CH		Cosmétique	8-20 SFr./kg (vente)		Vente du beurre en gros en Suisse
Induchem AG, CH			Quantité minimale 15,8 kg à 80-/kg (vente)		Peut être commandé de "Fanning cooperation, Illinois, USA"
Pharmacie et cosmétique (fabrication de produits ou/et vente au détail)					
Kosmetische Artikel				Beurre	Commerce équitable Burkina Faso, composant dans des produits cosmétiques et vente du beurre pur au détail
Und preparate: Parfalla-Düffe & Edelsteine, CH			Achat 48-revente 450-(vente)		Comme composant dans une lotion solaire
Gerda Spillonn AG, CH	10-20 kg	Cosmétique			Vente du beurre pur au détail

Drogerie im Dreieangel; CH	>50 kg	Cosmétique	9,80/100, à partir de 25kg : 30-/kg(vente)	Kariderm	Vente du beurre pur au détail
Pia Hess, Nature-Kosmetik			950/100g	Beurre	Vente du beurre pur au détail
Biokosma SA, CH	100-200kg const	Cosmétique			Composant dans des produits cosmétiques

Source : Irène Obi, 2000

2.2. Les acteurs indirects

2.2.1 Les services techniques

La Direction Générale de la Réglementation et du Contrôle (DGRC)

La DGRC a pour mission, en collaboration avec les structures compétentes (laboratoires entre autres), l'élaboration de la législation et de la réglementation relatives aux activités du secteur du développement rural. Elle organise et coordonne l'application des dites législation et réglementation.

Pour le karité spécifiquement, elle contrôle la qualité des amandes et du beurre, ainsi que le conditionnement. Elle procède par une analyse physique, mais non chimique des produits : couleur et hygiène du beurre, germination des amandes, conditionnement. Sur demande des importateurs étrangers, elle effectue des certifications de qualité attestées par la délivrance de visas à l'exportation.

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

La mission de promotion du karité a été confiée par l'Etat à la DNCC, qui est sous la tutelle du Ministère de l'industrie et du commerce. Elle a contribué à la création de l'AMEPROC en 1996. Elle continue à assister cette association dans le développement de ses activités par des mises en relations d'affaires, la recherche de partenaires et l'intermédiation pour des fonds de garantie.

L'approche de la DNCC est la professionnalisation des exportateurs maliens. Elle vise dans ce cadre la création d'un "Label Mali". C'est dans le soucis de promouvoir les produits agricoles, dont le karité, que la réglementation du commerce ne prévoit pas de droits à l'exportation afin que les produits exportés soient plus compétitifs sur le marché international.

La DNCC contribue aussi à la promotion de la filière karité à travers l'exposition des produits lors des manifestations commerciales internationales, avec ou sans la participation des opérateurs économiques. Par ailleurs, elle publie des articles dans la revue Economie&Commerce.

La Direction Nationale de l'Appui au Monde Rural (DNAMR)

La DNAMER et ses démembrements vulgarisent différents thèmes techniques embrassant divers aspects de la filière karité :

- Entretien des arbres ;
- Régénération naturelle assistée ;

- Techniques de plantation ;
- Techniques de greffage ;
- Lutte contre les épiphytes ;
- Techniques de collecte et de transformation du karité.

Cette vulgarisation s'effectue à travers la formation des agents techniques et des paysans et la diffusion des thèmes sur les radios locales.

La DNAMR appui aussi l'émergence de groupements féminins de productrices et leur équipement en plates-formes multifonctionnelles et de presses de karité. Ces appuis ont été effectués à San, Tominian, Ségou, Bla, Baraoueli et en zone OHVN.

2.2.2. Les Laboratoires

Le Laboratoire de Technologie Alimentaire (LTA)

Le laboratoire de technologie alimentaire a pour mission générale la recherche en matière de transformation et de conservation des produits agroalimentaires. Elle est composée de trois unités : l'Unité des fruits et légumes, l'Unité des céréales et légumineuses alimentaires et l'Unité des produits animaux et d'origine animale. Ses principales activités sont entre autres :

- L'amélioration des techniques traditionnelles de transformation et de conservation des produits agroalimentaires ;
- L'appui aux unités de transformation et aux promoteurs de PME/PMI dans la conception ou l'exploitation de leur projet, en vue de promouvoir l'industrie agroalimentaire ;
- La formation des organisations et groupements socioprofessionnels aux techniques de transformation et de conservation des produits agroalimentaires ;
- Les prestations de services relevant de son domaine de compétence : contrôle et analyse de qualité des matières premières, des produits finis et semi-finis. A cet effet, le laboratoire collabore avec la DGRC.

Le LTA n'a pas d'agrément lui permettant de faire des certifications reconnues sur le plan international. Il procède à un contrôle scientifique de qualité selon les normes nationales, normes qui sont fixées par la Direction nationale de l'industrie et la DGRC pour chaque produit.

Il n'y a pas de normes spécifiques au beurre au niveau national. Les normes utilisées sont celles communes aux matières grasses. C'est généralement l'importateur étranger qui fixe ses normes selon l'utilisation qu'il veut faire du beurre.

Le LTA n'a pas encore atteint des résultats probants en matière d'analyse des produits de karité. Il est en vue d'élaborer des normes harmonisées et acceptées par tous les acteurs, de concert avec le projet Prokarité, les ONG et les autorités administratives.

Le Laboratoire de la Santé Publique

La mission principale du laboratoire de santé publique consiste au contrôle des produits alimentaires dans le but de protéger la population contre une éventuelle intoxication. Il n'est pas agréé pour faire de la certification à valeur internationale.

Pour le karité, il effectue des contrôles de qualité et de conformité des produits suite aux demandes exclusives d'acheteurs étrangers. Les normes utilisées sont celles communes aux matières grasses.

Le Laboratoire central vétérinaire

Ce laboratoire ne mène aucune activité sur les produits du karité.

2.3. Les organisations d'appui

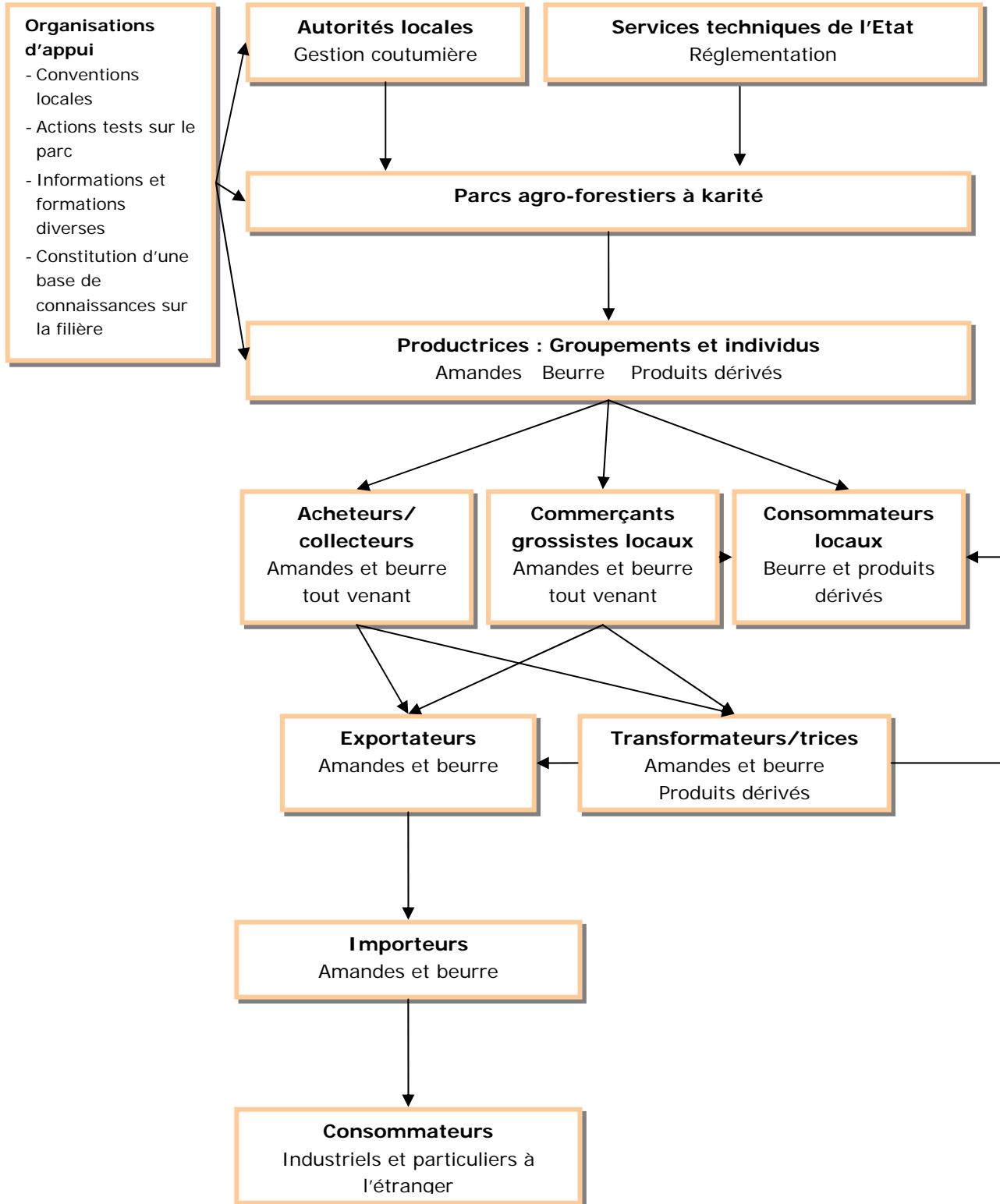
Tableau n°5 : Structures d'appui intervenant dans la filière

