

Chaîne de valeur et commercialisation des céréales au Mali

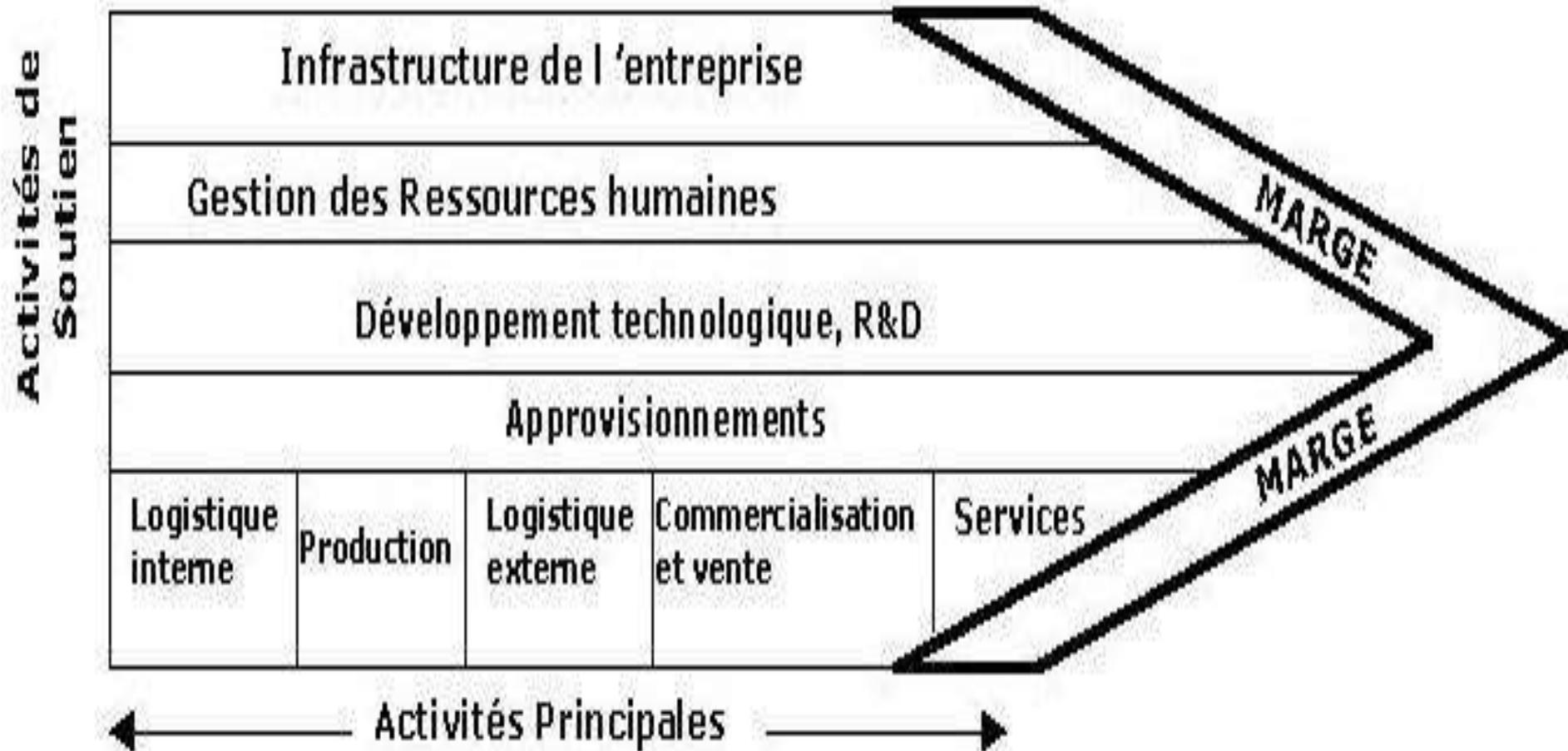
Dr Lamissa DIAKITE

I. Le concept de chaîne de valeur

- ❑ **Le concept de chaîne de valeur a été introduit par Michael Porter dans son ouvrage "L'avantage concurrentiel" (Porter 1986, p52).**
- ❑ **La chaîne de valeur permet de décomposer l'activité de l'entreprise en séquence d'opérations élémentaires et d'identifier les sources d'avantages concurrentiels potentiels.**
- ❑ **Voir le modèle "Business system" décrit dans Stratégor (Stratégor, 1993, p 45)**

