



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

GUINEA

PLAN DE DEVELOPPEMENT DU PRODUIT KARITE EN GUINEE

RAPPORT PROVISOIRE (#03)

Décembre 2006

Cette publication a été produite pour une révision de l'Agence des Etats-Unis d'Amérique pour le Développement International. Elle fut préparée par Chemonics International.

PLAN DE DEVELOPPEMENT DU PRODUIT KARITE EN GUINEE

RAPPORT PROVISOIRE (#03)

Activite de Renforcement de la Commercialisation Agricole

Contrat No. PCE-I-00-99-00003-00

Guinea Agricultural Market Linkage Activity

TABLE DE MATIERE

Abréviations.....	i
Résumé.....	1
Méthodologie.....	2
Introduction.....	4
Contexte.....	6
Données générales sur le pays.....	6
Situation globale de la filière karité.....	7
Description des opportunités d'interventions.....	10
Régions ciblées.....	10
Présentation générale.....	10
Motivations du ciblage.....	11
Choix ultérieurs des zones d'intensification.....	11
Groupes ciblés.....	12
Au niveau des processus majeurs.....	12
Par rapport aux processus de soutien à la filière.....	12
Opportunités de marché.....	13
Diversité dans les domaines d'utilisations.....	13
L'intérêt pour des usages nouveaux.....	13
Opportunités sur le marché local et sous-régional.....	13
Opportunités sur le marché international.....	13
Potentiel économique.....	17
La valeur du produit lui-même.....	17
Source d'emplois et de revenus.....	17
Rôles socioéconomiques.....	18
Bénéficiaires cibles.....	19
Par rapport à leur communauté.....	19
Par rapport au marché.....	21
Par rapport au développement humain :.....	21
Constat global : la promotion de l'entrepreneuriat rural.....	22
Avantages du ciblage sur les productrices rurales.....	22
Analyse de la chaîne de valeur et l'identification des organisations d'agrobusiness.....	24
Chaîne de valeur.....	24
Produits et acteurs sur le marché local.....	24
Produits et acteurs sur les marchés internationaux.....	25
Evolution des technologies.....	26
Evolution des prix.....	27
Organisations d'agrobusiness.....	28
Diagnostic et analyse SWOT.....	31
La production.....	31
La transformation.....	31

L'organisation du secteur et son environnement d'appui	31
Le marché et la commercialisation	32
Synthèse des défis et enjeux	37
Nécessaire mise à niveau des capacités d'offres.....	37
Manque de motivation des productrices	37
Faible spécialisation des productrices pour l'accès au marché.....	37
Proposition de Plan d'Action	39
Objectifs et Résultats attendus	39
Résultats et activités relatifs au premier objectif direct (1) :	44
Résultats et activités relatifs au second objectif direct (2) :.....	49
Résultats et activités relatifs au troisième objectif direct (3) :.....	53
Facteurs limitants et risques.....	56
Conclusion	57
Recommandations et Suggestions.....	58
Annexe 1	60
Annexe 2	65
Annexe 3	67
Annexe 4.....	70
Annexe 5	75
Annexe 6	77
Annexe 7	79
Annexe 8	80

ABREVIATIONS

ACA	Agence pour la Commercialisation Agricole
ACDI	Agence Canadienne de Développement International
ACM	Association de Caution Mutuelle
ADIC	Association d'Appui au Développement des Initiatives Communautaires
AFD	Agence Française de Développement
AGFC	Association Guinéenne des Femmes Chercheurs
AGL	Acides Gras Libres
AGOA	Loi Africaine sur la Croissance et les Opportunités
ARCA	Activités de Renforcement de la Commercialisation Agricole
ATC	Action Transformation Commercialisation
CAFEX	Centre d'Appui aux Formalités d'Exportation
CAG	Chambre d'Agriculture de Guinée
CBE	Cacao Butter Equivalent (Substitut au Beurre de Cacao)
CBI	Cacao Butter Improver (Améliorant du Beurre de Cacao)
CCI	Centre Commerce International
CCIAG	Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat de Guinée
CDR	Communauté Rurale de Développement
CECI	Centre Canadien d'Etude et de Coopération Internationale
CEDEAO	Communauté Economique de Développement des Etats de Afrique de l'Ouest
CIAC	Centre d'écoute et d'Information Agricole et Commerciale
CIEPEX	Centre International d'Echanges et de Promotion des Exportations
CIF	Cost Insurance Fret
CNOP-G	Conseil National des Organisations Paysannes de Guinée
CNPG	Conseil National du Patronat Guinéen
CNRA	Centre National de Recherche Agronomique à Korogo
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le Commerce et Développement
COLUFIFA	Comité de Lutte pour la Fin de la Faim
CPTI	Centre de Promotion et de Technologie Industrielle
CRD	Communauté Rurale de Développement
DSRP	Document de Stratégie Nationale de Réduction de la Pauvreté
EDIC	Etude Diagnostique de l'Intégration Commerciale
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture
FG	Franc Guinéen
FOB	Free On Bord (Incoterms)
GAMLA	Guinea Agricultural Market Linkages Activity
GMK	Groupement des Meuniers de Kankan
GTZ	Coopération Technique Allemande

ICRAF	Centre International pour la Recherche en Agriculture Eaux et Forêt
INNM	Institut National de Normalisation et de Métrologie
IRAG	Institut de Recherche Agronomique de Guinée
LPDA	Lettre de Politique de Développement Agricole
MAROPA	Maison Régionale des Organisations Professionnelles Paysannes
MGE	Maison Guinéenne de l'Entreprise
NG	Norme Guinéenne
OCPH	Organisation Catholique pour la Promotion Humaine
OMD	Objectifs du Millénaire pour le Développement
ONG	Organisation Non Gouvernementale
ONUDI	Organisation des Nations Unies pour le Développement Industriel
OPIP	Office de Promotion des Investissements Privés
PAFN	Plan d' Action Forestier National
PAM	Programme Alimentaire Mondial
PCGED	Programme Cadre Genre et Développement
PDP	Plan de Développement Produit
PEGRN	Projet Elargi de Gestion des Ressources Naturelles
PNAE:	Programme National d' Action Environnementale
PNUD	Programme des Nations Unies pour le Développement
PPTTE	Pays Pauvres Très Endettés
PROKARITE	Projet Karité
PTF	Plate-Forme multi Fonctionnelle
SIG	Système d'Information Géographique
SIM	Système d'Information de Marché
SNCQ	Service National de Contrôle de Qualité
SPCIA	Société de Production et de Commercialisation des Intrants Agricoles
SRR	Secours Rapide Rural
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats ; (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)
UCM	Union des Coopératives Maraîchères
UE	Union Européenne
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UNIFEM	Fonds des Nations Unies pour la Femme
US\$	Dollar Américain
USAID	Agence Américaine pour le Développement International
WATH	West African Trade Hub (Centre pour le Commerce en Afrique de l'Ouest)

RESUME

Ce plan de développement pour le karité en Guinée est l'aboutissement des travaux préliminaires du projet ARCA (Activités de Renforcement de la Commercialisation Agricole) financé par l'USAID et exécuté par Chemonics International Inc., sur cette filière. Son principal objet, après l'examen des défis et des enjeux, est de proposer des solutions et des modalités opérationnelles pour la mise en œuvre de stratégies qui sont en cohérence avec les politiques de développement économique et commerciale en cours dans le pays, notamment la promotion de filières agricoles porteuses à l'exportation.

Les analyses effectuées et la proposition de feuille de route sont destinées aux décideurs des politiques agricoles et commerciales, aux organismes qui accompagnent le développement socio-économique du pays, aux opérateurs sur le marché du karité, aux institutions financières, aux investisseurs, aux négociants internationaux sur le marché des produits tropicaux, aux industriels du karité et aux productrices à la base dans les villages de la Haute Guinée, région naturelle qui représente le principal bassin de production.

La situation actuelle se caractérise par les préoccupations suivantes :

- La qualité irrégulière et insuffisante pour pouvoir prétendre à des segments de marché à l'exportation
- Des procédés de traitements et de transformation rudimentaires et laborieux assurés par des productrices dans les villages de la Haute et Moyenne Guinée
- Des pratiques de commercialisation aléatoires basées sur la collecte d'une offre très atomisée et hétérogène
- Des moyens financiers limités pour supporter des investissements à moyen et long terme et créer plus de valeur ajoutée (en équipements, fonds de roulement, renforcement de capacité des ressources humaines)
- L'inadéquation des politiques d'affectation des ressources d'appuis techniques et financiers par rapport aux objectifs de développement souhaités pour mieux valoriser la filière

Malgré le nombre élevé de facteurs limitant notamment les performances actuelles de la filière, des opportunités commerciales réelles existent sur les marchés tant locaux, sous-régionaux, qu'internationaux et la Guinée peut rechercher à créer des conditions plus favorables pour les saisir et accroître la rentabilité de l'exploitation de la ressource karité. Les pistes de solutions et les moyens sont indiqués afin de guider les initiatives et mieux canaliser les appuis, en faveur d'une gestion et d'un développement plus cohérents avec les réalités du marché actuel et grâce à une gestion optimisée de la ressource karité.

Pour améliorer la situation, ce plan propose d'agir concomitamment sur plusieurs cadres de la compétitivité commerciale, grâce à une plus grande responsabilisation des acteurs. Les acteurs de la chaîne de valeur du karité, sont considérés ensemble ici, comme les véritables porteurs de ce projet de feuille de route (productrices, commerçants, partenaires au développement, consommateurs). Ce document indique donc un cadre de travail par la mise en place d'un dispositif de promotion d'une production fiable en amandes et en beurre de karité. A cet effet, il prend en compte un ensemble de préoccupations pour indiquer les pistes à suivre en vue d'améliorer la qualité des produits, d'accroître la productivité, conquérir de nouveaux débouchés de marché.

METHODOLOGIE

Le but de la présente mission est d'élaborer un Plan de Développement du Produit Karité (PDP), basé sur les connaissances déjà acquises et les ambitions d'amélioration de la compétitivité des produits et d'augmentation des volumes de production et commercialisation efficace prenant en compte des exportations pour le beurre et les amandes.

La méthodologie de la collecte d'information, pour exécuter cette mission repose sur les éléments suivants : la recherche documentaire et les enquêtes et les interviews des acteurs (directs et indirects) et des partenaires.

Par rapport aux informations secondaires disponibles sur la filière en Guinée, les études déjà réalisées par le Projet ARCA (Activités de Renforcement de la Commercialisation Agricole), ont servi de base documentaire :

- Etude sur la collecte et la transformation du karité en Guinée, août 2005
- Analyse de la compétitivité de la collecte et de la transformation du karité en Guinée, octobre 2005
- Analyse de quatre variantes d'investissement pour la production du beurre karité en Guinée, janvier 2006
- Recherche d'informations sur la disponibilité des emballages du beurre de karité pour la commercialisation, janvier 2006
- Marché d'exportation pour les noix et le beurre de karité en Guinée, février 2006
- Les techniques de production des amandes et d'extraction du beurre de karité non raffiné, mars 2006

Géographiquement, les principales zones de productions (Préfectures de Kankan, Mandiana, Sigüiri, Kouroussa) ont été visitées pour la saisie des informations primaires auprès des acteurs (interviews et séances de travail, voir la liste des personnes rencontrées et les étapes de la mission en annexe 3) :

- Des groupements de producteurs (équipés et non équipés, formés et non formés)
- Des marchés forains des localités
- Des ateliers de fabrication et de maintenance de matériels de production
- Des centres de traitement du karité (en milieu urbain et en campagne, appartenant à des groupements et à des privés)
- Des magasins de stockages et de commercialisation du beurre sur les marchés locaux

Dans ces différentes zones, nous avons eu l'avantage d'observer les moyens et méthodes d'exploitation de la ressource, les conditions de travail des productrices, leurs modes d'organisation sociale. Sur les marchés de proximité, nous avons examiné la qualité et l'emballage des produits et les conditions de stockage et les volumes des stocks de produits,

les prix en vigueur, les principaux circuits de distribution et l'appréciation sur les charges de commercialisation.. Nous avons eu des entretiens avec des services de l'administration, des structures privées et ONG intéressés par la filière ou fournisseurs potentiels de biens et services nécessaires au développement de la filière. Avec les prestataires (fournisseurs, fabricants et réparateurs d'équipements, services financiers, formateurs et autres services et structures intéressés par la filière), nous avons discuté de leurs domaines, modes et conditions d'intervention dans la filière karité et prospecté des axes de collaboration et de synergie de ces différents intervenants pour le développement du karité.

M. Arsène Diasso KOÏVOGUI, Ingénieur-Economiste et M. Amadou SYLLA, Ingénieur des Industries Agricoles et Alimentaires, ont été mandatés par ARCA - Guinée, en qualité de consultants pour réaliser ce présent document qui constitue un cadre de travail et guide d'orientation à l'intention des acteurs directs de la filière, du Gouvernement, des organisations de coopération technique (internationales, bilatérales et ONG) et de tous les autres intervenants qui s'y intéressent.

INTRODUCTION

Les amandes de karité sont une source de matières grasses consommées sous diverses formes dans la plupart des pays de l’Afrique de l’Ouest. Les amandes et le beurre ont fait l’objet d’exportation depuis l’époque coloniale vers la métropole (France) pour des utilisations chimiques et même alimentaires. Actuellement le beurre est recherché pour diverses applications dans l’industrie alimentaire, cosmétique, pharmaceutique et para-chimique. Du fait des applications très diverses, en raison de propriétés particulières, sa demande est relativement importante sur les marchés européens, nord américains et japonais. Le projet WATH (West African Trade Hub) situe les importations de ces pays vers 150.000 tonnes d’amandes qui correspondent à 85-90% de la demande totale en karité sur le marché international. Le reste (10 à 15%) est directement mobilisé sous la forme de beurre. Il existe donc des opportunités commerciales auxquelles pourront prétendre les acteurs guinéens de la filière, aussi bien pour le beurre que pour les amandes de karité.

Pour les acteurs directs (Productrices, Commerçants et Exportateurs) l’enjeu principal sera de gagner en parts de marché grâce à une amélioration significative du coefficient de valorisation tout en conservant un rapport qualité – prix favorable à chacun. Notamment pour les productrices rurales, qui sont les plus défavorisées sur le plan de la répartition de la valeur ajoutée générée par la filière dans son état actuel et aussi les plus vulnérables à la pauvreté, les revenus liés à l’activité du karité doivent augmenter. Comme dans les autres pays producteurs, la production primaire est dominée par le système villageois et quasiment par les femmes rurales.

Les interventions récentes de certains projets sur la filière karité en Guinée, ont permis d’initier un début de collecte de données pour marquer son importance dans l’économie sociale de la Haute Guinée. Le diagnostic de la filière et l’identification des contraintes majeures ont déjà fait l’objet de plusieurs études. Cela a conduit progressivement au besoin d’élaboration d’un plan stratégique de développement.

C’est dans cette mouvance que s’inscrit l’initiative du Projet ARCA (Activités de Renforcement de la Commercialisation Agricole) financé par l’USAID et exécuté par CHEMONICS Inc., de préparer pour cette filière un plan de développement. Différentes études diagnostiques ont été réalisées pour confirmer les opportunités à saisir dans l’immédiat et à moyen terme. Parmi les opportunités à prendre en compte pour déterminer des interventions bien ciblées, il est retenu : a) le marché avec des demandes internes et internationales qui sont importantes et en croissance ; b) l’amélioration du statut des bénéficiaires cibles constitués en majorité de femmes rurales. Pour ces femmes, l’essentiel des revenus annuels est tiré de l’exploitation du karité ; c) la promotion des exportations qui pourront contribuer à l’accroissement des recettes de l’Etat ; d) l’amélioration de la compétitivité des réseaux d’approvisionnement en renforçant les capacités techniques et commerciales des acteurs de la filière.

Le présent document, sur la base des connaissances acquises sur la filière en Guinée, est structurée en cinq parties : 1) une description du contexte ; 2) un examen des opportunités d’interventions le long de la chaîne de valeur du karité ; 3) l’analyse de la chaîne de valeur et l’identification des principales organisations soutenant l’agrobusiness ; 4) une analyse SWOT pour l’appréciation des chances de succès commerciaux de la Guinée, à travers les facteurs qui influencent positivement ou négativement sa compétitivité et, partant de ce constat de pouvoir saisir les opportunités d’interventions ; 5) Sur la base des défis à relever et des

opportunités commerciales à saisir, une proposition de plan de développement du produit karité et qui servira de feuille de route, présente les actions primordiales et interconnectées à mettre en œuvre simultanément, afin d'atteindre les résultats attendus et d'obtenir le maximum d'impacts socio-économiques. Enfin une conclusion est tirée ainsi que des recommandations sur quelques modalités opérationnelles de la mise en œuvre de ce Plan de Développement du Produit Karité. Des annexes complètent en détail certaines informations.

CONTEXTE

Pour l'amélioration des rendements économiques de la Guinée, les réformes en cours, s'orientent sur des stratégies qui accordent la priorité au secteur agricole et à une exploitation raisonnable des ressources naturelles. Les stratégies sont soutenues par les axes suivants : i) Sécurité alimentaire ; ii) Réduction de la pauvreté ; iii) Protection des ressources naturelles.

Les programmes et projets qui interviennent dans la région de la Haute Guinée, principal bassin de production du karité, coordonnent leurs activités autour des domaines clés suivants :

- Le renforcement de la capacité des producteurs et la structure des organisations paysannes ;
- L'encouragement à la diversification de la production et des sources de revenus ;
- La commercialisation plus performante des produits issus de l'agriculture et de l'exploitation des ressources naturelles par des petits exploitants ruraux ;
- L'accès à une technologie améliorée et appropriée ;
- Un développement des infrastructures routières et de communication pour soutenir la fluidité des échanges commerciaux ;
- L'amélioration de l'accès et la gestion durable des ressources naturelles.

DONNEES GENERALES SUR LE PAYS

La République de Guinée, est un pays côtier, situé à l'Ouest du continent africain, avec une ouverture de 300 kilomètres sur l'Océan Atlantique, sur laquelle le port de Conakry est actif. Elle a une frontière avec six pays : au nord, la Guinée-Bissau et le Sénégal, au nord-est par le Mali, à l'est et sud-est par la Côte d'Ivoire et au sud par le Libéria et la Sierra Léone.

Avec une superficie totale de 245.857 Km², le climat dominant est de type tropical chaud et humide, caractérisé par deux saisons : une saison pluvieuse, de mai à octobre et une saison sèche allant de novembre à avril, avec des durées plus ou moins longues selon les régions. Ainsi, le pays a adopté une subdivision administrative en distinguant les quatre régions naturelles, la Basse Guinée (région côtière, 18 %), la Moyenne Guinée (région montagneuse, 22 %), la Haute Guinée (région de savane, 40 %) et la Guinée forestière (20 %).

La population du pays est estimée à 8,2 millions d'habitants en 2004, dont 48,8 % d'hommes et 51,2 % de femmes, avec un taux de croissance annuelle de 3,1 %. Caractérisée par sa jeunesse, la population guinéenne est constituée à 44 % par les moins de 15 ans. Ensuite par sa ruralité avec près de 80 % de la population vivant directement d'une agriculture de subsistance dans les villages.

Le karité pousse naturellement au Nord-Est du pays principalement dans la région de Haute Guinée où résident près de 15% de la population, directement ou indirectement concernés par l'économie du karité. Les 1,5 à 2 millions d'habitants vivants dans les centres urbains constituent des consommateurs potentiels du beurre issu de la filière karité, grâce aux efforts des femmes rurales dans les villages de la Haute Guinée.

Comme pour les autres groupes de pays en développement, le niveau de la dette extérieure constitue un goulot d'étranglement pour le développement économique. La détérioration des termes de l'échange sur les marchés de matières premières et la baisse consécutive des recettes d'exportation amplifie la réduction des capacités de financements propres de l'Etat pour soutenir des programmes et projets de développement. En l'espèce, la promotion soutenue des filières agricoles directement par les ressources de l'Etat est peu probable.

De ce fait, la lutte contre la pauvreté est devenue une priorité nationale. La précarité due à l'accentuation de la pauvreté est plus marquée dans la région de Haute Guinée, avec une pauvreté absolue estimée à 62% selon le Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté (DSRP). Les femmes sont les plus vulnérables à cette situation de pauvreté en milieu rural, en raison des réalités socio-économiques de leur milieu et les rapports de forces économiques qui leur sont défavorables.

Dans la perspective d'améliorer la situation socio-économique des populations, par la recherche d'une croissance économique plus forte, le DSRP donne les lignes directrices de la lutte contre la pauvreté. En matière de développement rural, une haute importance est accordée à : la valorisation accrue des filières porteuses et la promotion des exportations de produits agricoles.

SITUATION GLOBALE DE LA FILIERE KARITE

Sur les évolutions récentes dans l'accompagnement de la filière, des informations ont été collectées auprès de plusieurs acteurs directs de la filière, de structures d'appui et de services de soutien aux opérations commerciales (prestataires logistiques, financiers, distributeurs). Diverses données sur cette filière ont été consultées dont notamment les études diagnostiques réalisées par ARCA en Guinée.

Ces études présentent les caractéristiques actuelles de la filière Karité en Guinée, en établissant des analyses sur les contraintes identifiées et les opportunités de développement à considérer. Les défis posés aux différents acteurs, pour assurer la compétitivité et la promotion plus large du karité au niveau des segments de marché locaux, sous-régionaux et internationaux sont nombreux. Des propositions d'orientations stratégiques et d'actions prioritaires sont formulées pour l'amélioration de la situation de cette filière aussi bien sur les marchés domestiques qu'à l'exportation.

Le projet ARCA a également, sur la base des diagnostics, organisé un important atelier national sur le karité (24 et 25 avril 2006) où des communications données par des spécialistes de la filière ont permis aux acteurs d'échanger sur les nombreux enjeux identifiés par rapport au décollage véritable et l'expansion économique de cette filière en Guinée.

Parmi les différentes questions abordées, les discussions ont été portées sur :

- le potentiel productif de la Guinée comparé aux autres pays ;
- la nature des appuis offerts actuellement ;
- le profil commercial en Guinée et dans le monde ;
- les opportunités de marché sur les différents segments d'utilisation du beurre de karité ;

- les aspects techniques et technologiques relatifs à l'obtention des amandes et du beurre de qualité conformes aux exigences des clients ;
- les modalités d'organisation des acteurs pour une meilleure structuration de la filière.

Des séances de formation sur la transformation du karité ont été organisées avec l'appui du CECI et de ARCA. Sur le terrain, des résultats appréciables à travers la production de beurre amélioré par les groupements bénéficiaires ont été obtenus. En référence aux cas des villages de Sébékoro, Kiniéran, Morodou, les productrices ont noté avec satisfaction, l'impact des formations sur l'amélioration de la qualité du beurre qu'elles fabriquent avec l'adoption du nouveau diagramme de transformation introduit à la suite des formations.

En lien avec ce renforcement de la capacité des groupements de productrices de beurre, pour la fourniture de beurre amélioré, des exportateurs ont bénéficié de soutiens à travers la mise en relation avec des sources d'approvisionnement dans les villages. Ils ont accédé également à des informations sur le marché global et des renseignements sur le profil des acheteurs à l'international. Dès lors, une capitalisation des informations collectées sous forme d'un plan de développement du produit karité en Guinée a été jugée comme opportune.

A ce jour, pour la Guinée, la production semble faiblement exploitée en raison de l'insuffisance des appuis techniques et des investissements qui permettraient une meilleure valorisation du produit et la structuration des acteurs de la filière. C'est dans l'optique de mieux contribuer à la promotion et au développement commercial de cette filière que ARCA a commandité cette étude portant sur la définition d'un Plan de Développement du Produit Karité en Guinée.

Dans certains des seize pays producteurs de karité, les exportations assurent une contribution importante dans l'équilibre de la balance commerciale. Dans ces pays, le produit avec cette importance économique, a fait l'objet d'un suivi prioritaire dans les plans de développement économiques.

Bien que disposant d'un secteur non négligeable dans l'économie locale des régions concernées, l'exploitation du karité n'a pas fait l'objet d'un accompagnement conséquent, au point que le pays n'est pas reconnu comme une source potentiellement viable dans le commerce international du karité. La Guinée accuse en effet un retard important par rapport à la mise en œuvre d'appuis techniques, financiers et commerciaux au sein de la filière karité.

Pour la Guinée, les exportations formelles sont quasiment inexistantes sur le marché international. Quelques échanges informels à travers des flux transfrontaliers sont signalés par les commerçants, notamment vers la Sierra Leone. Aucune précision sur l'estimation des quantités et des valeurs n'est disponible à ce sujet.

Au niveau des statistiques d'exportation publiées au niveau mondial (CNUCED, FAO), le nom de la Guinée n'apparaît pas. Ce qui dénote qu'aucune spécialisation d'exportation n'a été jusqu'à présent développée autour de ce produit. On considère donc sa consommation plutôt interne pour la partie récoltée et transformée par les femmes rurales.

Actuellement, suite à l'intervention de certains projets (PEGRN ; Africare ; CECI-Guinée ; ARCA ; etc.) et d'ONG's nationales, l'attention est retenue pour faire considérer le karité parmi les filières d'exportation porteuses dans le pays.

Globalement, l'amélioration des conditions de production, de transformation, de commercialisation et le renforcement des capacités des intervenants directs au sein de la filière constituent un défi de taille. Il s'agit de rendre la filière karité en Guinée plus compétitive, pour pouvoir saisir les opportunités de marché qui sont confirmées pour le karité (amandes et beurre).

Les axes stratégiques qui permettront d'établir les principales lignes directrices pour le design de la feuille de route seront donc :

- l'organisation des acteurs, pour obtenir une meilleure gestion des chaînes de valeur ;
- l'adoption d'une démarche qualité, permettant de fournir au marché une gamme diversifiée de produits de qualité conforme ;
- la réduction des défaillances dans l'organisation des marchés, pour permettre une efficacité plus grande des réseaux d'approvisionnement ;
- la mise en place de mécanismes de financements mieux adaptés, pour soutenir des investissements et la commercialisation.

DESCRIPTION DES OPPORTUNITES D'INTERVENTIONS

REGIONS CIBLEES

Présentation générale

La production du karité concerne 16 pays africains et une bande qui s'étend d'Ouest – Est sur environ 5.000 Km entre les latitudes Nord de 11° et 14° degrés. En Guinée, la production concerne huit préfectures de la Haute Guinée et cinq préfectures de la Moyenne Guinée, situées sous les mêmes latitudes, avec une répartition de densité d'arbres à l'hectare très variable.

- Haute Guinée : Mandiana, Siguiri, Kankan, Kouroussa, Faranah, Dinguiraye, Dabola et Kérouané.
- Moyenne Guinée : Mali, Koubia, Tougué et Koundara avec des poches de peuplement à Labé, Dalaba, Lélouma et Mamou .