Organisation	Zone d'intervention	Acteur appuyé	Nature de l'appui	Contraintes
CECI	Siby , Zantiébougou	AMPJ et autres ONG, Ministère de la promotion de la femme, de l'enfant et de la famille Orientation stratégique : approche filière	Appui – conseil, mise en relation commerciale	Mobilisation des ressources financières et des acteurs
Projet karité (Ministère de la promotion de la femme, de l'enfant et de la famille)	San, Bla, Dioila, Kadiolo, Mopti et Kayes	Groupements féminins	Renforcement des capacités organisationnelles et techniques des groupements féminins ; formation, appui – conseil, recherche de marchés, équipement, fonds de commerce	Lenteurs dans la mise à disposition des fonds (budget national)
PROKARITE	Ségou, Koulikoro, Sikasso	Productrices à la base	Formation théorique et pratique pour l'amélioration des produits de karité	
AFE	Bamako, Siby, Kangaba, Ségou, Koulikoro	Exportateurs	Développement des exportations par une démarche qualité, mise en relation, structuration du réseau des exportateurs	Niveau de qualité des produits faible, difficultés de transport, coût de la logistique
AMPJ (Bougouni)	Commune de Zantiébougou	Groupements et Union des groupements	Formation, appui-conseil, équipement, développement organisationnel Orientation : amélioration de la production et commerce équitable	Analphabétisme, difficultés d'accès à la clientèle extérieure, difficultés de mobilisation des ressources financières

JEKASY				
GRAT	Commune rurale du Mandé - Kalifabougou	Groupements de femmes, ONG	Equipement, formation, appui-conseil pour l'amélioration de la qualité du beurre	Contraintes d'ordre financier, timidité dans l'utilisation des nouveaux équipements, absence de suivi
Malifolkcenter	Sanankoroba, Dialakoroba, Bougoula, Cercle de Kati	Associations de femmes, communes rurales	Formation, appui-conseil, financement pour la protection et la promotion de l'espèce et la génération de revenus	Analphabetisme, coupe abusive de l'arbre pour la production de charbon
OMAFES (Dioïla)	Cercle de Dioïla	Productrices à la base	Appui-conseil pour l'amélioration de la production et du revenu des femmes	Analphabetisme, absence de moyens de conservation et de transport adéquats
ACOD	Commune de Siby	Femmes productrices	Appui-conseil, renforcement de capacités, équipement pour un accroissement du revenu des femmes et une gestion durable du parc karité	Insuffisance de financement, projet de court terme (02 ans), analphabetisme des groupes ciblés

3. Organisation actuelle de la filière

3.1. Organigramme général actuel de la filière au Mali



3.2. Stratégies et logiques des différents acteurs

3.2.1. Les acteurs directs

Les productrices

Les activités de ramassage et de transformation des noix de karité sont réalisées exclusivement par les femmes, aidées en cela par les enfants. Le ramassage des fruits est fait par les femmes de manière indépendante. Leurs charges de travail (ménage et travaux champêtres) ne leur permettent pas de faire un ramassage de manière intensive. Par ailleurs, elles ne peuvent transporter que de petites quantités à la fois par manque de moyen de transport. Les fruits sont ramassés dans un rayon allant de 2 à 3 km autour du village. En général, seuls les fruits tombés sont ramassés. De manière exceptionnelle, les femmes secouent les arbres pour en obtenir les fruits.

La surcharge du calendrier des travaux des femmes, les distances à parcourir dans la brousse pour ramasser les fruits, les moyens dérisoires de transport des noix de la brousse aux concessions constituent des facteurs limitant pour exploiter le potentiel de karité disponible de manière optimale et satisfaire la demande locale et internationale.

La conservation des noix et ensuite des amandes influence directement la qualité du beurre. Traditionnellement, après la collecte, les noix obtenues sont conservées jusqu'à la fin de l'hivernage. Le mode de conservation varie suivant les productrices et leurs niveaux de professionnalisation. Certaines techniques de traitement consistent à cuire les noix, à les sécher au soleil et/ou à les fumer au four. Dans d'autres cas, les noix sont enfouies dans une fosse juste après la collecte. D'autres enfin les entassent simplement à même le sol en attendant la fin des travaux d'hivernage.

L'enfouissement des noix dans les fosses contribue à donner au beurre extrait un goût amer, tandis que le fumage entraîne une forte acidité et une mauvaise odeur. Toutes ces pratiques contribuent à dégrader la qualité de l'amande et partant, celle du beurre. 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.

La dégradation de la qualité des noix et partant des amandes pénalise fortement les exportateurs et les industries de transformation qui ne peuvent alors réaliser leurs ambitions de production et/ou de commercialisation en termes ni de quantité, ni de qualité.
Il existe un besoin important de formation des femmes rurales aux méthodes améliorées de traitement et de conservation des amandes que les autres acteurs directs devraient soutenir.

La plupart des femmes ne vendent que le beurre et jamais des noix ou des amandes, pour s'assurer d'un bénéfice maximal. Les prix au producteur ne rémunèrent pas suffisamment les efforts de ramassage et de traitement des noix. En vendant les amandes au lieu de vendre le beurre transformé au détail, les femmes perdent environ 60% de leur revenu. Elles vendent leur beurre au détail aux consommatrices ou aux détaillantes au marché. En plus grandes quantités, elles le vendent à la campagne aux acheteurs villageois ou aux grossistes en ville.

Rarement, les femmes achètent des amandes afin de les transformer en beurre pour la vente. La plupart des femmes se limitent à la fabrication de beurre pour l'autoconsommation et la vente au détail. Il n'existe aucune organisation structurée concernant le karité. Le marché est totalement libre.

Les difficultés de constitution de stocks importants d'amandes de qualité handicapent à coup sûr le développement des activités des industries locales de transformation, qu'elles soient privées ou publiques.

Les commerçants

Ce groupe d'acteurs occupe une place stratégique dans la filière. Leur rôle est surtout déterminant au niveau de l'information et de la commercialisation. Ils constituent une source d'information pour les exportateurs sur l'état de la production et sur le marché.

Les acheteurs villageois

Ils s'approvisionnent auprès des femmes sur les marchés hebdomadaires des villages. Ils assurent le transport des quantités collectées jusque dans les foires ou même dans les magasins du commerçant grossiste qui préfinance l'achat. Ils livrent le produit au prix convenu entre les deux parties sur entente verbale.

Les grossistes

Les grossistes peuvent constituer leurs achats de plusieurs manières :

- Ils se déplacent et achètent directement sur les foires avec des acheteurs villageois qui apportent leurs produits des petits marchés villageois.
- Ils achètent les quantités restantes et invendues de produits apportés sur les marchés en ville par les productrices à un prix suffisamment intéressant
- Ils pré financent les opérations de collecte par les acheteurs villageois qu'ils chargent d'acheter du beurre dans les villages. Ils fixent d'abord un prix. Si les intermédiaires (acheteurs villageois) trouvent du beurre à un prix plus bas ils achètent, sinon ils ramènent l'argent. La marge correspond à leur salaire.
- Quelques grossistes se déplacent et directement font leurs achats dans les petits marchés des villages.

Toutes les transactions se font au détriment des femmes productrices. Car, chacun de ces acteurs, au moment de l'achat, agit en fonction du prix fixé par son client tout en préservant sa marge bénéficiaire. Le karité constitue l'une des seules sources importantes de revenus pour les femmes et elles sont obligées de vendre leurs produits à n'importe quel moment de l'année pour couvrir les besoins urgents de la famille. Elles sont, de ce fait, plus vulnérables au marché que les autres acteurs.

La motivation et l'incitation des femmes à produire en quantité et en qualité, à travers un renforcement des compétences, une information juste sur les marchés et leurs demandes, et des prix rémunérateurs permettraient de revitaliser la filière dans son ensemble.

Les commerçants exportateurs

Ces commerçants sont en réalité des grossistes d'un niveau supérieur capable d'approvisionner les représentants/partenaires des importateurs installés dans les pays, préalablement cités, de la sous région et dans une moindre mesure les industries internationales (alimentaire et cosmétiques du monde occidental et du Japon).

Ils achètent le beurre ou les amandes de karité chez les grossistes qu'ils peuvent pré financer pour l'achat des produits. Chaque exportateur dispose d'un réseau de 30 à 50 commerçants pour constituer son stock. Ils jouent de leur poids économique et de leur information sur les cours des produits aussi bien au niveau national qu'international pour influencer les prix sur le marché local.

Pour fixer les prix, ils se basent, d'une part, sur les informations fournies par les commerçants grossistes concernant l'état de la production et les prix des marchés locaux, et d'autre part, sur l'évolution des prix du karité sur le marché mondial.

Les produits sont livrés par camions aux comptoirs d'exportation de la Côte d'Ivoire. 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 directement les opérations de collecte sur le territoire malien.

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. 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 (Irène Obi, 2000).

La difficulté des opérateurs maliens à décrocher des contrats d'exportation pourrait expliquer, en partie, l'insuffisance du prix au producteur. En effet, l'absence de débouchés assurés dans un contexte d'offre abondante ferait que les commerçants sont toujours disposés à payer tout le beurre mis sur le marché, mais à un prix très bas. Cette difficulté peut aussi justifier, d'une certaine manière, la nette baisse des exportations de beurre malien depuis une dizaine d'années.

Des actions de partenariat entre les commerçants, les productrices et des structures d'appui, dans le cadre d'une politique de développement de la filière, pourraient avoir un impact significatif sur la filière et notamment sur le prix au producteur

Les industries nationales

Les expériences du passé ont montré que la transformation industrielle au niveau national du beurre de karité rencontre de gros obstacles. Les usines (SIKA Mali, Usine de Bougouni) ont été conçues pour une quantité d'amandes qu'on n'a pas pu atteindre à long terme et les amandes fournies étaient de mauvaise qualité. Elles ont toutes deux fermé.

HUICOMA, continue de produire de la crème de soin "Karitéa", mais en très faible quantité.

La transformation de type industrielle est presque inexistante actuellement. Le beurre malien est actuellement négocié à Abidjan à 425 FCFA le Kg. Dans ces conditions, les opérateurs maliens et le Mali gagneraient à exporter davantage le beurre que l'amande. Cela suppose que l'Etat et les opérateurs s'investissent pour « donner un coup de fouet » à la transformation de l'amande en beurre.

