

ORGANISATION DES NATIONS UNIES POUR LE DEVELOPPEMENT INDUSTRIEL

PROGRAMME DES NATIONS UNIES POUR LE DEVELOPPEMENT

PROJET DU GOUVERNEMENT DE LA REPUBLIQUE DU MALI

DESCRIPTIF DE PROJET

Numéro du Projet : TF/MLI/07/xxx

Numéro Atlas :

Titre du Projet : Projet d'Appui à la Valorisation des Produits Agropastoraux dans les régions sud (Ségou et Sikasso) et Nord (Kidal) du Mali

Secteur d'intervention : Entrepreneuriat féminin

Durée : 5 ans

Date de démarrage : Dès que possible

Agence d'exécution : ONUDI
Ministère Promotion de la femme/PNUD

Ressources	
Luxembourg	EURO 1 000 000
Total:	EURO 1 000 000

Apports du projet :

- **Apports de Luxembourg** : 1.000.000 Euros y compris les coûts administratifs **71641 Euros** répartis comme suit :

- Frais administratifs pour l'Agent Administratif (PNUD) (1%) : 10.000 Euros
- Frais de gestion ONUDI : 56 951 Euros
- Frais de gestion PNUD (GMS) : 4 690 euros

- **Apports des contreparties**: En nature

Brève description

L'axe stratégique n°1 du Cadre Stratégique pour la Croissance et la Réduction de la Pauvreté 2007-2011 met l'accent sur les secteurs porteurs de croissance dont les filières des productions rurales (agricole, élevage, pêche, fruits et légumes et agroforesterie) et l'artisanat. Les Partenaires Techniques et Financiers (PTFs) y compris le Système des Nations Unies (SNU) prévoient d'appuyer le gouvernement dans la mise en œuvre du CSCR 2007-2011 tout en œuvrant pour une plus grande harmonisation de leurs interventions. L'UNDAF 2008-2012 s'inscrit dans cette logique en s'appuyant sur dix des treize axes interventions prioritaires du CSCR 2007-2011 dont : la sécurité alimentaire et le Développement rural ainsi que le développement des PME-PMI. Le présent projet s'inscrit dans le cadre de l'Objectif n° 2 du Programme d'Appui à la Valorisation des Produits Agropastoraux et au Développement du Secteur Privé soutenu par l'ONUDI « *Renforcement de la capacité des petits entrepreneurs, notamment les femmes* ». Il vise à : i) apporter un appui aux groupements de femmes artisanes dans la valorisation par la transformation des produits agropastoraux, à savoir : le karité, le cuir, la viande et le lait de chamelle, ii) améliorer la qualité desdits produits, iii) garantir la régularité des approvisionnements, iv) à développer leurs capacités pour la production et la commercialisation des produits, v) faciliter leur accès au crédit, aux équipements et au marché, et vi) augmenter leurs revenus. Il vise aussi l'atteinte du résultat 4.3 du Country Programme Document (CPD) 2008-12 du PNUD pour le Mali : « *Les communes rurales en particulier celles des régions de Kidal, Gao, Tombouctou, Mopti et Ségou, bénéficient d'investissement de services ciblés dans le cadre de programmes de développement intégré* ». Le projet interviendra par le biais de la formation et l'information, la mise en place d'ateliers pilotes à but démonstratif pour la production et la commercialisation des produits agropastoraux dans les différentes zones, l'organisation des groupements et la fourniture d'équipements de production, le développement des circuits de commercialisation et la promotion des produits sur les marchés locaux et extérieurs. Les groupements de femmes bénéficiaires sont concentrés dans les cercles sélectionnés des régions de Ségou et Sikasso au Sud et de Kidal au Nord.

Au nom de	Signature	Date	Nom/Titre
Gouvernement du Mali:	_____	_____	_____
MAEME/DCI	_____	_____	_____
MIC	_____	_____	_____
PNUD	_____	_____	_____
ONUDI:	_____	_____	_____

I. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

AU NIVEAU NATIONAL

Pays subsaharien enclavé de l'Afrique de l'Ouest, le Mali s'étend sur une superficie de 1240192 Km² avec une population estimée à 11,1 millions en 2003. Le désert couvre les deux tiers du pays surtout dans sa partie septentrionale. Disposant d'un revenu moyen par habitant de au cours de cette même année, le Mali est classé parmi les pays les moins avancés de la planète. Le taux de croissance économique fut en moyenne de 5,2% de 2002 à 2005.

L'économie malienne est dominée par le secteur primaire qui participe à la formation du Produit Intérieur Brut à hauteur de 45%, contribue pour environ 75 % de la valeur des exportations et procure des revenus à près de 80 % de la population totale. L'élevage constitue avec le coton et l'or, le fondement de cette économie.

L'élevage occupe au moins 80 % de la population rurale et constitue la principale source de revenu pour plus de 30 % de la population malienne. Avec 7,8 millions de bovins et 19,4 millions d'ovins-caprins en 2003, le cheptel malien se classe parmi les effectifs les plus importants de la sous région ouest africaine.

Le secteur manufacturier n'a contribué que pour 3,6 % du PIB en 2001. L'industrie manufacturière (dont principalement l'agro-industrie, l'industrie chimique, la construction et les travaux publics et le textile) affiche des taux de croissance rapide. Entre 1981 et 2001, la part du secteur industriel est passée de 14 % du PIB à 26%, avec un secteur manufacturier représentant moins de 7 % en 1981 et 3,6% en 2000 (statistiques de la Banque mondiale). La plupart de ces industries, sont localisées dans les centres urbains du pays et principalement la capitale Bamako. Le secteur des industries agropastorales au Mali comprend:

- L'agroalimentaire avec la production d'huile végétale (arachide, coton et karité), de conserve végétale, de jus de fruits et confitures, de fruits et légumes séchés, de sucre, des produits laitiers, des produits à base de céréales (farines infantiles), du poisson, etc. La micro-entreprise informelle où prédominent les femmes a connu un énorme développement ces dernières années.
- Les peaux et cuirs : Le Mali est l'un des plus grands producteurs des peaux et cuirs en Afrique de l'Ouest. Cependant, une grande partie de la production est perdue. Cette production qui se produit dans les abattoirs publics, est contrôlée par le secteur privé. Environ 31% de la production est exportée tel quel et une très faible partie seulement est traitée sur place pour l'exportation avec une petite partie destinée au marché local.
- Le textile notamment artisanal, joue un rôle important dans la création des emplois et par conséquent dans la lutte contre la pauvreté.

En dépit de ses richesses que recèle le Mali, celui-ci est confronté à un problème grave de pauvreté qui touche 59% de la population dont 21% vivent dans l'extrême pauvreté.

Depuis 1990 en raison de l'aggravation de la pauvreté celle-ci est au centre des stratégies et politiques nationales de développement. Ainsi à partir de 1994 le gouvernement du Mali s'est engagé dans un processus qui déboucha sur l'adoption d'une stratégie nationale de lutte contre la pauvreté (SNLP). Au terme d'un long processus participatif, la stratégie fut adoptée en septembre 1998. La Table Ronde sur la pauvreté de septembre 1998 a permis de mobiliser la communauté internationale autour des priorités arrêtées.

Depuis environ deux décennies, le Gouvernement malien, avec le soutien de la communauté internationale, a entrepris une vaste réforme de l'économie nationale axée en particulier sur le développement du secteur privé comme moteur de la croissance. Ceci s'est traduit principalement par la réforme de l'administration publique et le désengagement de l'Etat du secteur productif, un effort soutenu de réduction du déficit budgétaire, une politique d'aménagement du territoire et des infrastructures et la promotion du secteur privé et de l'investissement privé national et étranger.

L'Etude Nationale Prospective Mali 2025 publiée en 1999 qui traduit une vision à long terme des maliens quant à leur devenir, envisage le Mali sous la forme d'une nation marquée par : « *la consolidation de l'unité et de la cohésion nationale en se fondant sur la sagesse conférée à la société malienne par sa diversité culturelle ; une organisation politique et institutionnelle garante du développement et de la paix sociale ; une économie forte, diversifiée et ouverte ; un cadre environnemental amélioré ; une économie forte, diversifiée et ouvert ; et une meilleure qualité des ressources humaines dans une société juste et solidaire* ».

