

**MINISTRE DU COMMERCE,
DE L'INDUSTRIE ET DE L'ARTISANAT**

SECRETARIAT GENERAL

**AGENCE POUR LA PROMOTION DES
EXPORTATIONS DU BURKINA**

DIRECTION GENERALE

BURKINA FASO

Unité – Progrès – Justice

MONOGRAPHIE

DE LA FILIERE KARITE



Agence pour la Promotion des Exportations du Burkina

Contenu

MONOGRAPHIE DE LA FILIERE KARITE DU BURKINA FASO	11
Introduction	11
A OBJECTIFS ET METHODOLOGIE.....	12
1/ Les objectifs visés par la production de cette monographie.....	12
2/ Méthodologie	14
B DEFINITION ET DESCRIPTION DU PRODUIT.....	14
1/ Les principaux types de produits issus du karité.....	14
2/ Code de classification des produits du karité	18
PREMIERE PARTIE	19
ANALYSE DE L'OFFRE NATIONALE.....	19
I/ STRUCTURE DE LA FILIERE.....	19
A STRUCTURES ET CAPACITES DE PRODUCTION.....	19
1/ La filière karité, un avantage comparatif avéré détenu par le Burkina Faso au sein des pays africains producteurs du karité à promouvoir.....	19
2/ Les différents produits fabriqués à base de karité et les différentes chaînes de valeurs de la filière karité	21
3/ Les capacités de production	23
B APERCU SUR LES ACTEURS ET L'INTERPROFESSION DE LA FILIERE KARITE	24
1/ Présentation de l'interprofession Table Filière Karité.....	24
2/ Les différents maillons de la filière karité.....	25
ANALYSE DE L'OFFRE INTERNATIONALE	29
1/ Les plus grands pays exportateurs des produits du karité de la CEDEAO et la répartition des parts de marché	29
2/ Evolution de la valeur monétaire des exportations des produits du karité.....	30
C. Les facteurs de production.....	30
1 Les équipements et les technologies employées	30
2 Le capital humain	31
3/ Le capital financier.....	32
D les Normes Burkinabè de qualité des amandes et du beurre de karité non raffiné	32
E Recherche, développement et innovation	33
II/ PROFIL EXPORTATEUR DU SECTEUR	33
Politiques d'exportation, mesures d'accompagnement et de promotion commerciale en faveur des acteurs de la filière	33
DEUXIEME PARTIE : ANALYSE DE LA DEMANDE INTERNATIONALE	35

LA DEMANDE MONDIALE DES PRODUITS DU KARITE ET LES PERSPECTIVES DE MARCHES.....	35
I PROFIL IMPORTATEUR DE LA FILIERE.....	35
A Evolution et destination des importations des produits du karité.....	35
1/ Le marché international des amandes de karité.....	35
2/ Le marché international du beurre de karité.....	36
3/ Perspectives.....	38
3.1/ <i>la stéarine de karité</i>	38
3.2/ <i>Le beurre de karité et l'oléine de karité</i>	38
CONCLUSION.....	41
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES.....	42

SIGLES ET ABBREVIATIONS

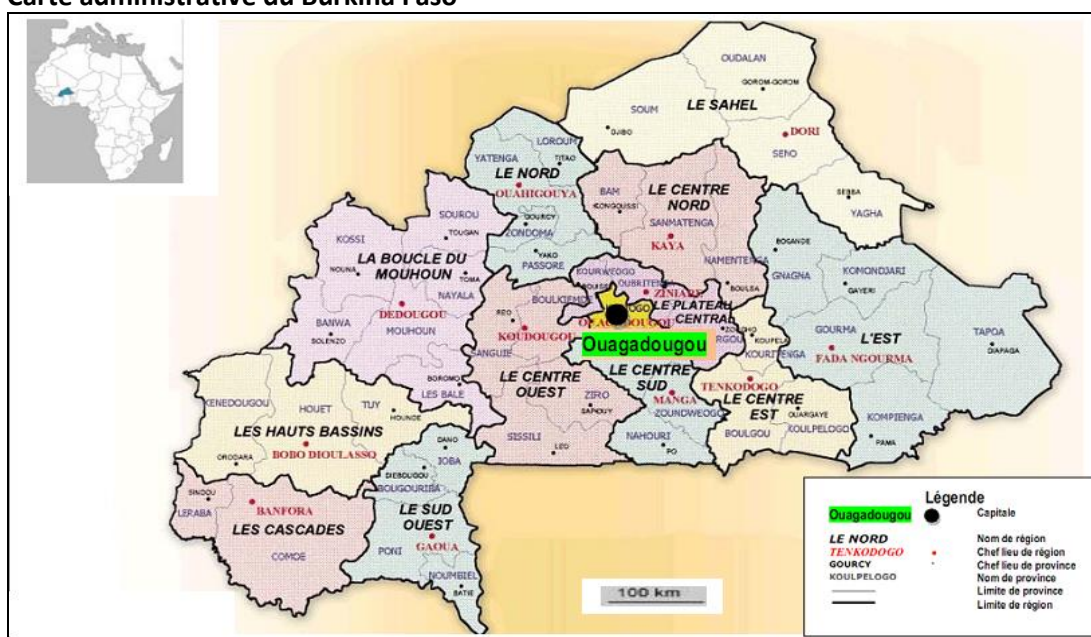
APEX	Agence pour la Promotion des Exportations
T.F.K	Table Filière Karité
P.A.S	Programme d'Ajustement Structurel
C.S.P.P.A	Caisse de Stabilisation des Prix des Produits Agricoles
S.P/CPESA	Secrétariat Permanent de la Coordination des Politiques Sectorielles Agricoles
P.T.F	Partenaires Techniques et Financiers
P.I.B	Produit Intérieur Brut
C.T	Collectivités Territoriales
O.M.C	Organisation Mondiale du Commerce
U.E.M.O.A	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
C.E.D.E.A.O	Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
U.E	Union Européenne
A.C.P	Afrique Caraïbe Pacifique
U.S.A	United States of America
C.D.V	Chaîne de valeur
S.I.K.O	Salon International du Karité de Ouagadougou
A.G.K	Alliance Globale du Karité
S.A.R.L	Société A Responsabilités limitées
S.N.C	Société en Nom Collectif
S.A	Société Anonyme
S.C.S	Société en Commandite Simple
O.H.A.D.A	Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires
P.M.E	Petite et Moyenne Entreprise
R.N.A	Régénération Naturelle Assistée
O.N.G	Organisation Non Gouvernemental
T.E.K	Equivalent Tonne Karité
PNDES	Plan National de Développement Economique et Social

A LA DECOUVERTE DU BURKINA FASO

Autrefois appelé Haute Volta, le pays accède à l'indépendance le 05 août 1960, et sera rebaptisé Burkina Faso en 1984 avec l'avènement de la Révolution. Le nom « **Burkina Faso** » signifie « Pays des Hommes Intègres ». Le Burkina Faso est entouré par le Mali au nord et à l'ouest, par le Niger au nord-est, au sud-est par le Bénin et au sud par le Togo, le Ghana et la Côte d'Ivoire. Il n'a donc pas de débouché sur la mer.

Le Burkina Faso est un pays situé au cœur de l'Afrique de l'Ouest, avec une superficie de 274.000 km². Sur le plan administratif, le territoire est subdivisé en treize (13) régions, quarante-cinq (45) provinces et trois cent cinquante une (351) communes dont trois cent deux (302) communes rurales (voir carte ci-dessous).

Carte administrative du Burkina Faso



Source : Adapté de l'Institut géographique du Burkina, 2009.

Les principales villes du pays sont :

- Ouagadougou, la capitale : 1 475 223 habitants,
- Bobo Dioulasso : 489 967 habitants,
- Koudougou : 88 184 habitants,
- Banfora : 75 917 habitants,
- Ouahigouya : 73 153 habitants.

1. En termes de population, selon l'Institut national des statistiques et de la démographie (INSD) le Burkina Faso comptait 19.632.147 habitants¹ en 2017 avec une croissance démographique forte de 2,9 % (Banque mondiale, 2016). par an. La densité de la population est de 68 habitants au kilomètre carré (Banque mondiale, 2015). L'espérance de vie à la naissance est de 60 ans (Banque mondiale 2016).

¹Projection à partir des données du Recensement général de la population et de l'habitat de 2006 qui donnait une population de 14 017 262 habitants

Les principales caractéristiques de cette population sont sa jeunesse (les jeunes de moins de 15 ans représentent 47%), sa ruralité (77% vivent en milieu rural) et sa composition à 52% de femmes. En outre cette population reste caractérisée par un fort taux d'analphabétisme (35 % UNESCO, 2015).et de malnutrition.

L'indice de développement humain du pays est de 0,402 ce qui le classe au 185e rang sur 188 (PNUD, 2016).

2. Sur le plan économique, le Produit Intérieur Brut du Burkina Faso est de 12,12 milliards de dollars USD (Banque mondiale, 2016). Le produit intérieur brut par habitant de 640 dollars (Banque mondiale, 2016). Le taux de croissance du produit intérieur brut est de 5,9 % (FMI, 2016). Le taux de chômage se chiffre à 6 % (Institut national de statistiques, 2014) et le taux d'inflation à 2 % (Banque mondiale, 2016). La balance commerciale est déficitaire de l'ordre de - 1,3% du produit intérieur brut (FMI, 2016). Les principaux clients du Burkina Faso sont la Chine, Inde, Indonésie, Bangladesh (GTA-GTIS, 2015), quant aux principaux fournisseurs il y a la Côte d'Ivoire, la France, le Togo et la Chine (GTA-GTIS 2015). La part des secteurs d'activité dans le produit intérieur brut est : agriculture 33%, industrie 22 %, services 45 % (Banque mondiale, 2016).

L'or a dépassé le coton comme premier poste d'exportation en 2009. En 2016, le Burkina a produit 38,1 tonnes d'or pour 11 mines industrielles en exploitation. Il est essentiellement exporté vers la Suisse et l'Afrique du Sud. Le Burkina Faso reste le premier producteur de coton d'Afrique.

L'indice Doing Business sur la facilité des affaires est faible (148 sur 190 en 2016) mais en progression. Le pays est membre de l'Organisation pour l'harmonisation en Afrique du droit des affaires (OHADA).

La langue officielle au Burkina Faso est le français et la monnaie, le Franc de la Communauté financière Africaine (FCFA).

3. Attractivité de l'économie

L'attrait du « pays des hommes intègres » tient à cette spécificité de carrefour historique entre le Nord et le Sud du monde soudano-sahélien ; entre les peuples sédentaires des savanes et les peuples nomades du Sahel ; entre les traditions d'agriculteurs et celles de pasteurs. Cet attrait se décline dans ses traits de culture que sont l'hospitalité, l'humilité, la loyauté, la politesse, le respect d'autrui, la valeur du bien commun, l'acharnement au travail, le courage dans l'adversité qui ont contribué à forger une identité spécifique : celle de « terre des hommes intègres ».

PRESENTATION DE L'AGENCE POUR LA PROMOTION DES EXPORTATIONS DU BURKINA (APEX-BURKINA)

1. Généralités sur l'APEX-Burkina

a. Historique

L'idée de mettre en place un organisme national de promotion commerciale est née en 1974 suite aux conclusions d'une étude de la Balance Commerciale commanditée par le Ministère des Finances et du Commerce de la Haute Volta d'alors.

Au terme de cette étude, il est apparu que notre commerce extérieur se caractérisait par une forte croissance de nos importations et une quasi-stagnation sinon une régression de nos exportations.

Une réduction significative des importations ne pourrait s'opérer que par un accroissement des exportations qui présentaient des potentialités certaines.

C'est ainsi qu'il fut créé par ordonnance N°74-034/PRES/MCDIM du 22 mai 1974, un Etablissement Public de l'Etat à caractère Administratif (EPA) dénommé « Office National du Commerce Extérieur (ONAC) ».

Après quelques années et par Décrets n°2011-756/PRES/PM/MICA et n°2011-757/PRES/PM/MICA du 18 octobre 2011, le Gouvernement a procédé respectivement au changement de dénomination de l'Office National du Commerce Extérieur (ONAC) qui devient Agence pour la Promotion des Exportations du Burkina (APEX-Burkina) et à l'adoption de ses statuts.

b. Statut et forme juridique

Suite à la création de nouvelles catégories d'Etablissements Publics de l'Etat, l'APEX-Burkina est un Etablissement Public de l'Etat à caractère Economique (EPEC) suivant le Décret N° 2015-948/PRES-TRANS/PM/MICA du 4 août 2015 portant approbation des statuts de l'APEX-Burkina. Elle est dotée de la personnalité morale et d'une autonomie financière. Elle est placée sous la tutelle technique du Ministère chargé du commerce et sous la tutelle financière du Ministère des Finances.