- “La valeur est la somme que les clients sont prêts à payer pour obtenir le produit qui leur est offert.**
- Cette valeur résulte de différentes activités réalisées par les fournisseurs, la firme et les circuits de distribution, que ceux-ci soient intégrés ou non à la firme.**
- Au sein de cet agrégat, M. Porter cherche à identifier les lieux essentiels de création de la valeur, de manière à cerner les modalités permettant d'obtenir un avantage concurrentiel.”**

Schéma classique de la chaîne de valeur



2. Commercialisation des céréales au Mali

2.1.Contexte du marché céréalier au Mali

- ❑ Restructuration du marché céréalier avec la libéralisation effective de la commercialisation des produits agricoles (1981-1992);**
- ❑ Mise en place en SIM en 1991/92 et du SIM à l'OMA en 1998/99;**
- ❑ Hausse des prix des denrées et crise alimentaire en 2007 et 2008 et début des subventions;**
- ❑ Mise en œuvre par le Gouvernement de mesures (tarifaires, non tarifaires, administratives pour pouvoir juguler la crise alimentaire;**
- ❑ Dysfonctionnement du marché céréalier (insuffisance d'organisation des acteurs);**

2.2. Organisation du marché céréalier au Mali

- **La commercialisation des céréales s'organise à travers plusieurs types de marchés et de points d'échange où des services de collecte, de regroupement, de transport et de détail sont exécutés.**
- **La description des différents marchés sur lesquels les céréales sont collectées, regroupées et vendues aux consommateurs sont décrits comme suit:**

2.2.1. Petits marchés de production

- **La notion de marché de production se définit comme étant le système de commercialisation animé au niveau des villages par les producteurs et les collecteurs.**
- **Les collecteurs sont généralement des producteurs originaires de la zone donc très connus dans le milieu ayant une certaine notoriété et une surface financière modeste. Ils ont généralement la confiance des autres producteurs de leur localité**

Il existe deux types de collecteurs :

- les collecteurs indépendants qui utilisent leur propre argent pour effectuer les achats et ;**
- les collecteurs dépendants qui ne disposant pas de fonds propres sont préfinancés par les demi-grossistes et les grossistes pour effectuer les achats.**

A ce titre, ils peuvent parfois consentir des prêts aux producteurs pendant la période de soudure contre paiement en céréales à la récolte.

2.2.2. Grands marchés de production

- **Les grands marchés de production se trouvent généralement le long des routes ou des pistes améliorées accessibles aux véhicules. Ils sont fréquentés par des producteurs de plusieurs villages et des collecteurs des petits marchés de production. Les grands marchés de production servent de point focal de regroupement des céréales où les quantités achetées par les collecteurs sont cédées au regroupeur ou demi-grossiste.**
- **(SIM) sont des grands marchés de production.**

- **Les quantités ainsi regroupées sont systématiquement drainées vers un gros centre de regroupement (capitale régionale) afin de limiter le temps de stockage au niveau des grands marchés de production que sont les chefs-lieux des sous-préfectures et de cercles.**
- **L'essentiel des marchés de production qui sont couverts par le Système d'Information sur les Marchés.**

2.2.3. Grands centres de regroupement

- **Ces centres sont caractérisés par la présence des grossistes qui possèdent des magasins pour stocker les céréales provenant de plusieurs marchés de production. Ces grands centres de regroupement qui correspondent aux capitales régionales servent de points de départ des céréales vers les grands centres de consommation de l'intérieur (Bamako) et de l'extérieur.**