Suivant cette logique, la politique économique du Mali met le secteur privé au cœur de la croissance économique. Eu égard à l'importance de leur poids démographique (51%), aux potentialités économiques du pays, les femmes en tant qu'actrices du secteur privé sont appelées à jouer un rôle déterminant dans l'atteinte d'une croissance économique et d'un développement durable de la nation.

Le secteur privé malien en général et le secteur privé féminin en particulier connaissent toujours des contraintes qui sont d'ordres économique, technique, juridique et réglementaire, lesquelles influent négativement sur le développement de leurs affaires.

Suite aux initiatives lancées par les Institutions de Bretton Woods en décembre 1999, le gouvernement s'est attelé à la préparation d'un Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté (CSLP), qui s'est poursuivie de 2000 à 2002, dans un processus participatif. Le document final a été adopté par le gouvernement le 29 mai 2002.

La mise en oeuvre du CSLP 2002-2006 a permis de réduire le niveau de pauvreté de 68,3% en 2001 (base revenu) à 59,2 % en 2005 sur la base d'un seuil de pauvreté actualisé de FCFA 153.310. L'objectif d'une réduction d'un quart de la pauvreté pendant la période 2002-2006 et visant à ramener ce niveau à 47,5% en 2006 n'a donc pas été atteint. Selon les études nationales, le Mali est pris dans le piège de la pauvreté en dépit de l'embellie économique reflétée par une croissance économique moyenne de 5,4% depuis la dévaluation monétaire de 1994, ceci en raison des contraintes naturelles et structurelles qui minent ses efforts de développement. En 2005, le revenu national brut par habitant fut de 380 \$EU. 59,2% de la population vit dans la pauvreté, la pauvreté extrême étant de 21%.

L'analyse de la pauvreté dénote un écart significatif entre le milieu rural (73,04%) et le milieu urbain (20,12%). Ce qui atteste que la pauvreté constitue un phénomène essentiellement rural au Mali.

L'axe stratégique n°1 du Cadre Stratégique pour la Croissance et la Réduction de la Pauvreté 2007-2011 met l'accent sur les secteurs porteurs de croissance dont les filières des productions rurales (agricole, élevage, pêche, fruits et légumes et agroforesterie) et l'artisanat. Les partenaires techniques et financiers y compris les agences du système des Nations Unies prévoient d'appuyer le gouvernement dans la mise en oeuvre du CSCR 2007-2011 tout en oeuvrant pour une plus grande harmonisation de leurs interventions. L'UNDAF 2007-2012 s'inscrit dans cette logique en s'appuyant sur dix des treize axes interventions prioritaires du CSCR 2007-2011 dont spécifiquement la matrice des résultats relative à la « Sécurité Alimentaire, au Développement rural et au développement des PME-PMI ».

L'entreprenariat féminin : un défi important pour le Mali

Selon l'Enquête Permanente auprès des Ménages (EPAM – 2004) de l'Observatoire de l'Emploi et de la Formation (OEF), la population active du Mali est de 47 % dont 56,6% de femmes.

Paradoxalement, en dépit de leur poids démographiques, celles-ci ont faiblement accès aux moyens et facteurs de production (capital physique, crédit, formation etc.) et aux services d'encadrement. Elles opèrent majoritairement dans le secteur informel, ou non structuré, à hauteur de 59% selon les travaux du Ministère en charge de la promotion féminine.

Etant donné le faible niveau de désagrégation des données selon le genre, il existe très peu de données sur la contribution effective des femmes au niveau des indicateurs économiques tels que le PIB (global et sectoriel). Pour cette raison, la situation des femmes en tant qu'agents économiques au Mali est mal connue. Elles interviennent principalement dans l'agroalimentaire, le commerce, la transformation des produits, les bâtiments et travaux publics, l'artisanat, les prestations de services, la restauration, à travers la gestion de moyennes, petites et micro entreprises.

Compte tenu de ces contraintes et du rôle de la femme en tant qu'actrice du secteur privé, le Gouvernement du Mali s'est engagé à accorder une place importante à la question de l'entrepreneuriat féminin, en témoignant, entre autres :

- la Lettre de Cadrage du 23 mai 2003 du Président de la République et la Déclaration de politique Générale du Premier Chef du Gouvernement
- l'adhésion du pays aux accords internationaux visant la promotion et la valorisation de la participation économique des femmes au développement dont celui de la conférence de Beijing.

Les politiques et stratégies nationales, notamment : i) le Cadre Stratégique pour la Croissance et la Réduction de la Pauvreté (CSCR) 2007-2011, ii) le Schéma Directeur du Secteur de Développement Rural et le iii) le Schéma Directeur de Développement de l'Artisanat, plaident pour la reconnaissance et la valorisation du statut et du rôle de la femme dans le processus de développement.

En dépit d'un climat socio politique apaisé, et des efforts déployés à travers des programmes de développement en cours à la satisfaction des populations, force est de constater que certains secteurs, sous secteurs, corps de métiers comme l'Artisanat profitent faiblement des opportunités ainsi offertes. En effet, considéré comme activité principale des femmes du Nord Mali, l'artisanat est resté parent pauvre notamment dans le domaine de la transformation agroalimentaire en particulier du cuir, de la viande et du lait de chamelle.

AU NIVEAU DES REGIONS DE SEGOU ET SIKASSO

Le karité comme les autres produits de cueillette occupe une place de plus en plus importante dans les zones ORS, CMDT et OHVN et spécifiquement dans les régions de *Ségou, Koulikoro, Sikasso et Kayes, Mopti* ; mais insuffisamment valorisé malgré une demande assez forte.

La vie des femmes rurales des régions soudano-sahéliennes est difficilement envisageable sans le karité, car il procure au moins 80% de leurs revenus substantiels annuels. Une étude de la division de la promotion de la filière de la Direction Nationale de l'Appui au Monde Rural (DNAMR) note qu'environ trois millions de femmes sont impliquées dans les actions de ramassage, de collecte du karité et de sa transformation artisanale.

Le potentiel de développement de la ressource karité est très important pour le Mali qui possède l'un des plus vastes parcs de karité dans la sous-région. Une action dans cette filière peut contribuer à la croissance économique du pays par la création de richesses et d'emplois, et lutter contre la pauvreté, en particulier celle des femmes, en leur facilitant l'accès à des marchés mieux rémunérés.

La promotion de la filière karité s'inscrit dans l'esprit de plusieurs politiques et programmes du gouvernement du Mali, tels que le Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté, le plan d'Action du Ministère de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille, le Programme d'Appui aux Services Agricoles et aux Organisations Paysannes (PASAOP) et la politique de décentralisation.

Au Mali, différents départements gouvernementaux mènent des actions de développement à caractère transversal sur la filière karité. Il s'agit des ministères de l'Agriculture, de l'Élevage et de la Pêche; de l'Environnement, du Commerce et de l'Industrie, de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille.

L'Entrée en vigueur depuis janvier 2003 de la directive européenne du 28 octobre 1999 sur l'introduction dans le chocolat à hauteur de 5 % de matières grasses végétales (huile de palme, noyau de mangues, karité et autres produits tropicaux) constitue une excellente opportunité et un véritable défi pour le Mali. Il est attendu de cette directive un dopage à coup sûr du marché du beurre de karité, extrait de la noix du karité. Cette matière grasse, jusque-là exportée et appréciée surtout dans la fabrication des produits pharmaceutiques et cosmétiques, a de quoi séduire les chocolatiers.

En bonne logique économique, les productrices de beurre du Mali devraient se réjouir de l'ouverture de ce marché, mais à condition de produire beaucoup en respectant les normes de qualité de l'Union européenne.

L'état des lieux de la filière karité au Mali, fait apparaître une véritable dynamique qui se résume comme suit :

a) Un poids économique en émergence tant par le potentiel de recette que par les acteurs mobilisés :

Le karité¹ est sans nul doute le produit de cueillette le plus important du Mali. Les activités de collecte occupent pour l'essentiel les femmes rurales et constituent une de leurs principales sources de revenu. Ainsi en 1980, 60 000 tonnes d'amandes de karité ont été exportées pour un montant en recettes de 10 milliards de francs maliens.