Les attributions, l'organisation et le fonctionnement de l'Agence pour la Promotion des Exportations du Burkina Faso (APEX-BURKINA) sont régis par les présents statuts et par les dispositions législatives et réglementaires sur les Etablissements publics de l'Etat. Son siège est à Ouagadougou.

c. Mission et attributions

L'APEX-Burkina a pour mission dans le cadre de la Politique Gouvernementale et des Directives qu'elle reçoit du Ministre chargé du commerce, de promouvoir et de développer les exportations du Burkina Faso à travers la recherche de marchés porteurs et le positionnement stratégiques des produits et services d'exportation sur ces marchés.

De façon spécifique, l'Agence est chargée :

- de diffuser à titre gratuit ou onéreux, l'information économique et commerciale par tous les moyens appropriés au profit des professionnels du commerce extérieur et des autorités ;
- de promouvoir les produits et services burkinabè sur les marchés national, régional et /ou la coordination de la participation du Burkina Faso aux manifestations commerciales internationales telles que les foires, les salons, les missions commerciales, etc. ;
- d'assurer la formation des professionnels et autres intervenants aux règles et pratiques du commerce international et des échanges intra-communautaires ;
- de participer à la diffusion des normes, spécifications techniques et codes de bonne pratique ;
- de contribuer à l'évolution de l'offre nationale de produits et services exportables.

L'APEX-Burkina participe aux commissions mixtes et aux négociations sur les traités et accords internationaux en matière de commerce et reçoit ampliation de toutes les conventions signées par le Burkina Faso ainsi que tous les documents de ratifications correspondants.

2. Organisation de l'APEX-Burkina

a. Le Conseil d'Administration (CA)

L'APEX-Burkina est administrée par un Conseil d'Administration de neuf (09) membres issus de l'administration publique, du secteur privé et de la société civile.

Le Conseil d'Administration se réunit aux moins deux (02) fois par an en session ordinaire pour arrêter les comptes de l'exercice clos et approuver le budget de l'exercice à venir. Il peut se réunir en session extraordinaire, soit sur convocation de son président, soit à la demande du tiers de ses membres chaque fois que l'intérêt de l'établissement l'exige.

b. La Direction Générale

L'APEX-Burkina est organisée autour d'une direction générale qui comprend cinq (05) directions techniques et une (01) direction régionale.

i. La Direction de l'Information Commerciale (DIC)

Elle a pour mission principale, la collecte et la diffusion à titre gratuit ou onéreux l'information économique et commerciale par tous les moyens appropriés au profit des professionnels du commerce extérieur et des autorités. Elle est une source d'informations commerciales sur les créneaux et les débouchés possibles, les clients et les fournisseurs potentiels, les règles et conditions du commerce. Elle comprend trois services : le Service de l'Information et des Statistique (SIS), le Service de la Documentation et des Archives (SD) et le Service de l'Informatique (SI).

ii. La Direction de la Promotion Commerciale (DPC)

La Direction de la Promotion Commerciale a pour mission de promouvoir les produits et services burkinabè sur les marchés nationaux, régionaux et à travers les manifestations et missions commerciales. Assurer la formation des professionnels et autres intervenants aux règles et pratiques du commerce international. Elle comprend deux services : le Service des Manifestations et Missions Commerciales (SMMC) et le Service Marketing.

iii. La Direction des Etudes et de la Prospective (DEP)

Cette direction contribue à la réflexion et à l'analyse des problèmes qui entravent l'accès des entreprises burkinabè aux marchés d'exportation. Elle participe également au renforcement des capacités des exportateurs et autres intervenants du commerce extérieur burkinabè en collaboration avec les structures et institutions techniques compétentes. Elle comprend deux services : le Service des Etudes Sectorielles et de l'Assistance aux Entreprises (SESAE) et le Service de la Planification et des Projets (SPP).

iv. La Direction de Soutien aux Exportations (DSE)

Elle a la responsabilité de la gestion opérationnelle et technique du Fonds d'Appui aux Exportations (FAPEX). Elle est chargée entre autres :

- d'analyser les demandes d'appui et /ou de financement des exportateurs ;
- de transmettre les dossiers au Comité de Financement du Fonds d'Appui aux Exportateurs (CF/FAPEX) ;
- de suivre les dossiers de financement des bénéficiaires après approbation ;
- de suivre le remboursement ;
- de suivre les impacts des actions du FAPEX.

La Direction de Soutien aux Exportations comprend : le Service de l'Instruction des Dossiers (SID) et le Service de Suivi-évaluation (SSE).

v. La Direction des Finances et de la Comptabilité

Elle assure principalement l'exécution des opérations administratives financières et comptables, ainsi que la gestion du patrimoine de l'agence. Elle est composée d'un Service des finances, d'un Service de la Comptabilité et d'un Service du Patrimoine.

vi. La Direction des Ressources Humaines

La Direction des Ressources Humaines assure principalement la gestion et le recrutement du personnel. Elle comporte deux services : le Service de la Gestion du Personnel et le Service de la Formation et du Recrutement.

vii. La Direction Régionale des Hauts Bassins

Elle représente l'APEX-Burkina dans la région et doit veiller à la mise en œuvre des orientations reçues de la Direction Générale.

L'APEX-Burkina tente par tous les voies et moyens de faire connaître les produits burkinabé sur le sol national et à l'international, à travers des foires et manifestations commerciales, et ce malgré toutes les difficultés qu'elle rencontre dans la promotion des exportations.

MONOGRAPHIE DE LA FILIERE KARITE DU BURKINA FASO

Introduction

La filière karité fait partie des filières porteuses identifiées par les différents documents de politiques et de stratégies de développement du Burkina Faso c'est-à-dire une filière ayant un potentiel de développement économique donc susceptible de contribuer à l'accélération de la croissance économique, à la création des emplois locaux et à la lutte contre la pauvreté notamment des couches les plus vulnérables que sont les femmes et les jeunes pour peu qu'elle soit mieux valorisée.

En effet, selon la stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina, pendant l'ère coloniale, la Haute Volta a contribué à l'effort de soutien des guerres de 1914-1918 et de 1939-1945 à travers la fourniture des produits du karité. Du point de vue commercial, la première exportation officielle du karité par le Burkina Faso, d'une quantité de 25 000 tonnes, date de 1957.

La filière karité du Burkina Faso a connu sa première organisation en 1968, date de création de la Caisse de Stabilisation des Prix des Produits Agricoles (CSPPA). A l'époque, le karité constituait le principal produit d'exportation, sinon le seul avec une contribution d'environ 33 % du PIB du pays. Aux premières heures de son indépendance administrative, l'exportation des amandes de karité a permis au Burkina Faso de faire de la CSPPA sa banque d'investissement. La filière karité a ainsi contribué, en son temps, au financement de l'économie nationale à travers des prises de participation importante dans le capital des institutions financières créées à l'époque.

Cependant, force est de constater qu'aujourd'hui la filière karité du Burkina Faso connaît des difficultés pour placer ses produits sur le marché depuis la fermeture brusque de la CSPPA en 1994. En effet, depuis les Programmes d'Ajustement Structurels (P.A.S) dans les années 1990, l'Etat s'est désengagé de la gestion de la filière avec la liquidation de la CSPPA et le relais a été assuré par les projets et programmes qui accompagnent désormais les acteurs. ***De nos jours, en dépit des interventions desdits projets et programmes, la filière karité occupe le 7^e rang des produits d'exportation après l'or, le coton, le sésame, l'anacarde, le zinc et la filière bétail/viande avec une contribution de 0,6% au PIB.***

Les causes à l'origine de cette faible contribution au PIB, à la création d'emplois et à la lutte contre la pauvreté sont multiples. Toutefois, une des causes majeures réside dans la spécialisation de la filière karité dans l'exportation de la matière première amande de karité dans un contexte de détérioration sans précédent des termes de l'échange au détriment de la transformation qui a l'avantage d'accroître la valeur ajoutée avant exportation.

La transformation de la matière première amande de karité en produits finis et semi-finis demeure donc de nos jours le principal défi relevé dans la filière. En effet, le maillon transformation est le maillon le plus délaissé par les projets et programmes de développement intervenants dans la filière à un moment où il existe des marchés porteurs et des perspectives intéressantes aussi bien pour les amandes que les produits dérivés.

Le soutien à la transformation permettrait d'accroître la valeur ajoutée à travers la création d'emplois supplémentaires pour lutter contre le chômage des jeunes et notamment des femmes qui constituent au moins 98% des acteurs de la filière, une meilleure redistribution des revenus tirés de l'exploitation des produits du karité, un accroissement des recettes fiscales et partant des ressources propres de l'Etat.

L'existence de marchés pour les produits du karité au niveau national et international, les perspectives intéressantes d'évolution desdits marchés ainsi que la volonté politique de transformer de façon structurelle l'économie burkinabè à travers l'industrialisation, sont autant d'opportunités qui augurent des lendemains meilleurs au maillon de la transformation que toutes les parties prenantes (Etat, Partenaires Techniques et Financiers, Collectivités territoriales (CT) (Communes et Région) au développement de la filière karité devraient savoir saisir.

Dans un contexte libérale où capitaux et technologies circulent librement à la recherche d'une meilleure formule de rémunération, la libéralisation et la mondialisation des économies ainsi que la promotion du commerce international constituent un environnement et des conditions favorables pour la formulation de politiques incitatives devant permettre la mobilisation des capitaux à moindre coût nécessaires aux investissements dans la filière, le développement des technologies de transformation et les transferts de compétences, de ressources humaines qualifiées et à la création de débouchés pour les produits finis et semi-finis.

A OBJECTIFS ET METHODOLOGIE

1/ Les objectifs visés par la production de cette monographie

Le Burkina Faso en matière de karité, c'est d'abord 280 802 860 pieds d'arbres de karité avec un potentiel de production d'amandes de karité évalué à 1 247 295 tonnes par an dont seulement un taux réel d'exploitation situé à environ 32% soit 404 412 tonnes. Environ 68% de ce potentiel soit 842 883 tonnes restent inexploités, toute chose qui contraste actuellement avec l'environnement mondial des produits du karité qui présente des perspectives assez intéressantes. Il y a donc toujours de la place pour les investisseurs nationaux et étrangers qui disposent de projets d'investissement dans la filière notamment pour son maillon transformation qui est le maillon le plus faible de la chaîne de valeur de la filière.

Le Burkina Faso, c'est ensuite un réservoir de main-d'œuvre qualifiée et bon marché disposant d'une population rurale et urbaine jeune et dynamique avec un niveau d'instruction de plus en plus élevé grâce aux différentes politiques de valorisation du capital humain mise en œuvre par l'Etat et ses Partenaires techniques et financiers, orientées vers l'amélioration de sa productivité et de son rendement dont la finalité est d'en faire des ressources humaines de meilleure qualité.

Le Burkina Faso, c'est enfin un pays à économie libérale, ouverte au Reste du Monde depuis les années 1990 avec l'avènement des Programmes d'Ajustement Structurel (P.A.S). De nos jours, l'appartenance du Burkina Faso à l'Organisation Mondial du Commerce (OMC) ainsi qu'aux grands ensembles économiques comme l'Union Economique et Monétaire Ouest-Africaine (UEMOA), la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO), l'Union Européenne (UE)-Afrique-Caraïbe-Pacifique (UE-ACP), offre des opportunités d'affaires pour opérer une transformation structurelle de la filière karité du Burkina Faso et l'orienter davantage vers la transformation de la matière première amande de karité en produits finis et semi-finis. Désormais, l'avenir des entreprises burkinabè du karité doit se jouer dans ses espaces économiques qui constituent aussi et surtout des marchés plus vastes permettant de faire jouer les économies d'échelle pour peu que ces entreprises travaillent à accroître leur compétitivité sur lesdits marchés. Il semble donc primordial pour le Gouvernement burkinabè, à travers ses différents politiques de développement, de savoir-faire une combinaison efficiente des facteurs de production ci-dessus cités et des opportunités que lui offre l'environnement mondial, pour mieux tirer profit des avantages comparatifs dont dispose le pays.