Le développement du traitement industriel de l'amande de karité est indispensable à l'amélioration de la qualité du beurre et à l'élargissement du marché international.

4. Les produits : fabrication et débouchés

4.1. Les noix et amandes de karité

Le fruit du karité est la noix, une baie charnue de forme ronde ou oblongue fusiforme composée de différentes parties : L'enveloppe extérieure, l'épicarpe, recouvre une pulpe sucrée à maturation et comestible. Cette pulpe enveloppe une ou deux graines à coque facile à casser. A l'intérieur de la coque, se trouve l'amande. C'est l'amande qui est traitée pour en extraire le beurre de karité.

La maturation et la collecte des fruits du karité commencent au mois de mai et se terminent en septembre, donc pratiquement pendant la saison des pluies. La période de production intensive des amandes se situe entre Août et Novembre.

4.2. Le beurre de karité :

On appelle beurre de karité le mélange de lipides obtenu à partir du traitement des amandes. Sa composition biochimique de laquelle dépendent ses caractéristiques organoleptique (odeur, goût, texture, couleur) est fonction du processus de traitement et de conditionnement des amandes. Pour son exploitation dans les industries alimentaires et/ou cosmétiques, on s'intéresse particulièrement aux propriétés du beurre de karité qui dépendent non seulement de la nature des acides gras constitutifs en termes de poids moléculaire, d'insaturation, etc., mais aussi de la proportion d'insaponifiables.

Les femmes font l'extraction du beurre de karité selon une technique traditionnelle ancestrale qui varie peu d'un village à un autre. Cette technique est très difficile et demande beaucoup d'efforts et de temps de travail. Aussi, la méthode de transformation implique une solidarité et une pratique d'entraide entre les femmes.

Les amandes sont d'abord pilées puis rendues en pâte entre deux pierres (meules) ou moulues dans les villages où existe un moulin. On obtient une pâte rougeâtre qui est

malaxée en ajoutant progressivement de l'eau (le barattage) jusqu'à l'obtention d'une matière blanchâtre (l'émulsion). Cette émulsion est lavée à l'eau chaude, ensuite chauffée dans une marmite jusqu'à la séparation de l'huile d'avec les impuretés. Cette huile est recueillie, mise à décanter, filtrée à l'aide d'une toile et enfin mise à solidifier pour donner le beurre.

100 Kg de noix fraîches donnent environ 50 Kg de noix brut et 30 kg de noix sèches.

30 kg de noix sèches donnent 20 kg d'amandes sèches.

Extraction du beurre par la méthode traditionnelle: 20 Kg d'amandes de teneur variant entre 45 à 50% de matières grasses donnent entre 3,5 et 5 Kg de beurre. Rendement : 25 – 28%

En moyenne, 10 femmes traitent 28 kg d'amandes de karité par jour

Extraction par pression mécanique continue : Taux d'extraction : 45%, rendement : 90%

Extraction par solvant : Ne laisse que 1% dans le tourteau

Vu la pénibilité du procédé traditionnel, des presses manuelles et motorisées ont été vulgarisées. Les objectifs visés étaient l'allégement des tâches 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 centrifugeuse Mockarité motorisée
- Les presses hydrauliques manuelles : Une première avec une capacité de 20kg/heure et une seconde avec une capacité de 100 kg/heure
- Les presses à vis manuelles.

Ces presses ont suscité un engouement au départ, mais très vite, elles ont été abandonnées par les femmes qui trouvent cette technologie également pénible, surtout au niveau de la manipulation. Il semble qu'en réalité, ces presses ne soient pas adaptées aux variétés d'amandes de karité disponibles en Afrique de l'Ouest qui sont beaucoup plus riches en acide stéarique. Par contre, elles auraient très bien marché en Afrique de l'Est (Ouganda, Ethiopie) où l'amande de karité est plus riche en acide oléique, ce qui donne plutôt un beurre liquide (huile de karité).

La période de production du beurre de karité se situe sur toute l'année sur la base des stocks d'amandes disponibles. De manière plus intensive, la production est faite pendant la période froide (Décembre à Mars), le beurre se conservant mieux.

4.3. Les produits dérivés du beurre de karité

Ces produits regroupent un ensemble d'initiatives locales qui utilisent le beurre de karité comme matière première. Ces produits sont essentiellement situés dans les secteurs de la cosmétique, de la savonnerie et de la pharmacologie. Ils sont le prolongement des usages domestiques familiaux du beurre de karité, dont une large part d'ailleurs est directement auto consommée. Ces filières sont très diverses, très locales et peu importantes en termes de quantités. La valeur ajoutée créée localement est par contre assez importante. Plus qu'une réalité économique, ces filières constituent plutôt des potentiels auxquels il convient de porter une certaine attention.

4.3.1. Le savon

Au niveau local, le beurre de karité qui est une huile dure rentre dans la fabrication de différents types de savons de toilette, de lessive et médicinaux. Il est soit utilisé seul, soit additionné d'huiles molles telles celles du coton ou d'arachide. Les techniques traditionnelles utilisent comme alcali la potasse et celles améliorées, la soude caustique. Dépendant, du niveau de professionnalisation, les fabricant(e)s ajoutent différents adjuvants (parfums, colorants et adoucissants) pour créer des formules spécifiques. Lorsqu'un objectif médicinal est recherché, d'autres produits (par exemple l'huile de neem) sont rajoutés à la formulation.

4.3.2. Le débouché chocolatier

Avant la directive de l'Union Européenne relative à l'utilisation du beurre de karité en chocolaterie intervenue en 2000 (5%), il était déjà autorisé, en substitution au beurre de cacao, dans la fabrication du chocolat dans diverses régions du monde telles que les Etats-Unis (maximum 5%), le Japon (entre 5% et 8%), et l'Europe de l'Est (jusqu'à 15%).

Le débouché de la chocolaterie représente environ 95% des importations de noix et de beurre de karité. Le coût est évidemment un des arguments de taille dans la branche, sachant que le cacao constitue le cinquième du poids du chocolat et environ 10% de son coût de revient. L'industrie du chocolat s'intéresse aussi aux caractéristiques du beurre de karité, en particulier sa capacité à dégager des oléines et des stéarines lorsqu'il est fractionné. Le beurre de karité offre au consommateur l'avantage de ne pas fondre à température ambiante. Il est de ce fait très employé dans les opérations de nappage ou de couverture des barres chocolatées ou des confiseries à base de cacao.

4.3.3. Les produits cosmétiques et pharmacologiques

Le beurre de karité est utilisé en cosmétologie et en pharmacologie industrielle pour la fabrication de crème, pommades, lotions, shampooing, savon, etc. Sa teneur très élevée en insaponifiables lui procure des propriétés particulières très recherchées. Bien que ne représentant actuellement qu'une part infime de l'utilisation du beurre de karité, ces débouchés dans l'industrie cosmétique et pharmacologique devraient se développer à l'avenir, notamment avec le retour aux produits naturels et ethniques. En outre, ces utilisations requièrent la conservation des qualités physiques et chimiques du karité, ce qui ne peut être obtenu que par la voie du traitement traditionnel ou semi-industriel. Les acteurs à la base des pays producteurs pourraient ainsi capter une grande part de la valeur ajoutée du beurre de karité. Quelques grands groupes de cosmétiques, à l'instar de "The body shop" ou "L'Occitane" sécurisent la qualité de leurs approvisionnements en concluant des accords avec des groupements de productrices dans certains pays fournisseurs de karité comme le Burkina et le Togo.

5. Analyse des marchés et de leur fonctionnement

La commercialisation des produits du karité est une activité libérale au Mali. Elle fait intervenir plusieurs acteurs selon les stades de commercialisation, et chacun agit à son niveau pour maximiser son profit. Le profit tiré par les productrices est presque insignifiant compte tenu des efforts déployés pour la production d'un kg de beurre. Le prix d'aucun des produits n'est fixé à leur niveau, ni au niveau de l'Etat. Les produits du

karité (amandes et beurre) sont vendus dans plusieurs marchés (locaux, nationaux, régionaux et internationaux).

Pour comprendre le circuit commercial du karité, il convient d'étudier les différents marchés de vente et les acteurs et leur comportement dans chaque marché. A cet effet, l'analyse des marchés du karité se fera à quatre niveau : le marché local, le marché national, le marché régional et le marché international.

5.1. Marché local

Le marché local est défini comme un marché accessible pour les femmes rurales, collectrices des noix et productrices de beurre de karité. Les femmes n'ont que rarement un moyen de transport à disposition, elles se déplacent à pied. Un marché local se trouve au maximum à 25 km du village de la productrice. Selon cette définition, un marché local peut être villageois ou urbain.

Le marché local du karité est le lieu de rencontre d'acteurs qui peuvent être classés en quatre catégories : les femmes productrices, les acheteurs villageois, les courtiers et les commerçants grossistes.

C'est un marché approvisionné par les femmes productrices, mais géré par les commerçants locaux. Ces femmes, eu égard à l'importance de leur rôle et leur place dans la filière, devraient être les principales actrices du marché en termes de fixation des prix. Cependant, à cause de leur faible organisation et du caractère très libéral du marché, elles subissent les décisions des acheteurs (courtiers et commerçants grossistes) qui fixent le prix du jour.

Le marché local est animé par des professionnels grossistes, notamment les membres de l'AMEPROC (Association Malienne des Exportateurs des Produits de Cueillette). Ces principaux membres résident à Bamako, mais disposent de relais dans l'ensemble du pays, principalement dans les zones de production, délimitées par les villes de Kita, Kolokani, Bougouni, Sikasso, Koutiala, San, Ségou, Dioïla, Fana. Les mêmes acheteurs ou courtiers interviennent de manière hebdomadaire entre décembre et mai, cela selon les centres d'exploitation.

Ce marché est principalement caractérisé par son faible prix d'achat et le faible pouvoir d'achat des commerçants y opérant.

