AgEcon SEARCH
RESEARCH IN AGRICULTURAL & APPLIED ECONOMICS

The World's Largest Open Access Agricultural & Applied Economics Digital Library

This document is discoverable and free to researchers across the globe due to the work of AgEcon Search.

Help ensure our sustainability.

Give to AgEcon Search

AgEcon Search
http://ageconsearch.umn.edu
aesearch@umn.edu

*Papers downloaded from **AgEcon Search** may be used for non-commercial purposes and personal study only. No other use, including posting to another Internet site, is permitted without permission from the copyright owner (not AgEcon Search), or as allowed under the provisions of Fair Use, U.S. Copyright Act, Title 17 U.S.C.*

PRESAO POLICY BRIEF No.2014-2
Promotion des chaînes de valeur inclusives : perspectives et potentialités des produits horticoles au Mali

Steven Haggblade, Abdramane Traoré , Lamissa Diakité, Zéinabou Dramé
Moumouni Sidibé et

février 2014
http://www.aec.msu.edu/fs2/presao.htm

1. L'importance des produits horticoles aux populations vulnérables

D'une part, les populations vulnérables au Mali cherchent des opportunités économiques plus rémunératrices. D'autre part, les marchés horticoles présentent de très grandes opportunités de croissance ainsi que de multiples produits de très haute valeur. En quelle mesure ces marchés horticoles pourront ils élargir les opportunités d'emplois productifs pour les groupes vulnérables : les pauvres, les femmes et les jeunes?

Presque la moitié (47%) de la population malienne vit en-dessous du seuil monétaire de pauvreté. A cause du taux de fertilité élevé au Mali, les jeunes dominent la pyramide démographique malienne. Aux 2,7 millions de jeunes déjà âgés entre 15 et 24 ans vont s'ajouter 3,9 millions d'autres jeunes d'ici dix ans. C'est ainsi que la création d'emplois rémunérateurs pour les jeunes devient un défi principal de la politique économique malienne

Vu la haute intensité de demande de main d'œuvre, la production horticole crée d'importantes opportunités d'emploi et d'entrepreneuriat dans la production, la transformation et la commercialisation. Au niveau de la production, environs 250,000 maliens travaillent dans les champs horticoles dont une forte propension de femmes (Tableau 1).

Produits de très haute valeur, les tomates, les échalotes, les oignons, le gombo et autres produits horticoles donnent lieu à une valeur de production entre trois à cinq fois plus élevée par hectare que les céréales et le coton. Le rendement à la main d'œuvre, également élevé, tourne autour de 2.500 à 13.000 CFAF/jour.

Tableau 1. Activité horticole au Mali, 2006

	Hommes	Femmes	Total
Nombre d'exploitants	40.426	51.199	91.625
Nombre d'actifs occupés	156.517	94.581	251.098
Superficies cultivées	7.639	2.069	9.708
Actifs par exploitation	3,9	1,8	2,7
Superficie par exploitation (M2)	1.890	404	1.060

Source Ministère de l'Agriculture (2008).

Souvent considérées comme cultures des femmes, les produits horticoles offrent des possibilités économiques considérables pour les femmes et les jeunes. Les femmes comptent pour environs 40% des actifs au niveau de la culture et 80% des commerçants des produits horticoles (Tableau 1 et Diakité et al. 2014).

Vu ces atouts, ce rapport vise à identifier dans les chaînes de valeur horticoles les opportunités existantes et éventuelles de croissance des revenus des groupes vulnérables -- les pauvres, les jeunes et les femmes.

2. Structure actuelle

2.1. Différences régionales

Les cultures horticoles sont pratiquées partout au Mali là ou l'eau est disponible pour couvrir le cycle des cultures. Cependant, il existe une spécialisation assez marquée des grandes zones de culture pour les différents produits. Ainsi, l'échalote se cultive principalement dans les régions de Ségou et Mopti. L'oignon bulbe est cultivé dans la région de Tombouctou et celle de Sikasso. La production de tomate, de chou et de gombo est plus décentralisée, la culture étant réalisée un peu partout où il existe la disponibilité de l'eau et des voies d'accès aux marchés de consommation des grandes villes (Tableau 2).