Cependant, un constat de régression s'impose avec le temps même si on considère que le karité a une valeur économique pour le Mali déjà non négligeable, puisque le pays a exporté 21 201 tonnes d'amandes de karité en 1998, représentant une valeur de 1 074 millions F CFA, et 240 tonnes de beurre, représentant une valeur de 62 millions F CFA¹.

L'exploitation du karité mobilise de nombreux acteurs depuis les productrices à la base, en passant par de nombreux intermédiaires (acheteurs, commerçants grossistes, exportateurs, industriels) jusqu'aux détaillants locaux et importateurs, etc.

b) Un potentiel réel mais sous-exploité :

Au Mali, les peuplements de karité sont estimés entre 183,6 millions et 408 607 769 de pieds d'arbres. Ils sont situés dans la bande soudano-sahélienne et s'étendent dans les régions de Kayes, Koulikoro, Sikasso, Ségou et Mopti sur environ 229 125 Km², soit une densité moyenne de 18 pieds/ha.

La production mondiale² annuelle réelle est estimée entre 610 000 et 650 000 tonnes. L'offre potentielle est beaucoup plus importante, puisqu'elle atteindrait pour le seul Burkina Faso 780 000 tonnes d'amandes sèches. Le Mali détient le plus grand peuplement de karité en Afrique. Le potentiel de production est estimé à 250 000 Tonnes d'amandes par an.

Certaines études ont révélé qu'en moyenne par an 40% du peuplement sont improductifs. Ainsi l'évaluation du niveau de la production se ramène à 60% du peuplement exploitable soit 56,16 millions d'arbres pouvant donner 842 000 tonnes de noix représentant une production d'amandes de 168 000 tonnes. (Source : revue Economie, commerce N°17 Septembre - Octobre 1997).

¹Source : DNAMR, Aperçu sur les potentialités - Valorisation et commercialisation des principales filières porteuses au Mali. Sept. 2001

² Source : DNCC, Étude DNAMR 2001.

³ Source : FAO, Marchés Tropicaux n° 2885, Février 2001

Les prix fixés et les capacités de proposition sur le marché international sont fonction de la demande des importateurs. Les principaux pays importateurs sont les pays de l'Union Européenne. Les importations ont oscillé entre 5 000 et 15 000 tonnes entre 1996 et 2000. Les aléas de la pluviométrie ont causé une réduction de la production. Le karité est le plus souvent exporté à l'état d'amande, puis transformé industriellement dans les pays importateurs.

Des initiatives au niveau sous régional pour la promotion du karité sont en cours si on se réfère à la Conférence tenue à Dakar sous l'égide de la FAO et aux actions diverses du CILSS.

Une demande croissante sur les marchés locaux et internationaux (Union Européenne et AGOA)

La demande extérieure est beaucoup plus importante et exige des normes de qualité. L'accroissement des exportations et de la valeur ajoutée de ce produit nécessite des améliorations qualitatives et quantitatives, une adaptation à la demande et un meilleur niveau de rémunération des productrices et des producteurs. Cela nécessite une promotion de la filière pour améliorer la qualité du beurre répondant aux normes de façon constante, mais aussi d'assurer des volumes de productions réguliers.

Le prix du beurre de karité dépend d'une part des périodes de production et d'autre part des aléas climatiques qui font qu'il y a des années de faible rendement des arbres et enfin des conditions de production selon qu'elles soient artisanales ou améliorées. Les prix sont généralement donnés par les grossistes aux acheteurs intermédiaires locaux.

Tableau : Les prix pratiqués par les acteurs et les marges réalisées

Les acteurs	Les prix de vente du kg	La marge brute par kg
Les productrices	200 à 275Fcfa	
Les acheteurs	285 à 300Fcfa	10 à 100Fcfa
Les commerçants acheteurs	325 à 500Fcfa	25 à 215Fcfa
Les détaillants urbains	1 000Fcfa	500 à 625Fcfa

Source : Enquête équipe CENAFOD, SNV/PPF, Dioïla, Septembre – Octobre 2002

Observation : ce prix est purement indicatif

Les marchés locaux les plus importants pour le beurre de karité sont :

A Bamako, les places les plus importantes pour la transaction du beurre de karité sont : Niaréla, Bagadadji et Hamdallaye / Ouolofobougou.

Les autres marchés notables sont : Niono, Ségou, Konobougou, Diola, Sikasso, Bougouni, Ouéléssébougou, San, Téné, Siby, Kangaba, etc.

L'exploitation du karité pour l'extraction du beurre est cependant difficile à évaluer précisément puisqu'il est en grande partie auto consommé dans : l'alimentation, la cosmétologie, la pharmacopée, la fabrication du savon, les bougies, les lampes à huile. Les volumes de beurre exportés n'atteignent pas plus de 30 000 tonnes alors que les applications dans l'industrie sont multiples, en particulier dans la chocolaterie et les cosmétiques.

Le volume des exportations reste en deçà des possibilités du Mali et la qualité du produit malien est loin d'être concurrentielle. Les principaux acheteurs sont:

Belgique (+ / - 90 000 t /an) ;
 France (+/- 80 000 t/an) ;
 Hollande (+/- 90 000 t/an) ;
 Japon (+/- 100 000 t/an) ;

Les importateurs comme Dunia International, LORDES, ARHUS, OLAMI (pour ne citer que ceux-ci) constituent les grands importateurs qui semblent avoir le monopole de la distribution internationale et de la garantie de la qualité. La plupart des amandes du Mali transitent par les pays voisins : Côte d'Ivoire, Sénégal, Burkina Faso, Ghana, etc. pour être ensuite réexportées sous le label de ces pays au détriment du Mali.

La récente directive de l'Union Européenne qui autorise l'introduction de graisses végétales autres que le cacao dans le chocolat, offre une nouvelle opportunité de promouvoir cette filière de production dans les pays africains, tout comme les marchés de l'AGOA.

c) Une multitude d'acteurs avec peu d'inter action entre eux :

C.1. Les Productrices

Traditionnellement, le karité est un produit entièrement réservé aux femmes. Elles assurent la cueillette et la transformation artisanale du karité pour extraire le beurre. Bien que cette activité leur procure environ 80% de leurs revenus, elles ignorent toutes les opportunités offertes par la filière.

C.2. Les transformateurs:

En plus des techniques traditionnelles pratiquées uniquement par les femmes et celles artisanales améliorées faites par les groupements et organisations de femmes encadrées, les unités spécialisées dans la transformation, en aval des opérations de cueillette sont de type industriel. Il s'agit spécifiquement de : HUICOMA, (SEPOM à Koulikoro, SEPOMA à Kita), Karité-Mali (Bougouni), etc. Ces unités ont peu de relation avec les productrices. Aussi, elles n'explorent ni n'investissent assez dans l'exploitation de toutes les possibilités que le produit peut offrir (amande, beurre à améliorer, fabrication de produits dérivés en terme de plus-value).

C.3. Exportateurs et Distributeurs

Les circuits de commercialisation font intervenir plusieurs acteurs depuis la productrice jusqu'au détaillant. Ainsi on distingue:

- Les productrices dans les villages ;
- Les acheteurs locaux dans les foires villageoises;
- Les commerçants grossistes dans les centres urbains;
- Les acheteurs étrangers;
- Les exportateurs;
- Les détaillants.

La commercialisation à l'étranger est effectuée par un nombre limité d'exportateurs. Ils sont en partie regroupés au sein de l'Association Malienne des Exportateurs de Produits de Cueillette (AMEPROC). Ils sont accompagnés par la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC) pour une meilleure professionnalisation de leur activité (marketing, etc.).

d) Les structures d'appui

- Le Ministère de la Promotion de la femme, de l'Enfant et de la Famille (MPFEF) à travers le projet karité/DEFSAM et le projet plate-forme multifonctionnelle ;
- Les Ministères chargés de l'Agriculture, de l'Elevage et de la Pêche à travers leurs directions nationales, leurs services déconcentrés et autres structures rattachées : DNA, OHVN, APCAM, PASAOP, ORS, etc. ;

- Le Ministère de l'Environnement et de l'Assainissement à travers la DNCN et les structures déconcentrées ;
- Le Centre d'Etude et de Renforcement des Capacités d'Analyse et de Plaidoyer (CERCAP) ;
- Les structures de recherche et les Universités (ICRAF, IER, ISFRA etc. ...)