Les bassins de production les plus importants, sont identifiés notamment en Haute Guinée et les poches moins importantes dans la Moyenne Guinée. Le plan de développement va concentrer les interventions au niveau de la Haute Guinée. Administrativement, la région de Haute Guinée couvre près de 40% du territoire national soit 98.343 Km². Au plan du climat, il est du type soudano-guinéen, avec une pluviométrie avoisinant une moyenne annuelle de 1.500 mm. La densité de peuplement en karité couvrant cette zone de savane boisée, est également très variable et, pour le moment, aucune donnée fiable n'est disponible pour pouvoir indiquer le potentiel de production du pays. De la même façon, on connaît très peu les données chiffrées sur les quantités effectivement ramassées annuellement par les productrices dans les différents villages.

La disponibilité du beurre de karité et sa commercialisation locale sur les marchés ruraux d'approvisionnement, donnent globalement, des indications sur les préfectures les plus importantes. Les études filières réalisées à ce jour, retiennent les préfectures étendues sur 66.800 Km², avec un total de 1.185.850 habitants dont la structure est la suivante :

- Mandiana qui compte 107.541 femmes et une population totale de 212.531 habitants au sein de 25.301 ménages (suivant le recensement de 1996, révisé)
- Kankan : 160.707 femmes et population totale de 318.231, au sein de 37.885 ménages
- Siguiri : 177.250 femmes et une population totale de 348.917, au sein de 41.538 ménages
- Dabola : 68.515 femmes et une population totale de 133.158, au sein de 20.640 ménages
- Kouroussa : 89.275 femmes et une population totale de 173.013, au sein de 20.597 ménages

Les populations des régions ciblées sont considérées comme parmi les plus pauvres du pays. Elles sont essentiellement rurales et les femmes constituent une couche très vulnérable. Pour ces femmes rurales, le karité constitue une des principales sources de revenus agricoles.

Motivations du ciblage

- Les raisons démographiques : en considérant uniquement les populations vivant en milieu rural dans ces préfectures, ce sont au moins 400.000 femmes (presque 5% de la population Guinéenne) et 90.000 ménages ruraux qui sont concernés directement par les activités de valorisation et de commercialisation du karité. L'activité portant sur l'exploitation du karité, représenterait selon les indications données par la majorité des productrices lors des entretiens, plus de la moitié de leurs revenus.
- Les raisons socio-économiques : Pour la région de la Haute Guinée et pour le pays, le karité constitue un sous-secteur prioritaire à soutenir grâce à la mise en œuvre des stratégies nationales de réduction de la pauvreté. Au plan socio-économique, on peut observer entre autres avantages, que dans les centres ruraux concernés, le karité participe au maintien de la cohésion sociale, à l'équilibre budgétaire des ménages et au développement de l'emploi rural pour les femmes.

Les femmes de la région participent comme main-d'œuvre familiale, à l'essentiel des activités agricoles familiales. Dans l'organisation et le choix de leurs stratégies de génération de revenus, la transformation du karité et la commercialisation du beurre obtenu occupent une place importante.

Au plan du développement économique du pays, ces préfectures dépendent fortement de l'agriculture en termes de sécurité alimentaire et de revenus. Elles sont parmi les moins développées du pays et plus vulnérables à la pauvreté en raison des incertitudes sur le niveau de la production agricole soumise à l'influence du climat. Les populations résidentes, font face aux dépenses familiales (alimentation, scolarité, santé et autres biens sociaux) à travers l'exploitation de ressources forestières, dont notamment la commercialisation du beurre de karité. Les indicateurs sur la pauvreté en Guinée classent ces préfectures comme les plus frappées par les difficultés économiques.

Choix ultérieurs des zones d'intensification

Pour éviter des dispersions de ressources, quelques critères basiques (dynamique sociale, potentiel karité, niveau de désenclavement, existence de structures d'appui opérationnelles...) en faisant référence à la compétitivité (qualité, quantité, prix) seront à considérer pour la sélection de trois ou quatre préfectures. Les sites retenus pourront ainsi bénéficier d'appuis plus intensifs et même de la réalisation d'opérations pilotes de production et plus particulièrement des tests de marché. Les critères qui pourront être affinés ultérieurement lors de la mise en œuvre de ce plan de développement, sont indiqués ci-après :

- la qualité intrinsèque des produits de la zone (si les profils chimiques peuvent être établis en temps opportun) et l'état de la ressource karité en termes de densité en pieds d'arbres et de facilité d'accès pour ramassage des fruits et en terme de variétés de primeur, de saison et d'arrière saison, on peut aisément identifier des niches économiques
- la réputation des groupements de productrices pour la régularité de la qualité
- la population de femmes et le nombre de groupements et de productrices totales recensés
- l'accès facile des villages pour la capture des produits et les coûts d'acheminement sur Conakry
- La présence d'unions maraîchères préfectorales

GROUPES CIBLES

Les principales initiatives qui pourront naître, suite à ce Plan de Développement, peuvent être soutenues et coordonnées à travers la dynamique en cours pour l'émergence et la promotion des organisations paysannes. Les différentes organisations de bases et leurs structures faîtières participent aux activités de renforcement des capacités, d'informations, de commercialisation, de promotion des produits agricoles et de défense des intérêts des producteurs à la base. Dans le cas précis du karité, l'analyse de la chaîne d'approvisionnement démontre que l'activité concerne des groupes d'acteurs très diversifiés de par leurs rôles et fonctions principales au sein de la filière. Sans être exhaustif, le Plan de Développement du Produit Karité va atteindre les groupes d'acteurs ci-après :

Au niveau des processus majeurs

Le plan de développement du produit karité va toucher différents maillons :

- Transformation et première mise en marché : sont concernés, les groupements de productrices ainsi que les unions de groupements et les propriétaires privés d'équipements de production
- Collecte, groupage et distribution : fonctions assurées par les commerçants urbains grossistes dans la vente du beurre de karité et leurs réseaux de collecteurs sur les marchés villageois
- Exportation : les entreprises commerciales qui se spécialisent sur le produit
- Industrialisation : sont visées, les sociétés internationales utilisatrices des amandes et du beurre pour la fabrication des produits finis à haute valeur (alimentaires, cosmétiques, pharmaceutiques, nutraceutiques et autres produits dérivés, etc.)
- Consommateurs locaux et acheteurs étrangers : qui constituent les clients finaux à faire intéresser et à satisfaire par l'offre de la Guinée.

Par rapport aux processus de soutien à la filière

Les productrices et les réseaux de commerçants sont appuyés par les diverses structures qui sont des partenaires techniques et financiers et par divers groupes prestataires de services :

- Au niveau des stratégies de développement :
 - Collectivités décentralisées et Comités locaux de développement ;
 - Services publics concernés par le sous secteur (Ministères, Directions Nationales et services techniques rattachés) ;
 - Organisations internationales ;
 - Services techniques des missions de coopération bilatérale ;
 - Organisations socioprofessionnelles (Chambres Consulaires).
- Au niveau de l'organisation professionnelle : Par rapport aux secteurs agricoles et privés, les chambres consulaires seront des cibles privilégiées pour encourager la promotion

générique de la filière et l'animation de cadres de concertations impliquant l'Etat, les décideurs et les acteurs directs de la filière karité. Il s'agit :

- de la Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat de Guinée (CCIAG)
- du Conseil National du Patronat Guinéen (CNPG)
- du Conseil National des Organisations Paysannes de Guinée (CNOP-G), et de la Chambre d'Agriculture
- Au niveau de la promotion commerciale : Les principales structures de promotion du commerce en Guinée qui seront utiles sont :
 - Le Centre International d'Echanges et de Promotion des Exportations (CIEPEX) :
 - Le Centre d'Appui aux Formalités d'Exportation (CAFEX).
- Au niveau des structures techniques d'accompagnement et des prestataires :
 - Fabricants et distributeurs locaux d'équipements, d'emballages et d'autres intrants utiles ;
 - Transporteurs routiers entre les marchés ruraux et les centres urbains ;
 - Ouvriers journaliers qui assurent les travaux de conditionnement et de manutention sur les marchés ;
 - Bureaux d'Etudes et ONG's qui interviennent dans l'assistance-conseil et diverses prestations de services pour le renforcement des capacités des acteurs ruraux ;
 - Institutions financières notamment à travers le système financier décentralisé et quelques banques commerciales, le cas échéant ;
 - Instituts de recherche scientifique et technologique ;
 - Laboratoires privés d'analyse de qualité.

OPPORTUNITES DE MARCHE

Les produits issus du karité sont très divers et font l'objet d'échanges sur les marchés locaux et l'objet d'une demande internationale par des industriels surtout pour l'achat à l'état d'amandes et par des manufacturiers du secteur cosmétique pour le beurre.

Diversité dans les domaines d'utilisations

L'économie du karité est fondée sur une large possibilité de valorisation dans des domaines d'application très diversifiés qui constituent autant d'opportunités de marché. Les usages multiples sont connus ; pour en retenir quelques uns, on peut citer :

- le bois, les feuilles, les écorces, les racines connaissent des usages locaux comme sources énergétiques et dans la pharmacopée traditionnelle ;

- les fruits sont comestibles et la pulpe peut subir des traitements de conservation (compotes et confitures) ;
- le beurre contenu dans les amandes est d'une richesse moléculaire particulière qui confère au karité des aptitudes technologiques pour des applications dans les industries alimentaires, cosmétiques et pharmaceutiques. (Voir quelques allégations en annexe 8)

L'intérêt pour des usages nouveaux

Les industriels du karité sont engagés sur des pistes de recherche & développement de technologies sophistiquées permettant d'isoler et de purifier des molécules nobles contenues dans le beurre et destinées vers des applications très valorisantes qui font l'objet de nouveaux produits mis en marché. Ces opportunités de diversification constituent commercialement pour la filière karité des pays producteurs, un atout précieux.

En raison de toutes ces applications, les opportunités de marché sont importantes et sont soutenues par une demande en croissance. Un objectif pour le plan de développement sera particulièrement de saisir ces différentes opportunités en adaptant l'offre aux besoins et exigences des différents segments de marché.

Opportunités sur le marché local et sous-régional

Sur les principaux marchés urbains locaux, la marge de croissance pour la consommation du beurre pourrait être encore plus importante, avec plus de 3 millions de consommateurs potentiels.

La diversification de gammes de produits finis : Il existe des indications favorables pour accroître la demande locale et avec surtout un intérêt pour développer de nouveaux produits à plus haute valeur ajoutée, pour des segments de marché dans le pays. Les opportunités d'affaires existent dans le secteur de la cosmétique, de la savonnerie, des matières grasses culinaires haut de gamme (stable, inodore, bien emballé et prix compétitif par rapport aux huiles importées). Cette stratégie de diversification constitue une bonne base de valorisation et un espoir pour absorber localement une plus grande proportion de la production de beurre de karité villageois. C'est donc un espoir pour entraîner les productrices à améliorer et augmenter leur capacité d'offre.

Opportunités sur le marché international

AMANDES DE KARITE

Il existe une demande en amandes de la part des grands industriels. Actuellement, ils sont au total deux qui dominent le marché international : Aarhus / Karlshamns et Loders Croklaan. Ces industriels estiment actuellement les contraintes technologiques trop importantes, pour garantir leur accès régulier à un beurre de qualité conforme aux exigences de leurs domaines d'utilisations. De plus ils considèrent que la logistique locale est faible pour pouvoir assurer les manipulations et le transport du beurre à grande échelle sans risques d'affecter la qualité du produit. Ils ne sont pas de ce fait, acheteurs de beurre local. Leurs achats d'amandes représentent plus des $\frac{3}{4}$ de la demande mondiale de cette matière première. L'estimation de leurs besoins annuels se situe vers 150.000 tonnes d'amandes (soit environ 75.000 Tonnes de beurre). Une opportunité d'affaires pourrait être saisie en leur proposant des offres sérieuses en amandes conformes, fondée sur la création de relations commerciales durables avec les exportateurs guinéens.

Pour ces sociétés industrielles, la fraction stéarique du beurre de karité représente la principale opportunité pour la fabrication des CBE (Cacao Butter Equivalent) et CBI (Cacao Butter Improver) utilisés en chocolaterie comme substituts et améliorants du beurre de cacao. C'est le segment de loin le plus important en quantité et en valeur ajoutée. Les technologies utilisées font appel à des investissements très lourds auxquels les pays producteurs accéderont difficilement. En raison de l'augmentation de la consommation mondiale de chocolat, il est projeté une croissance de la demande en karité et surtout sous forme d'amandes.

SPECIFICITE D'ORIGINE

Une offre acceptable existe en Guinée pour les amandes. La bonne qualité des amandes guinéennes a été confirmée suite aux analyses effectuées par l'Université de Rutgers sur des échantillons d'amandes récoltées (dans les localités de Dabola, Kouroussa et Tougué) par le projet PEGRN (la conformité est établie sur le calibre, le poids moyen, la coloration et la teneur en acides gras totaux). Les travaux en cours au niveau du Prokarité (Base de données VITTELARIA) fournissent le profil d'acides gras pour certaines zones en Guinée. Les compositions chimiques indiquent une richesse appréciable en acides gras insaponifiables recherchés par l'industrie cosmétique. On peut donc estimer que certaines poches de karité en Guinée pourraient constituer une bonne source d'approvisionnement pour l'industrie cosmétique.

DEVELOPPEMENT DES ACHATS D'AMANDES DANS LA SOUS-REGION

La découverte de nouveaux domaines d'application qui sont sources de croissance pour la demande en karité, représente une opportunité pour les pays producteurs. Sur ces segments hautement stratégiques et pour les besoins réels des grandes compagnies internationales, les informations sont incomplètes. Mais leurs intérêts récents pour structurer dans certains pays producteurs des réseaux d'approvisionnement en amandes, sont des indications qui démontrent le maintien de leurs demandes croissantes. Aarhus et Loders s'investissent pour le développement de leurs représentations en Afrique de l'Ouest (Comptoirs d'achats animés en Côte d'Ivoire, au Burkina, au Ghana, au Togo et au Nigeria).

Cependant, il faut faire observer par rapport aux segments alimentaires, que la corrélation, qui existe entre le karité et les autres sources de matières grasses végétales, doit être prise en compte pour comprendre la fixation des prix internationaux. Sur ces aspects, la capacité d'analyse et d'anticipation sur le marché global des matières grasses végétales devra être développée par les exportateurs de karité. En effet, la directive européenne autorisant l'incorporation d'autres matières grasses végétales dans le chocolat concerne outre le karité, d'autres produits de base tels que l'illipé, l'huile de palme, le sal, le kogum gurgi ou même les noyaux de mangue.

TENDANCE DE CROISSANCE FAVORABLE POUR LE BEURRE DE KARITE A USAGE COSMETIQUE

Actuellement, les parts de marché y sont faibles et seraient de moins de 5% de la demande internationale en beurre karité. De l'ordre de 1.500 tonnes dans les années 80, actuellement la demande globale est estimée autour de 5.000 tonnes de beurre en destination du segment cosmétique. Cette tendance à la croissance est forte notamment sur les marchés Nord Américains (Etats-Unis et Canada).

La richesse du beurre de karité en insaponifiables et d'autres micronutriments fait sa valeur pour l'industrie cosmétique. Notamment son pouvoir hydratant et ses propriétés protectrices pour la peau sont recherchés pour la satisfaction des consommateurs finaux. Ces raisons

soutiennent la demande croissante en beurre, en Europe et en Amérique du Nord. Les fabricants offrent une large gamme de produits cosmétiques à forte valeur ajoutée, empruntant des circuits modernes de distribution et visant des consommateurs à fort pouvoir d'achat.

Sur le mode d'obtention du beurre, il faut surtout faire remarquer que les cosméticiens ont des préférences pour le beurre obtenu par des procédés par pression qui préservent le mieux la teneur en insaponifiables. Pour cette raison les meilleurs beurres d'extraction artisanale peuvent accéder à ce marché.

Des marchés niches se développent par rapport au beurre obtenu à travers de procédures biologiques. La promotion de ce segment est fortement soutenue par les structures du commerce équitable.

L'amélioration des conditions de production et de commercialisation en Guinée, permettra de créer une situation favorable pour l'accès au marché cosmétique international et d'y capter des parts pour les productrices qui seront capables d'offrir des produits conformes.

En définitive, les opérateurs de la Guinée, devront être préparés stratégiquement, pour acquérir les capacités et une compétitivité, leur permettant de cibler les trois segments distincts du marché cosmétique identifiés par l'analyse de la chaîne de valeur du karité. Et c'est également sur ces segments que les opportunités pour le beurre local sont confirmées par plusieurs analyses :

DANS L'IMMÉDIAT

D'abord, le marché pour un beurre de karité brut villageois destiné aux raffineurs européens ou américains, reste fort et continue de s'accroître. La clientèle est constituée de négociants ou de petites et moyennes unités de raffinage (par des procédés de neutralisation, décoloration et désodorisation) qui valorise en préservant la portion d'insaponifiables dont la teneur normale dans le beurre est de l'ordre de 5% à 8% ainsi qu'en améliorant la texture par homogénéisation. Les chaînes de distribution y sont bien établies et la majorité de ce beurre brut de karité provient principalement du Ghana, Bénin et Burkina où les distributeurs/importateurs ont déjà de bonnes relations commerciales, la qualité est connue et bien appréciée, l'approvisionnement est constant et les prix sont stabilisés légèrement autour 1 à 1,2 euro en position FOB port ouest africain.

Une opportunité existe pour pénétrer ce marché si l'on parvenait pour la Guinée, à améliorer la qualité, à augmenter le volume d'offres, à fixer les mêmes ordres de prix et à régulariser l'acheminement du beurre par transport maritime, en Europe ou aux Etats-Unis. Il faudrait aussi mener un travail de promotion intense de l'origine Guinéenne, pour favoriser des négociations commerciales et pour convaincre les responsables d'achats des raffineries établies en Europe ou au Etats-Unis.

A COURT ET MOYEN TERME

Ensuite, le deuxième segment retenu sur le marché cosmétique, valorise mieux l'état naturel du beurre de karité, ce qui garantit le plus l'intégrité de tous les principes actifs. L'état de ce type beurre de karité permet aux cosméticiens de bien manipuler ce beurre pour servir comme élément de base dans une large gamme de produits de luxe et de pouvoir exploiter à fond des allégations commerciales sur l'aspect « Naturel ».

Dans ces cas précis, pour les marchés européens et nord américains, il faut envisager à défaut de pouvoir vendre directement à une multitude de petites fabriques, le recours aux services d'agents de commercialisation et de distribution le plus souvent rémunérés à la commission. En effet, les unités cosmétiques sur ce segment achètent par petites quantités ce qui est de nature à rendre la logistique d'approvisionnement assez complexe pour des petits fournisseurs (délais, régularité, coûts de transactions, etc.).

A MOYEN ET LONG TERME

Pour la troisième cible, il s'agit d'unités cosmétiques, de distributeurs et des raffineries de beurre de karité, qui positionnent de plus en plus des demandes pour le beurre de karité biologique. Bien que la taille du marché ne soit pas connue avec précision, les prix sont intéressants sur ce segment (parfois plus de 50% de plus que le beurre conventionnel). Mais compte tenu de la situation actuelle, les étapes d'organisation et les coûts pour aller à la certification biologique, font que la réalisation de cette opportunité ne pourrait avoir lieu qu'à moyen terme. Particulièrement, il faut avoir la capacité d'isoler le processus de transformation des amandes certifiées biologiques de tous les autres circuits d'amandes conventionnelles. Cette opportunité est donc à retenir pour la mise en œuvre d'une phase préparatoire avec l'objectif de faire une investigation d'abord sur les possibilités techniques, les projections de rentabilité, de la production du beurre de karité biologique et de prendre le temps pour mettre en place des structures appropriées qui permettront une exploitation optimale de cette opportunité.

POTENTIEL ECONOMIQUE

La valeur du produit lui-même

Il est admis que les bonnes amandes de karité constituent un gisement de molécules nobles très recherchées pour leurs propriétés technologiques et biochimiques. La transformation du beurre conduit à des produits finis à très forte valeur ajoutée qui font l'objet d'une demande importante et en croissance dans diverses industries alimentaires, cosmétiques et pharmacologiques à l'échelle internationale.

Source d'emplois et de revenus

Le pays dispose d'une végétation naturelle de karité notamment dans sa région de la Haute Guinée. Bien que le potentiel de production ne soit pas encore déterminé de manière précise, l'importance de filière ne fait pas l'objet de doute dans l'économie sociale des villages de cette région. Les évaluations récentes des experts du projet ARCA et du projet PEGRN, établissent une production de beurre de l'ordre de 5.000 tonnes au minimum par campagne. Cela représenterait une valeur minimale de 5 millions US\$ en considérant un prix FOB de 1\$ (cours moyens du beurre brut non raffiné pour ces dernières années). Les activités liées à l'exploitation du karité permettent à tous ces intervenants de la chaîne d'approvisionnement de générer des revenus. Le suivi statistique régulier aurait permis de mieux révéler la contribution du karité dans le revenu annuel des différents groupes d'acteurs.

La transformation du karité mobilise une main-d'œuvre importante dans les villages. La capacité de production est établie autour de 5 kg de beurre par femme et par jour, en utilisant les procédés traditionnels. Sur la base d'une production annuelle moyenne estimée à vers 5.000 tonnes de beurre, l'équivalent de 30.000 à 35.000 Hommes-Mois est nécessaire. La commercialisation voit la participation d'un réseau marchand qui réalise un chiffre d'affaires

non négligeable, depuis les collecteurs dans les villages jusqu'aux commerçants grossistes actifs au niveau de la distribution dans les grands centres urbains.

Rôles socioéconomiques

Actuellement, le karité est marginalisé et du point de vue de sa contribution aux recettes de l'Etat. Sa contribution au PIB n'est pas déterminée probablement par manque de données régulièrement saisies sur la filière. Economiquement, son rôle paraît sous estimé, mais on retient tout de même que le karité participe effectivement à l'alimentation des familles comme source de matières grasses, aux soins de santé par ces vertus thérapeutiques, à la génération de revenus pour les femmes rurales concernées par son exploitation et leurs foyers, à une réduction de la vulnérabilité des femmes face à la pauvreté rurale.

L'autoconsommation semble se situer autour de 50% par les familles en zone rurale. Le surplus est commercialisé sur des marchés villageois, en vue d'une distribution à grande échelle au niveau des centres urbains. Les villes de Kankan, Conakry, Labé, Mamou sont les plus actives dans le système de collecte, centralisation et distribution aux consommateurs.

Les opportunités d'amélioration de la gestion des parcs de karité pour sa durabilité, de techniques et technologies pour l'obtention de produits conformes aux exigences du marché, d'organisation des acteurs, constituent une bonne promesse pour faire augmenter la contribution de la filière au développement économique du pays.

La disponibilité de la ressource en Guinée et sa faible présence, voire son absence sur les transactions internationales du karité, indique aussi l'existence d'un potentiel économique important permettant une contribution accrue du produit à l'élargissement des recettes d'exportation du pays.

Au plan du commerce intérieur, le karité fait l'objet d'échanges mettant en relation plusieurs opérateurs économiques à travers un nombre important de localités du pays. Les transactions associées sont sources de revenus pour tous les intervenants impliqués. Bien que les statistiques ne soient pas disponibles pour chiffrer toute l'importance économique de ces transactions par leurs volumes et leurs valeurs, les flux sont déterminés sur toute l'étendue du territoire national : le karité est produit en Haute Guinée mais satisfait les besoins d'un habitant de N'Zérékoro en Guinée forestière et aussi au-delà des frontières. Les enquêtes sur le sens du flux de beurre de karité conduite par les services spécialisés en collecte d'informations de marché (ACA, SNSA) donnent la cartographie des liens économiques entre productrices de beurre de karité, leurs groupements, les commerçants et les consommateurs de plusieurs localités présentées dans le tableau ci-après :

Tableau 1 : Flux régionaux du beurre de karité

PREFECTURES	ZONES DE GRANDES PRODUCTIONS	MARCHES HEBDOMADAIRES	PREFECTURES DESSERVIES	PAYS DESSERVIS
KANKAN	BATE NAFADJI, DOUAWALIA, SELEMOUSSAYA BAKONKO, CISSELA, SOUMANKOÏ, FOUSSEIN, DJANKANA, MISSAMANA, ALYAMOUNOU, KIGNEBA, MAKONO, DJALONI, BANKALAN, KARIFAMORYAH, DJELIBAKORO, TIMINIDOU, SANFINA, KOTE, WOLONDOU, FODEKARIA, BOUSSOURA, DJANSOUMA, DJIMBALA, TINTIOULEN, SANA	DJÉLIBAKORO, FODÉKARIA, BATÉ-NAFADJI, MISSAMANA, DJIMBALA, BAKONKO, KOUMBAN, MOUSSAYA	CONAKRY, BOKÉ BOFFA, LABÉ, PITA MAMOU, DALABA N'ZEREKORE, GUECKEDOU, MACENTA KEROUANE	SENEGAL GAMBIE SIERRA LEONE UE USA
MANDIANA	SOUTOUDJANA, FARABA, NIENTANINA, DJALAKORO, SALADOU, MORODOU, MANDIANA, LIMBANA, KIGNERAN, FARALAKO, KABAYA LOÏLA, KANIFARA, FARANDOUN, KOUNDJAN, KONKOYI, YOUROUMAKORO	NIENTANINA, MANDIANA, KONKOYI, DJALAKORO	MANDIANA, KANKAN KEROUANE	
KOUROUSSA	KOUMANA, DOURA, KABOUKARIA, SANDJANA, MOUSSAYA, SANOUSSIA, DJARAGBELA	KABOUKARIA, KOUMANA, DOURA	KANKAN, DABOLA FARANAH	
SIGUIRI	NAFADJI, NORASSOBA, NOUNKOUKAN, FALAMA, KIGNEBAKORO, DANKA, DIOMABANA	DJELIBAKORO, NORASSOBA, DIOMABANA	CONAKRY, SIGUIRI KOUROUSSA, KANKAN	

BENEFICIAIRES CIBLES

Au vu de leur nombre, de la rentabilité économique et des besoins à satisfaire, les actions devraient logiquement être orientées de manière intensive en destination des femmes rurales prises individuellement et à travers leurs organisations locales (Groupements et Unions). Il faut surtout noter que les causes profondes des principaux problèmes à résoudre dans la filière, prennent leurs racines au niveau des productrices qui sont en début de la chaîne d'approvisionnement en produits du karité.