Tableau 2. Répartition des superficies cultivées, par produit horticole et par région

Region	Echalote	Oignons	Tomate	Chou	Gombo	Pomme de terre	Autres	Total
Segou	0.70	0.05	0.24	0.06	0.11	0.01	0.12	0.38
Sikasso	0.03	0.32	0.22	0.27	0.20	0.90	0.17	0.22
Mopti	0.24	0.02	0.05	0.02	0.03	0.00	0.05	0.13
Tombouctou	0.01	0.40	0.28	0.03	0.03	0.03	0.20	0.10
Bamako	0.00	0.01	0.01	0.23	0.30	0.00	0.28	0.08
Koulikoro	0.02	0.10	0.12	0.32	0.13	0.03	0.06	0.05
Gao	0.00	0.09	0.05	0.03	0.19	0.02	0.09	0.04
Kayes	0.00	0.01	0.02	0.05	0.01	0.00	0.02	0.01
Kidal	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Total	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00

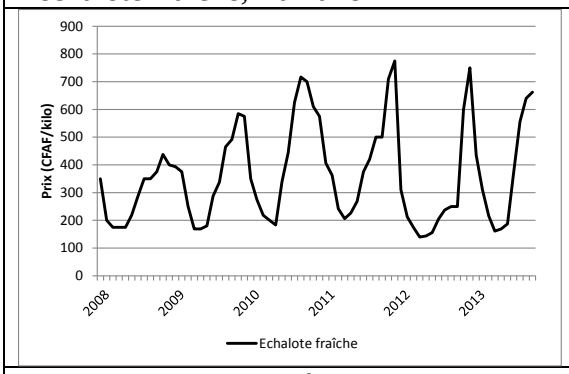
Source : MinAgri (2008).

2.2. Saisonnalité

Les difficultés de production horticole pendant l'hivernage, à cause des problèmes multiples de pestes, de maladies et de chaleur, donnent lieu à une très forte saisonnalité des prix (Figure 1).

Cette saisonnalité marquée des prix est à l'origine d'un cycle annuel d'importation et d'exportation d'un même produit selon les différentes saisons. La forte baisse des prix pendant les mois de la récolte alimentent les exportations saisonnières des échalotes fraiches vers la Mauritanie, le Sénégal, la Côte d'Ivoire et le Ghana pendant les mois de février à avril. Par contre, en fin d'hivernage et en début de la saison sèche avant les premières récoltes, la hausse rapide des prix maliens attire les importations saisonnières des oignons (du Maroc, de la Hollande et de la France), des tomates (du Burkina Faso) et des pommes de terre (de la Hollande et la France).

Figure 1. Saisonnalité des prix de l'échalote fraîche, Bamako



Source : base de données OMA.

2.3. Structure des canaux de distribution

En général, on peut distinguer trois catégories de circuits de distribution des produits horticoles.

Autoconsommation. A la différence des céréales, ce canal reste faible pour les produits horticoles (Figure 2). En moyen, 89% des produits horticoles sont commercialisés et les 11% sont autoconsommés (Diakité et al. 2014). Ceci signifie que la vaste majorité de la production horticole est orientée vers le marché.

Circuits courts. Une partie de la production horticole est commercialisée dans les villages et les marchés de proximité des zones de production. Dans ces cas, le nombre d'intermédiaires reste faible. La plupart du temps, ceux sont les producteurs eux-mêmes qui livrent les produits aux détaillants des marchés locaux (Figure 6, Canal 2).

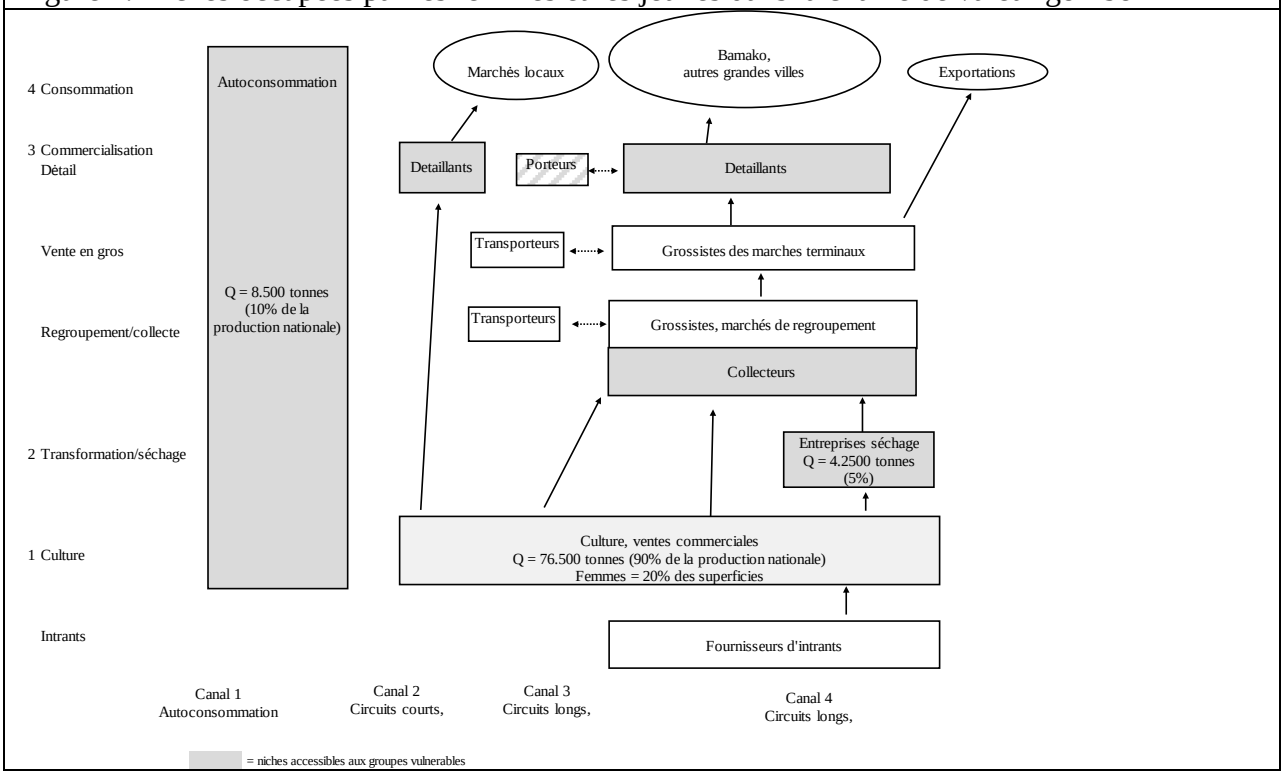
Circuits longs. Les marchés terminaux sont souvent très distants des zones de production. C'est surtout le cas des produits moins périssables comme les oignons et l'échalote. Par contre, la laitue, les aubergines, qui sont plus périssables, sont surtout commercialisés sur place (Figure 6, Canaux 3 et 4).