En effet, en dépit des différentes potentialités dont dispose le pays dans la filière karité, il n'arrive pas à mieux tirer profit de sa position et souffre d'une faible contribution de la filière au PIB. Jadis, premier produit d'exportation avec une contribution de 33% au PIB dans les années 1960, la filière karité contribue aujourd'hui pour seulement 0,6% au PIB en dépit des multiples interventions des partenaires techniques et financiers. Le Burkina Faso exporte 97% de la matière première amande de karité contre environ 3% de transformation de ladite matière en beurre et produits dérivés alors que c'est dans la transformation que se trouve la plus grande concentration de la valeur ajoutée d'où la faible contribution de la filière karité au PIB, à la création d'emplois et à la lutte contre la pauvreté.

Avec une situation économique nationale marquée par un chômage des populations jeunes rurales et urbaines, une forte migration desdites populations vers le Reste du Monde dans une crise économique au niveau mondial sans précédent et une pauvreté de plus en plus grandissante, l'Agence pour la Promotion des Exportation du Burkina (APEX) et l'Interprofession Table filière karité (TFK) souhaitent, à travers cette monographie, montrer qu'un choix rationnel de valorisation du potentiel de la filière karité peut accroître la capacité de la filière à contribuer à la croissance économique, à la réduction du déficit chronique de la balance commerciale du Burkina Faso, à l'amélioration des recettes fiscales et à un accroissement des ressources propres du budget de l'Etat, à la création d'emplois, à la fixation des jeunes sur leur territoire et à la lutte contre la pauvreté notamment des couches les plus vulnérables que sont les femmes qui constituent au moins 98% des acteurs de ladite filière.

Dans un contexte concurrentiel turbulent, de libéralisation et de mondialisation des économies, où le Burkina Faso n'est pas le seul pays producteur des produits du karité, une meilleure connaissance des marchés à fort rentabilité et une présence performante sur lesdits marchés au bon moment, au bon endroits avec des produits de qualité aux meilleurs prix dans les meilleurs délais sont des facteurs clés de succès pour l'amélioration de la compétitivité globale de la filière karité du Burkina Faso.

Dans les économies mondialisées, offrir des produits de bonne qualité aux meilleurs prix sur le marché sont certes des déterminants indispensables par rapport à la concurrence mais pour accroître significativement ses parts de marchés, ces différentes stratégies doivent être soutenues par une bonne stratégie de communication à la fois institutionnelle et commerciale afin de mieux faire connaître lesdits produits et les positionner dans la tête de la clientèle cible.

En effet, malgré la qualité de ses produits et de son potentiel de production en amandes et en beurre de karité, le Burkina Faso n'est pas connu au niveau mondial comme un grand pays producteur de produits du karité notamment dans les pays demandeurs comme les Pays-Bas, la France, les USA, l'Inde, la République de Chine Taïwan, l'Asie de façon générale, etc.) du fait de sa faible politique de communication et de visibilité.

Le développement de la compétitivité de la filière karité du Burkina Faso, passe donc par le relèvement des défis d'une meilleure connaissance des potentialités du Burkina Faso en matière de produits du karité, une présence performante sur les marchés cibles, une promotion desdits produits à travers une bonne communication commerciale mais aussi une bonne communication institutionnelle sur les organisations productrices desdits produits et les institutions d'appui à la promotion de la filière.

APEX BURKINA et l'Interprofession Table Filière Karité, ont donc la ferme conviction que la production de la présente monographie contribuera, sans nulle doute, à relever les défis ci-dessus présentés et à contribuer à un développement harmonieux et équilibré de la filière karité du Burkina Faso.

2/ Méthodologie

La filière karité du Burkina Faso est l'une des filières qui dispose d'assez de documents issus des études les plus abondantes et les plus variées couvrant beaucoup de problématiques de son développement. Nombre de ces documents ont été exploités dans le cadre de l'élaboration et de l'adoption de la Stratégie nationale de développement durable de la filière karité par le Gouvernement en 2015. L'essentiel du présent document de monographie est tiré de ladite stratégie. A cela s'est ajoutée l'exploitation de documents plus récents et complémentaires produits entre 2016 et 2017.

B DEFINITION ET DESCRIPTION DU PRODUIT

1/ Les principaux types de produits issus du karité

L'arbre à karité est aussi appelé « arbre miracle » dans les pays qui en possèdent. En effet, toutes les parties de cet arbre peuvent être exploitées et servent à la production d'autres produits alimentaires, pharmaceutiques, cosmétiques ou autres.

Selon le document de stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina, les principaux types de produits issus du karité sont les suivants :

Les feuilles sont utilisées en médecine traditionnelle comme bains de bouche ou comme infusion contre les maux oculaires, les névralgies dentaires, les maux de ventre, les maux de tête. Il est possible d'en tirer des huiles essentielles. Elles sont aussi utilisées dans les cérémonies traditionnelles pour protéger les nouveau-nés et confectionner des masques. Selon les périodes de l'année et les régions, elles peuvent aussi être utilisées comme fourrage.

Les fleurs sont préparées en salade et utilisées dans la fabrication du miel. Elles produisent aussi des huiles essentielles.

Les écorces sont utilisées dans la maroquinerie pour adoucir les peaux et dans la médecine traditionnelle pour traiter l'amibiase, la lèpre ou les morsures de serpents mais aussi pour faciliter l'accouchement et la production de lait chez la femme allaitante.

Le bois de karité est utilisé d'une part dans la construction de maisons et palissades (il est très résistant aux termites) et d'autre part, dans la production de charbon de bois de haute qualité.

Les racines sont utilisées comme remède contre la diarrhée, les maux de ventre et de dents.

La chenille *Cirina forda* (défoliateur du karité, appelée en langue Dioula *Sheatoumou*) est comestible, très riche en protéines et peut être consommée séchée, frite ou en poudre.

Les fruits sont convoités pour leur pulpe très sucrée et leur noix riche en matières grasses.



La pulpe est utilisée directement pour la consommation humaine et/ou animale, préparée en confiture ou utilisée pour la fabrication de jus de fruits de karité ou pour la fabrication d'alcool.

Les noix de karité contiennent des amandes qui sont utilisées dans la médecine traditionnelle pour lutter contre le paludisme mais aussi et surtout pour la fabrication du beurre de karité.



Les coques, issues des noix après décorticage, servent à la fabrication de briques. En outre, elles sont utilisées comme fertilisant pour le compost, comme insecticide, comme exfoliant corporel, ou encore comme matière première dans la fabrication de contreplaqués.





Le beurre de karité (conventionnel ou biologique), extrait des amandes de karité, est très utilisé localement comme huile alimentaire pour la cuisine et comme combustible pour les lampes. Il sert également de matière première dans l'industrie cosmétique et entre dans la fabrication de nombreux produits (shampooing, soins de visage et de corps, produits capillaires, savons, etc.). Dans l'industrie agroalimentaire, il est utilisé pour la fabrication de la margarine ou fractionné pour venir se substituer au beurre de cacao dans la fabrication du chocolat. Il est également utilisé dans l'industrie pharmaceutique.

Le karité possède également des composants bioactifs qui entrent dans la composition de nombreux produits cosmétiques.





Les tourteaux sont les résidus restant à l'issue du processus de production du beurre. Ils peuvent être utilisés comme combustible, comme composant du crêpi pour les maisons, comme compost, comme produits bioactifs ou encore comme alimentation pour le bétail.

S'il existe plusieurs types de produits du karité notons tout de même que les produits les plus exploités par les acteurs de la filière et qui font l'objet d'exportation notamment concernent les amandes de karité, le beurre de karité (biologique et conventionnel) et ses produits dérivés comme les savons, les pommades, les crèmes, les gels et shampoings à base de beurre de karité. Par ailleurs, le beurre est à son tour fractionné en stéarine et en oléine pour être utilisé dans l'industrie alimentaire, cosmétique et pharmaceutique voire dans l'industrie nucléaire. Notons également que de plus en plus, la pulpe est également valorisée dans la production des jus, des confitures, des crèmes glacées, etc.

2/ Code de classification des produits du karité

Tableau n°1 : Code SH des produits du karité

Code SH	Produits
12079910	Graines de karité, même concassées
12079990	Autres graines et fruits oléagineux, même concassées: autres
15151100	Huile brute de lin et ses fractions, fixes, mais non chimiquement modifiées
15159011	Huile brute de karité et ses fractions, fixes, mais non chimiquement modifiées
15159019	Autres huiles de karité et leurs fractions, fixes, mais non chimiquement modifiées
15159090	Autres graisses et autres huiles végétal et leurs fract, fixes, même raff, non chimiquement modif

PREMIERE PARTIE

L'analyse de la demande internationale des produits du karité ci-dessous montre bien que la filière karité est une filière porteuse mais que jusque-là, le Burkina Faso n'a pas su se positionner sur le segment porteur qu'est la transformation qui permet d'accroître significativement la valeur ajoutée générée par l'exploitation de ladite filière. Dans un contexte de libéralisation et de mondialisation des économies, le défis à relever par le Burkina Faso porte maintenant sur sa capacité à construire donc un avantage compétitif, facteur clé de succès pour rendre ses entreprises plus compétitives par rapport à celles des pays concurrents afin d'accroître ses parts de marchés notamment pour les produits transformés à plus forte valeur ajoutée et tirer ainsi le meilleur profit possible de cet environnement mondial favorable.

ANALYSE DE L'OFFRE NATIONALE

I/ STRUCTURE DE LA FILIERE

A STRUCTURES ET CAPACITES DE PRODUCTION

1/ La filière karité, un avantage comparatif avéré détenu par le Burkina Faso au sein des pays africains producteurs du karité à promouvoir



La qualité du beurre de karité et le potentiel de production en amandes de karité sont deux atouts qui placent le Burkina Faso au premier rang en termes d'avantages comparatifs au sein des pays producteurs des produits du karité.

En effet, l'arbre à karité est un arbre qu'on ne rencontre qu'en Afrique. Il pousse à l'état naturel sur toute la bande sahélo-soudanaise dans environ 18 pays que sont le Nigeria, le Burkina Faso, le Mali, le Ghana, la Côte d'Ivoire, le Benin, le Togo, le Sénégal, le Niger, le Cameroun, le Tchad, le Zaïre, la Guinée Bissau, l'Ouganda, l'Éthiopie, la Sierra Léone, le Soudan, la République Centrafricaine. Il existe deux espèces d'arbres de karité à savoir la variété *vitellaria paradoxa* et la variété *vitellaria nilotica*. En termes de peuplement d'arbre à karité, le Burkina Faso occupe le deuxième rang après le Nigeria. Toutefois, ***en matière de qualité des produits du karité, l'espèce vitellaria paradoxa est celle qui fournit les ingrédients les plus recherchés par l'industrie alimentaire, pharmaceutique et cosmétique et le peuplement d'arbres de karité du Burkina Faso est exclusivement de l'espèce vitellaria paradoxa.*** C'est cet atout majeur notamment qui justifie l'implantation, au Burkina Faso, de toutes les multinationales évoluant dans les produits du karité. ***Les produits du karité issus de l'espèce vitellaria paradoxa est en forte demande par les industries alimentaires, pharmaceutiques et cosmétiques car, le beurre de karité notamment issu de cette espèce est plus riche en stéarine.*** La stéarine du karité est l'ingrédient le plus nécessaire et le plus recherché par l'industrie mondiale de la confiserie notamment pour la fabrication du chocolat et des autres produits alimentaires. Les études chimiques ont confirmé que la variété *nilotica* est génétiquement différente et que ses amandes sont moins riches en acide stéarique. ***En plus de l'industrie de la confiserie, les autres marchés des produits du karité, comme le secteur des soins personnels, l'industrie des produits cosmétiques de façon générale et l'industrie pharmaceutique, ont formulé leurs produits afin d'utiliser le beurre de karité issu de la variété vitellaria paradoxa qui est plus compétitive en termes de prix, plus disponible et possède par ailleurs un point de fusion plus élevé.***

Pour ce qui est du ***potentiel de production d'amandes de karité***, selon le rapport de l'étude sur les aspects socioéconomiques des filières prioritaires des produits Forestiers non ligneux (janvier 2017), diligentée par le Ministère en charge de l'environnement, ***le peuplement d'arbres de karité est passé de 190 millions d'arbres à 280, 802 860 millions d'arbres. Quant au potentiel de production d'amandes de karité, il est passé de 850 000 tonnes d'amandes par an à 1 247 295 tonnes par an avec seulement un taux réel d'exploitation situé à environ 32% soit 404 412 tonnes.*** La distribution des peuplements de karité par région est donnée dans le tableau 1 ci-dessous. Environ 68% de ce potentiel soit 842 883 tonnes reste inexploité, toute chose qui contraste actuellement avec l'environnement mondial des produits du karité qui présente des perspectives assez intéressantes.