Les achats de beurre sont plus importants que ceux d'amandes. Les acheteurs villageois n'achètent les amandes que s'ils en ont reçu des commandes. Or les achats de beurre se font plus volontiers car l'écoulement est toujours assuré.

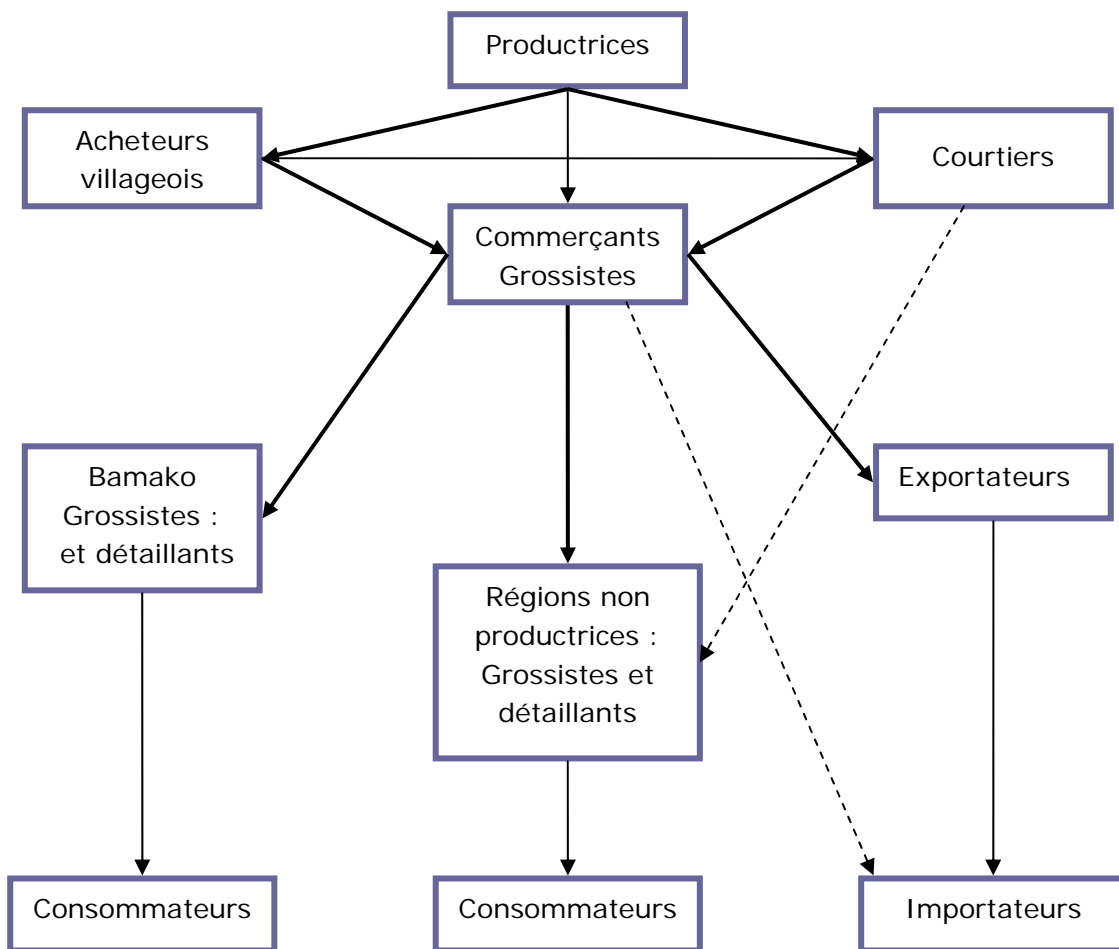
5.2. Le marché national :

Le marché national concerne les transactions des produits entre les commerçants grossistes des chefs-lieux de cercles, des régions, de la capitale et les commerçants exportateurs. On peut aussi ajouter à cela, les opérations effectuées par les commerçants grossistes vers les zones non productrices de karité dans le pays. Par exemple, les grossistes et semi-grossistes de Mopti (une vingtaine organisé en association) commercialisent du beurre de karité dans les régions du nord Mali. Les quantités annuelles vendue par ces commerçants seraient d'environ 2'000 tonnes.

Dans ce marché, il existe aussi une collaboration entre les commerçants grossistes des cercles et/ou des régions et les exportateurs de Bamako qui les pré financent souvent pour l'approvisionnement en amandes et/ou en beurre.

Les prix des produits sur les marchés locaux sont le plus souvent fixés par ces grossistes ou exportateurs de Bamako sur la base des informations reçues de la part de leurs fournisseurs et sur le cours du karité et du cacao sur le marché international. Mais, il convient de signaler que dans la plupart des cas, ces prix sont situés dans un intervalle et font l'objet d'une négociation entre la vendeuse et l'acheteur. »

Circuit commercial de vente du karité au Mali



Légende :

- > Très fréquent
- > Fréquent
- - - -> Rare

Source : Kane-Diallo, 2003

5.3. Marché régional

Le marché régional englobe le commerce entre le Mali et les pays voisins producteurs ou non de l'Afrique de l'Ouest.

Les échanges commerciaux des produits du karité entre les pays de l'Afrique de l'Ouest sont très fréquents notamment entre le Mali, la Côte d'Ivoire, le Burkina Faso, le Bénin, le Togo, le Sénégal, la Gambie, la Mauritanie et la Guinée Conakry.

Au delà de la satisfaction des besoins nationaux, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Nigeria, la Gambie, le Bénin et le Togo sont en fait, pour la majeure partie, des pays de groupage des amandes et du beurre du Mali et du Burkina Faso. Ces pays abritent les sièges des principaux importateurs européens et japonais.

La Côte d'Ivoire est, pour le moment, le plus grand centre de groupage pour le karité venant du Mali. Selon les statistiques de la DNSI (Direction Nationale de la Statistique et de l'Informatique), plus de 61% des exportations des amandes du karité de 1996 à 2001 avaient comme destination la Côte d'Ivoire. Cela s'explique par la présence des sociétés étrangères d'exportation des produits du karité basées à Abidjan dont les plus importantes sont AFRECO, OLAM Ivoire, Aarhus, Aiglon et Trituraf. Cette situation a entraîné depuis quelques années une élimination presque totale des exportateurs maliens sur le marché international du karité par les opérateurs ivoiriens qui imposent souvent leur prix sur les marchés locaux du Mali.

La demande des produits du karité sur le marché régional est fonction des besoins de certaines sociétés comme :

Burkina Faso :

- SN CITEC : Société nouvelle qui transforme les amandes de karité ;
- SOFIB : Société Industrielle de Fabrication qui, en plus du coton et de l'arachide, transforme aussi du karité en savon ;
- PHYCOS : Société qui transforme du beurre de karité en savon, shampoing, baume, crème du corps, produits pharmaceutiques ;
- PROMEXPORT : production et commercialisation de produits agricoles à l'exportation : noix et beurre de karité, noix de cajou, sésame ;
- KARILOR ;
- SPH.

Mali :

- HUICOMA : Huilerie Cotonnière du Mali, transforme du beurre de karité en savon, pommade,
- SIKA-MALI et KARITE-MALI : deux industries transformatrices du karité mais qui ne fonctionnent pratiquement plus.

Sénégal :

- Maison du karité : transforme les amandes en beurre destiné à la consommation locale ;
- Phytopharma.

Bénin :

- Biocos : transforme le beurre en savon et pommade ;
- Natura : purifie le beurre et le conditionne dans des pots avant de le vendre ;
- Aiglon Bénin ;
- Olam Bénin ;
- SOCACI ;
- SICONEG ;
- SOBAPRA.

Togo :

- Le CEAM (Comptoir d'Exportation des produits Agricoles et Marketing) ;
- NIOTO.

Cote d'Ivoire :

- AFRECO ;
- OLAM Ivoire ;
- Aiglon Ivoire ;
- Trituraf ;
- Aarhus Olie Côte d'Ivoire

5.4. Le marché international

D'après les chiffres de la DNSI, le karité occupe environ 3,5% des exportations nationales. En dehors de la sous région où la Côte d'Ivoire est le premier pays importateur du karité malien, le Mali exporte aussi du karité vers les pays de l'Europe, de l'Asie et de l'Amérique.

Les quantités exportées varient en fonction de la production annuelle et de la demande des pays importateurs. C'est ainsi que les quantités officiellement exportées entre 1996 et 2001 s'élevaient à 29.598.276kg d'amandes, soit une moyenne de 4.933.046 kg par an. Plus de 61% de cette quantité sont exportés vers la Côte d'Ivoire qui, après conditionnement, les réexporte sous son label vers les pays de l'Europe à travers les succursales des sociétés européennes y présentes. 21% sont directement exportées vers les pays de l'UE et le reste dans d'autres pays du monde (Japon, Chine, Hongkong, Singapour, Inde, Maurice...).

Le marché international est surtout dominé par le commerce des amandes qui semble intéresser les sociétés transformatrices et aussi les exportateurs nationaux. Cela pour s'explique par :

- La facilité de manutention, de transport et de stockage,
- Le bas prix des amandes au niveau local,
- La possibilité du choix des techniques d'extraction industrielles (extraction par solvant, par pression, etc.) ,
- La faible qualité du beurre extrait par les méthodes traditionnelles ou artisanales et qui ne répond pas aux critères des utilisateurs étrangers. Ceci

occasionne donc des frais supplémentaires pour le raffinage, la désodorisation et la neutralisation.

Cependant, une certaine quantité du beurre qui arrive sur le marché international est d'abord traité en Afrique par certaines sociétés et organisations, entre autres, le CEAM (Comptoir d'Exportation des produits Agricoles et Marketing) au Togo, la maison du karité au Sénégal, Natura au Bénin, SONGTAABA au Burkina Faso, etc.

