Etude sur la dynamique des marchés et les flux commerciaux des filières riz, sésame et fonio dans les zones d'intervention du programme MLI/021

Version finale du 10 avril 2018

NITIDAE – Lux-Development

Table des matières

1. Contexte : 7
1.1 Le programme MLI/021 7
1.2 Objectifs de l'étude 9
1.3 Déroulement de l'étude 10
1.4 Méthodologie de l'étude 11
2. La Filière Riz de bas-fonds 13
2.1 L'offre 13
2.1.1 Au niveau mondial 13
2.1.2 Au niveau sous régional 18
2.1.3 Au niveau national 21
2.1.4 Dans la zone de production 25
2.1.5 Focus sur l'offre de riz étuvé 30
2.2 La chaine de commercialisation 31
2.2.1 Chaine de Valeur du riz blanc : 31
2.2.2 Chaine de valeur du riz étuvé 33
2.2.3 Circuits géographiques 35
2.2.4 Evolution des prix 36
2.3 La demande 41
2.3.1 Au niveau rural local 41
2.3.2 Au niveau urbain local 42
2.4 Au niveau national 44
2.5 Conclusions sur la filière Riz 45

3. La Filière Sésame 47
3.1 L'offre 47
3.1.1 Au niveau mondial 47
3.1.2 Au niveau national 48
3.1.3 Dans la zone de production 50
3.1.4 Focus sur l'offre de sésame biologique : 52
3.1.5 Contraintes et opportunités au niveau de la production 53
3.2 La chaine de commercialisation 55
3.2.1 Chaine de Valeur : 55
3.2.1.3 Éléments sur la répartition de la valeur ajoutée 59
3.2.2 Circuits géographiques 62
3.3 La demande 63
3.3.1 Au niveau rural local 63
3.3.2 Au niveau urbain local 63
3.3.3 Au niveau national 63
3.3.4 Au niveau international 64
3.3.5 Contraintes et opportunités au niveau de la demande 65
3.4 Conclusions sur la filière Sésame 67
4. Filière Fonio 68
4.1 L'offre 68
4.1.1 Au niveau mondial 68
4.1.2 Au niveau national 72
4.1.3 Dans la zone de production 76

4.2 La chaine de commercialisation 79
4.2.1 Chaine de Valeur : 79
4.2.2 Circuits géographiques 83
4.2.3 Evolution des prix 85
4.2.4 Risques et contraintes commerciaux 87
4.3 La demande 89
4.3.1 En zone rurale 89
4.3.2 Au niveau urbain local 91
4.3.3 Au niveau international 93
4.4 Conclusions sur la filière Fonio 95
5. Recommandations stratégiques 96
5.1 Recommandations pour la filière Riz de bas-fonds 97
5.2 Recommandations pour la filière Sésame 98
5.3 Recommandation pour la filière Fonio 101
Annexe 1 : Questionnaires et guides d'entretiens 102
Annexe 2 : Présentation de l'Atelier de Restitution du 20 mars 2018 107

Tables des illustrations

Figure 1 : Carte de la zone d'intervention du programme MLI021 8
Figure 2: Superficies céréalières cultivées dans le monde en 2016 Figure 3: Quantités de céréales récoltées dans le monde en 2016 13
Figure 4: Principaux pays producteurs de riz paddy dans le monde (Source : Service N'Kalô) : 14
Figure 5: Evolution de la production mondiale de riz de 2000 à 2016 par continent 15
Figure 6: Comparaison des coûts de production du riz paddy entre différentes grandes zones de production 16
Figure 7: Carte des principaux importateurs et exportateurs mondiaux de riz (Source : Service N'Kalô) 17
Figure 8: Production et flux de riz en Afrique de l'Ouest 18
Figure 9: Carte de la production de riz paddy en Afrique de l'Ouest 19
Figure 10: Rendements moyens de la production de riz dans les 7 principaux pays producteurs de riz d'Afrique de l'Ouest 20
Figure 11: Carte de la répartition de la production de riz au Mali en 2016 (Source : Estimations de NITIDAE à partir des données du Ministère de l'Agriculture et du Recensement Général Agricole de 2005) 22
Figure 12: Evolution de la production de riz paddy au Mali avec répartition de la production par région 23
Figure 13: Importations de riz du Mali et de prix moyen du riz importé 24
Figure 14: Carte des marchés de vente, collecte et regroupement de riz 26
Figure 15: Coûts de production du riz 28
Figure 16:Evolution de la marge brute d'1 hectare de riz paddy en fonction du prix de vente du paddy 29
Figure 17: Chaine de valeur Riz blanc 31
Figure 18: Chaine de Valeur Riz étuvé 34
Figure 19: Circuit de commercialisation du riz 35
Figure 20: Comparaison entre les prix du riz importé et du riz local à Bamako et à Ségou 36
Figure 21: Comparaison entre les prix du riz importé et du riz local à Bamako et à Ségou 37
Figure 22: Ecart (spread) entre les prix de gros moyens du riz importé et du riz local sur le marché de Bamako 38
Figure 23: Comparaison de la saisonnalité des prix du riz à Bamako entre le début des grandes récoltes et la période de soudure 39
Figure 24: Destination du riz produit par principales zones de production 41
Figure 25: Prix moyen mensuel du riz local en gros dans les principales villes de chaque pays 45
Figure 26: Principaux exportateurs de sésame en 2016, en milliers de tonnes (source : Comtrade et Service N'Kalô) 47
Figure 27: Evolution de la production de sésame au Mali entre 2004 et 2016 49
Figure 28: Régions du sud Mali et estimations de leur poids respectif dans la production de sésame au niveau national (source : Service N'Kalô) 50
Figure 29: Représentation des flux et de l'importance des destinations du sésame au sein de la filière sésame au Mali (source : Service N'Kalô) 55

Figure 31 : Prix bord-champ médian par semaine en Afrique de l'Ouest pour les 7 dernières campagnes de commercialisation (Source : Service N'Kalô).....56
Figure 32: Comparaison du prix bord-champ du sésame burkinabè et malien entre début novembre 2017 et début février 2018, en FCFA/kg (source : N'Kalô) 58
Figure 33: Fourchette de prix de vente du sésame lors de la mission terrain par catégorie d'acteurs.....59
Figure 34: Circuit de commercialisation du sésame de la région de Ségou et du Cercle de Yorosso.....62
Figure 35: Principaux pays d'importations du sésame dans le monde en 2016.....64
Figure 36: Quantité mondiale céréales en 2016 Figure 37: Surface cultivées en céréales en 2016.....68
Figure 38: Carte des principaux pays producteurs de fonio dans le monde et quantités produites par pays. 69
Figure 39: Production de fonio en Afrique de l'Ouest par pays producteurs entre 2000 et 2016 70
Figure 40 : Exportations de fonio de l'Afrique de l'Ouest par pays d'origine 71
Figure 41: Evolution de la production de fonio au Mali de 1984 à 2015. 72
Figure 42: Carte de la production de fonio au Mali 73
Figure 43: Production malienne de fonio par région 74
Figure 44: Exportations de Fonio du Mali par pays de destination.....75
Figure 45: Carte des principaux marchés de commercialisation du fonio dans la zone d'intervention 77
Figure 46: Décortiqueuse appartenant à un groupement de producteur 78
Figure 47:Etapes de transformation du fonio 79
Figure 48: Chaine de commercialisation du Fonio 80
Figure 49: Sachet de Djouka venant d'une unité artisanale 81
Figure 50: Sachet Fonio précuit venant d'une unité de transformation semi-industrielle.....81
Figure 51: Chaine de valeur Fonio au Mali.....82
Figure 52: Carte de la chaine de commercialisation du fonio.....83
Figure 53: Variation des prix du fonio par types de produits commercialisés.....86
Figure 54: Comparaison des stratégies paysannes d'autoconsommation et de vente du fonio 89
Figure 55: Stratégie d'utilisation des récoltes de fonio - moyenne sur la zone de projet 90
Figure 56: Stratégie d'utilisation des récoltes de fonio par cercles 91
Figure 57: Importations de fonio par pays hors Afrique de l'Ouest.....94

1. Contexte :

1.1 Le programme MLI/021

La Coopération Luxembourgeoise a convenu avec le Gouvernement du Mali d'un programme indicatif de coopération (PIC III) de 55 millions d'euros dont 33 millions pour sa partie bilatérale dans la zone de concentration Sud mise en œuvre par LuxDev. Ce programme est composé de trois programmes sectoriels :

- MLI/021 : Développement rural et Sécurité alimentaire
- MLI/022 : Formation et Insertion professionnelle
- MLI/023 : Décentralisation et bonne Gouvernance

Le PIC III a pour objectif principal de contribuer à la réduction de la pauvreté et au développement durable au Mali. Cet objectif est commun à l'ensemble des trois composantes.

La présente étude intervient dans le cadre du programme MLI/021 - Développement rural et Sécurité alimentaire. Les objectifs et résultats attendus de ce programme sont les suivants :

OBJECTIF GLOBAL : les sources de revenus agricoles et la sécurité alimentaire des ménages ruraux sont diversifiées et renforcées ;

OBJECTIF SPÉCIFIQUE : la productivité, la durabilité et la profitabilité de trois filières agricoles sont développées et intensifiées ;

R1 : les filières émergentes du sésame et du fonio sont développées ;
R2 : la sécurité alimentaire bénéficie d'une filière rizicole renforcée ;
R3 : les filières et les zones appuyées sont mieux adaptées au changement climatique ;
R4 : le cadre d'investissement et de travail du tissu entrepreneurial agricole est amélioré.

En termes géographique, le programme intervient dans les Cercles de Ségou, San, Tominian, Bla, Baraouéli (région de Ségou) et Yorosso (région de Sikasso).

La cible des bénéficiaires directs est constituée de 210 Organisations de producteurs (OP) sélectionnées de producteurs de riz (100), sésame (60) et fonio (50), parmi lesquelles les OP travaillant sur les aménagements hydro-agricoles et une centaine de micro et petites entreprises (MPE) transformatrices sur les filières riz (50) et fonio (50) et 20 OP productrices/transformatrices du fonio.

Autour de ces cibles principales, le programme associe d'autres acteurs des filières : les Organisations de la Société Civile (OSC) de conseil, et tous les dispositifs de pilotage, d'appui et de contrôle des services de l'Etat qu'ils soient décentralisés ou déconcentrés.

Le programme appuie également 100 nouveaux paysans multiplicateurs de semences.

Les bénéficiaires ont été choisis durant le premier semestre d'exécution du programme en concertation avec les Commission Technique Filière (instances de gouvernance du programme MLI/021) et les représentants de la contrepartie nationale (Ministère de l'Agriculture). Les bénéficiaires ont ainsi fait l'objet d'un diagnostic permettant de mieux comprendre leur état de développement en permettant de mieux dessiner l'appui du programme.

PICIII

Géolocalisation des locaux OP et MPE base générale.xlsx

- Riz
- Fonio
- Sésame

Cercles_d_interv

- Tutti gli elementi

Communes_d_intervention

- Tutti gli elementi

Cartes du PICIII

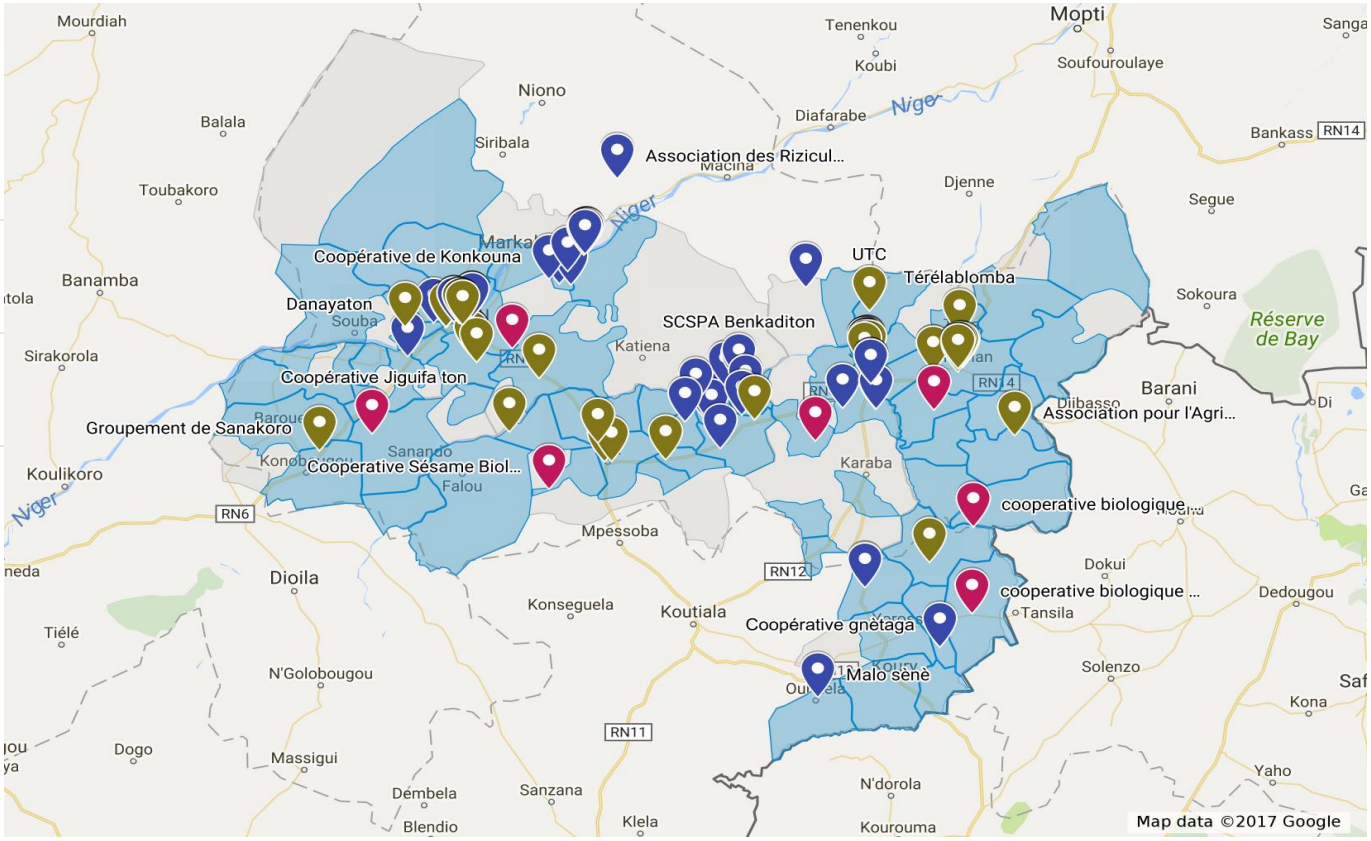


Figure 1 : Carte de la zone d'intervention du programme MLI021

1.2 Objectifs de l'étude

L'objectif principal de la présente étude est de permettre au programme MLI021 de mieux comprendre la dynamique des marchés (notamment des marchés forains) de manière à faciliter l'élaboration d'une stratégie d'appui à la commercialisation et à la mise en marché des produits agricoles des OP et MPE soutenues dans les cercles d'intervention (Ségou, Baraouéli, San, Tominian, Bla et Tominian).

De façon plus spécifique, l'étude doit permettre de :

- Analyser les circuits de commercialisation des produits des 3 filières : les structures de mise en marché et leur efficience,
- Analyser l'évolution des prix sur les marchés locaux en fonction des périodes de commercialisation,
- Acquérir une connaissance plus approfondie et plus étendue de la dynamique de ces marchés et de décrire les flux commerciaux ;
- Mesurer le potentiel du marché du Fonio, du riz de bas fond, du sésame dans la zone d'intervention et notamment les marchés de proximité (marchés hebdomadaires) ;
- Maximiser les investissements dans la production et la productivité à partir des besoins identifiés sur les différents marchés.

L'étude de marché vise notamment à identifier les marchés potentiels de diffusion et de vente des produits (fonio, riz de bas fond, sésame) :

- L'identification des pôles de convergences (surtout les marchés forains) pour comprendre pourquoi les producteurs s'orientent vers ce type de marché,
- La description du circuit de commercialisation du riz, du fonio et du sésame, et les volumes échangés sur les différents types de marchés,
- La vente au travers des réseaux traditionnels de vente : marchés hebdomadaires, boutiques, supérettes, mini marchés, foires (cas du fonio et du riz de bas fond, sésame)
- La vente auprès des professionnels (collectivités, associations, ONG, État…) : cantines scolaires, restaurants, hôtels…(Fonio)
- La vente auprès des pays de la sous-région via des grossistes (cas du sésame)

Les attendus sont, par cibles, de préciser l'état du marché (diffusion possible ou non des produits), les conditions de vente (en exigences de qualité, conditionnement, volumes minimums d'approvisionnements, les délais…), les débouchés potentiels (volume de vente possible), le niveau de prix de vente acceptable.

1.3 Déroulement de l'étude

L'étude a été réalisée par une équipe de 4 consultants de l'ONG NITIDAE. Elle était composée des personnes suivantes :

Chef de mission : Pierre RICAU, Agroéconomiste, Analyste en chef du Service N'Kalô, 8 ans d'expérience dans l'étude et le suivi des marchés agricoles en Afrique de l'Ouest, notamment au Mali, au Burkina, au Sénégal et en Côte d'Ivoire.

Expert international filières : Soungari SEKONG, Ingénieur agronome, Analyste national Côte d'Ivoire du Service N'Kalô, 20 ans d'expérience dans la conduite d'étude et l'appui-conseil aux acteurs des filières agricoles en Afrique de l'Ouest, notamment dans les filières riz et sésame.

Expert international agronome : Benjamin Garnier, Ingénieur Agronome, Analyste international du Service N'Kalô, 3 ans d'expérience dans la conduite d'étude de marché, d'étude d'impact et d'analyse financière en Afrique et en Amérique Latine.

Expert national filières : Ousmane Moctar NDIAYE, Agroéconomiste avec une double spécialisation en agriculture et en intelligence économique, Analyste national Mali du Service N'Kalô, 7 ans d'expérience en analyse de marchés et appui-conseil aux acteurs des filières agricoles au Mali.

Outre cette équipe, l'étude a été facilitée par les Conseillers Agro-Business de l'Association des Organisations Professionnelles Paysannes du Mali (AOPP) qui ont accompagné les consultants lors des rencontres avec les acteurs de la filière.

L'étude a été réalisée en décembre 2017 et janvier 2018.

Une première mission d'Ousmane NDIAYE, du 24 décembre 2017 au 6 janvier 2018, a permis l'identification des principaux marchés de collecte et de regroupement des 6 zones ciblées. Cette identification s'est fondée sur des rencontre avec des commerçants, des producteurs, des fonctionnaires et les Conseillers Agro-Business de l'AOPP dans chacun des 6 cercles ciblés.

Une deuxième mission impliquant les 4 consultants, du 8 janvier 2018 au 26 janvier 2018, a eu pour objectif la réalisation d'entretiens qualitatifs avec différents acteurs de chacune des trois filières dans les 6 cercles visés par le projet.

Un premier rapport provisoire a été remis à LuxDev le 6 février 2018.

A la suite de ce rapport, un atelier de restitution a été organisé le mardi 20 mars 2018 en présence de 35 participants (agents de l'AOPP, de l'AMASSA, de LuxDev, de la Direction Régional de l'Agriculture, de l'Interprofession Riz et des acteurs privés des filières sésame et fonio) à l'Hôtel l'Esplanade à Ségou.

La version finale de l'étude a été remis à LuxDev en format électronique le 10 avril 2018.

1.4 Méthodologie de l'étude

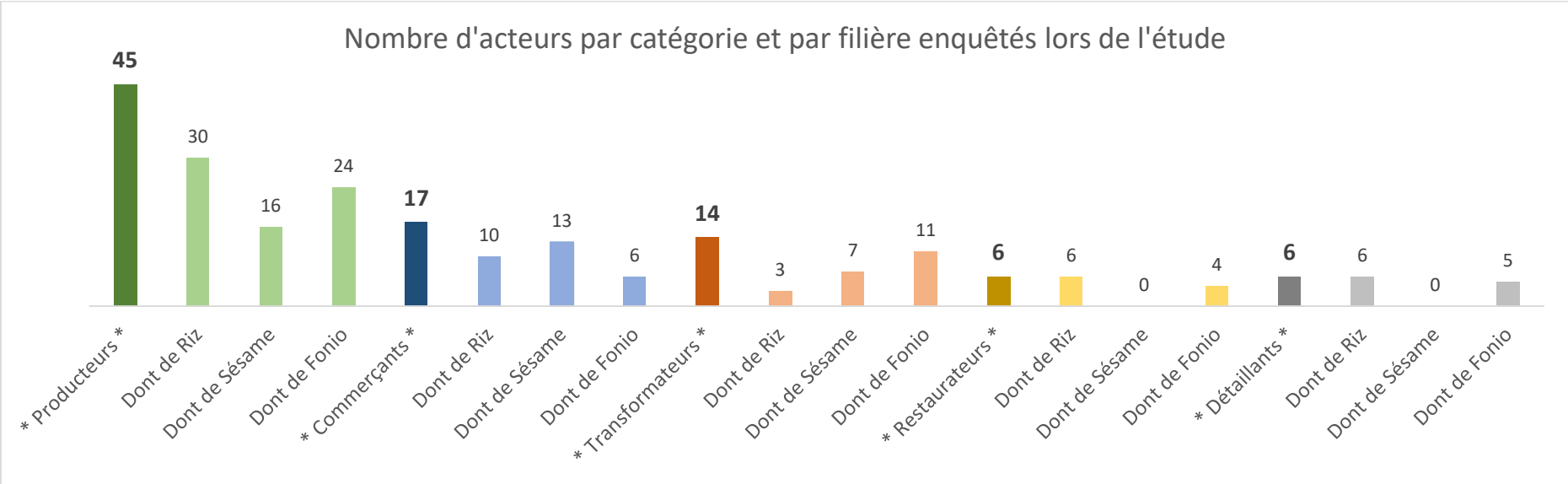
Cette étude se fonde sur une approche Chaine de Valeur (*Value Link*) complétée par une analyse des marchés des trois produits ciblées (*Market Analysis*) et une rapide étude de marché (*Marketing Mix*).

Cette approche avait été jugée adaptée à la durée de l'étude (1 mois) et à l'ampleur du sujet traité : 3 filières très différentes l'une de l'autre.

Afin d'obtenir des données fiables sans avoir à déployer un dispositif couteux et long, cette approche privilégie la réalisation d'un nombre limité d'entretiens qualitatifs faisant l'objet d'un traitement socio-économique à celle d'un grand nombre d'entretiens à questions fermées faisant l'objet d'un traitement statistique. La fiabilité et la validité des informations est confirmé par un recoupement à la fois géographique (acteurs éloignés et ne se connaissant pas qui disent la même chose) et logistique (acteurs de l'amont de la chaine de valeur qui disent la même chose que ceux de l'aval).

Cette méthodologie permet d'obtenir à défaut de statistiques précises et représentatives grâce aux règles des grands nombres, des ordres de grandeurs quantitatifs et des informations qualitatives sur les logiques sociologiques et économiques poursuivie par les acteurs.

Ainsi, 45 producteurs (parmi lesquels 16 produisaient du sésame, 24 du fonio et 30 du riz), 17 commerçants (2 exportateurs, 8 grossistes et 7 pisteurs), 14 transformateurs (parmi lesquels 7 transformaient du sésame, 11 du fonio et 3 du riz), 6 restaurateurs (tous proposaient du riz et 4 proposaient régulièrement du fonio), 6 détaillants (3 proposaient du riz local, 3 du riz importé, 3 du riz étuvé, 5 du fonio).



Les entretiens avec chaque acteur ont duré entre 30 et 60 minutes selon le nombre de filières dans lesquelles intervenait l'acteur enquêté. Les questions concernaient principalement les problématiques de commercialisations (période, quantités, qualité, prix, transport, charges, etc.). Les questionnaires utilisés sont fournis en annexe à cette étude.

Il est donc bien entendu que les chiffres fournis dans cette étude doivent être interprétés comme des ordres de grandeurs et ne prétendent pas être parfaitement représentatif de la diversité des pratiques et des acteurs au sein de la filière.

Toutefois, après l'émission de réserves quant à cette méthodologie qualitative en début d'atelier de restitution, notamment en terme de représentativité, la totalité des acteurs ont finalement salué la pertinence de l'approche et la qualité des résultats obtenus très proches de leurs propres observations de terrain.

La présentation réalisée lors de cet atelier de restitution est également disponible en annexe.

Les filières seront traitées dans l'ordre ci-dessous :

- La filière riz de bas-fond
- La filière sésame
- La filière fonio

Pour toute question relativement à la méthodologie et aux résultats de l'étude, vous pouvez écrire à Pierre RICAU : pricau@Nitidae.org

2. La Filière Riz de bas-fonds

2.1 L'offre

2.1.1 Au niveau mondial

Le riz est la 3ème céréale la plus cultivée dans le monde en termes de superficie et de quantité produite avec environ 160 millions d'hectares cultivés et 741 millions de tonnes récoltées en 2016 d'après les estimations de la FAO.

Figure 2: Superficies céréalières cultivées dans le monde en 2016

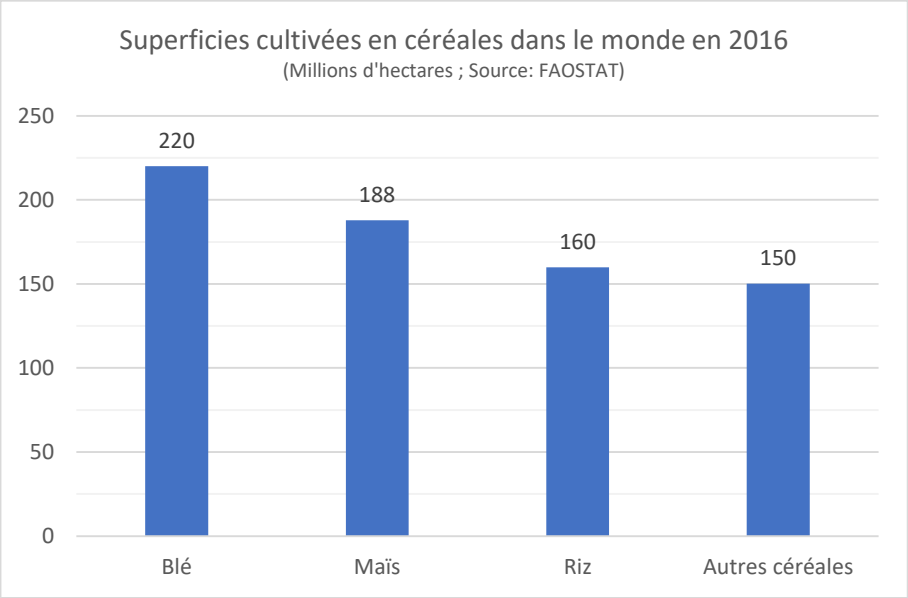
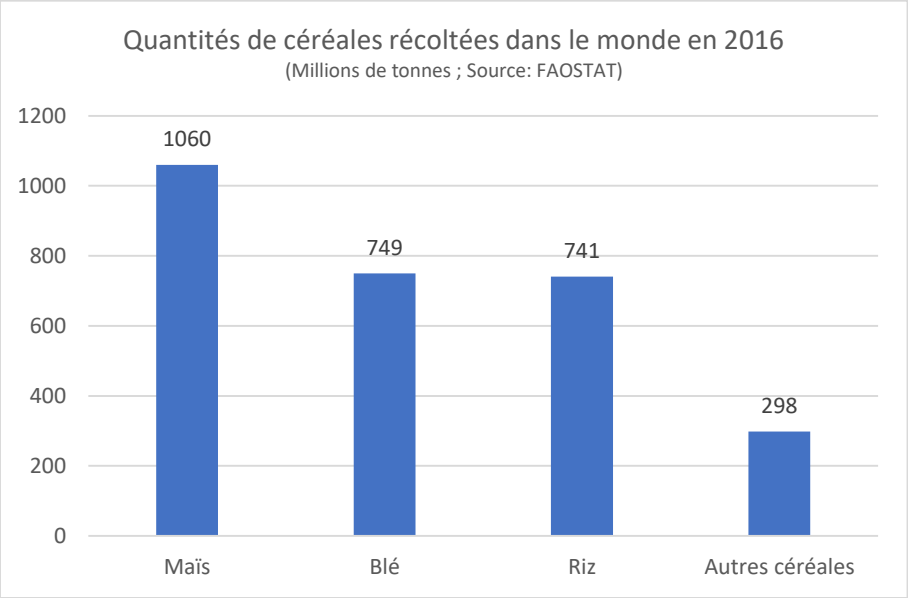


Figure 3: Quantités de céréales récoltées dans le monde en 2016



La culture du riz est développée sur tous les continents mais domine clairement en Asie où est récolté 90% du riz paddy dans le monde et où se situent les trois plus gros producteurs mondiaux la Chine (211 M de t), l'Inde (158 M de t) et l'Indonésie (77 M de t).

Comme visible ci-dessous, le continent africain n'occupe qu'une petite part de l'offre mondiale. La forte hausse de la production africaine, qui est passée de 17 millions de tonnes à 32 millions de tonnes entre 2000 et 2016 (+15 M de t), ne lui permet pas encore de dépasser l'Amérique, passée de 32 à 36 Millions de tonnes sur la même période. En outre, la croissance mondiale de la production de riz reste surtout liée à l'augmentation de la production asiatique qui est, elle, passée de 545 à 668 millions de tonnes (+123 M de t) sur cette période.

Figure 4: Principaux pays producteurs de riz paddy dans le monde (Source : Service N'Kalô) :

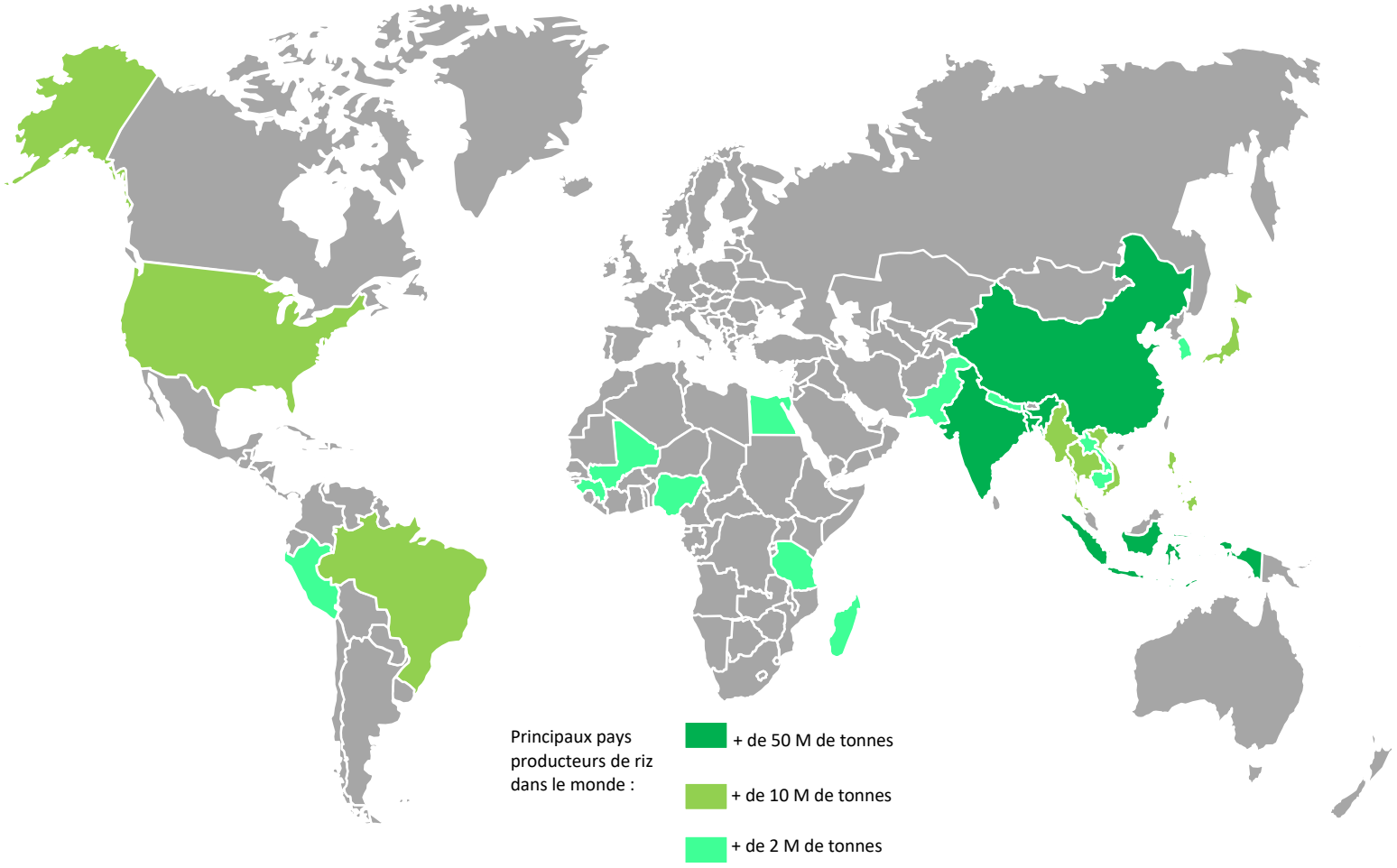
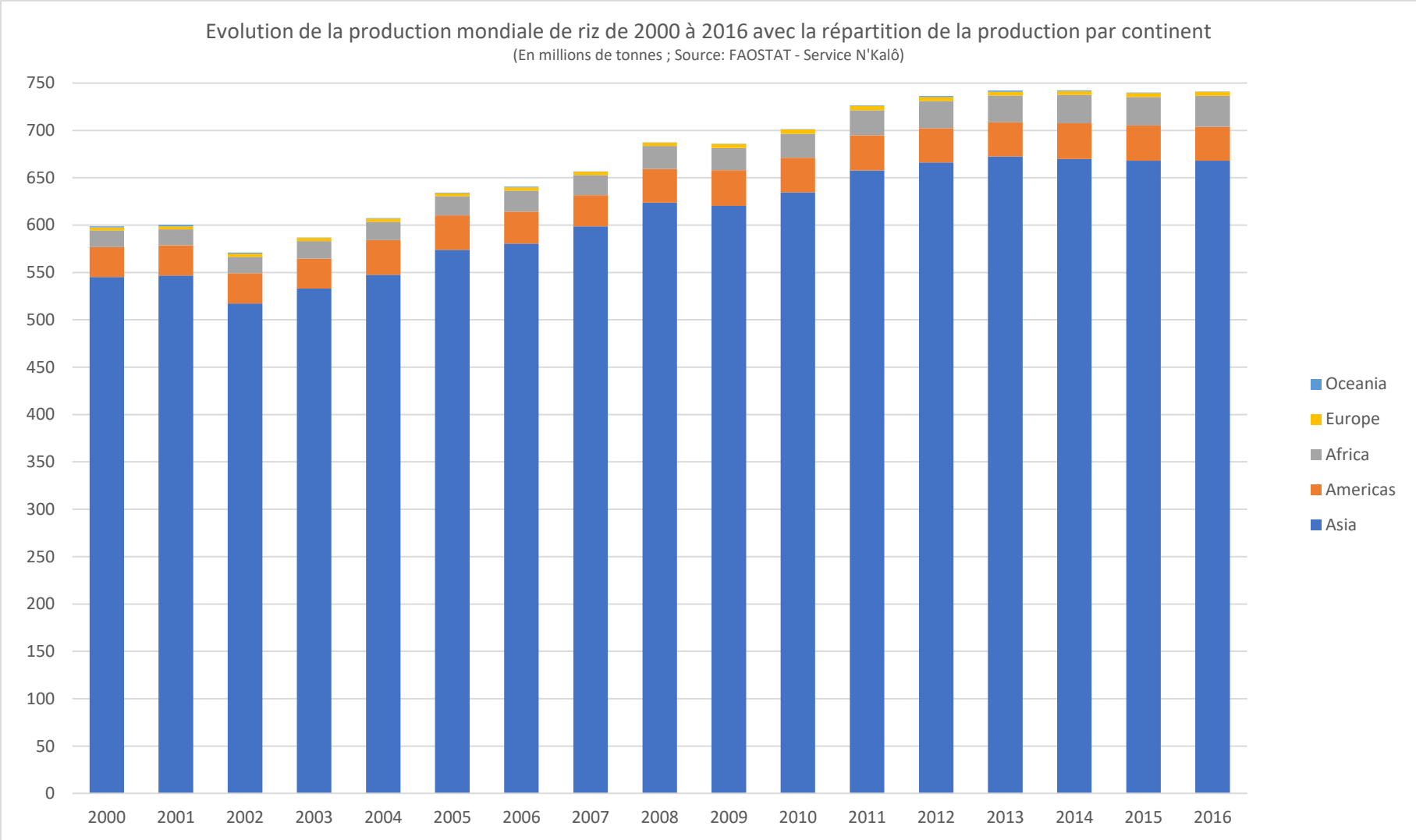


Figure 5: Evolution de la production mondiale de riz de 2000 à 2016 par continent



La place qu'occupe l'Afrique au sein de l'offre mondiale tend tout de même à augmenter comme visible ci-dessous.

Evolution de la répartition de la production mondiale de riz par continent

	2000	2005	2010	2015	2016
Asia	91,1%	90,5%	90,5%	90,3%	90,1%
Americas	5,3%	5,7%	5,2%	5,0%	4,9%
Africa	2,9%	3,2%	3,6%	4,1%	4,4%
Europe	0,5%	0,5%	0,6%	0,6%	0,6%
Oceania	0,2%	0,1%	0,0%	0,1%	0,0%

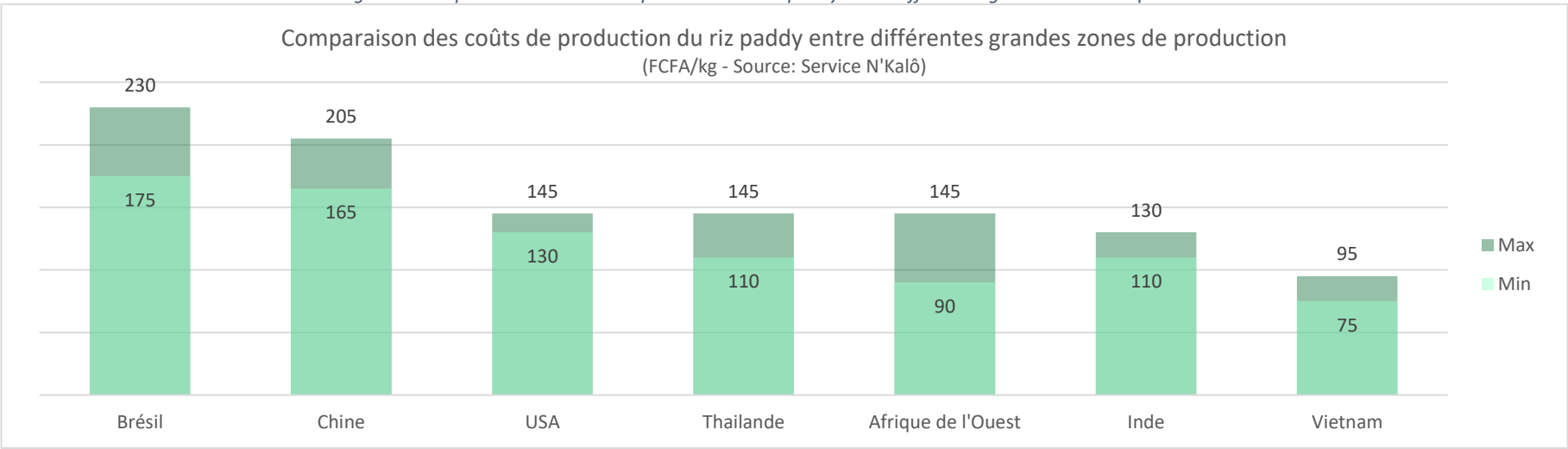
Evolution des rendements moyens du riz par continent

	2000	2005	2010	2015	2016
Oceania	7 994	6 056	8 952	9 597	9 368
Europe	5 248	5 805	6 029	6 411	6 341
Americas	4 147	4 473	5 047	5 979	5 884
Asia	3 949	4 172	4 436	4 710	4 755
Africa	2 312	2 266	2 394	2 509	2 599

A l'échelle du continent, la croissance de la production africaine tient d'ailleurs davantage à une augmentation des superficies cultivées (notamment avec le développement du riz de plateau de type *Nerica*) qu'à une augmentation sensible des rendements moyens, même si ceux-ci ont augmenté d'environ 300 kg/ha entre 2000 et 2016.

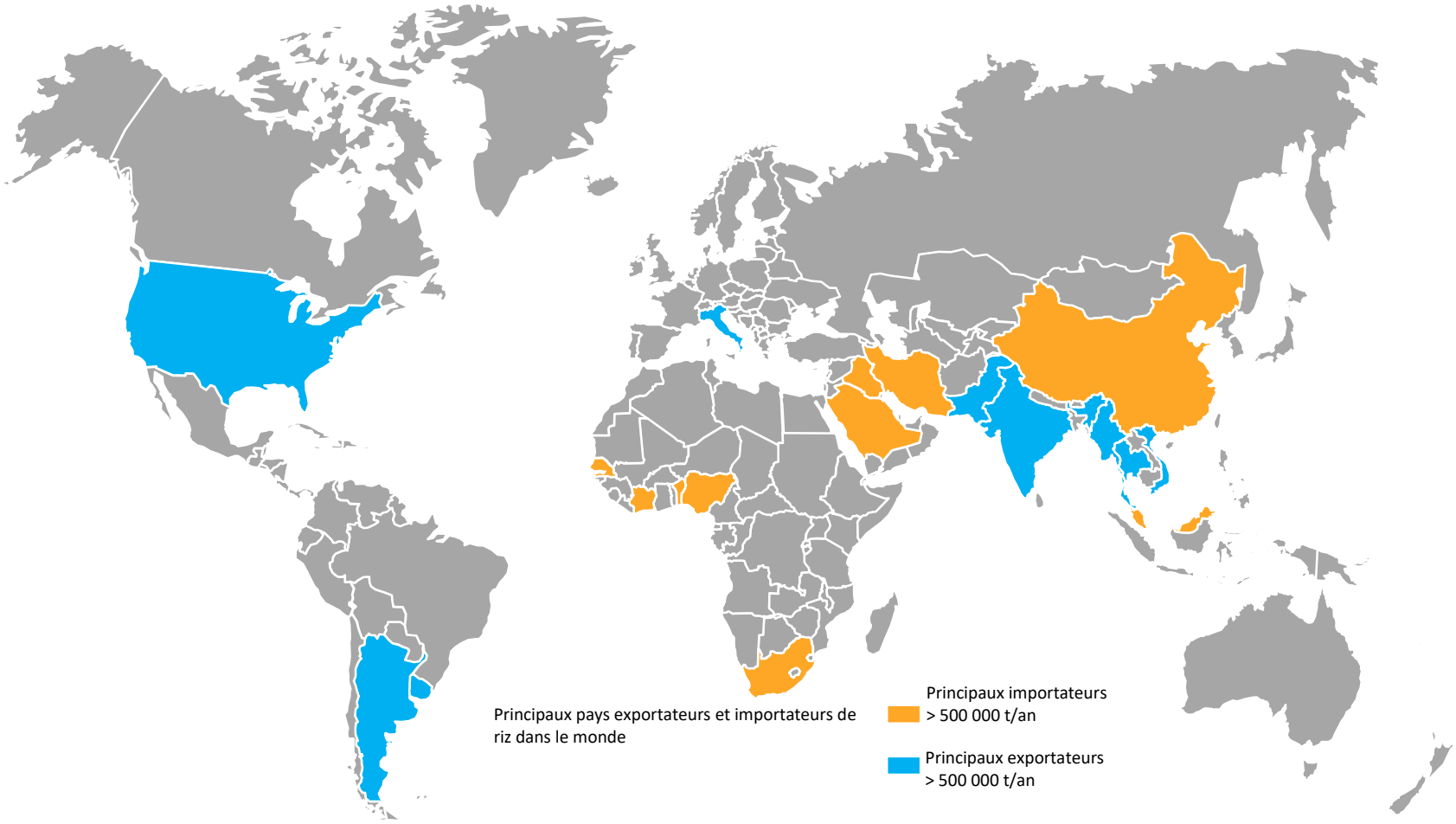
Le potentiel de croissance de la production de riz en Afrique reste donc encore important, notamment en Afrique de l'Ouest, en raison d'un potentiel de hausse des rendements très élevé, de superficies aménageables encore importantes mais également de coûts de production qui sont relativement compétitifs même en l'absence de politiques de soutien à la production importantes comme c'est le cas en Chine, au Brésil et aux USA notamment.