Les estimations faites concernent à la fois la production conventionnelle et biologique. Pour ce qui est de la production des amandes et du beurre biologique, il existe suffisamment de forêts classées et de réserves de forêts qui contiennent des arbres à karité et qui constituent des parcs dont la gestion permettra d'accroître l'offre d'amandes et de beurre biologique de façon suffisante pour répondre à la demande sans cesse croissante.

Au regard de son potentiel, de la couverture géographique environ 70% du territoire, des perspectives de marchés assez intéressantes aussi bien pour le marché domestique, sous-régional, régional qu'international, la filière karité peut, si elle est mieux valorisée, contribuer, de façon significative à l'accroissement de nos exportations et à l'amélioration de la situation de la balance commerciale du Burkina Faso, structurellement déficitaire.

Tableau 2 : Population et potentiel de Vitellaria paradoxa

REGION	Peuplement d'arbres de karité		Potentiel		Potentiel réellement exploité
	Nombre de pieds	%	Tonnes d'amandes de karité	%	Tonnes d'amandes de karité
Boucle du Mouhoun	29 586 960	10,54	166 119	13,32	80 060
Cascades	43 935 223	15,65	252 119	20,21	75 636
Centre	2 541 139	0,90	3 099	0,25	930
Centre-Est	8 475 318	3,02	10 335	0,83	3 100
Centre-Nord	2 007 043	0,71	2 447	0,20	734
Centre-Ouest	43 455 260	15,48	211 978	17,00	63 593
Centre-Sud	19 819 308	7,06	56 628	4,54	16 988
Est	34 892 868	12,43	42 548	3,41	12 765
Hauts Bassins	45 466 080	16,19	255 274	20,47	76 582
Nord	4 610 532	1,64	5 830	0,47	1 749
Plateau-Central	3 965 164	1,41	4 835	0,39	1 451
Sahel	0	0,00	0	0	0
Sud-Ouest	42 047 965	14,97	236 083	18,93	70 825
National	280 802 860	100,00	1 247 295	100,00	404 412

Source :rapport de l'étude sur les aspects socioéconomiques des filières prioritaires des produits Forestiers non ligneux (janvier 2017).

Excepté le Sahel, toutes les 12 autres régions du pays sont dotées de parc de Vitellaria paradoxa. En matière d'importance en peuplement, les six régions les plus peuplées sont la région des Hauts Bassins avec un taux de 16,19%, la région des Cascades avec 15,65%, la région du Centre-Ouest avec un taux de 15,48%, la région du Sud-Ouest avec un taux de 14,97%, la région de l'Est avec un taux de 12,43% et enfin la région de la Boucle du Mouhoun avec un taux de 10,54%. Toutefois, par rapport au potentiel de production, le classement est un peu différent. Ainsi, la région des Hauts Bassins vient en tête avec un taux de 20,47%, suivis de celle des Cascades avec un taux de 20,21%. La région du Sud-Ouest vient en 3^e position avant celle du Centre-Ouest avec un taux de 18,93%, suivi de la région du Centre-Ouest avec un taux de 17%. Par ailleurs, la région de la Boucle du Mouhoun vient en 5^e position devant la région de l'Est avec un taux de 13,32% et enfin la région de l'Est vient en 6^e position avec un taux de 3,41%.

2/ Les différents produits fabriqués à base de karité et les différentes chaînes de valeurs de la filière karité

Une Chaîne De Valeur (CDV) peut être considérée comme un enchaînement des opérations depuis l'approvisionnement en intrants spécifiques jusqu'à la consommation finale en passant par la production, la transformation et la commercialisation. Le processus de mise en valeur d'une CDV fait intervenir divers acteurs (fournisseurs d'intrants spécifiques, producteurs, prestataires de services, commerçants, etc.) dont le rôle varie en fonction des maillons de la chaîne. Il s'agit d'un modèle économique qui combine :

- le choix d'un produit (final), des technologies appropriées avec l'organisation des acteurs et de leur accès aux marchés ;
- l'enchaînement des opérations depuis les intrants spécifiques à la production primaire et à travers les transformations du produit, la commercialisation jusqu'à la consommation finale ;

- un dispositif institutionnel, qui lie et coordonne l'ensemble des producteurs, industriels, prestataires de services, négociants et distributeurs d'un produit spécifique ;

La filière est donc composée de plusieurs chaînes de valeurs. Par exemple, la chaîne de valeur des produits cosmétiques nécessite la production d'un beurre de karité aux caractéristiques spécifiques devant respecter un cahier de charge précis depuis la collecte et le traitement des fruits et des noix de karité à la production du beurre en passant par celle des amandes de karité afin que le beurre soit un beurre de première qualité répondant aux caractéristiques exigées en termes de normes de qualité dudit beurre.

Partant de cette définition de la chaîne de valeur, la filière karité pourrait être décomposée en plusieurs chaînes de valeurs qui peuvent être classées au moins en quatre groupes principaux à savoir ;

- **la chaîne de valeur des produits agro-alimentaires à base de beurre de karité.** Il s'agit là du beurre de karité non raffiné utilisé dans pour la cuisine ou de la stéarine et de l'oléine issus beurre de karité et utilisés comme équivalent au beurre de cacao dans la fabrication du chocolat, ou comme huiles et gras utilisés dans la pâtisserie ou comme émulsifiant. Les émulsifiants sont utilisés en cuisine, où ils sont d'une aide précieuse, depuis des temps immémoriaux. Par exemple, ils ont un effet comparable à celui du jaune d'œuf dans la réalisation d'une mayonnaise : ils assurent le mélange de tous les ingrédients jusqu'à l'obtention d'une masse lisse et homogène. Non seulement les émulsifiants influencent l'aspect, la texture et la structure d'un aliment, mais ils aident aussi à en conserver la qualité et la fraîcheur. Ils influencent positivement la structure de la mie, le moelleux et la conservation du pain, etc. L'oléine serait également utilisé dans le nucléaire ;



- **la chaîne de valeur des produits cosmétiques à base de beurre de karité.** Il s'agit de l'utilisation du beurre de karité non raffiné ou raffiné pour la production des produits cosmétiques comme le savon, les crèmes, les shampoing, les gels, etc. ;
- **la chaîne de valeur des produits pharmaceutiques à base de beurre de karité.** Il s'agit des produits bioactifs, de dérivés ou concentrés de bioactif extrait du beurre de karité et utilisé dans la pharmacie ;
- **la chaîne de valeur des boissons mais aussi des mains à base de la pulpe de karité.**

Selon donc qu'on veut fabriquer des produits alimentaires, des produits cosmétiques ou des produits pharmaceutiques à base de beurre de karité, la qualité des amandes et du beurre utilisés n'est pas toujours la même et nécessite la mise en place de chaînes de valeur spécifiques.

3/ Les capacités de production

En dehors des unités industrielles de production du beurre de karité qui connaissent leur capacité (potentiel) de production, il est difficile de donner une estimation des capacités de production des organisations de femmes et des femmes qui produisent individuellement. En effet, la chaîne de production des organisations de femmes est mi-mécanisée et mi-manuelle, ce qui fait que les capacités de production sont tributaires du dynamisme des équipes de production manuelles qui composent la chaîne de production. Le tableau ci-dessous, donne les capacités de production des unités industrielles installées au Burkina Faso.

Tableau n°3: Unités industrielles de transformation des amandes de karité en beurre de karité au Burkina Faso.

LIEU	CAPACITES (TONNES)	METHODES DE TRAITEMENT	OBSERVATION
Bobo-Dioulasso	3 000	Extraction mécanique	Actuellement, une unité de transformation est en cours d'implantation à Bobo-Dioulasso.
Bobo-Dioulasso	75 000	Extraction mécanique/Extraction par solvant	
Ouagadougou	1 500	Extraction mécanique	
TOTAL	79 500		

Source : extrait du tableau 2 du document de stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina et complété par la TFK.

Ce tableau montre que la capacité totale des unités industrielles de transformation des amandes en beurre est de 79 500 tonnes, or, des études récentes donnent un potentiel de production d'amandes de 1 247 295 tonnes soit un équivalent total potentiel de 415 765 tonnes de beurre avec un coefficient de transformation selon les méthodes traditionnelles de 3 kg d'amandes pour 1 kg de beurre. La confrontation entre la capacité totale de transformation des unités industrielles actuellement installées au Burkina Faso (79500 tonnes) et le potentiel existant de transformation (415 765 tonnes), dégage un écart positif de 336 265 tonnes de beurre de karité qui peuvent encore être produites si des unités supplémentaires de transformation venaient à s'implanter.

Pour ce qui est des organisations de femmes productrices de beurre de karité et les productrices individuelles, les capacités de production sont très limitées, quelques centaines de tonnes.

La production des amandes de karité jusque-là est faite de façon individuelle par les femmes. Toutefois, il y a actuellement, des initiatives de projets tendant à produire les amandes de karité dans des centres de production. Si cela se concrétisait, les tâches des femmes au niveau rural se limiteraient au ramassage des fruits et des noix pour les transmettre aux différents centres de production.

B APERCU SUR LES ACTEURS ET L'INTERPROFESSION DE LA FILIERE KARITE

Selon le Secrétariat Permanent de la Coordination des Politiques sectorielles Agricoles (SP/CPSA), **la filière est perçue comme une réalité économique dans sa globalité et désigne l'ensemble des chaînes de valeurs ajoutées de la production, de la transformation et de la distribution relatives à un produit et concourant à la satisfaction d'un besoin issu de la consommation. La filière est désignée par le produit primaire.** C'est ainsi qu'on parle de la filière karité, la filière sésame, de la filière coton, etc.

La filière consiste donc en la succession d'opérations techniques (par des opérateurs) qui part de la semence au niveau des producteurs pour aboutir aux produits finis qui sont vendus aux consommateurs. L'ensemble des **intervenants directs** d'une filière forment des **familles professionnelles qui sont des groupes stratégiques appelés les maillons**. C'est ainsi qu'on distingue donc le maillon production, le maillon transformation et le maillon distribution/commercialisation. Chaque maillon, voire chaque catégorie d'intervenants réalise un certain nombre d'activités économiques qui ajoutent à chaque fois, de la valeur au produit d'où la notion de « **chaîne de valeurs ajoutées** ». La valeur ajoutée étant la différence entre la valeur finale des biens produits, à un stade donné et celle des consommations intermédiaires c'est-à-dire des biens ou services consommés pour les produire.

Ainsi, la pluralité des acteurs et leurs interactions dans la promotion de la filière, commande à une coordination à la fois horizontale (concertation entre intervenants d'un même maillon) et verticale (concertation entre les différents maillons) au sein de la filière et une prise en compte de son environnement. Ce rôle de gouvernance et de management des relations d'interdépendance entre les différents maillons de la filière étant assuré par **une interprofession**. La coordination fait référence au degré d'articulation et de concertation entre les intervenants qui agissent dans le même sens pour améliorer les performances de la filière.

Dans une définition plus large, la filière comprend également des acteurs indirectes c'est-à-dire ceux qui concourent à permettre aux acteurs directs de mener à bien leurs activités de production et d'échanges comme par exemple les institutions financières, les fournisseurs d'intrants, les transporteurs, les équipementiers, les chercheurs, etc.

1/ Présentation de l'interprofession Table Filière Karité.

L'interprofession Table Filière Karité (TFK) est née dans le contexte des Programmes d'Ajustement Structurel (PAS) dont un des corollaires a été le désengagement de l'Etat des secteurs productifs rentables suite à la libéralisation de l'économie burkinabè et la responsabilisation des acteurs directs pour la gestion de ladite filière. C'est ainsi qu'en 2009, après près de deux décennies de fonctionnement sans acquisition de la personnalité morale, avec l'accompagnement des projets et programmes, la TFK acquiert la personnalité morale sous forme d'« association interprofessionnelle par récépissé n°2009/018/MATD/SG/DGMPAP/DOASOC du 04 février 2009 sous la loi n°10/92/ADP portant liberté d'association au Burkina Faso ».