Ce Plan de Développement du Produit Karité confère pour plusieurs raisons, aux productrices rurales, la qualité de bénéficiaires cibles. Fondamentalement, l'exploitation du karité est considérée par les esprits comme « l'affaire des femmes rurales » et elles mènent effectivement par la valorisation de produit, une activité d'utilité sociale, vue sous l'angle des revenus générés qui contribuent amplement à l'économie familiale. Mais paradoxalement au niveau lucratif, la balance économique est défavorable à celles-ci. Plusieurs questions liées aux concepts du genre et développement s'expriment dans cette filière. Notamment l'autorisation préalable des maris pour la participation des épouses dans les voyages d'études, de formation et dans les foires d'où la présence marquée de femmes âgées, hors foyers dans les groupements de productrices contrairement aux jeunes femmes en âge de procréer.

Les activités pour la valorisation du karité en Guinée pourront servir de terreau, pour résoudre certaines des questions sur le genre notamment en favorisant la promotion des opportunités économiques en faveur des productrices de beurre de karité.

Par rapport à leur communauté

L'ACCES A LA RESSOURCE

Ne semble pas poser de problèmes critiques liés au genre comparativement à d'autres pays producteurs où des situations conflictuelles existent au niveau du ramassage des fruits dans les parcs à karité. Les droits coutumiers dans les différentes zones visitées ne constituent pas de freins aux femmes, pour ramasser les fruits du karité. Cette situation relevant aussi au fait que la commercialisation des amandes qui intéresserait les hommes n'est pas dans les habitudes. Mais il serait opportun de prévoir des actions favorisant la gestion durable de cette ressource naturelle, avec une plus grande responsabilisation des groupements de productrices de karité dans la mise en œuvre des conventions environnementales et l'observation des cadres réglementaires associés.

LES CHARGES DE TRAVAIL

Les tâches manuelles du traitement du karité sont considérées par la communauté comme pénibles et essentiellement féminines. Avec la mécanisation de certaines opérations comme le broyage, les hommes interviennent de plus en plus dans le processus surtout au niveau du fonctionnement des équipements installés en général sur des plates-formes multifonctionnelles. Ils fournissent aux productrices des prestations payantes. La mécanisation va donc induire une répartition de tâches en déchargeant les femmes de certaines activités pénibles. Il y a donc là une stratification et une division du travail basées sur le genre. Cependant, il est possible d'entraîner les femmes dans la manipulation et la maintenance des équipements pour prévenir cette pression masculine.

En effet, au niveau de cette chaîne de valeur du karité, les productrices assurent les tâches les plus pénibles du processus d'obtention des amandes et du beurre. Le calendrier de production du karité par rapport aux autres produits agricoles ne permet pas non plus une spécialisation poussée des femmes dans le karité. Or une telle spécialisation pourrait constituer une bonne opportunité d'affaires pour beaucoup de femmes et les orienter vers la constitution de petites entreprises coopératives, pour mieux structurer leurs activités à travers l'exploitation rentable du karité. Des actions favorables aux femmes pourront prendre appui sur le développement de l'entrepreneuriat coopératif en milieu rural.

UTILISATION DES REVENUS PROCURES PAR LE KARITE

Les revenus procurés sont essentiellement destinés à la prise en charge des besoins du foyer et pour le bien-être. La femme en affectant ainsi ses revenus durement acquis, est-elle ou pas

dans son rôle ? Quel niveau de contrôle les maris ou les hommes ont pour déterminer l'usage des revenus du fruit du travail de leurs épouses dans les zones de karité et la compréhension des faits socioculturels en Haute Guinée ? Ce sont là des questions sensibles et tabous pour les femmes rurales.

Par rapport au marché

RELATIONS D'AFFAIRES SUR LE MARCHÉ

Économiquement sur les marchés, les femmes rurales (productrices du beurre) sont peu impliquées en aval dans la chaîne d'approvisionnement, pour pouvoir participer à la commercialisation sur les segments de marché plus lucratifs. Or, les opportunités d'amélioration du revenu des productrices constitueraient un résultat appréciable et une contribution à la mise en œuvre des stratégies nationales de réduction de la pauvreté notamment en milieu rural. Les incitations seront d'encourager les femmes à s'engager pour créer plus de valeur ajoutée au beurre offert sur le marché.

FAIBLESSE DES PROFITS FINANCIERS

Par rapport aux acteurs commerciaux, la clé de répartition de la valeur ajoutée créée par la filière n'est pas favorable aux productrices villageoises. Le marché mondial du karité génère beaucoup de profits financiers dont les répercussions ne se font pas sentir sur l'amélioration des conditions de travail et de vie des productrices qui sont au début de cette chaîne d'approvisionnement.

La compétence des productrices isolées pour faire une commercialisation performante est très faible. Un des défis posés par rapport à la question du genre serait de renforcer la capacité commerciale des femmes rurales, afin qu'elles bénéficient de revenus plus équitables au sein de la filière. Cela consisterait à leur créer des conditions favorables, pour réaliser localement plus de valeur sur le produit. Par ailleurs, la stratégie de mise en marché collective de l'offre des groupements de karité, à travers leurs organisations d'unions serait de nature à induire un rééquilibrage des rapports de force en faveur des femmes.

Ainsi, les programmes d'accompagnement devront assurer que les productrices bénéficieront d'appuis adaptés pour renforcer leurs compétences en matière de négociations commerciales, sur des offres de produits de qualité conformes aux besoins de chaque segment de marché à cibler.

Par rapport au développement humain

Plus de problèmes récurrents sont évoqués quand on pose cette question de genre. Ils constituent des entraves à une plus grande participation des femmes dans l'entrepreneuriat et pour leur épanouissement dans les affaires commerciales. Il s'agit :

- du niveau de scolarisation plus bas pour les femmes, ce qui limite l'accès des femmes aux informations stratégiques commerciales et technologiques en vue d'avoir un autocontrôle sur les prises de décisions d'affaires les concernant
- du faible niveau d'accès et des asymétries d'informations sur les opportunités commerciales entre les hommes d'affaires et les femmes rurales
- de la hiérarchisation sociale qui leur affecte des responsabilités et des tâches pénibles en vue de générer des revenus contribuant aux dépenses de la famille. Selon la grande

majorité des femmes rencontrées, le karité est le principal produit dont la vente permet de faire face à des dépenses alimentaires en période de soudure, à des dépenses sociales comme les frais de scolarité et de soins médicaux des enfants, etc.

- le recours à l'autorisation maritale semble être une condition, pour participer à certaines formes d'activités économiques comme les déplacements lointains et des absences prolongées hors du foyer, pour suivre des formations, pour vendre des produits sur d'autres marchés, etc.
- sur l'utilisation des revenus générés par l'activité de transformation du karité, un flou persiste sur sa répartition. L'homme jouit-il directement et de façon formelle d'une part de ces revenus, fruits du labeur de sa femme ?

Les consultants se limitent ici à soulever les quelques questions de fond et délicates puisqu'elles ne sont pas spécifiquement portées sur le karité, mais relèvent d'un fondement socioculturel bien ancré. Et les solutions complètes seront à rechercher sous d'autres chapitres du développement rural. La question reste donc ouverte, s'agissant de la liberté d'utilisation et de destination des revenus accumulés par la femme à travers la filière karité. Finalement la difficile question n'est pas uniquement au niveau de l'exploitation du karité, mais concerne en général, la recherche de l'indépendance économique de la femme rurale.

Constat global : la promotion de l'entrepreneuriat rural

Les consultants considèrent, de par le dispositif organisationnel en milieu rural, que les unions constituent un point d'appui important à travers lequel les femmes pourront bénéficier directement des mesures d'accompagnement de manière efficace et efficiente. Elles doivent donc s'organiser pour orienter en priorité les actions de formation et de commercialisation à l'intention des groupements féminins afin qu'elles parviennent à jouer un rôle proactif au niveau des décisions stratégiques pour tirer plus de bénéfices de leurs activités au sein de la filière karité. Une mutation organisationnelle devra être abordée, pour encourager en dehors des groupements actuels, la création de Coopératives de Productrices de Karité, permettant d'entraîner les femmes dans une démarche entrepreneuriale orientée sur le marché.

Avantages du ciblage sur les productrices rurales

RENFORCEMENT DES LIENS DE MARCHÉ

L'émergence de liens plus forts entre les productrices et le marché sera bénéfique pour améliorer la situation financière des femmes. Les revenus générés par le karité devraient croître et durablement grâce à l'instauration de relations plus fiables liant les productrices et les acheteurs. L'amélioration de la capacité d'offre (qualités et quantités) sera de nature à créer une confiance et une fidélisation des acheteurs. Par l'amélioration de l'organisation des productrices et de leur capacité pour la fabrication de produits de meilleure qualité et à valeur ajoutée accrue, les exigences des consommateurs seront de plus en plus satisfaites, ce qui va leur conférer une plus grande crédibilité et de meilleures conditions d'accès au marché.

L'ACCROISSEMENT DES OPPORTUNITES DE REVENUS

Sera une source d'incitations qui permettra aux productrices de s'investir afin d'intensifier la productivité (capacités de ramassage, technologie d'obtention des bonnes amandes et d'extraction du beurre).

CONTRIBUTION AU BIEN-ETRE

Les retombées des investissements plus accrus, pourront bénéficier aux ménages ruraux notamment en améliorant les situations de la sécurité alimentaire et de l'éducation des enfants. En assurant aux productrices de karité la possibilité de développer et de tester sur le marché des produits à plus forte valeur ajoutée, il sera possible d'augmenter le revenu octroyé par le karité et de contribuer à améliorer à terme, la qualité de vie des foyers en tenant compte du fait que les femmes consacrent habituellement l'essentiel de leurs revenus à cette fin.

Bref, placer les femmes rurales au cœur de ce Plan de Développement du Produit Karité, singulièrement à travers la promotion des groupements de productrices existants comme les bénéficiaires cibles, comporte des avantages certains : i) l'amélioration de l'efficacité de la chaîne globale du karité ; ii) la résolution des principaux problèmes notamment de la qualité des produits et de l'organisation des activités commerciales, depuis la base du système ; iii) le renforcement des capacités des productrices, pour maîtriser divers thèmes (technologies de transformation, gestion de la qualité, gestion commerciale, accès aux informations, accès au financement, participation aux décisions d'affaires). Ce serait une piste de développement leur permettant de gagner décemment leur vie grâce à leur travail et leur participation active et responsable à l'économie locale.

ANALYSE DE LA CHAÎNE DE VALEUR ET L'IDENTIFICATION DES ORGANISATIONS D'AGROBUSINESS

CHAÎNE DE VALEUR

L'analyse des contraintes et des opportunités ayant été établie grâce à une approche d'analyse filière, par les études de ARCA citées plus haut, une cartographie de la filière et un design de la chaîne de valeur du karité en Guinée sont décrits comme suit :

- les acteurs de la filière sont repérés à travers leurs fonctions principales et les rôles majeurs (production, commercialisation, transport, prestations de services, appui conseil, etc.) ;
- les contraintes sont identifiées et décrites à différents stades (organisationnel, technologique, commercialisation, financement, infrastructures et logistiques de marché).

L'analyse de la chaîne d'approvisionnement mondiale révèle un besoin global pour les grandes industries de l'ordre de 25.000 à 30.000 tonnes de beurre dont 90 à 95% sont destinées au secteur alimentaire dominé par les utilisations en chocolaterie (CBE et CBI). Le reste est consommé par l'industrie cosmétique et pharmaceutique. Actuellement, selon les statistiques (FAO, CNUCED, Grandes Compagnies Internationales) la Guinée est quasiment absente des jeux sur le marché international.

L'évolution des produits et les groupes d'acteurs responsables de la valorisation et de la manipulation aux différents stades de la chaîne de valeur du karité se présente de la manière suivante :

Produits et acteurs sur le marché local

AU PREMIER STADE

On observe la collecte des fruits, la production et la manutention de la matière première (noix et amandes) des travaux préparatoires qui sont assurés par les femmes dans les villages, pour l'obtention de la matière première (amande de karité) ;

LE DEUXIEME STADE STRATEGIQUE

Concerne la fabrication du beurre brut non raffiné à l'échelle des petites exploitations familiales au niveau des villages. En Guinée, l'ensemble des opérations est réalisé par les femmes rurales à travers des procédés artisanaux fondés sur la pérennité d'un savoir-faire traditionnel ;

AU NIVEAU VILLAGEOIS LE TROISIEME STADE

Est la commercialisation du beurre brut non raffiné sur les marchés villageois. Elle met en jeu des collecteurs ruraux qui achètent aux femmes pour approvisionner au niveau des centres urbains des commerçants grossistes qui ont une capacité de stockage et une surface financière plus importante. L'offre des productrices est hétérogène et très atomisée dans le temps et dans l'espace. Les périodes d'abondance de l'offre sont entre septembre et janvier. La vente du beurre représente une des principales sources de revenus pour les productrices rurales à travers des ventes qui sont fonctions des besoins ponctuels en argent. En l'absence de relations commerciales fiables et d'insuffisance d'informations sur les opportunités et sur les prix, elles ne sous-tendent pas ce commerce par une stratégie de mise en marché pour tirer un meilleur profit de l'activité ;

LE MAILLON DES EXPORTATEURS LOCAUX

Ils sont actuellement peu nombreux en Guinée, moins de cinq opérateurs sont identifiés pour des opérations réelles portant sur quelques dizaines de tonnes dans l'année. Potentiellement une dizaine de sociétés commerciales souhaitent saisir les opportunités signalées à travers les informations disponibles sur le profil du marché international du beurre et des amandes. Pour ces nouvelles activités, elles devront donc s'atteler à rechercher et développer des relations commerciales durables avec les industriels ou des négociants connus sur le marché international. Ensuite, il sera stratégique d'établir des relations partenariales avec les productrices pour mieux maîtriser leurs circuits d'approvisionnement en travaillant spécifiquement sur la conformité de la qualité et la maîtrise des coûts de transaction et des frais de commercialisation.

DISTRIBUTION FINALE SUR LES MARCHES LOCAUX

La consommation locale du beurre (alimentaire, cosmétique, thérapeutique). Les indications actuelles montrent qu'il existe une autoconsommation de manière plus importante dans la partie Est du pays (préfecture de Mandiana avec plus de 50% de la production) et dans une moindre mesure dans la partie Ouest (Kankan, Siguiri, Dabola moins de 50% de la production). Cette disparité s'explique par la disponibilité et par la concurrence de l'huile de palme et des huiles raffinées importées et par l'enclavement relatif des zones à grandes productions. L'excédent de production de beurre est vendu sur des marchés forains (hebdomadaires) pour être acheminé vers les centres urbains. L'amande n'est pas présente au niveau des transactions sur les marchés en Guinée. Comme dans les autres pays, le marché intérieur est fortement pénétré par des matières grasses et huiles d'importation. L'écart entre la consommation actuelle et le potentiel qui réside à travers les 2 millions de population urbaine doit être comblé par l'information et la formation sur les divers procédés culinaires au beurre de karité.

Les investigations pour déterminer le profil de la consommation du beurre local devront être approfondies pour préciser l'approche marketing (marché – produit) à développer. Le défi consiste à faire développer un marché local en faveur d'une consommation accrue de beurre de karité. Pour cette option, le soutien stratégique passera par une politique de diversification et de création de valeur ajoutée locale en améliorant le niveau d'élaboration de la gamme de produits finis proposés aux consommateurs (produits cosmétiques, beurre culinaire amélioré, savons ménagers et savonnettes de luxe, etc.).

Produits et acteurs sur les marchés internationaux

PREDOMINANCE DES ACHETEURS D'AMANDES EXPORTÉES

Par l'importance de la valeur des achats, les amandes sont au début comme la matière première pour l'industrie mondiale. Les amandes proviennent principalement du Burkina, du Ghana, du Bénin de la Côte d'Ivoire et du Mali. La Guinée n'est pas actuellement présente sur ce segment. Ces transformateurs sont basés en Europe et deux compagnies dominent très nettement avec 90% de parts de marché (Aarhus / Karlshamns et Loders Croklaan). Leur métier est l'extraction du beurre de karité et son fractionnement en stéarine, oléine et autres dérivés. Ils fournissent principalement les grandes industries alimentaires et pharmaceutiques en aval en graisses végétales à haute valeur ajoutée.

EXPORTATIONS TIMIDES DE BEURRE BRUT LOCAL SOUTENU PAR LES RAFFINEURS

Les opérateurs sont des négociants, importateurs et distributeurs basés surtout en Europe, mais aussi en Inde et maintenant aux Etats-Unis. Ils sont spécialisés dans l'achat de beurre brut, mais sont aussi demandeurs d'amandes. Les produits sont valorisés ultérieurement par

des raffineries. Le beurre brut, dans ce cas, subit des traitements additionnels pour améliorer sa qualité. Leurs productions permettent d'approvisionner des petites manufactures cosmétiques en beurre de karité. L'accroissement des capacités locales de production de beurre amélioré, serait de nature à pouvoir court-circuiter les raffineurs et vendre directement à l'industrie cosmétique.

FABRICANTS DE CHOCOLAT INTERESSES PAR LA FRACTION STEARIQUE DU BEURRE DE KARITE
avec l'autorisation d'utilisation dans la fabrication du chocolat d'autres graisses végétales (jusqu'à 5 %), le karité est particulièrement prisé pour ses propriétés fonctionnelles notamment sa teneur en fractions stéariques (à point de fusion plus élevé que celui du le beurre de cacao).

FABRICANTS DE PRODUITS COSMETIQUES VALORISANT LES VERTUS DU BEURRE DE KARITE
Ils exploitent les propriétés particulières du beurre de karité pour améliorer la formulation et la fonctionnalité de leurs produits (fonctions hydratante, protectrice, etc.). Ils recherchent des produits de haute qualité, obtenus à partir de procédés fortement standardisés permettant d'assurer la régularité de la composition et de la texture du beurre, compte tenu de leurs impératifs de formulation et de fabrication.

FABRICANTS DE PRODUITS PHARMACEUTIQUES VALORISANT LES VERTUS DU BEURRE DE KARITE
Ils recherchent plutôt des composés ayant des propriétés thérapeutiques. Le beurre est aussi utilisé comme excipient pour certaines formulations médicamenteuses. Les industriels du beurre de karité possédant des technologies sophistiquées pour le fractionnement des oléagineux sont en réalité les seuls capables de satisfaire les besoins à ce niveau.

ACTEURS DU MOUVEMENT DE COMMERCE EQUITABLE

À travers les efforts d'amélioration des procédures d'obtention du beurre dans les villages, le produit villageois « beurre de karité amélioré » fait l'objet d'intérêt sur des marchés niches, à forte valeur ajoutée composée d'entreprises cosmétiques de petite taille qui s'approvisionnent sur la base de principes attachés au commerce équitable. Ces courants de marché se développent bien sur les marchés en Amérique du Nord (Canada) et en Europe. Mais l'offre des productrices visées par cette formule de commerce équitable dépasse très largement la demande. Il sera donc nécessaire de rechercher des accords de partenariat pour avoir accès aux opportunités à ce niveau. Particulièrement, il faudra entreprendre les démarches pour la labellisation à travers les procédures « FLO (Fair Trade Labelling Organization – International) ».

Evolution des technologies

MAITRISE DES TECHNOLOGIES DE FRACTIONNEMENT

Elle constitue un facteur important d'accroissement de la demande par les industriels internationaux. Au niveau des marchés américains et européens, des produits de haut de gamme obtenus à travers des technologies sophistiquées sont proposés aux consommateurs. Globalement, dans les pays producteurs africains, à quelques rares exceptions près, la valeur ajoutée au produit est limitée à la fabrication de beurre brut et de quelques articles élaborés pour des usages cosmétiques. Les investissements technologiques ont toujours été faibles pour espérer faire plus dans la création de valeur ajoutée locale.

En Guinée aussi, la faible valorisation limite les produits aux amandes et au beurre brut non raffiné fabriqué par les productrices rurales. Les investissements technologiques sont faibles et aucune transformation industrielle n'existe dans le pays. L'ensemble des étapes

d'obtention des amandes et du beurre est basé sur le savoir-faire traditionnel et des opérations manuelles dominantes.

ADAPTATION ET ADOPTION DE METHODES STANDARDISEES COMME CONDITIONS D'ACCES AU MARCHE

Au regard des normes exigées par les utilisateurs, actuellement, les industriels sont les plus capables de satisfaire les demandes des opérateurs les plus en aval (chocolateries, cosmétiques, pharmaceutiques). L'utilisation directe du beurre obtenu dans les villages par des procédés traditionnels est limitée à quelques fabricants de produits cosmétiques (comme Body-Shop ; Occitane) s'il s'avère de bonne qualité et de façon régulière, ce qui est aussi rare.

Le beurre est produit en masse sans que soit fait référence aux besoins de la demande en établissant le lien : produit – segment de marché. Les acteurs auront à résoudre une question de valeur : le rapport entre le prix de revient du produit et sa qualité. Des cadres de concertations et des négociations commerciales seront utiles pour clarifier les conditions de marché : comprendre les besoins et exigences de la demande pour se mettre en situation de pouvoir les satisfaire. Désormais, il serait plus logique de considérer que la conception du produit doit permettre de répondre aux exigences de la demande (intégration de la conception du produit, les procédures de fabrication et les technologies utilisées). La qualité au sens du marché doit être le fil conducteur : respecter les besoins et les exigences de la demande en rejoignant simplement la définition de la qualité : « le produit doit permettre de satisfaire un ensemble de besoins exprimés ou latents ».

L'analyse des projets de normes africaines pour les produits du karité (UEMOA et CEDEAO) démontre clairement que ce type de beurre brut villageois dans la plupart des cas, correspond plus aux besoins des savonneries. Seule l'application rigoureuse des méthodes améliorées et standardisées à l'échelle de tous les villages permettra de rendre le beurre éligible au niveau des grands fabricants de cosmétiques.

Aussi, cette situation nous amène, à insister sur certains concepts clés de la valeur du produit par rapport au niveau de qualité. Pour la stratégie de commercialisation, les opérateurs devront être sensibilisés, informés et formés pour s'approprier l'importance de l'approche du marché et la nécessité de fournir au client un niveau de qualité suffisant pour assurer la fonction du produit.

Evolution des prix

DANS LE VILLAGE EN GUINEE

Les prix relevés sur le marché local pendant la période de cette mission (septembre à octobre 2006), étaient au niveau des villages, de 5.000 à 6.000 FG par Kg (1US\$ = 6.000 FG).

AU MARCHE DE CONAKRY :

Les prix appliqués au niveau des grossistes sont de l'ordre de 7.000 FG à 8.000 FG dans les centres urbains. Selon les commerçants, les fluctuations intra-annuelles sont importantes, les écarts pouvant atteindre 2.500 FG entre juillet (prix les plus bas) et avril (prix les plus élevés).

DANS UN PORT EUROPEEN

Pour l'exportation, les prix CIF sont estimés à la même période entre 1,2 à 1,5 Euros par Kg pour le beurre brut amélioré (8.000 à 10.000 FG).

DANS UNE BOUTIQUE EN EUROPE

Au niveau du maillon de la cosmétique, le beurre traité (brut et naturel sous emballage de distribution moderne) les prix moyens relevés sur l'Internet (ventes par commerce électronique) sont de l'ordre de 30 à 45 Euros suivant les gammes (environ 190.000 à 290.000 FG). Entre le village de Kankan et le rayonnement d'un magasin de produits de luxe à Paris, la valeur marchande du beurre est multipliée au moins par 20 (Vingt fois). Si le consommateur européen est prêt à payer ce prix, il y aura un grand potentiel et un écart à combler par la mise en œuvre de moyens idoines permettant une meilleure valorisation locale du karité.

Les agro-industries et les productrices de base en Guinée se doivent donc de développer des produits mieux élaborés pour pouvoir remonter le plus loin possible, en aval dans cette chaîne de valeur du karité. Or, sans investissements importants, dans des technologies plus performantes, cela s'avère quasiment irréaliste.

ORGANISATIONS D'AGROBUSINESS

Un des objectifs de cette feuille de route est de créer une opportunité, pour travailler en réseau avec la participation de l'ensemble des acteurs. L'espace de concertation commerciale ainsi créé leur permettra de partager une vision commune, de rechercher et de se doter de moyens appropriés pour la défense des intérêts de la filière. Cela suppose dès lors un engagement volontaire et une discipline pour participer à la mise œuvre du processus permettant d'atteindre des résultats appréciables.

Le développement d'un projet spécifique à la valorisation du karité serait ainsi, une bonne occasion pour la contribution de divers services d'appuis et de prestataires privés. Plusieurs processus de soutien seront utiles pour accompagner le développement de la filière karité en Guinée. Des synthèses sur le profil de ces différentes organisations figurent à l'annexe 4.

Plusieurs structures et personnes ressources sont identifiées par les études diagnostiques réalisées par le projet ARCA. Au cours des missions de terrain, les consultants ont eu l'opportunité de s'entretenir avec certains intervenants potentiels par rapport au processus d'accompagnement de la filière karité en Guinée. Sans pouvoir être exhaustives, certaines structures sont suggérées ci-après. Selon les divers champs thématiques abordés, les structures suivantes ou d'autres présentant des compétences équivalentes pourront élaborer des offres de services pour satisfaire les besoins d'amélioration identifiés comme des faiblesses ou des menaces (cf. le diagnostic SWOT).

Le tableau 2, ci-après présente le lien entre les organisations identifiées et les rôles / fonctions qu'ils sont en mesure d'assumer dans la mise en œuvre de ce plan de développement du produit karité.