2.2.4. Grands centres de consommation

- **Les grossistes de Bamako prennent en dépôt d'importantes quantités de céréales provenant des régions. C'est à partir de ces magasins de gros que se ravitaillent les demi-grossistes et les détaillants de céréales. Les détaillants existent à des échelles d'activités différentes au niveau de toute la chaîne des transactions céréalières. Les commerçants (intermédiaires) assurent le lien entre les producteurs et les consommateurs.**

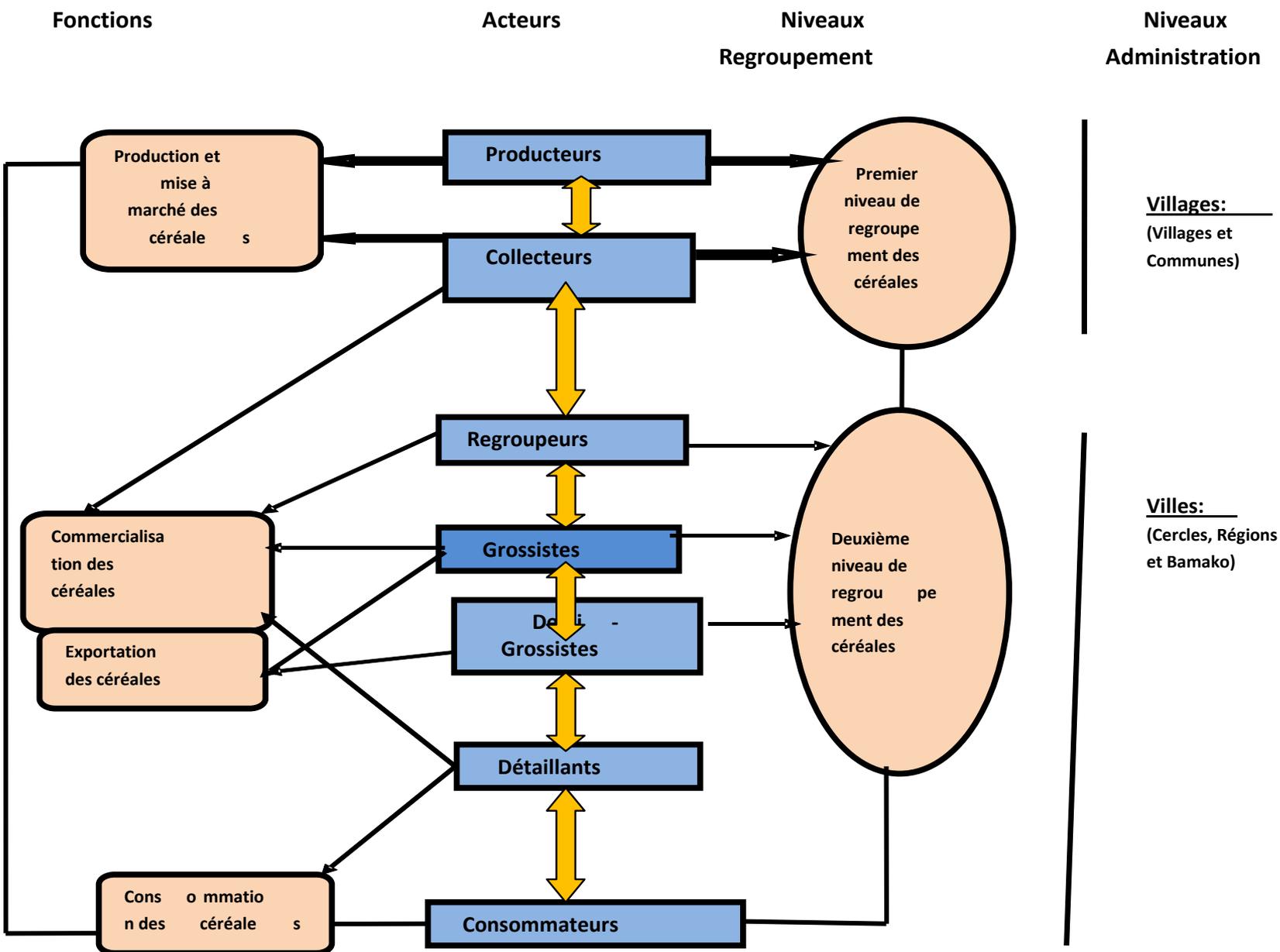
2.3. Les circuits de commercialisation des produits agricoles