La TFK c'est d'abord un cadre de concertation interprofessionnelle nationale des acteurs de la filière karité du Burkina Faso. Par ailleurs, elle est une interface entre les acteurs de la filière et les tiers comme l'Etat, les Collectivités territoriales (Régions et Communes), les Partenaires Techniques et Financiers (PTF), les projets et programmes et les Associations et ONG de développement intervenant dans la filière.

Dans le cadre de ses missions de promotion du développement de la filière, la TFK a organisé des événements d'envergure internationale comme les bourses du karité et le Salon International du Karité de Ouagadougou (SIKO), la Conférence Internationale du Karité, en collaboration avec l'Alliance Globale du Karité (AGK). Grâce à la visibilité des actions de l'interprofession, aujourd'hui des filiales de multinationales se sont implantés au Burkina Faso comme des sociétés de droit burkinabè.

Dans le domaine du renforcement des capacités, les acteurs ont été dotés de normes de qualité sur les amandes et le beurre et actuellement un référentiel de certification au niveau national conformément auxdites normes est en cours d'élaboration. Un guide de bonnes pratiques en matière de collecte et de traitement des noix de karité et de production du beurre de karité et un film intitulé « le Karité, y'a l'argent dedans » ont été produits. Sur la base de ces outils, la TFK informe, sensibilise et forme annuellement les acteurs de la filière karité sur les enjeux liés à la qualité des produits comme facteur clé de succès pour améliorer la compétitivité globale de la filière karité du Burkina Faso et de nos entreprises mais aussi sur la santé du consommateur qui est une préoccupation majeure de nos jours.

Dans le cadre du dialogue avec l'Etat, la TFK a mené plusieurs plaidoyers ayant abouti à l'élaboration et à l'adoption de la **stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina** ainsi qu'à l'adoption de la **Loi n°050-2012/AN du 30 octobre 2012 portant règlementation des organisations interprofessionnelles des filières agricoles, sylvicoles, pastorales, halieutiques et fauniques au Burkina Faso** ainsi que de ses textes d'application. L'adoption de cette loi a permis de clarifier les missions des interprofessions vis-à-vis des autres acteurs de développement de la filière et leur donne les moyens juridiques pour se doter des moyens matériels, financiers et humains nécessaires à la promotion des filières.

2/ Les différents maillons de la filière karité

Les acteurs de la filière karité sont regroupés en trois maillons à savoir, **le maillon production, le maillon transformation et le maillon distribution/commercialisation**.

Le maillon production

Le maillon production regroupe les professionnels qui produisent les amandes et le beurre de karité, de façon artisanale, semi-mécanisée ou industrielle. Il est constitué d'organisations dont les formes juridiques sont diverses. Il existe des associations, des groupements de femmes, des Unions de groupements de femmes, des Fédérations de groupements de femmes, des Sociétés commerciales (Sociétés A Responsabilités Limitées (SARL), Sociétés en Nom Collectif (SNC), Sociétés Anonymes (SA), Sociétés en Commandite Simple (SCS)), de commerçants personnes physiques, etc.

Pour des raisons culturelles et sociologiques historiques avec la division du travail, les activités de collecte des fruits et des noix de karité pour leur transformation en amandes de karité ainsi que de production du beurre de karité non raffiné sont exclusivement exercées par les femmes soit individuellement, soit à travers leurs organisations professionnelles de base et des faitières (Unions, Fédérations, etc.).

La production des amandes est assurée, en grande majorité, par les femmes prises individuellement. Toutefois, avec l'appui en structuration et organisation des acteurs par les projets et programmes, certaines femmes se sont constituées d'abord en organisation de base (associations et groupements) puis en des organisations faitières (Unions, Fédérations, Réseaux, etc.) regroupant plusieurs organisations de base menant diverses activités dont la production des amandes et/ou du beurre de karité.

Pour ce qui concerne les organisations de femmes productrices d'amandes de karité, les plus actives sont, entre autres, la Fédération des Associations pour le Développement et l'Epanouissement de la Femme du Sud-Ouest (FADEFSO), le Réseau des Productrices de Beurre des Hauts Bassins et de la Comoé (RPBHC), la Fédération Lougouzena, la Fédération OUEZENA de pô, l'Union des Groupements Kiswensida (UGK), etc.

Les organisations les plus actives au Burkina Faso dans la production et l'exportation du beurre selon les méthodes industrielles sont la société OLVEA Burkina, IOF et l'Agence Deli International. En dehors des organisations ci-dessus citées, les Laboratoires M&L (Occitane) lui, a opté d'accompagner certaines organisations de femmes à produire le beurre de karité elles-mêmes qu'il rachète à travers des contrats, dans un contexte de commerce équitable. OLVEA également évolue dans la logique du commerce équitable avec ses fournisseuses de matières premières amandes de karité ainsi que de beurre.

Les organisations les plus actives dans la production du beurre de karité non raffiné selon les méthodes semi-industrielles et les méthodes traditionnelles sont, entre autres, la Fédération Nununa, NEW KARIKIS INTERNATIONAL, l'Union des Productrices du Karité (UPROKA), l'Union Nationale des Productrices du Karité (UNAPROKA), l'Union des Groupements de Productrices des Produits du Karité de Koundougou (UGPPK/Koundougou), l'Union des Productrices des Produits du Karité de la Comoé (UGPPK/Comoé), l'Association RAGUSSI, KARIBEL, l'Association pour la Promotion de la Femme de Gaoua (APFG), l'Union des Groupements Féminins Ce Dwan Nyee (UGF- CDN/Réo), le Groupement Baowendmanegré, le Groupement Yeelen, Yam léné, l'Association Dollebou, l'Association Zemstaaba, l'AFD/Buayaba, etc.

En dehors de OLVEA, IOF et l'Agence Deli International, qui sont des unités industrielles modernes, toutes les autres organisations productrices de beurre de karité ainsi que les productrices individuelles, utilisent des méthodes artisanales, traditionnelles ou semi-mécanisées combinant des étapes mécanisées (concassage, torréfaction, mouture, barattage, filtrage, conditionnement) et des étapes manuelles (décorticage des noix, concassage des amandes, torréfaction des particules, mouture, barattage, lavage de l'émulsion, cuisson de l'émulsion, filtrage, conditionnement, stockage (amandes et beurre de karité), etc.

Ces organisations, pour être compétitives, face à la concurrence sur les marchés national, sous-régional, régional et international, doivent faire face aux défis de la modernisation des moyens d'exploitation (équipements modernes et performantes correspondant aux normes, bâtiments correspondant aux normes, etc.) pour faire face aux exigences des marchés en termes de respect des normes de qualité des produits, de quantité (volumes), de prix plus compétitifs, de respect des délais de livraison, de renforcement des capacités professionnelles de leurs membres pour une main-d'œuvre qualifiée et compétente pour accroître la productivité et les rendements ainsi que la qualité des produits, de renforcement de leur systèmes de gestion, de pilotage et de gouvernance des organisations, la maîtrise des technologies de transformation adoptées, mais aussi en formation marketing pour une

meilleure connaissance des caractéristiques des segments de marchés qu'elles ont choisie de servir .

Le relèvement de ces défis constitue des opportunités d'affaires pour les investisseurs nationaux et étrangers qui voudraient entrer dans la filière à travers une collaboration plus étroites avec ces groupes d'acteurs. Cette collaboration peut l'être sous la forme de co-investissement, de création d'entreprises joint-venture pour la mise en place de chaînes de valeurs industrielles complètes dans la filière et ce, d'autant plus que ces organisations tendent à intégrer en leur sein les activités situées en aval de leur maillon comme la fabrication du savon à base de beurre de karité, la fabrication de pommades, de shampoings, etc.

Pour les opportunités d'affaires en matière d'investissement, l'environnement des affaires au Burkina Faso y est de plus en plus favorable. En effet, l'Acte uniforme OHADA relatif au droit des sociétés coopératives est entré en vigueur et est désormais applicable au Burkina Faso qui est un pays membre de l'Organisation pour l'Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires (OHADA). Les associations et groupements doivent se conformer à cette nouvelle loi qui s'inspire fortement de l'Acte uniforme OHADA relatif au droit des sociétés commerciales et du GIE notamment de la société à responsabilités limitées (SARL). La transformation des groupements en sociétés coopératives favorisent la prise de participation dans lesdites coopératives et même la prise de participation croisée amont-aval.

Le maillon distribution/commercialisation/exportation

Le maillon distribution regroupe les professionnels qui commercialisent/distribuent ou exportent les produits du karité (amandes, beurre et produits dérivés). Il est constitué d'organisations dont les formes juridiques sont diverses. Il existe des associations, des groupements de femmes, des Unions de groupements de femmes, des Fédérations de groupements de groupements de femmes, des Sociétés commerciales (Sociétés A Responsabilités Limités (SARL), Sociétés en Nom Collectif (SNC), Sociétés Anonymes (SA), Sociétés en Commandite Simple (SCS)), de commerçants, personnes physiques qui distribuent, commercialisent ou exportent les produits du karité.

L'analyse de la survie des exportations des produits du karité du Burkina Faso selon la stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina montre que **les exportations de produits du karité du Burkina Faso possèdent un taux de survie de 45 % après la première année**. Ce qui implique que **55 % des exportations de la filière ne maintiennent pas une relation commerciale durable avec les acheteurs internationaux**. **Diverses causes justifient ce faible taux de survie** telle que **la qualité des produits** ou **la capacité à fournir un produit en volume et en temps selon les demandes du client**. Le Mali, la Côte d'Ivoire et le Ghana possèderaient des taux nettement supérieurs, le Ghana en tête avec un taux de survie de 59% à l'issue de la première année. **Le niveau d'industrialisation plus avancé du Ghana et de la Côte d'Ivoire, qui offre un meilleur environnement commercial pour trouver les intrants nécessaires, peut expliquer partiellement le taux de survie plus élevé de ces pays**.

Les Problématiques liées à la commercialisation sont de plusieurs ordres dont entre autres : Les problématiques de conservation, d'entreposage et de gestion des stocks qui limitent la capacité de répondre en qualité, volume et temps ; la difficulté d'accéder à de l'emballage de haute qualité et visuellement attractif ; la méconnaissance des tendances de marchés ; la faible organisation de la promotion des produits de la filière.

En matière de commercialisation/distribution/exportation, il faut souligner que les entreprises exportatrices qui ont accès aux marchés internationaux sont les filiales des multinationales implantées au Burkina Faso que sont : AAK, Loders, OLVEA, Occitane (Les Laboratoires M&L), OLAM, etc. Les organisations de femmes (faitières) ainsi que les collecteurs ruraux vendent soit directement aux filiales des multinationales présentes sur le territoire, soit aux grossistes comme le Groupe VELEGDA, SUCOTROP, EBT Trading, HAMACO, ADI, etc. qui, à leur tour, revendent aux filiales des multinationales présentes sur le territoire national. Une meilleure valorisation des produits du karité du Burkina Faso nécessite des actions de diversification aussi des produits que des marchés.

Le maillon transformation

Le maillon transformation regroupe les professionnels qui utilisent le beurre de karité non raffiné comme matière première de base pour fabriquer des produits dérivés comme les savons, les gels, les crèmes, les shampoings, etc. Cette production est faite soit, de façon artisanale ou semi-mécanisée ou industrielle. Le maillon transformation est constitué d'organisations dont les formes juridiques sont diverses. Il existe des associations, des groupements de femmes, des Unions de groupements de femmes, des Fédérations de groupements de femmes, des Sociétés commerciales (Sociétés A Responsabilités Limités (SARL), Sociétés en Nom Collectif (SNC), Sociétés Anonymes (SA), Sociétés en Commandite Simple (SCS)), de commerçants personnes physiques, etc.

Les organisations qui font de la transformation leur activité principale et qui tirent l'essentiel de leur chiffre d'affaires dans ce maillon sont, entre autres, la Savonnerie et Parfumerie du Houet (SPH), Karilor, NEW KARIKIS INTERNATIONAL, etc. Ces organisations, qui sont à classer dans les Petites et Moyennes Entreprises (PME), fabriquent divers produits cosmétiques (savons, pommades, etc.) à base de beurre de karité.

Il n'existe pas pour l'instant, d'unités industrielles de grande envergure qui transforment sur place le beurre de karité en stéarine, oléine, savon, pommades, shampoing, crèmes, gel, etc. alors que ce sont les activités les plus rentables dans la filière karité.