Figure 6: Comparaison des coûts de production du riz paddy entre différentes grandes zones de production



Les grands producteurs de riz ne sont toutefois pas les plus grands exportateurs. La grande majorité (92,5%) de la production mondiale est consommée au sein des pays producteurs. Ainsi certains grands producteurs comme la Chine ou le Nigéria sont également de grands importateurs nets de riz, et de petits producteurs comme l'Italie ou l'Argentine sont de grands exportateurs de riz, comme visible sur la carte ci-dessous.

Figure 7: Carte des principaux importateurs et exportateurs mondiaux de riz (Source : Service N'Kalô)



L'offre de riz en provenance du marché international, en Afrique de l'Ouest en général et au Mali en particulier, est donc principalement originaire des pays en bleu sur cette carte.

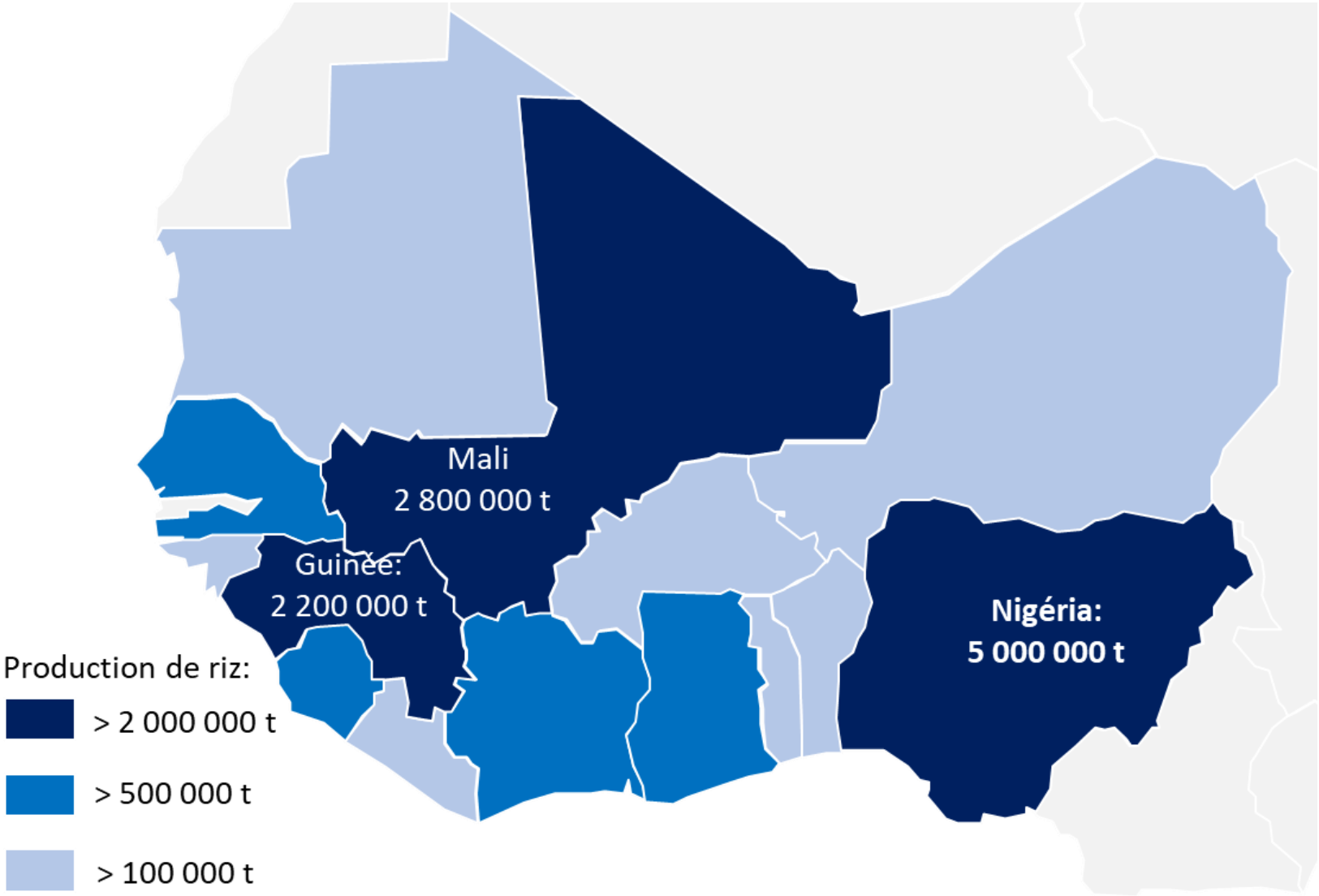
2.1.2 Au niveau sous régional

En Afrique de l'Ouest, la production locale, bien que croissante ne couvre pas encore la moitié des besoins de consommation de la sous-région. La part de la production locale varie fortement d'un pays à l'autre. Si le Mali couvre plus de 90% de ses besoins avec sa production locale, la majorité des pays de la sous-région peinent encore à couvrir la moitié de leurs besoins. Dans les faits, seuls trois pays couvrent la majorité de leurs besoins grâce à la production locale, il s'agit du Mali, de la Guinée et de la Sierra Leone.

Figure 8: Production et flux de riz en Afrique de l'Ouest

	Prod Paddy	Eq Riz blanc (55%)	Imports	Flux informels	Offre totale	Prod/Offre
Nigeria	**5 000 000**	**2 750 000**	**2 200 000**	**1 500 000**	**6 450 000**	43%
Mali	2 800 000	1 540 000	250 000	-25 000	1 765 000	**87%**
Guinea	2 200 000	1 210 000	350 000	25 000	1 585 000	76%
Sierra Leone	1 200 000	660 000	250 000	0	910 000	73%
Senegal	950 000	522 500	1 100 000	0	1 622 500	32%
Côte d'Ivoire	850 000	467 500	1 400 000	0	1 867 500	25%
Ghana	680 000	374 000	650 000	0	1 024 000	37%
Burkina Faso	380 000	209 000	400 000	0	609 000	34%
Benin	280 000	154 000	2 000 000	-1 500 000	654 000	24%
Liberia	270 000	148 500	250 000	0	398 500	37%
Mauritania	210 000	115 500	180 000	0	295 500	39%
Guinea-Bissau	190 000	104 500	750 000	0	854 500	12%
Niger	150 000	82 500	300 000	0	382 500	22%
Togo	140 000	77 000	150 000	0	227 000	34%
Gambia	50 000	27 500	70 000	0	97 500	28%
Total	**15 350 000**	**8 442 500**	**10 300 000**	**0**	**18 742 500**	**45%**

Figure 9: Carte de la production de riz paddy en Afrique de l'Ouest

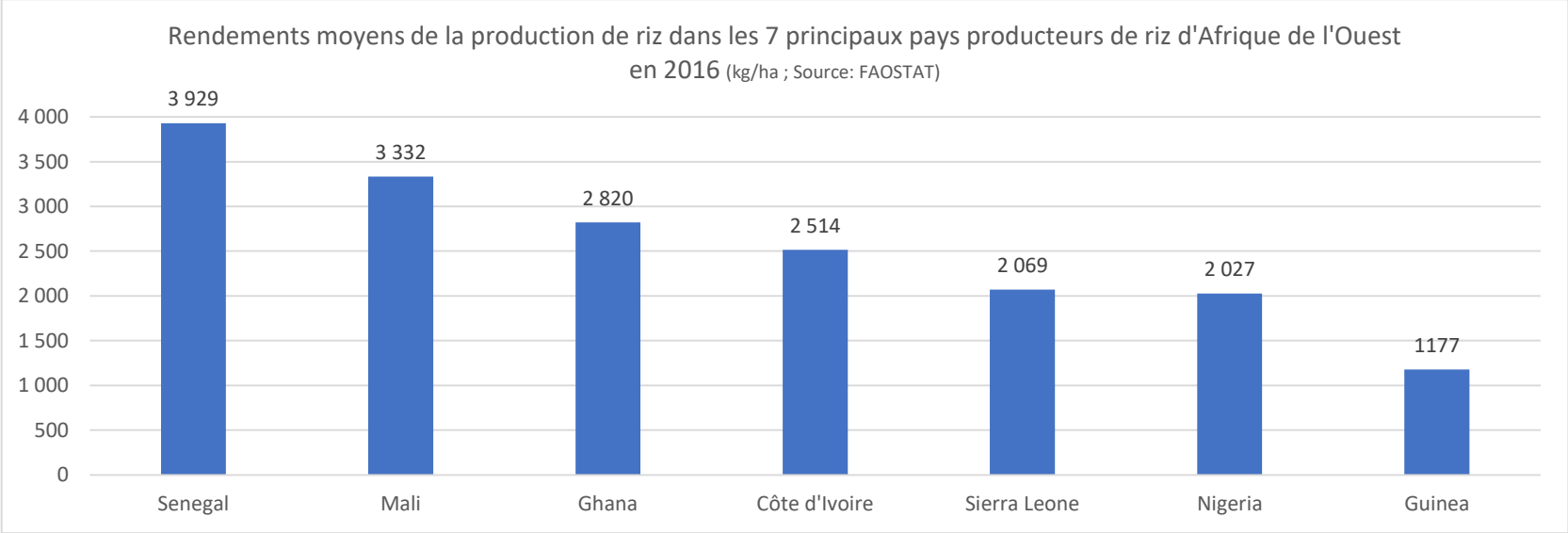


Le Mali fait donc figure d'exception au sein de l'Afrique de l'Ouest avec un quasi autosuffisance en riz. La puissance de la filière riz au Mali tient à plusieurs paramètres :

- Une tradition de production de riz dans le Delta intérieur du Niger qui remonte à plusieurs millénaires[1],
- Des aménagements importants réalisés successivement au cours des dernières décennies dans cette zone de culture historique qui permettent une culture en maitrise totale de l'eau sur plusieurs dizaines de milliers d'hectares
- L'enclavement du pays qui renchérit le coût du riz importé et garantit ainsi une sorte de protection naturelle de la filière contre les chutes de prix et une plus forte assurance pour les producteurs de bénéficier de prix suffisamment élevés pour être incités à investir dans l'intensification
- Des soutiens importants à la filière par l'Etat malien et ses partenaires (notamment la coopération chinoise) qui ont permis d'intensifier les pratiques de production et de transformation et d'accroitre nettement les rendements au cours des dernières années.

Dans ce contexte historique, géographique, économique et politique favorable, le Mali se classe deuxième des grands pays producteurs de la sous-région en termes de rendements, derrière le Sénégal.

Figure 10: Rendements moyens de la production de riz dans les 7 principaux pays producteurs de riz d'Afrique de l'Ouest



[1]https://www.nature.com/articles/ng.3044

L'avance du Sénégal sur le Mali en termes de rendement tient principalement aux importantes subventions d'engrais pour la filière riz attribués par le Sénégal depuis 2008 avec le lancement de la « Grande offensive pour la nourriture et l'abondance » et les politiques qui l'ont complétée depuis. A titre d'exemple, en 2016, plus de 50 000 tonnes d'engrais NPK subventionnés ont été mis à disposition des acteurs de la filière riz au Sénégal contre environ 38 000 tonnes au Mali ou encore un peu moins de 30 000 tonnes en Côte d'Ivoire. Ce différentiel tient aussi à la faiblesse de la filière coton sénégalaise qui ne bénéficie que de très peu de subventions tandis que la majorité des subventions attribuées au secteur agricole au Mali sont orientées vers le coton (et le maïs plus ou moins indirectement) au détriment du riz.

Malgré ce plus fort soutien au Sénégal, qui a permis à ce pays de pratiquement tripler sa production en 15 ans, la filière riz malienne reste probablement celle qui a le plus d'avantages comparatifs et qui est le moins dépendante des pouvoir publics pour continuer sa croissance. D'ailleurs, d'après nos entretiens et estimations du riz malien sont exportés régulièrement vers le Sénégal (environ 25 000 tonnes/an) et la Guinée (environ 75 000 tonnes/an).

2.1.3 Au niveau national

Bien que la culture du riz soit pratiquée dans la majeure partie des cercles du Mali (hors zone désertique et semi-désertiques), la répartition de la production malienne de riz est très inégale sur le territoire.

Comme visible ci-dessous, environ la moitié de la production nationale est concentrée dans les 4 cercles où se situent les installations de l'Office du Niger et plus généralement environ 70% de la production du pays est réalisée dans les périmètres aménagés du Delta intérieur et le long du Niger dans les régions de Ségou et Mopti.

En dehors des zones aménagées (Office du Niger et autres offices), l'offre de riz est d'abord tournée vers l'autoconsommation et la commercialisation à l'échelle locale (commune et cercle).

Ainsi, les flux de riz local à l'échelle nationale partent pratiquement tous de la grande zone de production située entre Ségou et Tombouctou pour aller principalement vers Bamako mais également vers les autres grandes villes du pays.

Au cours des dernières décennies, la production riz malienne a connu une forte croissance dans l'ensemble du pays comme visible ci-dessous. Même si les estimations de production doivent être prises avec prudence, la plupart des analystes du secteur s'accordent pour reconnaitre que la production malienne a dépassé les 2 millions de tonnes au cours des 5 dernières années et s'approche désormais des 3 millions de tonnes de paddy.

Figure 11: Carte de la répartition de la production de riz au Mali en 2016
(Source : Estimations de RONGEAD à partir des données du Ministère de l'Agriculture et du Recensement Général Agricole de 2005)

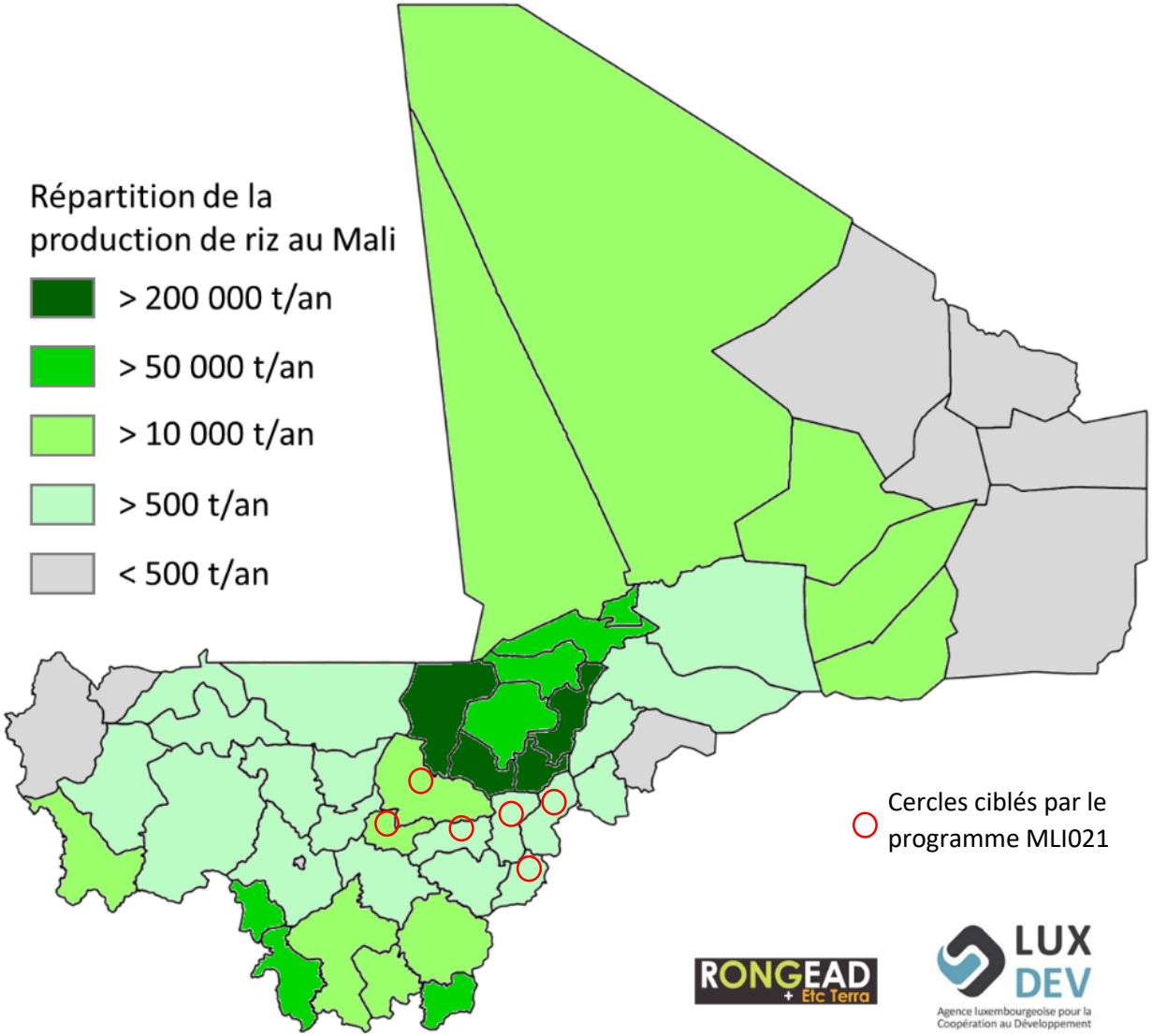
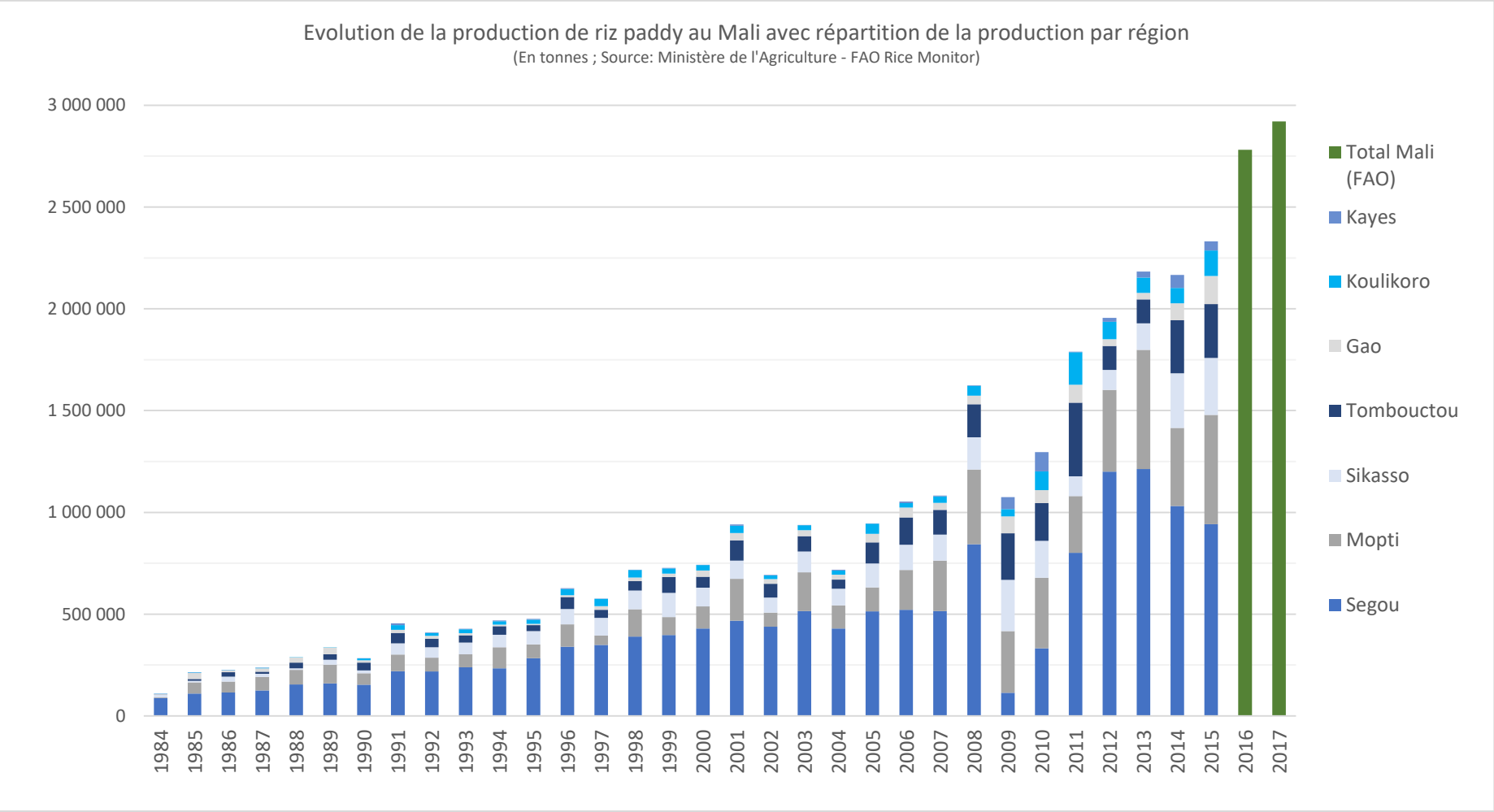


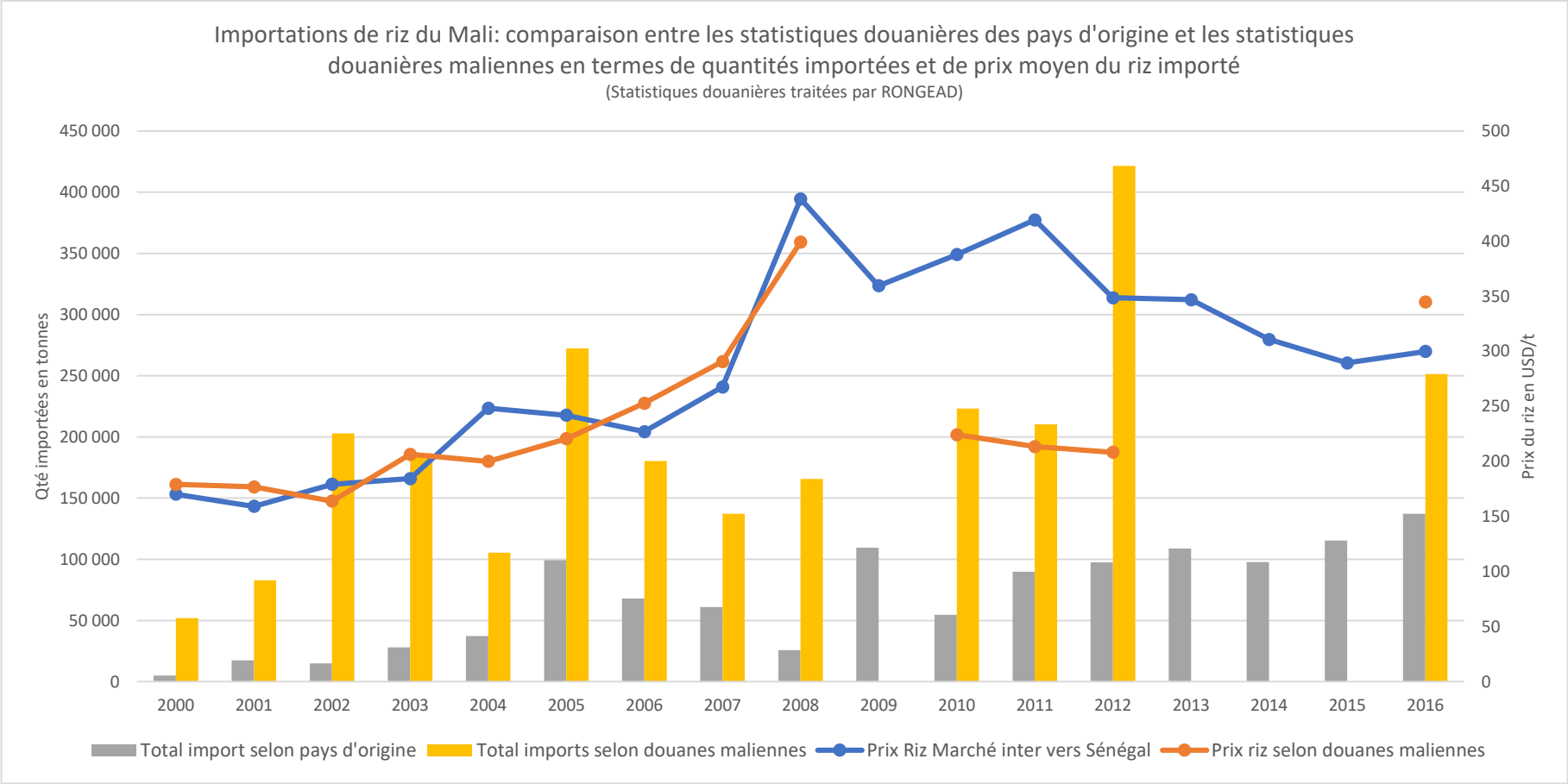
Figure 12: Evolution de la production de riz paddy au Mali avec répartition de la production par région



Outre la production locale, l'offre en riz est complétée par des importations, principalement en provenance des grands pays exportateurs d'Asie, à savoir l'Inde, la Thaïlande, le Pakistan, le Vietnam et le Myanmar.

Comme visible ci-dessous, l'estimation des importations de riz du Mali est un exercice difficile. Le riz importé transitant principalement par le Sénégal et dans une moindre mesure par la Côte d'Ivoire, les statistiques disponibles sont majoritairement celles fournies par les douanes maliennes et par les douanes de ces deux pays. Comme pour la majorité des flux transfrontaliers, les statistiques publiées sont incomplètes (du fait des flux informels) et souvent « estimées » par les douaniers du fait de l'insuffisance de moyens à leur niveau pour organiser une saisie automatisée et fiable des flux entrants et sortant.

Figure 13: Importations de riz du Mali et de prix moyen du riz importé



De la comparaison de ces statistiques, il ressort qu'il existe une grosse incertitude sur les volumes réellement importés, due notamment à l'absence de port-sec ou de corridor douanier concentrant l'essentiel des importations. Les données maliennes disponibles sur la période 2000-2008 semblent à peu près fiables du fait que leur valeur est relativement corrélée avec les cours du riz à destination de l'Afrique sur le marché international. Par contre, les statistiques de la période 2010-2012 semblent plus douteuses étant donné que la valeur enregistrée par les douanes maliennes est nettement inférieure aux volumes déclarés et qu'en conséquence le prix du riz importé aurait été presque la moitié du prix réel du riz sur le marché international. En particulier, le pic d'importation de 2012, avec plus de 400 000 tonnes importées semble fortement exagéré. Notons également que les données n'ont pas été publiées pour les années 2009, 2013, 2014 et 2015.

Sur la base de cette comparaison nous estimons que les importations de riz du Mali évoluent entre 150 000 et 250 000 tonnes selon les années.

En considérant que l'offre de riz local sur les 2 dernières années a évolué autour de 2 800 000 tonnes de paddy soit environ 1 430 000 tonnes de riz blanc[2], et que les importations de riz blanc au Mali se sont situées autour de 250 000 tonnes sur cette même période, la production locale représente actuellement autour de 87% de l'offre sur le marché national.

2.1.4 Dans la zone de production

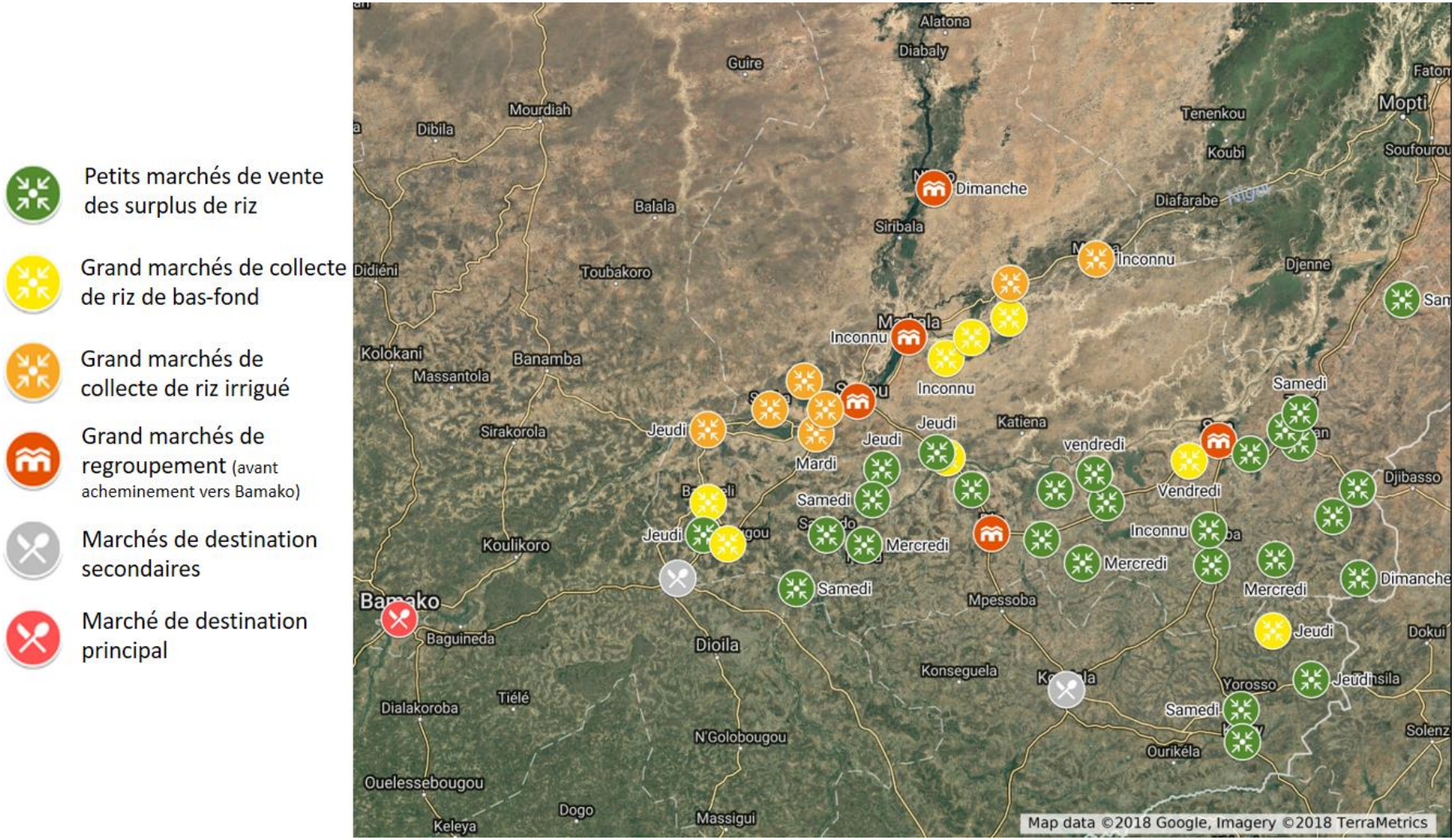
La zone ciblée par le projet se situe à proximité des grandes zones de production : Office riz de Ségou, Office du Niger à Niono et Massena.

De nombreux marchés ruraux hebdomadaires représentés sur la carte ci-dessous en vert sont l'occasion de petites ventes de surplus de riz de bas-fonds (et dans une moindre mesure de riz de plateau) par les producteurs. Ces surplus sont en majorité stockés par les commerçants locaux pour être revendus en période de soudure aux villageois et aux producteurs des zones environnantes. Ce n'est qu'en période de récolte, lorsque les producteurs livrent des quantités un peu plus importantes que des petits flux (chargements de 10 tonnes et plus rarement chargements de 40 tonnes) sont commercialisés en direction des centres de regroupement que sont Ségou, Bla et San.

Toutefois, les grands commerçants de riz s'approvisionnement principalement dans les centre de collecte des Offices (en orange). Seules quelques localités où le riz de bas-fond est plus développé se détachent comme zone d'approvisionnement régulières des grossistes. Il s'agit notamment de la zone de Dioro (ou Diourou selon les orthographes) dans le cercle de Ségou, de Doura dans le cercle de Bla, de Yasso dans le cercle de San, de Koumbia dans le cercle de Yorosso ou encore de Baraoueli et Konobougou dans le cercle de Baroueli. Elles sont représentées en jaune sur la carte.

[2] Pour faire la conversion, nous avons utilisé un rendement au décorticage de 55%.

Figure 14: Carte des marchés de vente, collecte et regroupement de riz



D'après les commerçants rencontrés, même si le riz de bas-fond est théoriquement plus apprécié en raison de son goût (attribué à des apports d'engrais moindre), les petits volumes traités et la nécessité d'aller vite permettent rarement de le distinguer du riz des zones de culture du riz irrigué.

L'appréciation qualitative des commerçants, des restaurateurs et des consommateurs portent avant tout sur le taux de corps étrangers et de son et sur la couleur des grains. Même le taux de brisures apparait comme un critère secondaire derrière ces deux premiers critères qui dominent chez tous les acteurs. On notera d'ailleurs que l'essentiel du riz importé est constitué de brisures et se positionne pourtant sur le marché comme un riz de qualité supérieure au riz local.

Au sein de l'offre de riz dans la région de Ségou, le riz étuvé représente un marché de niche relativement marginal. La plupart des grossistes en riz ne le traite que ponctuellement, le plus généralement lorsqu'ils reçoivent une commande en provenance de Bamako.

Seule la zone de Dioro et la zone de San, semblent se détacher dans la production de riz étuvé. Dans ces localités et les localités environnantes, plusieurs dizaines de groupements de femmes semblent impliqués dans l'étuvage et il en résulte une offre de plusieurs centaines de tonnes de riz étuvé par an. Le riz étuvé ne passe généralement pas par les mêmes circuits de commercialisation que le riz blanc de bas-fond. Les étuveuses livrent elle-même des grossistes à Bamako avec des lots de plusieurs tonnes voire dizaines de tonnes sans passer par l'intermédiaire de grossistes locaux.

La majorité des producteurs de riz de bas-fond cultivent entre 0,25 et 1 ha. Les plus gros producteurs vont jusqu'à 2 ha. La production est d'abord destinée à l'autoconsommation. Sur les 20 producteurs de riz de bas-fond enquêtés, seuls 9 ont l'habitude de commercialiser une partie de leur production. Parmi eux, seuls 5 avaient prévu de commercialiser plus de la moitié de leur production.

Les quantités produites par ces producteurs vont de 80 kg à 4 tonnes de riz paddy. En comparaison, 3 producteurs de la zone office riz de Ségou rencontrés avaient produit entre 8,5 et 53 tonnes de riz par exploitation. Seuls 4 producteurs de riz de bas-fond ont l'habitude de commercialiser 1 tonne de riz paddy ou plus par an.

La maitrise de l'eau apparaît comme la plus forte contrainte pour l'augmentation de la production de riz de bas-fond. 6 producteurs interrogés ont perdu la majeure partie de la production en raison d'un excès d'eau (parcelle inondée) et 4 en raison d'un manque d'eau (sécheresse).

1 seul producteur de riz de bas-fond commercialise sa production à la récolte. La majorité des producteurs stockent le riz et étalent leurs ventes sur l'année. La principale raison avancée est avant tout que le riz peut se vendre facilement à tout moment et qu'il constitue un très bon moyen d'épargne en nature qui permet de faire face aux besoins financiers tout au long de l'année. Le fait que les prix augmentent en période de soudure n'est mis en avant que par 2 producteurs. La vente du riz se fait chez la majorité des producteurs interrogés en petites quantités : tines, kilo et exceptionnellement sacs.

Les ventes de riz de bas-fond se font surtout à l'échelle du village. Seuls 3 producteurs ont indiqué se déplacer jusqu'au marché hebdomadaire pour commercialiser leur riz. Les ventes au village se font soit à d'autres producteurs soit à des commerçants résidents dans le village.

La moitié des producteurs de riz de bas-fonds interrogés commercialisent majoritairement le riz en paddy et l'autre moitié le décortique elle-même. L'explication généralement avancée pour expliquer la commercialisation en paddy est le fait de ne pas avoir à assumer la charge de la transformation et du transport entre le lieu de vie, le lieu de transformation et le lieu de commercialisation.

La plupart des producteurs considère que la vente du paddy est réussie lorsque le prix de vente est égal ou supérieur à 150 FCFA/kg.

Pour la commercialisation du riz décortiqué et blanchi, les opinions des producteurs enquêtés ont été plus divergentes. Si certains considèrent que le prix de vente du riz décortiqué est rentable à partir de 300 FCFA/kg, beaucoup considèrent qu'il doit être plus élevé et 6 d'entre eux considèrent 400 FCFA/kg ou plus comme un bon prix pour rentabiliser leur activité

Coûts de production (CDP)

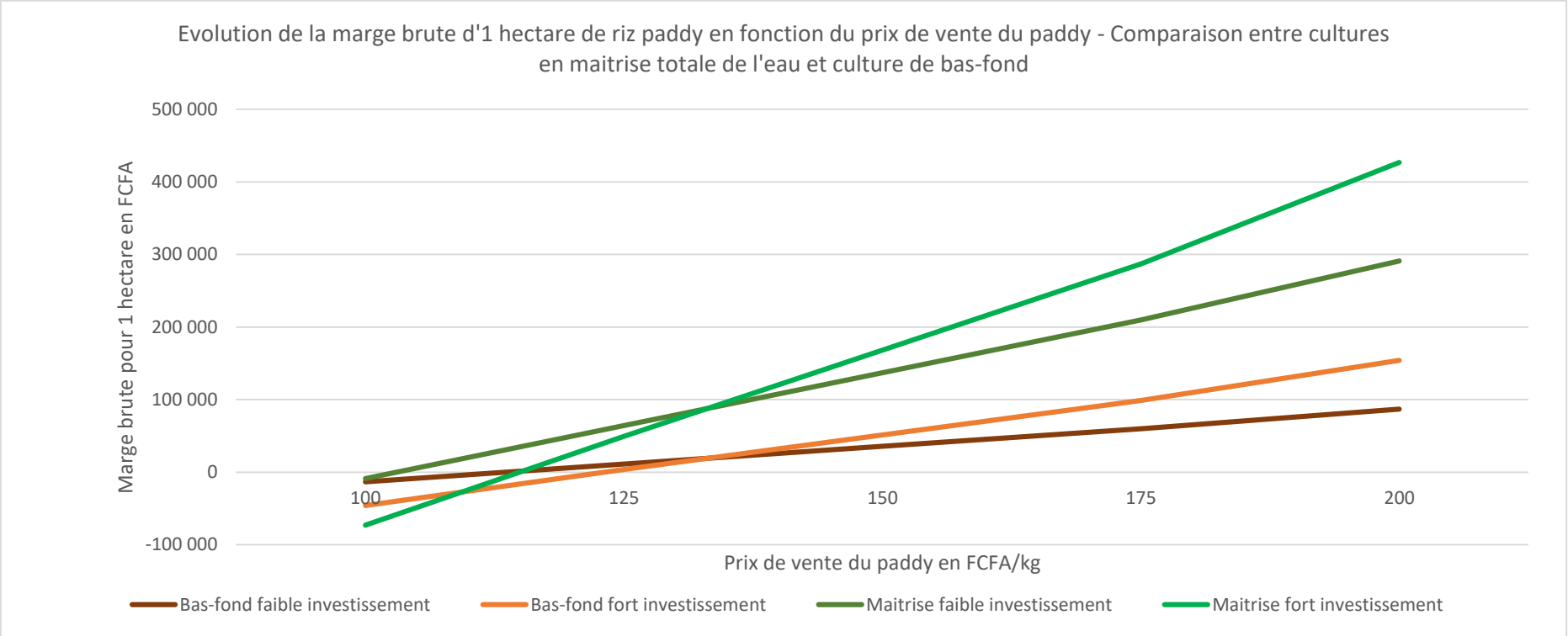
Si dessous, nous avons estimé grossièrement sur la base de la bibliographie et de nos enquêtes les fourchettes de coûts de production du riz de bas-fond et du riz en zone office. On s'aperçoit que malgré le plus faible investissement financier des producteurs, les coûts de production par kilogramme du riz de bas-fond sont en moyenne légèrement plus élevés que ceux du riz en maitrise totale de l'eau, notamment en raison des importants différentiels de rendement entre les deux types de culture.

En outre, l'accroissement de la marge brute est beaucoup plus rapide en cas de hausse des prix pour les parcelles en maitrise totale de l'eau comme visible ci-dessous.

Figure 15: Coûts de production du riz

	Pour 1 ha de riz	**Riz de bas-fond**		**Riz zone Office**	
		Min	**Max**	**Min**	**Max**
Pré-récolte	Semence (FCFA)	9000	12000	12000	20000
	Engrais (FCFA)	0	50000	75000	150000
	Labour (FCFA)	50000	75000	60000	80000
	Redevance en eau (FCFA)			60000	70000
	Autres Main d'Œuvre (FCFA)	40000	60000	60000	120000
	Total pré-récolte (FCFA)	**99000**	**197000**	**267000**	**440000**
	Rendement initial (kg)	*1000*	*2000*	*3000*	*5000*
Post récolte	Battage	5000	15000	15000	50000
	Sacs	875	1750	2625	4375
	Transport récolte	5000	20000	15000	50000
	Total post récolte (FCFA)	**10875**	**36750**	**32625**	**104375**
	Pertes post-récolte (kg)	*30*	*100*	*90*	*250*
	Rendement final (kg)	*970*	*1900*	*2910*	*4750*
	CDP pré-récolte	**102**	**104**	**92**	**93**
	CDP post récolte	**11**	**19**	**11**	**22**
	Total CDP Riz paddy	**113**	**123**	**103**	**115**
Marge brute	si prix de vente à 125 FCFA/kg	11375	3750	64125	49375
	si prix de vente à 150 FCFA/kg	35625	51250	136875	168125
	si prix de vente à 175 FCFA/kg	59875	98750	209625	286875

Figure 16:Evolution de la marge brute d'1 hectare de riz paddy en fonction du prix de vente du paddy



Il est plus facile pour un producteur de riz irrigué cultivant 5 hectares dans une zone aménagée en maitrise totale de l'eau et produisant entre 12 et 24 tonnes de paddy/an de capter un prix de vente 5 à 15 FCFA/kg plus élevé que pour un gros producteur de riz de bas-fond produisant sur 2 hectares et commercialisant entre 1,5 et 3tonnes de paddy/an. Les schémas de production suivent donc des logiques différentes.

Dans le modèle de production en maitrise totale de l'eau, les producteurs vont tendre à investir dans la production et le stockage pour accroitre au maximum leurs rendements et avoir le maximum de souplesse pour la commercialisation de leur production. Ils vont tendre à se spécialiser et se professionnaliser dans la production de riz à vocation commerciale même s'ils maintiennent d'autres cultures en parallèle pour assurer leur alimentation et leur résilience en cas de choc climatique, valoriser des terres non irrigables et financer certains besoins de trésorerie (par exemple, le décorticage du riz financé grâce à la commercialisation du sésame).

Dans le modèle de production en bas-fond aménagé. La production de riz obéit davantage à une recherche de résilience. Les producteurs tendent à investir peu dans cette culture qui n'a pas pour vocation principale la commercialisation mais l'alimentation. La vocation de cette culture est d'abord la résilience face aux risque d'attaque/échec des autres cultures, mais également la valorisation de terres de bas-fond peu adaptées aux cultures principales : mil, sorgho, arachide et niébé. La facilité de stockage et de commercialisation du riz, permet de l'utiliser comme variable d'ajustement : en fonction de la production de mil et de sorgho et des besoins financiers elle sera plus ou moins consommée ou commercialisé d'une année à l'autre. Dans ces modèles de production, le rôle de culture de rente, vecteur d'entrées monétaires est souvent joué par une autre culture que le riz notamment, le niébé, le sésame, le fonio voire le mil.

Seules les zones où d'importants périmètres de bas-fonds aménagés sont disponibles et qui, à travers l'importance et la concentration de l'offre, permettent d'accéder à des prix un peu plus rémunérateurs, voient émerger des modèles de production où le riz est considéré comme une culture d'investissement prioritaire. Il s'agit notamment des zones évoquées plus haut, telles que Dioro et Baroueli.

2.1.5 Focus sur l'offre de riz étuvé

L'étuvage du riz est une activité relativement limitée dans les zones ciblées, sauf dans la zone de Dioro. Sur les 29 MPE identifiées, d'après la « Monographie des OP et MPE cible de MLI 21 » une seule réalise l'étuvage de plus de 100 t de riz en dehors de la commune de Dioro. Il s'agit du groupement des transformatrices de Fani dans le cercle de Bla. Si on ne considère pas ce groupement ni ceux de la zone de Dioro, la quantité moyenne de riz étuvé commercialisé par an et par groupement est de 16 tonnes.

Cette offre très éclatée est en outre très limitée dans le temps : la majorité de ces groupements ne pratiquent l'étuvage que pendant 2 à 4 mois de l'année. Il s'agit d'une offre principalement orientée vers le marché local (village et chef-lieu) et qui n'intègre pas les circuits de commercialisation à l'échelle régionale ou nationale.