- **Les circuits de commercialisation sont ici définis comme les principaux axes qu'empruntent les acteurs pour assurer la circulation des produits des zones de production vers les zones de consommation et/ou des zones excédentaires vers les zones déficitaires.**
- **Ces circuits peuvent être internes (à l'intérieur du même pays) et/ou externes (d'un pays vers d'autres pays).**

2.3.1. Les principaux axes de commercialisation des céréales

Principaux axes et produits	Zones d'origines	Zones de destination	
	Intérieur Mali	Intérieur Mali	Extérieur
Axe occidental (Mil, sorgho, maïs, riz)	Kégnéba, Bafoulabé, Kita, Bamako.	Nioro du Sahel, Kayes, Yélémani	Mauritanie, Sénégal, Guinée.
Axe centre (Mil, sorgho, maïs, riz)	Niono, Bamako, Ségou, Bla, Mopti, Koro, Bankass, Koulikoro	Tominian, San, Bla, Mopti, Bamako	Guinée, Sénégal, Côte d'Ivoire, Burkina Faso.
Axe sud (Mil, sorgho, maïs, riz)	Sikasso, Kadiolo, Bougouni, Koutiala, Yorosso, Kolondiéba, Yanfolila, Bamako	Bamako, Mopti, Tombouctou, Gao, Kiadal, Kayes	Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée.
Axe oriental (Riz, Blé,)	Gao, Tombouctou, Diré.	Tombouctou, Gao, Kidal, Diré	Burkina Faso, Niger.

2.3.2. Structure générale du marché céréalier du Mali



- **La collecte primaire correspond à la vente des céréales du producteur au collecteur ;**
- **Le premier niveau de regroupement se fait au niveau des marchés de production ; les céréales passent du collecteur primaire au regroupeur en fin de journée de marché ;**
- **Le second niveau de regroupement: le regroupeur cède les céréales au grossiste basé dans les gros centres de regroupement ;**
- **Le premier niveau de transfert: les céréales sont transférées du grossiste des gros centres de regroupement aux grossistes des grands centres de consommation (chefs lieux de régions et la capitale, Bamako) ;**

- **Le second niveau de transfert: les grossistes des grands centres de consommation cèdent les céréales aux détaillants et enfin ;**
- **La vente des céréales aux consommateurs est assurée par les détaillants.**
- **De façon simplifiée les différentes fonctions de la chaîne peuvent être décrites comme suit:**
- **Les collecteurs : le premier maillon du circuit est la collecte des céréales auprès des producteurs. Elle est assurée par les collecteurs qui travaillent au niveau des marchés ruraux. On compte en moyenne 10 à 20 collecteurs par marché rural.**

- **Avec des moyens financiers limités les quantités achetées ne dépassent généralement pas deux (2) tonnes. Les quantités achetées sont regroupées au niveau de ces marchés. Les collecteurs sont souvent pré financés par les demi-grossistes et les grossistes.**
- **Les demi-grossistes : ils achètent les stocks de céréales constitués par leur réseau de collecteurs et auprès de producteurs acheteurs. Ils assurent le transport des marchés ruraux aux chefs lieux de cercles et supportent également la charge de stockage..**

- **Ces demi-grossistes voire les grossistes régionaux n'ont en général pas accès au crédit bancaire et travaillent sur fonds propres ou crédits informels souvent très onéreux d'où une contrainte constante de trésorerie. Cette situation limite au minimum les délais de stockage des céréales .**
- **Les grossistes: ils sont basés au niveau des chefs lieux de région et de la capitale, Bamako. C'est le lieu de convergence des céréales des centres de regroupement vers les grands centres de consommation.**