Tableau 2 : Identifications des intervenants

Domaines d'intervention	Description des services	Intervenants identifiés
Production de la ressource karite	<ul style="list-style-type: none"> • Suivi et protection des parcs a karite • Politiques et reglementations forestieres 	<ul style="list-style-type: none"> • Institut de Recherche Agronomique de Guinee (IRAG) • Comite de lutte pour la fin de la faim (colufifa, ong nationale) • Direction nationale eaux & forets • Uniterra (ong internationale)
Technologies de transformation	<ul style="list-style-type: none"> • Recherche appliquee • Fabrication d'equipements • Gestion de la qualite (normes et reglementation) • Inspection et controle de qualite • Fourniture d'equipements et de pieces de rechange • Services de maintenance et de reparation 	<p>Publiques</p> <ul style="list-style-type: none"> • Institut de Recherche Agronomique de Guinee (IRAG) • Institut National de Normalisation et de Metrologie • Service National de Controle de la Qualite et des Normes • Centre Pilote de Technologie Industrielle <p>Prives</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bureau d'etudes aliou sow, conception de materiels de production agroalimentaire • Morlaye sylla, consultant, technologie de transformation des produits tropicaux ; • Nema mathieu kolie, entrepreneur, concepteur et - fabricant de fours, sechoirs de produits agricoles ; • Doumbouya, electromecanique, conception et fabrication d'unites de conservation ; • Mory keita, fabricant de materiels de transformation des produits agricoles
Commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> • Politiques commerciales • Promotion commerciale • Reglementation du commerce • Exportation de produits tropicaux • Partenariat commercial 	<ul style="list-style-type: none"> • Agence pour la commercialisation agricole (aca) • Centre international d'echanges et de promotion des exportations (ciepex) • Centre international du commerce : point focal du cadre integre (cci) • Office de promotion des investissements prives (opip) • Centre d'appui aux formalite d'exportation (cafex) • Reseau agoa – guinee • Exportateurs • Societe de production et de commercialisation d'intrants agricoles » spcia • Faba – aiba company import / export • Etablissements regent
Professionalisation	<ul style="list-style-type: none"> • Cadre de concertation • Representation et defense des interets • Avis consultatifs pour l'orientation des politiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat de Guinee (CCIAG) • Chambre D'agriculture de Guinee (cag) • Conseil National des Organisations Paysannes de Guinee (CNO PG) • Maison Regionale des Organisations Professionnelles Agricoles (MAROPA) • Plusieurs associations feminines et les ong's nationales ou internationales

Domaines d'intervention	Description des services	Intervenants identifiés
	sectorielles	
Financement	<ul style="list-style-type: none"> • Micro-financement • Prêts d'équipements agricoles et constitution de fonds de commercialisation 	<ul style="list-style-type: none"> • Maison guinéenne de l'entrepreneur • crédit rural • PRIDE
Assistance conseil	<ul style="list-style-type: none"> • Organisation et structuration • Formation technique et en gestion • Etudes sectorielles • Etudes de faisabilité technique et financière • Stratégie de développement de marché 	<ul style="list-style-type: none"> • Plusieurs associations et les ONG's nationales ou internationales • Bureaux d'études privées
Services de prestations en logistique	<ul style="list-style-type: none"> • Transport • Transit • Formalités d'exportation • Emballage 	<ul style="list-style-type: none"> • Plusieurs sociétés de transport • Plusieurs compagnies de transit • Topaz multi-industrie sarl (emballages en plastique) • Sofiplast (emballages en plastique)
Ministères directement concernés par leurs services techniques associés	<ul style="list-style-type: none"> • Politiques et stratégies nationales • Cadre juridique et réglementaire 	<ul style="list-style-type: none"> • Ministère du plan et de la coopération • Ministère de l'économie et des finances • Ministère de l'administration territoriale et de la décentralisation • Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique • Ministère de l'agriculture et de l'élevage • Ministère des affaires sociales de la promotion féminine et de l'enfance • Ministère du commerce d'industrie et des pme •
Coopération internationale et bilatérale	<ul style="list-style-type: none"> • Aide au développement 	<ul style="list-style-type: none"> • Internationale : pnud ; onudi ; unifem ; banque mondiale ; cci ; commission ue, etc. • Bilatérale : africare ; afd ; usaid ; acdi ; etc.

DIAGNOSTIC ET ANALYSE SWOT

LA PRODUCTION

Sur la disponibilité de matière première

Une force de la filière est à l'observation physique, la disponibilité suffisante de la ressource, pour pouvoir envisager l'exportation. Mais cette disponibilité apparente est contrebalancée par le manque de données sur les statistiques de production et des connaissances sur le profil qualitatif, permettant de confirmer et de faire comprendre aux acheteurs internationaux que le pays pourrait constituer quantitativement pour eux un bassin viable parmi leurs sources d'approvisionnement. L'exploitation optimale de la ressource et la commercialisation efficace sont également freinées par la faiblesse des réseaux de communication qui desservent les villages des régions de la Haute et Moyenne Guinée.

LA TRANSFORMATION

La main-d'œuvre basée sur la force de travail des productrices

Une dimension favorable à signaler est le dynamisme des femmes rurales (principale main-d'œuvre rurale à l'amont de cette filière). Bien que sous équipées en matériels de transformation, elles fournissent des efforts immenses pour tirer une bonne partie de leurs revenus annuels à partir du commerce du beurre de karité. Ce travail abattu pour rendre disponible le produit n'est pas rémunéré de façon équitable par un marché local assez faible qui comporte encore beaucoup d'incohérences et de défaillances dans son fonctionnement. Cette faiblesse a des répercussions négatives sur l'organisation d'une chaîne d'approvisionnement basée sur la performance des productrices à pouvoir fournir des produits de qualité conforme. La faible motivation des productrices pour transformer le produit dans les règles de l'art, n'est pas de nature, à pouvoir prétendre à un flux d'exportation régulier et massif qui pourrait inciter des acheteurs étrangers à prendre des risques mesurés sur la Guinée.

L'ORGANISATION DU SECTEUR ET SON ENVIRONNEMENT D'APPUI

Sur la mobilisation de ressources internes

Des différentes études qui précèdent ce plan de développement, les atouts pour la Guinée se fondent d'abord sur la volonté de l'Etat à saisir la promotion des exportations agricoles comme un des axes forts de la stratégie de réduction de la pauvreté rurale. Malgré cette volonté affichée, la combinaison des moyens mobilisés pour soutenir techniquement et financièrement la filière karité n'est pas en cohérence avec les immenses besoins identifiés. En soi, cela apparaît comme une faiblesse de taille n'autorisant pas le développement d'un tissu d'entreprises spécialisées sur la valorisation et l'exportation du karité et portées par un entrepreneuriat plus actif dans la commercialisation.

Sur la mobilisation des partenaires au développement

Une autre force de la filière réside aussi dans l'existence de plusieurs partenaires au développement qui ont des engagements dans la stratégie nationale de réduction de la pauvreté rurale et à travers les Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD). En contrepartie, il n'est pas évident que des appuis massifs (au plan technique et financier) rencontrent sur le terrain une capacité d'absorption correspondante, et cela en raison de la faiblesse du niveau de préparation des bénéficiaires cibles notamment en milieu rural. C'est par exemple, le cas qu'on observe par rapport aux accords préférentiels comme l'AGOA facilitant l'accès au marché américain. Le train est presque manqué en raison de la

faible réactivité des opérateurs pour s'informer et prendre en compte les adaptations nécessaires pour la mise à niveau des capacités de production et la mise aux normes des produits demandés. Dans le cas du karité, il s'agit notamment de la capacité d'offre en beurre cosmétique qui n'a pas suivi la demande du marché américain.

Des mécanismes de soutien financier pour la commercialisation

L'offre actuelle étant très atomisée, son groupage permettrait de mieux la structurer et faire susciter l'émergence de mécanismes de financement structuré. Cette opportunité n'est pas immédiatement saisissable en raison de la faiblesse structurelle même des organisations de producteurs existantes. Et le comportement trop souvent individualiste des acteurs eux-mêmes est une sérieuse menace pour la réussite d'une telle stratégie de structuration et de modernisation des pratiques de commercialisation et de financement du secteur. Une plus forte implication et responsabilisation des groupements de productrices pourrait favoriser l'acquisition de la confiance et l'intérêt des établissements de microfinance, pour la mise en place de mécanismes adaptés d'octroi de crédit, permettant de renforcer les capacités de production, de stockage et de commercialisation.

L'accès au fret maritime

Une force réside dans l'existence d'un port maritime (Conakry, la capitale économique) permettant de faciliter pour les opérateurs nationaux des expéditions par conteneurs vers l'Europe, l'Amérique du Nord. Malheureusement il faut nuancer : ce profit est réduit en raison de la distance (parfois plus de 600 Km) entre les principales zones productrices et le port, réduit le gain de compétitivité lié à façade maritime du pays. De plus, le manque de logistique de transport fiable accentue les difficultés, pour l'acheminement de flux importants vers la zone portuaire. L'impact est significatif au niveau l'augmentation des délais de livraison et des frais d'approche, donc des coûts de transactions qui sont difficilement maîtrisables dans la situation d'enclavement des principales zones de production. En général, les infrastructures économiques de base sont insuffisantes.

LE MARCHÉ ET LA COMMERCIALISATION

Une demande durable avec des conditions d'accès au marché incertaines

Une grande opportunité commerciale qui s'offre est le développement de la demande internationale de karité (amandes et beurre). Cette croissance de la demande se fonde sur un ensemble de domaines d'applications qui sont en expansion. Ces pistes de diversification des produits sont rendues possibles, en raison de la richesse initiale du beurre de karité en molécules chimiques. Cet avantage est exploité commercialement, par la mise en œuvre de technologies sophistiquées permettant d'isoler des micronutriments à haute valeur ajoutée. De par ses propriétés nutritionnelles, technofonctionnelles et la présence de plusieurs principes actifs, le beurre de karité répond bien à divers usages industriels (ingrédients de base en chocolaterie, laiterie, pâtisserie, confiserie, cosmétique, pharmacologie, etc.).

En face, on pourrait retenir une menace, qui concerne l'impact négatif des techniques et technologies utilisées pour la transformation primaire pour la préservation de ces valeurs du beurre. Dans la majorité des cas, les méthodes appliquées dans les villages, conduisent à l'obtention de beurre dont la qualité et la salubrité sont aléatoires et difficilement acceptables directement sur les segments alimentaires, comme ceux de la chocolaterie, représentant le marché le plus fort actuellement.

Cette menace est amplifiée par l'insuffisance de la capacité financière des productrices qui sont à la base des premières manipulations à pouvoir investir dans l'adaptation technologique. De plus la volatilité des prix sur le marché international, induit des incertitudes et constitue un risque d'investissement, qui n'incite pas les productrices et les exportateurs nationaux, à prendre des engagements financiers importants pour produire mieux et plus. La situation gagne en complexité si l'on y ajoute la rigueur réglementaire qui s'applique de plus en plus relativement à la conformité de la qualité et notamment sur les aspects d'innocuité sanitaire. Sur ce plan, le dispositif de contrôle de qualité dans le pays comporte encore des faiblesses structurelles ne permettant pas d'assurer l'accompagnement efficace de la mise à niveau de la filière en matière de démarche qualité.

Le développement d'une commercialisation stratégique pour contenir la concurrence

Une menace réelle à l'émergence de la Guinée réside dans la faible connaissance des opérateurs locaux en matière d'informations commerciales et de relations avec le marché international. Le terrain est déjà fortement occupé aussi bien pour le beurre que pour les amandes, par des concurrents de taille comme le Burkina, le Ghana, le Mali, le Togo, le Bénin, l'Ouganda. Certains seront difficilement détrônables et cela constitue une menace non négligeable. Il faudrait développer une commercialisation agressive, dont les implications seraient financières à travers la mise en œuvre d'importants moyens de communication et de promotion.

In fine, suite à ce diagnostic rapide, les éléments d'appréciation pour l'évaluation de l'intérêt de la Guinée, à pouvoir s'engager dans un programme de soutien pour la valorisation et la rentabilisation économique du karité est résumée succinctement à travers l'analyse SWOT (Forces – Faiblesses ; Opportunité – Menaces) dans le tableau suivant :

Tableau 3 : Analyse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) (Forces, Faiblesses, Opportunités, Menaces)

PRODUCTION ET COLLECTE	
<p>FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Disponibilité de la ressource • Dynamisme des femmes rurales pour la récolte des fruits • Spécificité d'origine liée aux caractéristiques biochimiques du beurre contenu dans les amandes (richesse moléculaire, divers principes actifs, multiples propriétés techno-fonctionnelles) 	<p>FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Connaissances encore insuffisantes sur l'état de ressources et son exploitation durable • Manque de moyens de transport permettant aux femmes de ramasser davantage de fruits dans les parcs • Insuffisances de connaissances des productrices sur les bonnes pratiques de collecte et de production
<p>OPPORTUNITES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Les femmes ont la possibilité d'augmenter les quantités récoltées sur des parcs éloignés des villages • Augmentation de la production de produits conformes avec les normes exigées sur le marché • Source de diversification et de génération de revenus agricoles pour les femmes et leurs familles 	<p>MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • La productivité et le suivi phytosanitaire ne sont pas systématiques • La plus forte monétarisation pourrait entraîner des conflits de gestion pour le libre accès aux parcs de karité • Insuffisance de coordination dans la gestion durable de la ressource • Insuffisances de connaissances des productrices sur les bonnes pratiques de collecte et de production
TRANSFORMATION	
<p>FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Avec des investissements réduits, l'adaptation des techniques et des procédés améliorés est possible (formation et équipements adaptés à l'échelle villageoise) pour la création de centres spécialisés de transformation • Organisation solidaire des femmes pour constituer une force de travail disponible par l'auto-emploi au niveau des centres de transformation 	<p>FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Procédés rudimentaires, productivité insuffisante et pénibilité des travaux d'obtention du beurre • Production et produits non standardisés en fonction des exigences du marché, notamment pour l'exportation • Non maîtrise de la manipulation et maintenance des équipements par les productrices • Les femmes ne disposent pas de moyens financiers propres pour investir dans l'adaptation des chaînes de transformation • La capacité de financement de l'Etat est réduite pour soutenir les stratégies • Les mécanismes de financement ne sont pas adaptés à la situation

<p>OPPORTUNITES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spécialisation des groupements dans la production régulière de beurre commercial amélioré • Accroissement du niveau de valorisation et de diversification de la gamme de produits • Prédispositions pour la production biologique 	<p>MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • La volatilité des prix qui pourrait compromettre la rentabilité des investissements pour adapter la capacité d'offres en quantité et en qualité • Exigences de plus en plus sévères pour les mesures phytosanitaires conditionnant l'accès à des marchés lucratifs • Résistance au changement des pratiques (l'empirisme face à l'adoption des innovations)
ORGANISATION DU SECTEUR	
<p>FORCES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Volonté politique pour la promotion des organisations paysannes plus fortes, mieux structurées et responsabilisées • Plusieurs mesures d'incitations pour les investissements et l'exportation • Présence de divers programmes et projets d'appui • Mobilisation de ressources techniques et financières à travers la coopération bilatérale et multilatérale 	<p>FAIBLESSES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Le manque de structuration souhaitée limite la capacité interne d'absorption des ressources (appuis techniques et financiers qui sont apportés par les partenaires au développement) • L'inefficacité de la gestion des informations technologiques et commerciales ne permet pas la motivation et la mobilisation des opérateurs pour se préparer à faire face aux enjeux du marché • Le dispositif de contrôle de qualité est inopérant et la capacité d'autocontrôle de la qualité au niveau des chaînes d'approvisionnement manque de rigueur
<p>OPPORTUNITES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Existence de mesures d'accompagnement pour les bénéficiaires : formation, guichets de promotion commerciales • Expériences organisationnelles (Filières pomme de terre et café) • Présence d'intervenants pour le renforcement de capacités des acteurs 	<p>MENACES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manque de synergie entre les intervenants pour l'appui au secteur • Le défaut d'actions collectives structurantes pourrait mettre en péril le développement cohérent de l'ensemble de la filière à long terme • Sans responsabilisation des organisations de productrices et professionnelles la pérennité des activités de projets d'appui reste en péril • Faible capacité de gestion des activités et du patrimoine des groupements • L'esprit individualiste des acteurs est un frein

COMMERCIALISATION INTERNE ET EXPORTATION

FORCES

- Mesures incitatives à l'exportation et de facilitation du commerce sont proposées par le Gouvernement
- Volonté et ambition des exportateurs pour gagner des nouveaux parts de marché

FAIBLESSES

- Insuffisance des connaissances sur les besoins des utilisateurs : absence de stratégie de couplage « produit-marché » pour satisfaire les exigences des clients par rapport aux principaux et différents segments de l'industrie mondiale du karité (alimentaire, cosmétique, parapharmacie)
- Eloignement des zones de production par rapport à l'accès au transport maritime
- Insuffisance des infrastructures de transport, de marché, et de communication
- Faible accès au financement de la campagne de commercialisation
- Promotion insuffisante pour développer la consommation interne et substituer les matières grasses importées (alimentaires et cosmétiques)
- Faible organisation du circuit commercial fait que les acteurs en aval ont plus de marges bénéficiaires tandis que ceux en amont sont peu rémunérés et motivés

OPPORTUNITES

- Demandes existantes et en croissance pour les industries alimentaires, cosmétiques et en pharmacologie pour des nouvelles applications
- Diversification de la gamme de produits à base de karité pour le marché local (beurre culinaire, cosmétique et savonnerie) pour accroître la consommation interne
- Accords préférentiels pour le commerce comme l'AGOA pour le marché américain et SA pour l'Union Européenne ; CEDEAO pour les marchés sous régionaux

MENACES

- Forte concurrence sur le marché international (des pays qui un potentiel de production plus élevé et une forte tradition d'exportation : Burkina, Mali, Ghana, Nigeria, Togo, Bénin, par exemple)
- Marché fongible avec la substitution possible par d'autres sources de corps gras en chocolaterie
- Démotivation des productrices pour l'amélioration de la qualité en raison de : la volatilité des prix, répartition inégale des marges
- Manque d'intégration des préoccupations morales et environnementales (concepts sur le genre, et gestion durable des ressources naturelles)
- Pratiques frauduleuses en matière de commerce et le caractère informel réduisent la compétitivité commerciale surtout à l'exportation
- Manque de garantie au niveau juridique et judiciaire n'inspire pas de confiance pour établir des relations commerciales durables fondées sur la contractualisation des marchés
- Parité fluctuante du franc Guinéen
- Pas de prime rémunérant la qualité du produit

SYNTHESE DES DEFIS ET ENJEUX

Les défis et les enjeux identifiés sont précisés ci-après. Le chapitre qui va suivre indiquera, un plan d'action (une feuille de route) qui n'est qu'une proposition pour le renforcement des chaînes de production et de commercialisation du beurre et des amandes de karité en Guinée. La mise en œuvre cohérente des stratégies et des actions, pourrait contribuer à la survenue de solutions commercialement viables pour l'amélioration de la situation actuelle et pour la génération de profits économiques et financiers au sein de la filière.

Nécessaire mise à niveau des capacités d'offres

L'analyse des opportunités de marché a tenté d'établir l'importance pour la Guinée de se positionner sur le segment du beurre pour l'industrie cosmétique en Europe et en Amérique du Nord. Mais il faudrait travailler intensivement à l'amélioration de la capacité de l'offre.

Au niveau micro et dans les villages, les contraintes à la réalisation des opportunités identifiées sur le segment cosmétique à l'exportation, sont globalement liées, au style d'organisation actuelle de l'activité de production et de commercialisation du beurre dans les villages. Le constat apparent est que dans la majorité des cas, l'offre actuelle n'est pas tout à fait adaptée, pour répondre aux exigences des marchés cosmétiques qui sont les plus rémunérateurs, en termes de qualité (pour sa conformité régulière).

Manque de motivation des productrices

Bien que les productrices soient détentrices de savoir-faire traditionnels pour collecter, conserver et transformer les amandes, elles n'appliquent pas d'une manière régulière les bonnes pratiques de fabrication. Compte tenu de leur environnement (technique et technologique) en milieu rural, on pourrait déduire qu'elles ne les appliquent pas non plus en fonction de leurs capacités limitées :

- De traiter convenablement les amandes pour les stabiliser, surtout en raison les surcharges de travaux s'agissant de la compétition entre les activités normales et quotidiennes en période hivernale ;
- D'avoir accès aux technologies performantes qui pourraient alléger et rendre plus efficace et plus productif leur travail ;
- De modifier leur rythme social qui est très attaché à toutes leurs activités courantes ménagères et le suivi des autres sources de revenus.

Faible spécialisation des productrices pour l'accès au marché

A présent, les femmes produisant les amandes et le beurre de karité opèrent individuellement pour la commercialisation, en fonction de la prise en charge des besoins familiaux qui surviennent d'une manière irrégulière et imprévisible. L'effet sur la filière est tel que :

- L'offre au niveau des sources d'approvisionnement n'est pas bien régulée. Elle très atomisée, hétérogène et n'est donc pas fiable (en termes de qualité, de quantités disponibles et de prix prévisibles) ;
- les prix sont instables ;

- les techniques appliquées ne sont ni standardisées ni conformes aux exigences des marchés internationaux ;
- les opérateurs économiques ne réalisent pas des économies d'échelle du fait de la répartition géographique étendue des sources d'approvisionnement.

Aussi bien les productrices que les exportateurs potentiels, tous souffrent d'un accès très limité aux marchés. Actuellement, pour les productrices, les seuls marchés accessibles sont les marchés forains villageois et les achats de beurre ne sont que rarement fonction du niveau de qualité. La valeur ajoutée au beurre de meilleure qualité n'est pas primée. Ces marchés ne sont pas bien reliés aux débouchés potentiellement plus lucratifs.

Les productrices n'ont donc rien d'autre en tête que le marché local. Or les produits acceptés sur ce marché le seront difficilement pour les segments cosmétiques en Europe ou aux Etats-Unis, en termes d'exigences sur la qualité, surtout l'aspect de la régularité d'une livraison à l'autre.

Globalement, compte tenu de l'ampleur du défi, notamment par rapport aux besoins très élevés (nombre de localités et nombre de femmes à atteindre) il paraît normal et nécessaire de mobiliser des moyens et des ressources techniques et financières idoines, pour investir une large gamme d'actions.

PROPOSITION DE PLAN D'ACTION

OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

Ce plan est conçu sur la base des études déjà réalisées et des entretiens que les consultants ont effectués avec les différents groupes d'acteurs au cours de cette mission. Les pistes de solutions commercialement viables sont recherchées en fonction des problèmes critiques d'accès et de développement des marchés pour les produits du karité de la Guinée.

A ce sujet, les faiblesses fréquentes relevées au niveau de l'analyse SWOT dont les principales constituant des entraves au développement commercial se résument comme suit dans les domaines de :

- L'adaptation de l'offre
 - La qualité insuffisante et variable du beurre brut produit au niveau villageois selon l'origine
 - Une offre peu diversifiée limitée actuellement au beurre brut non raffiné
 - La faible productivité et outils de transformation peu adaptés avec les spécifications du marché
 - Faible spécialisation dans la transformation des produits à plus forte valeur ajoutée (beurre culinaire, produits cosmétiques et thérapeutiques, etc.)
- La commercialisation stratégique
 - L'insuffisance des connaissances sur les circuits commerciaux et les informations de marché y afférentes
 - Absence de structures de promotion marketing en direction des grands marchés pour le beurre brut et les produits dérivés
 - La faible réactivité des réseaux marchands par rapport aux opportunités de marché
 - La faible intégration des circuits commerciaux et capacité d'offre réduite s'agissant des grands marché
- L'accès au financement adapté
 - Capacité réduite au plan des moyens financiers et de management des crédits ;
 - Le manque de financement adapté pour faire face aux besoins en crédit d'équipement et de commercialisation

L'objectif global visé par ce PDP est : «l'amélioration de la compétitivité du secteur karité en Guinée et l'augmentation des revenus dans la filière».

Pour aplanir ces entraves au développement commercial de filière karité en Guinée, l'objectif global de ce plan est décliné pour réaliser des interventions ciblées en visant essentiellement les trois résultats intermédiaires ci-après :

1. L'augmentation de la production durable de produits du karité à travers l'adaptation de l'offre aux exigences du marché ;
2. L'accroissement du commerce des produits du karité ;
3. L'accès au financement accru pour soutenir la transformation et la commercialisation des produits du karité

Ces trois objectifs directs sont déclinés en produits correspondant à des résultats opérationnels. Pour chaque produit, les principes et les modalités opérationnelles sont décrits. Les actions détaillées et les indicateurs de performance associés sont fournis en annexe I, dans une matrice relative à la mise en œuvre du plan d'action. L'exécution de ces activités retenues va contribuer à l'amélioration de la situation actuelle et répondre aux principales attentes exprimées :

- Efficacité accrue des aptitudes en gestion commerciale
- Technologies de production, transformation et commercialisation améliorées
- Production performante avec qualité constante du produit
- Opportunités commerciales et mécanismes accrus
- Accès au financement accru

Ces résultats seront réalisés à travers la mise en œuvre d'une série d'activités planifiée à court, moyen et long terme, en collaboration avec des prestataires agissant comme agences d'exécution.

Les bénéficiaires clés seront les productrices en amont et les promoteurs d'agro-industries dans la transformation du karité ainsi que les principaux acteurs intervenant dans la promotion et la mise en marché de l'offre en produits du karité.

Il s'agira dans le court terme de promouvoir l'utilisation par les productrices rurales de karité et par les acteurs privés de l'agrobusiness des technologies améliorées de production et de transformation du karité permettant de mettre sur le marché une large gamme de produits adaptée à la demande local et sous-régional. Les interventions vont cibler les acteurs ayant le potentiel d'accroître la production par la diversification et la mise au point de produits adaptés et par le développement des ventes sur les marchés locaux, sous-régionaux et internationaux.

A moyen et long terme, le plan se base sur une forte implication des acteurs de l'agro-industrie qui vont stimuler la production basée sur la diversification et la maîtrise de la qualité des produits fabriqués avec une orientation fondamentale sur les besoins du marché. Les efforts d'adaptation des produits seront de nature à favoriser l'accès aux nouveaux débouchés de marché internationaux.