Ces structures travaillent souvent isolément sans aucune synergie ou complémentarité. Certains partenaires au développement ont marqué leur disponibilité pour la promotion de la filière. Il s'agit :

- ONG et projets : le GRAT, la SNV, l'OMAFES, Enterprise Works, le CECI, DIVAROF, etc. ;
- Partenaires au développement : l'ONUDI, le PNUD, la GTZ, l'USAID, la Banque Mondiale, l'AFD et autres, participent à travers divers canaux : financement, appui et expertise technique, projets, recherche, promotion, etc. Ces partenaires restent toujours disponibles pour la promotion de la filière karité.

La problématique de la filière karité se situe en amont et en aval de la filière. En amont, la non maîtrise de la qualité lors des opérations de collecte, de traitement et d'extraction constitue un risque important pour toute la filière. En aval, la faible connaissance du marché, de ses exigences et de son évolution par les productrices, constitue l'un des facteurs limitants du développement de la filière et partant de l'amélioration des revenus des femmes. De façon générale les principales faiblesses de la filière se résument comme suit :

- La filière karité est régie par une économie de cueillette ;
- L'inadéquation entre le type d'organisation des groupements de femmes productrices et la demande du marché (en quantité et en qualité de produits) ; la gestion et l'organisation du travail dans les groupements constituent une des faiblesses pour la construction durable de la filière karité ;
- Les méthodes traditionnelles de collecte, de traitement et d'extraction sont souvent peu recommandées ; certaines pratiques ont un impact négatif sur la qualité des amandes et du beurre de karité ;
- Les termes techniques relatifs aux critères de la qualité des amandes et beurre de karité tels que l'humidité, les impuretés, l'acidité, la matière grasse sont souvent moins bien perçus par les productrices d'amandes et de beurre de karité. Les causes d'altération des produits sont également faiblement maîtrisées par la plupart des productrices ;
- A ce jour, les programmes de formation ne prennent pas en compte l'ensemble des causes d'altération des amandes et beurre de karité ;
- L'inexistence de laboratoires régionaux d'analyse et de contrôle de la qualité des amandes et beurre de karité ;
- L'inexistence de normes (standards) adoptées tant au plan national, sous-régional qu'international constitue la principale difficulté dans les transactions commerciales et notamment dans la détermination des prix des produits ;
- La faible maîtrise des circuits de commercialisation présentant souvent de nombreux intermédiaires ; ce qui réduit fortement le bénéfice des productrices.

Par ailleurs, l'état des lieux a permis d'identifier un certain nombre de contraintes majeures au niveau des différents volets de la filière karité lesquelles constituent de véritables goulots d'étranglement pour la promotion du karité. Il s'agit :

- de la faible valorisation de la production nationale sur le marché national et sur les marchés internationaux, au regard du potentiel de production et de la consommation. En effet, il y a une quasi-inexistence de dispositif de commercialisation, stockage, animation et diffusion de données et d'informations sur le karité et sa filière ;
- du non-respect des normes de qualité pour répondre à la demande extérieure de l'industrie alimentaire et cosmétique ;
- des prix défavorables à l'offre ;

- du manque de structuration et d'organisation de la filière malgré les opportunités de débouchés.

Le choix de la filière karité se fonde sur le fait que c'est l'un des produits les plus communs et ayant une importance économique au plan local. Le beurre de karité est un produit consommé au niveau local, national, sous-régional et international sous diverses formes dans l'alimentation humaine, les produits cosmétiques et pharmaceutiques.

En effet, parmi les 16 pays d'Afrique au Sud du Sahara producteurs de beurre de karité, le Mali occupe une place de choix avec une production d'amandes estimée à 80 000 tonnes environ. Cette activité est essentiellement menée par les femmes en milieu rural. En vue de diversifier l'économie rurale, il y a un besoin de maîtrise de la filière et d'appui technique ciblant les activités féminines et visant l'accroissement de leur efficacité, leur qualité, leur standardisation et leur développement.

Malgré son importance et l'intervention de plusieurs acteurs et services d'appui, la filière est confrontée à plusieurs défis au plan technique, économique et organisationnel.

En effet la faiblesse des capacités des organisations et regroupements des femmes limite leur rôle dans la gestion des activités :

- Les techniques de transformation améliorées exigent une gestion collective des outils donc des formations pour leur maîtrise et leur utilisation ;
- La faiblesse des volumes produits rend difficile la négociation de prix rémunérateur ;
- La non maîtrise des techniques et technologies adaptées et le sous équipement ;
- Le faible niveau de compréhension de certaines productrices par rapport à la nouvelle dynamique de la filière ;
- L'insuffisance de l'encadrement lié à la faiblesse de moyens de certaines structures d'appui ;
- La surcharge des femmes dans les travaux champêtres pendant les périodes de collecte des noix ;
- Le manque de moyen de transport et d'équipements performants de transformation;
- L'accès difficile des femmes aux zones de collecte ;
- Le manque de contact avec le circuit de commercialisation national et international ;
- L'insuffisance de prospection des circuits extérieurs et la méconnaissance des normes de qualité sur le marché international ;
- L'insuffisance de fonds de roulement et le manque d'équipements performants ;
- Les difficultés d'accès des organisations et femmes individuelles au crédit malgré l'existence des services de micro-finances dans les localités.

AU NIVEAU DE LA REGION DE KIDAL

La région de Kidal compte 52.058 habitants dont 51% d'hommes et 49% de femmes. Les ruraux représentent 67% et les citadins 33% de la population. Le taux de dépendance dans la région est de 115%, ce qui dénote un effectif d'inactif très élevé. La région est essentiellement pastorale et l'agriculture y est pratiquée dans les oueds.

Dans la région de Kidal, les zones de concentration du bétail (bovins et petits ruminants) se trouvent dans la partie sud, à savoir les cercles de Kidal et de Tin Essako. Pour les camelins, ce sont les cercles de Kidal, Abiou (Cercle de Tin -Essako), et Tin Chamaran, Tadalok, Edgerer, Ouzein (Cercle de Abeibara) et Tajmart, Inakafe, Telabit, Anamzel, Inabag, Teriss, Targuit, Anoumalen (cercle de Tessalit).

Les effectifs du cheptel comprennent, 12 873 bovins, 288 218 ovins, 268 520 caprins et environ 330 000 camelins. Le tableau suivant donne les effectifs du cheptel en 2004.

Tableau 3 : Effectif du cheptel de la région de Kidal

LOCALITES	Bovins	Ovins	Caprins	Camelins
Kidal	10 304	87 523	64 759	
Tessalit	1 039	128 035	143 856	
Abéibara	1 002	59 131	49 067	
Tin Esssako	528	13 529	10 838	
Total région	12 873	288 218	268 520	330 000*

* Estimation

Source : Plan de développement de la Filière Bétail Viande au Mali (Vol. 1 : Diagnostic de la Filière Bétail viande), Novembre 2005.

La région de Kidal abrite le cheptel camelin le plus important du Mali soit 50% des effectifs.

Dans le cadre de la Politique Nationale de Développement de l'Élevage du Mali, le « Programme d'Appui à la commercialisation et à la promotion des unités industrielles du sous-secteur de l'Élevage » vise : l'accroissement, la valeur ajoutée des produits du sous secteur d'élevage à travers un accroissement significatif des investissements pour développer la commercialisation intérieure et l'exportation de ces produits. A cet effet, le plan d'action 2004-2009 prévoit :

- la création et/ou modernisation des infrastructures d'abattage ;
- la création des unités de transformation des sous produits d'abattage ;
- l'amélioration des équipements de collecte et de conservation du lait local ;
- la création et l'équipement des marchés à bétail et autres produits d'élevage;

1.3.1. La Filière Cuirs :

Au Mali, la pratique de l'élevage vise à produire : le lait, la viande, la force de travail et non les peaux. En effet, la production de cuirs et peaux est une activité subsidiaire à la production de viande. Les quantités de cuirs et peaux ne dépendent pas de l'offre et de la demande en peaux mais sont liées aux besoins en viande exprimés par les populations. Les abattages effectués pour satisfaire ces besoins génèrent les cuirs et peaux.