2.4. Les flux et structure des exportations des céréales au Mali

- **Au Mali, les statistiques officielles présentent les exportations des céréales et produits primaires vers un nombre important de pays.**
- **Toutes les exportations ne sont pas des exportations commerciales.**
- **Il existe des exportations sur des pays Européens, Asiatiques, Américains.**
- **Ce sont les exportations familiales des ressortissants Maliens vivant dans ces différents pays.**

2.4.1. Evolution du volume des flux des importations de riz au Mali

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Moyne	% pays
PAKISTAN	21698	22141	23016	43864	39478	15769	16557	26075	18,13
INDE	33668	34355	35712	25617	23055	18423	19344	27168	18,89
BIRMANIE	52505	53576	55693	48706	43835	29978	31477	45110	31,36
THAILAND	16000	16327	16972	64865	58379	16260	17073	29411	20,45
VIETNAM	9429	9622	10002	9991	8992	5561	5839	8491	5,90
SINGAPUR	1227	1252	1301	1170	1053	705	740	1064	0,74
CHINE	1924	1964	2041	4572	4115	1496	1571	2526	1,76
JAPON	5930	6051	6290	1986	1787	2885	3029	3994	2,78
T. Princip pays	142381	145288	151027	200771	180694	91077	95630	143839	78,02
Autres	35099	74843	57720	30615	27554	28240	29652	40532	21,98
Total	177480	220131	208747	231386	208248	119317	125282	184 371	100,00

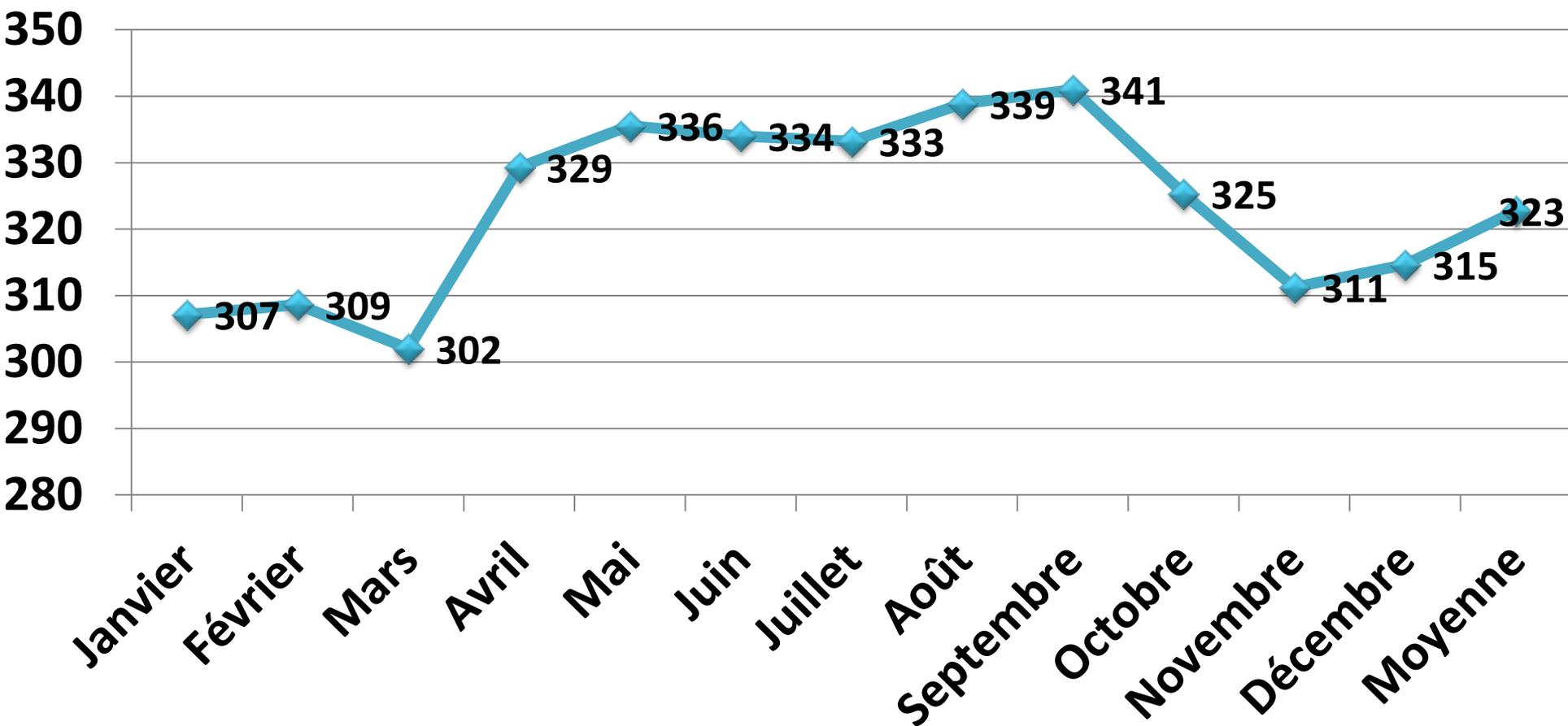
2.4.3. Evolution des exportations de riz au Mali de 2007 à 2012 en tonnes