Au contraire, l'offre dans la commune de Dioro apparaît comme extrêmement concentrée. Les MPE identifiées dans cette zone transforment entre 100 et 750 tonnes par an avec une moyenne de 316 tonnes/MPE. D'après nos entretiens avec certains groupements de transformatrices de Dioro et des commerçants, il y a plusieurs dizaines de groupements de ce type dans la commune et les villages environnants. Cette offre concentrée attire les acheteurs de Bamako et parfois même en provenance de la Guinée-Conakry.

2.2 La chaine de commercialisation

2.2.1 Chaine de Valeur du riz blanc :

Comme visible ci-dessous, la commercialisation du riz suit différents canaux 1) au niveau villageois dans la zone de production, 2) au niveau des villes et des gros villages de la zone de production (notamment les chefs-lieux de cercle), 3) au niveau des grandes villes du pays c'est-à-dire pour le riz de la région de Ségou très majoritairement au niveau de l'agglomération de Bamako.

A l'échelle de la région de Ségou, nous estimons que plus de 75% de la production prend la direction de Bamako. Environ 20% est consommé au sein de la région et les 5% restants se répartissent entre Tombouctou, Gao (notamment via des embarcations sur le fleuve Niger) et plus ponctuellement Sikasso, voire le Burkina Faso (très occasionnel d'après les commerçants).

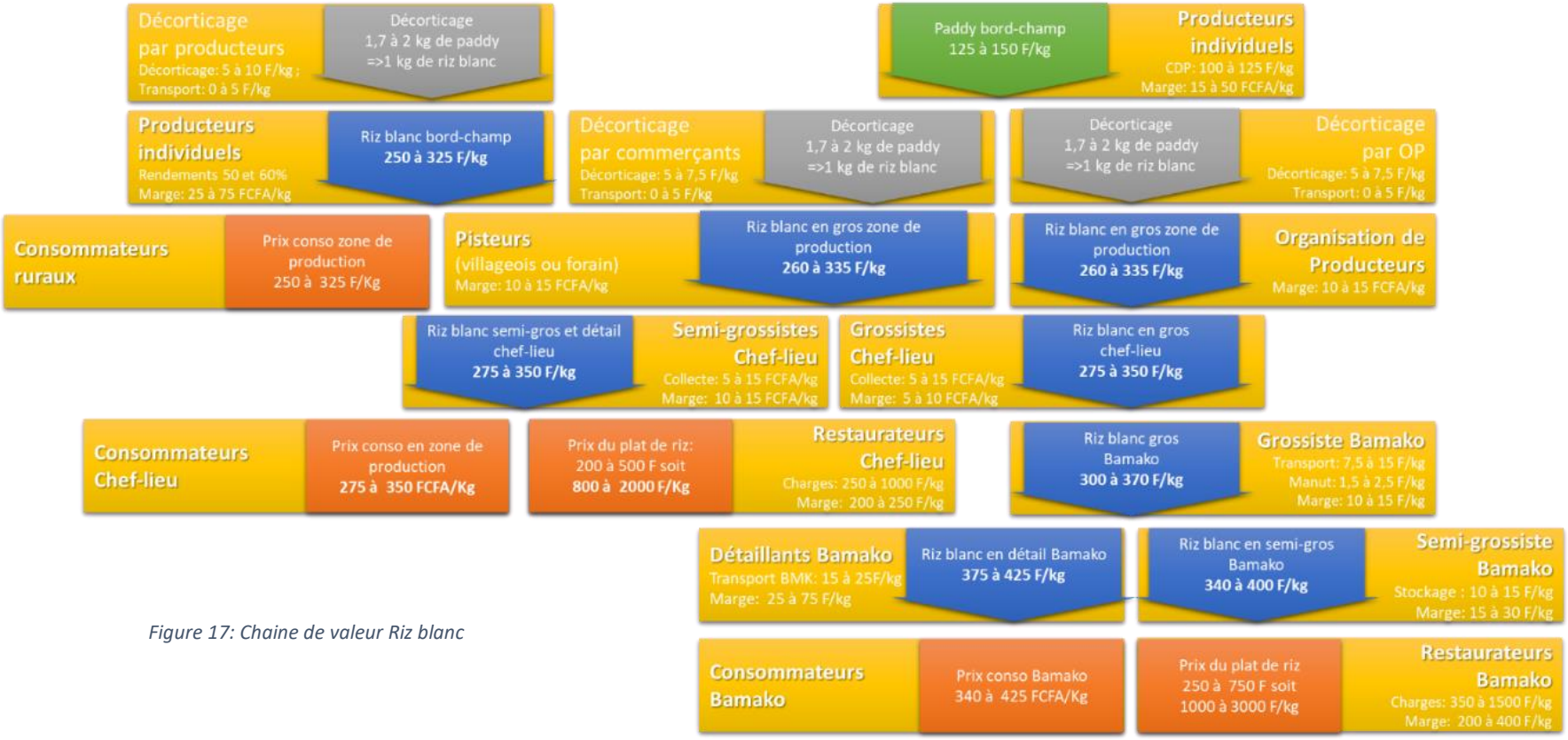


Figure 17: Chaine de valeur Riz blanc

Le nombre de personnes intervenant dans la commercialisation du riz blanc est très important.

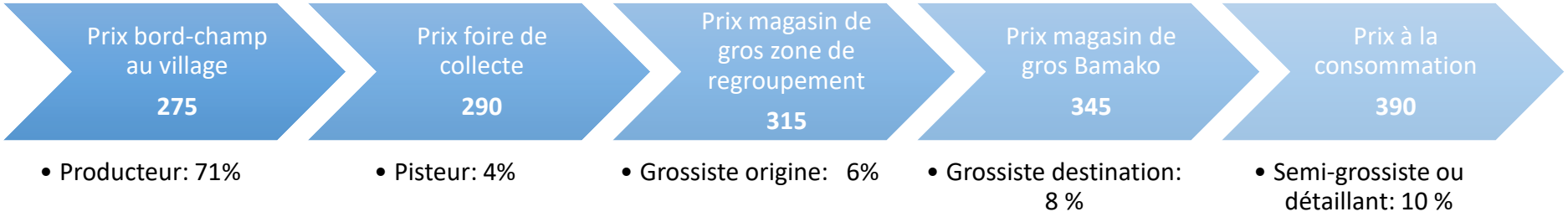
Au niveau de la ville de Ségou on compte plusieurs dizaines de grossistes collectant le riz à la fois pour l'approvisionnement de la ville et l'expédition de chargements sur Bamako. Ces grossistes sont concurrencés par des grossistes basés à Bamako qui se déplace chaque semaine sur les marchés de Niono et Massala ainsi que par des grossistes basés au sein des zones office, notamment à Niono.

On retrouve également cette concurrence au niveau des semi-grossistes qui sont probablement plus d'une centaine au niveau de la ville de Ségou (une tentative d'organisation en association de commerçant avait permis d'identifier 70 grossistes et gros semi-grossistes) et de manière encore plus marquée au niveau de la ville de Bamako (plusieurs centaines de semi-grossistes).

Cette forte concurrence permet le maintien de marges limitées et force les commerçants à optimiser au maximum leurs charges logistiques.

Dans ces conditions, les charges totales de commercialisation entre le niveau bord-champ et les prix de détail à Bamako évoluent entre 110 et 120 FCFA/kg, ce qui permet au producteur de conserver la majorité de la valeur ajoutée comme visible ci-dessous.

Répartition sur la valeur ajoutée sur un exemple de prix pratiqués au moment des enquêtes :



2.2.2 Chaine de valeur du riz étuvé

L'étuvage « solidifie la partie superficielle du grain de riz et efface ainsi au moins en partie les fissures provoquées au champ »[3], les rendements en riz décortiqués sont donc supérieurs de même que le taux de brisures est inférieure. Si le décorticage du riz paddy sans étuvage donne majoritairement des rendements entre 50 et 59%, les rendements du riz étuvés au décorticage donnent des rendements entre 60 et 69% selon les transformatrices.

Ce gain de poids non-négligeable fait plus que compenser le coût du processus d'étuvage et permet d'avoir des prix de vente du riz étuvé très proches de ceux du riz blanc. En outre, l'étuvage permet souvent de valoriser des variétés de riz moins demandées par les consommateurs et donc par les commerçants. Il s'agit donc également d'une façon de revaloriser des variétés qui ont des intérêts productifs (rusticité, rendement par hectare, moindre besoin en eau, etc.) mais moins d'intérêts commerciaux, comme les variétés Cahou ou Bégé.

Toutefois, contrairement au riz blanc pour lequel le marché est très liquide, c'est-à-dire qu'il est très facile de le vendre à n'importe quel moment de l'année, le marché du riz étuvé est beaucoup plus restreint : moins d'acteurs, moins de volumes, moins de demande. La demande en milieu rural est très faible et si un ménage rural veut consommer du riz étuvé, il achète du riz paddy et réalise l'étuvage lui-même.

La demande dans les chefs-lieux de cercle et de région est également assez limitée (moins de 1% de la demande en riz) et les transformatrices entrent vite en concurrence entre elles sur ces petits marchés locaux. L'enjeux pour elle est donc généralement d'accéder à un marché plus éloigné : le marché de Bamako, à partir duquel la majorité du riz étuvé livré est réexpédié vers la Guinée. Toutefois, elles sont en concurrence avec les étuveuses d'autres régions du Mali sur ce marché et ce n'est donc qu'en réalisant ou regroupant de gros volumes (40 tonnes/mois ou plus) qu'elles peuvent réaliser des économies d'échelles et obtenir des prix avantageux de la part des grossistes de Bamako.

La question des volumes est donc particulièrement sensible pour la commercialisation du riz étuvé. L'appui à de petits groupements d'étuveuses, ne faisant pas des volumes suffisants pour accéder au marché des grossistes de Bamako, peut même se révéler contre-productif en augmentant l'offre locale et la concurrence et en réduisant les marges bénéficiaires de toutes les étuveuses du cercle ou de la région qui n'ont pas accès au marché de la capitale.

Comme visible ci-dessous, l'étuvage se répartit entre 3 principaux marchés de destination :

- **Les gros villages et les villes de la zone** : elles absorbent la production des petits groupes d'étuveuses pendant leur période d'activité et sont ensuite approvisionnées à partir du riz étuvé de la zone de Dioro.
- **Les consommateurs de Bamako** : il s'agit d'un marché beaucoup plus restreint que celui du riz blanc, le nombre d'acteurs y est beaucoup moins important et les quantités traitées par jour et par commerçant sont moindres ce qui provoque une augmentation des marges et des charges ramenées au kilogramme de riz étuvé vendu et donc un écart de prix plus important entre le prix de vente des étuveuses et le prix de vente aux consommateurs.

[3] **G. CLEMENT, J.-L. SEGUY -** Le comportement des riz à l'usinage, CIRAD 1994

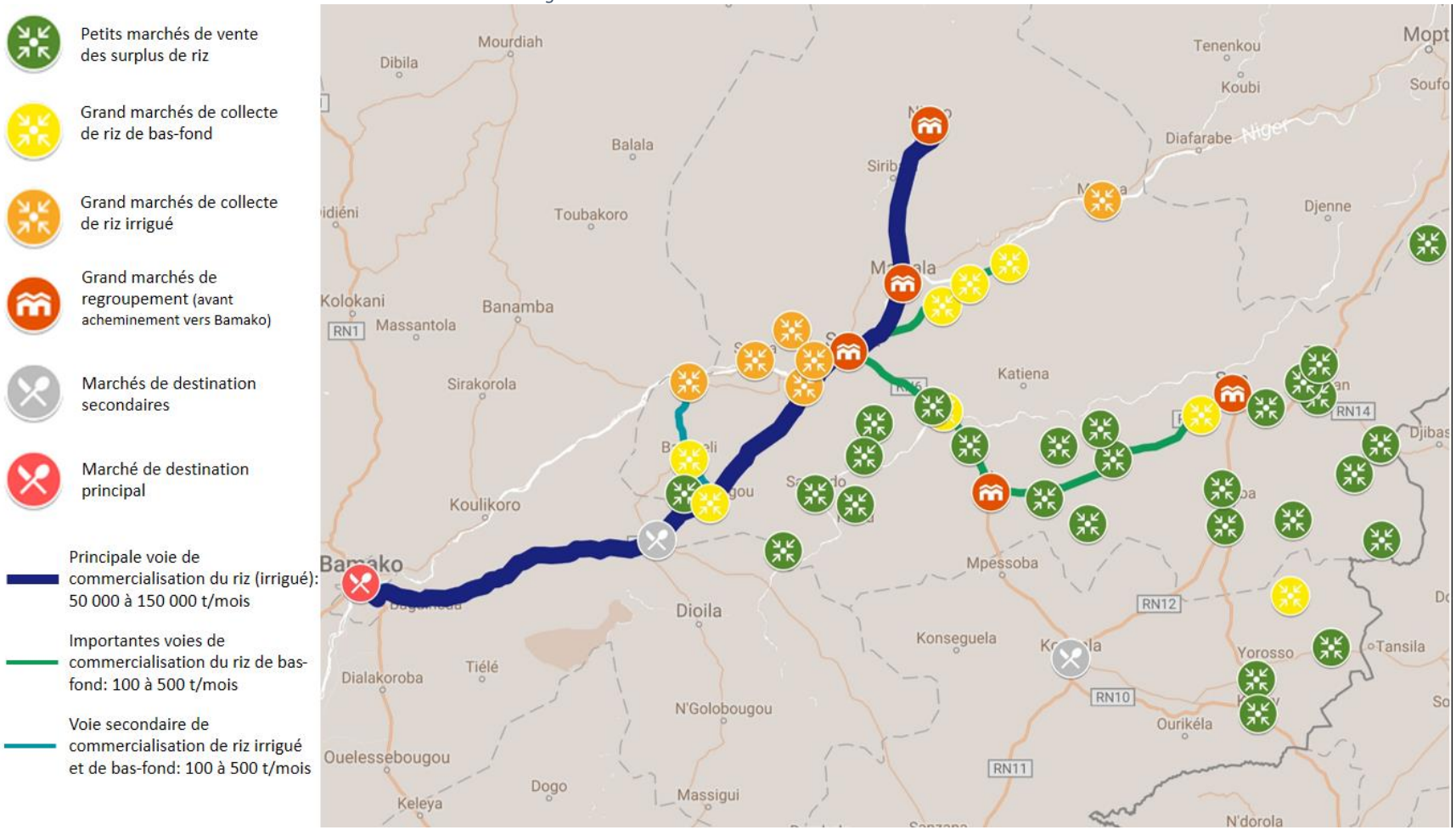
- **La demande en Guinée** : la Guinée absorbe quelques dizaines de milliers de tonnes de riz malien depuis plusieurs années, parmi lesquelles plusieurs milliers de tonnes de riz étuvé. Ce sont généralement des grossistes guinéens impliqués dans la vente de produits guinéens au Mali comme le fonio qui achètent auprès de quelques grossistes maliens spécialisés, le riz étuvé au niveau de Bamako. Il arrive que ces grossistes guinéens se rendent jusqu'au niveau de Dioro mais comme ils n'ont pas forcément de produits à vendre à Dioro et que les grossistes de Bamako peuvent leur fournir de plus gros volumes en regroupant des stocks de riz étuvé dans l'agglomération de Bamako et dans le reste du pays, il semble que ces expériences d'achat direct par les Guinéens soient assez rares. Il est également compliqué pour les groupements d'étuveuses maliennes d'aller commercialiser leur produit directement en Guinée. Le passage d'une frontière, mais surtout la gestion du taux de change entre Franc Guinéen et Franc CFA, demandent une certaine spécialisation qui rend l'opération très risquée. En outre, le riz étuvé malien est en concurrence avec le riz étuvé guinéen sur ce marché et il est donc nécessaire de minimiser les charges de commercialisation en traitant de gros volumes et en commercialisant des produits dans les deux sens pour arriver à vendre le riz étuvé malien à un prix compétitif sur le marché guinéen.

Figure 18: Chaine de Valeur Riz étuvé

2.2.3 Circuits géographiques

Si dessous, sont représentés les principaux flux de riz dans la région de Ségou et le Cercle de Yorosso. Les flux de riz de bas-fond qui sont commercialisés jusqu'à Bamako représentent une part très négligeable du riz qui arrive sur le marché de la capitale.

Figure 19: Circuit de commercialisation du riz[4]

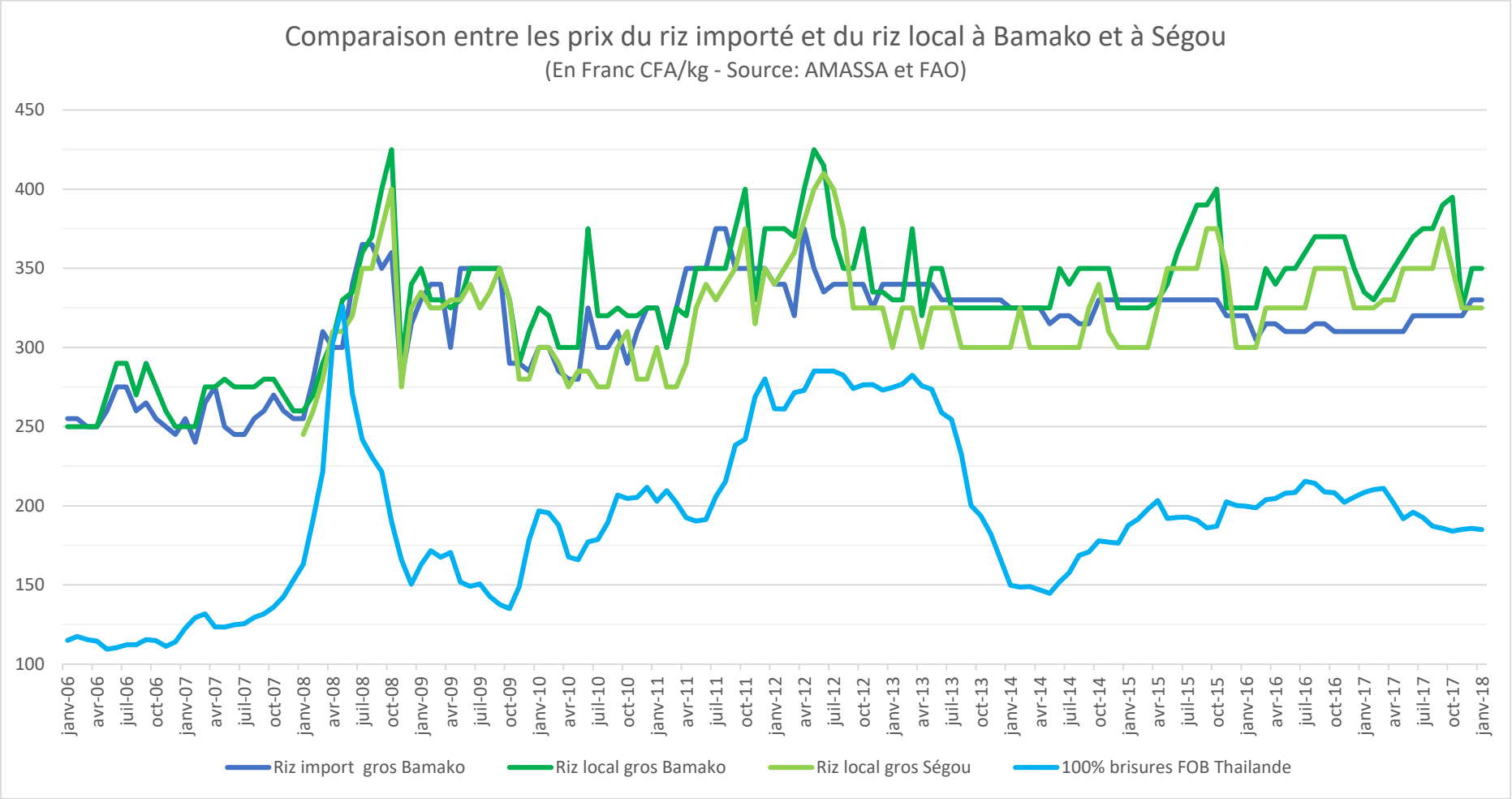


[4] Version interactive de cette carte consultable sur : https://drive.google.com/open?id=1z1ZlEWgIEhiPnVS5UmaBLR_QBLk-qCt6&usp=sharing

2.2.4 Evolution des prix

Ci-dessous, nous avons représenté l'évolution du riz importé (en bleu) à l'origine et sur le marché de Bamako et l'évolution du riz local à l'origine (en gros à Ségou) et sur le marché de Bamako.

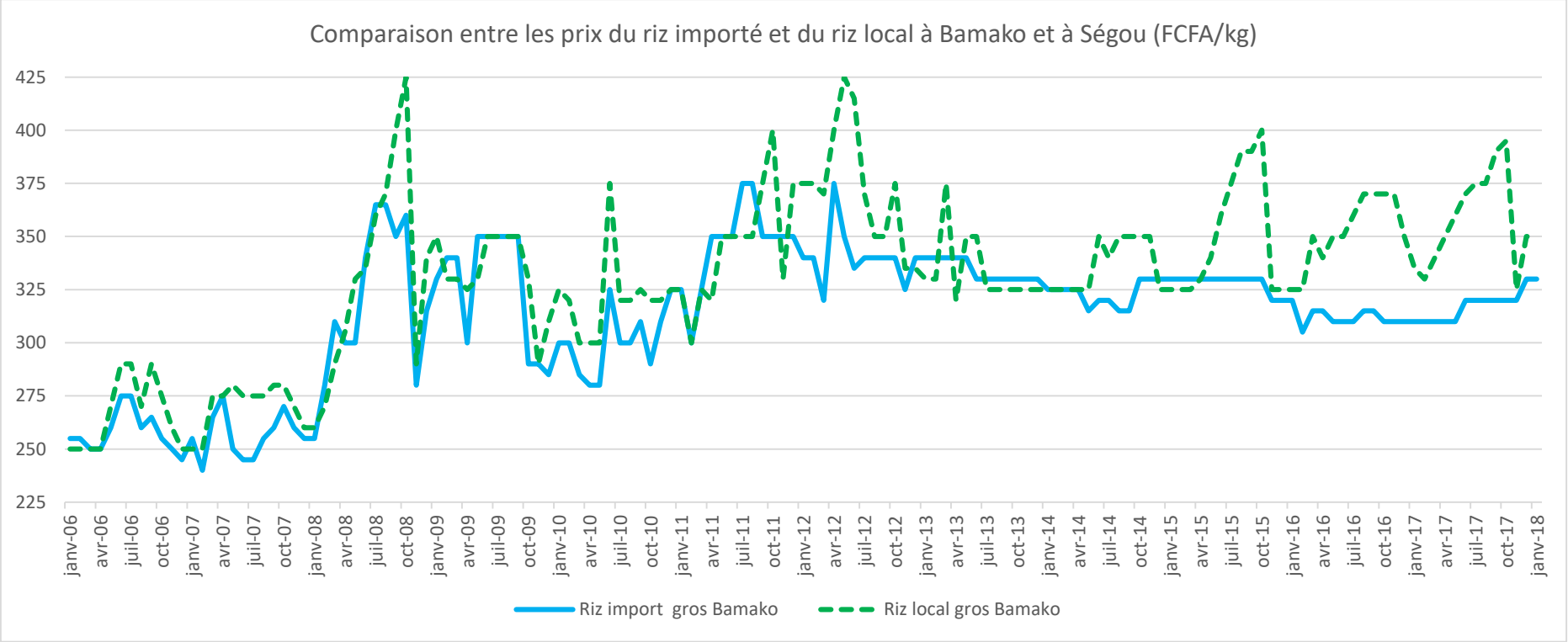
Figure 20: Comparaison entre les prix du riz importé et du riz local à Bamako et à Ségou



On peut tout d'abord noter que si le riz malien peut-être compétitif avec la brisure de riz thaïlandaise et ses équivalents indien et pakistanais ce n'est que grâce à l'importance des charges et taxes qui pèsent sur l'importation de riz asiatique[5]. En effet, ce type de riz est considéré en Asie comme un sous-produit. Les transformateurs de riz asiatiques réalisent leurs marges principales sur la commercialisation des riz long grains et parfumés et peuvent donc se permettre de commercialiser la brisure de riz à des prix extrêmement bas.

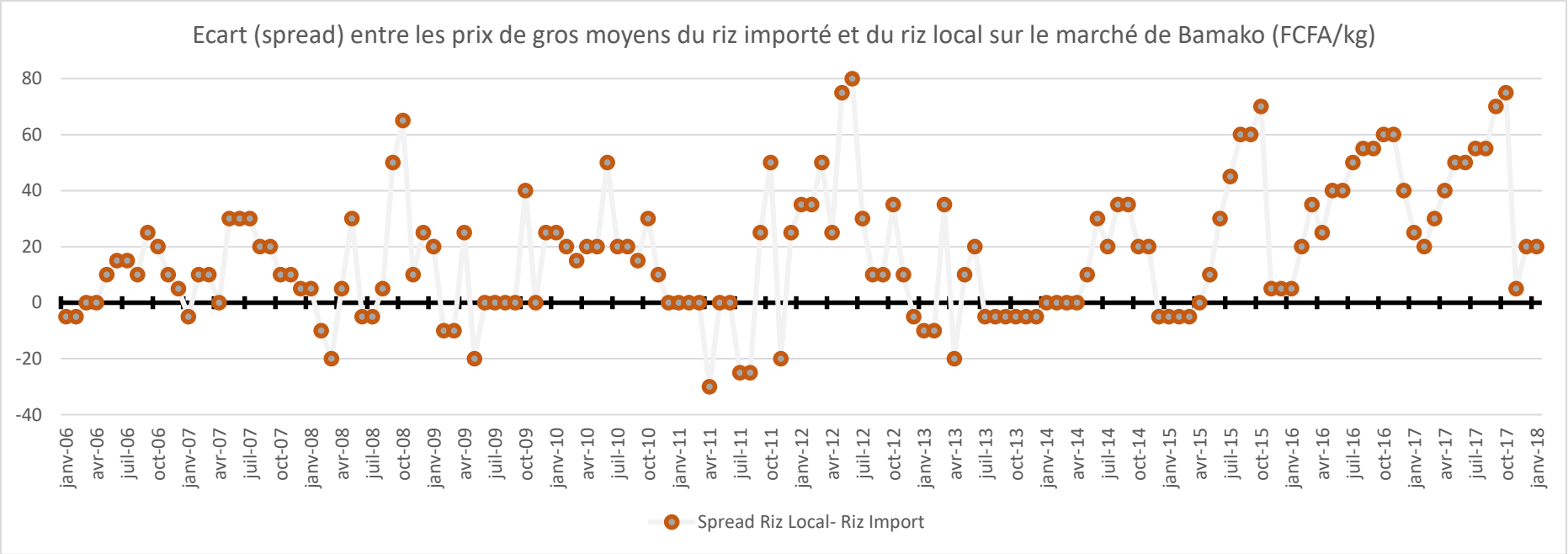
Cette offre à bas prix mais avec des conditions industrielles de nettoyage et de conditionnement lui permettant d'arriver sur les marchés africains avec une apparence plus attractive pour les consommateurs et les restaurateurs semble avoir progressivement perdu l'avantage sur le marché malien comme visible ci-dessous.

Figure 21: Comparaison entre les prix du riz importé et du riz local à Bamako et à Ségou



[5] Pour d'avantage de détails sur la compétitivité du riz malien face au riz importé se référer aux études sur ce sujet même si elles sont un peu datées. : *La filière riz au Mali : compétitivité et perspectives de marché*, P. Barris, J. Zaslavsky, S. Perrin, AFD, 2005 et *Analyse de la compétitivité du riz et du maïs et évolution des avantages comparatifs dans la sous-région*, B. Diallo, E. Crawford, N. Dembélé, Michigan State University, 2009.

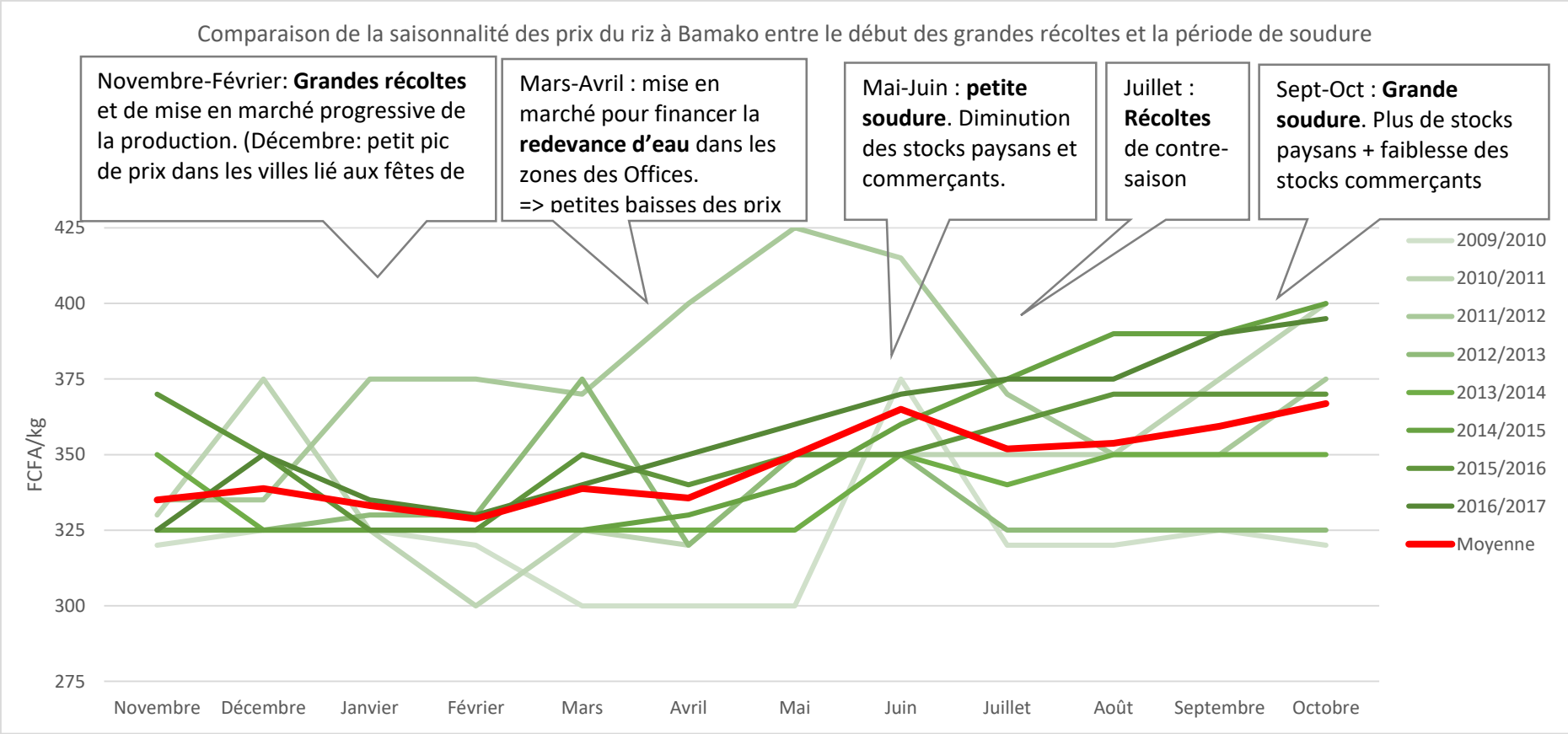
Figure 22: Ecart (spread) entre les prix de gros moyens du riz importé et du riz local sur le marché de Bamako



Depuis début 2015, le riz local semble se situer structurellement sur un niveau de prix plus élevé que le riz importé, le fait que l'écart se creuse entre les deux types de riz, alors même que les cours mondiaux du riz sont plutôt bas sur cette période et que la production de riz local est en forte hausse indique une hausse de la « préférence » pour le riz local de la part des consommateurs de Bamako. L'explication fournie par les commerçants rencontrés est notamment qu'avec le développement des mini-rizeries et l'amélioration des petites décortiqueuses, le riz local a connu une montée en gamme qui lui a permis de gagner des parts de marché dans la consommation des classes moyennes et aisées de Bamako (et des autres grandes villes du pays).

Outre, la volatilité des prix internationaux qui peut être répercutée comme en 2008 et 2012 sur le marché local malien, les prix du riz fluctuent également en fonction de la saisonnalité. Comme visible ci-dessous cette saisonnalité des prix n'est pas régulière. La règle selon laquelle le prix du riz en période de soudure serait obligatoirement plus élevé qu'à la récolte n'est pas vérifiée toutes les années mais elle l'est pour la plupart.

Figure 23: Comparaison de la saisonnalité des prix du riz à Bamako entre le début des grandes récoltes et la période de soudure



Même si aucune année ne se ressemble, la saisonnalité moyenne donne un écart de 30 FCFA/kg entre les prix moyens à la récolte (Novembre-Février) qui sont de 330 FCFA/kg et les prix moyens à la soudure (Août-Octobre) qui sont de 360 FCFA/kg. On peut également remarquer que les dernières années, l'évolution des prix semblent davantage suivre une saisonnalité « proche de la normale ». Cette évolution s'explique principalement par l'augmentation de la part de marché du riz local qui rend le marché national moins sensible à la volatilité des prix sur le marché international. Cette évolution est particulièrement visible à partir de la campagne2012/2013.

Notons tout de même que le prix du riz sur le marché malien reste relativement peu volatile. En comparaison avec le marché international du riz sur lequel les prix peuvent varier du simple au triple, et à plus fort titre en comparaison avec le prix de produits d'exportation comme le sésame pour lesquelles le prix payé au producteur peut être multiplié ou divisé par 4 sur une seule campagne, le prix du riz fluctue pratiquement toujours au cours des dernières années dans une fourchette de +/-50 FCFA/kg autour de 350 FCFA/kg. Cette faible volatilité est un facteur de sécurité pour les producteurs mais également pour tous les acteurs de la filière (commerçants, transformateurs et/ou consommateur) pour qui les risques commerciaux sont relativement limités par rapport à d'autres denrées agricoles.

Cette sécurité est probablement l'un des facteurs les plus favorables au succès de la filière riz au Mali.

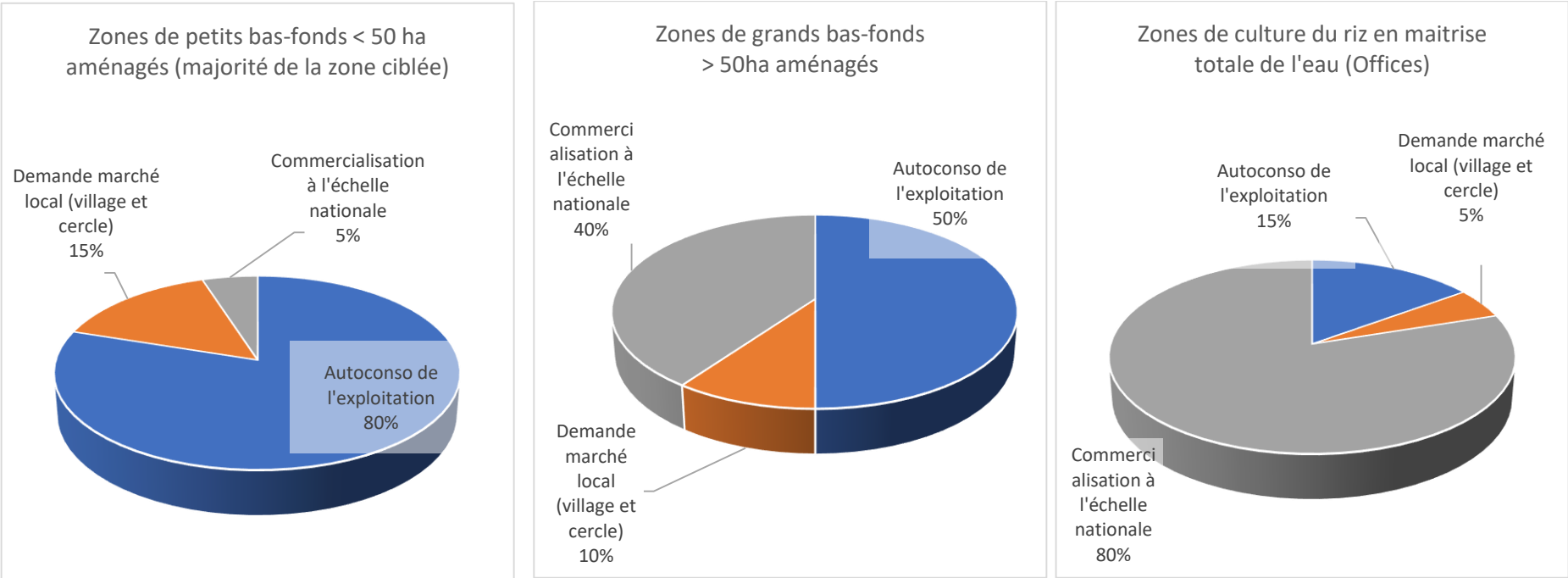
Le seul important facteur de volatilité qui pèse sur cette dynamique est le risque politique et notamment les phases de dons et de distributions gratuites de céréales aux populations les plus vulnérables par les ONG et les Organisations Internationale urgentistes qui interviennent trop souvent sans prendre en compte (ou bien avec une prise en compte très rapide et insuffisante) l'état réel des disponibilités sur le marché et sans informer en amont les acteurs de la commercialisation du riz de leurs interventions. On observe notamment l'effet de ces interventions sur les prix de la soudure 2012/2013, tombés à 325 FCFA/kg au mois d'août à octobre qui ont provoqués de lourdes pertes pour de nombreux producteurs et commerçants de riz qui détenaient des stocks.

2.3 La demande

2.3.1 Au niveau rural local

Comme évoqué plus haut, la destination finale du riz produit et décortiqué varie fortement selon les zones de production et les types de systèmes de production. Ci-dessous, nous donnons les ordres de grandeurs de la destination du riz selon les principaux systèmes de production identifiés dans la zone d'intervention du projet.

Figure 24: Destination du riz produit par principales zones de production



La grande majorité des populations rurales des zones enquêtées préfèrent la consommation du mil et du sorgho à celle du riz. Elles consacrent d'ailleurs leur priorité en termes de superficies et de place dans le calendrier agricole à ces deux cultures à l'exception des zones offices et des zones de grand bas-fonds. Le riz apparait comme une denrée secondaire mais qui reste tout de même importante. On le consomme pour les fêtes, pour supporter l'hivernage et en période de soudure lorsque les autres céréales viennent à manquer mais aussi que les travaux champêtres sont les plus intenses.

Toutefois, certains producteurs nous ont indiqué que de plus en plus d'entre eux, notamment les plus jeunes, préfèrent manger plus de riz et moins de mil et de sorgho. Cette évolution des pratiques alimentaires semble suivre la tendance observée en milieu urbain mais correspond aussi à l'évolution des assolements. Tout comme le maïs gagne de plus en plus de parts de marché (et dans les champs et dans les assiettes) face au mil et au sorgho dans le Sud du Mali, le riz gagne de plus en plus de place dans les sociétés rurales du centre du pays.

2.3.2 Au niveau urbain local

Le riz est la principale céréale consommée en milieu urbain pour le repas du midi. D'après nos estimations, il entre dans la préparation de plus de 80% des plats consommés le midi dans une ville comme Ségou. D'après les statistiques de l'Institut National de la Statistiques (INS) du Mali, il est le premier poste de dépense alimentaire des ménages maliens avec environ 20% des dépenses alimentaires en milieu urbain.

Pour l'ensemble des restaurants enquêtés, les plats à base de riz représentent entre 90% et 100% des plats vendus le midi. Toutes les gammes de restaurants proposent du riz avec des prix très variables. Dans un restaurant bas de gamme, le prix plat de riz + sauce peut descendre jusqu'à 200 F/plat, tandis que dans un restaurant plus haut de gamme, le riz blanc seul en accompagnement peut monter jusqu'à 1000 FCFA. Une majorité de restaurants proposent cependant des plats riz + sauce entre 300 et 500 FCFA. Cette gamme de tarif est celle des restaurants moyenne gamme qui vont accueillir la majorité des classes modestes et les classes moyennes urbaines à midi.

Les critères qualitatifs de la demande sont d'abord tournés vers des critères qui sont plus dépendants du mode de transformation que du mode de production. Les deux principaux critères de qualités évoqués par les restaurateurs et les consommateurs sont la propreté et la blancheur du riz. Le taux de brisures est moins souvent évoqué et semble plus secondaire même s'il reste important. Le goût est également évoqué et généralement associé au label « Gambiaka » bien que les restaurateurs comme les consommateurs aient des difficultés à définir ce label et qu'il semble être souvent détourné pour commercialiser des riz d'autres variétés que les variétés « Gambiaka » ou des mélanges de riz de plusieurs variétés bien blanchis et bien nettoyés.

Toutefois, au niveau des marchés urbains, le critère qualité est à en partie relativiser face au critère prix. Une grosse partie des consommateurs modestes et des restaurateurs bas de gamme vont privilégier le riz le moins cher même si son niveau de propreté et son taux de brisures est insatisfaisant. Des membres de la famille ou des employés sont ensuite chargés de nettoyer manuellement le riz avant de le cuisiner. Ce nettoyage manuel permet aux ménages pauvres de valoriser des ressources humaines familiales désœuvrées ou trop jeune pour travailler, qui vont permettre de réduire le coût moyen de l'achat du riz. Etant donné que le différentiel entre le riz propre et bien blanchi et le riz bas de gamme est d'entre 25 et 50 FCFA/kg et qu'une personne peut nettoyer manuellement entre 15 et 25 kg de riz par jour, ce travail intrafamilial peut créer une valeur ajoutée d'entre 375 et 1250 FCFA/jour ce qui est supérieur au bénéfice journalier de nombreuses activités informelles.

Dans ces conditions, la majorité des détaillants tend à maintenir au moins 2 gammes de riz afin d'être accessible aux populations locales les plus pauvres comme à la classe moyenne ségovienne.

Etant donné la proximité avec la principale zone de production du pays, le riz importé est peu compétitif et représente une part marginale de la demande en riz à Ségou et dans les autres chefs-lieux de cercle de la zone. Les boutiques commercialisant du riz importé ont indiqué ne vendre que quelques kilos à quelques dizaines de kilos par semaine. L'utilisation principale est pour certains plats, notamment les brisures importées pour le Tchep sénégalais, et pour certaines fêtes (mariages, rupture du jeun, Tabaski, etc.) où le riz parfumé est valorisé comme riz très haut de gamme.

Un restaurant haut de gamme tenue par un malien d'origine libanaise nous a également indiqué privilégier le riz importé en raison de son homogénéité et de la stabilité de la durée de cuisson qui permet au cuisinier réalisant de nombreux plats et accompagnement en parallèle de prêter moins d'attention à la cuisson du riz.

Enfin, un semi-grossiste spécialisé dans le commerce de produits importés dont du riz, nous a indiqué que ses ventes étaient surtout importantes en période de soudure les années de récolte insuffisante lorsque le prix du riz local dépasse les 350 FCFA/kg.

Dans l'ensemble, sur les 5 dernières années, nous estimons que le riz importé capte moins de 5% de la demande urbaine dans les zones ciblées par le projet.

En termes d'évolution ces dernières années, les commerçants nous ont confirmé qu'à Ségou le riz local continue à gagner des parts de marché avec la montée en gamme d'une partie de la production grâce à l'amélioration des petites décortiqueuses et au développement des mini-rizeries.

Ils ont aussi indiqué que le riz blanc a pris des parts de marché au riz étuvé en raison de cette montée en gamme. En effet, le riz étuvé faisait généralement figure de riz haut de gamme car souvent plus propre et surtout contenant moins de brisures grâce à l'effet solidifiant de l'étuvage. Actuellement, il semble que la demande en riz étuvé est principalement le fait de personnes souffrant de troubles digestifs. A ce titre, il est souvent classé par les consommateurs, comme le fonio, dans la catégorie des aliments considérés localement comme plus digestes, « diététiques » voire même « pharmacologiques ».

Demande spécifique pour le riz de bas-fond, un commerçant nous a indiqué que le riz de bas-fond pouvait être préféré par les consommateurs pour son goût. Le différentiel de goût serait lié au fait qu'il y ait peu ou pas d'apports d'engrais sur le riz de bas-fond. Toutefois, tous les commerçants nous ont indiqué les « zones Offices » comme étant celles produisant la meilleure qualité. Les explications fournies sont notamment que la plus grande professionnalisation des producteurs, la plus forte disponibilité en décortiqueuse modernes et la plus grande homogénéité variétale permettent en moyenne de se procurer un riz plus propre, plus blanc et plus homogène que dans les zones de culture de riz de bas-fond.

Si préférence gustative il y a bien pour le riz de bas-fond, il lui est donc très difficile d'être valorisée du fait de l'éparpillement de l'offre, des mélanges qui s'ensuivent et de l'offre plus limitée pour le décorticage du riz dans les zones ciblées par le projet.