La transformation des fruits et légumes au Mali reste essentiellement domestique et artisanale. Il n'existe qu'une seule unité agro-industrielle qui est la SOMACO, mais cette unité connaît actuellement des difficultés et des études sont en cours pour sa relance.

2.4. Rôle des groupes vulnérables

Les femmes. Les femmes dominent le commerce des produits horticoles. Elles constituent environs 80% des commerçants de ces produits (Diakité et al. 2014). Au niveau de la production, les femmes gèrent aussi la majorité des exploitations horticoles mais avec les superficies cultivées inférieures à celles des hommes. Les femmes cultivent seulement 20% des superficies horticoles (Tableau 1).

Figure 2. Niches occupées par les femmes et les jeunes dans la chaine de valeur gombo



Les jeunes et les pauvres. Les cultures maraîchères nécessitent une main d'œuvre importante et offrent une activité rémunératrice aux couches les plus défavorisées de la population. Les jeunes et des pauvres interviennent le plus souvent comme main d'œuvre employée dans les champs des autres ou comme porteurs et tacherons dans les marchés de regroupement et de gros (Figure 2). Par contre, très peu de jeunes et de pauvres se trouvent comme chef d'exploitation des champs horticoles

3. Dynamiques

3.1. La demande

La consommation et la commercialisation des produits horticoles augmentent rapidement, tirées par un taux d'urbanisation d'environ 4,8% par an et par une augmentation de revenus. Dans la capitale Bamako, la consommation des fruits et légumes est passée de 15 à 36 kg/habitant/an pendant ces 2 dernières décennies (Diakité et al. 2014).

3.2. L'offre

Cette hausse continue des marchés urbains a provoqué une augmentation de l'offre domestique des producteurs. Aux alentours de Bamako s'est vu naitre une véritable ceinture verte d'exploitations horticoles ciblant ce marché. Dans les régions plus éloignées, la production horticole a aussi augmenté grâce aux mesures et actions prises, entre autres :,

• *Investissements dans la maîtrise de l'eau* : qui facilitent la production irriguée de contre saison.

• *Libéralisation du marché céréalier :* qui, à partir des années 80, a permis une facilitation de commercialisation des produits avec la croissance rapide du nombre de commerçants privés dans les grandes zones excédentaires comme l'Office du Niger.

• *Construction des routes :* qui a contribué au désenclavement des zones de production de Niono et des autres grands centres de production horticole.

• *Recherche et vulgarisation :* qui a mis à la disposition des producteurs des variétés améliorés des différents produits horticoles, des techniques culturales appropriées et des systèmes de stockage, de séchage et de transformation des produits maraichers adaptés.

3.3. Opportunités

Actuellement, les chaines de valeur horticoles au Mali constituent un système de très haute valeur, de croissance rapide et qui entraine une demande considérable de main d'œuvre et d'emplois (Tableau 3).

3.4. Risques

Mais en même temps, il souffre de deux grands passifs structurels : un taux élevé de pertes (autour de 40% selon certains) et la forte fluctuation des prix. Dans l'avenir, les interventions ciblant ces deux faiblisses ouvriront des opportunités d'augmentation de la valeur ajoutée disponible à l'ensemble des participants du système.