Pays	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Moyenne
Côte d'Ivoire	0	0	0	0	4988	0	831
Burkina Faso	0	0	0	0	0	0	0
Mauritanie	226	140	627	62	62	0	186
Guinée	0	250	2832	0	1880	0	827
Sénégal	0	0	0	0	30	285	53
Niger	0	0	0	62	80	0	24
Total	226	390	3459	124	7040	285	1921

- **Le Mali exporte vers 7 pays essentiellement des pays voisins (Côte d'Ivoire, Guinée, Burkina Faso, Sénégal, Mauritanie, Niger et Algérie.**
- **Ceci indique que le transbordement au niveau des frontières est très important dans les échanges frontaliers des céréales.**

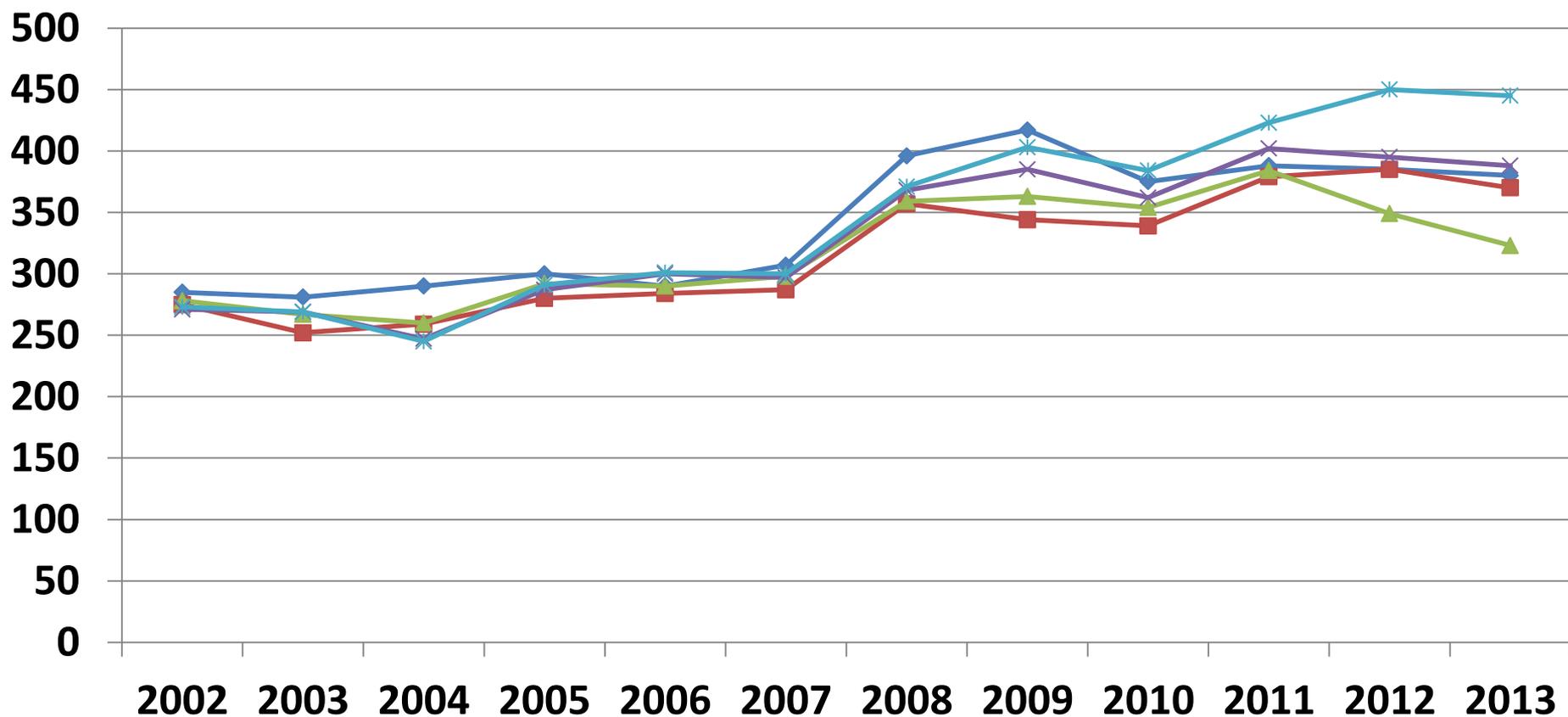
2.4.5. Evolution des prix mensuel du riz local au consommateur en F CFA/Kg