La mise en œuvre sera coordonnée pour permettre le développement des activités de commercialisation et des appuis promotionnels dans le temps de la manière suivante :

- A court terme pour assurer l'approvisionnement du marché local en produits divers pour la consommation finale (beurre alimentaire pour des usages culinaires, beurre pour des applications cosmétiques et thérapeutiques)

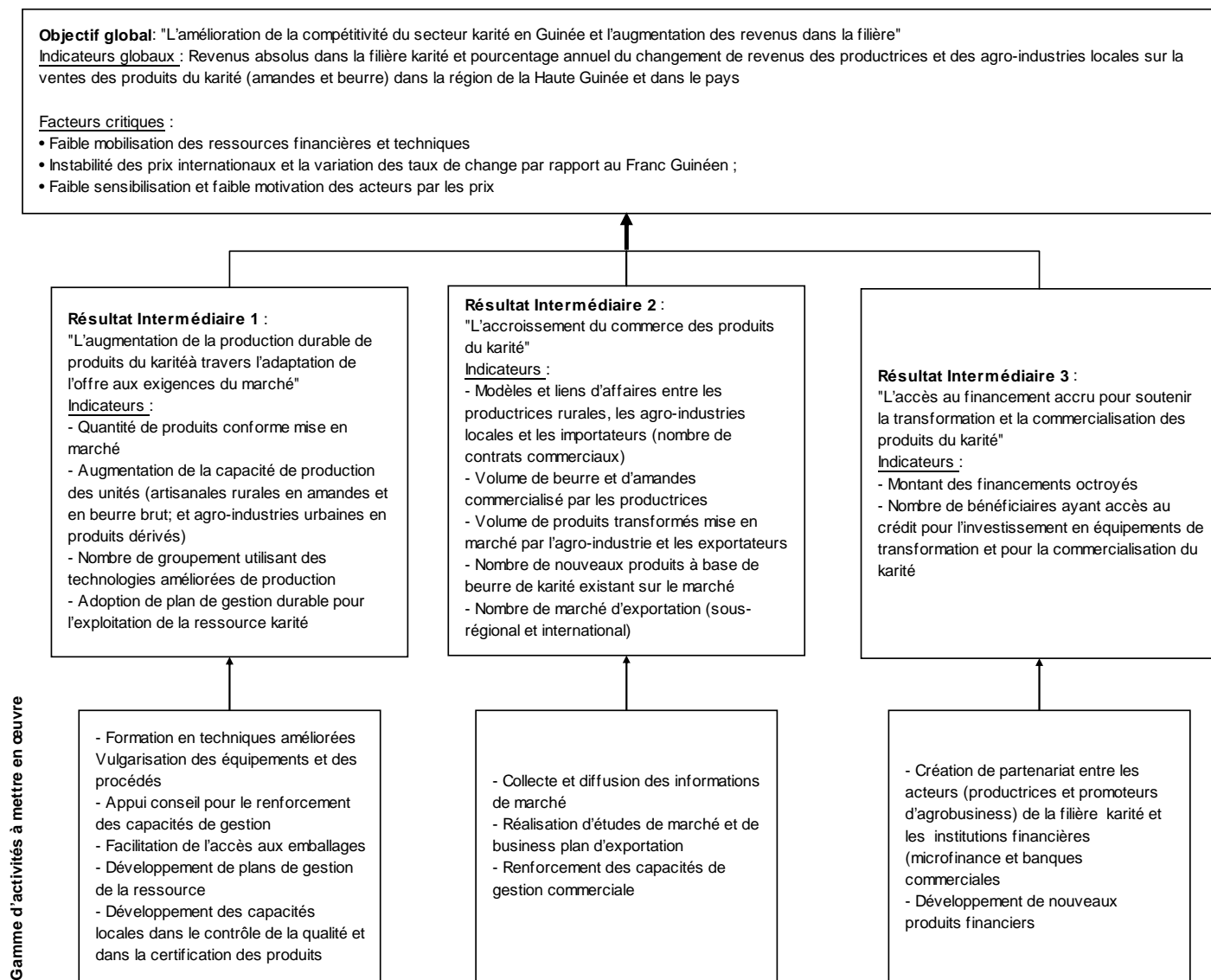
- A moyen terme pour développer l'accès aux marchés sous-régionaux et internationaux pour le beurre de karité et les produits dérivés
- A long terme pour développer des exportations et l'accès à certains marchés spécifiques pour le beurre biologique à travers des circuits du commerce équitable notamment.

Les principaux domaines d'activités à couvrir en termes de mises en œuvre seront :

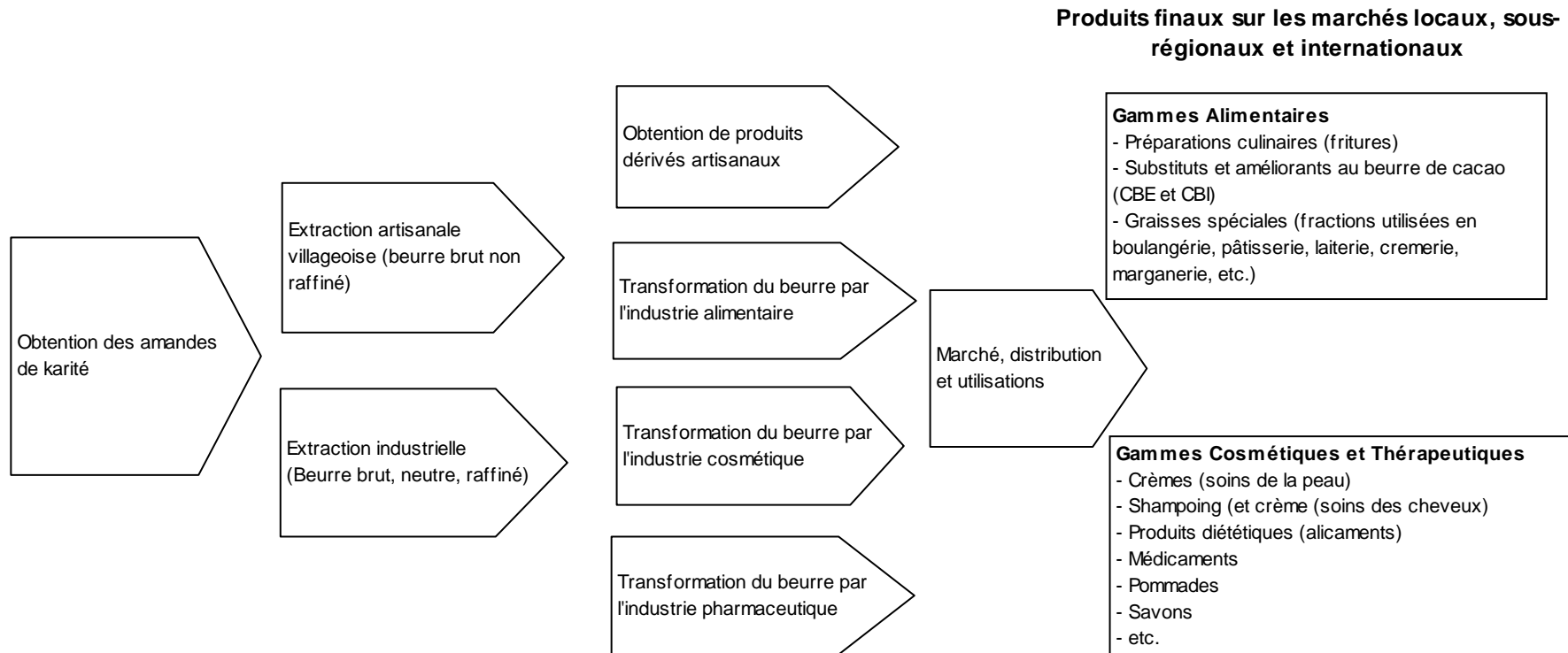
- La formation pour renforcement des capacités managériales des acteurs de la chaîne de valeur
- La collecte, le traitement et la diffusion des informations de marché
- La promotion commerciale des produits fabriqués et de l'origine guinéenne
- La facilitation de l'accès aux financements adaptés aux besoins des acteurs de la filière (crédit d'investissement et de commercialisation)

Le cadre de résultat est présenté dans le schéma suivant avec l'hypothèse que la mise en œuvre cohérente et efficace des activités qui seront décrites par la suite permettront dans le temps, la diversification des produits faits à partir du beurre de karité, l'amélioration de la productivité et une vente accrue sur les marchés locaux, sous-régionaux et internationaux. Une fiche référence des indicateurs de performance est proposée en annexe 2.

Cadre de résultat



Activités des étapes de la chaîne de valeur ajoutée



RESULTATS ET ACTIVITES RELATIFS AU PREMIER OBJECTIF DIRECT (1) :

«L'augmentation de la production durable de produits du karité à travers l'adaptation de l'offre aux exigences du marché»

L'accompagnement sera ciblé pour assurer les formations, l'apprentissage aux nouvelles méthodes améliorées de transformation, de négociations et de marketing, etc.

Même si les productrices de base et les promoteurs d'agro-industries connaissent parfois de bonnes techniques pour transformer le beurre de karité, il faut leur apporter des appuis pour assurer qu'ils appliquent les techniques recommandées d'une manière consistante et régulière à travers un principe d'autocontrôle pour relever le niveau de la qualité. Cette stratégie envisage que les acteurs ciblés seront sensibilisés pour produire des amandes et du beurre de qualité améliorée, surtout conformes aux normes d'usage. Cela suppose une bonne compréhension de l'ensemble des caractéristiques attendues par les clients. Les succès commerciaux dépendront fortement de la réussite de cette composante.

Le développement de modules de formation permettra d'orienter les acteurs sur des stratégies d'entreprises pour augmenter la valeur ajoutée. Le développement de nouveaux produits à travers des aspects techniques relatifs à la qualité sera pris en compte pour les différents stades de la chaîne de valeur. Il s'agira ainsi de permettre la fourniture au marché de produits de qualité conformes aux normes admises et adapter à la demande.

Produit 1.1 : Formation à grande échelle

FORMATION EN TECHNOLOGIES DE TRANSFORMATION

Des mesures d'intensification des programmes de formation adaptée pour les productrices, les intermédiaires de la chaîne de commercialisation doivent être intensifiées en tenant compte du niveau d'instruction ou d'analphabétisme des bénéficiaires. Les contenus des programmes doivent se concentrer sur l'optimisation des itinéraires techniques au niveau des productrices. Les programmes de formation en cours avec l'appui des projets ARCA et CECI/ADIC, constituent déjà une bonne base, qu'il faut perpétuer et étendre à toutes les zones karité :

- 1.1.1. Identifier les techniques et les technologies améliorées pour l'obtention des produits répondant aux exigences qualitatives
- 1.1.2. Rédiger les manuels de procédures opérationnelles standard (didactiques) pour l'obtention des amandes, du beurre, leurs conditionnements et l'application du contrôle de qualité à l'intention des productrices et des PME d'agro-industrie en création
- 1.1.3. Assurer des formations spécifiques sur les procédés de transformation en particulier pour l'application des bonnes pratiques de fabrication, d'hygiène et sensibiliser sur l'importance commerciale des questions relatives à la salubrité et l'innocuité des aliments

Formation en marketing et gestion (contrôle des coûts, fixation des prix, analyse du marché, etc.)

Pour les commerciaux, des thèmes importants seront l'examen et l'évaluation des signes de qualité, l'organisation des réseaux d'approvisionnement, la maîtrise des coûts, etc.

Lors des entretiens avec les productrices, les promoteurs d'agro-industries et les intermédiaires commerciaux, des lacunes apparues sur la prise en compte des approches marketing, indiquent qu'on doit y apporter plus d'attention.

Principalement, il s'agira de faire mieux connaître le karité à travers certains facteurs de compétitivité et de se donner des outils d'organisation commerciale pour la conquête de nouveaux segments de marchés intérieurs et des nouveaux débouchés à l'exportation. C'est important dans la situation actuelle des marchés mondiaux de travailler à la préparation d'une stratégie commerciale basée sur des concepts clés : compétitivité au niveau prix, compétitivité au niveau de la conformité des produits et compétitivité au niveau de la logistique (délais des commandes, opérations de transit et de transport, emballages, etc.). La pénétration des marchés surtout à l'exportation, nécessite une approche marketing bien adaptée au contexte des différents pays qui seront ciblés comme débouchés.

Les nouveaux promoteurs d'agro-industries dans le sous secteur de la seconde transformation du karité, doivent être entraînés, pour intégrer dans leurs stratégies, les quatre facteurs essentiels communément admis pour le développement d'un plan marketing (les 4 P) :

- le Prix bien calculé et compétitif)
- le Produit (caractéristiques et exigence des clients)
- la Place de vente (circuit de distribution)
- et la Publicité (promotion du produit)

Il est donc question pour les acteurs impliqués dans la commercialisation, d'atteindre une combinaison optimale de tous ces facteurs pour satisfaire le client final, et être plus compétitives et en situation de réaliser des bénéfices.

Il s'agira, à moyen terme, pour les acteurs directs (productrices, commerçants et exportateurs) de parvenir à une meilleure maîtrise des coûts, pour tenter de réduire les prix au consommateur. La tenue de comptabilité régulière est à encourager pour permettre la rationalisation au niveau des décisions de planification et lors de l'élaboration des programmes d'investissements, de production et de commercialisation, quelle que soit la taille des unités.

Les modules de formation disponibles à ce sujet et l'assistance conseil méritent d'être intensifiées, afin d'assurer une appropriation suffisante des concepts par les promoteurs privés. L'action retenue est la mise en œuvre à grande échelle d'un programme de formation combiné à l'assistance conseil :

- 1.1.4. Fournir des modules de formation pour renforcer les connaissances basiques des promoteurs sur le concept marketing des «4 P» par rapport au cas spécifique du karité ;
- 1.1.5. Assurer le suivi post formation en appuyant l'élaboration de plans d'affaires et de dossiers bancables pour les promoteurs.

Produit 1.2 : Promotion de la diversification de la gamme de produits dérivés fabriqués

Il est proposé de mettre l'accent sur des actions qui permettront d'engager les acteurs dans la fabrication de produit à plus forte valeur ajoutée. Il s'agit donc de promouvoir et de faciliter la création d'unités de traitement et de conditionnement spécifiques qui fourniront une gamme de produits finis au marché. Pour ces unités spécialisées, il faut développer davantage

le marché pour du beurre de karité homogène et stable utilisable pour les préparations culinaires et la fabrication cosmétique de manière régulière. Localement, cela favoriserait la création de valeur ajoutée, d'emplois et la substitution de produits similaires importés. Les productrices rurales et petites agro-industries en création pourront établir localement des débouchés stables, rémunérateurs qui garantissent la continuité de leurs activités. Les appuis suivants vont contribuer au développement du sous-secteur de la transformation du beurre brut de karité en produits dérivés (de plus forte valeur ajoutée) au niveau villageois ou urbains en renforçant le savoir-faire et la maîtrise des techniques de base permettant de régulariser les aspects qualitatifs par rapport aux exigences des consommateurs finaux :

- 1.2.1. Développer les programmes de formation sur la fabrication des produits de diversification pour la constitution d'une main-d'œuvre spécialisée dans cette production
- 1.2.2. Former les promoteurs sur la fabrication de produits dérivés (gamme de produits cosmétiques, culinaires, thérapeutiques, etc.)
- 1.2.3. Vulgariser à grande échelle de nouvelles technologies pour la fabrication des produits de qualité conforme aux exigences
- 1.2.4. Favoriser l'acquisition d'équipements de seconde transformation (savonneries artisanales, petits matériels pour les préparations cosmétiques, etc.) au niveau de certains groupements villageois
- 1.2.5. Favoriser l'insertion de promoteurs urbains pour la création de petites unités de production de savon et de produits cosmétiques destinés au marché local et sous-régional

Produit 1.3 : Appui à l'organisation des achats groupés d'emballage

Par rapport au choix technique et l'approvisionnement en emballages, il n'y a pas de solutions définitives à proposer. Mais les options à retenir pourront être fonction des segments de marché en termes d'exigences, des acheteurs. La solution pratique à retenir actuellement est d'organiser des opérations d'achats groupées (seaux, et fûts en plastique) pour des raisons d'économie d'échelle. Dans tous les cas, il faut parvenir à éliminer complètement l'utilisation des feuilles végétales en raison des dégradations provoquées sur le produit (fixation de couleur, développement de microorganismes, phénomènes d'oxydation, etc.).

La gestion de l'amélioration des emballages et de la présentation commerciale des produits est à considérer comme un aspect transversal, compte tenu des fonctions jouées (préservation de la qualité initiale, impact sur la satisfaction du consommateur, impact sur le prix de revient). L'amélioration des emballages doit être aussi de nature à mettre en confiance les consommateurs et conférer au produit une image de marque.

Les actions retenues sont :

- 1.3.1. Appuyer l'adoption des emballages modernes et décourager l'utilisation des feuilles végétales actuellement généralisée
- 1.3.2. Promouvoir et harmoniser l'utilisation d'emballages appropriés à l'échelle nationale
- 1.3.3. Organiser des achats groupés pour des raisons d'économie d'échelle

- 1.3.4. Mettre en place un mécanisme d’approvisionnement des groupements à des prix avantageux à partir de la centrale d’achat constituée

Quelques étapes pour la gestion des emballages sont proposées en annexe 7.

Produit 1.4 : Coordination et promotion de la démarche qualité à l’échelle nationale

Il est indispensable pour les acteurs, de considérer une dimension fondamentale de toute démarche qualité : « La satisfaction du client ». Comme on dit, en préalable, il faut présenter des produits conformes, être compétitif, avant d’obtenir une bonne connexion au marché international.

A cet effet, il est primordial de faire le lien entre les caractéristiques de produits recherchés par les clients notamment sur les débouchés internationaux et les méthodes d’obtention dans les villages et par les agro-industries. Pour bien prendre en compte cette responsabilité qui incombe à l’organisation de production d’amandes ou de beurre de karité, les projets doivent amplifier les mesures de renforcement de capacité pour avoir sous la main des productrices et petites agro-industries capables pour améliorer la conformité des produits :

- Bien formées
- Compétentes pour la production d’amandes et de beurre de karité
- Et concernées par l’amélioration continue de la qualité (Volonté de changement et Volonté d’appliquer les règles communes de gestion et d’amélioration de la qualité)

Il convient donc, de manifester une option plus que déterminée pour mobiliser davantage l’ensemble des acteurs sur le terrain de la qualité et dans l’intérêt de tous. Dans la saisie de la situation actuelle, il apparaît de façon évidente que les acteurs concernés (surtout la majorité des bénéficiaires constitués de productrices à la base du système) n’ont pas encore acquis la rigueur et le formalisme exigés pour asseoir rapidement une démarche qualité.

La mise en œuvre cohérente et efficace d’une démarche qualité repose sur un engagement ferme de tous les acteurs de la filière et l’appui de l’Etat (ou ses partenaires au développement notamment les programmes régionaux de la CEDEAO sur ce thème) y est indispensable.

Un appui méthodologique et l’apport de compétences spécifiques seront nécessaires. Des programmes de sensibilisation et formation intensives devront être déployés pour assurer une appropriation des enjeux de la qualité et des concepts basiques, permettant aux acteurs de gérer au mieux la qualité. L’adhésion des institutions nationales de gestion de la qualité doit être acquise.

Au plan national, l’adoption des standards et des normes communes à respecter sera de nature à faciliter la mise en place d’un système de contrôle de qualité et le renforcement des capacités des laboratoires par rapport à l’analyse physico-chimique des produits du karité.

Mise en œuvre de plan d’accompagnement comportera les mesures suivantes :

- 1.4.1. Sensibiliser et former les productrices par rapport aux bonnes pratiques d’obtention des amandes sèches et du beurre brut de qualité conformes aux normes

- 1.4.2. Sélectionner des promoteurs, sur la base de leurs engagements à mettre en place et exécuter convenablement un plan de gestion coordonnée de la qualité
- 1.4.3. Former les membres désignés à la gestion de la qualité
- 1.4.4. Développer une capacité de contrôle à travers les laboratoires nationaux
- 1.4.5. Promouvoir un système national de certification pour la labellisation Bio et pour le commerce équitable
- 1.4.6. Suivre sur le terrain, l'application des bonnes pratiques de fabrication et la tenue des documents d'enregistrement au niveau de la production et pour la gestion des produits fabriqués (saisir et conserver un ensemble de résultats d'analyses, permettre leurs interprétations pour constater les dérives et les effets des procédés utilisés sur la qualité, et trouver des solutions aux problèmes identifiés). Ici les principes de la démarche sont simples et relèvent du bon sens : (pas de qualité sans contrôle – pas de contrôle sans mesures – pas de mesures sans enregistrements – pas d'enregistrements sans analyses – pas d'analyses sans actions correctives – pas d'actions correctives sans validation des résultats)
- 1.4.7. Fournir au niveau des unités de production du petit matériel (Kit) pour la réalisation d'analyses de caractérisation courantes comme l'acidité, l'humidité, la température, etc.

Quelques étapes pour la gestion de la qualité sont proposées en annexe 6.

Produit 1.5 : Accompagnement pour la production de beurre de karité biologique

Un programme de production des amandes et du beurre de karité biologique comprendra essentiellement une phase de collecte d'informations pour accumuler des connaissances actualisées sur ce secteur. Les activités prioritaires qui aboutiront à la formulation de plans d'entreprise pour ces produits biologiques seront de :

- 1.5.1. Identifier des zones de production forte où les amandes de karité ne courent pas le risque de contamination et de la pollution chimique
- 1.5.2. Identifier les critères de la certification biologique
- 1.5.3. Identifier les coûts pour obtenir et maintenir la certification
- 1.5.4. Développer des systèmes pour contrôler et isoler la qualité des amandes et du beurre de karité biologiques
- 1.5.5. Collecter les données existantes relatives à la caractérisation de la provenance du produit
- 1.5.6. Etablir des recueils documentaires sur la caractérisation des produits en fonction de la provenance en vue des labellisations d'origine (Caractérisation physico-chimique et organoleptique des amandes et du beurre des différentes variétés en fonction des provenances)

- 1.5.7. Promouvoir l'idée de projet de production biologique en vue d'inciter la spécialisation de certaines zones et la professionnalisation pour l'approvisionnement sur des marchés niches

Produit 1.6 : Meilleure protection et développement durable de la ressource

Les questions d'environnementales se posent avec acuité du fait des modes d'exploitation qui pourraient provoquer la dégradation définitive des ressources. Il faut aussi favoriser la mise en place de mécanismes de surveillances pour assurer la protection et la durabilité de la ressource karité en y associant intimement les groupements de productrices, les autorités coutumières et administratives, surtout au niveau villageois.

Il s'agira donc de faire orienter et élargir les champs d'action permettant de :

- 1.6.1. Favoriser la vulgarisation des techniques de greffage et de régénération en vue de la domestication du karité et la promotion de plantation à caractère industrielle
- 1.6.2. Mettre en place les dispositifs de surveillance et de lutte contre les nuisibles (parasitisme sur le karité comme le développement des *Ioranthus* reconnu comme une menace sérieuse)
- 1.6.3. Promouvoir l'élaboration de conventions locales (au niveau de chaque village et leur CDR) pour organiser et réglementer la gestion d'aires protégées de karité

RESULTATS ET ACTIVITES RELATIFS AU SECOND OBJECTIF DIRECT (2) :

«L'accroissement du commerce des produits du karité»

La stratégie vise à encourager la création de petites agro-industries spécialisées dans la valorisation du beurre de karité collecté dans les zones de production. L'émergence de chaînes d'approvisionnement fiables pour satisfaire des marchés exigeants va donc demander une spécialisation des zones de production en matière de commercialisation plus professionnelle.

Vis-à-vis du marché, les Groupements et leurs les Unions devront être engagés dans des pratiques modernes du commerce, sur la base d'une contractualisation et le respect de cahiers de charges portant sur la conformité de la qualité des produits. Une connaissance approfondie de la segmentation et l'état de la concurrence sur les marchés sera importante, pour l'adaptation de leurs offres en matière de qualité intrinsèque, d'emballage et de prix.

Pour mieux établir les liens « produits – segment de marché », la vulgarisation de données scientifiques (techniques et technologiques) auprès des productrices, des petites agro-industries et des exportateurs, sur les propriétés recherchées dans karité, serait aussi de nature à faire comprendre la nécessité de préserver les principes actifs qui constituent la valeur commerciale du beurre et les raisons de la définition de niveaux de la qualité.

Dans le moyen terme, une priorité doit être accordée au développement des circuits commerciaux directs en profitant des expériences acquises au niveau des formules partenariats établies dans le cadre du commerce équitable et notamment pour le développement des débouchés du beurre brut non raffiné à usage cosmétique.

Les objectifs opérationnels et les actions seront :

Produit 2.1 : Accroissement des parts de marché sur des segments mieux rémunérés dans la chaîne de valeur

Le partenariat et la contractualisation entre les organisations de productrices et des exportateurs ou des PME de transformation du beurre en produits dérivés seront encouragés pour améliorer les performances de la chaîne de valeur du karité au niveau villageois (du ramassage dans les parcs jusqu'à l'obtention du beurre et sa commercialisation).

Il sera fondamental, de fournir le plus fréquemment possible des informations relatives au prix, au volume et à la qualité pratiqués sur les marchés locaux, sous-régionaux et internationaux, sur les opportunités de mises en relation commerciale à l'ensemble des acteurs.

Les actions prioritaires retenues sont :

- **Système d'information de marché**
 - 2.1.1. Collecter, traiter et diffuser des informations commerciales sur le profil des débouchés de marché (locaux, sous régionaux et internationaux) ;
 - 2.1.2. Produire des études et des analyses de marché (notamment pour les prix, marges, les caractéristiques de la demande en termes de volumes, de qualité et de prix) ;
 - 2.1.3. Mener des campagnes de sensibilisation et d'information sur les opportunités de marché favorables (Communication par radio rurale ou par cercle d'écoute, pour associer les besoins en produits de qualité et l'impact sur les conditions d'accès au marché du beurre) ;
- **Mise en relation commerciale**
 - 2.1.4. Etablir des partenariats directs entre les productrices, les agro-industries et les distributeurs de manière à favoriser la célérité de la circulation et l'échange d'informations (techniques et commerciales) entre eux ;
 - 2.1.5. Participer aux manifestations commerciales comme les foires, pour faire la promotion du karité et du label «Produit en Guinée» afin de mieux faire connaître la capacité d'offre du pays sur le marché mondial ;
 - 2.1.6. Favoriser des Mises en relation commerciales avec la clientèle étrangères : Contacter de clients potentiels ; Faire venir des clients prometteurs ; Organiser itinéraires et programme des visites (à travers un service d'appui commercial et de marketing relationnel avec les acheteurs) ;
 - 2.1.7. Engager les acheteurs (surtout pour l'exportation) à offrir aux productrices des incitations liées au prix pour améliorer la qualité des produits offerts ;
 - 2.2.8. Faciliter les négociations et sécurisation des contrats de livraisons régulières avec des groupes d'acheteurs industriels et de distributeurs.
- **Organisation de l'offre**

- 2.1.9. Créer spécifiquement des Groupements de Productrices de Karité (GPK) ou mieux des coopératives villageoises spécifiques à l'exploitation du karité (CPK : Coopérative de Productrices de Karité) et favoriser l'émergence des unions de coopératives de karité, plus tard la Fédération des Coopératives ;
- 2.1.10. Fournir directement aux transformateurs de karité le maximum de renseignements techniques sur les couples procédés / produits et d'informations sur la commercialisation des catégories de produits constituant leurs offres en établissant clairement les liens marchés / produits ;
- 2.1.11. Etudier des options pour la mise en place de comptoirs d'achat ruraux pour l'organisation de l'offre des productrices (l'installation d'Infrastructures de conditionnement et de stockage permettant la conservation des produits sur une longue durée) ;
- 2.1.12. Appuyer le dispositif de contrôle de conformité à travers les laboratoires sur des échantillons prélevés à grande échelle, pour la caractérisation de l'offre en cours ;

Produit 2.2 : Renforcement des actions de communication et de marketing sur les produits du Karité

Il s'agit de prendre des mesures visant la réalisation d'une grande campagne de communication et de sensibilisation sur le karité. Les plans de communication seront de nature à pouvoir encourager l'adoption des procédés améliorés et la fourniture de produits de qualité conforme aux normes. Il faut aussi tenir les acteurs bien informés, grâce à une large diffusion de l'information de marché, suffisante pour développer la capacité d'anticipation par rapport aux évolutions des tendances de marché.

Pour mieux faire connaître le Karité, les partenaires d'appui pourront prendre des initiatives pour sponsoriser des actions génériques en collaboration avec les unions qui encadrent actuellement des groupements de productrices. Il s'agira de briser la méfiance de certaines couches de consommateurs par rapport à la qualité des produits à base de karité fabriqués localement (beurre alimentaire et cosmétique).