La production contrôlée de cuirs et peaux correspond aux abattages effectués dans les lieux officiellement reconnus et contrôlés par les agents des services du contrôle sanitaire.

Tableau n°3 : Abattages contrôlés par espèce de 1990 à 1999

Année	Bovins	Ovins-caprins
1990	160 694	364 534
1991	168 828	339 120
1992	193 370	334 837
1993	185 102	312 250
1994	186 743	306 132
1995	129 561	301 099
1996	148 833	320 612
1997	157 781	319 391
1998	172 210	394 023
1999	190 907	432 308

Source : Office Malien du Bétail et de la Viande (OMBEVI)

Les abattages contrôlés ne reflètent pas les abattages réels au Mali. Les abattages clandestins et familiaux sont très importants. Une estimation des abattages sur la base du niveau de consommation de viande serait plus réaliste pour la détermination de la production de cuirs et peaux.

Les abattages sont ainsi estimés à 495.000 bovins et à 3.100.000 ovins/caprins par l'Office Malien du Bétail et de la Viande.

La production estimée de 495.000 cuirs de bovins et 3.100.000 peaux d'ovins caprins par an, serait une base objective d'estimation de la production nationale.

La qualité intrinsèque des cuirs et peaux du Mali aurait été fort appréciable puisque le mode d'élevage dominant, à savoir la transhumance, favorise le raffermissement des fibres dermiques.

Malheureusement, les aléas climatiques et les traumatismes physiques notamment les marquages au fer rouge déprécient la qualité externe des cuirs et peaux.

L'artisanat consomme environ 20% de la production nationale de cuirs et peaux. Le tannage traditionnel connu depuis les temps reculés est répandu au Mali. C'est un tannage végétal à base de gousse d'acacia nilotique (arbre répandu dans les zones sahéliennes). Ce tannage ne concerne que les peaux d'ovins caprins et de reptiles. Le tannage du cuir bovin n'est pas maîtrisé.

Le tannage traditionnel constitue une activité lucrative qui est généralement pratiquée par les femmes.

En plus de son utilisation locale, le cuir tanné traditionnellement est exporté vers les pays voisins.

La production d'articles en cuir artisanaux : gris-gris, sacs, coffret de bijoux, gaines de couteaux, chaussures, etc. est également bien connue sur l'étendue du territoire national. Le nombre d'artisans intervenant dans la filière est évalué à 1.200 (2001).

De nos jours une grande partie de la production malienne des cuirs et peaux est perdue et le secteur du tannage est très faible. La filière des cuirs et peaux au Mali est confrontée à de multiples difficultés dont notamment : i) un retard technologique ii) des coûts de production élevés iii) la mauvaise qualité des cuirs et peaux ; iv) l'insuffisance de financement et de débouché ; et vi) le faible niveau de transformation des cuirs et peaux et de professionnalisation des acteurs.

Cependant la filière cuirs et peaux ne manquent pas d'atouts. Il s'agit, entre autres : de la disponibilité de la matière première pour les tanneries (cuirs et peaux bruts), des meilleures conditions d'implantation d'unités industrielles, de la main-d'œuvre bon marché, des débouchés intérieurs et sous régionaux pour les articles en cuir.

La région de Kidal dispose de précieux atouts dans la transformation artisanale des cuirs et peaux. La production va de la confection des tentes, des puisettes, des chaussures à celle des ceintures.

Toutefois, cette région connaît des difficultés pour la transformation des cuirs et peaux dont :

- Le manque de débouchés (ou de partenaires commerciaux);
- La faible maîtrise des techniques de traitement des peaux.

1.3.2. La filière Viande :

La transformation du bétail en viande est conditionnée par la demande des consommateurs elle-même liée aux habitudes alimentaires. Au Mali, en dehors de la viande produite pour la consommation quotidienne, aucun autre mode de transformation n'existe à une échelle industrielle. Egalement, aucun débouché pour les denrées et les produits carnés industriels n'ayant été identifié, aucune transformation du bétail et de la viande n'a été entreprise.

Les animaux sont abattus dans les abattoirs et aires d'abattage. Après son transport, la viande est débitée dans les boucheries ou ce qui en tient lieu pour la consommation locale, aucune activité d'exportation n'existant pour l'instant dans le pays.

Au nord du Mali notamment à Gao, Tombouctou et Kidal, compte tenu des habitudes alimentaires, la consommation de viande séchée est largement répandue.

Dans la région de Kidal, la production moyenne annuelle de viande contrôlée est de 204 734 kg. La contribution des petits ruminants à cette production est de 74,5%, celle des camelins est de 7% contre 16% pour les bovins. Le tableau présente l'évolution des abattages dans la région entre 2000 et 2004.

Tableau n° 59 : les abattages contrôlés de la région de Kidal de 2000 à 2004

Années	Bovins		Petits ruminants		Camelins	
	Effectif abattu	Poids (kg)	Effectif abattu	Poids (kg)	Effectif abattu	Poids (kg)
2000	220	26 229	11 169	151 267	69	12 965
2001	239	24 140	11 148	166 690	104	18 777
2002	288	31 270	18 253	165 205	86	15 457
2003	357	36 940	11 799	143 849	97	17 625
2004	435	48 780	9 434	136 162	171	28 315
TOTAL	1 539	167 359	61 803	763 173	527	93 139
Moyenne/an	307	33 471,8	12 360	152 634,6	105	18 627,8

Source : Plan de développement de la Filière Bétail Viande au Mali (Vol. 1 : Diagnostic de la Filière Bétail viande), Novembre 2005.

La production contrôlée de viande demeure bien en deçà de la réalité. La couverture de la demande en viande ne se fait pas toujours à travers les aires d'abattage existantes. D'ailleurs il n'en existe que 4 dans toute la région.

La région de Kidal excelle beaucoup dans la transformation artisanale de la viande. Il s'agit essentiellement de la viande séchée et de la viande boucanée.

Cette région connaît des difficultés pour la transformation de la viande et qui se résument comme suit :

- Les problèmes de conservation de la viande non vendue ;
- Le manque de débouchés (ou de partenaires commerciaux);
- Le manque d'hygiène dans les aires d'abattage et leur proximité avec la ville ;
- La faible valorisation de la viande boucanée

1.3.3. Lait de chamelle :

Le Niger et la Mauritanie ont droit de citer dans la sous-région dans la production de fromage à partir du lait de chamelle, ceci grâce aux interventions de la FAO, du gouvernement français et des ONG. La fabrication y est effectuée sur une base commerciale notamment à Nouakchott et Agadez.

A l'instar de ces deux pays, le Mali dispose d'un grand potentiel en terme de cheptel camelin pour le transport, la viande et le lait.

L'étude "Stratégie de Développement de la Filière Lait" évalue la production de lait au Mali en 1995 à 933 630 tonnes dont la répartition entre les espèces est indiquée dans le tableau ci-dessous.

Tableau n°3 : Production laitière au Mali en 1995

Espèce	Quantité (litres)	%
Bovins	343 990	34,6
Ovins/caprins	533 750	53,7
Camelins	115 890	11,7
TOTAL	933 630	100

Source: Stratégie de développement de la filière lait au Mali

La même étude considère aussi que la moitié de ce total est prélevée par les petits. Le disponible exploitable est donc de 466 800 tonnes.