Ces différents portraits et flux échangés attestent de l'existence d'un marché national intégré, ouvert sur l'extérieur, notamment la sous-région de l'UEMOA, principalement deux pays, le Burkina Faso et la Côte d'Ivoire qui abritent des représentations des grands importateurs. Ceci fait du Mali, un fournisseur de premier niveau. Cependant, les plus values restent aux mains des professionnels Burkinabés et ivoiriens.

5.5. Analyse de l'offre et de la demande :

5.5.1. L'offre

Comme signalé par ailleurs, le potentiel de production du parc au Mali a été estimé à près 250 000 tonnes d'amandes sèches par an dont l'exploitation ne va pas au delà de 50%.

L'offre sur les différents marchés dépend :

- de la production annuelle,
- de la disponibilité des femmes productrices à ramasser tous les fruits tombés (en période de bonne production, les femmes ne peuvent ramasser qu'environ 2/3 de la production),
- des périodes de l'année,
- des demandes extérieures, et souvent du prix du marché.

Les quantités exportées ne sont pas bien cernées non plus, compte tenu de l'absence de statistiques fiables. D'après la DNCC qui s'inspire des statistiques de la BCEAO, le Mali aurait exporté environ 20 000 tonnes d'amandes annuellement entre 1991 et 1994.

Les statistiques de contrôle à l'exportation des produits agricoles de la DGRC indiquent qu'en 1999, environ 5 555 tonnes d'amandes de karité ont été exportées officiellement contre seulement 1 436 tonnes de beurre de karité en direction de la France, du Sénégal, du Burkina Faso et de Singapour.

Selon la FAO, le Mali aurait exporté en 1991, 1 000 tonnes d'amandes et seulement 500 tonnes par an, de 1992 à 1998

Le tableau ci-dessous donne la situation des exportations d'amandes et de beurre de karité de 1995 à 2003, communiquée par la DNCC.

Tableau n°6 : Exportation d'amandes (tonnes) : 1995 – 2003

Pays	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
France	1'910,00	820,00	680,00	1'670,00	1'260,00	1'435,00	1'350,00		
Belgique	240,00	350,00					70,00		
RCI	2'620,00	3'203,00	1'200,00	9'450,00	1'925,00	2'039,60	6'826,50	1'252,71	70,00
Royaume Uni	200,00	200,00		175,00					
Suisse	950,00	2'000,00		500,00	420,00				
Danemark				300,00		595,00	3'491,70	540,00	
Burkina Faso				100,00			115,00	1'453,86	2'141,57
Sénégal									
Ghana				40,00					
Inde				200,00	245,00	35,00			40,00
Singapour				3'011,00	625,00				
Pays bas						30,00		35,00	
Allemagne						35,00			
Espagne							90,00		
Maurice							210,00		
Singapour						35,00	53,00	115,00	946,00
Japon							35,00		
Hongkong							228,00		142,00
Ghana								583,43	382,00
Chine									10,00
Togo								35,00	
Total	5'920,00	6'573,00	1'880,00	15'446,0	4'475,00	4'204,60	12'469,2	4'015,00	3'731,57

Source : Sanogo Z. & al, Août 2000 et DNCC / DNSI

Tableau n°7 : Exportation de beurre de karité (tonnes) : 1995 – 2003

Pays	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
France				20	34		20,113	14,4	
RCI				220	17				
Suisse		250							
Allemagne						03			
Italie					30,1		5,852		
Sénégal					26	15	6,659		
Etats Unis					18				0,09
Singapour					10				
Total	0	250	0	240	135,1	18	32,624	14.04	0.09

Source : Sanogo Z. & al, Août 2000 et DNCC / DNSI

5.5.2. La demande

Au plan national, le beurre de karité constitue la matière grasse la plus consommée au Mali surtout en milieu rural. Une étude réalisée par le programme d'inventaire des ressources ligneuses (PIRT) dans les années quatre-vingts, avait estimé l'autoconsommation des ménages ruraux et urbains à près de 100 000 tonnes d'amandes sèches par an, ce qui donne une consommation en équivalent beurre d'environ 15 000 tonnes par an. Selon une étude de APROMA de 1993, une famille de 7 personnes consomme chaque jour en moyenne 150 g de beurre de karité dans les zones productrices. Il est aussi utilisé comme huile de cuisine dans les zones non productrices, notamment au nord du pays.

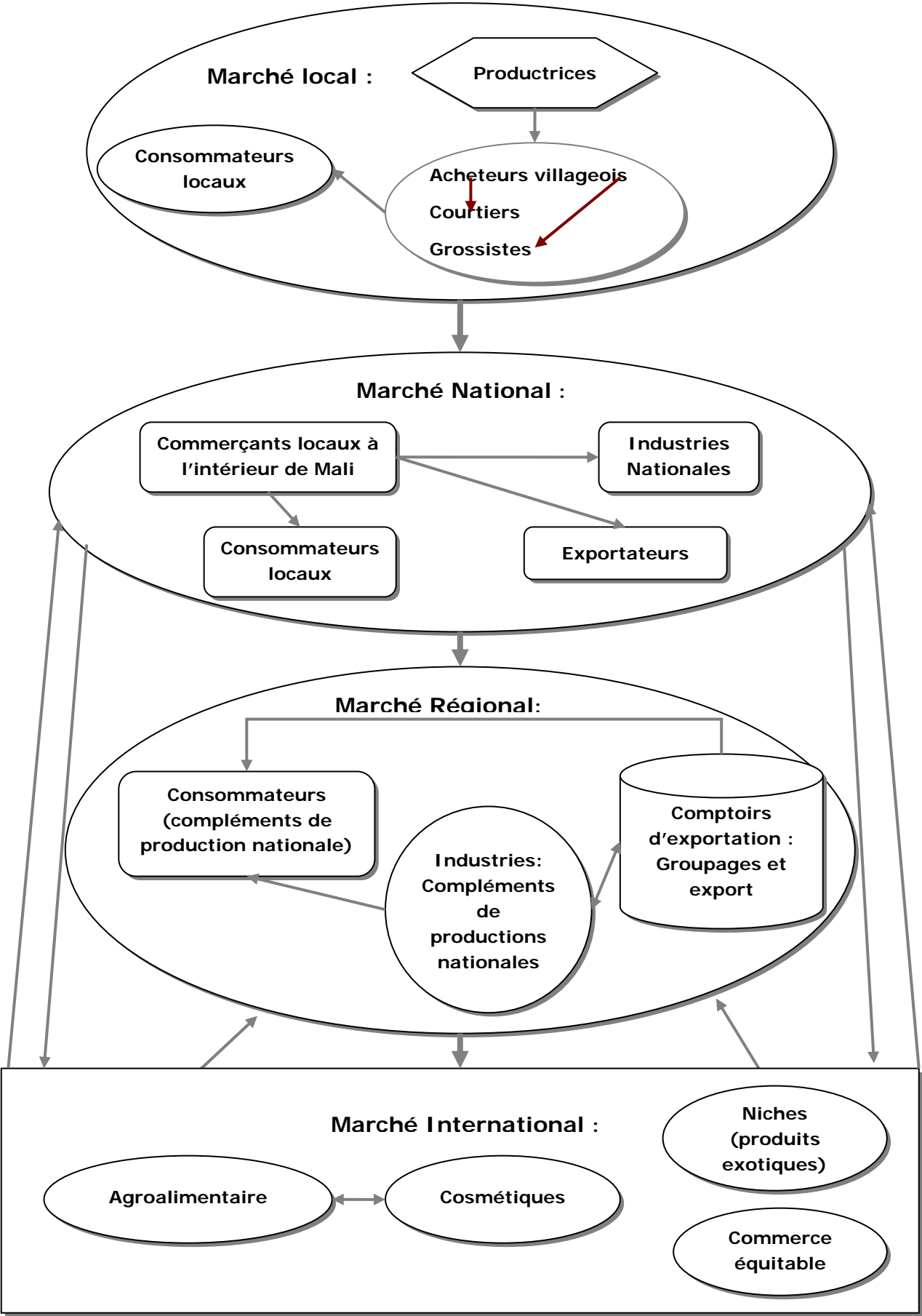
D'autres possibilités importantes viennent s'ajouter à la consommation alimentaire pour élargir son champ d'utilisation. Il s'agit de son intervention en pharmacopée, en cosmétique, en savonnerie, en conservation des peaux, cuirs et coques de pirogues, etc.

C'est aussi un produit d'exportation pour le Mali vers les pays industriels d'Europe, des USA et du Japon où, il est utilisé dans l'industrie du chocolat, en pâtisserie, en cosmétologie, en pharmacologie, etc. Des travaux d'Irène Obi (Haute Ecole suisse d'Agronomie) (2000), qui citent ceux de Campbell de la FAO, les firmes UNILEVER/TPS (Pays Bas) AARHUS OLIE (Danemark), the BODY SHOP (Grande Bretagne), FUJI (Japon) restent encore les principaux acheteurs mondiaux d'amandes et de beurre de qualité. Certaines d'entre elles préfèrent importer des amandes de qualité pour fournir aux industries pharmaceutiques et cosmétiques internationales des produits de haute gamme. Elles doutent de la qualité du beurre africain, notamment Malien. Par contre, les Japonais, tout en demeurant exigeants, importent exclusivement du beurre. Des importateurs du «commerce équitable ou commerce associatif» existent dans certains pays européens.

La chocolaterie constitue la demande extérieure la plus importante, avec 95% des importations mondiales. Cette demande peut être constante tant que le prix du beurre de karité reste concurrentiel par rapport à celui de la fève de cacao.

Quant à la cosmétologie et la pharmacologie, la demande de ces deux débouchés (5%) devrait croître dans l'avenir. Le beurre de karité est devenu un adjuvant populaire pour la fabrication des produits de soins corporels et capillaires, ses propriétés et qualités intrinsèques dans ce domaine étant désormais reconnues par les consommateurs.