Un moyen courant, serait de développer des dossiers de presse à l'intention des journalistes de l'audiovisuel et plus particulièrement des animateurs de radios de proximité, pour les inciter à contribuer à la promotion du karité, ayant à leur disposition un maximum d'informations sur le produit et son environnement (systèmes de production, de transformation, distribution, acteurs impliqués, marché, modes de consommation, atouts nutritionnels, recettes culinaires, etc.).

Il faut donc prévoir l'organisation de programmes de communication nutritionnelle en partenariat avec des médecins spécialistes. Il s'agira de mieux informer le grand public sur les avantages nutritionnels et thérapeutiques du Karité. Ces mêmes informations pourront également être reprises sous forme de dépliants pour une large diffusion. Des causeries et débats sur les vertus vérifiables et supposées autour de l'utilisation du karité pourront faire l'objet d'intérêt pour les consommateurs.

Pour contribuer à une meilleure information commerciale, l'édition de répertoires sur les unions de productrices de karité et sur les importateurs en Europe et aux USA, pourrait être d'une utilité commerciale. Ce genre de support promotionnel pourrait s'avérer comme un bon

outil pour catalyser le développement des mises en relation et de la coopération commerciale entre offreurs et demandeurs. Particulièrement, les répertoires au-delà des adresses pourront même couvrir d'autres champs d'informations sur la démarche d'exportation, la réglementation sur les produits, les exigences des acheteurs étrangers sur la qualité et sur les conditions commerciales (quantités, prix, délais, modes de paiement, etc.)

L'accès à l'Internet offre des pistes de développement commercial et de promotion à l'international. Des sites spécialisés pourront héberger des présentations génériques sur le beurre de Karité « Fabriqué en Guinée » permettant de faire mieux connaître l'offre du pays. Des milliers de pages promotionnelles sur le karité sont déjà hébergées sur des sites Internet.

Dans un moyen terme, des mesures pour les certifications de conformité des produits ainsi que des procédures de qualification des zones géographique, permettront de faciliter la reconnaissance sous des signes qualité d'origine « Guinéenne ». Il s'agira de mettre tous les avantages possibles pour mieux faire identifier l'origine (avec à terme la création d'un label de qualité). Une marque guinéenne exploitable est déjà créée au niveau de l'INNM sous le label « NG » pour Norme Guinéenne.

Les actions retenues sont :

- 2.2.1. Développer des campagnes d'information, de sensibilisation et des dossiers de presse, en utilisant des moyens de médiatisation diversifiés en fonction des cibles à atteindre (matériaux de promotion et créneaux médiatiques : audiovisuels, articles dans la presse écrite, films documentaires, Cdrom, dépliants, Internet, causerie-débat à travers des cercles d'écoute dans les villages)
- 2.2.2. Mettre en place une banque d'informations sur la filière et sur la politique commerciale appliquée pour présenter les opportunités de développement d'affaires en Guinée (attraction des négociants en produits tropicaux et des grands industriels du karité)
- 2.2.3. Editer et diffuser des répertoires permettant aux clients potentiels d'identifier les points de ventes et des sources d'approvisionnement pour des commandes importantes
- 2.2.4. Promouvoir l'utilisation d'emballages appropriés et une présentation attrayante (emballage et étiquetage), valorisant mieux l'origine guinéenne et l'authenticité des produits
- 2.2.5. Informer largement sur les vertus : les bienfaits de la consommation alimentaire du beurre et son usage comme l'un des meilleurs produits cosmétiques
- 2.2.6. Cibler des groupes d'acheteurs homogènes pour envoyer des échantillons et matériaux de promotion
- 2.2.8. Faciliter la création au plan national et sous régional de réseaux entre les différents acteurs de la filière Karité

Produit 2.3 : Développement du partenariat commercial

La mise en œuvre du Projet Cadre Intégré prend en compte la promotion commerciale du karité. Cela constitue une bonne opportunité pour renforcer le savoir-faire commercial des

opérateurs et obtenir un accès amélioré aux marchés mondiaux. Il existe des projets sous-régionaux qui participent activement au développement et à la promotion du karité sur le marché mondial :

- 2.3.1. Suivre ou participer aux différents réseaux de projets sous-régionaux sur le karité (notamment le WATH, le PROKARITE et MISTOWA.)
- 2.3.2. Rechercher une plus forte implication des structures nationales, sous-régionales et internationales s'occupant du développement et de la promotion des exportations ;
- 2.3.3. Insister auprès des autorités pour l'amélioration des services de recherche développement, de contrôle de qualité et d'élaboration des normes (ou adoption des normes sous-régionale sur les produits du karité)
- 2.3.4. Favoriser des partenariats commerciaux les zones de production pour assurer la régularité de l'approvisionnement en beurre de karité de bonne qualité à prix abordables sur la base de contrats ou d'accords à terme (quantité et qualité sont déterminées et prix convenus fixés à l'avance) ;
- 2.3.5. Promouvoir les pratiques de commercialisation basée sur le groupage de l'offre des villages au niveau des unions, pour la rationalisation de la gestion des circuits d'approvisionnement dans le cas de l'exportation (en relation avec des petites agro-industries, des exportateurs locaux et des industriels cosmétiques à l'étranger).

RESULTATS ET ACTIVITES RELATIFS AU TROISIEME OBJECTIF DIRECT (3) :

«L'accès au financement accru pour soutenir la transformation et la commercialisation des produits du karité»

Produit 3.1 : Accès au crédit pour l'acquisition d'équipements de production et de fonds de commercialisation en faveur des productrices en groupements et des agro-industries privées

Pour que le secteur parvienne à consolider la consommation locale et conquérir de nouveaux marchés d'exportation, une grande attention doit être accordée aux besoins d'investissements en matériels de production et d'organisation de la campagne de commercialisation, en matière de financement. Comme pour le plan « MARSHALL », il faut parvenir à mobiliser de gros moyens financiers (pourquoi pas à fonds perdus ?) pour pouvoir provoquer des changements rapides dans la modernisation des équipements et des pratiques de commercialisation du karité. La stratégie vise à soutenir la promotion des nouveaux investissements et l'émergence d'un réseau de petites agro-industries qui se spécialiseront dans la fabrication de gamme de produits à plus forte valeur ajoutée.

En général, les promoteurs concernés n'ont pas le profil correspondant aux critères des prêts bancaires et ne réunissent pas des conditions favorables pour négocier directement avec les institutions financières. Il faut donc mettre en place des mécanismes adaptés à leurs cas. Des nouveaux produits financiers devront être assortis de conditions douces (par rapport au : taux d'intérêt, durée, période de grâce, formes de garantie, etc.) pour encourager les productrices à se procurer des crédits d'équipement et des fonds de commercialisation.

Il sera aussi question de développer et promouvoir des mécanismes de financements structurés (formules de warrantage et de capital-risque solidaire) pour soutenir la commercialisation par groupage de l'offre à travers les unions existantes. Pour le principe, les produits des groupements ou coopératives seront détenus en stocks dans des entrepôts au

niveau des unions tenant lieu de garantie pour l'institution financière. Les productrices pourront obtenir sur cette base des crédits de soudure avant la vente des stocks groupés à travers l'intermédiation commerciale de l'union.

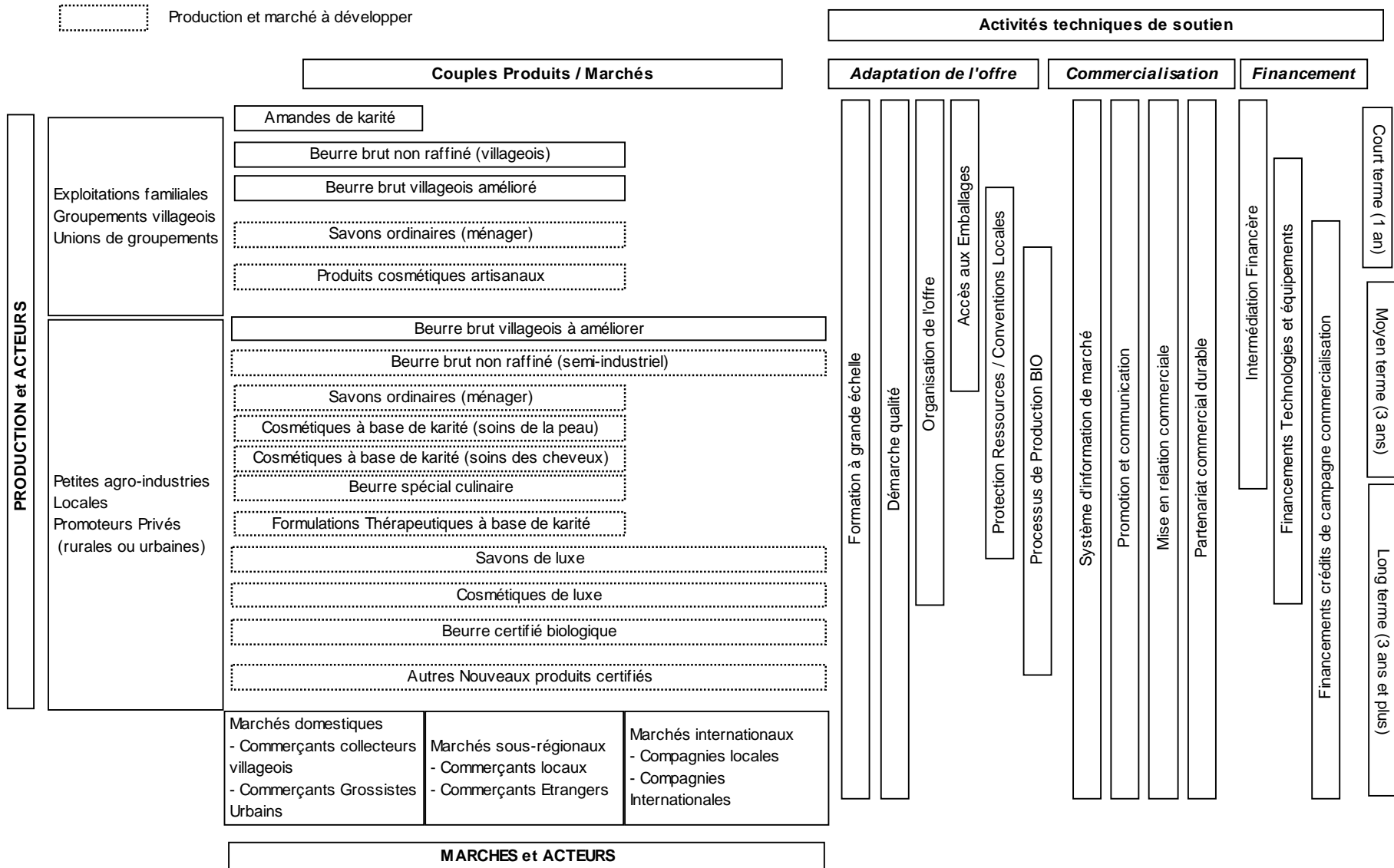
Des requêtes spéciales doivent être formulées pour la mobilisation de fonds de financement auprès de certains bailleurs. Ils seront à déterminer en fonction de leurs engagements dans les différentes stratégies de réduction de la pauvreté, et particulièrement celles qui touchent les femmes rurales.

Les actions prioritaires retenues sont :

- 3.1.1. Contribuer à l'intermédiation financière à travers la réalisation de dossiers de banque (ou plan d'affaires adapté) pour prouver la rentabilité financière et économique de la production d'amandes et de beurre de karité et accompagner les promoteurs au guichet de financement
- 3.1.2. Promouvoir des programmes de financement adapté accessibles aux groupements ruraux et aux petites agro-industries participant à des productions commerciales de karité
- 3.1.3. Rechercher la mise en place de lignes de crédits spéciales pour financer l'équipement des unités de transformation villageoises et pour soutenir la commercialisation du karité au niveau des unions (les formules de capital-risque solidaire seront à encourager dans ce cas)
- 3.1.4. Faciliter l'accès aux équipements appropriés pour la transformation (primaire et secondaire) à travers des financements adaptés pour le développement des agro-industries du karité

Le tableau de la page suivante indique le couplage dans le temps (court, moyen et long terme) des appuis proposés par le plan de d'action, de l'évolution de la diversification des produits à base de karité et les marchés visés (locaux, sous-régionaux et internationaux).

Schéma du couplage : Production / Marché / Appuis techniques offerts (Court, Moyen et Long Terme)



FACTEURS LIMITANTS ET RISQUES

L'impact souhaité sera affecté par la faible mobilisation des moyens techniques et financiers. En général, les infrastructures (route, électricité, télécommunication et d'autres aspects logistiques) sont insuffisantes ou indisponibles notamment en milieu rural, cela réduit la compétitivité de la filière.

Une faible sensibilisation et information, des acteurs et des partenaires au développement, sur les opportunités commerciales et les enjeux pour le pays, le manque d'intérêt des productrices en raison de la faible rémunération de leurs produits, sont des facteurs qui pourraient affecter négativement la mise en œuvre efficace et efficiente de ce plan de développement du produit karité en Guinée. La faible capitalisation et appropriation des acquis des interventions par les bénéficiaires, par exemple le refus de pratiquer la bonne gestion à l'issue des formations répétées en gestion des organisations, des activités et des actifs collectifs, seront des aspects négatifs.

Pour l'ensemble des services de recherche et de gestion de la qualité, le manque de moyens d'actions et l'inadaptation des textes en vigueur, constituent des freins pour mener convenablement les activités de routine en matière de développement de nouveaux produits, d'inspection phytosanitaire et de contrôle de conformité

Les acteurs de la filière karité doivent pouvoir disposer de moyens techniques et financiers, sinon les actions prévues seront insuffisantes, pour parvenir à des résultats significatifs dans un court délai.

CONCLUSION

La présente proposition de Plan de Développement du Produit karité (PDP) a été élaborée, en prenant en compte les préoccupations et les attentes des groupes de bénéficiaires. Elle a considéré aussi les enjeux commerciaux sur le marché local et international ainsi que les défis à relever en vue d'un accroissement de la contribution du karité à l'économie nationale.

La mise en œuvre efficace et efficiente des actions proposées sera, dans la logique d'une amélioration de la compétitivité de la filière Karité dans son ensemble. Les objectifs et les actions sont beaucoup plus focalisés au niveau des activités de facilitation pour la mise à niveau de la production et le développement des circuits commerciaux. Les améliorations sont recherchées sur un ensemble de cadrans qui permettront aux unités de production notamment d'adapter leurs produits aux exigences du marché, en utilisant des technologies plus performantes et des procédures opérationnelles standardisés. Elles seraient ainsi mises en conditions d'offrir un meilleur rapport qualité – prix et tenir des arguments commerciaux permettant de conquérir de nouveaux débouchés de marché sur lesquels des données ont été mobilisées grâce à l'amélioration des dispositifs d'informations. La situation économique des productrices rurales de karité sera améliorée, grâce à l'accroissement des niveaux de production de beurre amélioré et à la génération de revenus monétaires supplémentaires.

Ce PDP peut servir dans un premier temps de cadre de référence pour la valorisation et la commercialisation du karité en Guinée. Sa mise en œuvre requiert un engagement fort des acteurs et des partenaires qui souhaiteront accompagner ce processus pour assurer une mobilisation des ressources adéquates (techniques et financières).

Le Gouvernement devra donc encourager cette mobilisation, en intégrant au niveau des plans stratégiques de développement, le karité comme une des filières prioritaires, qui pourrait jouer un rôle essentiel dans la réduction de la pauvreté, l'amélioration du bien-être matériel et moral notamment au profit des femmes en Haute Guinée. La meilleure valorisation va aussi provoquer des effets d'entraînement économiquement bénéfiques à l'ensemble des groupes d'acteurs bénéficiaires de ce PDP.

Les bailleurs de fonds et les partenaires d'appui technique, s'attacheront au renforcement de capacité des opérateurs économiques de la filière en particulier celle des femmes qui constituent le soubassement du système karité. A partir de études diagnostiques réalisées par le projet ARCA, la feuille de route vient d'indiquer les champs d'interventions prioritaires, pour lesquels, un partenariat stratégique devra être développé, afin de s'assurer d'une utilisation rationnelle des ressources qui seront destinées au renforcement technique et commercial de la filière. Les responsables de la mise en œuvre devront donc s'attacher à la planification des activités et rechercher à s'associer aux prestataires pour mettre en adéquation les offres de services d'appui avec les besoins à satisfaire au sein de la filière.

Le PDP a élaboré quelques indicateurs de performance permettant l'évaluation périodique des résultats atteints en fonction des objectifs opérationnels et de développement. Des outils performants de suivi & évaluation seront alors indispensables pour mesurer les progrès et pour apporter des solutions correctives afin de se donner les meilleures chances de succès pour l'amélioration significative de la valorisation et la commercialisation du karité en Guinée.

RECOMMANDATIONS ET SUGGESTIONS

Nous suggérons, quant aux suites à donner à ce PDP, de continuer un travail de sensibilisation et d'information pour faire partager les propositions ici formulées, en vue d'aboutir à des manifestations d'intérêts de la part du Gouvernement, des partenaires au développement et des groupes d'acteurs directs. Pour cette phase de mobilisation, les recommandations suivantes sont formulées :

PAR RAPPORT A LA MISE EN PLACE D'UN COMITE DE PILOTAGE

Pour la structure de mise en œuvre de la feuille de route, les concertations à l'échelle nationale pourront être provoquées par un Comité de Pilotage, pour faire examiner la forme de la structure à pérenniser : Statut ; Composition ; Attributions ; Répartition des fonctions permettant de gérer la compétitivité de la filière ; Mécanismes de fonctionnement permettant l'animation des différentes instances spécialisées par domaines de compétitivité (qualité, prix, rentabilité, logistique, développement de relations partenariales, etc.).

En plus des représentants de l'ensemble des Unions de producteurs de la Haute Guinée, des commerçants et des exportateurs, les structures d'appui à l'agrobusiness suivantes rencontrées lors de cette mission pourront être invitées à constituer un premier groupe de travail en vue de la mobilisation des acteurs autour de la validation de ce PDP. Il s'agit de : Direction ACA à Conakry, spécialisée en système d'information de marché ; MAROPA à Kankan, spécialisée en encadrement des organisations paysannes et en organisation de marché ; MRE à Kankan, spécialisée en micro-financement ; ATC à Dabola, spécialisée en animation rurale et en organisation coopérative ; CIEPEX à Conakry, spécialisé en promotion commerciale ; CAFEX à Conakry, spécialisé en procédures d'exportation ; CPTI à Conakry, spécialisé en R&D (technologie de transformation agroalimentaire) ; IRAG à Conakry, spécialisé en R&D (agroforesterie) et en technologies de valorisation post-récolte.

PAR RAPPORT A LA MOBILISATION DES RESSOURCES

Le Gouvernement devra soutenir financièrement et techniquement le PDP, en facilitant la sollicitation des partenaires au développement pour la mobilisation des fonds et orienter des financements à travers les budgets spéciaux (PPTE par exemple, Composantes du DSRP ou de l'OMD) – d'inscrire le karité dans les plans de développement et de contribuer à mieux faire connaître les potentialités de la Guinée à travers des : (Opérations de sensibilisation, d'informations et publicité visant à faire connaître les enjeux et l'importance de l'amélioration de la qualité et la conformité de l'origine « Guinée »).

Les partenaires au développement pourront soutenir l'émergence de mécanismes de financements structurés : – faire l'analyse avec les institutions de financement particulièrement le système de financement décentralisé en place, pour parvenir à la proposition de nouveaux produits financiers adaptés au contexte des productrices rurales. Les organisations internationales qui soutiennent le développement du crédit rural pourront s'impliquer dans le développement des nouveaux produits financiers en participant à la constitution d'un fonds spécial d'équipement ou d'un fonds de garantie en faveur des acteurs de la filière, pour la mise à niveau des procédés d'extraction du beurre de karité au niveau des villages d'une part. D'autre part, pour permettre aux points focaux d'informations sur le karité d'accéder à des informations stratégiques, il faut accorder des facilités pour les équiper convenablement en matériels informatiques afin d'être connectés en permanence pour la recherche d'informations. Le PNUD à travers la réalisation des Objectifs du Millénaire pour

le Développement (OMD) et les autres agences du système des Nations Unies concernées pourront appuyer ce genre d'initiatives (UNIFEM, CCI, CNUCED, FAO, ONUDI, etc.).

Mobiliser un fonds spécial pour soutenir la diversification des produits du karité par le développement de projets pilotes (création de petites entreprises) bénéficiant d'un encadrement spécialisé (technologie, marketing, qualité) pour assurer une meilleure gestion des couples produits / segments de marché, depuis le stade de production au niveau villageois – Soutenir des projets de R&D visant la diversification de la gamme de produits à base de beurre de karité – Soutenir de projets de R&D en matière de développement d'une sous filière bio. Les agences de coopération technique qui ont des programmes de soutien au développement de l'économie sociale pourront être ciblées (AFD, ACDI, AFRICARE, Commission de l'Union Européenne) et des ONG's internationales soutenant dans leurs programmes la promotion des activités économiques génératrices de revenus pour les femmes).

PAR RAPPORT A LA GESTION DE LA QUALITE

La priorité sera de créer un réseau de soutien à la démarche en formant des formateurs spécialisés. Les structures de coopération bilatérales ou internationales et sous régionaux, pourront être saisies pour favoriser financièrement la mise en place d'un cadre contractuel avec des formateurs spécialisés qui prendront en charge l'encadrement des groupements féminins. La formation de formateurs nationaux au niveau des unions, sera privilégiée en facilitant l'accès aux centres d'auto-formation, des outils multimédias et l'abonnement à des centres spécialisés de diffusion d'informations, de production d'analyses de marché et de revues professionnelles sur le secteur des corps gras (oléagineux). Une autre forme de soutien pour accélérer l'amélioration de la qualité est relative au parrainage de petites entreprises coopératives rurales par des grandes entreprises établies en Europe ou aux Etats-Unis par l'établissement d'accords contractuels. L'appui des programmes sous-régionaux sur le karité pourra être sollicité : PROKARTE, WATH, Projet Qualité de la CEDEAO ;

PAR RAPPORT AU SYSTEME D'INFORMATION DE MARCHE ET LA COMMERCIALISATION

Insister auprès de ACA pour l'amplification du suivi des marchés par rapport au karité sur l'ensemble du territoire et dans la sous-région. Le partenariat de ACA avec le projet régional MISTOWA qui travaille étroitement au sein du programme WATH est favorable pour la mobilisation et la diffusion d'une gamme variée d'informations techniques et commerciales. Par rapport au marché international, la synergie doit être recherchée avec le point focal du Programme Cadre Intégré, logé au Ministère du Commerce de l'Industrie et des PME (MCIPME).

ANNEXE 1

Tableau 4 : Cadre de couplage des objectifs et résultats

OBJECTIFS	PRODUITS ESCOMPTES	INDICATEURS OBJECTIVEMENT VERIFIABLES (IOV)	MOYENS ET SOURCES DE VERIFICATION
<p>Objectif de developpement :</p> <p>Amelioration de la competitivite du secteur karite en guinee et l'augmentation des revenus dans la filiere.</p>		<p>Impacts :</p> <p>Revenus absolus dans la filiere karite et pourcentage annuel du changement de revenus des productrices et des agro-industries locales sur la ventes des produits du karite (amandes et beurre) dans la region de la haute guinee et dans le pays.</p> <p>Facteurs critiques :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faible mobilisation des ressources financieres et techniques • Instabilite des prix internationaux et la variation des taux de change par rapport au franc guineen ; • Faible sensibilisation et faible motivation des acteurs par les prix 	
<p>Objectif 1 :</p> <p>L'augmentation de la production durable de produits du karite a travers l'adaptation de l'offre aux exigences du marche</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Quantite de produits conforme mise en marche • Augmentation de la capacite de production des unites (artisanales rurales en amandes et en beurre brut; et agro-industries urbaines en produits derives) • Nombre d'unites utilisant des technologies ameliorees de production • Adoption de plan de gestion durable pour l'exploitation de la ressource karite 	
	<p>Produit 1.1 :</p> <p>Formation a grande echelle</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de modules de formation (themes diffuses) • Nombre de sessions de formation ; • Nombre de groupements, de productrices formees 	<ul style="list-style-type: none"> • Curricula et plan de seance des formations • Temoignages et niveau de satisfaction ; qualite des produits

OBJECTIFS	PRODUITS ESCOMPTEES	INDICATEURS OBJECTIVEMENT VERIFIABLES (IOV)	MOYENS ET SOURCES DE VERIFICATION
	Produit 1.2 : Promotion de la diversification de la gamme de produits derives fabriques	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de nouveaux produits promus • Nombre d'unites qui fabriquent une gamme de plusieurs produits • Consommation locale est accrue avec la mise en marche de produits a plus forte valeur ajoutee (beurre culinaire et produits cosmetique sont fabriques localement • Chiffre d'affaires realise 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports techniques • Etudes de marche • Temoignages des clients
	Produit 1.3 : Appui a l'organisation des achats groupes d'emballage	Quantites d'emballages achetes, gains au niveau des prix, economies d'echelle realisee pour les productrices	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports techniques • Visite de terrain • Temoignages des beneficiaires
	Produit 1.4 : Coordination et promotion de la demarche qualite a l'echelle nationale	<ul style="list-style-type: none"> • Adoption des normes de qualite • Niveau d'appropriation des bonnes pratiques par les unites de transformation • Nombre de controle de qualite • Certification realisable ; label de qualite utilise a l'exportation 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports techniques • Evaluation de la qualite du beurre obtenu • Evaluation des echantillons de produits
	Produits 1.5 : Accompagnement pour la production de beurre de karite biologique	<ul style="list-style-type: none"> • Conditions de faisabilite sont etablies ; • Nombre de site de production bio ; • Quantites de produits certifies bio vendues ; • Niveau de rentabilite financiere (compare au beurre conventionnel) 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports techniques • Sites de production bio • Evaluations par les laboratoires et certificats de controle de qualite • Temoignages des clients (niveau de satisfaction)

OBJECTIFS	PRODUITS ESCOMPTEES	INDICATEURS OBJECTIVEMENT VERIFIABLES (IOV)	MOYENS ET SOURCES DE VERIFICATION
	Produit 1.6 : Meilleure protection et developpement durable de la ressource	<ul style="list-style-type: none"> • Plan national de gestion de la ressource karite est elabore et des conventions locales sont adoptees • Nombre de villages qui pratiquent les techniques de greffage, de regeneration, et de plantation ; • Un systeme d'information geographique (sig) est cree, suivi et diffuse • Un catalogage base sur les parametres physico-chimiques, par origine geographique en lien avec le sig est etabli et suivi 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports techniques • Supports de diffusion du sig (documents sur papier, en cdrom, internet, etc.)
Objectif 2 : L'accroissement du commerce des produits du karite		<ul style="list-style-type: none"> • Modeles et liens d'affaires entre les productrices rurales, les agro-industries locales et les importateurs (nombre de contrats commerciaux) • Volume de beurre et d'amandes commercialise par les productrices • Volume de produits transformes mise en marche par l'agro-industrie et les exportateurs • Nombre de nouveaux produits a base de beurre de karite existant sur le marche • Nombre de marche d'exportation (sous-regional et international) 	
	Produit 2.1 : Accroissement des parts de marche sur des segments mieux remuneres dans la chaine de valeur	<ul style="list-style-type: none"> • Niveau des exportations de beurre par an pour l'industrie cosmetique • Prix superieurs obtenus avec l'amelioration de la qualite • Nombre de nouvelles unites de transformation creees et encadrees • Nombre de nouveaux clients et nombre de contrats honores (locaux et export) • Nombre de pays prospectes et quantites vendues (export) • Nombre de nouveaux marches accedes 	<ul style="list-style-type: none"> • Reseaux d'echanges avec les zones de production et avec l'exterieur ; niveau de satisfaction des beneficiaires • Rapports techniques • Statistiques d'exportation • Temoignages des clients (niveau de satisfaction)

OBJECTIFS	PRODUITS ESCOMPTEES	INDICATEURS OBJECTIVEMENT VERIFIABLES (IOV)	MOYENS ET SOURCES DE VERIFICATION
	Produit 2.2 : Renforcement des actions de communication et de marketing sur les produits du karite	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de campagnes mediatiques ; • Nombre de participations aux manifestations commerciales • Banque d'informations sur le marche du karite disponible 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports techniques • Supports mediatiques et promotionnels edites
	Produit 2.3 : Developpement du partenariat commercial	<ul style="list-style-type: none"> • Activites realisees en reseaux avec les programmes sous regionaux • Nombre de nouveaux clients et nombre de contrats honores (locaux et export) • Nombre de pays prospectes et quantites vendues (export) 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports techniques • Statistiques d'exportation • Temoignages des clients (niveau de satisfaction)
Objectif 3 : L'acces au financement accru pour soutenir la transformation et la commercialisation des produits du karite		Montant des financements octroyes	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre de beneficiaires ayant acces au credit pour l'investissement en equipements de transformation et pour la commercialisation du karite
	Produit 3.1 : Acces au credit pour l'acquisition d'equipements de production et de fonds de commercialisation en faveur des productrices en groupements et des agro-industries privees	<ul style="list-style-type: none"> • Montants mobilises et distribues ; • Nombre de nouveaux produits financiers en place ; • Nombre de dossiers soumis ; • Nombre de productrices ayant obtenu des financements (equipements ou commercialisation) 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapports techniques • Visite de sites equipes a credit • Temoignages des beneficiaires

ANNEXE 2

FICHES DE REFERENCE DES INDICATEURS DE PERFORMANCE

A) Objectif global : L'amélioration de la compétitivité du secteur karité en Guinée et l'augmentation des revenus dans la filière

Indicateurs globaux : Revenus absolus dans la filière karité et pourcentage annuel du changement de revenus des productrices et des agro-industries locales sur la ventes des produits du karité (amandes et beurre) dans la région de la Haute Guinée et dans le pays

Définition : détermination de la valeur totale des ventes réalisées par les productrices pour une campagne de commercialisation dans la région cible d'intervention du projet

Unités de mesure : % d'évolution des revenus par rapport à l'année de base

Mesures ramenées : au genre (parts des femmes et des hommes) ; par type de produits (amandes, beurre brut, beurre transformé pour la consommation finale)

Sources et fréquence : Auprès des opérateurs (productrices, commerçants, agro-industries, systèmes d'information de marché, statistiques d'exportation). Données synthétisées dans le rapport annuel.