En somme, beaucoup d'efforts restent à fournir par les entreprises burkinabè autres que les filiales des multinationales implantées au Burkina Faso, en termes d'investissement pour la mise en place d'unités de transformation modernes pour améliorer la qualité du beurre et éventuellement faire le fractionnement du beurre en stéarine et en oléine ainsi que pour la fabrication des produits cosmétiques. Les entreprises burkinabè, prises, toutes seules, ne disposent pas d'assez de moyens pour investir à la fois dans les investissements de modernisation des moyens d'exploitation (bâtiments, équipements, formation du personnel, etc.) et dans la création de réseaux de distribution propres à travers le monde comme arrivent à le faire les multinationales. Des opportunités d'investissement existent donc dans le maillon transformation de la filière karité au Burkina Faso. Les investissements peuvent se faire avec les entreprises existantes sous formes de joint-venture ou par la création d'entreprises nouvelles.

Tableau n°4: Cartographie des acteurs de la production et de la transformation

CARTOGRAPHIE DES ACTEURS DE LA PRODUCTION ET DE LA TRANSFORMATION			
REGION	AMANDES	BEURRE	PRODUITS DERIVES DU BEURRE DE KARITE

			SAVON	POMMADES	SHAMPOING	CONFITURE	JUS	CREMES	Stéarine et Oléine
Boucle du Mouhoun	104	74	1	0	0	0	0	0	0
Cascades	92	8	1	0	0	0	0	0	0
Centre	36	20	12	4	0	0	1	0	0
Centre-Est	6	4	18	0	0	2	0	0	0
Centre-Ouest	12	36	2	0	0	0	0	0	0
Centre-Sud	368	108	20	0	0	0	0	0	0
Est	168	62	4	1	0	0	0	0	0
Hauts Bassins	140	110	4	2	0	0	0	0	0
Nord	8	2	0	0	0	0	0	0	0
Sud-Ouest	18	342	8	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAR PRODUIT	952	766	70	7	0	2	1	0	0
TOTAL GENERAL	1798								

Source : étude sur les aspects socioéconomiques des filières prioritaires des produits Forestiers non ligneux, complétée par l'interprofession TFK.

ANALYSE DE L'OFFRE INTERNATIONALE

1/ Les plus grands pays exportateurs des produits du karité de la CEDEAO et la répartition des parts de marché

Les pays potentiellement producteurs des produits du karité sont le Nigeria, le Burkina Faso, le Mali, le Ghana, la Côte d'Ivoire, le Benin, le Togo, le Sénégal, le Niger, le Cameroun, le Tchad, le Zaïre, la Guinée Bissau, l'Ouganda, l'Ethiopie, la Sierra Léone, le Soudan, la République Centrafricaine.

Toutefois, pour des raisons diverses, propres à chaque pays telles que par exemple le potentiel de production, les choix politiques des options stratégiques de développement, tout pays potentiellement producteur ne fait de la filière karité la priorité des filières à développer, toute chose qui explique la disparité de développement et le degré d'importance accordée à la filière d'un pays à un autre.

L'offre internationale s'entend de l'évaluation des produits du karité qui s'échangent sur le marché international autre que la production domestique auto-consommée des différents pays producteurs des produits du karité.

Tableau n°5: les plus grands pays producteurs des produits du karité de la CEDEAO

Pays exportateurs de produits du karité de la CEDEAO	Part de marché à l'exportation
Burkina Faso	50%
Ghana	14%
Mali	14%
Nigeria	12%
Côte d'Ivoire et autres (Togo, Benin, etc.)	10%

Source : Stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina Faso (page 15).

Selon la stratégie nationale de développement durable de la filière karité, le Burkina Faso est le premier pays producteur-exportateur des produits du karité dans l'espace UEMOA avec une part de marché de 50% même s'il faut signaler que ses exportations sont constituées essentiellement de la matière première « **amande de karité** » donc à très faible valeur ajoutée pour l'économie nationale. Il est suivi par le Ghana et le Mali pour 14% respectivement de part de marché. Il faut signaler qu'à la différence du Burkina Faso, le Ghana s'est spécialisé dans la production et l'exportation de produits du karité à forte valeur ajoutée comme le beurre de karité, la stéarine et l'oléine du karité ainsi que les produits cosmétique. Il est le premier exportateur mondial de beurre de karité. Après ces deux pays, suit le Nigeria avec 12% de part de marché à l'exportation et enfin la Côte d'Ivoire avec 10% de part de marché à l'exportation.

2/ Evolution de la valeur monétaire des exportations des produits du karité

L'évolution de la valeur monétaire des exportations des produits du karité des pays producteurs de la CEDEAO se présente comme suit selon la même source ci-dessus citée.

Tableau n°6: exportations officielles d'amandes de karité

Années	Total des exportations d'amandes de karité de la CEDEAO (en millions \$E.-U)
2002	5,03
2003	2,33
2004	9,33
2005	31,76
2006	29,95
2007	73,61
2008	64,14
2009	35,10
2010	28,85
2011	54,46
2012	22,64

Source : Stratégie nationale de développement durable de la filière karité (tableau 4, page 31).

C. Les facteurs de production

1 Les équipements et les technologies employées

Actuellement, dans le maillon production, à cause de la pénibilité du travail, certaines étapes dans le processus de production du beurre de karité sont mécanisées dans les centres de production détenus par les groupements de femmes qui produisent le beurre de karité. Il s'agit, entre autres, des étapes du concassage des amandes, de torréfaction, de mouture et de barattage pour lesquelles, il est de plus en plus utilisé des concasseurs, des torrificateurs, des moulins et des barattes. Ces équipements consomment l'énergie fossile, en l'occurrence le gaz-oil. Il faut signaler qu'à côté des groupements de femmes qui sont les plus nombreux à produire le beurre de karité par ces méthodes, il existe quelques unités industrielles de transformation des amandes en beurre, totalement automatisées comme OLVEA, IOF.

De nos jours, un des défis à relever par la filière karité du Burkina Faso est la conciliation des modes de production utilisant des technologies modernes permettant des rendements et une productivité plus élevés mais aussi et surtout tenant compte du contexte de changement climatique notamment en ses aspects réduction des émissions de gaz à effet de serre due à la déforestation et à la dégradation des forêts (REDD+).

Pour ce faire, les femmes produisant les amandes et le beurre de karité sont entrain d'adopter les foyers améliorés munis de cheminé ce qui permet la réduction de la consommation du bois de chauffe et même la substitution des déchets comme la boue de barattage au bois de chauffe afin de faire sienne ce combat du siècle. Par ailleurs, actuellement, il y a même des initiatives d'expérimentation de l'utilisation des énergies renouvelables comme l'énergie solaire et le biogaz dans une perspective de production propre zéro carbone. L'adoption de ces nouveaux modes de production, en plus du fait qu'ils sont plus respectueux de l'environnement, offre aux femmes un cadre de travail plus sécurisé, plus décent et contribue à améliorer leur santé au travail en minimisant les risques de brulure, de contraction de la cataracte et du cancer des poumons liés à la fumée produite par le bois de chauffe.

Pour ce qui est du maillon transformation c'est-à-dire les organisations utilisant le beurre de karité pour le transformer en produits cosmétiques comme le savon, les crèmes, les pommades, le processus de production connaît aussi l'utilisation d'équipements de production moderne comme les tables de découpe, les boudineuses, etc.

Quant au fractionnement du beurre de karité en stéarine et en oléine, cette catégorie de transformation souffre du manque de technologie au Burkina Faso. Pour l'instant, il n'existe pas d'unités de fractionnement du beurre de karité au Burkina Faso.

De façon générale, les acteurs de la filière karité du Burkina Faso doivent relever les défis de la mécanisation de sa chaîne de production et de maitrise des technologies employées, facteurs clés de succès pour améliorer sa compétitivité face à la concurrence.

La nécessité de la modernisation des moyens d'exploitation (équipements et infrastructures), de diversification des produits pour prendre en compte le fractionnement du beurre et l'introduction de nouveaux modes de production comme les énergies renouvelables sont autant d'opportunités d'investissement dans la filière karité du Burkina Faso.

2 Le capital humain

Pour la production des amandes de karité et du beurre de karité non raffiné selon les méthodes traditionnelles et artisanales, il y a de la compétence avérée auprès des femmes aussi bien en milieu rural qu'en milieu urbain. Par ailleurs, des formations en bonnes pratiques de collecte et de traitement des noix de karité ainsi qu'en production du beurre de karité sont dispensées par l'interprofession Table Filière Karité auprès de ces dernières pour améliorer leur professionnalisme et la qualité des amandes et du beurre de karité. Quant à la main-d'œuvre pour la production des amandes et du beurre de karité non raffiné, elle est essentiellement féminine à 99%, elle est abondante et bon marché et est disponible en campagne tout comme en milieu urbain.

Pour la transformation du beurre de karité en produits cosmétiques comme le savon, les pommades, les crèmes, etc., il n'existe pas pour l'instant une main-d'œuvre spécialement qualifiée dans ces domaines et disponible sur le marché du travail prêt à être employé directement. Toutefois, le pays dispose d'une réserve de ressource humaine composée en majorité de jeunes diplômées en quête de travail et prêts à améliorer leur employabilité à travers des formations qualifiantes dans ce domaine. Le marché des produits cosmétiques à base de beurre de karité étant en pleine croissance au niveau national et international, des offres de formations professionnelles qualifiantes dans ce domaine est un bon marché porteur pour des filières de formation qui voudraient s'investir dans ce domaine. Une initiative est en cours entre l'interprofession Table filière karité et le Ministre de la Jeunesse, de la Formation et de l'Insertion Professionnelle sur la formation des jeunes à la production des produits cosmétiques comme le savon. Il sera donc mis sur le marché du travail, une main-d'œuvre qualifiée dans ce domaine et bon marché.

Quant aux compétences en ressources humaines pour la maîtrise et la maintenance des technologies employées que ce soit pour les équipements de production du beurre de karité ou pour les équipements de transformation du beurre en produits cosmétiques, le pays doit relever le défi de la formation d'une masse critique de techniciens dans ces domaines car, la maîtrise des technologies employées dans le système de production, est un facteur clé de succès pour la compétitivité de nos entreprises engagées dans la transformation. Le marché des équipements de qualité et des ressources humaines qualifiées pour la maîtrise des technologies employées sont des marchés très porteurs, aux perspectives intéressantes eu égard aux perspectives de marchés au niveau national et international pour les produits transformés du karité (stéarine et oléine du karité, savons et autres produits cosmétiques à base de beurre de karité).

3/ Le capital financier

Le financement des activités de la filière karité est assurée en grande majorité par de l'autofinancement des acteurs inter-maillons. Il arrive souvent que les grossistes et exportateurs des produits du karité avancent des fonds aux commerçants ambulants collecteurs dans les marchés tout comme aux responsables des organisations de femmes pour la collecte des amandes. La filière ne dispose pas d'un fonds spéciale pour son financement ni d'un programme de financement de l'implantation d'unités industrielles pour soutenir la transformation. Par ailleurs, les institutions financières de la place ne disposent pas d'outils de financement spécifiques au cycle d'exploitation de la filière karité afin de mettre en place une politique de financement en phase avec les réalités de la filière karité.

D les Normes Burkinabè de qualité des amandes et du beurre de karité non raffiné

Dans un contexte concurrentiel et d'ouverture de marché où le Burkina Faso n'est pas le seul à offrir des produits du karité sur le marché mondial, la maîtrise et le respect des normes de qualité est un facteur clé de succès pour l'amélioration de la compétitivité de nos organisations mais aussi et surtout pour la préservation de la santé du consommateur.

C'est pourquoi, avec la prise des textes d'application de la **Loi n°050-2012/AN du 30 octobre 2012 portant réglementation des organisations interprofessionnelles des filières agricoles, sylvicoles, pastorales, halieutiques et fauniques au Burkina Faso**, l'interprofession veillera à l'intégration de la démarche qualité à travers la certification et la mise en place d'un système de traçabilité dans toute les chaînes de valeur de la filière karité ainsi qu'à l'application effective des règles de mise en marché des produits relatives aux normes de qualité des produits. Par ailleurs, elle construira un label pour les produits du karité et assurera le contrôle régulier sur le terrain conformément à la norme burkinabè de qualité NBF 01-004-2006 sur les amandes de karité et la norme burkinabè NBF 01-005-2006 sur le beurre de karité non raffiné. Dans cette perspective, les référentiels de certification selon les deux normes sont en cours d'élaboration par l'ABNORM sous l'initiative de la Direction Générale de l'Environnement, de l'Economie Verte et du Changement Climatique

(DGEEVCC), en collaboration avec l'interprofession Table Filière Karité (TFK). L'adoption de ce référentiel permettra aux acteurs burkinabè de la filière karité de s'y conformer et d'offrir désormais des produits strictement conformes auxdites normes.