2.4 Au niveau national

Au niveau national, le riz local malien devrait continuer à gagner des parts de marché avec l'amélioration des installations de transformation et la professionnalisation des producteurs des zones de riz irrigué en maitrise totale de l'eau.

La stratégie de promotion du riz local à travers le label « Gambiaka » semble avoir bien fonctionné et même si elle profite à d'autres variétés de riz que les variétés de type gambiaka, elle a réussi son principal objectif : positionner le riz local malien au-dessus de la majorité des riz importés et l'implanter durablement dans les habitudes alimentaires des classes moyennes et aisées.

Pour le riz de bas-fond, dont les volumes commercialisés au-delà de l'échelle locale sont faibles, il est difficile de se positionner sur un marché particulier et de sortir de la catégorie « riz tout venant » dans laquelle la majorité des lots commercialisés sont classés avec le riz de plateau.

2.5 Conclusions sur la filière Riz

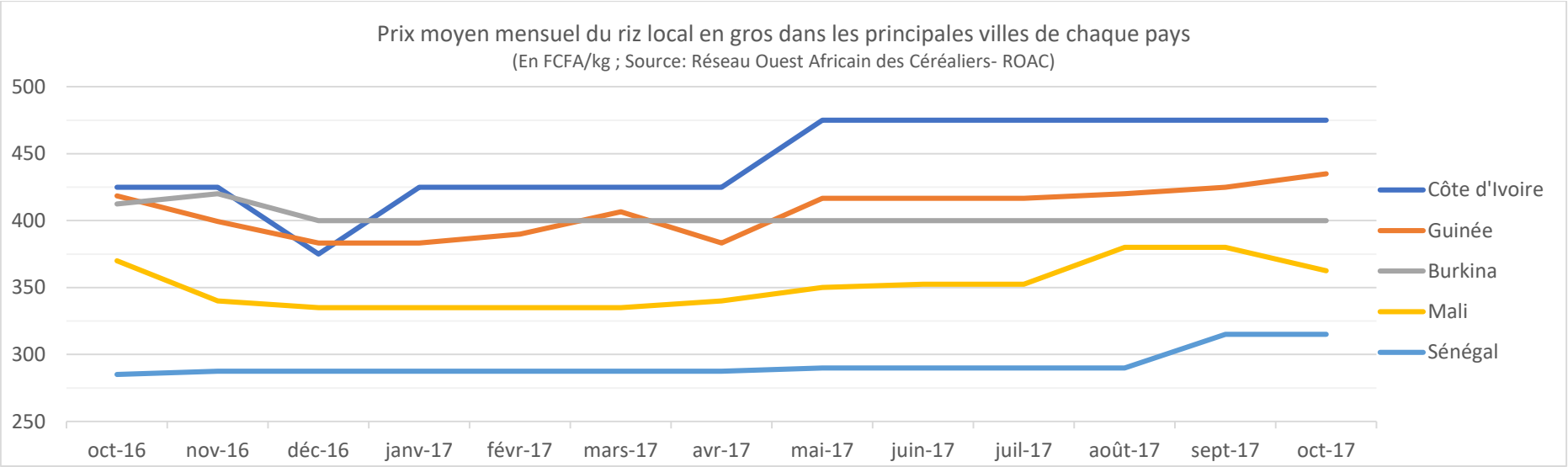
Conclusions pour le riz malien à l'échelle du pays et de la sous-région

La commercialisation du riz au Mali semble efficace et de plus en plus performante sur le plan national. Les charges de commercialisation entre les zones de production et Bamako ne sont pas particulièrement élevées ce qui indique que le nombre d'acteurs est suffisamment important pour maintenir une concurrence intense et garantir un flux efficace.

Avec le développement des mini-rizeries et des grandes rizeries comme celle Grand Distributeur Céréalier au Mali (GDCM) à Ségou, une importante montée en gamme a commencé pour une partie de l'offre qui permet de plus en plus au riz malien de conquérir les classes moyennes et supérieures de la société ainsi que la restauration haut de gamme.

Les opportunités d'exportation du riz malien pourraient même se développer au cours des prochaines années vers le Burkina Faso, la Guinée et le Nord de la Côte d'Ivoire où les prix du riz local sont nettement plus élevés qu'au Mali. L'énorme marché sénégalais semble lui plus difficile à percer du fait que jusqu'à présent le gouvernement sénégalais a opté pour une stratégie de subvention importante de la riziculture locale avec très peu de protection douanière sur le riz importé dans le but de maintenir des prix très bas sur son marché national.

Figure 25: Prix moyen mensuel du riz local en gros dans les principales villes de chaque pays



Conclusions pour le riz de bas-fond de la région de Ségou

Pour le riz de bas-fond de la région de Ségou par contre, les perspectives de développement de la commercialisation sont limitées.

La filière riz de bas-fonds dans les cercles ciblés est très majoritairement tournée vers l'autoconsommation. Lorsque des surplus importants sont commercialisés, leur écoulement se fait principalement à l'échelle du village de manière étalée sur l'année avec des ventes au kilo ou à la tasse et pour les plus gros volumes au sac au niveau du chef lieux.

Le positionnement géographique des zones ciblées, situées à moins de 200 kilomètres du plus grand bassin rizicole de la sous-région, rend d'autant plus difficile de développement d'une filière de commercialisation de grande ampleur. L'offre est très dispersée (quelques dizaines de tonnes par village) et irrégulière (selon les années, la majorité des villages peuvent ne dégager aucun surplus commercialisable certaines années). En outre, cette atomisation de l'offre, ne favorise pas l'implantation de transformateurs performants et/ou une concurrence entre transformateurs ce qui dévalorise la qualité du riz produit dans les zones ciblées.

Seule la zone de Dioro qui bénéficie de très importantes superficies en bas-fond aménagée (plusieurs centaines d'hectares) et d'une spécialisation importante de plusieurs dizaines de groupements de femmes dans l'étuvage du riz possède une réelle différenciation de son offre qui lui permet de se démarquer des « zones offices ».

Même si la demande en riz étuvé est limitée à l'échelle du Mali, la spécialisation de cette zone lui permet d'approvisionner facilement les grandes villes de la zone, Bamako, et même la Guinée par l'intermédiaires de grossistes de Bamako.

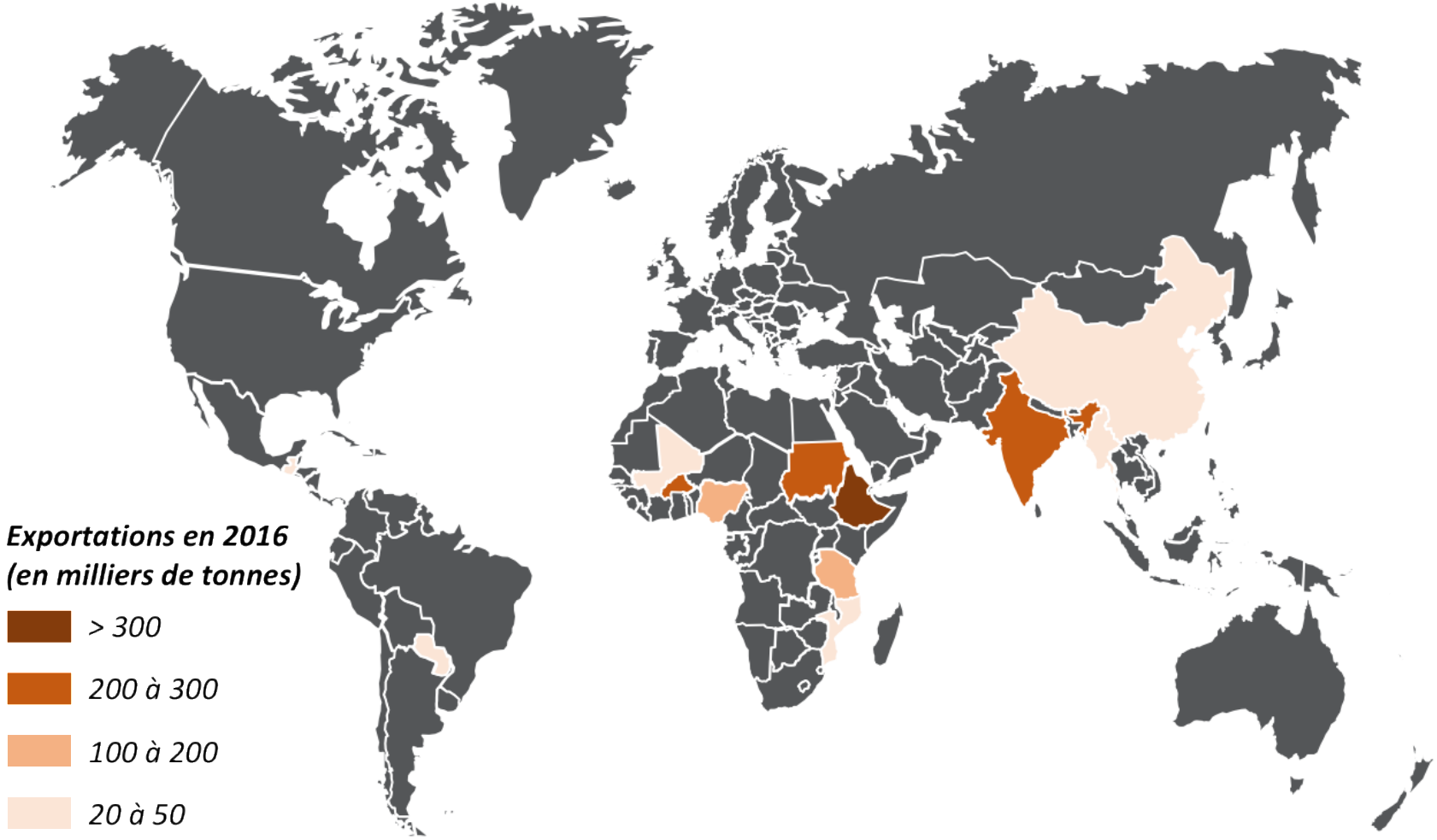
Développer une demande spécifique pour le riz de bas-fond semble donc complexe à ce jour. Seul un travail en profondeur et de long terme à la fois sur les variétés, sur l'itinéraire de récolte et de traitement post-récolte et sur le décorticage focalisé sur quelques très gros bassins de production de riz de bas-fond (plusieurs centaines d'hectares aménagés) pourrait permettre de développer une filière spécifique permettant d'accéder à un marché plus rémunérateur pour les producteurs de riz de bas-fond. Ce type d'intervention dépasse fortement le mandat et la durée d'un programme comme celui concerné par cette étude.

3. La Filière Sésame

3.1 L'offre

3.1.1 Au niveau mondial

Figure 26: Principaux exportateurs de sésame en 2016, en milliers de tonnes (source : Comtrade et Service N'Kalô)



Au cours des 15 dernières années, le marché a vu l'offre mondiale se réorganiser autour des pays africains. En 2016, 4 pays africains étaient parmi les 5 premiers exportateurs mondiaux : dans l'ordre, l'Éthiopie avec 390 000 tonnes, le Burkina Faso avec une exportation estimée proche de 280 000 tonnes[6], le Soudan avec 260 000 tonnes et le Nigéria avec 177 000 tonnes. Le seul pays non-africain arrivant dans le palmarès des exportateurs mondiaux en 2016 était l'Inde avec 240 000 tonnes exportées. En comparant les période 2002-2006 et 2012-2016, la croissance moyenne des exportations indiennes se situe autour de 22% alors que pour l'ensemble des pays africains exportateurs, la croissance moyenne est de 164% entre ces 2 périodes.

Parmi les 5 premiers exportateurs mondiaux, on retrouve des marchés de référence au niveau mondial en termes de qualité et de variétés. C'est particulièrement le cas de l'Éthiopie, pour le sésame blanc (Humera, le Sésame soudanais dit Gedaref partage beaucoup de similarité avec cette variété) et le sésame à destination de l'industrie huilière (Wollega), de l'Inde pour son offre en sésame blanc et sésame dépelliculé ou encore du Nigéria dont les variétés de sésame blanc sont très recherchées sur le marché chinois. Le marché burkinabè a plus de difficulté à être reconnu et peut être à l'heure actuelle considéré comme un marché de complément au niveau international, même si une région spécifiquement au Burkina, la Boucle du Mouhoun est plus réputée que le reste du pays. Le Mali a plus fort titre est une origine assez peu connue et ne bénéficiant pas d'une réputation particulière sur le marché international du sésame.

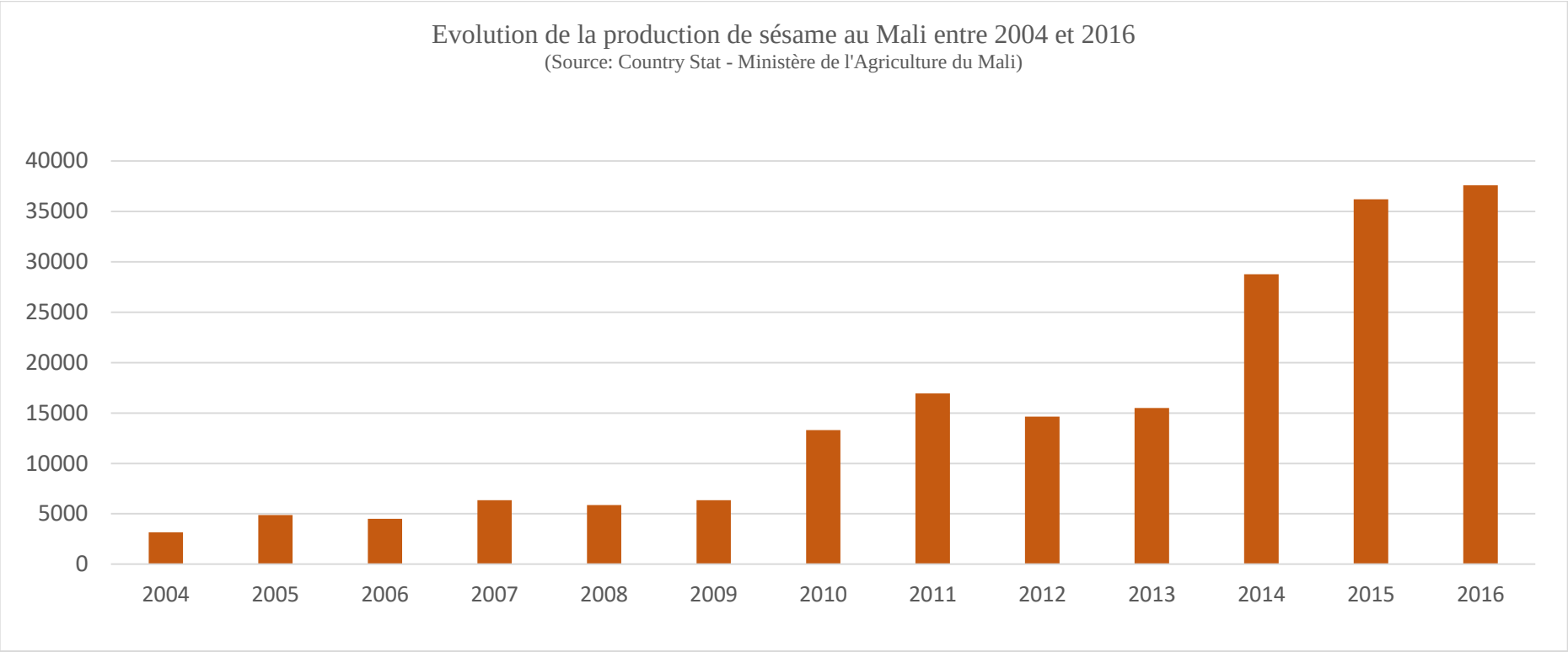
Parmi les autres pays figurant sur la carte ci-dessus, on retrouve essentiellement des pays dont la production présente des avantages compétitifs spécifiques. Dans le cas de la Tanzanie (128 000 tonnes exportées en 2016) et du Mozambique (44 000 tonnes), le sésame produit est très blanc et remplit ainsi les attentes du marché de la pâtisserie/boulangerie et de bouche. De plus, la production arrive sur le marché en décalé (juin-juillet) du fait de leur position géographique dans l'hémisphère Sud. Dans le cas du Guatemala (23 000 tonnes) ou du Paraguay (29 000 tonnes), la production de sésame remonte à des investissements réalisés par des migrants japonais et reste essentiellement gérée par ceux-ci, ce qui facilite les liens avec certains principaux pays importateurs, comme le Japon ou encore les pays occidentaux. Enfin, dans le cas du Myanmar (24 000 tonnes exportées en 2016), l'exportation de sésame est essentiellement orientée autour du sésame noir, produit de niche mais extrêmement prisé des principaux pays asiatiques importateurs (sésame de bouche).

3.1.2 Au niveau national

Peu d'informations sont disponibles sur les statistiques de production du sésame au Mali. En effet, hormis les quantités vendues dans le circuit normal capitalisées par le ministère de l'agriculture malien, des quantités importantes non évaluées sortent par la frontière entre le Burkina et le Mali. Les statistiques produites par countrySTAT (FAO) indiquent que la production malienne est en pleine évolution. En effet, de 2004 à 2016, les données de la FAO indiquent que la production été multipliée par 10, passant d'environ 4 000 tonnes en 2004 à environ 40 000 tonnes. Cette hausse a été favorisée par une demande croissante à l'internationale qui a entrainé certaines années des hausses de prix conséquentes.

[6] Les quantités exportées depuis le Burkina sont difficiles à estimer avec précision car 1) une partie de sa production vouée à l'exportation est enregistrée au Togo, Mali et Niger et 2) une large part du sésame produit au Mali et en Côte d'Ivoire passe par le Burkina avant d'être exporté.

Figure 27: Evolution de la production de sésame au Mali entre 2004 et 2016



Nous estimons cependant que la production malienne est probablement supérieure à ces données et doit avoisiner aujourd'hui les 50 000 tonnes. D'après les données recueillies sur le terrain, la production de sésame au Mali se concentre dans les régions Sud du pays. La région de Sikasso est la première région productrice de sésame, avec une production estimée autour de 20 000 tonnes. Viennent ensuite les régions de Ségou et Koulikoro dont nous estimons la production à 15 000 et 10 000 tonnes. Enfin, la production de sésame est aussi présente dans les régions de Kayes et Mopti, mais de manière plus marginale, avec une production que nous évaluons respectivement à 5 000 tonnes et 2 000 tonnes.

Figure 28: Régions du sud Mali et estimations de leur poids respectif dans la production de sésame au niveau national (source : Service N'Kalô)

3.1.3 Dans la zone de production

Le sésame est produit dans les six cercles enquêtés du projet LuxDev. La production de sésame est plus importante dans les cercles de Tominian et Yorosso. Trois facteurs expliquent ce phénomène :

- Ces 2 cercles sont frontaliers du Burkina Faso. Les acheteurs burkinabè sont très présents sur les marchés des deux cercles. Cette demande accrue, accompagnée de prix d'achat plus élevés, a stimulé la production locale.
- Ce sont deux zones de culture du coton et le sésame présente une alternative importante dans les stratégies de rente. En effet, la baisse de la pluviométrie constatée par les producteurs les amène à se focaliser sur la production du sésame considérée comme moins exigeante. De plus, le prix du sésame sur les marchés locaux peut être nettement plus élevé que celui du coton certaines années alors que les investissements à réaliser sont nettement moindres.

- Enfin, les producteurs de coton ont des capacités de mise en culture plus importantes que la majorité des producteurs, notamment car ils possèdent ou ont accès à de la traction attelée. Ils ont donc la capacité de mettre en culture de plus grandes superficies de sésame que les autres producteurs.

Le sésame produit est exclusivement destiné à la commercialisation et très peu de producteurs consomment du sésame qui n'est pas dans leurs habitudes alimentaires. Dans ces zones, le sésame est une culture de rente et non alimentaire. Le sésame qui arrive en maturité en période de récolte du coton et avant le début de la commercialisation du coton et des autres céréales est une source de revenu pour les producteurs qui sont dans des besoins urgent d'argent. En effet, le sésame est une opportunité pour ces populations et permet d'obtenir des revenus pour subvenir aux besoins de santé, de scolarité, le financement des fêtes de fin d'année et les autres dépenses de la famille. La vente du sésame en période de récolte (novembre-décembre) permet également de se substituer au moins en partie à la vente des surplus de céréales à la récolte. Elle permet donc d'accroitre les stocks de céréales des paysans pour qui la période de soudure est moins difficile (diminution des besoins de rachat de céréales) et qui peuvent parfois tirer avantage des stocks conservés pour profiter des hausses de prix de la soudure.

Lors des échanges, **<u>3 critères dominants définissent la qualité du sésame</u>** :

- Sa couleur dominante : un sésame bien blanc va être très recherché.
- L'homogénéité du lot : plus le pourcentage de graines de sésame d'une autre couleur que la couleur dominante dans les lots vendus est faible plus le sésame va être prisé des acheteurs[7].
- Le taux de corps étrangers (poussière, sable, résidus de récolte, insectes etc.) dans les lots vendus est aussi un critère très important.

Le sésame produit dans les zones d'intervention de LuxDev est de moindre qualité car la quasi-totalité de sésame est mélangé. La pureté (sésame blanc) est rare. De plus, la présence de corps étrangers est importante. Cette situation est liée à plusieurs facteurs :

- Les producteurs utilisent des semences paysannes, issues de leur propre récolte ou bien échangées entre eux. L'accès à des semences pures et un renouvellement des semences utilisées tous les 2 ans minimum sont nécessaires pour obtenir une production homogène et ayant des caractéristiques précises
- Les producteurs ont un manque de connaissance des bonnes pratiques de production mais surtout de récolte et de traitement post-récolte. Par exemple, un mauvais séchage entraîne un brunissement des graines, provoquant une perte d'homogénéité du lot.
- La demande locale se passe avant tout sur le volume et non la qualité des lots vendus, ce qui explique la présence importante de corps étrangers dans les sacs sur les marchés.

[7] Ceci est principalement vrai pour le sésame à destination de la boulangerie/pâtisserie et le sésame de bouche. Dans le cas du sésame à destination de l'industrie huilière, la teneur en huile est le facteur dominant (>52%) ; l'aspect extérieur des graines comptent peu.

La faiblesse des rendements est un autre facteur important. Nos enquêtes nous ont permis d'estimer un rendement moyen autour de 200 kg/ha (annexe 1). En complétant avec d'autres sources d'information (agents de terrain et coopératives), nous évaluons une fourchette de rendement évoluant entre 200 et 300 kg/ha, et jusqu'à 350 kg/ha pour les meilleurs producteurs. Cette fourchette indique des rendements très bas. Plusieurs éléments peuvent expliquer cette situation :

- Les mauvaises pratiques culturales, comme le non-respect des densités de semis et du cycle de maturation
- Bien qu'étant une culture de rente importante, le sésame reste une culture de 2ème partie de saison des pluies. Les producteurs mettent la priorité sur les cultures céréalières, dont dépend la sécurité alimentaire du foyer, au détriment de la culture du sésame, d'où des dates de semis flexibles et souvent tardives.
- Les variétés paysannes dont les rendements ont de fortes chances d'être inférieures à ceux des variétés améliorées.
- Les terres sur lesquelles sont cultivées le sésame sont rarement des terres en sortie de jachère ou nouvellement défrichées, les terres les plus fertiles sont généralement réservées aux céréales.

Mis à part dans les zones cotonnières très peu d'intrants sont utilisés pour la culture du sésame. Cela représente une contrainte (appauvrissement des sols, attaques de ravageurs et de maladies qui nuisent aux rendements), mais également une opportunité car les pays importateurs de sésame sont de plus en plus exigeants sur les taux de résidus de pesticides. Le Japon et l'Europe notamment ont rejeté ces dernières années plusieurs lots de sésame ouest-africain en raison de taux de résidus de pesticides trop élevés. La non-utilisation d'intrant peut donc être valorisée comme un atout si le sésame de la région de Ségou n'est pas mélangé avec le sésame des zones cotonnières qui ne sont pas en agriculture biologique

3.1.4 Focus sur l'offre de sésame biologique :

Une petite partie des Organisations de Producteurs de sésame ciblées est déjà inscrite dans des processus de pratique et de certification de l'agriculture biologique. Le Label Agriculture Biologique est particulièrement avantageux pour la commercialisation du sésame dans la mesure où les pratiques de culture du sésame dans la majorité de la zone d'intervention se font déjà pratiquement sans intrants chimiques et où la demande pour du sésame certifié AB est en forte croissance en Europe, aux USA mais également au Japon ou encore au Proche-Orient (Turquie et Israël notamment). Plusieurs opérateurs sont impliqués dans la production et la promotion du sésame biologique au Mali, il s'agit notamment en amont de la filière du Mouvement Biologique Malien (MOBIOM), et de la Fédération Nationale des Producteurs de l'Agriculture Biologique et Equitable du Mali (FENABE) fondée ne 2015 à la suite d'une scission. En 2016/2017, la FENABE a encadré la production d'un peu plus de 1400 tonnes de sésame biologique et le MOBIOM autour de 450 tonnes de sésame biologique. Ces volumes positionnent le Mali comme leader de la production de sésame biologique en Afrique de l'Ouest. Outre ces deux faitières, l'entreprise française Huilerie Emile Noël réalise également la production d'huile de sésame biologique au Mali (environ 1000 litres/an exportées vers la France et le Mexique principalement) en partenariat avec le Mobiom.

3.1.5 Contraintes et opportunités au niveau de la production

Contraintes :

- Difficulté d'accès aux semences améliorées et pures : beaucoup de producteurs ont indiqué ne pas avoir accès à des semences sélectionnées de qualité et avec une garantie de pureté. Ils ignorent auprès de qui s'en fournir. En conséquence, l'utilisation de semences paysannes achetées sur le marché local conduit à un faible taux d'homogénéité variétale et à une production de sésame souvent bigarré, c'est-à-dire avec un mélange de graines blanches, rouges et noires.

- Faible connaissance du marché du sésame et de ses exigences : la majorité des producteurs ne connaissent pas la destination du sésame qu'ils vendent et ignorent les exigences de ce marché. Sur les 16 producteurs de sésame rencontrés, seuls 3 (20%) ont cité la couleur comme critère de qualité. 4 (25%) ont déclaré n'avoir aucune idée des critères de qualité du sésame. 12 d'entre eux (75%) ont par contre cité l'absence de corps étranger ou la propreté comme principal critère de qualité. Il y a donc une bonne prise de conscience de l'importance de fournir un sésame bien nettoyé mais une faible connaissance de l'exigence du marché en termes de couleur.

- Difficulté d'accès aux équipements de production de sésame : la majorité des producteurs ne possèdent ni bâche ni tamis pour le nettoyage du sésame. Le vannage du sésame est une activité mieux implantée et que maitrisent la majorité des producteurs mais en raison du grand nombre d'activités agricoles pendant la période de récolte du sésame, beaucoup de producteurs ne font qu'un nettoyage rapide et partiel du sésame avant de le commercialiser ce qui provoque des pertes importantes au niveau des unités de soufflage des exportateurs et les incite donc à offrir des prix relativement bas.

Opportunités :

- Sésame comme culture de rente complémentaire ou alternative pour les producteurs : le sésame se développe bien dans la zone car il offre aux producteurs une opportunité de diversification et d'accroissement de leurs revenus financiers. En apportant des revenus financiers juste avant la période des fêtes de fin d'année, le sésame permet notamment de réduire les ventes de surplus de céréales pour financer les dépenses de cette période et il améliore ainsi la sécurité alimentaire des ménages ruraux qui conservent des stocks de céréales plus important jusqu'à la période de soudure.

- Renforcement de la position du continent africain comme principal fournisseur de sésame sur le marché international : au cours des 15 dernières années, le continent africain est devenu le principal fournisseur de sésame pour le marché international. La production asiatique étant de plus en plus destinée au marché local, l'Afrique est en train de devenir le fournisseur le plus fiable pour les pays importateurs du monde entier. Au sein du continent africain, l'Afrique de l'Ouest est la zone où la production de sésame a connu la plus forte croissance sur les 10 dernières années. Il s'agit donc d'une zone dans laquelle de plus en plus d'investissements vont être réalisés pour l'approvisionnement en sésame du marché mondial et dans laquelle la concurrence pour accéder au sésame est en augmentation continue avec de plus en plus d'acteurs exportant vers de plus en plus de marchés différents. Dans ce contexte, le Mali devrait continuer d'avoir accès à un nombre de marchés croissant et les producteurs de sésame maliens ne devraient pas connaitre de difficultés majeures pour l'écoulement de leur production.

- Faible exposition aux pesticides du sésame malien : en dehors des zones cotonnière, la production de sésame du Mali est très faiblement exposée à l'usage de pesticide. Hors de plus en plus de lots de sésame africains ou même indiens sont rejetés notamment au niveau des douanes japonaises, européennes et américaines en raison de taux de résidus de pesticides trop élevés. Ces rejets sont d'autant plus préoccupants que les normes d'accès à ces marchés tendent à être de plus en plus contraignantes et strictes. Si l'utilisation de pesticides dans les zones de production de sésame au Mali reste limitée, le Mali pourrait tirer un fort avantage de ce risque réduit pour les exportateurs de voir leurs lots bloqués. Le sésame malien pourrait ainsi accéder à des marchés plus rémunérateurs desquels seront partiellement exclues d'autres origines comme le sésame du Burkina ou du Nigéria. Enfin, le fait qu'une filière de sésame certifiée en Agriculture Biologique soit déjà implantée au Mali pourrait permettre un développement rapide de cette filière de niche qui est beaucoup plus sécurisante et rémunératrice pour les producteurs.

3.2 La chaine de commercialisation

3.2.1 Chaine de Valeur :

3.2.1.1 Organisation globale de la chaîne de valeur au Mali

Le niveau d'organisation des producteurs de sésame est faible dans les zones d'intervention du projet Lux Dev. La quasi-totalité des producteurs vendent leur production au comptant dans les villages ou sur les marchés hebdomadaires.

Des formes contractuelles légères peuvent émerger lorsque les acheteurs préfinancent les producteurs lors de la saison des pluies ou bien lorsqu'ils investissent dans la fourniture d'intrants et de formation comme PROSEMA. Bien que des formes de spéculations peuvent être observées au niveau des producteurs, cette situation met les producteurs en position de *price-takers* et les prix de vente peuvent grandement différer d'un producteur à l'autre dans une même localité.

Les Organisations de Producteurs (OP) en place ont très peu de contacts commerciaux, d'informations et de savoir-faire pour la commercialisation du sésame, ce qui limite leurs capacités de négociations.

Au niveau de l'organisation de la filière sésame, certes, des tentatives d'organisation existent et certaines ont d'ailleurs des agréments de coopérative mais, dans le fond, ces coopératives demandent à être mieux structurées et à être renforcées en capacités.

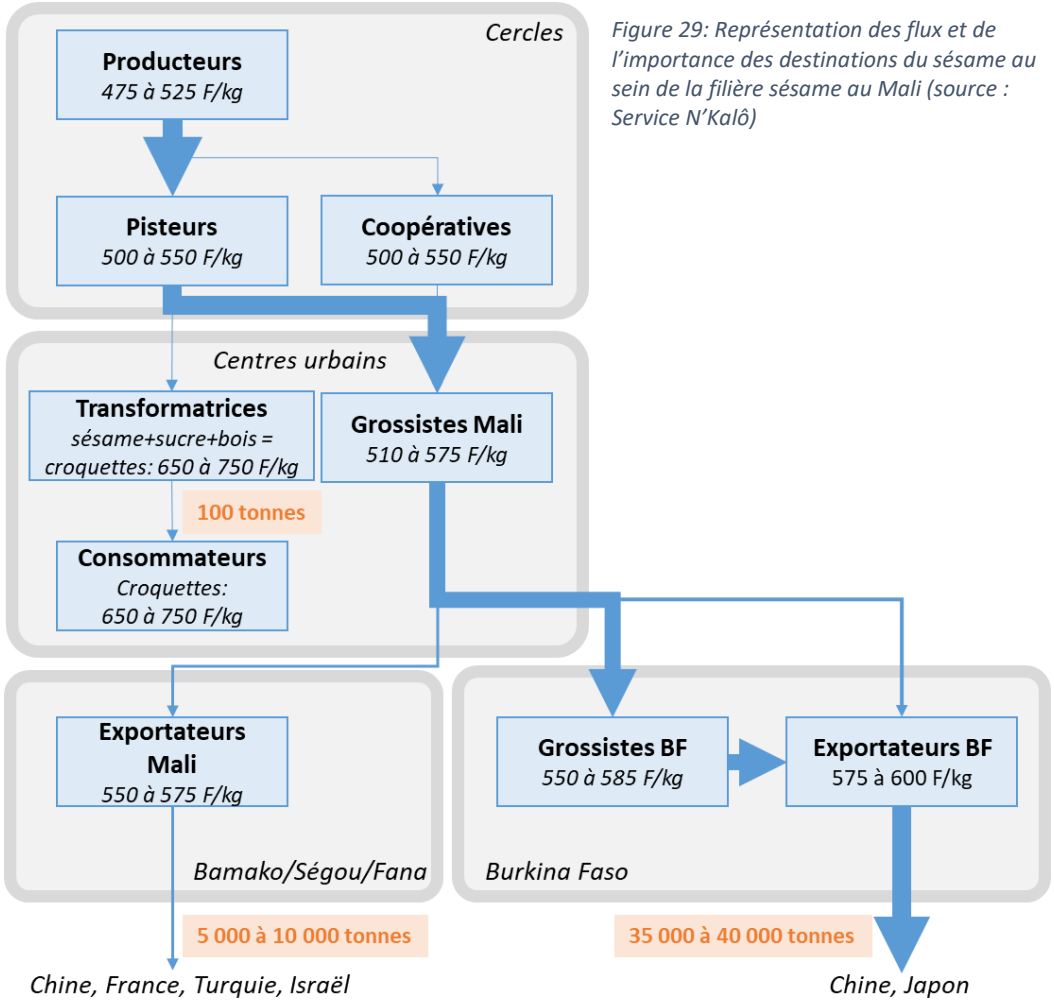
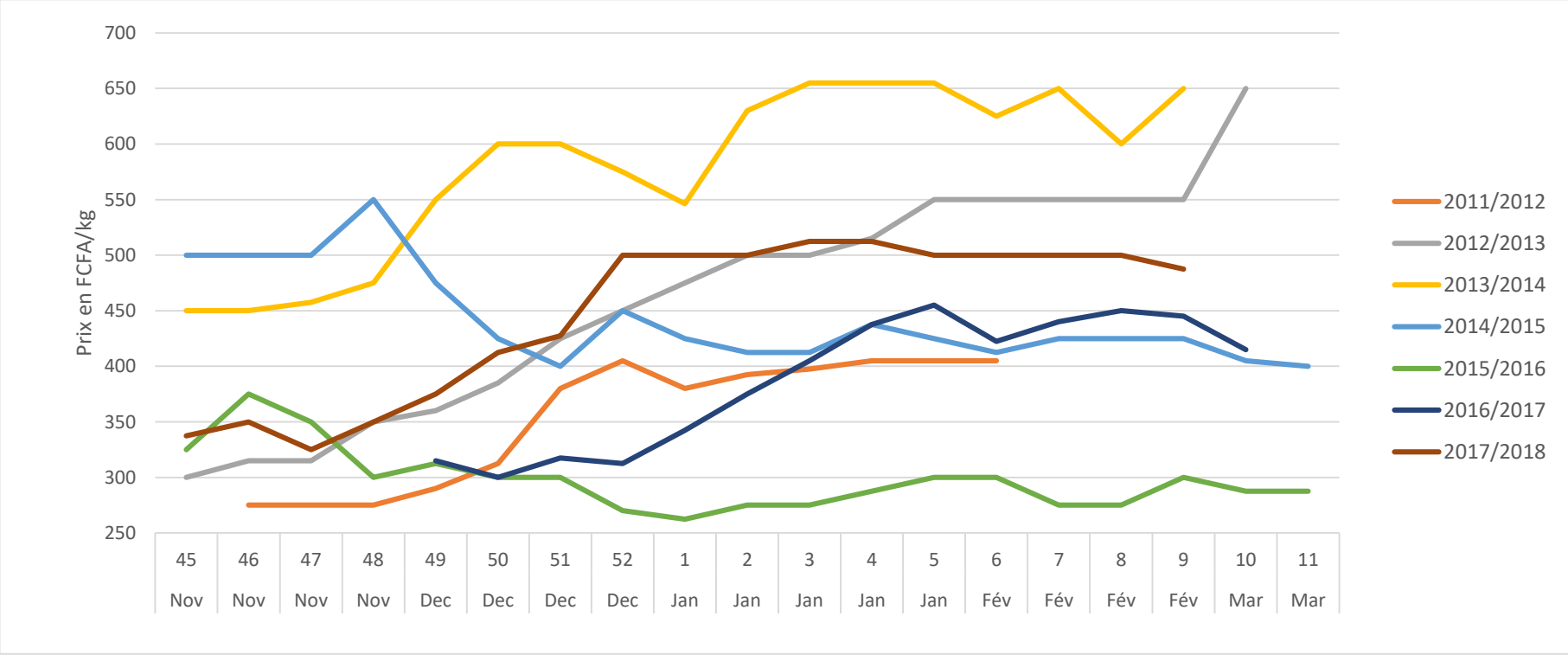


Figure 29: Représentation des flux et de l'importance des destinations du sésame au sein de la filière sésame au Mali (source : Service N'Kalô)

Sur treize coopératives rencontrées (annexe 2), quatre d'entre elles sont des coopératives sésame qui ont un lien commercial avec un seul opérateur malien (PROSEMA) dont les capacités financières sont limitées. Elles n'arrivent pas à acheter toute la production de sésame regroupée au sein des OP par manque de liquidité. Ce qui inquiète certaines qui pensent qu'il serait souhaitable de diversifier les acheteurs pour non seulement améliorer leurs capacités de négociation mais aussi pour être sûr que leur production sera achetée.

Toutefois, parmi les coopératives visitées, deux tentent de se démarquer des autres notamment la coopérative AJPS de Sienso dans le cercle de San et la coopérative Djiguifaton de Kébougou dans le cercle de Barouéli qui en plus d'initier le système de Warrantage dans leurs OP ont aussi un système de caisse d'épargne et de crédit à leur sein, ce qui aident les producteurs membres de ces OP à ne pas brader leur sésame et d'organiser des ventes groupées et négocier un meilleur prix de vente. Cette initiative peut être saluée mais le warrantage du sésame est particulièrement risqué car comme visible ci-dessous le marché du sésame est particulièrement volatil.

Figure 30 : Prix bord-champ médian par semaine en Afrique de l'Ouest pour les 7 dernières campagnes de commercialisation (Source : Service N'Kalô)



La faible structuration des producteurs et la dispersion de l'offre donne de l'importance au rôle des pisteurs, acteurs clefs car mobiles dans les zones de production. Peu travaillent sur fonds propres et la majorité de leurs achats sont financés par les grossistes. Ces derniers travaillent essentiellement avec les acheteurs burkinabè (grossistes voire exportateurs basés au Burkina Faso). Les activités commerciales autour du sésame se font en flux tendu : les temps de stockage sont limités et les pratiques de spéculation très rares. A noter que peu de grossistes prennent en charge le transport jusqu'à la frontière et que dans la majorité des cas, ce sont les acheteurs burkinabè qui se chargent de ces coûts. On peut en déduire que les investissements dans le commerce du sésame sont limités et très majoritairement dépendants de la demande de la part des acheteurs burkinabè, établissant ainsi une très forte dépendance du marché malien au marché burkinabè, plus qu'au marché international.

Il existe cependant quelques exportateurs qui travaillent hors de ce circuit Mali-Burkina-International. Les quantités exportées par ce circuit alternatif représente entre 15 et 25% de la production malienne selon les sources. Ces compagnies sont plus enclines à investir dans la filière, notamment avec la mise en place de centre de nettoyage. Le cas le plus abouti est celui de la PROSEMA à Fana ou encore d'Oléa à Ségou qui nettoient le sésame à proximité de la zone de production et soutiennent la formation et l'approvisionnement en semences de qualité des producteurs.

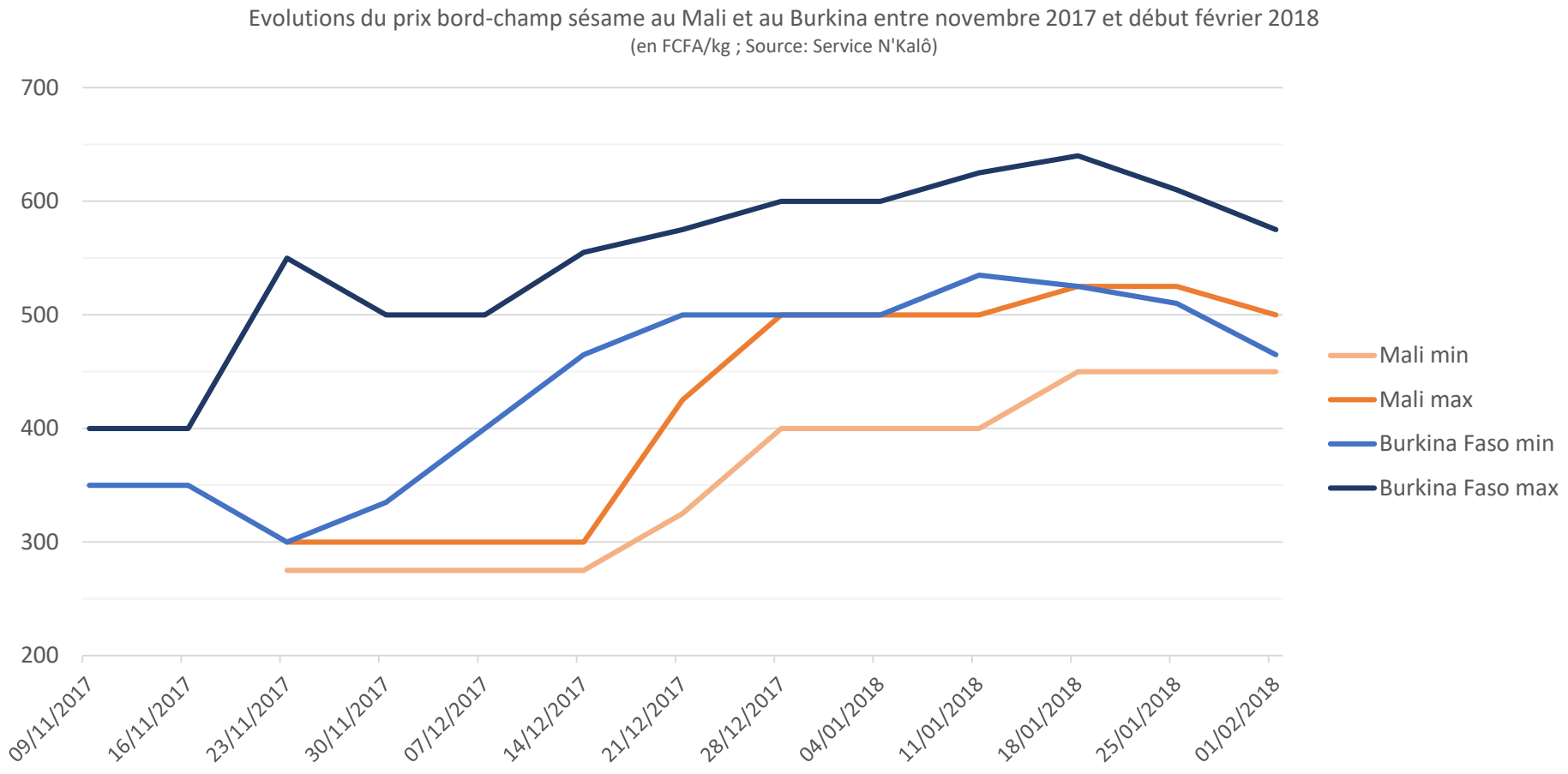
3.2.1.2 Impact de la demande burkinabè sur le secteur du sésame malien

Le Burkina Faso n'est pas un marché de référence mais reste un des principaux fournisseurs au niveau mondial. De nombreuses compagnies transnationales leader mondiaux du négoce de sésame y sont implantées (Olam, Tan Mondial, ETG) et leur organisation leur permet de lancer des campagnes d'achats très réactives à des prix élevés (parfois même déconnectées ou en anticipation des évolutions du marché international) afin de réunir rapidement les quantités souhaitées. Ces achats se font essentiellement aux volumes. La qualité n'est pas un critère mis en avant et c'est essentiellement au niveau des ventes des grossistes que l'on constate la mise en place de premium pour la qualité des lots vendus (de l'ordre de +10 à +50 FCFA/kg selon le niveau de propreté et d'homogénéité de la couleur).