5.6. Schéma d'intégration des différents marchés



5.7. Couples produits - marchés

Agroalimentaires :

- Marché local et national : Beurre de karité (cuisine quotidienne)
- Marché régional et international : Amandes et beurre de karité (chocolaterie, biscuiterie, confiserie)

Cosmétiques :

- Marché local et national : Produits de soins corporels, capillaires et thérapeutiques (Savons et pommades traditionnels)
- Marché régional et international : Produits de soins corporels et capillaires industriels (savons, laits, lotions, crèmes, pommades, etc.)
- Commerce équitable :
- Marché international : Beurre de karité et produits dérivés comme le savon traditionnel (consommateurs avec une philosophie d'aide au développement, de lutte contre la pauvreté, de promotion genre, etc.).

Niches :

- Marché international : consommateurs de produits naturels et/ou exotiques.

6. Génération des revenus et leur répartition sur la filière

6.1. Formation des prix

En plus de la qualité, du rendement et de la saison, les besoins d'argent des paysans et des paysannes ont une forte influence sur la formation des prix des amandes et du beurre de karité.

D'autres charges comme les coûts de transport des marchés locaux vers les centres de regroupement, les pertes sur les prêts d'argent (préfinancement par certaines catégories de commerçants), les pertes de poids des amandes, les coûts de stockage, de manutention et de transit, influencent aussi les prix des produits.

Tableau n° 8 : *Eléments indicatifs rentrants dans la formation des prix :*

Rubriques	Amandes		Beurre		Comment.
	Minimum	Maximum	Minimum	Maximum	
Prix aux productrices	5 Fcfa/kg	15 Fcfa/kg	100 Fcfa/kg	175 Fcfa/kg	
Prix aux acheteurs villageois			175 Fcfa/kg	275 Fcfa/kg	
Emballage	200Fcfa/sac	200 cfa/sac			
Transport	10 Fcfa/kg	10 Fcfa/kg	10 Fcfa/kg	15 Fcfa/kg	Toujours à la charge du grossiste ou de l'exportateur
Prix au détail à Bamako	15 Fcfa/kg	75 Fcfa/kg	250 Fcfa/kg	400 Fcfa/kg	
	70 Fcfa/kg	108 Fcfa/kg	400 Fcfa/kg	600 Fcfa/kg	2003 (très faible production)
Prix aux exportateurs	30 Fcfa/kg	60 Fcfa/kg	250 Fcfa/kg	350 Fcfa/kg	

Les prix FOB et CAF et les charges pour les amandes et le beurre à l'exportation du Mali vers l'Europe via le port de Lomé (Togo) figurent dans le tableau suivant

Tableau n° 9 : Valeur FOB et CAF des amandes et du beurre à l'exportation via Lomé en Fcfa/tonne et en %

Rubriques	Amande		Beurre	
	Charge en Fcfa/tonne	%	Charge en Fcfa/tonne	%
Achat aux producteurs (Mali)	30000	26,02	250000	62,78
Emballage	2940	2,55	20000	5,023
Manutention	1500	1,301	3000	0,753
Transport	11250	9,757	11250	2,825
Frais de transit	1360	1,18	4540	1,14
Frais financiers et divers	6450	5,594	34500	8,664
Vente à l'exportateur à Lomé	53500	46,4	323290	81,19
Frais d'achat de l'exportateur	1457	1,264	14570	3,659
Analyse/traitement du produit	2000	1,735	2000	0,502
Manutention	5130	4,449	5130	1,288
Redevance export	1795	1,557	1795	0,451
Pesage et contrôle	750	0,65	750	0,188
Frais transit et chargeur	1423	1,234	1423	0,357
Frais divers	800	0,694	800	0,201
Valeur FOB navire à Lomé	66855	57,98	349758	87,83
Fret maritime	40000	34,69	40000	10,05
Commission de l'exportateur	5073	4,4	5073	1,274
Autres frais	3375	2,927	3375	0,848
Valeur CAF Europe	115303	100	398206	100

Source : Kane-Diallo 2003

Ces niveaux des prix à l'exportation des amandes et du beurre indiquent que les contrats à 115 – 120 Fcfa /kg d'amande ou de 500 à 750 Fcfa /kg de beurre, autorisent les niveaux de prix observés au Mali, les marges couvrant les coûts de transaction.

6.2. Fluctuation des prix

6.2.1 Fluctuation des prix suivant les zones

Les prix peuvent différer sensiblement d'un lieu à l'autre pour une même période au niveau local. Cependant, ces différences n'atteignent jamais des niveaux très importants car les différents marchés sont tous fréquentés par les mêmes commerçants et les mêmes courtiers qui s'organisent pour fixer le prix du jour en fonction de l'offre et de leur stock disponible au magasin.

Par exemple, dans certains marchés locaux du cercle de Tominian, en période dite d'abondance (septembre, octobre), le tableau suivant indique les quantités et les prix dans les marchés potentiels du cercle de Tominian.

Tableau n° 10 : Quantité du beurre dans les différents marchés pendant la période de septembre et octobre 2000 et leur prix

Marché	Septembre		Octobre		Total (kg)
	Qté (kg)	Prix/kg (fcfa)	Qté (kg)	Prix/kg (fcfa)	
Madiakuy	33.051	223	26.833	207	59.884
Bénéna	9.375,5	225	8.048	213	17.423,5
Lohan	16.544	201	20.862	194	37.406
Diora	30.578	205	26.363	200	56.941
Manfounè	-	-	1.817	196	1.817
Total	89.549	214	83.923	202	173.471,5

Source : Kane-Diallo, 2000

Par contre, ces prix varient énormément, au fur et mesure que l'on s'approche des marchés urbains. Ces marchés assurent en général un prix meilleur que les marchés villageois.

Tableau n° 11 : Le prix du beurre de karité sur les marchés locaux urbains

Lieux et type de vente	Prix de vente	
	FCFA / unité en g	FCFA / kg
Sikasso au détail	15 / 22	680
en gros	425 / 1000	425
Koutiala au détail	25 / 50	500
en gros	380 / 1000	380

6.2.2. Fluctuation des prix suivant les périodes de l'année

Tableau n°12 : Variation de l'offre et du prix du beurre selon les saisons

	Caractérisation de l'offre	Prix pratiqués
Avril – Août	Période de faible offre : stock de l'ancienne campagne sur le marché	200 – 250 Fcfa/kg
Septembre – Novembre	Offre en hausse : Productions de la nouvelle campagne sur le marché	175 – 200 Fcfa/kg
Décembre – Mars	Offre très importante du beurre, chute des cours	100 - 125 Fcfa/kg

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.

6.2.3. Fluctuation des prix suivant les années

Les prix aux producteurs de karité, varient selon les années. Les observations effectuées auprès des grossistes, sont confirmés partiellement par celles de l'AMEPROC

Tableau n° 13 : Prix de commercialisation du beurre de 2000 à 2002

Périodes	Prix minimum fournisseurs	Prix maximum fournisseurs	Prix moyen minimum, vente aux clients export.	Prix maximum vente aux clients export
2000	250	577	320	620
2001	225	550/575	250	600
2002	400/425	650/675	450	710

Tableau n° 14 : Prix de commercialisation des amandes de 2000 à 2002

Périodes	Prix minimum fournisseurs	Prix maximum fournisseurs	Prix minimum clients import	Prix maximum clients export
2000	45	75	75	120
2001	50	80	75	115
2002	60	100		

Rapport office riz Ségou, 2002

Les prix des produits sur le marché régional aussi varient en fonction des lieux et des périodes. Bien qu'on ne puisse pas donner un prix standard, on peut situer les prix entre 35 - 60 Fcfa/kg pour les amandes et 250 - 450 Fcfa/kg pour le beurre.

Tableau n° 15 : Fluctuation mensuelle des prix des amandes et du beurre à l'exportation en 2002 (en Fcfa/ kg)

Rubriques	Janv	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juil.	Août	Nov.
Bénin (Prix producteur beurre)	290	290	395	407	407	407	407	314	314
Togo (amande prix grossiste)	210	210	210	285	285	285	210	210	210
Gambie : Beurre Exf.CAF	810	810	810	1300	1200	1300	970	1575	1775

Source : marchés tropicaux

Au niveau international, les prix du karité sur le marché peuvent être rapprochés à ceux de la fève de cacao, bien qu'ils soient plus bas. Il n'existe pas de prix de référence international connu à ce jour. Les prix du karité peuvent donc varier d'une origine à l'autre et suivant les années, selon les conditions de production et de commercialisation, et selon l'évolution du prix du cacao. D'après les données du CNUCED extraites des statistiques de Comtrade, depuis 1990, les prix moyens se situent aux environs de US\$ 300 la tonne CAF. Durant la campagne 2002, le cours de la tonne d'amande du Togo fut estimé à environ US\$ 266 CAF Europe. Cependant, en fonction du développement du marché et lorsque le prix du cacao augmente fortement, les prix de la noix de karité peuvent flamber pour avoisiner les US\$ 1'000 la tonne CAF.

Tableau n° 16 : Estimation des prix payés pour du karité de différentes origines

Année	Pays importateur	Pays exportateur	Prix en US\$/tonne
1995	Suède	Ghana	328,64
		Côte d'ivoire	313,70
1997	Suède	Togo	297,20
1999	Inde	Ghana	331,60
		Côte d'ivoire	363,09
		Nigeria	239,92
	Indonésie	Ghana	340,47
		Bénin	324,10
2000	Suède	Ghana	202,27
		Bénin	225,00
2001	Suède	Ghana	160,20
		Guinée	311,60
	Royaume-Uni	Ghana	215,70
		Burkina Faso	270,20
		Bénin	188,93
		Nigeria	192,96

Source : Secrétariat du CNUCED, d'après les statistiques du Comtrade

Des données de AFE – Mali indiquent les prix suivants, selon la qualité :

- beurre ordinaire : 750 à 900 Euros / tonne CFR
- beurre amélioré : 900 à 1400 Euros / tonne CFR.

6.3 Marges bénéficiaires

La marge bénéficiaire de la vente des produits est assez faible pour tous les acteurs. Il n'existe pas non plus une très grande différence de marge entre les différentes catégories d'acteurs.