Tableau 3. Emplois permanents dans les exploitations horticoles aux alentours de Bamako, 1995

	Taille de l'exploitation ('000 M2)			
	< 1	1-5	> 5	Moyenne
Pourcentage d'exploitations qui emploient de la main d'oeuvre continuelle	47%	83%	96%	73%
Nombre d'oeuvriers permanent par exploitation	0.6	1.5	2.5	1.3

Source : Tallec et Bockel (2005).

4. Implications pour les vulnérables

4.1. Les pauvres

Les pauvres participent comme ouvriers dans les champs des autres, mais rarement comme propriétaires, faute d'accès aux terres irrigables et au financement des intrants. Toute intervention qui fait croitre la valeur ajoutée du système bénéficiera à ce groupe indirectement à travers l'augmentation des emplois et des salaires journaliers.

4.2. Les femmes

La croissance des marchés horticoles entrainera les opportunités pour des femmes dans la commercialisation et dans la production des produits maraichers.

Pour augmenter leur part dans la production des produits horticoles, il apparaît nécessaire de résoudre les deux problèmes majeurs qui sont les difficultés liées à l'accès au foncier et la problématique de l'accès à l'eau d'irrigation. Donc, les études hydrologiques devront accompagner les études foncières dans les grandes zones de production horticole – Sikasso, la ceinture péri-urbaine qui entoure Bamako, et les zones irriguées du nord.

4.3 Les jeunes

Les jeunes travaillent, comme les pauvres, en tant que main d'œuvres dans les champs d'autrui et pour le compte des commerçants indépendants. En général, ils ne participent pas en tant que gérants d'entreprises individuelles. La grande opportunité non-exploitée pour les jeunes, donc, reste celle de l'entrepreneuriat – soit de commerce soit de production. Les programmes d'entrepreneuriat ciblant les jeunes pourront se focaliser sur les questions techniques agronomiques, du marché, de transformation et de gestion des finances et de la main d'œuvre.

4.4. Interventions qui favoriseront une croissance inclusive

Les marchés horticoles détiennent des opportunités considérables d'accroissement des revenus pour les femmes, les jeunes et les pauvres. Quatre caractéristiques des produits horticoles les rendent accessibles à ces groupes vulnérables. Il s'agit des produits : • de très haute valeur, • de très haute intensité de main d'œuvre, qui créent, donc, beaucoup d'emplois; • dont les marchés sont en pleine croissance séculaire; et • de production en saison sèche quand la concurrence foncière avec les céréales s'avère beaucoup amoindrie et donc quand les terres sont plus disponibles aux jeunes et aux femmes.

Afin de favoriser une croissance inclusive, il faut envisager une série d'actions qui contribueront d'abord à la croissance et d'autre part à l'élargissement des créneaux de participation des groupes vulnérables. Les investissements qui soutiennent la croissance horticole sont en général les systèmes de contrôle et de qualité d'eau, les politiques qui favorisent le commerce libre, la construction des routes et la recherche et la vulgarisation qui augmentent la productivité globale du système.

Pour élargir la part des jeunes, qui sont actuellement sous-représentés comme producteurs, des programmes d'entrepreneuriat et de formation technique en matières horticoles ciblant les jeunes pourront être utiles. Afin d'augmenter la participation des femmes et des jeunes comme producteurs, des études et interventions dans le foncier et dans l'adduction d'eau s seront nécessaires dans

les bassins principaux de production horticole.

Références

Diakité, Lamissa, Dramé, Zéinabou et Sidibé, Moumouni. 2012. Analyse de la chaîne de valeur des produits horticoles: tomates fraîches, échalotes fraiches, Gombos et Choux au Mali. Bamako : Chambre d'Agriculture du Mali, IER et MSU.

Diakité, Lamissa, Dramé, Zéinabou, Haggblade, Steven, Sidibé, Moumouni et Traore, Abdramane. 2014. Promotion d'une chaîne de valeur inclusive : perspectives et potentialités des produits horticoles au Mali. Chambre d'Agriculture du Mali, IER et MSU.

Jansen, Anicca, Thomas Pomeroy, Joel Antal and Thomas Shaw. 2007. Mali Value Chain Finance Study. Washington, DC: USAID.

Ministère de l'Agriculture. 2008. Recensement des exploitants maraichers: champagne maraichère 2005/06. Bamako: Ministère de l'Agriculture, Cellule de Planification.

Tallec, Fabien and Louis Bockel. 2005. Case Study on Commodity Chain Analysis: Analysis of the Suburban Market Horticulture Sub-Chain of Bamako (Mali). Bamako: FAO.