La forte compétition pour les stocks producteurs au Burkina Faso a poussé les commerçants locaux voire certains exportateurs installés au Burkina à s'approvisionner au Mali. La comparaison de l'évolution des prix bord-champ au Mali et au Burkina Faso indique très clairement cette situation. La variation du prix bord-champ au Mali suit en décalé celle du marché burkinabè. Le temps de latence correspond au décalage dans la disponibilité du sésame au niveau des villages (les activités post-récoltes ont terminé plus tôt au Burkina qu'au Mali) ainsi qu'à l'activation des réseaux de collecte et de transport transfrontaliers.

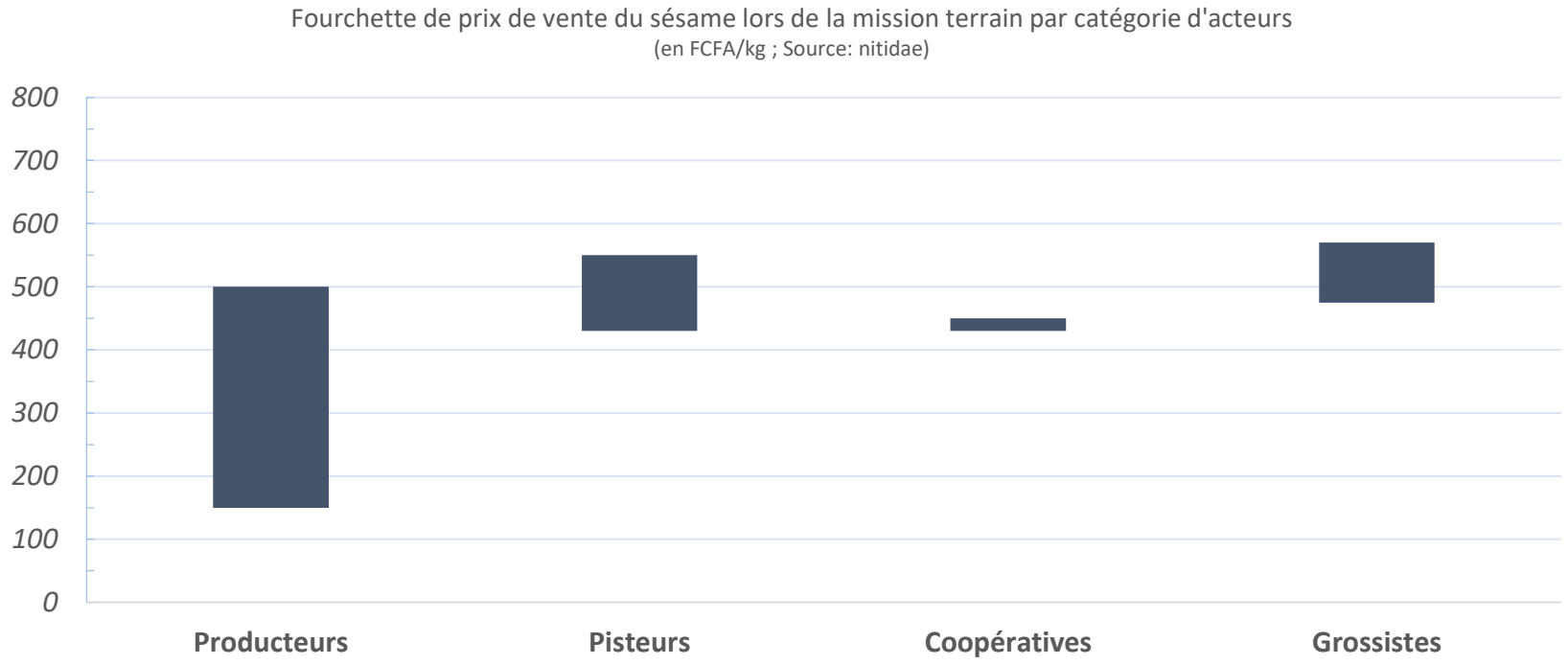
Le marché malien est ainsi fortement dépendant de la demande sur le marché burkinabè. Cette demande est à la fois une opportunité forte puisqu'elle permet à certains producteurs de réorienter ou diversifier leur culture de rente mais elle représente aussi des inconvénients à prendre en compte : la demande se fait sur les volumes et non la qualité du sésame produit. Cette demande amène donc jusqu'à présent un développement par le bas de la filière où les investissements pour augmenter la valeur ajoutée au niveau du Mali ne sont pas requis.

Figure 31: Comparaison du prix bord-champ du sésame burkinabè et malien entre début novembre 2017 et début février 2018, en FCFA/kg (source : N'Kalô)



3.2.1.3 Éléments sur la répartition de la valeur ajoutée

Figure 32: Fourchette de prix de vente du sésame lors de la mission terrain par catégorie d'acteurs



Les relevés des prix qui ont été réalisés lors de la mission indique un élément crucial sur la répartition de la valeur ajoutée au sein de la filière malienne. En effet, le différentiel de prix de vente des producteurs est très important. Cette situation est potentiellement sous-tendue par les éléments suivants :

- L'enclavement et le manque d'infrastructures augmentent considérablement les coûts de collecte du sésame dans certaines zones de production
- Le manque de liquidités au niveau des ménages les empêche de négocier un prix en lien avec le niveau du marché lors de la vente
- Le manque d'information sur les évolutions du marché (prix, tendances des prix à court et moyen-terme et conseils sur la vente) au niveau des producteurs produit une très forte asymétrie d'information lors des transactions
- La grande disparité concernant les liens avec les commerçants et la capacité à valoriser sa production lors de la vente (quantité vendue et qualité)

Il apparait également que les coopératives tenues par des engagements contractuels n'ont pas pu faire bénéficier leurs membres de la hausse des prix. Elles ont certes acheté à des prix supérieurs aux prix moyens de la campagne (450 à 470 FCFA/kg) mais ce niveau reste en dessous du prix obtenu par beaucoup de producteurs individuels (500 voire 525 FCFA/kg).

Lors des entretiens, les producteurs rencontrés envisageaient un prix minimum pour leur production allant entre 250 et 750 FCFA/kg. Cette fourchette de prix est très étendue et montre la faible capacité des producteurs à évaluer leurs coûts de production, leur besoin pour investir ainsi que les prix réalistes en fonction de l'évolution du marché international.

3.2.1.4 Contraintes et opportunités au niveau de l'organisation de la chaîne de valeur au Mali

Contraintes

- Faible structuration des producteurs : la commercialisation du sésame dans la région de Ségou se fait avant tout de manière individuelle. Sur 16 producteurs interrogés un seul (6%) avait vendu son sésame avec d'autres producteurs lors d'une vente groupée. La majorité des organisations de producteurs de sésame ont davantage pour fonction de permettre à leurs membres de bénéficier de projets de développement que de commercialiser collectivement la production. Les quelques organisations de producteurs qui réussissent à organiser une commercialisation collective le font le plus souvent grâce à un financement externe, très peu pratiquent réellement le dépôt vente ou l'organisation de vente groupées.

- Très faible disponibilité d'information aussi bien au niveau des producteurs que de la majorité des commerçants maliens : malgré l'existence de sources d'information sur le marché du sésame, notamment Sènèkèla (Orange), SIMAgri (AMASSA) et le Service N'Kalô (NITIDAE)) pratiquement aucun des commerçants et producteurs rencontré n'avait accès à des informations sur l'offre et la demande, les prix et la situation du marché du sésame. Seuls des exportateurs comme PROSEMA et OLEA reçoivent des informations sur le marché international du sésame à travers leurs clients et le Service N'Kalô. La connaissance et la compréhension du fonctionnement du marché sont très faibles et la majorité des acteurs de la filière sésame sont donc à la merci de la forte volatilité des prix. Face à des campagnes qui évoluent différemment et dans des fourchettes de prix très différentes, ils ont souvent des stratégies inadaptées : vente systématique dans le mois suivants les récoltes pour éviter les chutes de prix ou au contraire stockage systématique jusqu'au mois de juin en espérant une hausse des prix qui ne vient pas chaque année.

- Compétition entre acheteurs très forte et orientée sur le volume au détriment de la qualité : les acheteurs, notamment en provenance du Burkina Faso tendent à privilégier l'achat rapide de quantités importantes au détriment d'une valorisation de la qualité. Ils paient donc généralement le même prix pour des qualités différentes et ne valorisent donc pas le travail des producteurs qui prennent plus de soins de leur qualité. Ce fonctionnement de la filière sésame est clairement défavorable à une amélioration des pratiques et de la qualité.

Opportunités

- Sociétés exportatrices ayant la volonté d'investir dans la filière (PROSEMA, Oléa, Emil Noël, etc.) : des acteurs locaux ont commencé à investir dans le nettoyage, l'exportation voire la transformation du sésame au Mali. Bien que leurs initiatives restent encore marginales, elles semblent de plus en plus nombreuses et beaucoup de ces sociétés sont prêtes à investir pour soutenir l'organisation des producteurs et la structuration de la filière.

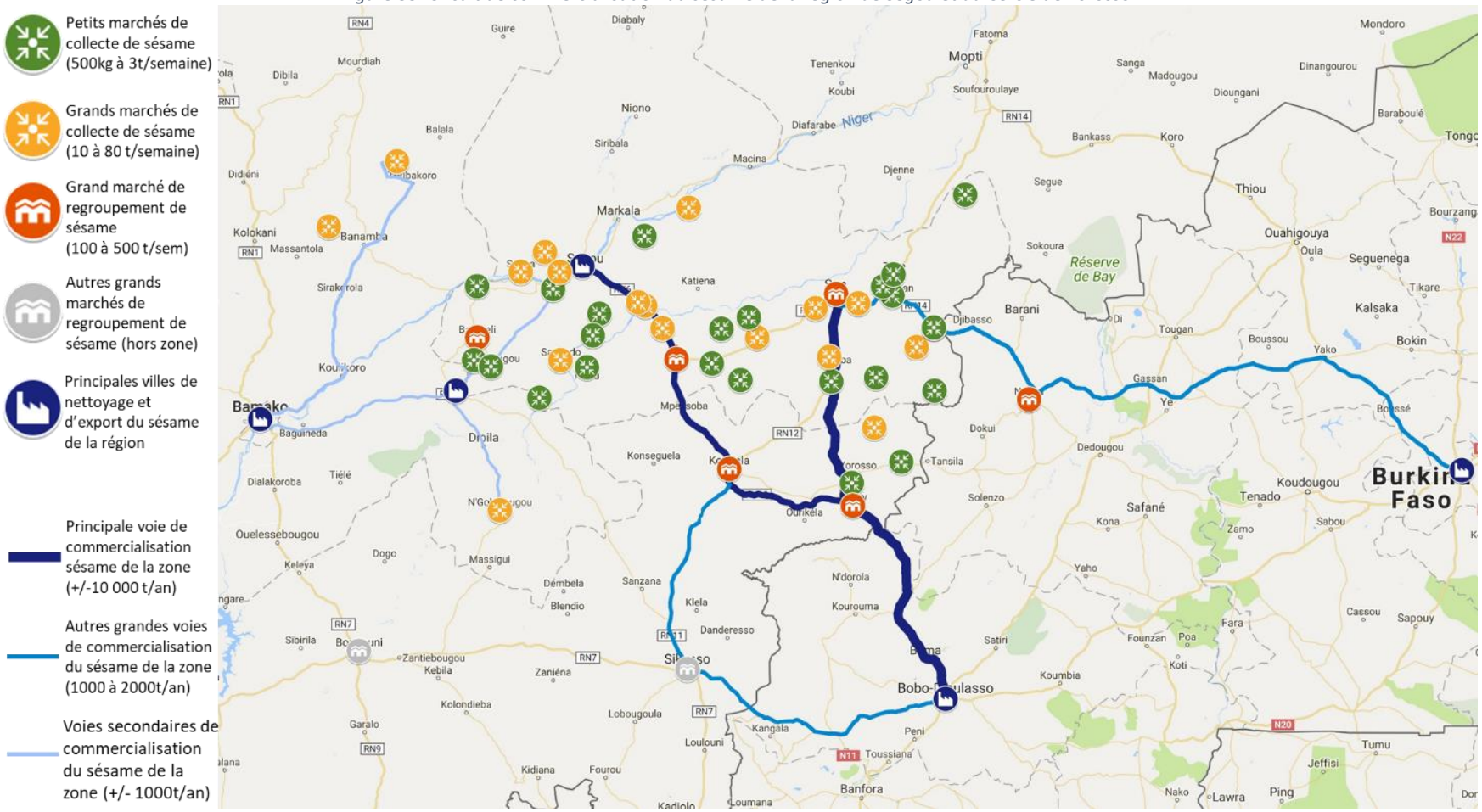
- Grandes coopératives céréalières ou cotonnières pouvant être mobilisées pour la commercialisation du sésame : d'autres filières que la filière sésame bénéficient d'une meilleure structuration, avec des Organisations de Producteurs équipées tant en termes humains et matériel pour assurer une commercialisation groupée du sésame. Un travail avec ces OP pourrait permettre d'atteindre des résultats plus rapides et plus durables pour la structuration de la commercialisation et de la filière.

- Filière bio permettant de s'extraire en partie des contraintes de la filière conventionnelle grâce à une prime importante pour les producteurs : la présence d'une filière de production et de commercialisation de sésame certifié en Agriculture Biologique est un atout important sachant que la demande pour du sésame avec cette certification est en forte croissance au niveau mondial et qu'elle permet au producteurs de bénéficier d'une plus grande sécurité sur leurs prix de vente et leurs débouchés, elle permet également aux sociétés exportatrices impliquées dans l'exportation de sésame biologique de bénéficier d'un marché de niche plus rémunérateur que le marché conventionnel et donc de pouvoir mieux supporter la concurrence face aux autres acheteurs, notamment basés au Burkina Faso.

3.2.2 Circuits géographiques

Comme visible ci-dessous, le principal axe de commercialisation du sésame est celui qui relie les premières villes de regroupement de la zone que sont San et Ségou à Bobo-Dioulasso au Burkina Faso. Les voies alternatives à cet axe : via Fana à destination de Bamako et via Nouna (au Burkina) à destination de Ouagadougou, pèse pour moins de 75% des volumes commercialisés.

Figure 33: Circuit de commercialisation du sésame de la région de Ségou et du Cercle de Yorosso[8]



[8] Carte interactive disponible au lien suivant : https://drive.google.com/open?id=1Vy_nxVidV16zzAvHUHouzBwX-HSZz8jg&usp=sharing

3.3 La demande

La production de sésame malien est quasiment uniquement à destination du marché international. D'après nos estimations, la consommation nationale de sésame se fait avant tout en produits transformés (galettes), et très marginalement pour l'huile et ne dépassent pas les 100 tonnes annuelles, soit environ 0,002% de la production annuelle estimée.

3.3.1 Au niveau rural local

La part autoconsommée du sésame est insignifiante. La non-commercialisation est essentiellement liée à la conservation de semences pour la saison suivante (on estime que 2 kg sont nécessaires pour une parcelle d'un hectare). Bien que la consommation du sésame dans le milieu rural remonte à une période ancienne, aujourd'hui, elle ne fait plus partie des habitudes culinaires dans les villages, sauf pour quelques rares producteurs qui le consomment en petite quantité en sauce de sésame.

3.3.2 Au niveau urbain local

La demande en sésame des ménages en zone urbaine est quasiment absente car ce n'est pas dans les habitudes alimentaires. Seules quelques familles continuent des consommer soit de la sauce de sésame soit d'autres recettes à base de sésame. Au niveau des restaurants, il est très rare de trouver des recettes à base sésame. On note toutefois que quelques tonnes sont destinées à la consommation locale pour la fabrication de « croquettes » (galettes de sésame caramélisé) vendu dans les gares routières et sur les routes interurbaines.

3.3.3 Au niveau national

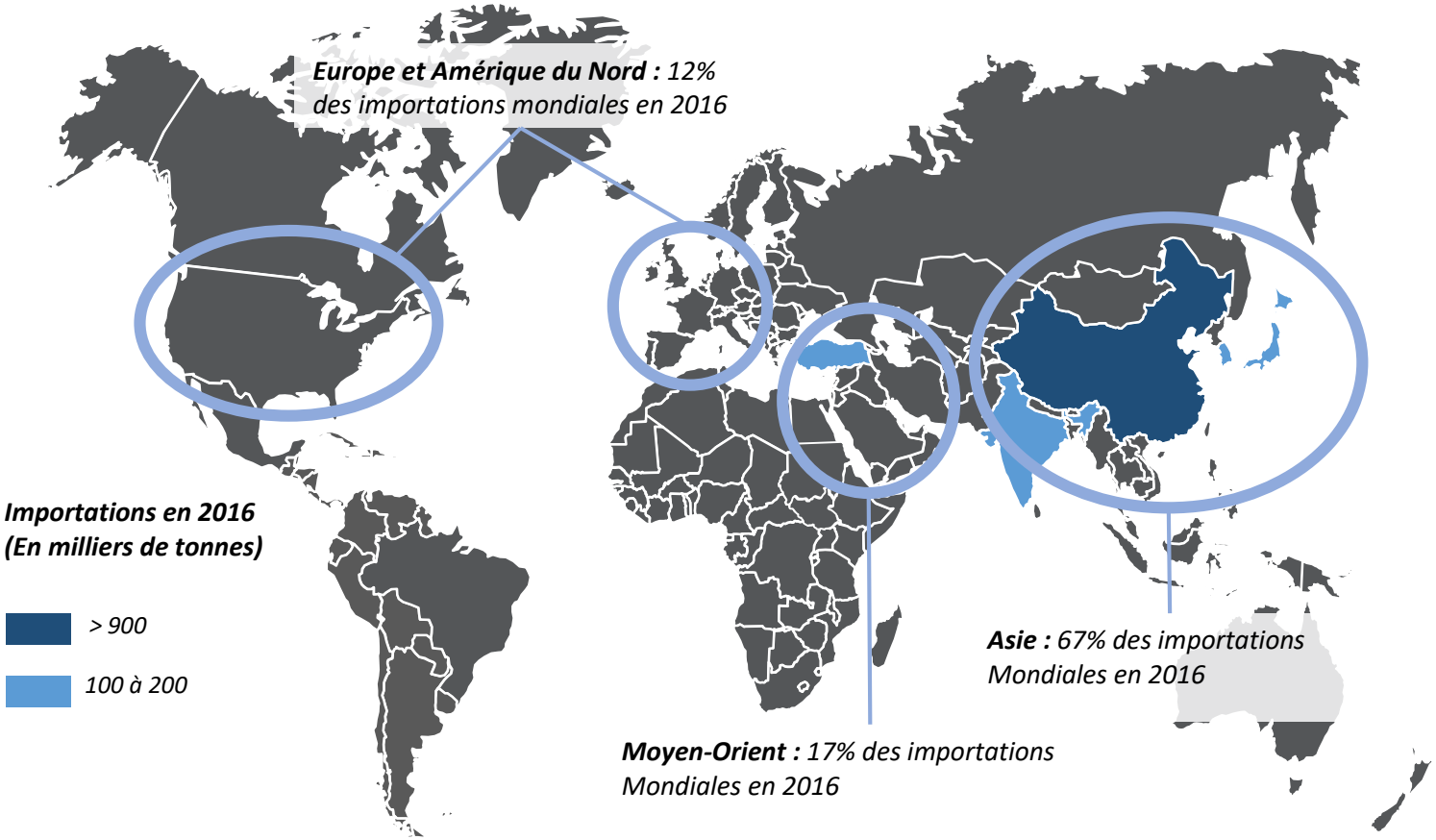
L'essentiel de la consommation nationale se fait à travers la confection de sésame sucré appelé croquettes ou Crunch de sésame, petite galette de sésame vendue dans la quasi-totalité des villes du Mali. Cette transformation reste artisanale et n'absorbe que quelques dizaines de tonnes de sésame par an. Les transformatrices utilisent entre 25 et 100 kg de sésame par semaine et celles dont la production est la plus élevée atteignent une transformation de 5 tonnes par année. C'est une activité qui s'est relativement bien développée au cours des dix dernières années dont la principale limite soulignée par les transformatrices est la capacité de stockage (notamment son financement) pour pouvoir continuer cette activité hors saison de commercialisation du sésame. D'autres produits de mélange avec du sésame sont aussi fabriqués et vendus dans les gares routières et en bordures des voies dans les grandes villes au Mali, dans les supérettes ainsi que autres boutiques d'alimentation.

Il existe aussi des initiatives d'extraction de petites quantités d'huile de sésame. Ces initiatives sont appuyées par des projets de développement. Les quantités d'huiles écoulées sont très marginales et l'huile de sésame est essentiellement utilisée pour des usages thérapeutiques. En effet, le coût élevé du kilogramme de sésame ne permet pas au prix de l'huile de sésame de s'aligner sur les autres huiles alimentaires du marché (huile de sésame : 3000 FCFA/kg ; autres huiles alimentaires : inférieurs à 1000 FCFA/kg).

3.3.4 Au niveau international

La principale destination du sésame malien est la Chine, via le circuit des acheteurs burkinabè. Ces envois se focalisent sur le sésame brut après nettoyage au niveau de Bobo-Dioulasso ou Ouagadougou. Les autres destinations internationales sont très marginales (1 500 tonnes/an en moyenne) mais on note tout de même parmi celles-ci la France (entre 1 000 et 1 200 tonnes/an) et la Turquie (entre 150 et 250 tonnes/an). Des envois irréguliers et sur de plus petites quantités ont été réalisés à destination du Japon et d'Israël au cours des quatre dernières années (source : UNComtrade et Service N'Kalô). Ces pays vont davantage rechercher un sésame très bien nettoyé et homogène (1% de graine de couleur différente et 0,1% de corps étrangers).

Figure 34: Principaux pays d'importations du sésame dans le monde en 2016



La croissance de la demande internationale essentiellement soutenue par la demande chinoise et dans une moindre mesure par la croissance indienne. Mais de manière plus générale, la consommation de sésame se développe partout dans le monde avec la croissance du pouvoir d'achat et l'augmentation des classes moyennes. En effet, l'huile de sésame comme les graines de sésame et leurs dérivés sont des produits couteux mais reconnus pour leurs propriétés nutritives, gustative, et cosmétique. Il s'agit d'une graine oléagineuse « haut de gamme » qui se positionne à des niveaux similaires à l'olive ou encore aux huiles de fruits à coque (noix de cajou, noix, amandes).

Certains grands marchés comme le Japon et la Corée du Sud, ou des marchés secondaires comme l'Europe et les USA ont développé au cours des dernières années des barrières techniques et sanitaires élevés qui les rendent plus difficile d'accès mais souvent plus rémunérateur. Il s'agit notamment de taux de résidus chimiques très bas, de taux de corps étrangers inférieurs à 0,01% ou encore d'huile de sésame avec extraction à froid (pour préserver les propriétés cosmétique de cette huile).

Sur ces marchés, la demande en sésame bio se demande rapidement car il s'agit d'un ingrédient très valorisé dans l'évolution des pratiques alimentaires liée au développement du bio : notamment la recherche d'une nourriture plus saine et plus équilibrée. Etant donné que dans beaucoup de pays la culture du sésame côtoie la culture du coton qui est l'une des agricultures les plus traitées, ces barrières posent de plus en plus de problème aux importateurs de sésame bio et la « prime » pour le sésame bio tend à augmenter.

Cette demande particulière représente donc une opportunité importante pour la filière sésame malienne.

3.3.5 Contraintes et opportunités au niveau de la demande

Contraintes :

- Marché intérieur faible : Tout d'abord, en comparaison avec les principaux marchés de consommation de sésame dans le monde, le Mali a une petite population (19 millions d'habitants) mais surtout, le sésame entre peu dans les habitudes alimentaires et il y a très peu de consommation locale hormis en snack sucré (galettes ou croquettes de sésame) ce qui n'absorbe que de petites quantités de sésame. A court terme, il existe peu de possibilité de diversification de la transformation locale de sésame pour accroitre la consommation locale. En particulier, étant donné le coût élevé de la matière première, le sésame est un ingrédient couteux qui entre dans la fabrication de produits couteux (huiles, pâtisseries, plats préparés destiné à des classes plutôt aisées. Avec le pouvoir d'achat limité de la majorité de la population malienne, un important développement de la consommation locale ne peut donc pas être ciblé comme levier de développement de la filière à court ou moyen terme.

- Forte dépendance aux acheteurs burkinabè et à travers eux à la demande chinoise : la filière sésame au Mali a en grande partie émergé grâce à la croissance de la demande en provenance du Burkina Faso, elle-même dynamisée par la croissance de la demande chinoise. Même si d'autres marchés importants existent (Japon, Corée du Sud, Turquie, Union européenne), leurs critères de qualité sont plus élevés que ceux des huiliers chinois et

jusqu'à présent l'offre de sésame malien répond donc surtout à la demande de ces derniers. Une montée en gamme de la qualité accompagnée par le développement d'opérateurs capables de répondre à la demande des autres marchés permettrait de diversifier les débouchés et d'accéder à ces prix plus rémunérateurs pour les acteurs maliens.

Opportunités :

- Une demande internationale très dynamique : la demande en sésame connait une croissance rapide, dans de nombreux pays de la planète et notamment dans des pays qui ont encore un énorme potentiel d'augmentation de leur classe moyenne (Chine, Inde, Asie du Sud-Est, Moyen-Orient) grâce à la fois à leur croissance économique et démographique importante. En outre, même dans des pays où la consommation de sésame par habitant est encore très faible (Europe, USA, Amérique Latine), les qualités organoleptiques et nutritionnelles du sésame sont de plus en plus connues ce qui assure une croissance de la demande partout où le pouvoir d'achat augmente et où la qualité de l'alimentation devient une préoccupation majeure des consommateurs. Les prix devraient donc rester très incitatifs pour les producteurs au cours des prochaines années malgré les fluctuations conjoncturelles.

- Achats de la part des marchés à haute valeur ajoutée (Japon, Europe, Corée, Israël, Liban) faibles mais existants : même si la grande majorité du sésame du Mali et plus généralement d'Afrique de l'Ouest est destinée au marché chinois, quelques échanges existent déjà avec d'autres marchés. Si les relations commerciales avec ces autres marchés se développent, la demande pourrait se diversifier et offrir davantage d'opportunités aux exportateurs basés au Mali.

- Faibles droits de douanes pour l'accès au marché chinois : le sésame malien bénéficie du rapprochement politique entre le Mali et la Chine qui a été important ces dernières décennies. La Chine accorde des conditions préférentielles d'entrée sur son marché aux produits d'origine malienne, ce qui permet au sésame malien d'être particulièrement compétitif sur le marché chinois. Si le trafic de certificats d'origine qui permet aujourd'hui à beaucoup d'acteurs d'exporter du sésame d'autres origines en le faisant passé pour du sésame malien prend fin, le sésame malien pourrait être payé à un prix plus élevés et les conditions pourraient être plus incitatives pour l'implantation d'exportateurs directement au Mali.

- Croissance de la demande en sésame biologique et insuffisance de l'offre : la demande en sésame biologique est en croissance rapide dans les pays industrialisés. Le marché des produits de qualité et écologiques dans lequel prend place la certification Agriculture Biologique est en grande partie corrélé avec la croissance du marché des biens alimentaires « diététiques » dans lequel le sésame est de plus en plus recherché pour ses vertus. En raison de la rareté de la production de sésame dans les pays où cette demande émerge, l'offre de sésame biologique évolue jusqu'à présent moins vite que la demande, ce qui favorise le paiement d'une prime très élevée aux producteurs de sésame biologique. En outre, une grande partie de la demande en sésame biologique exprimée cherche également à améliorer son impact social et l'ajout d'une certification Commerce Equitable peut donc permettre d'accéder à un marché de niche encore plus rémunérateur et sécurisé pour les acteurs locaux pour lequel la demande est en forte croissance également.

3.4 Conclusions sur la filière Sésame

La filière sésame connait une croissance importante et rapide aussi bien au niveau des zones ciblées que de l'ensemble du Mali.

Elle offre de nombreuses opportunités pour l'augmentation des revenus des producteurs et le développement d'entreprises malienne de nettoyage et d'exportation mais doit encore se professionnaliser pour être plus performante.

Par contre, elle offre peu d'opportunité pour le développement d'une transformation locale de grande échelle car la majorité des processus de transformation de sésame se déroule au sein des marchés de consommation et la consommation locale de sésame au Mali ne semble pas réunir les conditions pour se développer rapidement aujourd'hui.

Les principales problématiques au niveau de la commercialisation sont la différenciation/amélioration de la qualité et la meilleure maitrise du fonctionnement du marché international du sésame. La compréhension et la gestion de la forte volatilité des prix du sésame notamment est un facteur stratégique pour le développement de cette filière à moyen et long terme.

4. Filière Fonio

4.1 L'offre

4.1.1 Au niveau mondial

Le fonio est une céréale originaire d'Afrique de l'Ouest, elle y est cultivée depuis des siècles et constituait autrefois l'alimentation de base de nombreuses populations sahéliennes. La production mondiale de fonio est restée circonscrite presque exclusivement au Sahel, l'aire de culture s'étendant du Sénégal au lac Tchad. Aujourd'hui le fonio est surtout produit en Guinée, mais aussi au Mali, au Burkina Faso, en Côte d'Ivoire, au Nigeria, au Benin, au Sénégal, en Guinée Bissau et au Togo (NB : On trouve une production marginale de fonio en République Dominicaine).

Le fonio est donc aujourd'hui une céréale très peu cultivée dans le monde avec environ 600 000 tonnes produites chaque année selon la FAO. Elle ne représente que 0,1% des surfaces cultivées en céréale dans le monde et 0,02% de la quantité totale de céréales récoltées. Le détail de cette comparaison se retrouve dans les figures 34 et 35 ci-dessous :

Figure 35: Quantité mondiale céréales en 2016

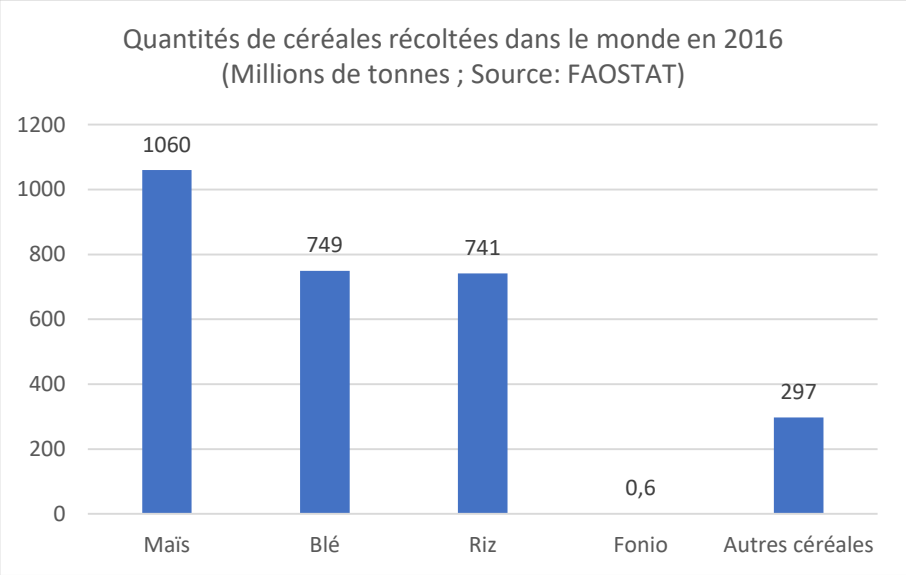
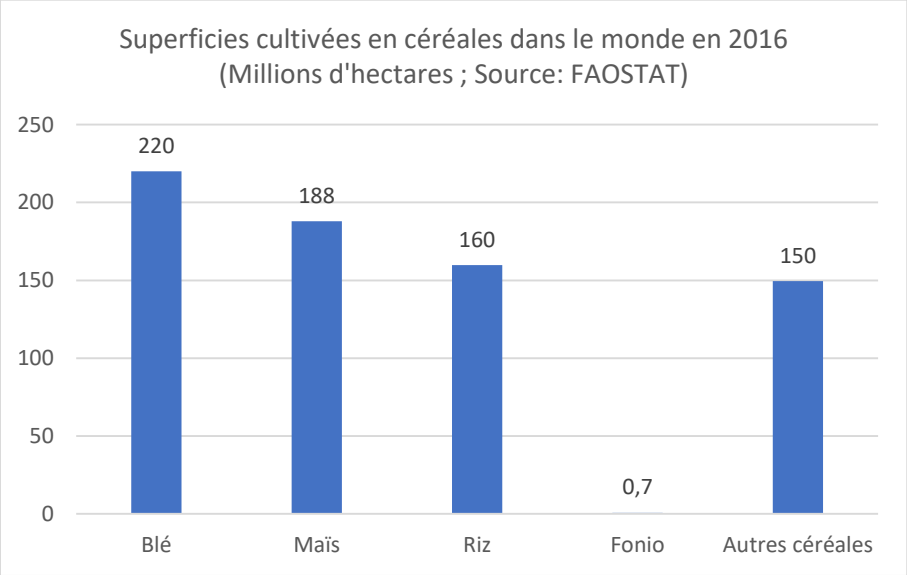


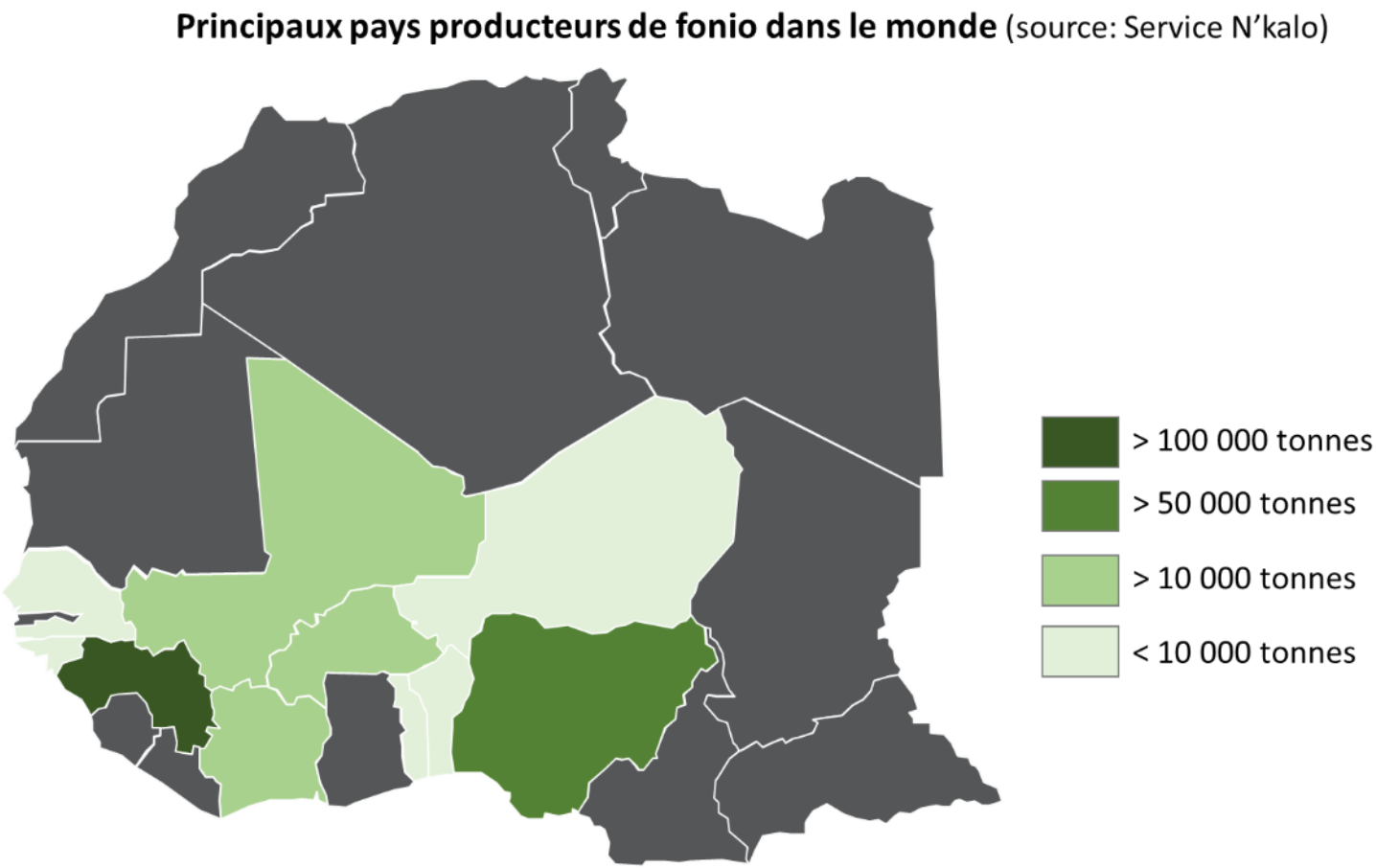
Figure 36: Surface cultivées en céréales en 2016



Le fonio est une céréale qui n'a pas été domestiquée au même niveau que les grandes productions céréalières mondiales et la filière n'a jamais connu d'essor important même dans son bassin de production originel. En effet, les céréales telles que le mil, le sorgho, le riz ou même le maïs ont été davantage au centre des politiques de développement agricole des pays concernés. Le pays où la filière s'est le plus développée est la Guinée grâce en particulier à des habitudes alimentaires fortement tournées sur la consommation de fonio (ex. dans la région montagneuse du Fouta-Djalon, il est plus consommé que le Mil)

Ci-dessous se trouve la carte des principaux pays producteurs de fonio dans le monde :

Figure 37: Carte des principaux pays producteurs de fonio dans le monde et quantités produites par pays.

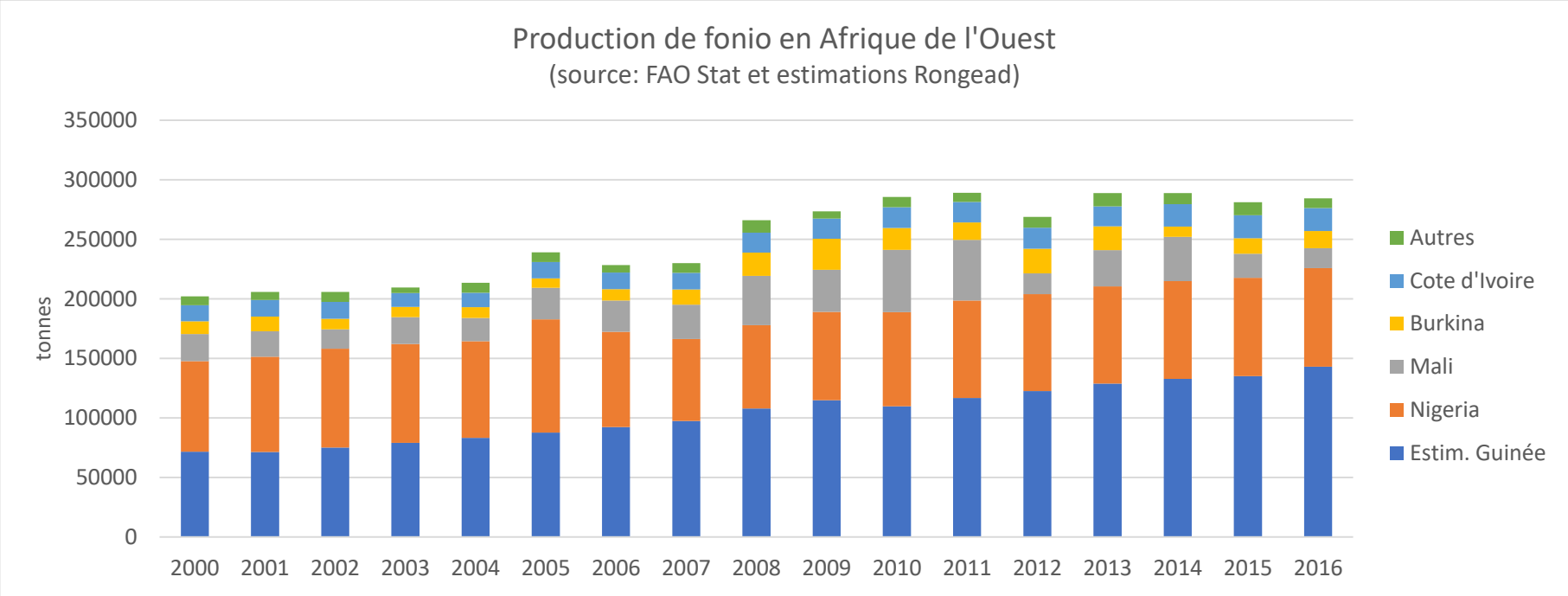


On notera que d'après les statistiques de la FAO, la Guinée aurait aujourd'hui atteint une production de près de 500 000 tonnes de fonio en 2016, loin devant le Nigeria, second producteur mondial avec près de 83 000 tonnes. Après croisement de plusieurs sources de données, dont les estimations de consommations de fonio en Guinée, les statistiques douanières de la sous-région et l'annuaire statistique 2016 du ministère guinéen de la coopération internationale, nous considérons que ce chiffre est très largement surévalué. En effet, d'après le bilan céréalier du pays, un excédent brut de fonio représentant environ 50% de la production nationale a été déclaré pour les des campagnes 2015-2016 et 2016-2017. Or un tel excès de produit sur le territoire aurait dû provoquer une chute spectaculaire des prix, qui ne s'est pas produite. Nous avons donc

modéré les données fournies par la FAO pour les rendre plus réalistes même si elles demeurent des ordres de grandeurs. Nous estimons de manière approximative que la production Guinéenne de fonio se situe aujourd'hui entre 100 000 et 200 000 tonnes par an.

Ci-dessous est représentée l'évolution de la production de fonio par pays depuis 2000. On observe que la Guinée connait la croissance la plus forte de sa production (malgré notre réévaluation à la baisse). La croissance observée par les autres pays est marginale et la production mondiale est donc principalement tirée par la guinée.

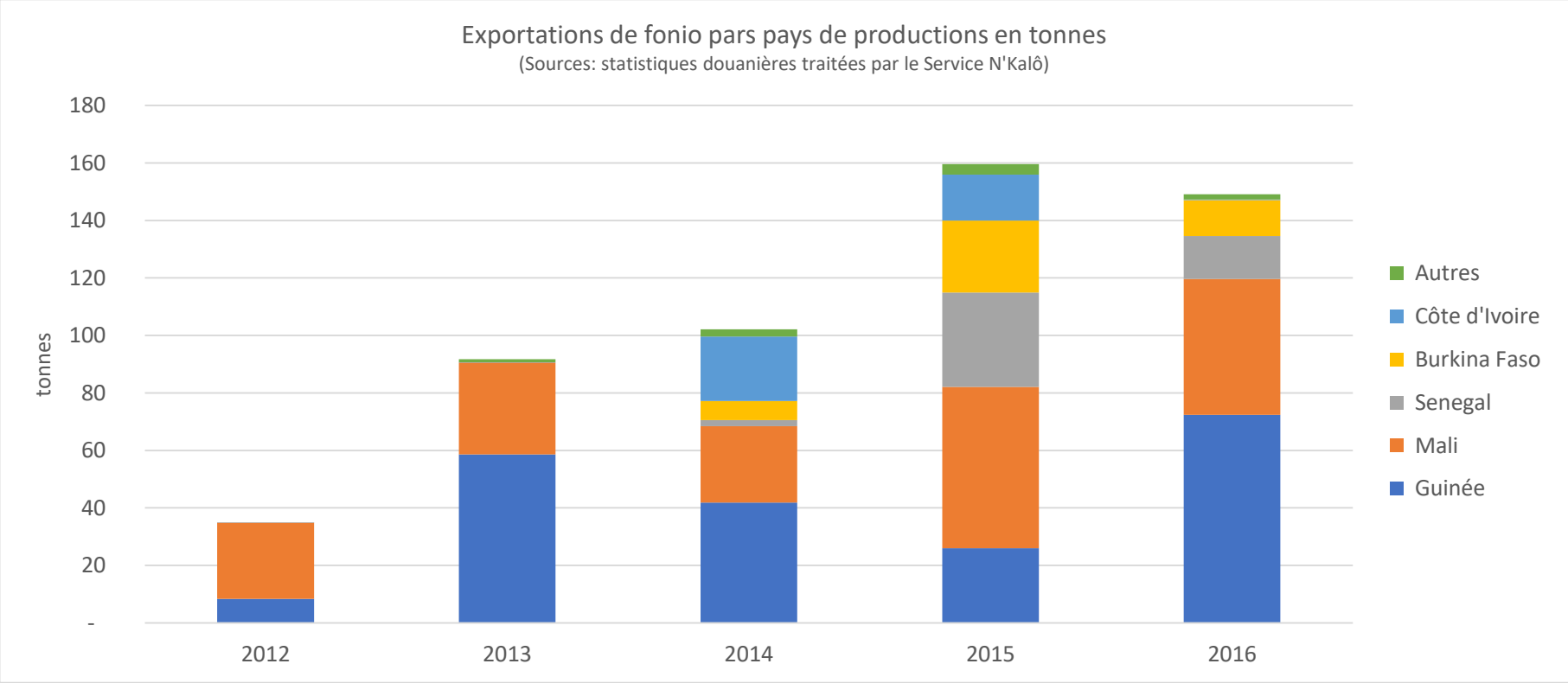
Figure 38: Production de fonio en Afrique de l'Ouest par pays producteurs entre 2000 et 2016



La culture de fonio reste dans tous les pays producteurs une culture secondaire (hormis dans le Nord-Guinée). Il est clair que le potentiel de croissance de la production de fonio en Afrique reste important mais cette dernière ne peut se réaliser que si la chaine de commercialisation et l'accès au marché sont nettement améliorés. En effet, des pays producteurs comme le Nigéria, le Mali ou le Burkina pourraient, tout comme la Guinée, parvenir à restimuler une demande locale plus importante et ainsi redonner du poids à une filière marginale par rapport aux autres céréales africaines.