◆ Prix moyen Consommateur riz local en F CFA/Kg de 2008 à 2014



4.26. Evolution des prix au consommateur du riz local et importé en e F CFA/Kg

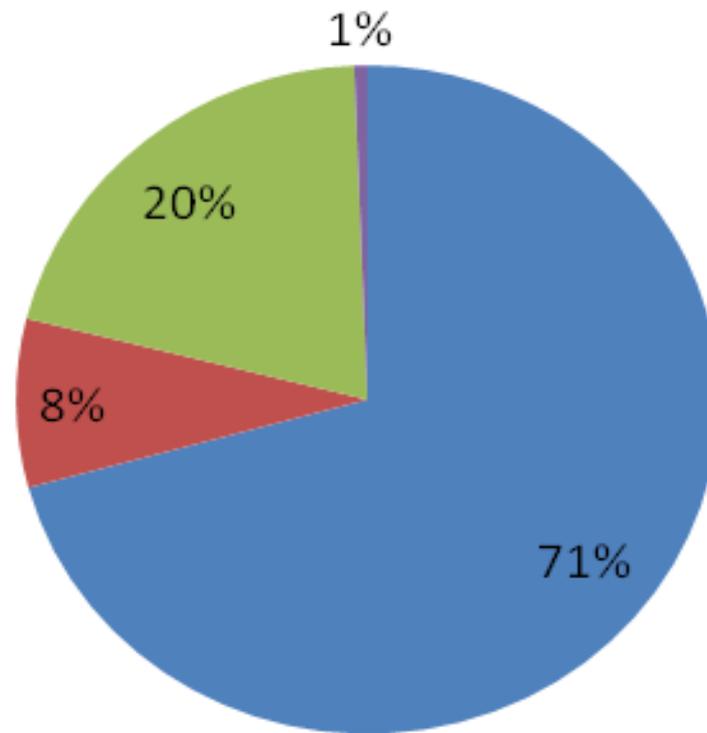
◆ Riz brisure importé ■ Riz RM40 importé ▲ Riz Local
✕ Riz Euvé Blanc ✧ Riz Euvé Rouge



- **La hausse des prix s'inscrit dans la logique générale de la dynamique des marchés et a été intensifiée en 2007 avec la crise généralisée des prix des produits alimentaires.**
- **Cette augmentation des prix s'explique en partie par la prise d'une part de marché par les producteurs qui à travers leurs organisations interviennent de plus en plus sur le marché des produits agricoles en vue de la récupération d'une part de la marge de commercialisation.**