E Recherche, développement et innovation

La recherche joue un rôle primordial dans le développement de la filière karité. A titre d'exemple, l'essor de la filière du palmier à huile au niveau international est à inscrire à l'actif du domaine de la recherche que l'interprofession malaisienne de la filière a su promouvoir.

Au Burkina Faso, la recherche porte sur divers domaines allant de l'arbre à karité aux produits du karité en passant par les équipements de transformation et les modes de production. Au niveau de l'arbre à karité, la recherche porte sur la réduction du cycle de production de l'arbre de karité qui est de 25 ans au moins dans le but de le ramener à 5 ans grâce au greffage et autres techniques, l'amélioration de la productivité de l'arbre à travers la vulgarisation de la régénération naturelle assistée (RNA), le cernage, la lutte contre les attaques parasitaires à travers les tailles sanitaires, etc. Dans le domaine des produits du karité, la recherche porte pour l'instant sur l'amélioration des techniques de collecte et de traitement des noix de karité, l'amélioration de la qualité du beurre de karité non raffiné à travers les modes de fabrication et de conditionnement permettant une conservation de longue durée. Pour ce qui est des équipements de production, la recherche consiste à améliorer les performances des équipements pour accroître leur productivité et leur rendement tout en réduisant la pénibilité du travail pour les femmes. Quant aux modes de production, l'on est passé de l'utilisation de foyers trois pierres aux foyers améliorés muni de cheminé pour l'évacuation de la fumée voire à l'utilisation des déchets issus de la production comme la boue de barattage, les énergies renouvelables comme l'énergie solaire, le biogaz, dans le but de contribuer à la réduction des émissions de gaz à effet de serre due à la déforestation et à la dégradation des forêts, à la réduction de la consommation de bois de chauffe et à l'amélioration du cadre de travail des femmes.

II/ PROFIL EXPORTATEUR DU SECTEUR

Politiques d'exportation, mesures d'accompagnement et de promotion commerciale en faveur des acteurs de la filière

Après le désengagement de l'Etat des secteurs productifs rentables dont la filière karité dans le cadre des réformes induites par les P.A.S, les acteurs continuent de bénéficier d'appuis de la part de l'Etat, des P.T.F et des ONG et Associations de développement. Ces appuis sont divers et vont de l'organisation et de la structuration des acteurs, à la promotion des produits en passant par les renforcements des capacités à la fois humaines, matérielles et financières (appuis financiers, acquisitions d'équipements et de matériels, acquisitions d'immobilisations (terrains, bâtiments, etc.), participation à des manifestations commerciales et promotionnelles comme les foires, etc.

Toutefois, il faut reconnaître que les résultats et les impacts sur les performances des organisations et sur leurs membres, restent mitigés. Les causes à l'origine de ces résultats mitigés sont multiples.

En effet, les organisations gagnantes, compétitives et performantes sont d'abord des organisations disposant d'une vision claire, de missions et d'objectifs spécifiques bien définis avec un plan stratégique marketing adéquat définissant ses segments de marchés visés et des objectifs de parts de marchés à conquérir, de façon rentable pour justifier, de façon

objective, le choix des investissements à faire. Il s'agit donc dans un premier temps pour l'organisation de disposer d'un tout cohérent qui oriente sur où on veut aller, comment on va y aller et avec quels moyens. Ensuite, l'opérationnalisation dudit plan se fait en combinant tous les facteurs de production indispensables pour offrir un produit conforme aux besoins des segments de marchés ainsi choisis à travers une stratégie de communication ciblée, orientée vers lesdits segments. Les différents appuis apportés aux acteurs par les P.T.F et l'Etat pour le développement des compétences distinctives en gestion de la production, en recrutement et formation des ressources humaines qualifiées, en gestion administrative, comptable et financière ; en communication institutionnelle et commerciale, en choix des réseaux de distribution des produits, etc. devrait partir de ce préalable découlant de la vision, des missions, des objectifs contenus dans le plan stratégique marketing. Les projets et programmes n'investissent pas assez dans ce préalable qui est pourtant l'outil principal pour des appuis efficaces auprès des acteurs.

Pour que les politiques d'exportations, les actions d'accompagnement et de promotions commerciales apportés aux acteurs soient plus efficaces, il est impérieux que l'Etat à travers à travers APEX, les P.T.F et les acteurs, à l'instar des organisations gagnantes, compétitives, repensent les stratégies d'intervention dans la filière pour partir d'abord de l'élaboration d'un plan marketing à l'international en identifiant des segments de marchés sur lesquels concentrer les efforts d'appuis, des objectifs de conquêtes de parts de marchés fixés, un diagnostic des organisations de production et d'exportation assorti d'un plan de mise à niveau afin de les rendre compétitives avec des systèmes de financement adéquats et une stratégie de communication et de promotion orientée vers lesdits segments ciblés.

En effet, l'accompagnement à la participation à une foire ne peut pas à lui seul améliorer significativement les performances d'une organisation notamment l'amélioration de son chiffre d'affaires et le volume de ses ventes. Il doit s'intégrer à une stratégie d'ensemble bien coordonnée allant d'abord du choix des segments de clientèle que l'organisation a choisi de servir jusqu'à la promotion en passant par la mise en place d'un système de production et de produits orientés vers les segments de marchés choisis. Or, les structures d'appui ne fournissent pas des appuis prenant en compte tout cet ensemble. Les appuis sont d'abord spontanés et ne touchent qu'à un des aspects de l'ensemble au mépris souvent des autres aspects en amont pourtant très déterminants pour que l'appui à la promotion ait un impact positif sur l'organisation. La promotion n'est qu'un des aspects de la gestion d'une entreprise dont la réussite dépend d'un travail bien fait en amont.

Une autre grande limite de ses actions de promotion, qui est une conséquence de l'absence de vision et de plan stratégique marketing à l'international, touche au fait que les organisations de femmes produisant le beurre de karité non raffiné souffrent d'un problème de capacité d'échelle de production pour pouvoir répondre en volume, en qualité, aux bons moments et aux meilleurs prix, aux commandes lorsqu'elles arrivent à les arracher. En effet, les unités de production sont de type artisanal ou semi-industriel mais de très petite taille donc souvent incapables de répondre régulièrement à des commandes d'une certaine quantité dans le temps et dans l'espace. Il est indispensable qu'il y ait des actions coordonnées d'investissement dans le maillon production pour créer des pôles de croissance dans la filière karité c'est-à-dire une masse critique d'unités de production modernes, compétitives pour relever les défis ci-dessus cités et répondre efficacement aux signaux envoyés par le marché.

DEUXIEME PARTIE : ANALYSE DE LA DEMANDE INTERNATIONALE

LA DEMANDE MONDIALE DES PRODUITS DU KARITE ET LES PERSPECTIVES DE MARCHES

I PROFIL IMPORTATEUR DE LA FILIERE

Le marché mondial du karité est en forte expansion depuis plus de dix ans. La valeur totale des exportations d'Afrique de l'Ouest a été multipliée par douze entre 2000 et 2010. Selon les projections, la valeur totale des exportations de karité pourrait encore tripler entre 2010 et 2020.

Tableau 1: Deux décennies de croissance de la valeur des exportations Ouest-africaines de karité.

Année	Est. Totale karité exporté (tek)	Exportation d'amandes (t)	Prix FAB des amandes (\$ E.-U. / t)	Valeur des amandes exportées / (\$ E.-U.)	Beurre industriel (t)	Beurre artisanal (t)	Prix FAB beurre (\$ E.-U. / t)	Valeur totale du beurre exporté (\$ E.-U.)	Valeur totale du karité exporté (\$ E.-U.)
2 000	101 500	100 000	100	10 000 000	-	500	3 000	1 000 000	11 500 000
2005	158 000	140 000	150	21 000 000	5 000	1 000	2 000	12 000 000	33 000 000
2010	340 000	175 000	300	52 500 000	50 000	5 000	1 500	82 500 000	135 000 000
2015	530 000	200 000	350	70 000 000	100 000	10 000	1 200	132 000 000	202 000 000
2020	950 000	290 000	400	116 000 000	200 000	20 000	1 300	206 000 000	402 000 000

Source : extrait du document de la stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina (page 31, tableau 3)

A Evolution et destination des importations des produits du karité

1/ Le marché international des amandes de karité

Selon la stratégie nationale de développement durable de la filière karité, une analyse de la situation pour la période 2010-2012 montre les changements importants qui se sont opérés dans l'industrie. **La première remarque concerne l'étonnante progression du Danemark, avec une augmentation entre 2010-2012 de 2 400 % de ses importations d'amandes de karité en provenance d'Afrique de l'Ouest.** Le Danemark est aujourd'hui le plus gros importateur d'amandes de karité d'Afrique de l'Ouest, avec \$E.-U 14 milliards (38 % des importations mondiales), suivi du Ghana avec \$E.-U 6,9 milliards (18 % des importations mondiales) et enfin de l'Inde avec \$ E.-U. 4,3 milliards (11 % des importations mondiales). **les exportations totales en volume des produits de karité en 2015 s'élevaient, en équivalent tonnes d'amandes de karité (TEK) à 530 000 tonnes. Il est attendu 950 000 tonnes en 2020 soit un taux d'accroissement de 79,24% en volume.** Sur le marché d'exportation des amandes de karité, le Burkina Faso est le premier exportateur mondial avec une part de marché au niveau mondial estimée à environ 48%. Au niveau national, les exportations d'amandes de karité représentent environ 97% des exportations totales des produits du karité, le beurre venant en deuxième position avec environ 3% de part totale des produits du karité exportés.

Le tableau 2 ci-dessous, tiré dudit document, donne le taux d'évolution des importations d'amandes de karité en provenance des pays les plus gros importateurs d'amandes de karité de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO).

Tableau 2 : évolution des importations d'amandes de karité des pays de la CEDEAO

Pays	Taux d'évolution entre 2002 et 2012 des importations d'amandes de karité
Danemark	2401,21%
Ghana	123,21%
Singapour	132,98%
Pays-Bas	526,61%
Espagne	2,38%
Côte d'Ivoire	56,33%
Togo	-21,63%

Source : extrait de la Stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina, page 31, tableau 4.

Pour ce qui est des périodes 2002-2004 et 2010-2012, les dix premiers pays importateurs d'amandes de karité sont les suivants :

Tableau 3: Top 10 des pays importateurs d'amandes de karité (SH-120799) en provenance d'Afrique de l'Ouest.

Rang	Période 2002-04				Période 2010-2012			
	Pays		Valeur \$ E.-U (millions)	Part	Pays		Valeur \$ E.-U (millions)	Part
1	GHA	Ghana	3104,07	32,17	DNK	Danemark	14 412,76	37,6
2	SGP	Singapour	1593,94	16,52	GHA	Ghana	6928,52	18,25
3	UNS	Non spécifié	845,29	8,76	IND	Inde	4343,66	11,44
4	TGO	Togo	666,44	6,91	SGP	Singapour	3713,58	9,78
5	ESP	Espagne	643,65	6,67	NLD	Pays Bas	2409,41	6,35
6	DNK	Danemark	576,23	5,97	NGA	Nigeria	914,83	2,45
7	NLD	Pays Bas	384,58	3,99	ESP	Espagne	658,95	1,74
8	CIV	Côte d'Ivoire	367,94	3,81	CIV	Côte D'Ivoire	575,20	1,51
9	COL	Colombie	364,41	3,78	TGO	Togo	522,31	1,38
10	MUS	Maurice	215,48	2,23	ECU	Equateur	314,81	0,83
	90,8				91,6			

Source : Extrait de la stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina, tableau 5 (page 32).

2/ Le marché international du beurre de karité

Selon la stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina, l'analyse des données statistiques sur les exportations de beurre de karité des pays d'Afrique confirme une forte croissance de celles-ci entre 2002 et 2012. Selon ces données, le taux de croissance annuel moyen des exportations de beurre de karité d'Afrique de l'Ouest pour la période 2002-2011 est de 56,3 %. Les plus gros pays importateurs du beurre de karité sont les Pays-Bas avec un taux d'évolution entre 2002 et 2012 de 2715,22 %, la France avec un taux d'évolution sur la même période de 1849,31 %. L'analyse statistique de la période 2010-2012 des importations des pays acheteurs de beurre de karité démontre une forte concentration des exportations mondiales vers seulement trois destinations : les Pays-Bas (51 % des importations), le Danemark (14,4 %) et la France (8,98 %). Pour ce qui est du beurre de karité, les exportations mondiales totales en 2015 étaient de 110 000 tonnes. Il est attendu 220 000 tonnes en 2020, soit un taux d'accroissement de 100%.