Nous pouvons observer dans la figure 38 ci-dessous les exportations des pays producteurs de fonio déclarées aux douanes. On voit bien que les exportations de fonio sont tout à fait marginales par rapport aux productions nationales. En effet, les exportations sont de l'ordre de grandeur de la dizaine de tonnes alors que les niveaux de productions sont de l'ordre de la dizaine de milliers de tonnes. Les filières fonio sont donc aujourd'hui fondamentalement des filières centrées sur une demande locale.

Figure 39 : Exportations de fonio de l'Afrique de l'Ouest par pays d'origine

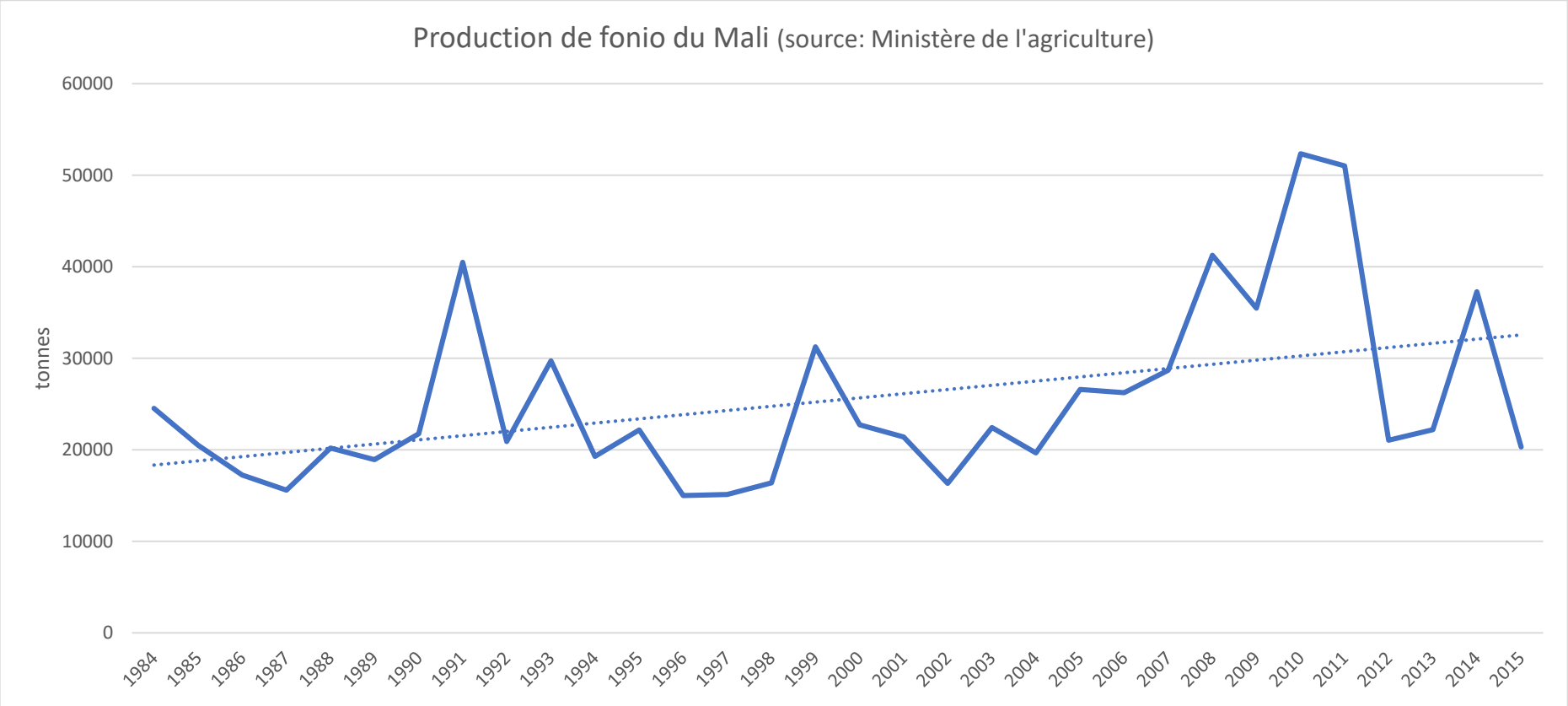


Nous noterons tout de même que le faible niveau d'exportation observé est à relativiser du fait de l'importance des transactions informelles et non déclarées entre les pays sahéliens concernés. Nous verrons par la suite que les flux entre pays producteurs sont supérieurs aux statistiques officielles des douanes, et en particulier en provenance de la Guinée qui approvisionne les autres pays consommateurs de fonio de manière conséquente lors des périodes de rareté (de Mars à Aout).

4.1.2 Au niveau national

Le Mali est le troisième producteur mondial de fonio, malgré une filière peu structurée et de très petite taille en comparaison aux autres productions de céréales comme le riz, le mil ou le maïs. La production n'a jamais connu de chute importante avec le développement d'autres filières céréalières et le niveau de production national se situerait d'après les statistiques officielles autour de 25 000 tonnes par an en moyenne depuis les années 80. L'évolution de la production de fonio au Mali est représentée dans la figure ci-dessous :

Figure 40: Evolution de la production de fonio au Mali de 1984 à 2015.



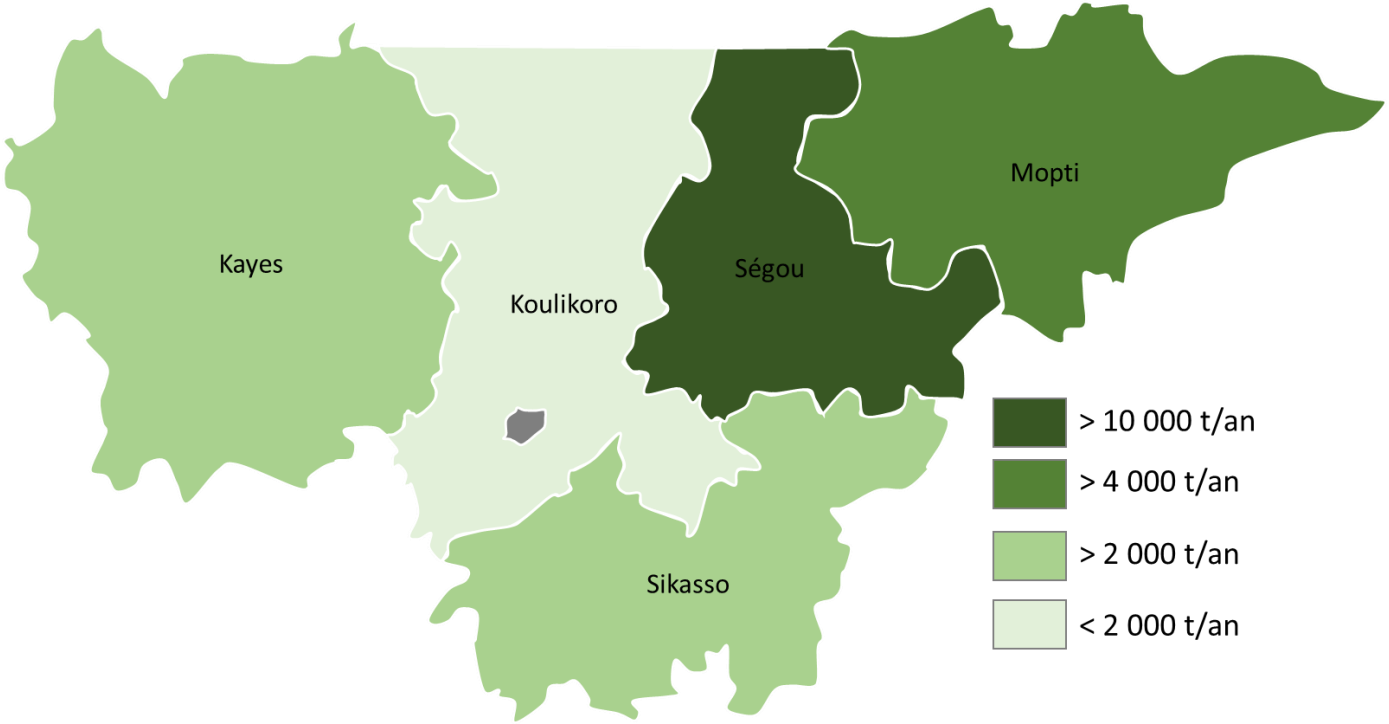
On peut observer que la production de fonio n'a connu qu'une faible croissance depuis trente ans. Stagnant autour des 20 000 tonnes jusqu'aux années 2000, la production serait aujourd'hui plus proche des 30 000 tonnes par an, bien que la fiabilité de ces estimations du Ministère de l'Agriculture du Mali soit très incertaine. On notera que les pics de production observés ponctuellement sont vraisemblablement dus à des erreurs et approximations de données. En effet, des différences de production de 50 à 100% sont parfois observées d'une année à l'autre, ce qui est très peu probable comptes tenus des dynamiques paysannes vis-à-vis de la culture de fonio. Il est difficile de générer des données fiables sur cette filière dont le produit est largement autoconsommé et dont les flux commerciaux réduits peuvent difficilement faire l'objet d'un suivi approfondi de la part des services de l'Etat.

La culture du fonio est circonscrite au Sud du Mali avec 4 grandes zones de production : la plus importante zone de production se trouve autour de Ségou et correspond à la zone de projet du programme MLI/021, vient ensuite la région de Mopti, puis celle de Kayes et de Sikasso. La répartition géographique de la production est présentée dans la figure 42 ci-dessous.

Figure 41: Carte de la production de fonio au Mali

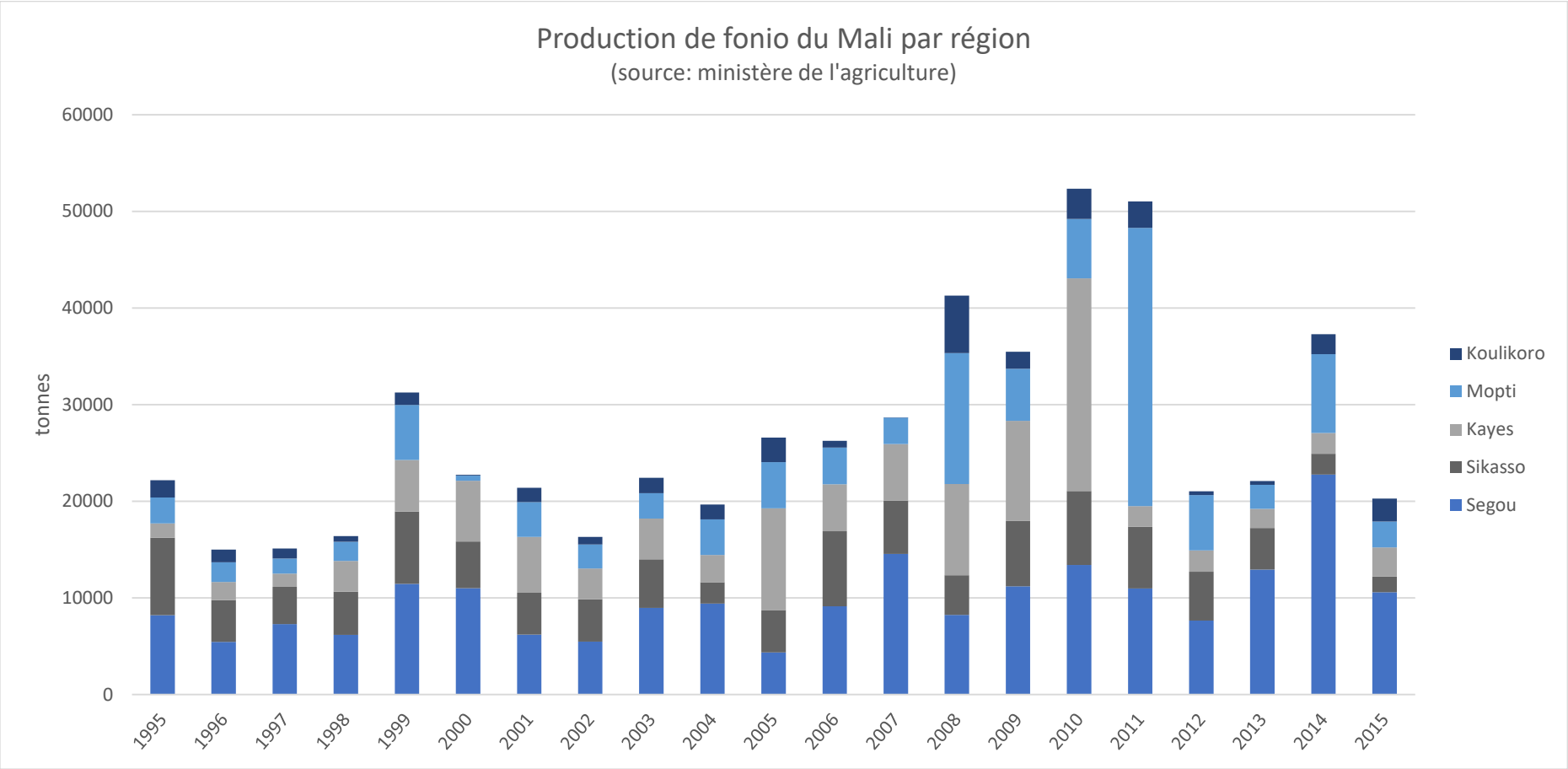
Répartition de la production de fonio au Mali

(source: estimations de RONGEAD à partir des données du Ministère de l'Agriculture)



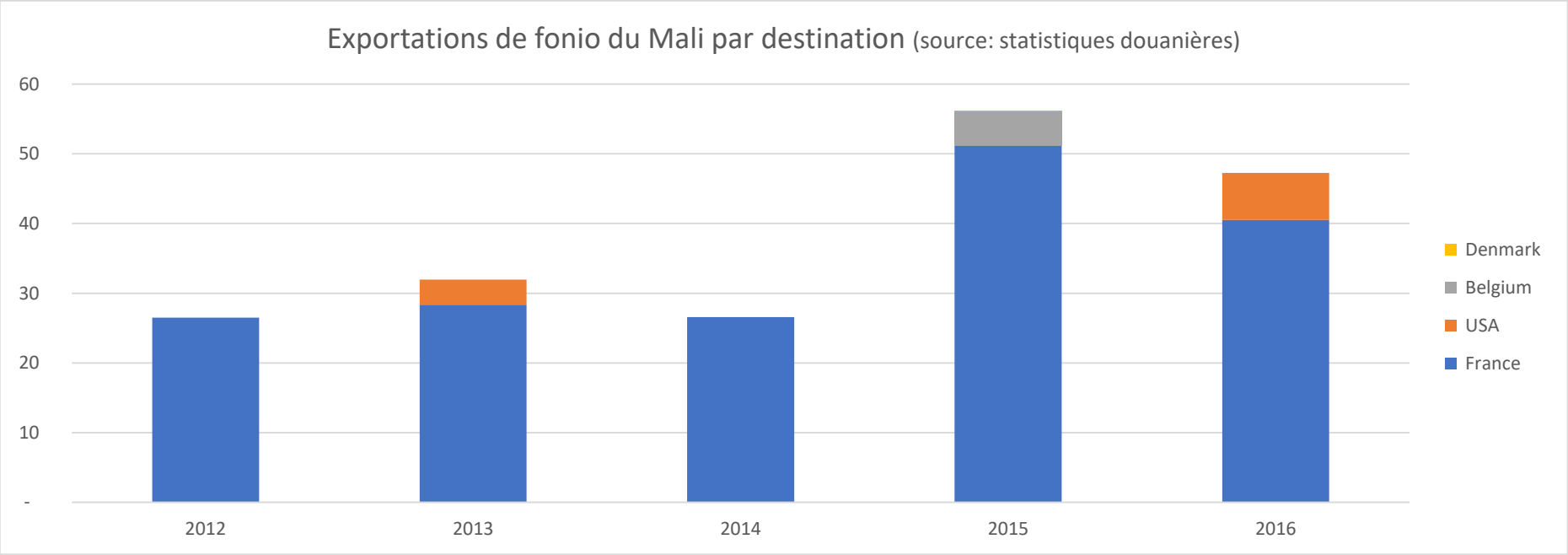
L'évolution de la production de fonio par région, présentée dans la figure 41 ci-dessous, montre bien que la zone de Ségou connait la production la plus stable et la plus importante. On notera que les pics des années 2010 et 2011 sont assurément surestimés. En effet, ils sont dus à des augmentations exceptionnelles de production dans une seule région (Kayes en 2010 et Mopti en 2011) alors que les autres zones de production conservent une même tendance. Il est donc très peu probable que la production explose ainsi de manière aussi ponctuelle (géographiquement et dans le temps).

Figure 42: Production malienne de fonio par région



La figure 42 ci-après représente le niveau d'exportation de fonio au Mali par destination. On notera que les exportations déclarées sont extrêmement faibles et uniquement à destination de pays occidentaux. En effet, tous les flux transfrontaliers avec les voisins Guinéen, Sénégalais, Burkinabé ou Ivoirien ne font pas l'objet d'enregistrement par les douanes maliennes ou du pays partenaire et il est donc très difficile d'en estimer l'importance. Les rencontres avec les acteurs de la filière nous permettent d'estimer ces flux à quelques milliers de tonnes de fonio décortiqués en provenance de Guinée et quelques centaines de tonnes de fonio prêts à l'emploi vers le Sénégal et la Cote d'Ivoire. Le flux de fonio vers l'Europe et les Etats Unis reste tout à fait réduit mais il représente une capacité de croissance très importante si de nouveaux marchés se développent dans ces nouvelles zones de consommation. On notera que la France est le premier marché d'export sur l'Europe et que volumes exportés augmentent depuis 5 ans.

Figure 43: Exportations de Fonio du Mali par pays de destination



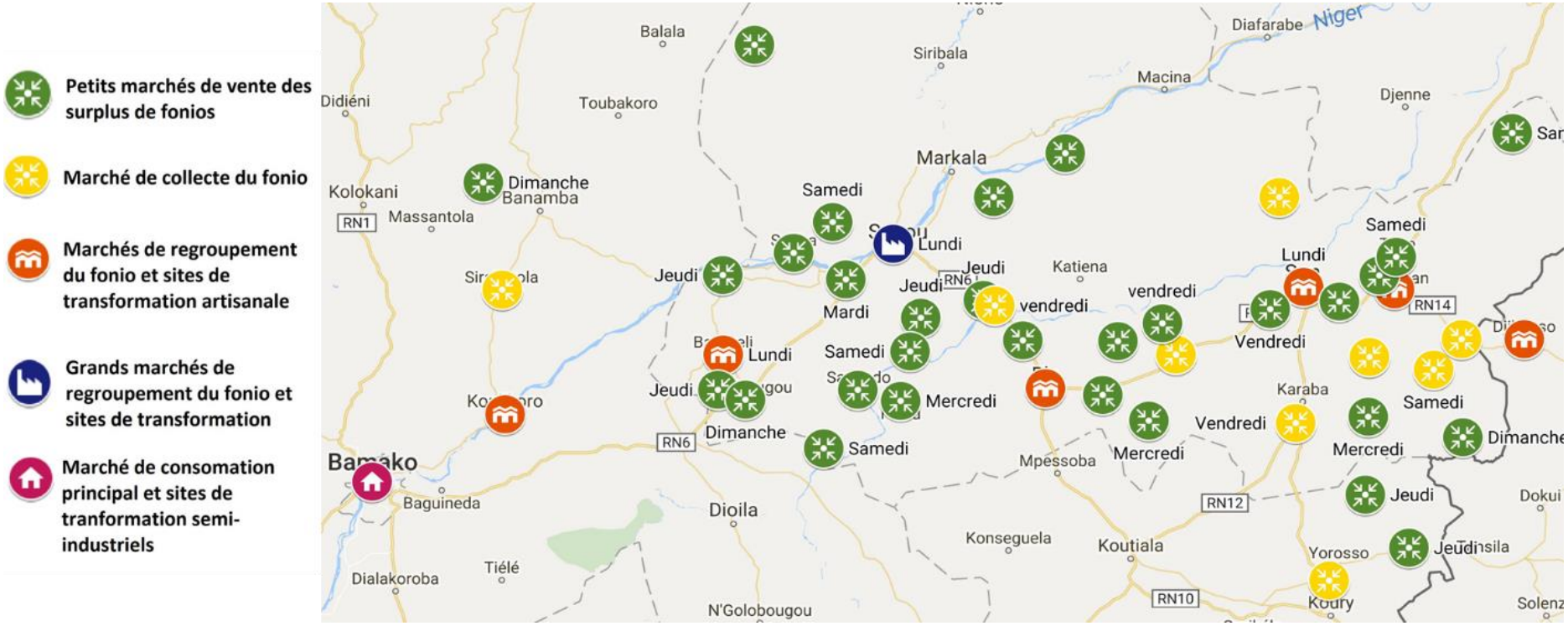
4.1.3 Dans la zone de production

La zone ciblée par le projet correspond à une zone de production de fonio importante. Cette culture est commune pour la plupart des producteurs rencontrés bien qu'elle soit en grande majorité une culture secondaire voire marginale pour les paysans de la région qui vont souvent prioriser d'autres cultures telles que le sorgho ou le mil. Par le passé, le fonio était surtout cultivé pour l'autoconsommation mais aujourd'hui il devient de plus en plus une culture de rente du fait de son prix élevé comparé aux autres spéculations de la région. On notera également que c'est une culture robuste, souvent considérée comme plus résistante aux conditions climatiques difficiles que les autres spéculations. Ces producteurs approvisionnent alors les zones urbaines où le fonio est de plus en plus consommé (bien que la demande reste relativement faible).

Ainsi, les producteurs vont en général conserver une partie de leur récolte pour leur propre consommation et vendre le surplus à des commerçants grossistes ou bien directement à des coopératives ou groupements de transformatrices situées en zone urbaine. La vente des surplus se fait en général au moment de la récolte, peu de paysans stockent leur produit pour le vendre en période de soudure. La majorité des paysans vendent le fonio décortiqué. Le décorticage se fait souvent de manière traditionnelle avec un pilon et un mortier, et, lorsqu'ils sont disponibles, dans des centres de décorticage ruraux, sous forme de groupements ou de coopératives dédiées à la transformation primaire (nettoyage, décorticage). Ces groupements effectuent beaucoup de prestations où les producteurs payent pour décortiquer le fonio et ainsi capter davantage de la valeur ajoutée mais préfèrent continuer de vendre leur production individuellement. Le décorticage/criblage d'un sac de fonio paddy est en général facturé à 4000 FCFA.

De nombreux marchés ruraux se trouvent dans les zones de production et permettent aux producteurs de vendre leur surplus (en vert sur la carte), le produit est par la suite acheminé sur les marchés de collecte ou de regroupement du fonio où les (en jaune et orange sur la carte). Le fonio arrive ensuite au niveau des petits centres urbains où il est transformé par des transformatrices organisées en groupement ou en entreprises individuelles.

Figure 44: Carte des principaux marchés de commercialisation du fonio dans la zone d'intervention



On notera que la production de fonio reste assez faible au vu du potentiel de la zone de projet. De nombreux producteurs rencontrés estiment avoir réduit ou arrêté la production de fonio pour des raisons de marché : il est difficile de trouver des acheteurs proposant des prix assez rémunérateurs. Le marché leur parait lent et incertain, tandis que le procédé de récolte et de transformation est fastidieux et que les enjeux de qualité sont importants pour capter de bons marchés. Aussi, les OP faiblement organisées n'arrivent pas à fédérer les producteurs autour d'un objectif de production en fonction des besoins réel du marché. Cependant, les producteurs et OP rencontrés ont tous affiché leur volonté de s'impliquer et produire d'avantage s'ils trouvaient un marché porteur.

Figure 45: Décortiqueuse appartenant à un groupement de producteur

D'après les enquêtes effectuées, les quantités produites par producteurs sont assez faibles avec **une production moyenne de 600 Kg par producteur** (minimum à 100Kg et maximum à 2 700 kg). Les contraintes rencontrées par les producteurs pour la culture du fonio sont selon eux les faibles rendements (dus en particulier au manque de semences de qualité), la difficulté des opérations de traitement post-récolte nécessitant du matériel adapté pour réduire la quantité de travail et atteindre les exigences de qualité des acheteurs, et enfin le manque de visibilité sur le marché et la difficulté de trouver des acheteurs. On notera le manque de professionnalisation sur cette filière qui n'a jamais bénéficié d'un grand soutien de l'Etat pour se développer.

Les prix du fonio atteint par les producteurs évoluent, pour le paddy, entre 75 F/Kg pour les plus mauvaises années et 325 F/Kg pour les années où le prix est le plus haut. Tandis que le prix du fonio décortiqué évolue en général entre **300 et 500 FCFA/Kg** (certains producteurs ont fait références à des prix exceptionnels allant jusqu'à 750 F/kg, mais cela reste marginal). Notons que cette année un des groupements de transformateurs rencontré (à Diakabougou) a décidé d'établir un prix fixé à 400F après discussion avec les acteurs en aval de la filière.

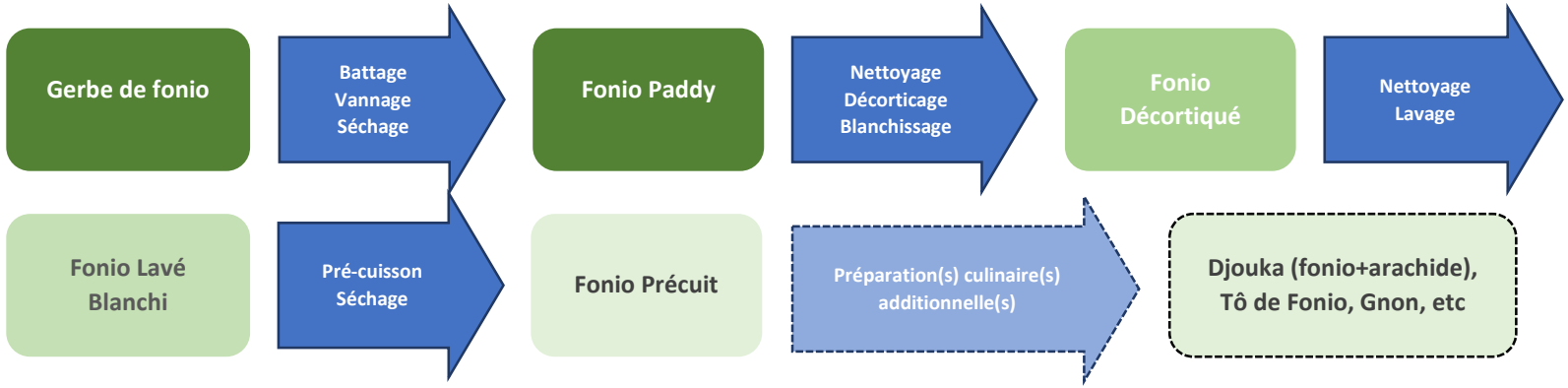
Le Fonio est principalement cultivé pour son apport financier dans les ménages mais aussi pour couvrir les besoins alimentaires surtout en période de soudure. En effet, le prix à l'unité du fonio est plus élevé malgré le rendement faible. Mais surtout, la récolte précoce par rapport à la plupart des céréales permet de subvenir aux besoins des ménages avant la récolte des autres céréales et donc de réduire la période de soudure. C'est aussi une plante résistance qui supporte mieux le manque d'eau par rapport aux autres céréales.

4.2 La chaine de commercialisation

4.2.1 Chaine de Valeur :

Le fonio se commercialise sous différentes formes le long de la chaine de commercialisation. Le schéma ci-dessous détaille les différentes phases de transformation du fonio :

Figure 46:Etapes de transformation du fonio



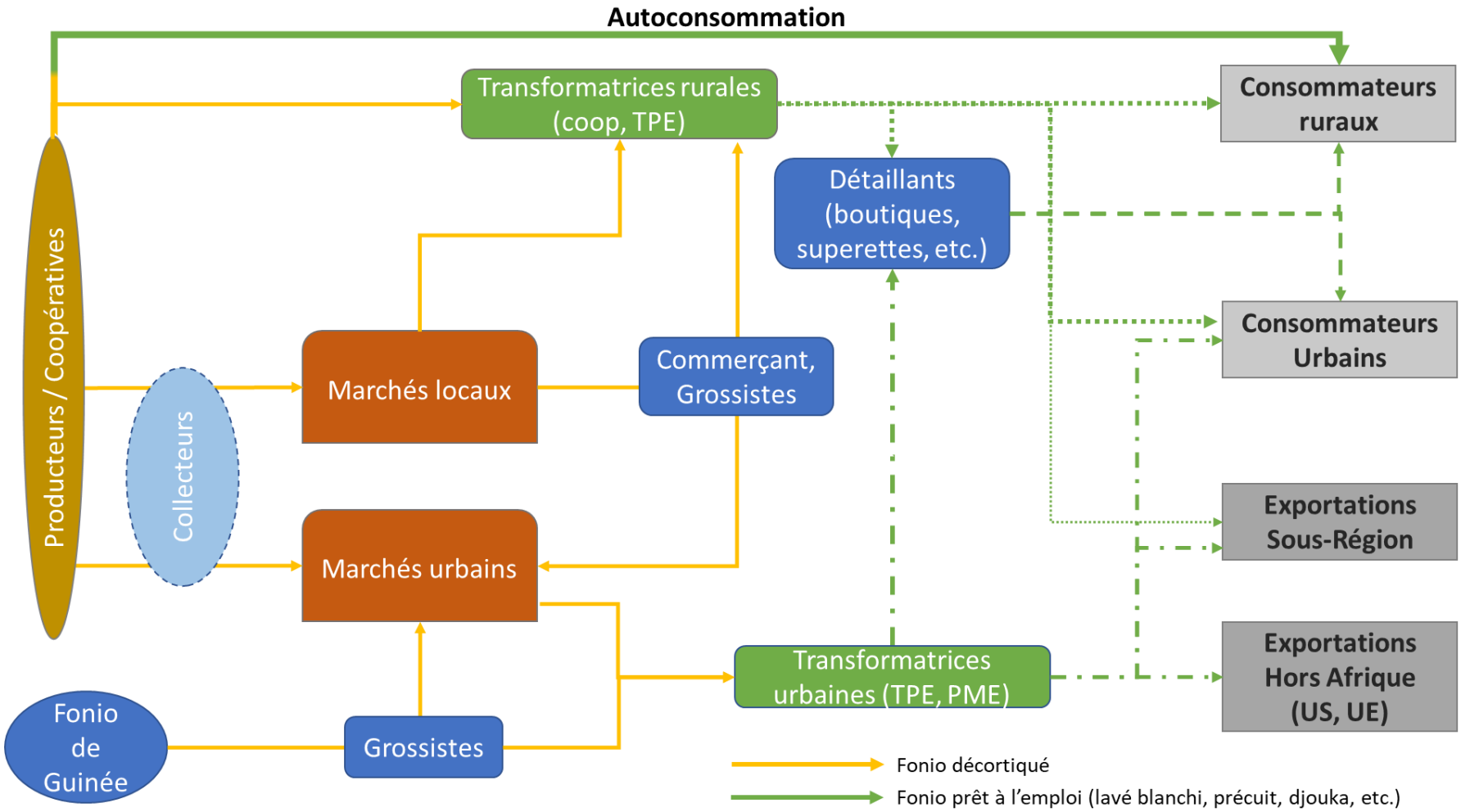
Les producteurs de fonio peuvent vendre leur produit sous forme de paddy ou bien sous forme de fonio décortiqué. De manière générale les producteurs vendent traditionnellement leur production en paddy à des commerçants qui vont faire le décorticage puis revendent le fonio décortiqué. Mais aujourd'hui on note une augmentation de la vente de fonio décortiqué par les producteurs, en particulier dans les zones rurales où sont disponibles des machines de décorticage appartenant à des particuliers ou à des groupements de producteurs. Ces décortiqueuses ont fortement réduit la difficulté du travail et le coût du décorticage ; les paysans ont donc maintenant plus de facilité pour remonter la chaine de valeur et vendre leur fonio décortiqué et capter plus de valeur ajoutée. On note que la très grande majorité des producteurs de fonio vendent leur production individuellement même s'ils utilisent des moyens de productions mis en commun.

Les producteurs ou groupements de producteurs vendent leur produit soit à des commerçants par leurs collecteurs, soit directement à des transformatrices qui achètent leur produit en direct avec eux afin d'accéder à de meilleurs prix. Le transport jusqu'au site de transformation peut être organisé soit par les producteurs soit par les transformatrices selon les termes de leurs transactions. La grande partie des chargements en zone rurale est transportée par charrette ou bien si la quantité est importante (très rare), le transport est effectué par des camions de 10T. Les transformatrices rencontrées s'approvisionnent à la fois

en direct avec des producteurs quand elles en ont l'opportunité, mais de manière plus courante, elles s'approvisionnent sur les marchés de regroupement auprès de commerçants semi-grossistes qui collectent le fonio parmi d'autres céréales.

Le schéma ci-dessous détaille la chaine de commercialisation du Fonio, et les liens entre ses acteurs :

Figure 47: Chaine de commercialisation du Fonio



On observe que les circuits de commercialisation en zone rurale et sur les marchés urbains sont bien distincts. La filière est organisée autour des transformatrices (précuit et juka) qui constituent une étape charnière pour la commercialisation du fonio. Cependant, il est important de noter que la consommation en milieu rural est indépendante de cette chaine car les paysans continuent de consommer leur production et de transformer eux-mêmes le fonio. Les petites unités artisanales situées dans les chefs-lieux des zones de production sont relativement nombreuses (plusieurs dizaines à l'échelle de Ségou, une dizaine dans les autres chefs-lieux), on trouve des unités dans la plupart des petites villes et moyennes villes des zones de production. Ces dernières vont alors fournir majoritairement en produit finis les consommateurs de leur ville dans la périphérie du site de transformation. Mais ces unités peuvent parfois, selon les opportunités, approvisionner les grandes agglomérations comme Bamako ou même exporter des chargements vers les grandes villes des pays voisin. Quelques transformatrices exportent en particulier vers le Sénégal, majoritairement sous forme de petits chargements de 500 Kg transportés de manière informelle avec d'autres produits transformés jusqu'à Dakar (véhicules de particuliers ou par le bus). Le passage de la frontière est assez simple mais engendre en général des « faux frais » de l'ordre de 50 000 FCFA/véhicule ou chargement.

Les transformatrices des chefs-lieux de cercle et celles de Bamako se font concurrence et cherchent, en partie, à toucher les mêmes consommateurs de la classe moyenne bamakoise qui sont le plus important marché d'écoulement de la part de la production commercialisée. Les transformatrices de Bamako peuvent difficilement atteindre les consommateurs des chefs-lieux car elles ne sont pas assez compétitives par rapport aux transformatrices locales (surcoût du transport). Ainsi, pour élargir leur clientèle les transformatrices urbaines les mieux organisées et les plus performantes cherchent à atteindre de nouveaux marchés à l'international. Elles exportent alors vers le Sénégal et la Côte d'Ivoire, mais aussi pour certaines rares sociétés vers l'Europe et les Etats Unis.

Figure 48: Sachet de Djouka venant d'une unité artisanale

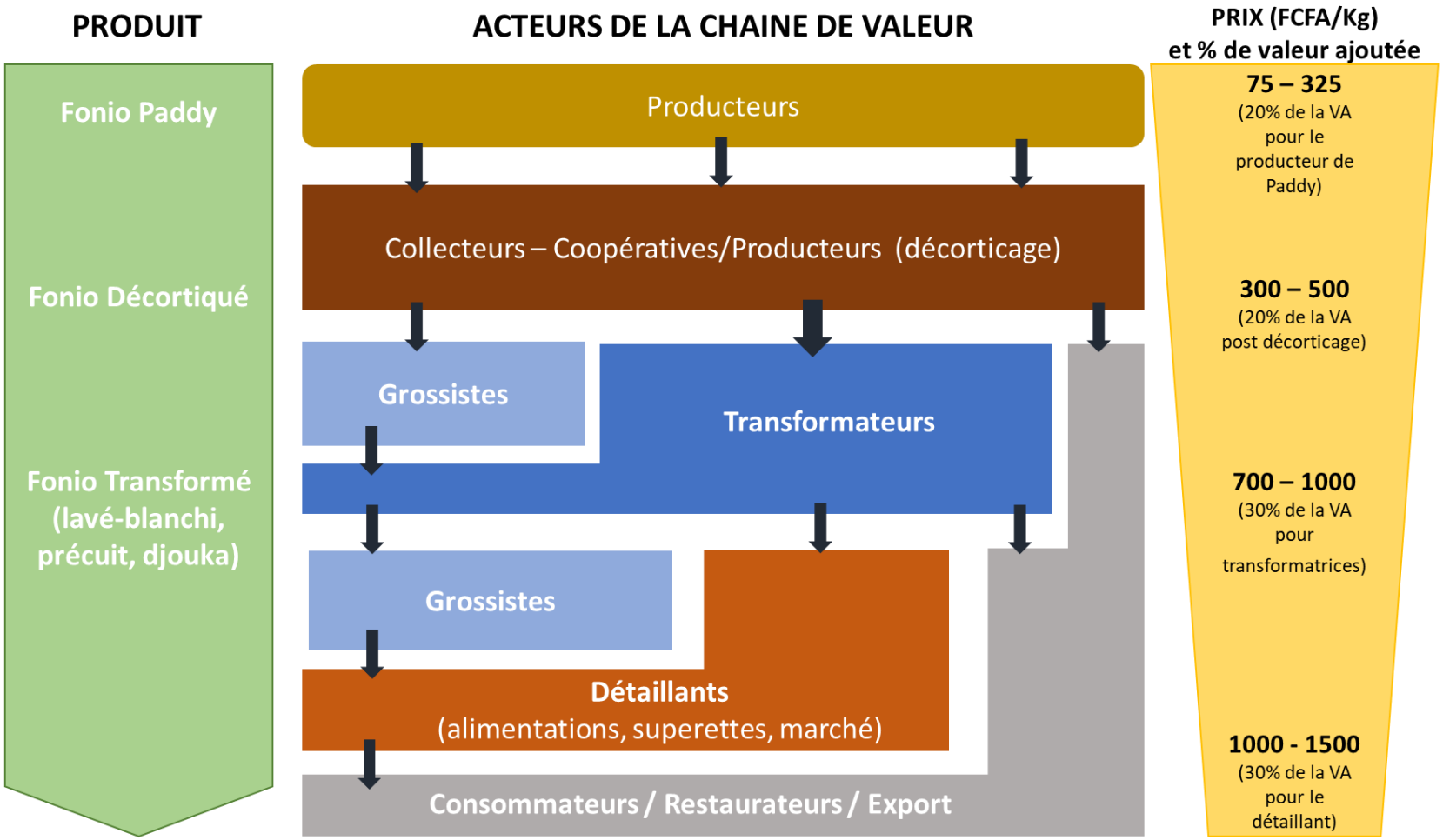
Figure 49: Sachet Fonio précuit venant d'une unité de transformation semi-industrielle

Les transformatrices ne se différencient pas en termes de produits. En effet, la totalité des transformatrices rencontrées produisent trois produits à base de Fonio : le fonio lavé blanchi, le fonio précuit et le djouka (mélange Fonio-Arachide). Notons que le fonio précuit est le produit le plus apprécié que ce soit en zone urbaine ou dans les petites villes rurales car il est plus rapide à préparer.

On notera que la majorité des transformatrices vendent leur produit à des détaillants comme les superettes ou les boutiques d'alimentation générale, mais aussi directement aux consommateurs à travers des magasins regroupant plusieurs transformatrices (magasin de groupement ou magasin coopératif). Elles peuvent également livrer directement leurs produits aux clients quand il s'agit de commandes ponctuelles. Enfin, pour les transformatrices artisanales une partie de leur vente se fait également directement à leur domicile. Les ventes de produits auprès de grossistes sont plus rares et sont souvent restreintes à Bamako ou à des marchés exports.

Au niveau de l'approvisionnement, on remarque que la grande majorité du fonio présent sur la chaine de commercialisation est produit au Mali, cependant une partie du Fonio qui se trouve sur le marché provient de Guinée, en particulier lors de la période la plus éloignée des récoltes (Mars à Aout) où les stocks de fonio sont très rares au Mali. Le fonio décortiqué guinéen est facile à trouver sur les marchés à Bamako. La chaine d'approvisionnement est bien structurée, plusieurs grossistes importent le fonio guinéen. Le détail de la chaine de valeur fonio se retrouve dans le schéma ci-dessous :

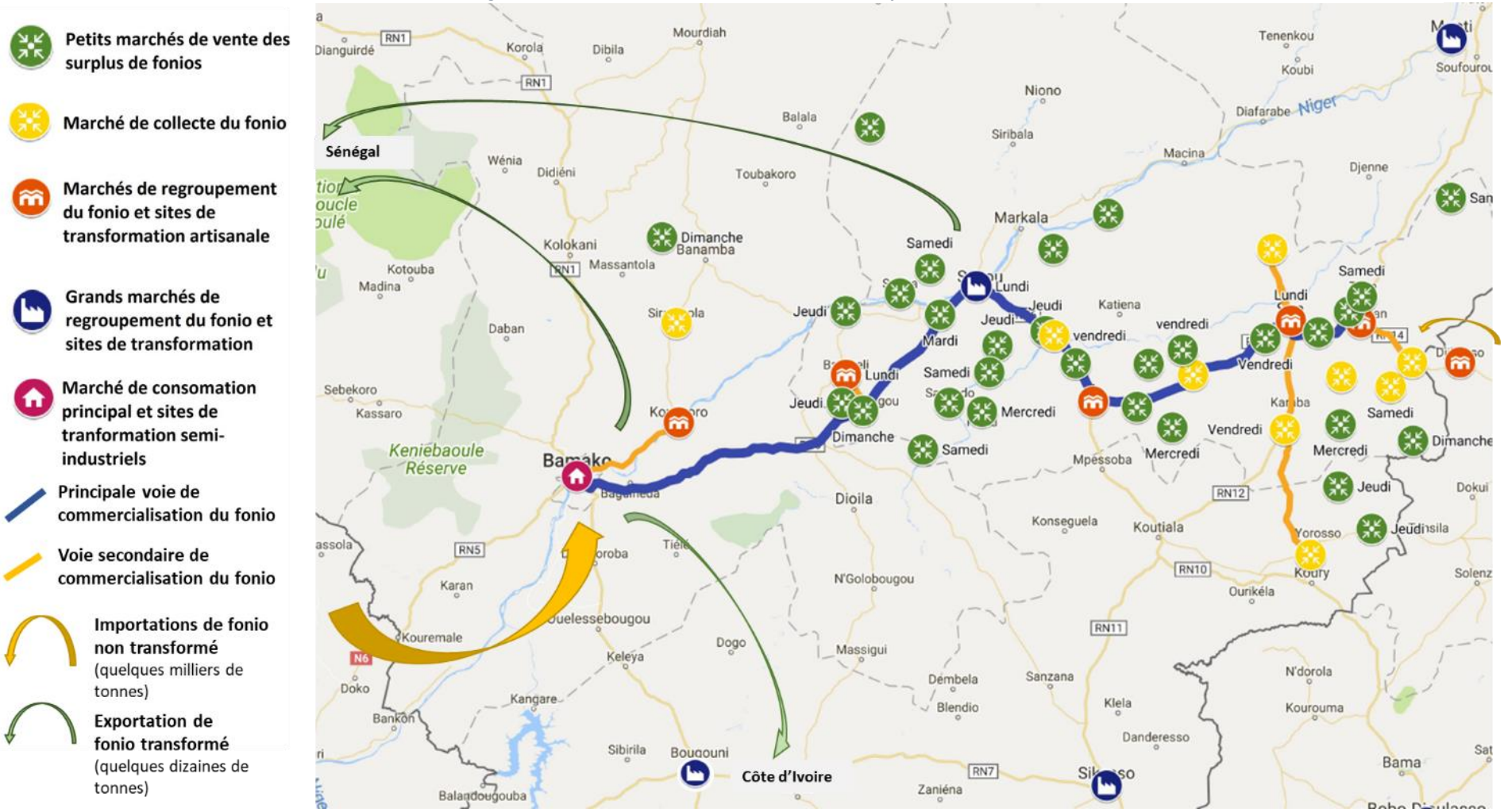
Figure 50: Chaine de valeur Fonio au Mali



4.2.2 Circuits géographiques

La chaine de commercialisation est représentée de manière géographique dans la carte ci-dessous :

Figure 51: Carte de la chaine de commercialisation du fonio



On observe sur cette carte que les voies de commercialisation relient majoritairement la zone de production et Bamako qui est le plus grand marché de consommation du fonio. Le fonio atteint Bamako sous forme décortiqué et il y est transformé par les transformatrices situées autour de la capitale, et également sous forme prêt à l'emploi lorsqu'il a été transformé près des zones de production (ex : Ségou, Bla, San, Baraouéli). Les flux de fonio prêt à l'emploi en direction de Bamako sont surtout effectués avec de petits chargements de quelques centaines de kilo le long de l'itinéraire bleu sur la carte. Le fonio décortiqué peut, lui, être transporté en plus grande quantité et des chargements de plusieurs tonnes sont courants sur cet axe de commercialisation.