Cependant, il faut signaler que la marge bénéficiaire pour les femmes est le plus souvent calculée sur la base du prix obtenu par kg, sans tenir compte des efforts déployés pour la production du beurre ou des amandes. Le bénéfice des productrices est très peu rémunérateur au vu du travail pénible qu'elles accomplissent pour extraire le beurre. D'après les analyses de Yves MATTHIJS ("La filière du karité au sud du Mali" – mars 2001), une productrice peut dégager une marge bénéficiaire d'environ 44%, sans compter les charges récurrentes. En rapportant cette marge au temps de travail nécessaire, on obtient un revenu horaire de 17 F CFA. Des hypothèses "optimistes" de coût d'amandes le plus bas possible ou de prix de vente du beurre le plus élevé possible donnent des revenus horaires respectifs de 28 et 46 FCFA.

Les revendeuses obtiennent le bénéfice le plus élevé en vendant le beurre au détail (voir tableau n° 11). Elles réalisent un bénéfice net de 130 FCFA / kg à Koutiala et de 300 FCFA / kg à Sikasso. Les productrices qui vendent leur beurre elles-mêmes en ville obtiennent un revenu brut de 520 FCA, voire 680 FCFA / kg. Leur travail pour l'extraction du beurre n'est que faiblement rémunéré par ces montants.

Les grossistes exportateurs gagneraient à atteindre directement le marché international, les marges étant plus fortes, comme le démontrent les deux tableaux qui suivent.

Tableau n° 17 : Marges commerciales du beurre et des amandes à l'exportation / marché régional (F CFA/kg)

Produit	Prix d'achat moyen	Charges d'exportation	Coût total moyen	Prix de vente moyen export	Marges	%
Beurre	275	73	348	475	127	27%
Amandes	55	24	79	110	31	28%

Source : nos calculs, sur la base des données de Kane DIALLO et des informations de l'AMEPROC

Tableau n° 18 : Marges commerciales du beurre et des amandes à l'exportation / marché international (F CFA/kg)

Produit	Prix d'achat moyen	Charges d'exportation	Coût total moyen	Prix de vente moyen export	Marges	%
Beurre	275	100	375	590	215	36,44%
Amandes	55	37	92	155	63	40,60%

Source : nos calculs, sur la base des données de Kane DIALLO, AFE, CNUCED et des informations de l'AMEPROC

La faiblesse des marges se définit plutôt en terme de rémunération des efforts des acteurs, et non en terme de taux qui au demeurant semblent intéressants.

7. Les normes de qualité

Le marché mondial du karité se caractérise par sa petite taille et son faible degré d'organisation. Ainsi, aucune norme de qualité n'a encore été définie au niveau international. La norme de références est celle du Codex Alimentarius relative au chocolat. Celle-ci a été soumise à révision lors de la 25ème session de la commission Codex Alimentarius de juin-juillet 2003.

D'après une étude de mai 1999 menée par Fintrac Inc. Intitulée "market and technical survey : shea nuts", la référence en matière de composition des noix de karité lors de l'importation serait la suivante :

- acides gras libres : 6%
- teneur en humidité : 7%
- teneur en huile : 45 %
- teneur en latex : 4% à 10 %.

La teneur en huile est l'élément qui prévaut le plus dans l'analyse de la noix, du fait de son influence lors de la fabrication de beurre entrant dans la production des "équivalents beurre de cacao (CBE)" pour le chocolat.

Les acheteurs de beurre peuvent recommander une certaine teneur en iode ainsi qu'un point de fusion assez faible. Il est important que le produit soit exempt de corps étrangers.

Dans l'industrie des cosmétiques et de la pharmacologie, le produit doit avoir subi un niveau de raffinage très poussé. Un cahier de charges détaillé présentant les différents taux d'acides gras, d'indice de réfraction et de saponification peut être élaboré par l'importateur. En général, les qualités demandées sont les suivantes (source : AFE Mali – Action for entreprise) :

Beurre ordinaire :

- humidité : < 7%
- acidité : < 7%
- impureté : < 2%

Beurre amélioré :

- humidité : < 1%
- acidité : < 1%
- impureté : < 0,1%

L'Institut américain du beurre de karité (ASBI) a procédé à la classification suivante :

- beurre de karité de classe A : qualité extra avec un indice supérieur ou égal à 85,
- beurre de classe B : indice compris entre 70 et 85,
- beurre de classe C : indice compris entre 60 et 70,
- beurre de classe F : indice inférieur ou égal à 60.

Ces indices sont déterminés par des analyses de laboratoire pour quantifier la fraction non saponifiable du beurre. Plus cette fraction est élevée, plus le niveau de l'indice est haut, et plus le prix du beurre est cher.

Ces normes ne sont pas connues par les acteurs maliens à la base : productrices et exportateurs. De plus, les laboratoires nationaux ne sont pas agréés pour la certification des dites normes de qualité.

8. Qualité des produits et revenus des acteurs

Les produits de qualité sont mieux rémunérés sur le marché international. Selon les données de l'AFE, le beurre ordinaire est acheté entre 750 et 900 Euros la tonne CAF et le beurre amélioré 900 à 1400 Euros la tonne la tonne CAF. Le différentiel de prix varie ainsi de 98 à 328 F CFA / kg, soit une prime de qualité pouvant atteindre 87%. L'Institut américain du beurre de karité assure que

les exportateurs peuvent demander des prix de vente plus élevés en fonction de la classe (taux d'indice) de leurs produits.

La plus value de la qualité étant offerte au niveau international, elle pourrait rester entre les mains des seuls exportateurs. Pour que les productrices puissent en bénéficier, elles doivent être informées des cours internationaux et intégrer le prix de la démarche qualité dans leurs coûts de production. Une négociation permanente doit s'instaurer entre les exportateurs et les productrices. Celles-ci doivent encore mieux s'organiser à cet effet. Par ailleurs, l'Etat peut imposer aux exportateurs un prix plancher aux productrices en fonction des niveau de qualité.

9. Enjeux de développement de la filière

9.1. Enjeux d'ordre politique :

Les enjeux au niveau national peuvent être définis à travers :

- La politique de développement sectoriel de la filière qui aura comme objectifs l'amélioration de la qualité des produits, la professionnalisation des opérateurs de la filière, la facilitation de l'accès au crédits, le développement de stratégies commerciales pour la valorisation du karité, ..
- L'intervention des ONGs nationales et étrangères dans la valorisation de la filière,
- La politique du gouvernement en faveur de la promotion de l'entrepreneuriat privé.

9.2. Enjeux d'ordre social :

En milieu rural, le karité est l'une des sources de revenus les plus importantes pour les femmes. Plus de 3 millions de femmes s'occupent des activités de cueillette et de production du beurre de karité et environ 80% de la population rurale malienne consomme du beurre de karité. Par exemple dans les zones de San et de Tominian, environ 47% des femmes ont comme activité principale l'exploitation du karité et 52% de leurs revenus annuels en proviennent. Face à la pénibilité du travail d'extraction du beurre de karité selon les procédés traditionnels, les femmes délaissent progressivement l'aspect commercial de l'activité et ne se limitent qu'à la production des quantités nécessaires à l'autoconsommation de leurs ménages.

9.3. Enjeux d'ordre économique :

Avec 194.000km² et 250 000 tonnes d'amandes sèches, le Mali se classe parmi les plus grands producteurs du karité au monde. A ce titre, il est incontestable que le karité en tant que produit d'exportation occupe une place non négligeable dans son économie. Le karité occupe 3,5% des exportations maliennes et environ 81% des exportations des produits oléagineux.

Selon une étude du PRMC (Programme de Restructuration du Marché Céréalière) sur la rentabilité du commerce des produits locaux, le commerce du karité rapporte plus de bénéfice net aux commerçants après la gomme arabique. La vente des amandes de karité rapporte 12% de bénéfice contre 27% pour la gomme arabique, 8% pour le ciment, 7,6% pour le riz importé, 6% pour les céréales locales (GRET, 1986).

Le niveau de prix est insuffisant et ne permet pas aux productrices d'accroître la production et d'investir dans des technologies plus modernes. Le relèvement du prix au producteur et/ou la transformation en produits à plus haute valeur ajoutée devient ainsi un enjeu central du développement de la filière. Non seulement il n'existe en l'état actuel du marché, aucune incitation à améliorer, mais contrairement à ce qu'on affirme souvent, les efforts et les coûts parfois consentis pour améliorer la qualité du beurre profitent aux opérateurs en aval de la filière sans que

les productrices n'en tirent un quelconque bénéfice. L'amélioration de la qualité reste un enjeu, non pas dans une optique d'exportation du beurre brut sur le marché mondial, mais dans l'optique de développer des produits transformés à base de karité destinés aux marchés urbains sous-régionaux.

Au niveau régional, le Mali forme avec d'autres pays d'Afrique Occidentale (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Togo, Nigeria) le groupe de producteurs du karité. A ce titre, la valorisation de cette ressource pourra être un élément important pour l'intégration des économies sous régionales, à travers la politique actuelle de l'UEMOA par rapport à :

- L'adoption des politiques communes permettant la libre circulation des biens marchands et des personnes,
- La mise en place d'un marché commun, des droits de douane, d'un régime préférentiel des échanges, le tarif extérieur commun (TEC), etc.

Il y a aussi la possibilité de l'élaboration et de la mise en commun des projets sous-régionaux de valorisation du karité comme l'exemple du PROKARITE exécuté par l'ICRAF pour le Mali, le Sénégal, le Burkina Faso et le Niger.

Le marché mondial du karité est porteur, en ce qui concerne les quantités demandées. Il est compétitif par rapport au cacao. Les quantités demandées sont certes grandes pour les utilisations alimentaires, mais elles sont très faibles en cosmétologie.

Sur le plan international, le karité est soumis aux règles qui définissent l'organisation des échanges commerciaux pour les produits agricoles et particulièrement la catégorie des oléagineux. A cet effet, il pourra bénéficier des accords commerciaux entre les pays ACP et l'UE, fondés sur la base des règles de l'OMC, à l'heure où le beurre de karité suscite des intérêts de la part des industriels européens.