A1) Résultat intermédiaire 1 : L'augmentation de la production durable de produits du karité à travers l'adaptation de l'offre aux exigences du marché

Indicateurs de performance :

- Quantité de beurre produite dans les zones d'intervention du projet ;
- Augmentation de la capacité de production des unités (artisanales rurales en amandes et en beurre brut ; et agro-industries urbaines en produits dérivés) ;
- Nombre de groupements et d'agro-industries utilisant des technologies améliorées de production ;
- Adoption de plan de gestion durable pour l'exploitation de la ressource karité

Exemple : « **Quantité de beurre produite dans les zones d'intervention du projet** »

Définition : Quantité totale de beurre produite à travers des procédés améliorés introduits dans les zones cibles grâce à l'intervention du projet.

Unités de mesure : Quantités (en tonnes métriques) ; Nombre de ... (en unité)

Mesures ramenées : au genre (parts des femmes et des hommes) ; par type de produits (amandes, beurre brut, beurre transformé pour la consommation finale)

Sources et fréquence : Auprès des opérateurs (productrices, commerçants, agro-industries, systèmes d'information de marché, statistiques d'exportation). Données synthétisées dans les rapports périodiques de projet (trimestriels et annuels).

A2) Résultat intermédiaire 2 : L'accroissement du commerce des produits du karité

Indicateurs de performance :

- Volume de beurre commercialisé par les productrices et par les petites agro-industries ;
- Volume de produits transformés mise en marché par l'agro-industrie et les exportateurs ;
- Nombre de liens d'affaires créés entre les productrices rurales, les agro-industries locales et les importateurs (nombre de contrats commerciaux) ;
- Nombre de nouveaux produits à base de beurre de karité existant sur le marché ;
- Nombre de marché d'exportation (sous-régional et international)

Exemple : « **Volume de beurre commercialisé par les productrices et par les petites agro-industries** »

Définition : Quantités vendues sur les marchés locaux et extérieurs

Unités de mesure : Tonnes métriques

Mesures ramenées : au genre (parts des femmes et des hommes) ; par catégorie de qualité (beurre brut, beurre transformé pour la consommation finale) et par segment de marché desservi

Sources et fréquence : Auprès des opérateurs (productrices, commerçants, agro-industries, systèmes d'information de marché, statistiques d'exportation). Données synthétisées dans le rapport annuel.

A3) Résultat intermédiaire 3 : L'accès au financement accru pour soutenir la transformation et la commercialisation des produits du karité

Indicateurs de performance :

- Nombre de bénéficiaires ayant accès au crédit pour l'investissement en équipements de transformation du karité ;
- Nombre de bénéficiaire ayant accès au crédit pour la commercialisation du karité ;
- Montant des financements octroyés ;

Exemple : «**Nombre de bénéficiaire ayant accès au crédit pour la commercialisation du karité**»

Définition : Nombre d'agro-industries qui obtiennent des crédits avec les institutions financières dans le but de soutenir leurs besoins en fonds de commercialisation

Unités de mesure : en nombre

Mesures ramenées : au genre (parts des femmes et des hommes) ; par type et taille des entreprises

Sources et fréquence : Auprès des opérateurs (productrices, commerçants, agro-industries, systèmes d'information de marché, statistiques d'exportation). Données synthétisées dans le rapport annuel.

ANNEXE 3

Tableau 5 : Liste des personnes rencontrées

NOMS ET PRENOMS	SERVICES/FONCTIONS	ADRESSES : BP ; TEL ; EMAIL
BEAVOGUI FAMOÏ	COORDINATEUR SCIENTIFIQUE IRAG, CENTRE BORDO	BEAVOGUIFAMOÏ@YAHOO.FR
BEAVOGUI SEKOU	DIRECTEUR GENERAL, IRAG	60 54 31 34
BERETE ANSOUMANE	CHEF DIVISION, PROJETS DU CADRE INTEGRE	60 29 32 96 / 30 43 10 48
BERETE KEE	SOGUIFRET	60 54 24 59
CAMARA BASSIROU	AGENT TECHNIQUE, ACA	30 71 05 30
CAMARA IBRAHIMA	DIRECTION PREFECTORALE DES FORETS	KANKAN / 60 58 42 66
CISSE IMOURANA	CONSEILLER, GROUPEMENT DOUTI GNOUMOU	DISTRICT KALELA TRAORE
CISSE SANGARE	CONSEILLER, GROUPEMENT DOUTI GNOUMOU	DISTRICT KALELA TRAORE
CONDE MAMADI	CENTRE D'APPUI AUX FORMALITES D'EXPORTATION	CONAKRY / 60 26 46 18
DIAKITE IBRAHIMA	SECRETAIRE, UNION MARAICHERE MANDIANA	AVP DE L'ACA DE MANDIANA
DIAKITE IBRAHIMA	AGENT ACA DU CIAC MANDIANA	CU DE MANDIANA
DIALLO MOHAMED LAYE	DIRECTION PREFECTORALE DES FORETS	KANKAN / 60 58 42 66
DOUMBOUYA SAKHO	SECRETAIRE, UNION	DABOLA
GOUMOU YEKE	DIRECTEUR GENERAL, DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL	MINISTERE CIPME / 60 26 73 85
JOSHUA ROMALIS	SOUS DIRECTEUR CHARGE DES PME	PEACE CORPS / 63 40 79 95
KABA ABDOULAYE	COMMERÇANT MAGASINIER DE KARITE	KABOUKARIA
KABA OUMAR	MAINTENANCIER DES PLATES- FORMES	MARCHE DIBIDA-KANKAN
KALLE MOUSSA	GROUPEMENT BENKADI	KABOUKARIA
KANE MAMADOU ABDOULAYE	DIRECTEUR, SPCIA	60 21 37 76
KEITA BERETE	CHEF SECTION FORMATION, CPTI	60 57 43 85
KEITA MAMY	DIRECTEUR EXECUTIF, ACA	30 46 37 84
KEITA MORY	FABRICANT EQUIPEMENTS AGRICILES	QUARTIER MORY OULIN / 60 30 79 33
KEITA SANOUSSI	FORMATEUR TECHNOLOGIE	MANDIANA
KOEVOGUI DIANKA	DIRECTEUR GENERAL, OPIP	CONAKRY / 60 25 18 76
KONATE DRISSA	GROUPEMENT HEREMAKONO	SEBEKORO

NOMS ET PRENOMS	SERVICES/FONCTIONS	ADRESSES : BP ; TEL ; EMAIL
KONATE MAMADY	CHEF D'ANTENNE ACA	HAUTE GUINEE / 60 58 06 46
MME AWA YOULA	PRESIDENTE GROUPEMENT DOUTI GNOUMOU	DISTRICT KALELA TRAORE
MME BALDE FATOUMATA BINTA	SOCIETE FABA AIBA ET COORDINATRICE AGOA	CONAKRY / 60 55 39 16
MME BERETE SONA	TRESORIERE, GROUPEMENT BENSEMA	CRD DE NORASSOBA SIGUIRI
MME CONDE BALLOU	MEMBRE, GROUPEMENT KANKANAISE	KANKAN / 64 41 17 03
MME CONDE HADJA M'BALOU	PRESIDENTE DU GROUPEMENT, BENKAKI	KABOUKARIA
MME DIAKITE OLENDE	SECRETAIRE DU GROUPEMENT, BENKADI MORODOU	MORODOU
MME DIAKITE SITA	PRESIDENTE DU GROUPEMENT BENKADI,	QUARTIER DALAKO(KANKAN)
MME DIALLO FANTA	PRESIDENTE GROUPEMENT KANKANLAISE	KANKAN / 60 34 62 00
MME DOUMBOUYA DOUSSOU	MEMBRE, KAÏRABA	KABOUKARIA
MME HADJA MARIAMA TRAORE	VICE PRESIDENTE SABOUGNOUMA	DISTRICT DE KOUMARELLA
MME KABA HADJA FANTA	GROUPEMENT KAÏRABA	KABOUKARIA
MME KEITA KANDJA	BOLOMASSI DE KINIERAN	SOUS-PREFECTURE DE KINIERAN
MME KEITA OUMOU	PRESIDENTE DU GROUPEMENT BOLOMASSI	SOUS- PREFECTURE DE KINIERAN
MME THEA ANGELLE	FORMATRICE (TECNOLOGIE TRANSFORMATION)	CONAKRY / ANGELLETEA@YAHOO.FR
MME TRAORE HADJA NENE	PRESIDENTE GROUPEMENT SABOUGNOUMA	DISTRICT DE KOUMARELLA
MME YOULA AWA	PRESIDENTE GROUPEMENT DOUTI GNOUMOU	SECTEUR DE KALELA TRAORE
MORY DIAKITE	RESPONSABLE VOLET CREDIT (MGE)	KANKAN
SACKO ALY	SOUS DIRECTEUR, SOGUIFRET	CONAKRY / 64 37 89 53
SANGARE ABDOULAYE	COMMERÇANT DE BEURRE DE KARITE	MARCHE DIBIDA KANKAN
SPONDON PHUKAN	EXPORTATEUR	CONAKRY / 60 25 11 10
SYLLA ABDOULAYE (CDT)	DIRECTEUR ADJOINT, CPTI	CONAKRY / 60 33 58 68
SYLLA MOHAMED	CONSULTANT EN TECNOLOGIE	CONAKRY / 60 25 11 10
TINKIANO ALPHAN	ANIMATEUR DE GROUPEMENT ATC, DABOLA	60 45 95 16 / TINKIANO 63 @YAHOO.FR
TOURE SEKOU ABDOULAYE	DIRECTEUR GENERAL, CPTI	60 21 40 69 / 64 23 34 65
TRAORE BALOU MADI	CHEF SECTEUR	SECTEUR DE KALELA TRAORE

NOMS ET PRENOMS	SERVICES/FONCTIONS	ADRESSES : BP ; TEL ; EMAIL
TRAORE FRAMOUDOU	CONSEILLER UNION PLANTEURS DE SIGUIRI	60 31 04 84 / BABOUT1974@YAHOO.FR
YINGLING RYAN	PEACE CORPS VOLONTER	ANTENNE ARCA, KANKAN

Tableau 6 : Etapes de la Mission (Agenda du 26 septembre au 17 octobre 2006)

DATE	ITINERAIRES (ZONES VISITEES)
26 septembre 2006 (debut de la mission)	Voyage bamako / kankan (vehicule location)
27 septembre (plan de travail)	Kankan (<i>vehicule du projet arca, pour le reste de la mission</i>)
27 au 29 septembre 2006	Visites des villages et marches – zone kankan
30 septembre au 01 octobre 2006	Visites des villages et marches – zone mandiana
02 octobre 2006	Suite visites des villages et marches – zone kankan
03 octobre 2006	Visites des villages et marches – zone siguri
04 au 06 octobre 2006	Visites des villages et marches – zone dabola
07 au 16 octobre 2006	Contacts institutionnels et visite de marches – conakry
17 octobre 2006 (fin de mission)	Restitution / voyage conakry – bamako (avion)

ANNEXE 4

PROFIL DES STRUCTURES D'AGROBUSINESS IDENTIFIEES AU NIVEAU DE LA FILIERE KARITE

Un des objectifs de cette feuille de route est de créer une opportunité, pour travailler en réseau avec la participation de l'ensemble des acteurs. L'espace de dialogue ainsi créé leur permettra de partager une vision commune, de rechercher et de se doter de moyens appropriés pour la défense des intérêts de la filière. Cela suppose dès lors un engagement volontaire et une discipline pour participer à la mise œuvre du processus permettant d'atteindre des résultats appréciables.

1. Production de la ressource

A travers des rôles et des missions variés, les structures suivantes soutiennent l'agrobusiness :

Comité de Lutte pour la Fin de la Faim

COLUFIFA est une ONG qui intervient en Haute Guinée, dans le domaine de la protection des ressources naturelles et la conservation de la diversité biologique. En qualité d'opérateur pour la mise en œuvre de Plans d'Action pour la Conservation de la Diversité Biologique en Guinée, elle va participer à la création d'un centre pilote de culture du Karité dans la Préfecture de Dabola. Il est prévu que les acquis de ce Centre pilote, s'ils sont concluants, soient vulgarisés dans toute la Haute Guinée et aussi dans les autres zones favorables de la Guinée.

L'Institut de Recherche Agronomique de Guinée

(IRAG) est un établissement public à caractère scientifique qui jouit de l'autonomie administrative, financière et de gestion. L'IRAG a pour mandat de mettre en œuvre la politique nationale de recherche agronomique : les productions végétales, animales, forestières et leur transformation agro-alimentaire ; la préservation et l'amélioration des ressources naturelles concernées par ces productions ; les exportations agricoles et leur environnement socio-économique.

Direction Nationale Eaux & Forêts

C'est un service public chargé de la mise en œuvre et du suivi des activités forestières, notamment la prise en compte des questions de gestion durables des ressources.

UNITERRA

Son objectif est de contribuer à la réalisation de la sécurité alimentaire durable qui est une préoccupation essentielle en Guinée. Uniterra intervient dans divers domaines : dynamisation des organisations capables d'assurer l'autopromotion dans les différents maillons du secteur rural. Leur deuxième priorité consiste à soutenir la base de production par une gestion rationnelle et participative des ressources naturelles.

2. Techniques et technologies de transformation

Les structures suivantes ont été déjà identifiées par les études diagnostiques du projet ARCA :

Structures publiques et parapubliques : qui ont accumulées des expériences diverses sur l'amélioration des technologies appropriés pour l'extraction du beurre de karité :

Institut de Recherche Agronomique de Guinée

L'IRAG à travers son département de Technologie Alimentaire, détient des compétences pour participer à la conception et aux tests de performances sur les procédés de fabrication.

Institut National de Normalisation et de Métrologie

L'INNOM coordonne la mise en œuvre la politique du gouvernement en matière de normalisation, maîtrise de qualité et métrologie dans tous les secteurs socio-économiques de la nation.

Service National de Contrôle de la Qualité et des Normes

Le SNCQN a pour mission le contrôle de l'application des Lois et Règlements relatifs à la qualité et aux normes des denrées et services alimentaires. Ces compétences s'exercent aussi au niveau

de la surveillance du code de bonne conduite pour la loyauté dans les transactions commerciales. Il pourrait participer à la réalisation des analyses physico-chimiques courantes et à la mise en place d'un système de certification pour les produits d'exportation.

Centre Pilote de Technologie Industrielle

Le CPTI est un Etablissement à caractère Scientifique et Technique créé en 1991 pour jouer un rôle d'appui au développement du secteur privé dans la filière de la fabrication d'équipements de production et de leur maintenance en République de Guinée. Il doit servir d'appui au secteur privé pour de meilleurs choix technologiques, une meilleure gestion des innovations techniques et pour faciliter leur absorption par l'industrie et l'artisanat. Divers profils d'ingénieurs sont disponibles pour participer à la conception, la fabrication de lignes de production de beurre de karité.

3. Capacité de commercialisation

3.1. Structures para-publiques

Agence pour la Commercialisation Agricole

L'ACA offre aux opérateurs des services d'information de marché et participe à la formation des organisations agricoles. Dans le souci de faire l'état des lieux et d'harmoniser l'intervention des acteurs et des structures d'appui de la filière karité, l'Agence pour la Commercialisation Agricole (A.C.A) a organisé à Kankan le 14 mars 2005 un atelier national de concertation sur « la problématique de l'organisation et la professionnalisation des acteurs de la filière karité en Guinée ». Les participants, au nombre de 103, étaient venus des préfectures de Labé (Djonfo), Dabola, Kouroussa, Siguiri, Mandiana, Kérouané, Kankan et Conakry. Dans le cadre de son partenariat avec le projet régionale (MISTOWA) l'ACA va renforcer son processus d'élaboration, sur la mise en place d'un système d'information sur les marchés (SIM) des produits agricoles au niveau sous-régional et international.

Le Centre International d'Echanges et de Promotion des Exportations

Le CIEPEX est spécialisé dans la promotion du commerce extérieur de la Guinée. Ses outils sont basés sur l'organisation de foires commerciales dans le pays et à l'étranger. Depuis 1991, le CIEPEX s'emploie à faire connaître les potentialités économiques de la Guinée auprès des milieux d'affaires du pays et à l'étranger. Le Centre s'occupe aussi de la collecte et de la diffusion de toutes les informations économiques, commerciales et juridique favorisant la fluidité des échanges et améliorant le volume des Affaires des Sociétés et Entreprises.

Dans le cadre de son partenariat avec Uniterra, le CIEPEX se consacre à promouvoir et à accroître la commercialisation et l'exportation des produits agricoles de Guinée. Pour ce faire, il envisage l'aménagement et l'implantation d'un Marché de promotion des produits nationaux dont la spécificité portera sur le marché de gros avec des parcs d'exposition permettant les échanges, la facilitation et la mise en relation d'affaire entre partenaires guinéens et étrangers.

Centre International du Commerce : Point focal du Cadre Intégré

Participe au renforcement des capacités de commercialisation. La démarche du CI est perçue par l'ensemble des interlocuteurs comme un moyen très attendu de mettre en exergue l'ensemble des obstacles rencontrés par les opérateurs économiques handicapant le développement du commerce extérieur guinéen sur les marchés à la fois sous-régional (UEMOA ou CEDEAO dans son ensemble) et international.

Office de Promotion des Investissements Privés

OPIP est un établissement public à caractère administratif (EPA) doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Il a pour mission de mettre en oeuvre la politique du Gouvernement de la République de Guinée en matière de promotion du secteur privé. L'ensemble des formalités d'entreprise est géré au niveau d'un « Guichet Unique ». Il est responsable de l'instruction des projets d'investissement et la détermination des avantages fiscaux.

Centre d'Appui aux Formalités d'Exportation

CAFEX est un établissement public au service du secteur privé créé par décret dans l'objectif de faciliter les formalités commerciales relatives aux exportations. Il regroupe au sein des bureaux techniques, les représentants des différentes administrations impliquées dans la délivrance de certificats devant accompagner les produits d'exportation issus de l'agriculture, de la pêche, de l'élevage et de l'artisanat. En relation avec des accords commerciaux bilatéraux et multilatéraux, les documents suivants peuvent être obtenus :

- Certificat d'origine ; Certificat de contrôle de qualité ; Certificat de contrôle phytosanitaire ; Certificat de contrôle zootechnique ; Certificat de circulation des marchandises (EUR 1).

En plus de ces attributions de certification, le CAFEX remplit des fonctions d'informations de marchés, d'assurance qualité, de veille réglementaire et d'observation statistique des mouvements de fret des produits d'exportation.

Réseau AGOA – Guinée : Pour l'organisation et l'exportation du beurre aux USA

La Guinée fait partie désormais des 37 pays de l'Afrique sub-saharienne éligibles à l'AGOA. Le réseau a été mis en place avec l'appui de l'USAID, en partenariat avec le ministère du Commerce de l'industrie et des Petites et Moyennes Entreprises. Le Réseau Guinéen de l'AGOA participe à la vulgarisation des opportunités offertes par le marché américain, aux exportateurs guinéens. Plus de 6 400 produits sont concernés par ce partenariat qui consiste à accorder aux pays éligibles un accès préférentiel de leurs produits sur le marché américain notamment en franchise des droits de douanes et sans quota. Cette loi (Loi Africaine sur la Croissance et les Opportunités), initialement votée pour l'échéance fin 2008, a été prorogée jusqu'en 2015.

3.2. Structures commerciales privées

Certaines sociétés commerciales ont eu déjà des expériences ou sont tentées par l'exportation des amandes ou du beurre de karité.

Société de Production et de Commercialisation d'Intrants Agricoles »

SPCIA avec son statut mixte entreprise /ONG Nationale œuvre au Transfert de Technologie, Renforcement de la Capacité Technique et Organisationnelle des Producteurs, Gestion Durable de l'Environnement.. Elle prend part à la commercialisation de divers produits agricoles et voit avec intérêt l'exportation du beurre de karité.

FABA – AIBA COMPANY Import / Export qui vend aux Etats-Unis divers produits agroalimentaires dont le karité. L'entreprise est en train de se préparer pour le lancement d'une gamme de produits cosmétiques sous sa marque.

Etablissements REGENT sont spécialisés dans l'exportation de produits du cru, avec une première expérience en cours cette campagne pour le beurre de karité brut.

3.3. Fabricants locaux d'emballages

Les fabricants ou des importateurs d'emballages en plastique sont identifiés au niveau local, c'est essentiellement pour des conditionnements en vrac (sachets, seaux, fûts, bidon) :

- TOPAZ Multi-Industrie SARL ; SOFIPLAST toutes à Conakry.

4. Structuration des organisations

Chambre de Commerce, d'Industrie et d'Artisanat de Guinée

Les principaux rôles de la CCIAG sont entre autres :

- D'assurer la représentation des intérêts communs des opérateurs économiques de Guinée dans les domaines du commerce, de l'industrie, de l'Artisanat et des Services ;
- D'instaurer le dialogue et la concertation entre ses ressortissants; de promouvoir les échanges et la production industrielle et artisanale;
- D'entretenir et de renforcer les relations de coopération étroite avec les autres Chambres consulaires nationales de Guinée eu égard à l'évidente complémentarité de leurs rôles;

Chambre d'Agriculture de Guinée

La CAG est une émanation des Chambres Régionales d'Agriculture., dont elle assure la coordination des activités.

Conseil National des Organisations Paysannes de Guinée

Le CNOP – Guinée regroupe les 4 fédérations Régionales (Paysans du Fouta Djallon ; Planteurs de Café ; Producteurs de Coton ; Organisations Paysannes de Basse Guinée). C'est un espace de concertation et d'échange qui prend en compte la participation des femmes rurales à la bonne marche des organes de gouvernance au niveau local, de faire connaître les problèmes spécifiques des femmes et de les défendre. C'est un cadre d'échange d'informations et d'expériences pour les acteurs du monde rural.

Maison Régionale des Organisations Professionnelles Agricoles

La MAROPA intervient pour le renforcement des capacités des organisations paysannes. Elle assure diverses formes d'assistance conseil pour accompagner les unions de producteurs. Actuellement elle participe activement au développement des mises en relation commerciale, basé sur la contractualisation avec des exportateurs ou des commerçants grossistes.

Les associations et les ONG's nationales ou internationales de la filière karité

Plusieurs ONG's participent à la dynamique du renforcement des capacités des organisations paysannes. Certaines ont acquis des expériences d'encadrement de la production (formation) et de commercialisation. Les structures suivantes sont identifiées pour ce genre d'activités d'agrobusiness dans la filière karité :

- Organisation Catholique pour la Promotion Humaine (OCPH) ; Secours Rapide Rural (SRR) ; Association d'appui au développement des Initiatives Communautaires (ADIC); CECI – Guinée ; AFRICARE – Guinée ; Action Transformation Commercialisation (ATC) ; ONG Djigui, etc.

Certaines structures se sont spécialisées dans la prise en compte de la dimension du genre dans leurs activités :

- Femmes Associées pour le Développement et l'Exportation (FADEX) ; Femmes et Développement (FED) ; Cercle des Femmes pour le Développement ; Réseau Guinéen d'Economies Sociales Solidaires (REGESS), etc.