On note qu'un flux conséquent de fonio décortiqué arrive à Bamako en provenance de Guinée. Ce flux est d'une grande importance en contre saison lorsqu'il est difficile de trouver du produit au Mali. Notons que le fonio Guinéen bénéficie d'une réputation de bonne qualité car plus blanc, plus homogène et avec moins de grains de sables et qu'il est souvent échangé à des prix plus élevés que le fonio local (meilleure qualité et transaction en période de faibles stocks). D'après les entretiens avec les acteurs de la filière, en particuliers les commerçants et transformatrices de Bamako, nous estimons que la quantité de fonio importé depuis la Guinée se situe autour de 5000 tonnes/an.

On observe également un petit flux de fonio décortiqué en provenance du Burkina Faso, principalement en provenance du marché de Djibaso, qui est un marché de regroupement important prêt de la frontière. Ce flux reste cependant faible et les transactions n'apparaissent qu'au moment de la période de récolte. Le fonio burkinabè est acheté par les grossistes de l'Est du Mali prêt de la frontière de manière indifférente par rapport au fonio local.

Les flux de fonio transformé en direction de la Cote d'Ivoire et du Mali sont assez faibles et correspondent à plusieurs dizaines de tonnes voire, au maximum, quelques centaines. Il est donc important de noter que le Mali est un importateur net de fonio, s'appuyant sur la production guinéenne pour fournir son marché national en période de manque mais également en période de récolte pour le marché de Bamako. On notera également que certaines transformatrices de la zone de Bamako achètent du fonio guinéen toute l'année car elles ont de bonnes relations avec les grossistes venant de guinée et que la qualité est selon elles meilleure et régulière sur l'année.

4.2.3 Evolution des prix

L'analyse de l'évolution des prix en ce qui concerne le marché du fonio n'est pas simple car il n'existe pas d'historiques ou de bases de données sur les prix pratiqués au Mali ou dans le reste de la sous-région. Quoi qu'il en soit une analyse qualitative est possible sur la base des enquêtes effectuées et des informations récoltées auprès des différents acteurs de la chaine de valeur.

En ce qui concerne la volatilité des prix du fonio, il existe une forte saisonnalité suivant les mêmes tendances chaque année. Les prix sont au plus bas au moment de la récolte où de grandes quantités de produits sont commercialisées, puis la tendance est haussière jusqu'à la période de manque pendant l'hivernage lorsqu'il n'y a que très peu de produits en circulation.

On notera que d'après les producteurs la variabilité du prix du fonio paddy ou du prix fonio décortiqué est assez faible d'une année à l'autre, hormis lorsque des conditions climatiques particulièrement difficiles affectent fortement la production. Les prix les plus hauts qui ont été atteints pour le fonio décortiqué était de 500 FCFA/Kg en 2016. Un prix aussi élevé a fortement affecté l'activité des transformatrices (précuit et djuka) qui ont des fonds de roulement limités et qui ont pour la plupart réduit leur volume d'activité et/ou se sont approvisionnées en fonio guinéen à moindre prix.

Une variabilité liée à la qualité du fonio est également observée. En effet, la qualité du traitement post récolte (nettoyage, décorticage en particulier) impacte fortement le travail des transformatrices et la qualité du produit fini. Ainsi on observe des décotes jusqu'à 20% en cas de mauvaise qualité. Cette tendance s'accentue depuis quelques années avec l'amélioration générale du traitement post récolte au Mali (développement des décortiqueuses, sensibilisation à la qualité).

En effet, la volatilité des prix en aval de la filière est beaucoup moins importante et les transformatrices font rarement évoluer le prix des produits finis en fonction du prix du fonio décortiqué. Le fonio étant déjà une céréale chère en comparaison des autres céréales consommées dans la région, les consommateurs ne sont pas prêts à accepter une hausse des prix et se détournent de cette céréale en cas de trop forte hausse des prix. De même, les restaurateurs rencontrés lors des enquêtes proposant du fonio ne font jamais varier le prix du plat de fonio car les consommateurs ne l'acceptent pas. Ils assument ainsi eux-mêmes la différence de marge si le prix du fonio augmente comme les transformatrices.

La variabilité du prix des produits finis se trouve surtout sur le type de transaction effectuée par les transformatrices le long de la chaine de commercialisation : elles adaptent leur prix selon qu'elles vendent à des grossistes, à des détaillant ou directement au consommateur. Ainsi, on peut observer une différence de prix allant jusqu'à plus de 40% entre les ventes à des semi-grossiste de plusieurs tonnes et les ventes au détail qui se font généralement au kilo. Ainsi, en période de prix élevés, les transformatrices vont avoir tendance à favoriser la vente directe de leur produit afin de capter le maximum de valeur ajoutée. Dans ce cas, les volumes traités sont moins importants car elles n'ont plus la trésorerie suffisante pour s'approvisionner en fonio décortiqué et elles réduisent leurs transactions avec les semi-grossistes.

Le tableau ci-dessous résume les différents prix relevés lors des enquêtes sur le terrain pour les différents produits observés

Figure 52: Variation des prix du fonio par types de produits commercialisés

Prix en FCFA/Kg			
	Min	Max	Ecart entre prix min et max
Fonio paddy	75	325	333%
Fonio décortiqué	250	500	100%
Fonio lavé blanchi	700	1000	43%
Fonio précuit	900	1250	39%
Djouka	1300	1500	15%

Enfin, notons que la forte présence du fonio guinéen sur le marché malien a une forte tendance à stabiliser les prix. En effet, même si le fonio guinéen est plus cher que le fonio local, la facilité d'approvisionnement en Guinée où le produit se trouve en plus grande quantité, engendre un plafonnement de fait du prix du fonio local en dessous du fonio importé de Guinée.

En ce qui concerne l'accès à l'information sur le marché du fonio en général, les acteurs de la filière ne bénéficient d'aucun système d'information leur permettant de suivre l'évolution des prix. La diffusion d'informations se fait à travers la communication directe entre les acteurs de la chaines (sondages auprès des commerçants de confiance et comparaisons sur le marché). On note donc un faible accès à l'information aussi bien sur les disponibilités que sur la demande ou sur les prix.

On notera que dans une volonté de donner de la visibilité sur le marché et de stabiliser les prix, certains centres de décorticage fixent le prix du fonio décortiqué en début de campagne par consultation avec les acteurs en aval de la filière. Le groupement de décortiqueurs rencontré à Diagobougou avait cette année fixé son prix à 400F/Kg et il conserverait ce prix jusqu'à l'hivernage (épuisement de leur stock à décortiquer). L'année précédente, ils avaient fixé leur prix à 500F/kg car la récolte était assez médiocre. Mais ils ont alors perdu plusieurs clients car les transformatrices ne pouvaient pas acheter à ce prix-là. Ce mécanisme permet donc une certaine autorégulation du prix grâce au choix d'un prix fixe négocié pour toute la campagne. Notons cependant que le niveau de vente groupée reste très faible mais que ce mécanisme de prix fixé est appliqué par les paysans venant faire décortiquer leur fonio même de façon individuelle. De telles initiatives permettent d'améliorer la confiance entre les acteurs de la filière, de stabiliser les prix et de donner de la visibilité aussi bien aux producteurs qu'aux commerçants et transformateurs.

4.2.4 Risques et contraintes commerciaux

- La qualité

D'après les enquêtes effectuées auprès de tous les acteurs de la filière, la contrainte commerciale majeure se trouve au niveau de la qualité du produit. En effet, le fonio est un produit dont la qualité est très variable et impacte fortement les activités en aval de la chaine.

Lorsque l'on parle de qualité du fonio, on parle en général du fonio décortiqué et de la qualité du décorticage ainsi que la qualité du battage et vannage qui l'ont précédé. Un fonio est bien décortiqué si : la totalité des grains ont bien été décortiqués, le fonio est bien clair, le taux de corps étrangers est faible (très gros problème avec les grains de sable qui sont d'une taille similaire au grain de fonio). Il est bon de noter que les acteurs de la filière considèrent que la qualité s'est améliorée sur les dernières années, mais qu'elle peut et doit encore être améliorée.

La qualité est un élément fondamental dans la stratégie d'approvisionnement des transformatrices. En effet, un produit de mauvaise qualité peut demander jusqu'à deux fois plus de travail de lavage pour arriver au même produit final, augmentant alors drastiquement les coûts de transformation (nombre de lavages du fonio pouvant varier de 3 à 10 répétitions selon la qualité du produit). Ces couts ne pouvant pas être augmentés indéfiniment, la qualité du produit final peut être impactée. On trouve aujourd'hui de façon récurrente des sachets de fonio prêts à l'emploi avec une quantité de sable non négligeable, cela impacte fortement la capacité de fidélisation de la clientèle.

Notons que le fonio a souffert pendant très longtemps d'une réputation de « céréale du village » ou « céréale du pauvre » car elle était consommée presque exclusivement en zone rurale. Aujourd'hui le développement des marchés urbains se fait sur une valorisation des qualités nutritionnelles et de la facilité de digestion du fonio, ce qui a changé l'image de cette céréale et généré une demande croissante pour un produit de qualité de la part des consommateurs urbains.

- Le financement :

Une autre des contraintes majeures se trouve au niveau du financement. En effet, au niveau des coopératives, il existe un manque de fond de roulement important qui est la première raison du manque de ventes groupées car les paysans ont souvent des besoins de trésorerie urgents et ne souhaitent pas fonctionner selon un schéma de dépôt-vente.

En ce qui concerne les transformatrices artisanales, elles présentent également d'importantes difficultés pour financer leur activité. En raison de la faiblesse de leur fond de roulement, de nombreuses transformatrices fonctionnent en flux tendu et s'approvisionnent en fonio décortiqué à la semaine ou par quinzaine. Cette incapacité à créer un stock les poussent à subir fortement la montée des prix lors de la période de manque de produit (à partir de février/mars). Elles peuvent même faire face dans cette période à de réelles difficultés d'approvisionnement car les stocks de produits sont extrêmement

réduits. Parmi les transformatrices interrogées pendant les enquêtes, plus de la moitié ont exprimé le besoin d'un soutien dans l'accès au financement de leur fond de roulement. Notons que 25% des transformatrices interrogées bénéficiaient déjà d'un prêt pour financer leur activité (tous les prêts ont été faits auprès de la BNDA - Banque Nationale de Développement Agricole). Ces dernières souhaitent toutes pouvoir augmenter la taille de ce prêt pour suivre le développement de leur activité. Les retours des transformatrices vis-à-vis des frais financiers sont bons en général. Elles n'ont pas de problème avec le fait de devoir payer des intérêts (parfois importants) et souhaitent surtout pouvoir augmenter le volume d'argent emprunté.

- Manque de visibilité du marché et rigidité de la demande

La dernière contrainte commerciale majeure pour la filière fonio est le manque de visibilité sur le marché et la difficulté des acteurs à s'adapter à des périodes de demande importante mais aussi à faire face à une concurrence croissante entre eux. Ce sujet touche particulièrement les transformatrices qui commercialisent du Djouka. En effet, du fait de son mélange avec l'arachide, le Djouka est un produit nettement plus périssable que le fonio mais pour lequel il est compliqué de planifier les stocks en accord avec le niveau de demande. Plusieurs transformatrices nous ont signifié avoir perdu des stocks de Djouka qui avaient atteint leur date de péremption. A l'inverse, toutes les transformatrices interrogées ont dit avoir raté des opportunités de marché car elles ne pouvaient pas répondre à la demande avec les stocks de produits qu'elles avaient sur le moment. Cet enjeu est donc à rapprocher de celui du financement permettant de faire des stocks de fonio décortiqué.

Ce problème de manque de visibilité vient également d'un manque crucial de communication et d'organisation entre les acteurs de la filière. Ce déficit d'organisation et la multiplicité des acteurs sur la filière provoque une faible visibilité des acteurs sur les opportunités de ventes et l'importance de la concurrence sur chaque marché.

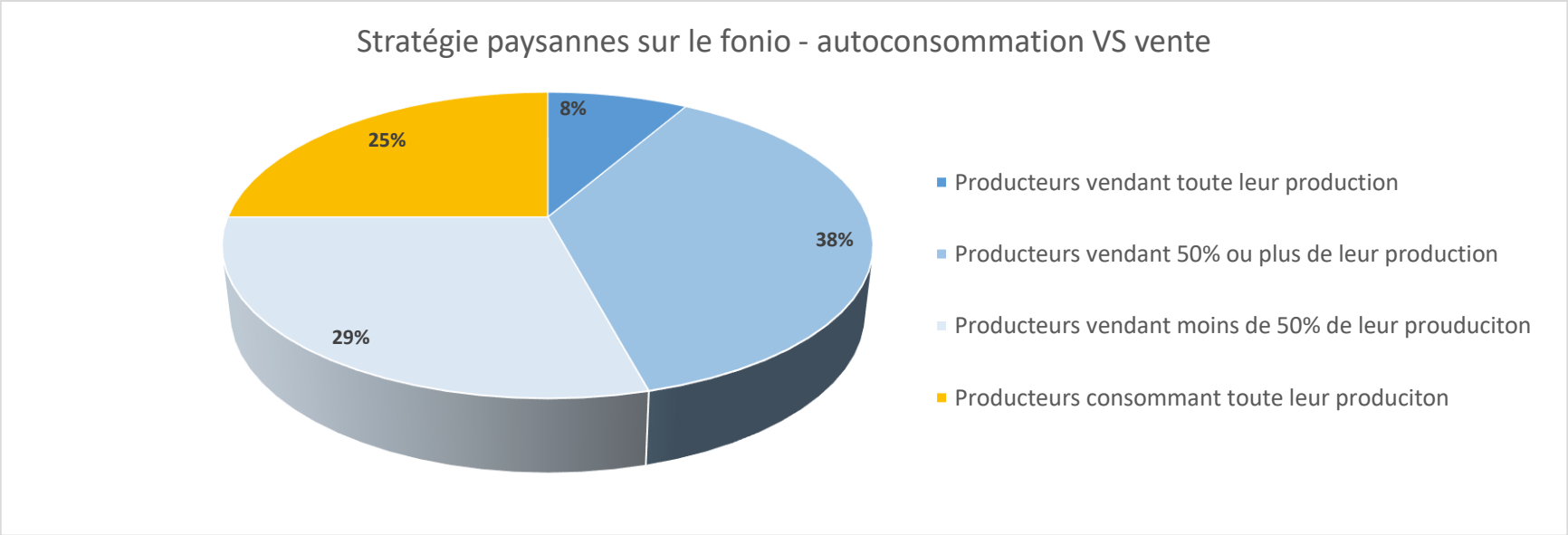
On notera que de manière générale les acteurs de la filière considèrent la demande assez rigide et ne voient que peu de croissance de leur vente. La multitude des acteurs de la filière permet de diversifier et multiplier les opportunités d'affaires mais la croissance de la demande s'accompagne d'une hausse du nombre d'acteurs pratiquement aussi rapide. Ainsi, il y a un manque réel de fidélité et de stabilité dans les relations commerciales entre les différents maillons de la chaine de commercialisation, ce qui participe au manque de visibilité sur le marché et d'efficacité de la chaine de commercialisation.

4.3 La demande

4.3.1 En zone rurale

La demande en fonio est fortement concentrée en zone rurale où elle est historiquement une céréale de consommation commune et une des productions les plus anciennes de la région. Ainsi, la majeure partie de la production malienne reste toujours autoconsommée par les producteurs eux-mêmes et donc en dehors de la chaine de commercialisation classique. On notera, comme dit plus haut dans cette étude, que la part de fonio cultivé en tant que culture de rente est en augmentation bien qu'elle reste aujourd'hui minoritaire. La tendance pourrait s'inverser. On observe dans la figure 52 ci-dessous, d'après les entretiens menés pour cette étude auprès des producteurs de fonio, que 25% des producteurs cultivent du fonio pour leur simple consommation familiale tandis que seuls 8% des producteurs cultivent du fonio simplement comme culture de rente. Ainsi, 67% des producteurs cultivent du fonio pour l'autoconsommation et revendent également leur surplus de production (ils sont 29% à vendre moins de la moitié de leur production et 38% à vendre plus de la moitié). Ainsi la culture de fonio reste tournée majoritairement sur l'autoconsommation mais la vente prend une place dans les stratégies des producteurs. Ce produit évolue donc du statut de culture vivrière vers un statut de culture vivrière marchande comme le riz et le mil.

Figure 53: Comparaison des stratégies paysannes d'autoconsommation et de vente du fonio



Lorsque l'on réfléchit non plus en termes d'effectifs mais plutôt en termes de part moyenne de la récolte dédiée à chaque type d'utilisation par les producteurs de la zone de projet, on observe qu'en moyenne 60% de la production est autoconsommé alors que seulement 35% est vendue (5% de la production étant conservée pour les semences).

Cependant cette moyenne ne rend pas compte de la disparité de stratégies selon les zones de productions. En effet, comme le montre la figure 53 ci-dessous, les cercles de Baraoueli, Tominian ou Yorosso sont majoritairement tournés vers l'autoconsommation avec plus de 50% de la production autoconsommée. A l'inverse les cercles comme Ségou, Bla et San voient une part plus importante de la production dédiée à la vente. Ainsi on peut voir que dans les zones où l'on trouve des villes de tailles conséquente et donc des marchés de regroupement et de consommation plus importants, il y a une tendance claire a la vente du fonio pour répondre à la demande des villes de zones rurales. On peut penser que la tendance ira en s'accentuant au fur et à mesure du développement des centres urbains. De plus, les habitudes d'autoconsommation ont tendance à se tourner vers des cultures plus simples que le fonio, qui demandent en particulier un travail important de transformation, particulièrement fastidieux lorsque l'on doit nourrir une famille nombreuse comme c'est souvent le cas en zone rurale.

Figure 54: Stratégie d'utilisation des récoltes de fonio - moyenne sur la zone de projet

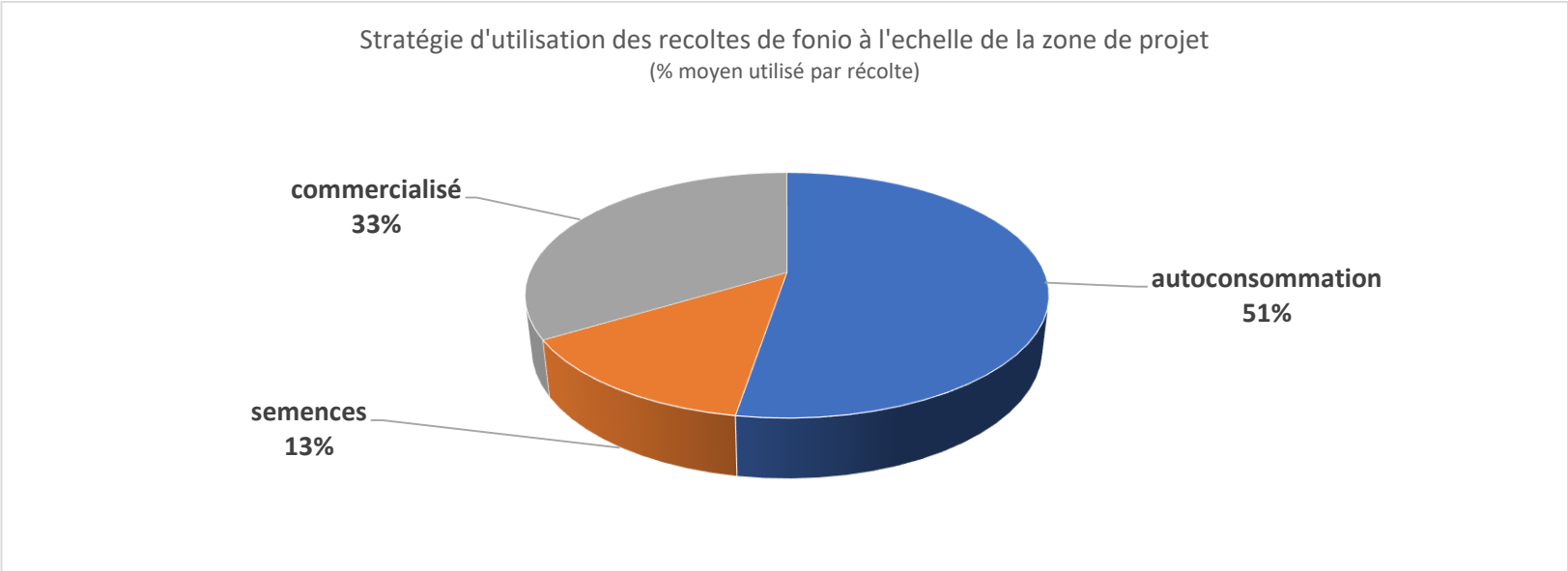
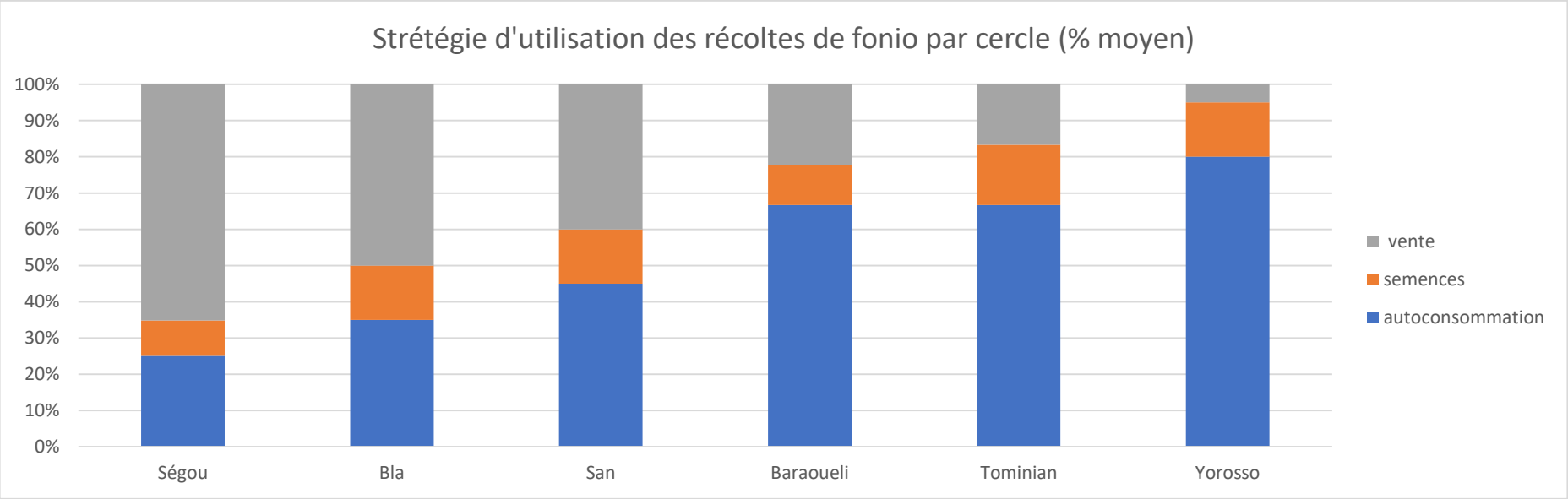


Figure 55: Stratégie d'utilisation des récoltes de fonio par cercles



Ainsi la demande « apparente » en zone rurale est assez faible du fait de la forte proportion d'autoconsommation. Cependant, la demande dans ces zones est tirée par les villes moyennes et grandes où la consommation de fonio est courante et dont la démographie en hausse pourrait faire augmenter la demande dans les prochaines années. Quoi qu'il en soit, rappelons que le fonio n'est pas consommé de manière quotidienne par les populations rurales ou des petites villes, c'est un produit cher, consommé occasionnellement avec un pic de consommation en période de fêtes.

4.3.2 Au niveau urbain local

L'augmentation des petites unités de transformation est à l'image d'une demande croissante. Ces unités assurent la transformation en fonio prêt à l'emploi (Blanchi lavé, précuit) réduisant ainsi au maximum la complexité de préparation du fonio. Ainsi la consommation du fonio en zone urbaine a connu un essor important et il est aujourd'hui considéré comme un aliment commun, bien que consommer de manière occasionnelle. C'est en particulier ses caractéristiques nutritionnels et ses bénéfices pour la santé qui a permis de développer sa consommation auprès des clients urbains (conseiller pour lutter contre le diabète

ou l'obésité). De plus, l'émergence d'une classe moyenne urbaine accompagne de l'augmentation de la consommation de cette céréale qui reste chère en comparaison des autres.

Une partie des unités de transformation rencontrées estiment ne pas satisfaire la demande. Ils considèrent que la production nationale ne suit pas l'évolution des habitudes alimentaires. Comme dit plus haut dans l'étude, il existe un réel manque de communication et d'organisation de la filière qui ne permet souvent pas aux transformateurs de trouver les quantités de produit nécessaires pour répondre à la demande de leur client. A l'inverse l'autoconsommation du fonio reste courante, en partie parce que les producteurs ont des difficultés à trouver des acheteurs pour leurs produits.

Malgré les discours de forte croissance de la demande portés par certains transformateurs et commerçants au niveau de Bamako, il est important de noter que le niveau de commercialisation du fonio n'a que peu augmenté ces dernières années et la croissance de la demande reste faible. Les plus gros transformateurs situés à Bamako cherchent aujourd'hui à développer des filières à l'export pour justement combler la suroffre de produits à base de fonio sur le marché local.

On notera tout de même que le plus grand potentiel de croissance de la demande en fonio se situe au niveau des villes et en particulier des grandes agglomérations comme Bamako. En effet le premier marché de consommation du fonio reste Bamako et la professionnalisation constante des transformateurs de fonio, dont les plus structurés proposent maintenant une gamme de fonio distribué en supermarché avec un packaging travaillé et reconnaissable, attire les consommateurs de la classe moyenne. La qualité du produit est de plus en plus homogène tout au long de l'année et les qualités nutritionnelles du produit sont connus des consommateurs. On peut donc espérer que la demande continue de grandir dans les prochaines années si les standards de qualités du produit continuent de s'améliorer et que des efforts de promotion du fonio sont mis en œuvre.

On notera que les restaurateurs proposant du fonio à leur menu restent minoritaires et s'ils en proposent c'est souvent la spécialité de l'établissement. Il est peu probable que la croissance de la demande vienne des restaurateurs et on observe justement de plus en plus de consommation de fonio à domicile grâce au développement des produits faciles à préparés comme le fonio précuit. Quoi qu'il en soit la présence de plus en plus commune du fonio dans les habitudes alimentaires pousseront également les restaurateurs à proposer d'avantage ce plat.

Enfin, nous noterons qu'il existe une demande spécifique, en particulier à Bamako, de fonio en provenance de Guinée car il bénéficie d'une meilleure réputation en termes de qualité (la transformation est mieux maitrisée en guinée, ou les avancées technologiques pour traitement des grains de fonio ont connu un meilleur développement qu'au Mali). On peut donc penser que des campagnes de sensibilisation pour promouvoir le fonio local pourrait impacter positivement la demande de fonio local à Bamako et récupérer quelques parts de marchés contrôlées par le fonio Guinéen.

4.3.3 Au niveau international

- **Dans la sous-région :**

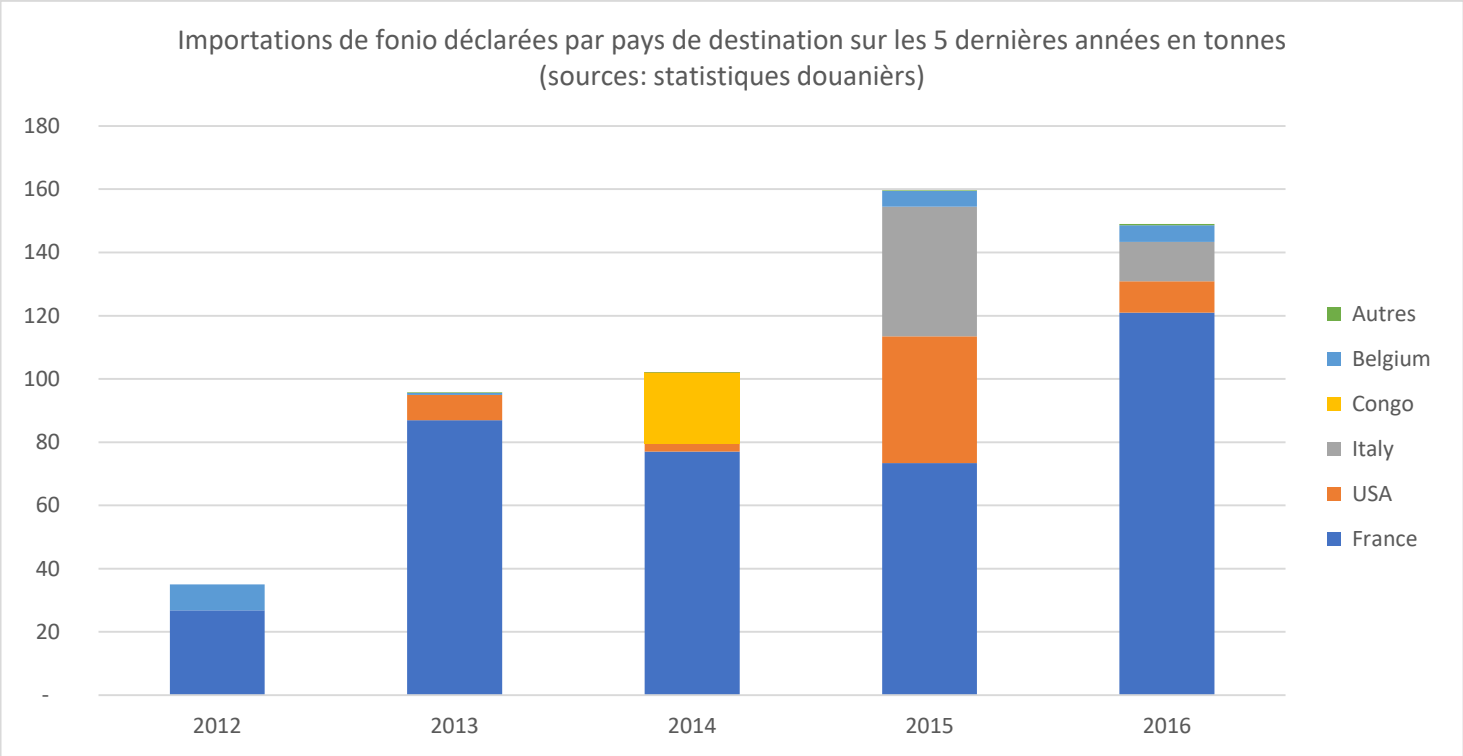
La demande au niveau international présente un potentiel de croissance intéressant. Tout d'abord, auprès des pays de la sous-région dont la production de fonio est réduite et la demande grandissante : en particulier le Sénégal et la Côte d'Ivoire. Ces deux pays ont, en effet, une production de fonio nationale avec une demande déjà existante pour ce type de produit. L'exportation de fonio prêt à l'emploi vers les grandes agglomérations comme Abidjan ou Dakar présente un fort potentiel. En effet, ce ne sont pas les zones de consommation historiques du fonio mais l'émergence claire d'une classe moyenne dans ces deux villes à la démographie galopante pourrait représenter un débouché important pour un produit « nouveau » dont les qualité gustatives et nutritionnelles intéressent cette branche spécifique de la population. De plus, les canaux d'exportation du fonio vers ces deux pays existent déjà, en particulier vers le Sénégal. Nous avons rencontré lors de notre étude, de nombreuses transformatrices aussi bien artisanales que semi-industrielles qui exportent déjà des quantités non négligeables de fonio vers le Sénégal (jusqu'à 25% de leur production pour certaines). En ce qui concerne la Côte d'Ivoire, et Abidjan en particulier, deux transformatrices nous ont fait part de leur volonté de développer leurs exportations vers cette destination car elles y voyaient un potentiel de développement important.

- **Exportations Hors de l'Afrique de l'Ouest**

Les derniers marchés avec un fort potentiel de croissance sont les marchés hors de l'Afrique de l'Ouest. En effet, il existe un canal d'exportation existant entre le Mali et des pays importateurs européens ou américains. Comme le montre les données douanières sur les 5 dernières années compilées dans la figure XX, ce flux d'exportation reste tout à fait marginal et se compte aujourd'hui en dizaines de tonnes. Le plus grand importateur est aujourd'hui la France avec près de 120 tonnes importées en 2016. Même si ces exportations sont réduites, elles sont en croissance sur les 5 dernières années.

Le fonio est une céréale à fort potentiel en Europe et aux Etats Unis, grâce en particulier au développement important du marché des produits sans gluten, mais aussi grâce à ces qualités nutritionnelles reconnues et a l'originalité du produit qui peut plaire aux consommateurs en recherche de nouveauté. A la condition que les normes d'hygiène et de sécurité des unités transformations maliennes s'alignent avec les exigences des marchés européens et américains, il est envisageable que le fonio fasse une entrée reconnue sur les étals de certaines épiceries occidentales. Plusieurs marques dont la culture est basée sur la nutrition, la santé et le bio pourrait être intéressées pour intégrer le produit dans leur gamme. Il existe déjà des marques proposant du fonio mais celle-ci restent aujourd'hui de petite envergure (exemples : Gaia, Keial). Notons que le pays d'approvisionnement de ces marques est très majoritairement le Burkina Faso ou des programmes de certification et d'amélioration des normes ont été mis en place par le passé, rassurant ainsi les partenaires européens et ouvrant des opportunités de marché dans les pays du Nord.

Figure 56: Importations de fonio par pays hors Afrique de l'Ouest



Cependant, on notera que la publicité faite au fonio sur ce segment de marché a été importante, et pourtant l'avenir radieux que l'on prévoyait pour la céréale dans les années à venir peine toujours à se concrétiser. Annoncé comme le nouveau Quinoa (le quinoa d'Afrique), il n'a pas connu pour l'instant le succès de ce dernier au cours des 10 dernières années. Certains opérateurs européens ont même stoppé la distribution du fonio (Ethiquable, Artisans du Monde) face au faible succès de la céréale.

Quoi qu'il en soit c'est un potentiel d'augmentation de la demande non négligeable mais à ne pas idéaliser pour les acteurs de la filière fonio au Mali.

Enfin, on notera les petites quantités exportées au Congo, nous rappelant que le reste de l'Afrique représente un marché potentiel important si les bons partenaires sont trouvés pour en assumer la commercialisation locale et que les habitudes alimentaires ne sont pas trop éloignées de la consommation de ce type de céréales.

4.4 Conclusions sur la filière Fonio

La filière fonio malienne est une filière ancienne et robuste basée sur des habitudes de consommation traditionnelles et sur le rôle de sécurité alimentaire qu'assure cette céréale rustique en fin de période de soudure et les années de fort déficit hydrique. Cependant elle peine à se développer en raison notamment de sa petite taille et de la difficulté des acteurs à fournir un produit de qualité comparable à celle du fonio guinéen et correspondant aux attentes des consommateurs de la classe moyenne urbaine. La demande nationale en fonio croit à une vitesse modérée, tirée par la demande urbaine et sa classe moyenne pouvant payer une céréale relativement chère et appréciant le positionnement nouveau de fonio comme un produit de très bonne qualité nutritionnelle et gustative.

La production locale peine à se développer à cause de la concurrence du voisin guinéen qui continue d'exporter plusieurs milliers de tonnes chaque année vers le Mali. Ce dernier possède une filière mieux organisée et beaucoup plus performante qui est donc capable de capter des parts de marché dans le pays et en particulier à Bamako où le fonio guinéen est prisé.

Le fonio représente aujourd'hui pour les paysans une bonne culture de rente du fait de son prix élevé. Même si les niveaux de production restent faibles, les itinéraires techniques sont bien maitrisés dans la région et la culture du fonio est commune en tant que culture d'autoconsommation. Les rendements étant faibles, un travail sur la génétique et les semences accessibles aux producteurs pourrait rehausser la production mais il s'agit d'un travail de long terme qui doit être entrepris par les instituts de recherches nationaux et peut difficilement être supporté par un projet ou programme réduit dans le temps.

L'enjeu majeur du circuit de commercialisation est le développement d'un pôle de production et de transformation suffisamment important et professionnalisé pour pouvoir offrir des quantités importantes sur toute l'année et d'une qualité comparable voir supérieure au fonio guinéen. D'après nos enquêtes, seules les cercles de San et dans une moindre mesure de Bla et de Ségou possèdent un nombre d'opérateurs professionnels et une spécialisation des producteurs dans la commercialisation du fonio suffisants pour pouvoir suivre une telle évolution.

5. Recommandations stratégiques

Les trois filières sont fondamentalement différentes en termes de potentiel de commercialisation.

Le riz de bas-fond est une filière principalement tournée vers l'autoconsommation qui a un potentiel d'amélioration de ses conditions de commercialisation très limité. Elle présente peu d'avantages comparatifs face aux grosses zones de production de riz de la région et ne propose pas des quantités suffisantes pour pouvoir faire l'objet de groupages réussis sauf dans quelques rares zones où les superficies aménagées sont réellement importantes.

Le fonio est une petite filière très spécifique avec de nombreux maillons qui sont pratiquement tous de tout petits opérateurs. Bien que la demande en fonio connaisse une certaine croissance, notamment en milieu urbain, la concurrence du fonio guinéen qui répond beaucoup mieux à la demande des consommateurs (mais aussi des transformateurs secondaires et des restaurateurs) et l'atomisation de la filière ne lui permettent pas de profiter pleinement de cette croissance.

Enfin, le sésame est une culture de rente en croissance rapide, aussi bien au niveau de la production que de la demande mais pour laquelle les opérateurs maliens sont encore peu professionnalisés. C'est probablement celle des trois filières qui offre le plus d'opportunités en termes d'amélioration et de diversification des revenus des agriculteurs de la zone mais d'important caps sont encore à passer avant qu'elle puisse devenir performante et plus autonome par rapport à la filière sésame du Burkina Faso qui a pris une longueur d'avance.

A l'échelle de l'ensemble des trois filières, étant donné l'hétérogénéité des Organisations de Producteurs (OP) en termes d'historique, de capacités à s'impliquer dans la commercialisation et de moyens humains et matériels, il est recommandé de bien distinguer les approches et les objectifs. Une classification des OP entre « OP déjà impliquées dans la commercialisation à grande échelle », « OP ayant déjà une petite expérience de la commercialisation » et « OP n'ayant aucune expérience de commercialisation », et pouvant inclure d'autres critères devrait être mise en place. Des objectifs distincts pourraient être fixé dans le soutien à chaque catégorie. Par exemple, pour la première catégorie, les objectifs pourraient être concentrés sur l'augmentation des volumes commercialisés et l'augmentation de la marge bénéficiaire moyenne de l'OP par quantité vendue. Pour la deuxième catégorie, ils pourraient se limiter à l'augmentation des quantités commercialisées à travers l'OP. Enfin, pour la troisième catégorie, à laquelle appartiennent la majorité des OP ciblées, l'objectif pourrait se limiter à la réalisation d'au moins une expérience de vente collective par les membres de l'OP (sans que celle-ci soit forcément réalisée par l'OP, elle peut être juste facilitée par l'OP). Les critères de distinction et les objectifs devront être discuté avec le partenaire de LuxDev chargé de la mise en œuvre de l'appui à la commercialisation.

5.1 Recommandations pour la filière Riz de bas-fonds

- Filière de bas-fonds principalement basée sur l'autoconsommation et dans une moindre mesure commercialisation intra-villageoise
- Potentiel de commercialisation très modéré
- Demande en riz étuvé limitée aussi bien localement qu'au niveau national, sauf pour l'exportation vers la Guinée

Recommandation principale : Prioriser des zones de forte concentration de l'offre (zone avec plus de 50ha de bas-fond aménagés) et à proximité des zones de commercialisation (chefs-lieux et grandes foires)

Dans ces zones : travailler sur un groupement de l'offre, une homogénéisation et une montée en gamme de la qualité du riz de bas-fond pour pouvoir valoriser des stocks importants (minimum 10t par vente) de riz de bas-fond se différenciant du riz des zones office pour leur qualité organoleptiques et gustatives tout en se plaçant sur le haut de gamme en termes de nettoyage et de blanchissage.

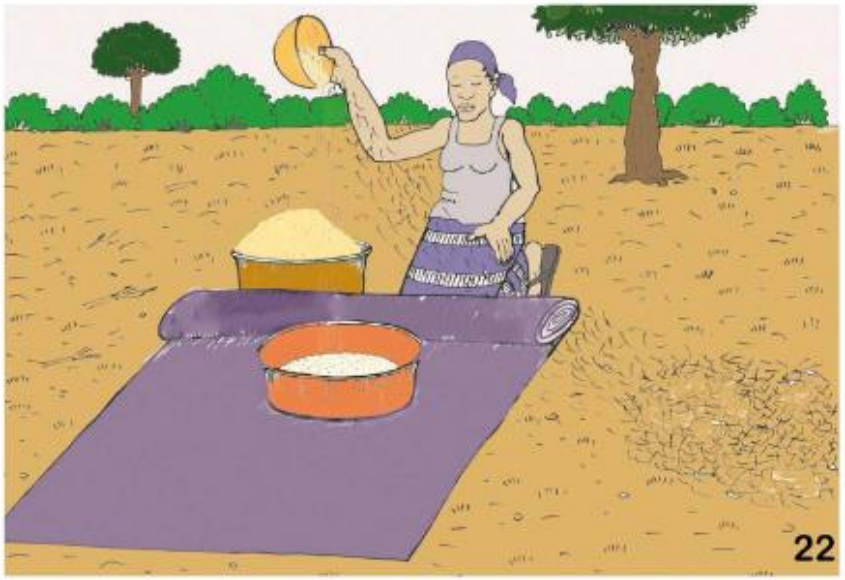
Ne pas mettre trop de moyens ni d'énergie sur la commercialisation du riz des petits bas-fonds aménagés car chance d'atteindre des résultats valorisables très faibles.

Recommandation secondaire : pour la valorisation du riz étuvé, structurer les groupements du bassin de Dioro autour d'une faitière capable d'entretenir des liens directs avec la Guinée en envisageant un partenariat avec un grossiste de la ville pour gérer l'exportation directement depuis Dioro ou inciter des grossistes guinéens à s'implanter directement à Dioro. Valoriser le réseau Afrique Verte (AMASSA en lien avec AGUISSA) pour la réussite de ce rapprochement.

5.2 Recommandations pour la filière Sésame

1-Améliorer et valoriser la qualité du sésame malien à travers :

- 1.1 Développement de la filière semencière : variété S42 et autres variétés homogènes blanches
- 1.2 Sensibiliser les producteurs et les commerçants à la non utilisation de pesticides et de contenants ayant pu être en contact avec des pesticides
- 1.3 Communiquer sur le faible taux de résidus de pesticide du sésame issu de la région de Ségou (délimitée une zone à cibler qui soit hors zone coton)
- 1.4 Mise en place d'un référentiel très simplifié de qualité facilement utilisable par les producteurs et les commerçants : 1er choix : blanc et propre – 2ème choix blanc et sale – 3ème choix : bigarré et sale et d'un barème de décote associé par exemple : -10 F pour 2ème choix et -20 F pour 3ème choix
- 1.5 Réaliser des formations sur les Bonnes Pratiques de Production, de Récolte et de Conditionnement : exemple de supports de formation disponibles sur : http://www.Nitidae.org/BOITE-A-IMAGES-SESAME-BURKINA-FASO.html



Version modifiable disponible sur demande.