Le lait de chamelle représente 11.7% de la production nationale principalement concentrée dans les régions de Gao, Tombouctou et Kidal. Ces trois régions représentent ensemble 99% du cheptel camelin dont 50% pour la seule région de Kidal. Le lait de chamelle est un produit hautement périssable à défaut de conservation. Les bergers du Nord ont très peu d'opportunités d'emplois. Ainsi, la transformation du lait de chamelle en fromage constitue une activité de valeur ajoutée qui pourrait contribuer à l'accroissement des revenus et profits des producteurs, offrir des opportunités d'emplois et assurer plus de sécurité alimentaire en étalant la période de consommation sans coût d'un produit très riche en protéine. Les activités de test ont débuté en 2004 à Kidal par le Programme de Croissance Economique Accélérée (AEG) de l'USAID. La moitié des producteurs impliqués dans la production de lait de chamelle sont des femmes (plus d'une vingtaine de groupements féminins comprenant moins de 400 à 500 adhérentes). Les résultats ont démontré que ce produit pourrait être rentable et très vendable dans les villes du nord et au-delà des frontières. Les activités se poursuivent à Kidal et la production et la commercialisation sont entreprises à Tombouctou.

L'important effectif du cheptel camelin du Nord du Mali pourrait pourvoir un volume significatif de lait transformable en fromage. Selon un expert laitier de la FAO impliqué dans le projet mauritanien, la confection de fromage « *...est une grande révolution. Cinquante pourcent (50%) du lait de chamelle produit par les populations nomades est perdu à cause de certaines croyances qui accèdent la thèse qu'il doit être consommé à l'état frais. Fabriquer le fromage constitue ainsi une manière de conserver le lait, créant ainsi une opportunité pour le commerce* ». L'étendue du marché requiert une enquête mais les tests de commercialisation démontrent une réceptivité favorable du fromage de chamelle auprès des clientèles du nord Mali et des villes frontalières. Le commerce touristique à Tombouctou constitue un marché potentiel pour ce produit distingué. En raison de son goût identique à celui du fromage Mozzarella, le produit pourrait être utilisé dans les recettes culinaires italiennes et le pizza. Aussi, le fromage de chamelle a-t-il d'autres avantages liés à : sa teneur haute en vitamines, faible en cholestérol et en matière grasse, et faible en lactose, le rendant tolérable pour les personnes allergiques à d'autres produits laitiers.

Les difficultés actuelles dans la transformation du lait de chamelle se résument comme suit :

- le manque de financement
- l'absence de formation
- l'absence de matériels et d'équipements adéquats de collecte et de transport
- l'absence de technologies de transformation et des mesures connexes d'hygiène.

En vue d'exploiter au mieux le fort potentiel du secteur artisanal, le gouvernement a mis en place un « Programme de développement du Secteur de l'Artisanat du Mali » qui s'articule autour des objectifs suivants : i) organiser davantage le secteur pour favoriser l'encadrement des artisans et le suivi des activités ; ii) assurer une plus grande formation des acteurs du secteur pour rendre l'artisanat malien compétitif sur le plan international ; iii) promouvoir les exportations de produits artisanaux pour procurer davantage de revenus aux artisans.

Le présent projet s'inscrit dans le cadre de l'Objectif n° 2 : « *Renforcement de la capacité des petits entrepreneurs, notamment les femmes* » du « Programme d'Appui à la Valorisation des Produits Agropastoraux et au Développement du Secteur Privé » soutenu par l'ONUDI et du résultat 4.3 du Country Programme Document (CPD) 2008-12 du PNUD pour le Mali : « *Les communes rurales en particulier celles des régions de Kidal, Gao, Tombouctou, Mopti et Ségou, bénéficient d'investissement de services ciblés dans le cadre de programmes de développement intégré* ». Il vise à apporter un appui aux groupements de femmes dans la valorisation beurre de karité, du cuir, de la viande et du lait de chamelle, à améliorer la qualité des produits et garantir la régularité des approvisionnements, à faciliter leur accès aux équipements, à développer leurs capacités pour la production et la commercialisation desdits produits, à faciliter leur accès au marché et au crédit, et à augmenter leurs revenus. Il comporte deux composantes :

Composante n° 1 : Appui aux groupements féminins dans la valorisation du karité dans les cercles sélectionnés des régions de Ségou et Sikasso ;

Composante n° 2 : Appui aux groupements féminins dans la production d'articles en cuirs, de la viande séchée, du lait et fromage de chamelle dans les cercles sélectionnés de la région de Kidal.

II. OBJECTIFS DU PROJET

Objectif global :

Accroître l'intégration et la contribution des femmes au développement économique et en conséquence leurs revenus à travers le renforcement de leur capacité productive pour un meilleur accès au marché.

Objectif immédiat :

Apporter un appui aux groupements féminins dans la production artisanale au niveau des cercles sélectionnés des régions de :

- Sikasso et Ségou pour l'exploitation du karité.
- Kidal pour la production artisanale d'articles en cuir, de viande séchée (transformation y compris le conditionnement), du lait et fromage de chamelle.

III. BENEFCIAIRES DU PROJET

Les cibles prioritaires sont : les femmes, les groupements de femmes et leurs associations des communes rurales. Il s'agit d'aider ces femmes et groupements de femmes, à améliorer leurs conditions de travail et leur transférer des compétences en vue d'en faire des actrices de décision des filières : karité, cuirs, viande séchée et lait de chamelle. Spécifiquement une approche différenciée et multiforme sera utilisée pour toucher les groupements selon les niveaux et localités d'intervention.

Les cibles spécifiques : Il s'agit là des acteurs intervenant dans les filières et sans lesquels l'appui aux femmes n'aurait pas l'impact nécessaire. C'est ainsi qu'en fonction des contraintes identifiées au niveau des différentes filières que ces cibles seraient prises en charge. Concrètement ce sont les transformateurs, les consommateurs, les distributeurs et opérateurs économiques, les structures d'appui, d'encadrement et de recherche.

Zones d'intervention ciblées :

Stratégiquement les zones d'intervention sont concentrées dans les 12 cercles sélectionnés suivants des régions de Ségou, Sikasso et de Kidal à savoir :

Ségou : Bla, Baraouéli, Macina, Niono, San et Tominian
 Sikasso : Yorosso
 Kidal : Kidal, Abeibara, Tessalit et Tin Essako.

IV. STRATEGIES D'INTERVENTION DU PROJET

L'approche conjointe ONUDI-PNUD consiste à appuyer la stratégie du Ministère chargé de la promotion féminine dans:

- La mise en œuvre des programmes et activités de renforcement des capacités des femmes impliquées dans la dynamique des filières karité, cuir, viande séchée et lait de chamelle ;
- L'appui/accompagnement des acteurs clés chargés de la gestion et l'amélioration des différents volets des filières cuir, viande séchée et lait de chamelle
- L'impulsion, l'interface et l'appui pour la création de la synergie, la complémentarité, la mise en cohérence et la coordination des acteurs et actions des filières cuir, viande séchée, et lait de chamelle.

Il s'agira en particulier de renforcer les capacités productives des femmes à tous les niveaux des filières karité, cuir, viande séchée et lait de chamelle, de la production à la commercialisation. Des centres pilotes destinés à la démonstration et à la formation seront mis en place dans les régions de Ségou, Sikasso et Kidal. La réalisation de ces centres pilotes vise les objectifs spécifiques suivants :

- Démontrer la faisabilité technique et économique d'activités agroalimentaires orientées vers le marché et à la portée des femmes entrepreneurs ;
- Former des femmes entrepreneurs et fournir l'appui conseil en vue de l'amélioration de techniques de production, de commercialisation et de gestion ;
- Renforcer les associations de femmes autour des unités pilotes afin de leur permettre d'en assurer une meilleure gestion et une rentabilisation ;
- Préparer des projets, de taille conforme aux capacités des groupements féminins et susceptibles d'être répliqué ailleurs.
- Assurer la dissémination de la technologie et du savoir-faire au niveau des groupements de femmes bénéficiaires
- Assister les femmes dans le contrôle de qualité et la commercialisation des produits.