Les exportations de beurre de karité du Burkina Faso en 2015 étaient de 2 263 tonnes soit une part de marché mondial, en volume de 2,1%. **Le constat que l'on puisse faire porte sur la faible part de marché pour les produits transformés notamment le beurre de karité 3% en volume et les produits dérivés à base du beurre de karité contre 97% pour les amandes de karité.**

Pour ce qui du beurre de karité, le taux d'évolution des importations (tableau 4) ainsi que les plus gros pays importateurs (tableau 5) sont présentés ci-dessous.

Tableau 4: Taux d'évolution des importations de beurre de karité et les plus gros pays importateurs.

Les plus gros pays importateurs de beurre de karité en provenance de la CEDEAO	Taux d'évolution des importations de beurre de karité entre 2002 et 2012
Pays-Bas	2715,22%
France	1849,31%

Source : Stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina, tableau 6, page 35.

Tableau 5: Top 10 des pays importateurs de beurre de karité (SH-151590) en provenance d'Afrique de l'Ouest.

Rang	Période 2010-2012			
	Pays		Valeur \$ E-U (millions)	Part %
1	NLD	Pays-Bas	7168,91	51,26
2	DNK	Danemark	2013,55	14,40
3	FRA	France	1255,72	8,98
4	USA	États-Unis	550,49	3,94
5	CAN	Canada	404,33	2,89
6	DEU	Allemagne	376,73	2,69
7	IND	Inde	370,17	2,65
8	MYS	Malaisie	352,66	2,52
9	RUS	Russie	186,30	1,33
10	SGP	Singapour	146,04	1,04

Source : Stratégie nationale de développement durable de la filière karité du Burkina, tableau 7, page 36.

3/ Perspectives

Selon la stratégie nationale de développement durable de la filière karité, **le marché international du karité est séparé en deux groupes de produits : les huiles et graisses alimentaires (actuellement environ 90 % des débouchés du karité) et les autres produits – cosmétiques et non-alimentaires.**

3.1/ la stéarine de karité

Dans la catégorie des huiles et graisses, la stéarine du karité est utilisée dans de nombreux produits alimentaires et non-alimentaires et même dans l'énergie nucléaire. Grâce à ses points de fusion et d'ébullition élevés, elle permet de stabiliser un produit, ce qui facilite son stockage ou sa friture. De nombreuses margarines, pâtes à tartiner et autres matières grasses, sont formulées à partir de la stéarine de karité. Pour le moment, la demande la plus lucrative pour le karité – et probablement le meilleur exemple de l'avantage compétitif du karité – réside dans son utilisation comme équivalent / alternative au beurre de cacao (CBE). Sur les marchés émergents d'Asie, le taux d'utilisation de la stéarine de karité est situé entre 50 et 60% contre seulement 5% sur le marché européen du chocolat. Puisque la majorité du karité est utilisé comme ingrédient dans les CBA / CBE / CBI, la demande mondiale de karité est donc directement liée à l'intérêt global des consommateurs pour le marché de la confiserie et au prix du beurre de cacao.

S'il est vrai que l'essentiel de la demande en amande et en beurre de karité est orientée vers le marché de la confiserie ainsi que des produits cosmétiques et pharmaceutiques à travers la production conventionnelle, il faut aussi signaler qu'il existe une niche, abandonnée par les multinationales dont le cœur de métier est le développement des produits du karité pour lesdits marché et sur laquelle s'est orientée aussi certaines multinationales, il s'agit de la production d'amandes et de beurre biologique. Cette niche est aussi assez rentable et de plus en plus d'acteurs s'orientent vers cette dernière. Le beurre issu des amandes biologiques est utilisé beaucoup plus pour la fabrication de produits cosmétiques et pharmaceutiques que pour le marché de la confiserie.

3.2/ Le beurre de karité et l'oléine de karité

Selon la stratégie nationale de développement durable de la filière karité, le beurre de karité est considéré comme particulièrement intéressant pour toute une série de produits cosmétiques, cosméceutiques et pharmaceutiques, à cause de son taux élevé d'insaponifiables – l'agent bioactif du beurre.

Le beurre de karité est maintenant présent sous de nombreuses formes dans tout le **secteur des soins personnels** : Brut (extrait de manière artisanale ou industrielle en Afrique) ; Séché, micro-filtré et réemballé dans l'UE ; Raffiné (dégommé, javellisé et neutralisé pour réduire les acides gras libres (AGL), l'indice de Peroxyde (IP), les odeurs et les couleurs) ; Fractionné ou hydrogéné ; sous forme de fractions concentrées d'insaponifiables ; Sous forme de dérivés d'esters et de (poly) glycols ; et Certifié (bio ou commerce équitable, halal, kasher, végétalien, sans cruauté, etc.).

Aujourd'hui, le beurre de karité entre dans la composition de **beurres corporels hydratants** (jusqu'à 15-20 % du contenu), de gels liquides pour douche ou de shampoings (jusqu'à 15-20 % du contenu), de savons (jusqu'à 70-80 % du contenu), de baumes à lèvres et de nombreux autres produits de soin.

En seulement deux décennies, les produits cosmétiques naturels ont eu une forte croissance internationale car les consommateurs, principalement occidentaux, considèrent le karité comme un produit naturel fourni avec des propriétés hydratantes et bioactives uniques. Dans les cinq prochaines années, les études de marché indiquent que les ventes de produits cosmétiques naturels (karité et autres) atteindront \$E.-U. 6,3 milliards en Europe et \$E.-U. 5,8 milliards aux États-Unis. La croissance moyenne du secteur est estimée à 10 % pour la période 2012-2018. Le secteur des produits de soins naturels représente pour le moment seulement 2 % du marché total des cosmétiques, mais devrait peser 4 % en 2018.

A la lumière des perspectives d'évolution de marché pour le beurre de karité et ses produits dérivés, cela laisse augurer des lendemains intéressants pour le maillon transformation de la filière karité c'est-à-dire la transformation des amandes en beurre de karité, le fractionnement du beurre en stéarine et en oléine et enfin la transformation du beurre de karité en produits dérivés comme le savon, les pommades, les crèmes, beurres corporels hydratants, de gels liquides pour douche ou de shampoings, de baumes à lèvres, etc. Plusieurs raisons commandent que l'Etat burkinabè crée les conditions favorables à l'implantation d'unités industrielles complètes en termes de chaînes de valeurs dans la filière karité afin que l'économie burkinabè et les acteurs de la filière puissent saisir les opportunités de marchés qui se présentent à eux.

Il s'agit d'abord du fait que le Burkina Faso dispose d'un avantage comparatif réel à faire valoir dans la filière karité quant à la qualité des produits et du potentiel dont il dispose par rapport aux autres pays producteurs. Pour ce faire, il ne lui reste qu'à développer un avantage compétitif pour mieux profiter de son avantage comparatif.

Ensuite, il existe de réelles opportunités de marchés pour les produits de la filière karité comme la stéarine, l'oléine, les savons et les autres produits cosmétiques (pommades, shampoing, gel, lotions, etc.) ainsi que pour les produits pharmaceutiques à base de beurre de karité car l'industrie alimentaire, cosmétique et pharmaceutique au Nord ainsi que le marché domestique, sous-régional et régional offrent de réelles perspectives de demande du reste, sans cesse croissante, de façon exponentielle, en témoigne ces quelques exemples ci-dessus cités.

A titre d'exemple, trois tonnes (3 000 kg) d'amandes de karité exportées rapportent en moyenne 375 000 F CFA de recettes d'exportation. Ces trois tonnes d'amandes transformées en une tonne de beurre de karité (1 000 kg) rapportent environ 1 100 000 F CFA (beurre conventionnel) de recettes d'exportation. La différence, soit 725 000 F CFA constituant la valeur ajoutée perdue à travers l'exportation de la matière première amande de karité au détriment du beurre de karité.

Enfin, le maillon de la transformation c'est-à-dire la transformation sur place des amandes de karité en beurre, le fractionnement du beurre en stéarine et en oléine, la transformation du beurre en produits dérivés comme le savon à base de beurre de karité, les pommades, les gels, les shampoing, est le maillon le plus faible de la filière karité du Burkina Faso pendant que c'est le maillon qui crée le plus de valeur ajoutée et qui présente des perspectives de rentabilité plus intéressante aussi bien sur les marchés sous-régional, régional qu'international. De plus, il existe une main-d'œuvre qualifiée, jeune et relativement bon marché immédiatement disponible et une politique de valorisation du capital humain orienter vers le renforcement des capacités des jeunes afin de développer leur employabilité à travers des formations professionnelles là où le besoin existe, de façon rentable.

Par ailleurs, le pays est un vaste chantier en pleine construction et qui a donc besoin de devises à cet effet pour réaliser la transformation structurelle de l'économie pendant que la balance commerciale est structurellement déficitaire d'où la nécessité pour le gouvernement de promouvoir l'exportation de produits à forte valeur ajoutée c'est-à-dire l'exportation de produits finis transformés ou semi-finis car, c'est le principal levier sur lequel il faut agir pour la mobilisation des ressources propres du budget de l'Etat y compris en termes de devises.

Au regard du rôle important que joue le secteur des exportations et du commerce international dans la mobilisation des ressources propres du budget de l'Etat, nombre de pays ont pris des mesures spécifiques pour promouvoir les investissements et la compétitivité des entreprises à l'exportation et le Burkina Faso doit faire autant notamment pour la filière karité pour laquelle il dispose d'un avantage comparatif certain par rapport à tous les autres pays d'Afrique, producteurs du karité.

Actuellement, il existe une réelle volonté politique affichée par le Gouvernement pour promouvoir le maillon de la transformation par la création de conditions favorables aux investissements dans la création d'unités industrielles. Volonté politique manifestée à travers le Plan National de Développement Economique et Social (PNDES). Le PNDES met au cœur de ses actions prioritaires, la transformation structurelle de l'économie nationale et cela passe par la création de conditions idoines d'un environnement macro et micro-économique favorable au développement des affaires et notamment l'implantation d'unités industrielles pour la transformation des matières premières sur place et l'exportation de produits transformés plus élaborés et plus compétitives.

CONCLUSION

L'analyse de la demande internationale fait ressortir des perspectives de marchés intéressantes aussi bien pour les amandes que le beurre de karité ainsi que ses produits dérivés avec même des marchés émergents au plan géographique comme l'Asie. L'analyse du marché des produits du karité au niveau national montre qu'il s'agit d'un marché où il y a un petit nombre de demandeurs face à des milliers d'offreurs, toute chose qui présente une situation déséquilibrée et une trop grande dépendance des offreurs vis-à-vis des demandeurs au niveau national. Par ailleurs, il ressort que le maillon de la transformation est le maillon faible de la filière pendant que c'est le maillon le plus rentable et donc plus créatrice de valeur ajoutée pour l'économie nationale. Cela laisse présager que la diversification des produits et des marchés est une nécessité impérieuse pour un développement harmonieux de la filière karité du Burkina Faso et pour une meilleure contribution de ladite filière à la croissance économique, à l'accroissement des ressources propres du budget de l'Etat, à la création d'emplois, de valeur ajoutée plus consistante en tant que filière porteuse. La volonté politique affichée du gouvernement à travers le PNDES permet de s'assurer que les conditions idoines seront créées pour promouvoir le secteur de la transformation des produits du karité.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Stratégie nationale de développement durable de la filière karité (2015-2019) ;
- Etude sur les aspects socioéconomiques des filières prioritaires des produits forestiers non ligneux : *Acacia macrostachya*, *Tamarindus indica*, *Balanites aegyptiaca*, *Adansonia digitata*, *Parkia biglobosa*, *Saba senegalensis*, *Vitellaria paradoxa*, *Ziziphus mauritiana*, *Bombax costatum* (janvier 2017) ;
- Promotion des filières agro-sylvo-pastorales, halieutiques et fauniques : concepts et approches (Version finale) (SP/CPSA, mai 2011) ;
- Plan national de développement économique et social (PNDES, 2016-2020).