- 1.6 Communiquer sur les actions menées et la qualité des résultats : collecte d'échantillon et transmission à des acheteurs internationaux, annonces dans la presse nationale mais également internationale en français et en anglais pour attirer l'attention sur le sésame malien, référencement d'un petit site web ou blog sur le sésame malien en français et en anglais. Référencer les principaux exportateurs maliens sur ce site pour leur donner de la visibilité.

2. Améliorer la professionnalisation des acteurs :

- 2.1 Formation sur le marché international du sésame ciblant : les producteurs, les commerçants, les encadreurs ruraux et les exportateurs maliens. Module de formation marché du sésame réalisable à partir du module sur les Chaines de Valeur suivant :http://www.Nitidae.org/Supports-pedagogiques-Chaines-de-Valeur-agricoles.html
- 2.2 informer massivement les acteurs de la filière sésame sur l'évolution du marché pour les aider à mieux gérer la volatilité des prix : le Service N'Kalô peut diffuser ses bulletins aux acteurs clés et AMASSA et l'AOPP peuvent les rediffuser à travers leurs animateurs et des diffusions par SMS. Mécanisme de diffusion à discuter avec AMASSA : Sènèkèla et/ou SIMAgri
- 2.3 Identifier les 10 OP (pas forcément spécialisées sur le sésame) les mieux à même de regrouper la production et les accompagner dans l'expérimentation de ventes collectives guidée par le Service d'Intelligence économique N'kalô pour éviter les risques liés à la fluctuation des prix.
- 2.4 Organiser avec Amassa des opérations d'intermédiation financières avec les 5 OP les plus solides pour la collecte et la vente groupée du sésame
- 2.5 Organiser la participation des exportateurs maliens au Forum international du sésame en Chine pour

3. Renforcer et soutenir le développement de la filière sésame biologique

- 3.1 Travailler avec les OP Bio sur une augmentation de leurs volumes
- 3.2 Travailler avec les 3 OP non bio les plus performantes sur une conversion à l'Agriculture Biologique

4. Promouvoir la culture du sésame dans les zones où elle est encore peu développée afin de soutenir la croissance de la production dans la zone ciblée : Plus la production sera importante plus les acteurs internationaux seront tentés de s'implanter au Mali et plus précisément dans la zone pour réaliser leurs opérations de nettoyage et d'exportation

- 4.1 Echange entre producteurs
- 4.2 Distribution de semences
- 4.3 Champs écoles
- 4.4 Boite à image avec itinéraire technique

A ne pas faire :

- Focaliser les appuis sur un seul débouché : PROSEMA : bien que cette société mérite d'être soutenue, le travail avec à PROSEMA ne doit pas conditionner l'appui aux producteurs et aux groupements de producteurs au risque de provoquer un échec des appuis à la commercialisation du sésame.
- Surtout ne pas encourager la mise en place d'une interdiction/limitation des exportations vers le Burkina qui mettrait en cause la libre circulation des biens dans l'espace CEDEAO et réduirait la concurrence au Mali favorisant des prix plus bas pour les producteurs. Le renforcement du rôle des exportateurs maliens doit venir de l'amélioration de leur compétitivité et de leur efficacité pas d'une protection contre la concurrence des exportateurs burkinabè.
- Vouloir créer de toute pièce des Organisations de Producteurs de sésame là où le sésame n'est encore aujourd'hui qu'une culture secondaire et où les producteurs sont déjà structurés autour d'autres activités.

5.3 Recommandation pour la filière Fonio

Grands axes de support à la filière Fonio :

Recommandation principale : Priorisation des zones de San et du Sud Ségou (éventuellement de Bla) pour tenter de créer deux (voire trois) grand bassins d'approvisionnement en fonio.

Au niveau **producteur** : focalisation sur l'amélioration du nettoyage post-récolte (bâches, batteuses) formation sur les bonnes pratiques de récolte et sur l'importance de respecter la qualité pour l'aval de la filière et l'écoulement du produit. Sur un second plan, appui à l'accès à des semences plus performantes et tentatives d'amélioration des itinéraires techniques actuels peuvent être important pour essayer de faire croitre la production dans les zones ciblées. Notons toutefois que la croissance de la production sera surtout conditionnée par les facilité d'accès à des installations de décorticage performantes et à des marchés rémunérateurs à proximité.

Au niveau transformateur, le focus doit être mis sur l'amélioration des équipements et techniques de nettoyage/décorticage au niveau du premier maillon de transformation. La performance économique et le positionnement commercial des autres transformateurs sont fortement dépendant du succès de cette première transformation. Sans une amélioration à ce niveau les transformateurs secondaires (fonio précuit et Djouka) devront continuer à se positionner à des prix inférieurs au fonio guinéen ou à utiliser du fonio guinéen.

Un voyage d'étude sur les pratiques des producteurs et décortiqueurs guinéens devrait notamment être organisé en s'appuyant sur le réseau Afrique Verte partenaire du projet et bien implanté en Guinée. Une bourse locale du fonio pourrait également être organisée en année 2 à Ségou ou San pour favoriser la visibilité de la production de la zone et renforcer les liens entre producteurs, transformateurs primaires et transformateurs secondaires.

La structuration des acteurs de la filière fonio en organisation de grande taille : coopérative, associations régionales et interprofession en pourra réussir que si les bassins de production ciblés arrivent à augmenter leur production et à en améliorer la qualité.

Annexe 1 : Questionnaires et guides d'entretiens

Enquête Producteurs : Nom : Localité Téléphone :

I-Sésame

1-Faites-vous du sésame ? Oui ☐ Non ☐

Si oui Quelle quantité produisez-vous ?

.....

Si oui quelle quantité consommez-vous ?

.....

2-Où vendez-vous votre sésame ?

.....

3-Comment vendez-vous votre sésame ?

Individuellement ☐ En groupe ☐

4-Quelle mesure utilisez-vous pour la vente de votre sésame ?

.....

5-A qui vendez-vous votre sésame ?

.....

6-A quelle période vendez-vous votre sésame ?

Sur toute l'année ☐ Pourquoi ?

.....

Pendant la récolte ☐ Pourquoi ?

.....

Autre à préciser ☐ Pourquoi ?

.....

7-Connaissez-vous les critères de qualités du sésame ? Oui ☐ Non ☐

Si oui, citez-les : .....

.....

8-A quel prix vendez-vous la bonne qualité ?.....

9-A quel prix vendez-vous la mauvaise qualité ?.....

10-Depuis que vous produisez le sésame, quel est le prix minimum auquel vous avez vendu votre sésame ?

.....

11- Depuis que vous produisez le sésame, quel est le prix maximum auquel vous avez vendu votre sésame ?

.....

12-A partir de quel prix de vente trouvez-vous que la production de sésame est intéressante ?

.....

Pourquoi.....

.....

13-Comment et de qui recevez-vous les informations sur les prix ?.....

.....

14-Comment savez-vous au cours de l'année si les prix du sésame vont augmenter ou s'ils vont baisser ?

.....

.....

15-Avez-vous d'autres informations à nous donner autres que celles déjà demandées ?

Oui ☐ Non ☐

Si oui, lesquelles.....

.....

.....

II-Fonio

1-Faites-vous du Fonio ? Oui ☐ Non ☐

Si oui Quelle quantité produisez-vous ?

.....

Si oui quelle quantité : consommez-vous ? ..... Vendez-vous ?.....

2-Où vendez-vous votre Fonio ?

.....

3-Comment vendez-vous votre Fonio?

Individuellement ☐ En groupe ☐

Sous quelle forme ? Transformé ☐ brute ☐

4-Quelle unité de mesure utilisez-vous pour la vente de votre Fonio ?

.....

5-A qui vendez-vous votre Fonio ?

.....

6-A quelle période vendez-vous votre Fonio ?

Sur toute l'année ☐ Pourquoi ?

.....

Pendant la récolte ☐ Pourquoi ?

.....

Autre à préciser ☐ Pourquoi ?

.....

7-Connaissez-vous les critères de qualités du Fonio ? Oui ☐ Non ☐

Si oui, citez-les : .....

.....

8-A quel prix vendez-vous la bonne qualité ?.....

9-A quel prix vendez-vous la mauvaise qualité ?.....

10-Depuis que vous produisez le Fonio, quel est le prix minimum auquel vous avez? .....

.....

11- Depuis que vous produisez le Fonio, quel est le prix maximum auquel vous avez ?.....

.....

12-A partir de quel prix de vente trouvez-vous que la production de Fonio est intéressante ? .....

.....

Pourquoi ?.....

.....

13-Comment et de qui recevez-vous les informations sur les prix ?.....

.....

14-Comment savez-vous au cours de l'année si les prix du Fonio vont augmenter ou s'ils vont baisser ?

.....

.....

15-Avez-vous d'autres informations à nous donner autres que celles déjà demandées ?

Oui ☐ Non ☐

Si oui, lesquelles.....

.....

.....

III-Riz

1-Faites-vous du riz ? Oui ☐ Non ☐

Si oui Quelle quantité produisez-vous ?

.....

Si oui quelle quantité : consommez-vous ? .....Vendez-vous ?.....

2-Où vendez-vous votre riz ?

.....

3-Comment vendez-vous votre riz ?

Individuellement ☐ En groupe ☐

Sous quelle forme ? Paddy ☐ Décortiqué ☐ Etuvé ☐

Si transformé : Coût/Charge : .....

.....

4-Quelle unité de mesure utilisez-vous pour la vente de votre Riz ?

.....

5-A qui vendez-vous votre riz ?

.....

6-A quelle période vendez-vous votre riz ?

Sur toute l'année ☐ Pourquoi ?

.....

Pendant la récolte ☐ Pourquoi ?

.....

Autre à préciser ☐ Pourquoi ?

.....

7-Connaissez-vous les critères de qualités du riz ? Oui ☐ Non ☐

Si oui, citez-les : .....

.....

8-A quel prix vendez-vous la bonne qualité ?.....

9-A quel prix vendez-vous la mauvaise qualité ?.....

10-Depuis que vous produisez le riz, quel est le prix minimum auquel vous avez ? .....

.....

11- Depuis que vous produisez le riz, quel est le prix maximum auquel vous avez ? .....

.....

12-A partir de quel prix de vente trouvez-vous que la production de riz est intéressante ? .....

.....

Pourquoi ?.....

.....

13-Comment et de qui recevez-vous les informations sur les prix ? .....

.....

14-Comment savez-vous au cours de l'année si les prix du riz vont augmenter ou s'ils vont baisser ?

.....

.....

15-Avez-vous d'autres informations à nous donner autres que celles déjà demandées ?

Oui ☐ Non ☐

Si oui, lesquelles .....

.....

.....

nitidæ filières & territoires

LUX DEV
Agence luxembourgeoise pour la Coopération au Développement

Enquête Pisteurs :

: Nom : Localité Téléphone :

1- Quel produit collectez-vous ?

Fonio ☐ riz ☐ sésame ☐

2- Sur quels marchés collectez-vous ce ou ces produits ?.....

.....

3- Sur quel marché rendez-vous les produits collectés ?.....

.....

4 Quelle quantité moyenne collectez-vous actuellement par jour de marché ? .....

.....

5- De quand à quand dur la campagne d'achat ?.....

6- Quelle quantité collectez-vous au cours de la campagne d'achat ?.....

.....

7-Quels sont les frais liés à votre activité :

Transport : .....

Manutention : .....

Traitement : .....

Sacs : .....

Stockage : .....

Faux frais : .....

Autres à préciser : .....

.....

8-Depuis que vous achetez quel est le prix achat minimum aux producteurs ?.....

9-Depuis que vous achetez quel est le prix d'achat actuel maximum aux producteurs ?.....

10-Quel est le prix actuel ?.....

11-Quels sont les critères de la qualité ?.....

.....

12-Donnez les différents prix selon chaque critère de qualité : .....

.....

.....

13-Comment et de qui recevez-vous les informations sur les prix ?.....

.....

14-De qui recevez-vous les informations sur les quantités disponibles et sur les quantités demandées sur les marchés ?.....

.....

15-Quels sont les problèmes que vous rencontrez ? .....

.....

.....

.....

Guide entretiens Transformateurs - Distributeurs – Restaurateurs

: Nom : Localité Téléphone :

Transformateurs :

- Produits traités
- Zones/sources d'approvisionnement, nombre de fournisseurs
- Lieux de revente
- Type de client (transformateur secondaire, restaurateur, grossiste ville, semi grossiste, exportateur, etc.)
- Quantité moyenne collectée par zone d'approvisionnement ou fournisseur (total pour une journée de marché) et sur la période d'achat (+dates période d'achat) (ou bien qté traité dans l'année)
- Evolution des volumes : production en hausse, part de marché en hausse
- Frais : process, transport, manutentionnaire, traitement, sacs, stockage, faux frais, etc.
- Prix d'achat aux fournisseurs : min max, actuel
- Quantité minimum pour traiter avec eux
- Critère de qualité, problèmes de qualité
- Conditionnement : qu'est-ce qui marche le mieux
- Retour clients
- Différentiel de prix sur la qualité
- Source d'info
- Problèmes rencontrés (prix, volatilité, irrégularité des fournisseurs)

Restaurateurs :

- Produits utilisés et niveau de transformation => Fonio : lavé ou précuit ? Riz : local ou importé, riz décortiqué / blanchi / étuvé
- Enjeux de qualité ? Importance du packaging ? Perception de l'importance de la variété ? Taille du grain, goût ?
- Quantité et fréquence d'approvisionnement (hebdo / mensuel / irrégulier)
- Types de fournisseurs : Transformateurs urbains ou ruraux / Commerçants / autres
- Nombres de fournisseurs ? 1, 2, >2
- Difficultés d'approvisionnement rencontrées : prix, qualité, irrégularité des fournisseurs, aucunes
- Quantités vendues par moi ?
- Perception facilité à vendre : facile, difficile, variable selon les périodes
- Perception de la clientèle dominante pour le fonio ? Pour le Riz ? Sésame ? (Femmes, classes aisées, clients réguliers ou ponctuels, indifférent)
- Motifs de consommation : goût / Qualité / prix / nutrition / santé / autre
- Présence du fonio dans les menu (oui/non), fréquence du fonio dans les menus (ponctuel ou toute l'année), avec quel plat ?
- Prix de vente du plat de Riz/fonio, prix d'achats (min/max)
- Tendances, évolution des ventes par rapport à l'année précédente : stable/ augmentation / diminution / pas de ventes

Distributeurs / Détaillants / supérettes :

- Quels types de produits distribués ? Fonio : décortiqué, lavé ou précuit ? Riz : local ou importé, riz décortiqué / blanchi / étuvé
- Importance de la qualité du produit ? Du packaging/emballage ?
- Perception clientèle dominante ? (Femmes, classes aisées, pas de clientèle dominante)
- Quantité et fréquence d'approvisionnement ? (Hebdo, mensuel, irrégulier)
- Quantités vendues par moi ?
- Perception de la facilité à vendre pour chaque produit
- Types de fournisseurs : Transformateurs / Commerçants / autres
- Nombres de fournisseurs ? 1, 2, >2
- Perception de la clientèle dominante pour le fonio ? Pour le Riz ? Sésame ? (femmes, classes aisées, etc)
- Difficultés d'approvisionnement rencontrées : prix, qualité, irrégularité des fournisseurs, aucunes
- Prix (achats/vente) : Min et Max
- Tendances, évolution des ventes par rapport à l'année précédente : stable/ augmentation / diminution / pas de ventes

nitidæ filières & territoires

LUX DEV
Agence luxembourgeoise pour la Coopération au Développement

Enquête Grossistes :

Nom : Localité Téléphone :

1-Quel produit achetez-vous ?

Fonio ☐ riz ☐ sésame ☐

2-Dans quelle zone approvisionnez-vous ?.....

.....

Pourquoi ?.....

3-Où vendez-vous votre produit ?.....

4-A qui vendez-vous votre produit ?.....

5-Quelle quantité achetez-vous en moyenne par zone et par journée d'achat ?.....

.....

6-De quand à quand s'étend la campagne d'achat au cours de l'année ?.....

.....

7-Quelle quantité achetez-vous au cours de l'année ?.....

8-Les quantités que vous achetez ont-elles augmenté ces dernières années ?

Oui ☐ Non ☐

Pourquoi ?.....

.....

9-La production est-elle en hausse ces dernières années ? Oui ☐ Non ☐

Pourquoi ?.....

.....

.....

10-Les quantités commercialisées sur les marchés ont-elles augmentées ces dernières années ?

Oui ☐ Non ☐

Pourquoi ?.....

.....

.....

11-Quels sont les frais liés à votre activité :

Transport : .....

Manutention : .....

Traitement : .....

Sacs : .....

Stockage : .....

Faux frais : .....

Autres à Préciser : .....

.....

12-Depuis que vous achetez, à quel prix avez –vous achetez à vos fournisseurs ?

Minimum : ..... Maximum : .....

Quels sont les prix actuels d'achat ?.....

13-Est-ce que vous préfinancer les pisteurs, les Op pendant la campagne ? Oui ☐ Non ☐

Si oui type de préfinancement : .....

14-Quelle est la quantité minimum pour être votre fournisseur ?.....

15-Quels sont les critères de la qualité ?.....

.....

16-Donnez les différents prix selon chaque critère de qualité : .....

.....

.....

.....

17-Comment et de qui recevez-vous les informations sur les prix ? .....

.....

18-De qui recevez-vous les informations sur les quantités disponibles et sur les quantités demandées sur les marchés ?.....

.....

19-Quels sont les problèmes que vous rencontrez ?.....

.....

.....

.....

.....

nitidæ
filières & territoires

LUX DEV
Agence luxembourgeoise pour la Coopération au Développement

Annexe 2 : Présentation de l'Atelier de Restitution du 20 mars 2018

Dynamique des marchés et flux commerciaux des filières riz de bas-fond, sésame et fonio dans les zones d'intervention du programme MLI/021

Restitution de l'étude confiée à RONGEAD par Lux Dev et réalisée en janvier 2018

20 mars 2018

RONGEAD + Ric Terra

LUX DEV

L'équipe

- Pierre RICAU: Agroéconomiste - Analyste en Chef du Service N'Kalô - France
- Soungari SEKONGO: Agronome – Analyste de Marché - Côte d'Ivoire
- Ousmane NDIAYE: Agroéconomiste – Analyste de Marché - Mali
- Benjamin GARNIER: Agronome – Chargé de mission - investissements dans les filières agro-alimentaire - Côte d'Ivoire

n'kalô information et conseil

Objectifs fixés:

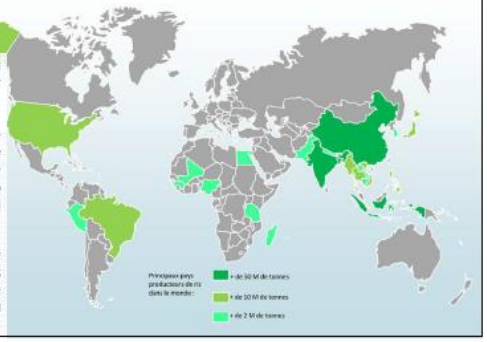
- Analyser les circuits de commercialisation
- Analyser l'évolution des prix sur les marchés locaux
- Acquérir une connaissance plus approfondie et plus étendue de la dynamique de ces marchés
- Mesurer le potentiel du marché du Fonio, du riz de bas fond, du sésame dans la zone d'intervention et notamment les marchés de proximité (marchés hebdomadaires)
- Maximiser les investissements dans la production et la productivité à partir des besoins identifiés sur les différents marchés.

Méthodologie:

- Entretiens qualitatifs: 45 producteurs, 17 commerçants, 15 transformateurs, 6 restaurateurs, 6 détaillants
- Analyse des données les plus fiables de l'étude d'identification
- Approche croisées chaine de valeur, analyse de marché et analyse marketing

La filière riz de bas-fond: l'Offre de riz

- 90% de la production mondiale de riz est réalisée en Asie
- En 2017/2018, le continent africain arrive en 3ème position derrière l'Amérique avec 4,5% de la production mondiale
- En Afrique, le Mali fait parti des 5 plus gros pays producteurs (derrière l'Egypte, le Nigéria et la Tanzanie)

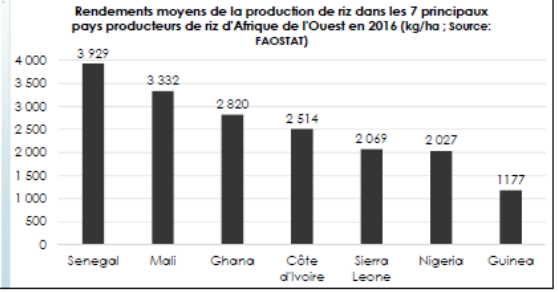


La filière riz de bas-fond: l'Offre de riz

	Prod Paddy	Eq Riz blanc (55%)	Imports	Flux informels	Offre totale	Prod/Offre
Nigeria	5 000 000	2 750 000	2 200 000	1 500 000	6 450 000	43%
Mali	2 800 000	1 540 000	250 000	-25 000	1 765 000	87%
Guinea	2 200 000	1 210 000	350 000	25 000	1 585 000	76%
Sierra Leone	1 200 000	660 000	250 000	0	910 000	73%
Senegal	950 000	522 500	1 100 000	0	1 622 500	32%
Côte d'Ivoire	850 000	467 500	1 400 000	0	1 867 500	25%
Ghana	680 000	374 000	650 000	0	1 024 000	37%
Burkina Faso	380 000	209 000	400 000	0	609 000	34%
Benin	280 000	154 000	2 000 000	-1 500 000	654 000	24%
Liberia	270 000	148 500	250 000	0	398 500	37%
Mauritania	210 000	115 500	180 000	0	295 500	39%
Guinea-Bissau	190 000	104 500	750 000	0	854 500	12%
Niger	150 000	82 500	300 000	0	382 500	22%
Togo	140 000	77 000	150 000	0	227 000	34%
Gambia	50 000	27 500	70 000	0	97 500	28%
Total	15 350 000	8 442 500	10 300 000	0	18 742 500	45%

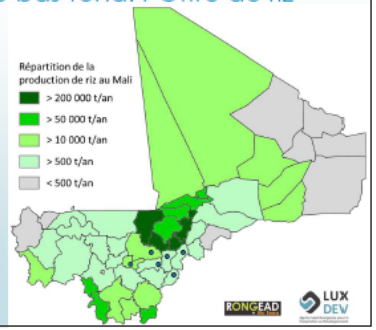
La filière riz de bas-fond: l'Offre de riz

- importantes suventions d'engrais pour la filière riz attribués par le Sénégal depuis 2008 avec le lancement de la « Grande offensive pour la nourriture et l'abondance »
- +/- 50 000 t d'engrais suventionné au Sénégal
- vs +/- 38 000 t au Mali

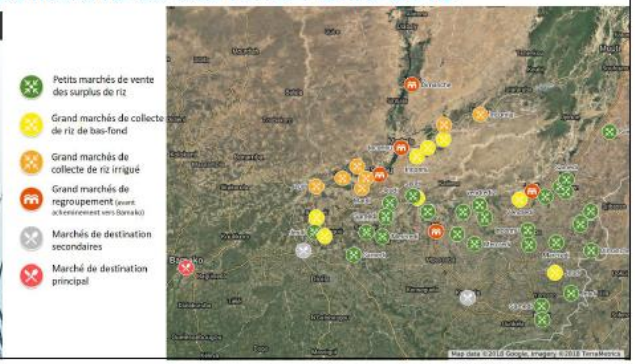


La filière riz de bas-fond: l'Offre de riz

- Production de riz sur tout le territoire
- Mais 70% de la production vient des zones aménagées le long du Niger (zones offices)
- En dehors des zones offices, la grande majorité de la production est destinée à l'autoconsommation ou à une commercialisation locale

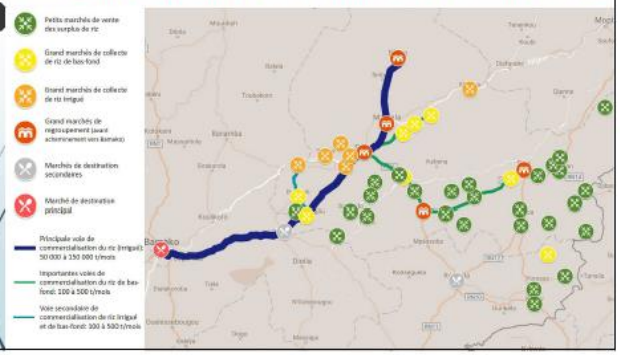


La filière riz de bas-fond: l'Offre de riz

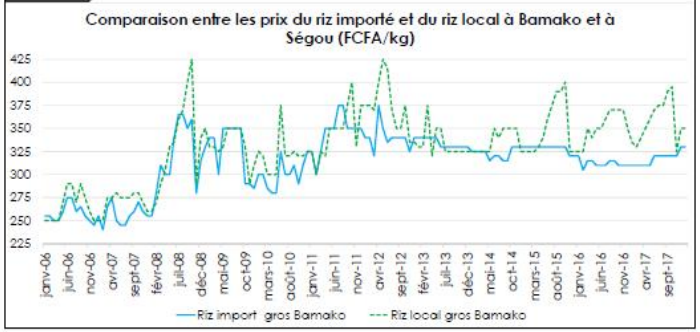


	Pour 1 ha de riz	Riz de bas-fond		Riz zone Office	
		Min	Max	Min	Max
Pré-récolte	Semence (FCFA)	9000	12000	12000	20000
	Engrais (FCFA)	0	50000	75000	150000
	Labour (FCFA)	50000	75000	60000	80000
	Redevance en eau (FCFA)			60000	70000
	Autres Main d'Œuvre (FCFA)	40000	60000	60000	120000
	Total pré-récolte (FCFA)	99000	197000	267000	440000
	Rendement initial (kg)	**1000**	**2000**	**3000**	**5000**
Post récolte	Battage	5000	15000	15000	50000
	Sacs	875	1750	2625	4375
	Transport récolte	5000	20000	15000	50000
	Total post récolte (FCFA)	10875	36750	32625	104375
	Pertes post-récolte (kg)	30	100	90	250
	Rendement final (kg)	**970**	**1900**	**2910**	**4750**
	CDP pré-récolte	102	104	92	93
	CDP post récolte	11	19	11	22
	Total CDP Riz paddy	**113**	**123**	**103**	**115**
Marge brute	si prix de vente à 125 FCFA/kg	11375	3750	64125	49375
	si prix de vente à 150 FCFA/kg	35625	51250	136875	168125
	si prix de vente à 175 FCFA/kg	59875	98750	209625	286875

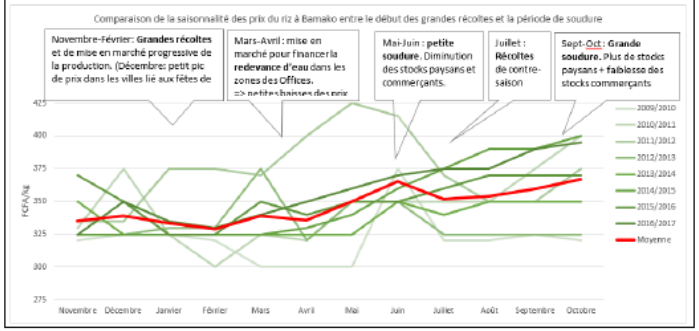
La filière riz de bas-fond: la commercialisation du riz



La filière riz de bas-fond: la commercialisation du riz

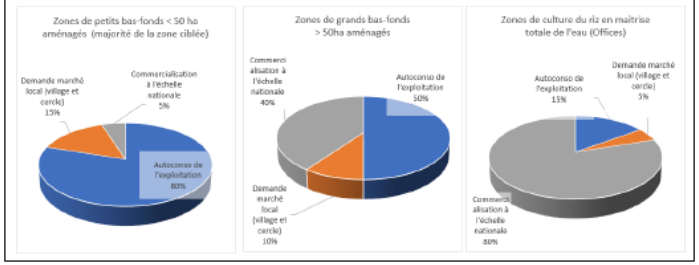


La filière riz de bas-fond: la commercialisation du riz

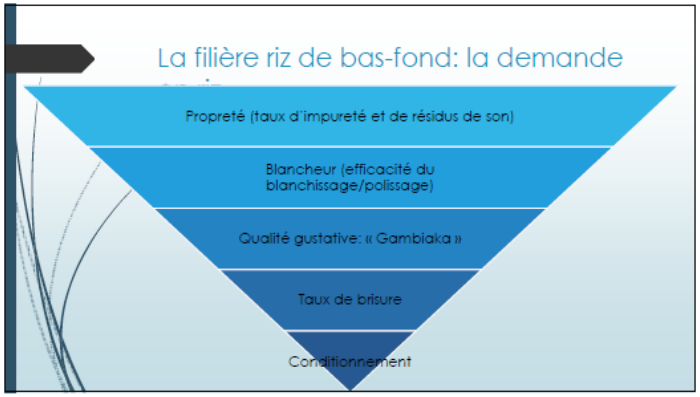


La filière riz de bas-fond: la commercialisation du riz

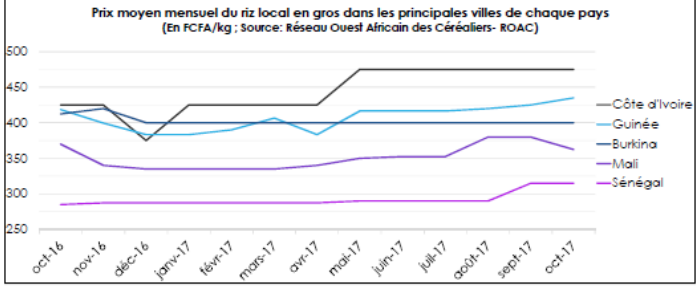
Figure 24: Destination du riz produit par principales zones de production



La filière riz de bas-fond: la demande



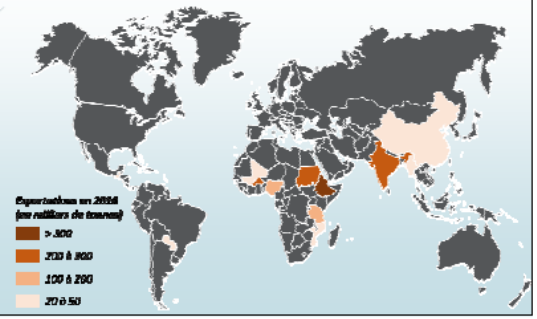
La filière riz de bas-fond: la demande en riz



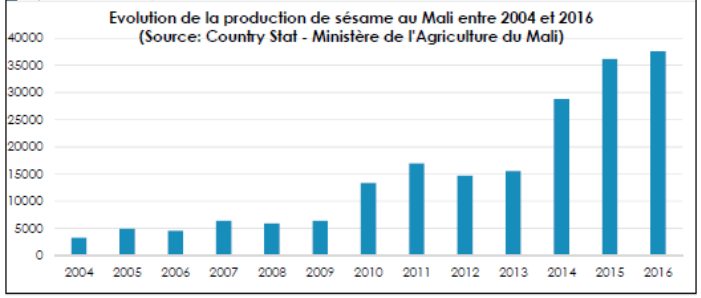
La filière riz de bas-fond: Conclusions

- Une offre très dispersée géographiquement => plus dure à structurée
- Une production principalement tournée vers l'autoconsommation
- Pas d'avantage comparatif face au riz des zones office: plus gros volume et qualité correspondant mieux à la demande des consommateurs.
- Un potentiels sur le riz étuvé au niveau des gros bassins d'étuvage (zone de Dioro notamment)
- Développement d'une filière riz de bas-fond « commerciale » demande de concentrer les appuis sur de grosses zones (>50ha) avec un positionnement autour de l'étuvage (meilleure efficacité du process des petites décortiqueuses)

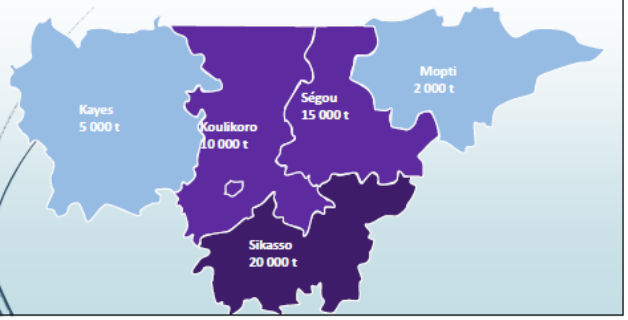
La filière sésame: l'offre



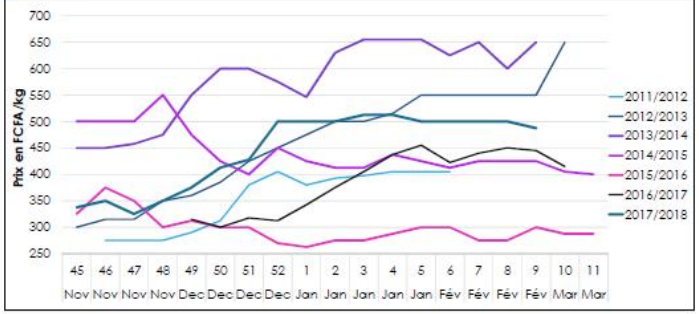
La filière sésame: l'offre



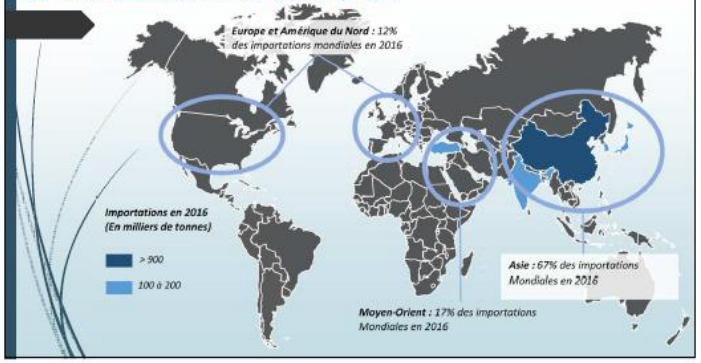
La filière sésame: l'offre



La filière sésame: la commercialisation

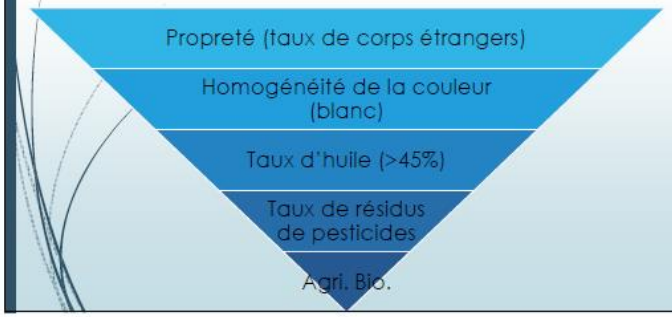


La filière sésame: la demande



La filière sésame: la demande

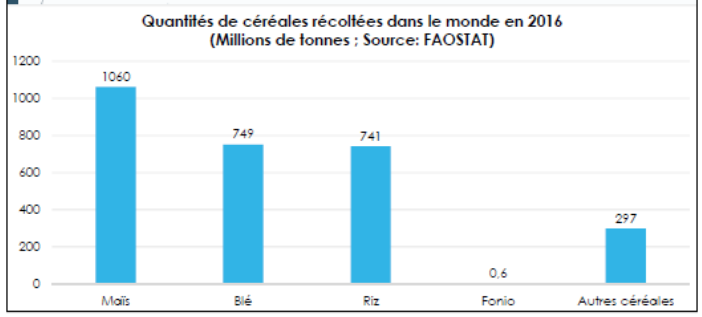
La filière sésame: la demande



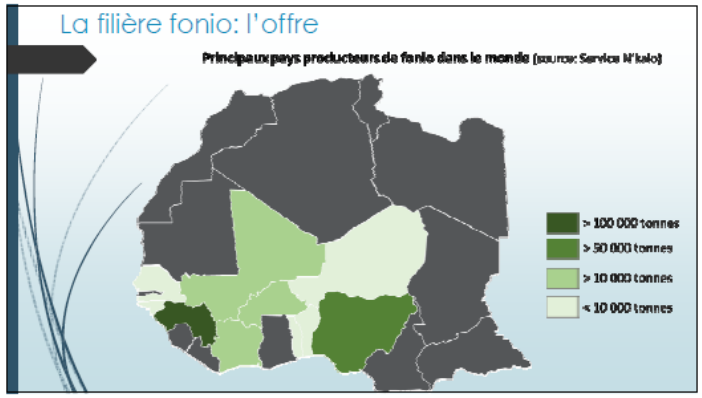
La filière sésame: conclusion

- Une demande en forte croissance qui pousse les prix à la hausse et tire l'offre au Mali et plus généralement en Afrique de l'Ouest
- Mais un positionnement plutôt bas de gamme du sésame malien qui le rend dépendant à la demande des huiliers chinois et de leurs fournisseurs au Burkina Faso
- Et une très forte volatilité des prix facteur d'incertitude et de difficultés à contractualiser
- Des opportunités de réduction du risque et de diversification avec une montée en gamme de la production locale: semences S42 + bonnes pratiqués de nettoyage et de conditionnement + développement sésame bio
- Probablement, la culture pouvant favoriser la plus forte amélioration et diversification des revenus de la région au cours des 10 prochaines années

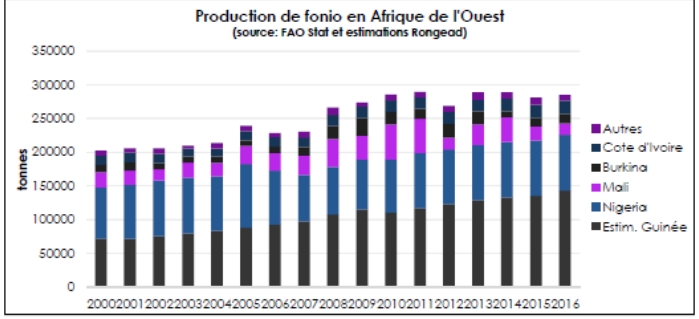
La filière fonio: l'offre



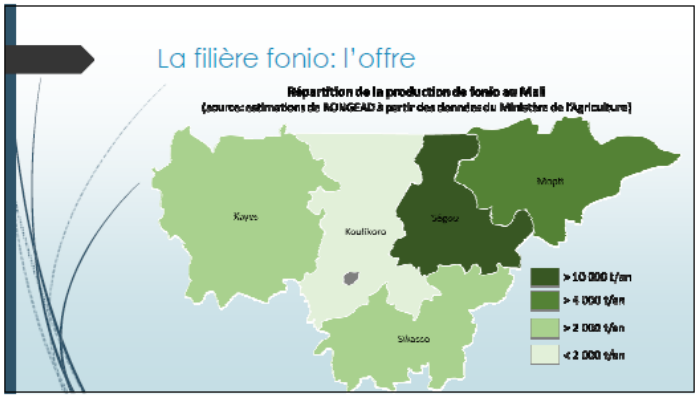
La filière fonio: l'offre



La filière fonio: l'offre



La filière fonio: l'offre



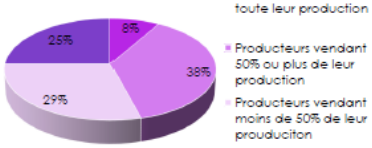
La filière fonio: l'offre

La filière fonio: la commercialisation

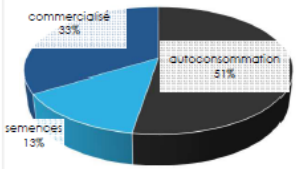
Prix en FCFA/Kg			
	Min	Max	Ecart entre prix min et max
Fonio paddy	75	325	333%
Fonio décortiqué	250	500	100%
Fonio lavé blanchi	700	1000	43%
Fonio précuit	900	1250	39%
Djouka	1300	1500	15%

La filière fonio: la demande

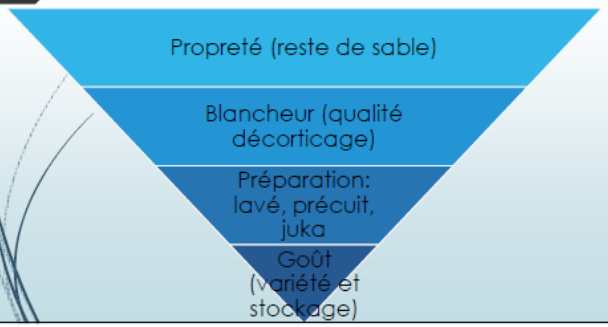
Stratégie paysannes sur le fonio - autoconsommation VS vente



Stratégie d'utilisation des recoltes de fonio à l'echelle de la zone de projet (% moyen utilisé par récolte)

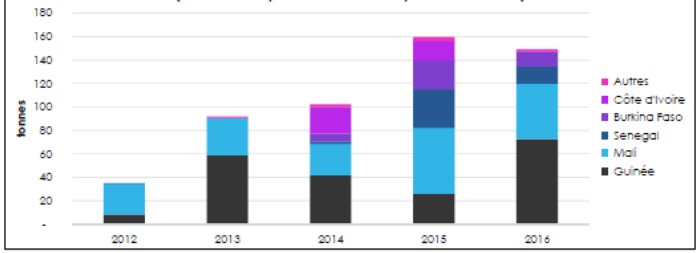


La filière fonio: la demande

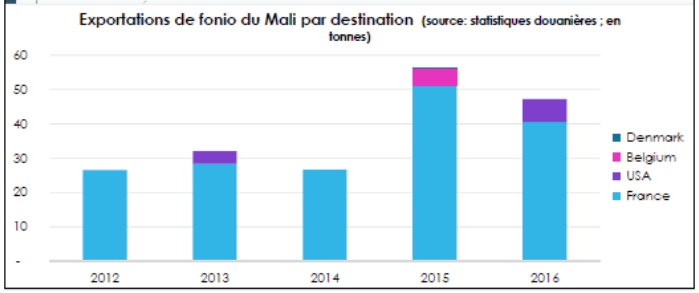


La filière fonio: la demande

Exportations de fonio pars pays de productions en tonnes (Sources: statistiques douanières traitées par le Service N'Kalô)



La filière fonio: la demande



La filière fonio: conclusions

- Une très petite filière mais qui connait un petit essor localement, notamment dans la zone de San et dans une moindre mesure au Sud de Ségou et autour de Yorosso mais surtout sur la base d'une augmentation des superficies. Avec une augmentation de la demande urbaine.
- Un problème de qualité qui limite la compétitivité du produit pour un accès au marché de Bamako face au fonio guinéen
- Des prix relativement attractifs et stables
- Une disponibilité très réduite dans l'année qui limite le développement de l'aval (problème de fond de roulement pour le stockage chez tous les acteurs)
- Une filière qui implique surtout des acteurs avec de très faibles moyens ce qui limite son développement

Conclusions générales de l'étude

1) Nécessité de différencier les appuis selon les cibles: beaucoup d'OP ciblées sont très inexpérimentées en termes de commercialisation. Classer en 3 groupes et différencier sensiblement les appuis

Groupe 1: OP commercialisant déjà des dizaines de tonnes de produit depuis plusieurs années: accès fond de roulement, mise en relation hors-région, amélioration infrastructures et équipements

Groupe 2: OP avec de petites expériences de commercialisation: formation et accompagnement vers des ventes groupées plus grosses, mise ne relation locale, réalisation de plan de campagne

Groupe 3: OP sans expérience: formation sur la structuration coopérative, réalisation d'un plan de campagne

Conclusions générales de l'étude

2) Nécessité de différencier géographiquement les appuis:

- Filière riz de bas-fond: focaliser les appuis à la commercialisation sur les grosses zones aménagée et si possible déjà structurées autour de l'étuvage (Dioro, Fani (Bla), Baraouéli)
- Filière fonio: focaliser les appuis sur les Cercle de San, Yorosso et le Sud de Ségou
- Filière sésame: appui possible dans toutes les zones car filière de rente très dynamique avec une commercialisation « facile »

Conclusions générales de l'étude

3) Différencier les approches par filière

- Filière riz de bas-fond: crédit intrants, partenariats OP-groupements d'étuveuses, groupage de l'offre de riz étuvé
- Filière fonio: crédit de stockage (3 à 6 mois), amélioration stockage et premier nettoyage au niveau du décorticage
- Filière sésame: crédit de commercialisation court terme (2 à 3 mois), pratiques post-récolte, accès aux semences S42, conseils commerciaux (utilisation des bulletins N'Kalô sur le marché du sésame pour anticiper le risque prix), contractualisation souple (système de partage du risque de prix)

Travaux de groupe

1) Lister les services économiques que peut rendre une OP pour chaque filière

2) Les hiérarchiser en fonction de l'intérêt pour les producteurs (10=très intéressant ; 1=peu intéressant)

3) Les hiérarchiser en fonction de la difficulté à les offrir aux membres (coût matériel et capacités humaines: personnel formé et qualifié)

4) Emettre des recommandations d'appuis pour la commercialisation pour 3 catégories d'OP et MPE