V. CADRE DES RESULTATS ET FINANCEMENT DU PROJET

COMPOSANTE N° 1 DU PROJET : APPUI AUX GROUPEMENTS FEMININS DANS LA VALORISATION DU KARITE DANS LES CERCLES SELECTIONNES DES REGIONS DE SEGOU ET SIKASSO

Résultats attendus, Produits et Activités de la composante n° 1

Produit 1.1: Mise en place de 68 groupements féminins et le renforcement des capacités organisationnelles de 32 groupements existants	
Activités	Responsabilité
1.1.1. Formation des productrices dans la dynamique de groupes et la gestion de GIEs ou coopératives	PNUD Contreparties
1.1.2 Appui à la mise place de GIEs ou coopératives de productrices Développement d'outils de gestion et leur utilisation pour assister dans le fonctionnement des GIEs ou coopératives.	
Produit 1.2 : Améliorer la qualité des produits et garantir la régularité des approvisionnements par l'appui conseil, la formation et l'information des femmes	
Activités	Responsabilité

1.2.1 Recruter un spécialiste permanent en technologie alimentaire 1.2.2 Préparation d'outils de formation sur les techniques améliorées et formation des productrices dans les Bonnes Pratiques de Fabrication et d'hygiène (BPF/BPH) ainsi que dans l'application des systèmes de qualité permettant de produire un beurre de très bonne qualité ; 1.2.3 Organisation de voyage d'études (par exemple au Burkina Faso) 1.2.4 Appui direct et conseil aux femmes pour une gestion appropriée de la production.	ONU D I Contreparties
Produit 1.3 : Faciliter l'accès des femmes productrices de beurre de karité aux équipements	
Activités	Responsabilité
1.3.1 Identification des besoins en équipements des femmes dans la filière karité et des fournisseurs d'équipements 1.3.2 Achat des équipements, installation et mise en route 1.3.3 Formation des femmes à l'utilisation des équipements et dans les procédés technologiques appropriés.	ONU D I Contreparties
Produit 1.4 : Faciliter l'accès au marché à au moins 50 groupements	
Activités	Responsabilité
1.4.1 Etude d'identification de marché potentiel 1.4.2 Appui à l'élaboration de plan de marketing pour les femmes et les centres 1.4.3 Participation aux manifestations commerciales 1.4.4 Production d'outils promotionnels médias et non-médias	ONU D I Contreparties
Produit 1.5 : Faciliter l'accès au crédit à au moins 50 groupements	
Activités	Responsabilité
1.5.1 Etude d'identification des besoins de crédits des groupements de femmes 1.5.2 Elaborer une stratégie de collaboration avec les institutions financières 1.5.3 Appui à la mise en place des fonds de commercialisation	PNU D Contreparties
Produit 1.6 : Augmenter d'au moins 10% le revenu des groupements féminins producteurs de beurre de karité.	
Activités	Responsabilité
1.6.1 Elaboration et mettre en œuvre une stratégie de commercialisation des produits à base de karité 1.6.2 Appui à la diversification des produits de karité (savons et produits divers)	ONU D I Contreparties

Plan des activités de la composante n° 1 du projet

Activités	Année 1		Année 2		Année 3		Année 4		Année 5	
Résultat 1.1										
1.1.1 Formation des productrices dans la dynamique de groupes et la gestion de GIEs ou coopératives										
1.1.2 Appui à la mise place de GIEs ou coopératives de productrices										
1.1.3 Développement d'outils de gestion et leur utilisation pour assister dans le fonctionnement des GIEs ou coopératives.										
Résultat 1.2										
1.2.1 Recrutement d'un spécialiste permanent en technologies agroalimentaires										
1.2.3 Préparation d'outils de formation sur les techniques améliorées et formation des productrices dans les Bonnes Pratiques de Fabrication et d'Hygiène (BPF/BPH) ainsi que dans l'application des systèmes de qualité permettant de produire un beurre de très bonne qualité ;										
1.2.4 Organisation de voyage d'études (par exemple au Burkina Faso)										
1.2.5 Appui direct et conseil aux femmes pour une gestion appropriée de la production.										
Résultat 1.3										
1.3.1 Identification des besoins en équipements des femmes dans la filière karité et des fournisseurs d'équipements										
1.3.2 Achat des équipements, installation et mise en route										

Budget PNUD (voire estimations dans le tableau correspondant à la page 33)

Activités	Budget total	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
Résultat 1.1 : Formation des femmes en dynamique....	36.000	14.000	10.000	6.000	6.000	0
Résultat 1.5 : Faciliter l'accès au crédit	31.000	10.000	6.000	5.000	5.000	5.000
7 % frais de gestion PNUD	4.690	1.680	1.120	770	770	350
TOTAL	71.690	25.680	17.120	11.770	11.770	5.350

Budget ONUDI (voire tableau à la page 33)

Activités	Budget total	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
Résultat 1.2	62.000	20.000	17.000	10.000	10.000	5.000
Résultat 1.3	80.000	20.000	40.000	10.000	10.000	0
Résultat 1.4	35.000	10.000	10.000	5.000	5.000	5.000
Résultat 1.6	43.018	10.000	10.000	10.000	8.018	5.000
7 % frais de gestion ONUDI	15.401	4.200	5.390	2.450	2.311	1.050
TOTAL	235,419	64.200	82.390	37.450	35.329	16.050

Budget total Composante 1 (voir tableau à la page 33)

Activités	Budget total	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
Résultat 1.1	36.000	14.000	10.000	6.000	6.000	0
Résultat 1.2	62.000	20.000	17.000	10.000	10.000	5.000
Résultat 1.3	80.000	20.000	40.000	10.000	10.000	0
Résultat 1.4	35.000	10.000	10.000	5.000	5.000	5.000
Résultat 1.5	31.000	10.000	6.000	5.000	5.000	5.000
Résultat 1.6	43.018	10.000	10.000	10.000	8.018	5.000
7 % frais de gestion ONUDI	15.401	4200	5390	2450	2311	1050
7% frais de gestion PNUD	4.690	1.680	1.120	770	770	770
TOTAL	307,109	89.880	99.510	49.220	47.099	21.400

**COMPOSANTE N° 2 : APPUI AUX GROUPEMENTS FEMININS DANS LA
VALORISATION DU CUIR, VIANDE ET LAIT DE CHAMELLE DANS LES CERCLES
SELECTIONNES DE LA REGION DE KIDAL**

Résultats attendus, Produits et Activités de la sous composante viande séchée

Résultat 1 : Le taux de transformation de la viande sur place a augmenté.	
2.1 Formation de formateurs dans le domaine de la transformation de la viande	ONUDI et contreparties
2.1.1 Entreprendre une évaluation de la transformation de la viande dans le Nord du Mali et définir une stratégie de développement et un plan d'action	
2.1.2 Identifier les groupements de femmes et les besoins en assistance technique	
2.1.3 Sélectionner des femmes à former	
Activité 2.1.4 Préparer les modules de formation et former les formateurs et organiser des séances pilotes de formation des femmes	
2.2 Mettre en place un centre pilote	ONUDI et contreparties
2.2.1 Identifier un lieu d'implantation d'un centre pilote	
Activité 2.2.2 Préparer des spécifications pour les équipements (fours solaires, hangars de séchage, aires d'abattage) et lancement de la procédure d'achat et la fabrication	
2.2.3 Installer des équipements et former des femmes: Formation des formatrices/eurs et des femmes en technologie, en gestion et commercialisation	
2.2.4 Assister dans le fonctionnement du réseau	
2.3 Développement de l'entrepreneuriat féminin	ONUDI et contreparties
2.3.1. Assister les groupements de femmes dans la mise en œuvre des procédés et techniques appropriées de séchage (trempage de la viande dans une saumure salée à 5%) à travers la fourniture de petits matériels de démonstration et de formation, la formation sur site et l'appui-conseil	
2.3.2 Assister dans la recherche de solutions de financement et de crédits y compris éventuellement la mise en place d'un micro-credit « revolving »	
2.3.3 Assister dans la recherche des marchés et la commercialisation des produits (exhibition, promotion des produits, partenariat commercial, etc.)	