2.5. Analyse des coûts de transaction des céréales

■ Coût transport ■ Coût manutention
■ Coût sacherie/Gardiennage ■ Coût ficelle



- **Les coûts de transport qui intègrent les frais de location, les frais du carburant et lubrifiant, les frais de routes des agents à bord des camions, est le plus important avec environ 71% de la structure des coûts de transaction.**
- **Les coûts de gardiennage et de sacherie représentent 20% de la structure des coûts de transaction. Concernant les coûts de manutention, ils représentent environ 8% et les coûts de la ficèle même marginale, représentent 1%.**

2.6. Effets de la politique de libéralisation du marché céréalier au Mali

- **Une augmentation continue de la production céréalière;**
- **un marché céréalier de plus en plus concurrentiel;**
- **une amélioration de l'efficacité du marché céréalier;**
- **un impact de la libéralisation sur les producteurs très variable;**
- **la Sécurité alimentaire s'est améliorée mais la malnutrition demeure;**
- **la compétitivité des céréales du Mali;**
- **l'amélioration de la balance des paiements**

2.7. Contraintes de développement du marché céréalier

- **Insuffisance d'infrastructures de commercialisation en l'occurrence les moyens de transport (routes, camions, charrettes);**
- **Insuffisance de formation, d'organisation et d'information des acteurs ;**
- **Difficultés liées au fonctionnement du marché;**
- **Difficultés d'accès au financement;**
- **Prohibition des exportations de céréales;**
- **Effets des exonérations de taxes sur les importations;**
- **Coût élevé des frais de transport des céréales sur les différents axes de commercialisation,**

- **Insuffisance, voire le manque de lignes de crédit de commercialisation des céréales;**
- **Insuffisance d'organisation des acteurs de la commercialisation.**

2.8.Conclusions

- **Il faut noter que le dysfonctionnement du marché céréalier, l'asymétrie de l'information et la non performance du système de commercialisation sont des éléments clés de la problématique de développement du marché céréalier.**
- **L'analyse des prix indique une tendance à la hausse pour l'ensemble des céréales. Cette tendance s'est accentuée entre 2007 et 2009.**

- **Les coûts de transaction constituent l'handicape majeur sur un coût de transport exorbitant et représentant environ 60% de la structure des coûts de transaction tant sur les pistes rurales, les routes à caractère nationale, régionale, locale et communautaire.**

2.9. Recommandations

- 1) La mise en œuvre d'une politique volontariste de réduction des importations des produits agricoles et alimentaires à travers de bonnes politiques d'amélioration de la production et de la productivité des différents produits.**
- 2) Une meilleure organisation des acteurs des filières "céréales" afin de faciliter la circulation de l'information commerciale. Cette recommandation peut être mise en œuvre à travers les faïtières spécialisées dans la commercialisation des céréales.**

3) l'élaboration et la mise en œuvre d'une politique de formation/information des acteurs en commercialisation des céréales et en techniques de marketing à travers des sessions de formation.

4) Le renforcement des systèmes d'information existant sur les céréales notamment l'Observatoire des Marchés Agricoles (OMA) qui peut contribuer à l'amélioration de la commercialisation des céréales par la prise en compte des besoins réels des acteurs de la commercialisation.

- 5) La conception et la mise en œuvre d'une politique sectorielle de désenclavement du pays visant le développement du transport afin de faciliter l'accès des acteurs aux marchés. Cette recommandation prendra en compte l'ouverture de nouvelles pistes et routes d'accès et la rénovation des anciennes infrastructures routières.**
- 6) La mise en œuvre d'une politique de crédit adapté aux conditions de remboursement des acteurs pour faciliter l'accès des acteurs aux circuits de commercialisation (grossistes, détaillants, forains.) contribuera à l'amélioration de l'efficacité des marchés céréaliers.**

Merci pour votre aimable attention