5. Financement du système

Maison Guinéenne de l'Entrepreneur

MGE est une structure de microfinance qui développe et propose plusieurs produits financiers adaptés au secteur rural. Dans sa démarche de financement, la préparation des bénéficiaires à mieux gérer les fonds constitue le mécanisme de sécurisation du crédit octroyé.

D'autres structures du système financier décentralisé seront en mesure de soutenir le développement de nouveaux produits financiers pour satisfaire des besoins au niveau de la filière karité : crédits d'équipement, fonds de roulement ou de commercialisation assortie de formules de garantie basée sur la « tiers détention » des productions de beurre au niveau des unions, contre une somme d'argent. Les institutions de microfinance ciblées sont : Crédit Rural ; PRIDE

6. Activités transversales par les consultants indépendants : formation et caching

Plusieurs consultants indépendants intervenant dans pour des services de formation, d'études existent sur le marché dont certains ont eu des activités directement au niveau de la filière karité :

- Bureau d'Etudes Aliou SOW, Consultant en formation et conception de matériels de production agroalimentaire ;
- Morlaye SYLLA, Consultant, Technologie de transformation des produits tropicaux ;
- Néma Mathieu KOLIE, Entrepreneur, Concepteur et Fabricant de fours, séchoirs de produits agricoles ;
- DOUMBOUYA, Electronicien, Concepteur d'unité de conservation en atmosphère contrôlée, énergie solaire avec convertisseur de courant 220V ;
- Mory KEITA, Fabricant de matériels de transformation des produits : étuvage des noix de karité ; concasseur et broyeur d'amandes ; barattage de l'émulsion.

7. Coordination, parrainage et mobilisation des ressources techniques et financières

Toutes les organisations internationales ou bilatérales qui partagent la réalisation des Objectifs du Millénaire pour le Développement, à travers la promotion des activités d'agrobusiness soutiennent directement ou indirectement la filière : PNUD ; ONUDI ; UNIFEM ; Banque Mondiale ; Peace Corps ; CCI ; CNUCED ; AFRICARE ; AFD ; USAID ; ACDI ; Commission UE, etc.

ANNEXE 5

NORME UEMOA¹ POUR LE BEURRE DE KARITE NON RAFFINE (AVANT PROJET) : Extrait

OBJET

La présente norme a pour objet de fixer les caractéristiques auxquelles doit satisfaire le beurre de karité non raffiné destiné à la consommation humaine.

DEFINITION DU PRODUIT

Le beurre de karité non raffiné est la matière grasse obtenue à partir de la noix de *Vitellaria paradoxa* (C.f. Gaertn.) par des procédés manuels ou mécaniques et d'un traitement thermique n'entraînant pas l'altération du beurre. Le beurre de karité non raffiné est un beurre propre à la consommation humaine à l'état naturel.

FACTEURS ESSENTIELS DE COMPOSITION ET DE QUALITE²

Matières premières

Les noix de *Vitellaria paradoxa* (C.f. Gaertn.) doivent répondre aux dispositions des normes Codex pertinentes, notamment des normes Codex pour les contaminants et les toxines dans les denrées alimentaires (CODEX STAN 193 – 1995 ; Rév. 1 – 1997), le cas échéant, aux sections pertinentes des codes d'usages en matière de mesures prises à la source pour réduire la contamination des denrées alimentaires par des substances chimiques (CAC/RCP 49 – 2001). Les matières premières doivent être entreposées, traitées et manipulées dans des conditions de nature à préserver leurs caractéristiques chimiques et microbiologiques.

Caractéristiques organoleptiques

La couleur, l'odeur, la saveur et la texture doivent être caractéristiques du beurre de karité naturel non raffiné.

Caractéristiques physico-chimiques

Facteurs de qualité

Caractéristiques	Beurre de karité non raffiné					
	Catégorie 1a		Catégorie 2b		Catégorie 3c	
	Concentration Min.	Concentration Max.	Concentration Min.	Concentration Max.	Concentration Min.	Concentration Max.
Humidité (%)	-	0,05	0,06 -	0,2	0,3 -	2
Acides gras libres (%)	-	1	1,1 -	3	3,1 -	8
Indice de peroxyde (még/kg)	-	10	11 -	15	15,1 -	50
Impuretés (%)	-	0,09	0,1 -	0,2	0,3 -	2

Critères distinctifs

a) Facteurs et indices physico-chimiques

- Densité (40°C) : 0,89 – 0,93

¹ Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) 380, Rue Agostino Neto 01 BP 543 OUAGADOUGOU 01 BurkinaFaso Tel : (226) 50 31 88 73 à 76 Fax : (226) 50 31 88 72 Email : commission@uemoa.int Sites internet : www.uemoa.int et ww.izf.net

² Les limites des facteurs essentiels de composition et de qualité du beurre de karité non raffiné font apparaître des écarts importants entre les valeurs minimales et maximales, car elles tiennent compte des caractéristiques des beurres non raffinés d'un grand nombre de pays producteurs.

^a Beurre de karité non raffiné de première catégorie destiné aux industries cosmétiques et / ou pharmaceutiques et à la consommation directe.

^b Beurre de karité non raffiné de deuxième catégorie destiné aux industries alimentaires (confiseries, chocolateries, cuisine et margarine ...).

^c Beurre de karité non raffiné destiné aux savonneries et à la consommation directe après raffinage.

- Indice de saponification (mg KOH/g)	160 - 195
- Indice d'iode (g I ₂ /100g)	30– 75
- Insaponifiables (%)	1 – 19
- Indice de réfraction	
- Point de fusion (°C)	35 – 40

b) Intervalles CGL de la composition en acide gras (% des acides gras totaux) ³

- Acide laurique (C 12 : 0)	< 1
- Acide myristique (C 14 : 0)	< 0, 7
- Acide palmitique (C 16 : 0)	2 – 10
- Acide palmitoléique (C 16 : 1)	< 0, 3
- Acide stéarique (C 18 : 0)	25 – 50
- Acide oléique (C 18 : 1)	36–62
- Acide linoléique (C 18 : 2)	1 –11
- Acide linoléinique (C 18 : 3)	< 1
- Acide arachidique (C 20 : 0)	< 3, 5

2 Les échantillons dont la composition en acides gras ne correspond pas aux intervalles indiqués ne sont pas conformes à la norme. Au x besoins, d'autres critères à caractère non contraignant peuvent être appliqués pour confirmer qu'un échantillon est conforme aux dispositions de la norme.

ANNEXE 6

1. Proposition d'étapes pour la mise en œuvre de la démarche qualité

Il faut parvenir à assigner des responsabilités et des rôles précis à chaque intervenant. Les différents rôles doivent être complémentaires et, globalement, couvrir tout le champ des questions à traiter sur le concept de la qualité. Il serait alors intéressant d'instituer des concertations périodiques entre les différents acteurs. Chacun des acteurs doit s'insérer et contribuer volontairement à la réussite de la démarche préconisée. L'adoption de bonnes pratiques de fabrication et d'hygiène va constituer une étape déterminante pour assurer la construction de la qualité le long de la chaîne du karité.

Pour sa gestion, elle peut se faire dans une première phase à travers la mise en place d'une commission ad-hoc comprenant :

- Partenaires de la filière (Productrices, Associations, Coopératives, Commerçants, Exportateurs, Importateurs) ;
- Prestataires de services (Laboratoires, Transporteurs, Transitaires) ;
- Structures d'assistance technique (Projets et ONG) ;
- Services étatiques (Ministères concernés) ;

Les objectifs d'une telle commission seront de :

- Donner aux produits du karité une notoriété ;
- Faire prendre conscience à tous les intervenants de l'importance de la prévention contre les non-conformités ;
- Mettre en place des systèmes d'émulation (reconnaitances de la réputation de qualité par zone) pour amener les groupements de production à concurrencer au plan de la qualité ;
- Assurer la bonne mise en œuvre de la démarche qualité.

Comme mandats opérationnels, la commission prendrait en charge la rédaction d'un code de conduite au sein de la filière, la rédaction de procédures de qualification, la mise en œuvre de plan d'accompagnement et de formation des acteurs (sur la base d'un engagement volontaire).

Actuellement, on constate une insuffisance de compétitivité des produits, sur les marchés d'exportation due principalement à une qualité insuffisante et à un conditionnement inadéquat de ces derniers, étant donné que les missions de normalisation, de contrôle de qualité et du conditionnement ne sont pas exécutées de façon effective et régulière. Les tâches prioritaires seront :

- Définitions techniques de caractérisation des produits (amandes et beurre) ;
- Normes de qualité physico-chimiques ;
- Normes de qualité sanitaire ;
- Procédures d'échantillonnage et d'analyse de qualité ;
- Procédures d'agrément à l'exportation par des organismes indépendants ;
- Collecte et diffusion des informations de natures commerciales et techniques sur les critères de conformité ;
- Analyse des fraudes sur la qualité et détermination des sanctions ;
- Valoriser la démarche qualité à travers l'adoption de cahiers de charges permettant l'autocontrôle au sein des unités et la réalisation d'inspections sur la conformité des procédés et des produits ;
- Faire adopter un code de bonne conduite.

En résumé, pour dépasser cette situation peu favorable au développement commercial de la filière karité, chacun des acteurs doit s'insérer et contribuer volontairement à la réussite de la démarche préconisée :

- Elaboration et adoption des guides de bonnes pratiques au niveau des sites de production ;
- Renforcement des moyens d'inspection au niveau des marchés à travers une forte implication des organisations interprofessionnelles et des autorités compétentes en la matière) ;
- Formation à grande échelle des acteurs ;
- Renforcement des liens de collaboration (locaux, nationaux, sous-régionaux et internationaux) ;
- Echanges de données entre les structures existantes au niveau des différents maillons de la filière ;
- Programme de communication intensive et régulière pour expliquer de manière claire et simple aux usagers, la portée de la démarche qualité (prenant en compte l'ensemble des aspects : technologique, législatif, réglementaire, social, économique, etc.) ;
- Activation du Comité Technique de Normalisation.

2. Présentation de Critères de qualité & Exigences du marché (suivant des normes d'usages)

Beurre de karité et chocolaterie

La chocolaterie est intéressée par la fraction stéarique.

Classification chez les industriels :

- Stéarique (S)
- Oléique (O)
- Palmitique (P)

La combinaison triglycéride recherchée par l'industrie du chocolat : est « SOS » ;

Commercialement, une fixation de prix pourrait se baser sur la composition en SOS.

Les teneurs en SOS dépendent des provenances (une grande variabilité existe entre les régions productrices), d'où l'intérêt de considérer un système d'origine pour le karité (terroir de production). Les points de fusion caractérisent la composition (profil d'acides gras) :

- SOS : 43°C ; POS : 38°C ; POP : 37°C ; SOO : 23°C ; POO : 16°C

Principales caractéristiques des fractions : le point de fusion

- Fraction oléique > Stéarique (liquide à température ordinaire > 25°C : huile)
- Fraction stéarique > oléique (solide à température ordinaire < 40°C : beurre)

Fractions recherchées par l'industrie cosmétique :

- Antioxydants ; Terpènes et stérols ; UV absorbant ; Acides gras solubles dans l'eau ; Vitamine E ; Couleur (présence de caroténoïdes)

Autres paramètres importants commercialement pour l'évaluation de la qualité et des aptitudes technologiques sont les teneurs contenues dans le produit pour :

- Matières grasses (élevées) ; Acidité libre (presque zéro) ; Peroxydes (presque zéro) ; Insaponifiables (élevés) ; Humidité (presque zéro) ; Impuretés (presque zéro) ; Couleur (naturelle proche du blanc) ; Etc.

ANNEXE 7

Proposition d'étapes pour l'harmonisation et les achats groupés d'emballage

La démarche sera la suivante :

Pour le choix des sceaux et des fûts :

- Harmonisation des dimensions et des contenances ;
- Choix des couleurs ;
- Estimation des besoins quantitatifs ;
- Négociations commerciales avec les industries plastiques ;
- Commandes groupées ;
- Ventes fractionnées en fonction de la capacité financière des groupements.

Pour les étiquettes :

- Création d'une marque collective à promouvoir comme signe de qualité ;
- Conception de logotype et design des étiquettes ;
- Evaluation des besoins quantitatifs ;
- Négociations commerciales avec les imprimeurs.

Les étiquettes devront être améliorées au plan du design et contenir complètement les informations minimales exigées. Cela n'est pas le cas actuellement avec la majorité des productrices. Les informations portées sur les étiquettes doivent contenir, dans le cas du beurre de Karité emballé :

- le nom usuel du produit ;
- le poids net ;
- le nom et l'adresse du fabricant ;
- la référence du lot et date de fabrication ;
- la date « limite de consommation » ;
- le mode d'emploi et conseils d'utilisation (avec insertion de recettes culinaires, si possible) ;
- les consignes d'entreposage ou de conservation ;
- des informations nutritionnelles, lorsque l'étiquette porte des allégations sur des qualités nutritionnelles particulières au niveau diététique, sanitaire. Ces informations peuvent être exigées dans certains pays d'exportation ;
- des étiquettes bilingues (dans le cas des exportations, le cas échéant).

ANNEXE 8

Base de bonnes pratiques :

Récolte – Traitement et conditionnement - Commercialisation

L'objectif est de rappeler quelques lignes directrices, relatives aux principales étapes d'obtention de produits répondant aux exigences qualitatives des industriels. C'est une proposition pouvant servir comme base d'élaboration d'un cahier des charges à respecter pour s'assurer de la régularité de la qualité des produits (amandes et beurre brut) qui seront commercialisés, sur la base d'un standard de bonnes pratiques de fabrication et de manipulation.

1. Organisation des opérations d'approvisionnement

Le manque de professionnalisme des opérateurs, est une raison majeure des problèmes de qualité. Les mesures prises doivent aider à améliorer la performance et l'efficacité des réseaux d'approvisionnement. Les pratiques de commercialisation doivent évoluer vers des formes de relations plus formelles, entre les productrices, les collecteurs et les exportateurs.

Les opérateurs devraient tenter des négociations directes avec les productrices, pour la fourniture de quantités connues à l'avance et selon des spécifications de qualité. Ils soutiendront ainsi la production des femmes en garantissant, l'achat à un prix fixé à l'avance, suivant des conditions bien comprises entre eux. Il faut donc tester cette possibilité de travailler dans un partenariat à long terme, au niveau de zones encadrées, sur la base des conditions suivantes :

- Elaboration des accords à terme ;
- Fixation des prix pré-établis sur la base de critères de qualité ;
- Planification des achats sur un calendrier plus court ;
- Fourniture de conseils techniques aux productrices pour l'obtention d'amandes de bonne qualité ;

Avantages pour les exportateurs de la filière :

- Stabilisation des prix au cours de la campagne ;
- Meilleur ciblage des sources d'approvisionnement et fidélisation des fournisseurs les plus fiables ;
- Planification des quantités et réalisation d'économie d'échelle, par l'augmentation des quantités collectées par zone ciblée ;
- Meilleur contrôle des sources d'approvisionnement ;
- Réduction des coûts de transactions ;
- Amélioration de la qualité des livraisons et de l'image de l'origine auprès des acheteurs ;
- Avantages pour améliorer le rapport qualité / prix ;
- Bénéfices induits pour la filière ;
- Possibilités de mettre en place à terme une procédure de traçabilité ;

Les indications de bonnes pratiques données ci-après, sont issues de manuels de formation utilisés par des ONG et projets d'assistance à la filière. Ces manuels de formation donnent un ensemble de conseils pratiques sur les méthodes améliorées de transformation du karité.

2. Quelques paramètres (d'usage) appliqués sur les marchés

Les principaux paramètres de qualité pris en compte sur le marché international, et les niveaux de tolérance sont les suivants :

Pour les amandes :

- Teneur en acides gras libres (< 5%)
- Teneur en matières grasses (> 40%)
- Humidité (< 8%)
- Impuretés (presque zéro)
- Traces d'hydrocarbures (zéro analytique / pas de tolérance)
- Méthodes de traitement (noix bouillies et séchées au soleil dans un maximum de 48 heures après le ramassage des fruits)
- Mode de conditionnement (Triage pour éliminer les amandes dégradées / Emballage dans les sacs en jute / Stockage avec bonne aération des amandes)
- Age (Commercialisation d'amandes issues de la récolte de l'année en cours).

Pour le beurre

Il s'agit d'un produit à usage cosmétique dont la composition doit être exempte de tout agent extérieur au produit. Le beurre est obtenu par procédé d'extraction par pression mécanique (sans ajout de solvants chimiques).

Nous rappelons ici quelques paramètres essentiels pour ce type de beurre d'extraction artisanale, recherché par l'industrie cosmétique, pour être utilisé "tel quel" ou dans les formulations :

Caractéristiques Physiques

- | | |
|-----------------------------|--------------------|
| - Eau et matières volatiles | < 0.05 % |
| - Couleur | Jaune (ivoire) |
| - Densité | 0.90 à 40° Celsius |
| - Impuretés insolubles | < 0.2 % |
| - Point de fusion | 29 à 34° Celsius |

Caractéristiques Chimiques

- | | |
|----------------------------|----------|
| - Acidité | < 1 % |
| - Insaponifiables environ | 7 % |
| - Indice de Peroxyde | < 10 méq |
| - Indice d'iode | 64 à 72 |
| - Indice de saponification | 160-200 |

Ces spécifications commerciales ne peuvent être satisfaites, qu'à travers l'adoption d'une démarche de gestion de la qualité et l'observation de codes de conduite, à chacun des stades des opérations transformation et de commercialisation.

Il doit être clair pour tous les intervenants, que lors des transactions et les transferts de produits d'une partie à l'autre, certaines vérifications sont nécessaires, pour attester la conformité des produits.

Pour obtenir et maintenir la qualité il est important que :

- les traitements dans la phase de production, soient effectués dans des conditions qui réduisent tous les risques d'altérations des produits ;
- les manipulations au cours de la commercialisation soient de nature à maintenir le niveau de qualité initiale.

3. Etapes d'obtention des produits

Sensibilisation, Information et Formation

- Elles doivent être bien informées et formées sur les techniques améliorées d'obtention des amandes et du beurre brut ;
- Elles doivent être équipées convenablement, pour appliquer les méthodes recommandées de traitement ;
- Elles doivent connaître les techniques simples pour assurer l'autocontrôle de la qualité, aux différentes phases de traitement (obtention des amandes et du beurre) ;

Itinéraire pour l'obtention des amandes améliorées :

Récolte

- Les fruits ramassés doivent être à maturité et les fruits pourris doivent être éliminés ;
- Avant le dépulpage les fruits doivent être protégés grâce à un stockage approprié, pour éviter des contaminations d'insectes, la germination, et une trop forte fermentation, acidification, ou toute autre altération excessive ;
- Les fruits ne doivent pas être laissés en contact direct avec le sol ;
- Les fruits doivent être protégés des insectes ou d'autres animaux domestiques ;

Préparation des noix

- Le dépulpage doit s'effectuer le plus tôt possible, au maximum dans un délai n'excédant pas 48 heures ;

- L'ébouillantage des noix doit suivre immédiatement. Les noix sont trempées dans l'eau bouillante (ou exposés à une vapeur d'eau) pendant 1 à 2 heures, pour que le traitement soit uniforme pour tout le lot ;
- L'eau utilisée pour la cuisson doit être propre et, renouvelée si nécessaire ;
- Les récipients de cuisson doivent être en matériaux inertes et nettoyés après chaque préparation ;
- Les noix seront bien essorées avant le séchage ;

Séchage des noix

- Pour le séchage solaire naturel, ne pas étaler les noix directement sur le sol nu. Les noix doivent être étalées en couches minces, sur une dalle en béton, une natte ou sur bâche ;
- Pour faire mieux et augmenter la vitesse de séchage, on doit utiliser des claies placées à une hauteur suffisante, permettant une bonne circulation de l'air chaud à travers la masse de noix ;
- Il faut remuer les tas de noix en cours de séchage plusieurs fois par jour ;
- Il faut éviter toute reprise d'humidité, en protégeant les noix en séchage, contre la pluie et pendant les périodes de forte humidité ;
- Le séchage doit être uniforme et rapide pour éviter tout risque de développement des moisissures, d'insectes ou autres pourritures dues à l'excès d'humidité ;

Stockage des noix

- Elles doivent s'assurer que les noix sont séchées jusqu'à réduction optimale de l'humidité ;
- La vérification doit se faire avant de mettre les noix en stock et pendant le stockage ;
- Les noix doivent être stockées dans un endroits secs et bien aérées, en vrac ou dans des récipients adéquats ;
- Les productrices doivent connaître les avantages et les inconvénients des moyens traditionnels de stockage (grenier, jarres, etc.)

Décorticage des noix

- Le décorticage doit se faire avec attention pour éviter de briser les amandes ;
- La coque et les amandes seront séparées soigneusement, tout corps étranger ou amandes défectueuses doivent être éliminés du lot, avant son conditionnement en sacs en jute (éviter les sacs en polyéthylène tissé qui ne permettent pas une aération optimale) ;

Itinéraires pour l'obtention du beurre amélioré

Quelque soit la méthode d'extraction utilisée, le matériel doit être approprié et propre avant de commencer les opérations unitaires et tout au long de l'activité de transformation : récipients, lieu de travail, propreté corporelle de l'opérateur.

La qualité de la matière 1^{ère} (les amandes) qui doit être irréprochable : elles doivent être bien sèches et triées ;

Etapes de l'extraction artisanale

- Concassage des amandes : Manuel ou au broyeur mécanique
- Torréfaction : Manuelle
- Mouture : par meules traditionnelle ou au moulin mécanique
- Extraction du beurre par barattage et lavages successifs
- Traitement du beurre : Cuisson de l'émulsion ; Déshydratation ; Ecumage ; Décantation ; Filtration ; Refroidissement et homogénéisation

Précautions à prendre au cours de l'extraction

- Les ustensiles utilisés doivent être appropriés (inertes) et bien propres pour éviter les traces métalliques et la souillure du beurre. Les traces métalliques accélèrent l'oxydation du beurre.
- Les amandes ne doivent pas cramer pendant la torréfaction, sinon le beurre sera de couleur noire.
- Si l'extraction est faite par barattage, veiller à laver l'émulsion jusqu'à ce que l'eau de lavage soit claire ; sinon le beurre contiendra beaucoup d'impuretés qui réduiront le rendement et donneront une mauvaise apparence visuelle au beurre.
- L'eau doit être complètement évaporée. La présence d'eau résiduelle dans le beurre provoque l'hydrolyse des acides gras et l'activation des réactions d'oxydation du beurre ;
- La montée en température doit être sous contrôle, pour ne pas détruire certains principes actifs (vitamines).
- La décantation doit être suivie d'une filtration. La mauvaise décantation et filtration augmentent le taux de résidus solides du beurre et une texture non-conforme

Le bon beurre se reconnaît surtout par :

- Son odeur caractéristique du karité ;
- Son goût agréable (n'accroche pas à la langue, sans amertume, sans astringence) ;
- Sa texture lisse et ferme (au toucher) ;
- Sa couleur blanc-crème ou jaune-ivoire.

4. Lignes directrices pour les étapes de la commercialisation

Formation des agents commerciaux

- Les agents chargés de la collecte doivent être formés aux techniques du contrôle de qualité ;
- Ils doivent connaître les méthodes de triage, de classification, de conditionnement et de stockage ;
- Ils doivent être capables de reconnaître tous les signes de dégradation de la qualité (savoir différencier par des appréciations sensorielles, les bons des mauvais produits) ;

Contrôle des produits

- Avant le conditionnement, en emballages pour la commercialisation, les produits doivent être triés et classés par catégories de qualité et tous ceux qui présentent des défauts visibles doivent être refusés ;
- Les agents doivent s'assurer que les produits sont obtenus à partir des méthodes de traitement recommandées ;
- Les produits doivent être issus de la récolte de l'année en cours ;
- Les vérifications doivent se faire avant la mise sous emballage de transport ou avant l'admission pour un stockage prolongé ;

Conditionnement et stockage

- Les produits doivent être stockés dans des magasins bien aérés ;
- Le taux d'humidité ne doit pas être élevé dans le magasin ;
- Les emballages ne doivent pas être en contact direct avec le sol du magasin ;
- Les produits doivent être empilés sur des palettes. L'espace entre les palettes doit être suffisant pour favoriser une bonne aération des lots ;
- Le contrôle de l'état du stock et des prélèvements d'échantillons doivent être fréquents pour s'assurer qu'il n'y a pas d'humidité excessive, qu'il n'y a pas de développement de moisissures ou d'insecte, qu'il n'y a pas une concentration excessive de chaleur ;
- Le nettoyage des locaux de stockage doit être fait régulièrement ;
- Les produits chimiques pour la décontamination des locaux de stockage, ne peuvent être utilisés, sauf sur avis autorisé ;
- Le rangement doit être optimisé, pour permettre une bonne circulation des personnes et d'accès facile pour les contrôles de routine de l'état des lots, le nettoyage périodique ;

Pour les amandes

- Les amandes triées propres et saines doivent être conditionnées dans des sacs en jute propres. Les sacs doivent être cousus avec soin, pour éviter les coulages d'amandes pendant les phases de manutention et de stockage. Les sacs doivent être pesés à un poids convenable, il faut éviter de surcharger les sacs ;

Pour le beurre

- Beurre coulé en sacs plastique ligaturés, logés dans des seaux en plastique rigide et hermétiques de 25 kg net.
- Stockage dans des locaux secs et frais. Les températures ne doivent pas être élevées (l'idéal est de 20 à 24 ° Celsius au maximum pour éviter des fusions et des solidifications successives).

Expédition et transport des produits

- Les reprises d'humidité doivent être évitées au cours du transport ;
- Les conditions de transport doivent être de nature à éviter tous les risques d'altérations ;
- Avant le chargement des camions une vérification par sondage doit se faire sur la quantité à expédier ;

- Les documents tenus doivent permettre d'identifier : les zones de production, les lieux de la collecte, les paramètres contrôlés, la quantité brute chargée, la date de chargement, le responsable des opérations d'expédition.

5. Domaines d'Applications industrielles

Les principales applications connues au niveau des industries utilisatrices du beurre de karité (à haute valeur ajoutée) sont indiquées ci-après :

- Substituts au beurre de cacao pour l'industrie du chocolat (plus riche en stéarine)
- Liants pour diverses industries alimentaires
- Enrobages pour l'industrie des crèmes glacées
- Graisses spéciales pour l'industrie de la confiserie
- Pâtisserie / Boulangerie*
- Margarinerie*
- Laiterie*
- Huile de Friture pour l'industrie de la restauration*
- Acides gras spéciaux pour l'industrie cosmétique (plus riches en insaponifiables et en oléine)
- Spécialités pour l'alimentation diététique
- * = Croissance potentielle

Diagramme de transformation industrielle à partir des amandes de karité (Source : Aarhus / AFE)