9.4. Enjeux d'ordre écologique :

Il y a lieu de développer à la fois l'activité économique de promotion de la filière et en même temps protéger une ressource importante du système agro-forestier traditionnel. Le karité fait partie de la pratique culturelle traditionnelle agro-forestière et joue ainsi un rôle non négligeable dans la fertilité des terres généralement déjà pauvres au Mali

10. Les atouts et opportunités

Le principal atout de la filière est que le Mali détient les 2/3 des peuplements de karité qui n'existent qu'en Afrique et au niveau d'une zone bien délimitée. C'est pour dire que le Mali est le pays du monde qui possède le potentiel le plus important de production de l'amande et du beurre de karité.

Un autre atout est l'important résultat de recherche qui a permis d'obtenir des greffons de karité qui peuvent donner des fruits au bout de six ans contrairement à l'espèce sauvage qui donne ses premiers fruits aux environs de 17 ans.

Concernant les opportunités, on peut retenir le fait que le marché international du beurre de karité s'est élargi avec la décision de l'Union Européenne d'autoriser l'utilisation du beurre de karité dans la fabrication du chocolat jusqu'à hauteur de 5%. Malgré la concurrence des autres graisses végétales, le niveau d'organisation de la filière, la fluctuation des niveaux de production, le karité dispose d'avantages susceptibles d'accroître sa demande. L'on peut retenir entre autres :

- Son prix plus bas par rapport aux autres huiles végétales,
- La croissance générale du marché des oléagineux naturels,

- L'évolution des comportements des consommateurs, qui se dirigent vers des produits naturels, ethniques ou diététiques,
- La croissance de la demande de l'industrie cosmétique et pharmacologique.

Dès lors les perspectives sont intéressantes, comme le décrit IRENE OBI dans sa thèse. « *En conclusion, la production de beurre de qualité internationale répondant aux critères d'humidité et d'acidité, d'une part, et d'autre part aux conditions commerciales que sont la régularité dans la fourniture, le respect des délais de livraison, etc., trouvera un marché rémunérateur et permanent. La demande existe, l'offre doit s'adapter à ces exigences du marché* »

11. Les contraintes de développement de la filière

Malgré les opportunités qui existent, le karité éprouve d'énormes difficultés à s'imposer sur les marchés surtout régionaux et internationaux. Plusieurs facteurs sont à la base de cet état de fait :

- Les contraintes liées à la nature même de l'arbre : le karité est un arbre qui pousse spontanément et reste réfractaire à toute tentative de domestication ou de culture,
- L'irrégularité et la réduction de la production ainsi que les attaques des insectes et des plantes parasites qui freinent considérablement le développement de l'arbre,
- La limite technologique des moyens de transformation surtout pour la trituration des amandes pour l'extraction du beurre,
- La forte concurrence d'autres graisses végétales pouvant se substituer à lui. En milieu urbain, à cause de certains de ses caractères (son odeur surtout) et de l'évolution des habitudes alimentaires qui tendent de plus en plus vers les produits dits modernes, sa consommation est substituée par d'autres huiles (coton, arachide, palme...),
- Le faible niveau de rémunération des produits qui est très peu incitatif pour les femmes productrices. Elles n'ont aucune maîtrise sur la fixation des prix,
- Le manque d'unités de transformation (industrielle et semi-industrielle) viables,
- Le manque d'organisation et de professionnalisation des acteurs,
- La faiblesse des capacités financières des exportateurs,
- La méconnaissance des normes de qualité des importateurs par les acteurs de base et l'absence de certification nationale reconnue,
- L'épineux problème de variabilité de la qualité du beurre malien qui empêche son bon positionnement sur le marché sous-régional et international : teneur élevée en acides gras libres, taux résiduel d'humidité élevé, forte odeur et forte proportion en impuretés. Ces indices sont influencés par la qualité de l'amande et le mode d'extraction et de conditionnement. Le beurre étant un produit très altérable, sa qualité peut être détériorée aussi au moment où il emprunte le circuit commercial. Une analyse approfondie n'a pas été faite dans ce domaine, mais il est certain que le mauvais conditionnement, les mauvaises conditions de stockage, de manutention et de transport, le mélange de beurres de différentes qualités sont les raisons qui expliquent l'altération des produits à l'exportation.

12. Nouvelles hypothèses et propositions d'action

12.1. Transformation

La transformation industrielle ou semi-industrielle est nécessaire au développement de la filière. Elle permet une amélioration de la qualité, du rendement ainsi qu'une diversification des produits du karité pour ses différentes utilisations. Mais il y a lieu de s'interroger sur conditions de viabilité d'une unité industrielle de transformation, les expériences connues au Mali ayant été plutôt négatives.

Les difficultés communes HUICOMA, KARITE-Mali et SIKA-Mali se résument à la mauvaise gestion des approvisionnements et de la commercialisation des produits finis. En particulier, SIKA-Mali a été victime de sa trop grande capacité et du poids de l'investissement, car exigeant un seuil de rentabilité assez élevé dont l'atteinte requiert de longues années d'exploitation rigoureuse.

Au delà des rigueurs de gestion que toute entreprise doit s'imposer, le choix d'investissements légers, offrant un seuil de rentabilité plus bas, est une des bases de viabilité d'une unité de transformation du karité. L'autre avantage d'une petite ou moyenne unité est la possibilité de son implantation en tout milieu, notamment rural. Cette proximité peut aussi constituer un facteur de meilleure rémunération des productrices, vu la possibilité de négocier directement les prix avec l'opérateur. Par ailleurs, les groupements et coopératives de productrices pourraient promouvoir ce type de projet qui leur permettrait d'augmenter leur production tant en quantité qu'en qualité.

12.2. Diversification des produits et marché national / régional

Un point de force non négligeable semble davantage résider dans les nombreuses possibilités d'utilisation et de transformation du beurre de karité en produits à valeur ajoutée intéressante (produits cosmétiques et autres produits de beauté, pharmacologie, beurre alimentaire, etc.) destinés soit à la grande consommation sur des marchés urbains locaux et sous-régionaux, soit à des "niches commerciales" (forte valeur ajoutée).

Excepté la consommation domestique du beurre comme huile alimentaire, les choix commerciaux se concentrent plutôt sur l'exportation internationale. Les marchés urbains nationaux et régionaux sont porteurs, car étant des marchés de consommation de masse et plus accessibles. Des produits de bonne qualité pourrait être prisés, pour autant que ces marchés soient ciblés avec la dose d'agressivité commerciale requise.

12.3. Qualité des produits et certification des normes

Une bonne rémunération des produits du karité constitue certainement un important facteur de développement de la filière, un niveau intéressant de prix étant l'élément le plus incitatif pour les acteurs. Mais cela passe par une amélioration de la qualité des produits, cette même amélioration étant tributaire des prix offerts. Il faut donc instituer un système d'achat primant la qualité.

Les acteurs principaux que sont les productrices, les commerçants et les transformateurs devraient créer un cadre de concertation spécifique à cet effet.

L'Etat devrait aussi imposer aux acheteurs un prix plancher aux productrices par niveau de qualité. Son autre rôle est de créer les conditions pour que les laboratoires nationaux (qui sont des services publiques) puissent obtenir les agréments internationaux de certification de normes de qualité.

12.4. Organisation et capacités professionnelles des acteurs directs

L'organisation des acteurs directs de la filière se caractérise par sa faiblesse et sa fragilité. Ils n'ont aucune capacité à influencer les facteurs en aval de la filière, principalement les prix. Ils méconnaissent les règles et procédures du marché international, ainsi que les normes de qualité. Les exportateurs n'ont aucun lien direct avec les importateurs internationaux et ne disposent

généralement pas d'informations ou de capacité financière suffisante pour décrocher et honorer des commandes de quantité importante.

Les organisations et acteurs de base de la filière devraient créer un cadre de concertation et d'échanges, notamment sur les aspects de production (qualité), de circuits de commercialisation et de détermination des prix. Ils doivent aller à une réelle professionnalisation, condition essentielle pour une maîtrise par eux de la filière. Ils ont besoin d'appui en renforcement de capacités pour faire face aux difficultés citées ci-dessus.

En particulier, il y a lieu de faciliter l'accès des commerçants au crédit. Cela aurait pour effet d'augmenter leur capacité d'achat et de relever les prix aux productrices par un accroissement de la demande par rapport à l'offre.

12.5. Coordination des actions des services étatiques

Divers services publics sont impliqués dans le développement de la filière, même si leurs actions restent souvent peu visibles. Il s'agit de la DNAMR, l'IER, la DNCC, la DNE, la DGRC, la DNI, le CNPI, le Ministère de la promotion de la femme, de l'enfant et de la famille, le Laboratoire de technologie alimentaire et le Laboratoire de santé publique. Chaque service semble mener ses activités à part, sans réelle concertation avec les autres. Il y a lieu de procéder à une coordination d'ensemble afin que les actions aient une meilleure efficacité.

12.6. Concertation entre structures d'appui et harmonisation des actions

La remarque observée sur les services d'Etat vaut aussi pour les organisations d'appui à la filière. Elles doivent collaborer pour une synergie des actions de leurs différents programmes et une harmonisation des stratégies, y compris les zones d'appui.

12.7. Protection et régénération assisté de l'arbre

L'amélioration du potentiel de production doit être un important objectif pour l'Etat. Cela exige les mesures suivantes :

- L'entretien et la protection des peuplements de karité contre les coupes abusives, les feux de brousse et les parasites ;
- Le renouvellement des peuplements par la promotion de la plantation de karité ainsi que la vulgarisation et la mise à disposition des populations rurales de greffes et de plants d'arbres améliorés issus de la recherche ;
- Informer et former les populations des zones de production sur les techniques améliorées de collecte et de traitement des noix.

Cette mission incombe aux services compétents de l'Etat et aux collectivités décentralisées. Il est important de signaler que la filière karité peut constituer une proportion non négligeable du développement local des zones de production.