5.2.2 Plan des activités de la sous composante viande séchée

Années	Année 1			Année 2			Année 3			Année 4			Année 5				
2.1 Formation de formateurs dans le domaine de la transformation de la viande																	
2.1.1 Entreprendre une évaluation de la transformation de la viande dans le Nord du Mali et définir une stratégie de développement et un plan d'action																	
2.1.2 Identifier les groupements de femmes et les besoins en assistance technique																	
2.1.3 Sélectionner des femmes à former																	
2.1.4 Préparer les modules de formation et former les formateurs et organiser des séances pilotes de formation des femmes																	
2.2 Mettre en place un centre pilote																	
2.2.1 Identifier un lieu d'implantation d'un centre pilote																	
2.2.2 Préparer des spécifications pour les équipements (fours solaires, hangars de séchage, aires d'abattage) et lancement de la procédure d'achat et la fabrication																	
2.2.3 Installer des équipements et former des femmes: Formation des formatrices/eurs et des femmes en technologie, en gestion et commercialisation																	
2.2.4 Assister dans le fonctionnement du réseau																	
2.3 Développement de l'entreprenariat féminin																	

<p>2.3.1. Assister les groupements de femmes dans la mise en oeuvre des procédés et techniques appropriées de séchage (trempage de la viande dans une saumure salée à 5%) à travers la fourniture de petits matériels de démonstration et de formation, la formation sur site et l'appui-conseil</p> <p>2.3.2 Assister dans la recherche de solutions de financement et de crédits y compris éventuellement la mise en place d'un micro-credit « revolving »</p> <p>2.3.3 Assister dans la recherche des marchés et la commercialisation des produits (exhibition, promotion des produits, partenariat commercial, etc.)</p>													
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

5.2.3. Budget de la sous composante Viande séchée (En EUROS)

Lignes budgétaires	Total	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
11-50- Consultants internationaux (transformation, conditionnement, marketing)	3 hm 48.000	1 hm 16.000	1 hm 16.000	1 hm 16.000	0	0
13-00- Personnel local d'appui	1.715	500	500	500	215	0
15-00- Voyages locaux	9.000	3.000	3.000	1.000	1.000	1.000
16-00- Voyages de l'ONUDI	10.000	5.000	0	0	5.000	0
17-50- Consultants nationaux	30 hm 45.000	8 hm 12.000	8 hm 12.000	8 hm 12.000	2 hm 6.000	2 hm 3.000
32-00- Voyages d'études	8.000	0	8.000	0	0	0
33-00- Formation locale	30.000	8.000	8.000	8.000	4.000	2.000
45-00- Equipements (fours solaires, hangars de séchage)	51.000	30.000	14.000	7.000	0	0
51- Dépenses diverses	7.285	2.061	1.762	1.762	1200	500
Total	210.000	76.561	63.262	46.262	17.415	6.500
Frais de gestion ONUDI (7 %)	14.700	5.359	4.428	3.238	1.219	455
TOTAL	224.700	81.920	67.690	49.500	18.635	6.955

5.2.4. Résultats attendus, Produits et Activités de la sous composante lait de chamelle

Résultat 1 : Les femmes valorisant le lait de chamelle ont amélioré leur production et augmenté leurs revenus	
3.1 Un encadrement local spécialisé établi pour apporter les services d'appui à la valorisation du lait de chamelle	ONUDI et contreparties
3.1.1 Faire une évaluation de la production de lait de chamelle dans les cercles concernés de Kidal et des activités entreprises par les femmes dans ce secteur	
3.1.2 Identifier les groupements de femmes/groupements de femmes actifs dans le secteur et identifier les besoins en assistance technique	
3.1.3 Sur la base des informations recueillies, dégager les activités économiques de valorisation des produits qui ont un potentiel sur le marché (produits, technologies appropriées, emballages, distribution, marchés, etc.)	
3.1.4 Identifier les institutions d'encadrement local et leurs besoins en assistance technique	
3.1.5 Préparer les modules de formation et former les formateurs et organiser des séances pilotes de formation des femmes	
3.2 Un centre communautaire pour le contrôle et l'emballage des produits à base de lait de chamelle est établi et fonctionnel	ONUDI et contreparties
3.2.1 Identifier l'approche méthodologique à travers la mise en place d'un réseau de fabrication de produits longue durée comme différentes variétés de fromage autour d'un centre communautaire de contrôle et d'emballage et d'expédition	
3.2.2 Préparer des spécifications pour les équipements et lancer la procédure d'achat	
3.2.3 Installer des équipements et former des femmes: Formation des formatrices/eurs et des femmes en technologie, en gestion et commercialisation	
3.2.4 Assister dans le fonctionnement du réseau	
3.3 Les groupements de femmes maîtrisent la technologie de valorisation du lait de chamelle et sont connectés à des débouchés de marchés rémunérateurs.	ONUDI et contreparties
3.3.1 Assister les groupements de femmes dans la mise au point des produits et des procédés (fonctionnement des activités de valorisation et optimisation des opérations) à travers la fourniture de petits matériels de démonstration et de formation, la formation sur site et l'appui et conseil	
3.3.2 Assister dans la recherche de solutions de financement et de crédits y compris éventuellement la mise en place d'un micro-credit « revolving »	
3.3.3 Assister dans la recherche des marchés et la commercialisation des produits (exhibition, promotion des produits, partenariat commercial, etc.)	

5.2.5 Plan des activités de la sous composante lait de chamelle

Activités	Année 1		Année 2		Année 3		Année 4		Année 5	
3.1 Un encadrement local spécialisé établi pour apporter les services d'appui à la valorisation du lait de chamelle										
3.1.1 Faire une évaluation de la production de lait de chamelle dans les cercles concernés de Kidal et des activités entreprises par les femmes dans ce secteur										
3.1.2 Identifier les groupements de femmes/groupements de femmes actifs dans le secteur et identifier les besoins en assistance technique										
3.1.3 Sur la base des informations recueillies, dégager les activités économiques de valorisation des produits qui ont un potentiel sur le marché (produits, technologies appropriées, emballages, distribution, marchés, etc.)										
3.1.4 Identifier les institutions d'encadrement local et leurs besoins en assistance technique										
3.1.5 Préparer les modules de formation et former les formateurs et organiser des séances pilotes de formation des femmes										
3.2 Un centre communautaire pour le contrôle et l'emballage des produits à base de lait de chamelle est établi et fonctionnel										
3.2.1 Identifier l'approche méthodologique à travers la mise en place d'un réseau de fabrication de produits longue durée comme différentes variétés de fromage autour d'un centre communautaire de contrôle et d'emballage et d'expédition										
3.2.2 Préparer des spécifications pour les équipements et lancer la procédure d'achat										

3.2.3 Installer des équipements et former des femmes: Formation des formatrices/eurs et des femmes en technologie, en gestion et commercialisation																				
3.2.4 Assister dans le fonctionnement du réseau																				
3.3 Les groupements de femmes maîtrisent la technologie de valorisation du lait de chamelle et sont connectés à des débouchés de marchés rémunérateurs.																				
3.3.1 Assister les groupements de femmes dans la mise au point des produits et des procédés (fonctionnement des activités de valorisation et optimisation des opérations) à travers la fourniture de petits matériels de démonstration et de formation, la formation sur site et l'appui et conseil																				
3.3.2 Assister dans la recherche de solutions de financement et de crédits y compris éventuellement la mise en place d'un micro-credit « revolving »																				
3.3.3 Assister dans la recherche des marchés et la commercialisation des produits (exhibition, promotion des produits, partenariat commercial, etc.)																				

5.2.6 Budget de la sous composante Lait de chamelle (En EUROS)

Lignes budgétaires	Total	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
11-50- Consultants internationaux	2 hm 30.000	1 hm 12.000	1 hm 12.000		6.000	0
13-00- Personnel local d'appui	12.000	3.000	3.000	3.000	2.000	1.000
15-00- Voyages locaux	10.000	3.000	3.000	2.000	1.000	1.000
16-00- Voyages de l'ONUDI	15.000	5.000	0	5.000		5.000
17-50- Consultants nationaux	18 hm 27.000	6 hm 9.000	6 hm 9.000	2 hm 3.000	2 hm 3.000	2 hm 3.000
32-00- Voyages d'études	30.000	9.000	9.000	8.000	4.000	0
33-00- Formation locale	24.000	8.000	8.000	4.000	2.000	2.000
45-00- Equipements	60.000	10.000	40.000	10.000	0	0
51- Dépenses diverses	10.000	4.756	2.810	1.000	934	500
Total	218.000	63.756	86.810	42.000	12.934	12.500
Frais de gestion ONUDI (7%)	15.260	446	6.077	2.940	905	875
TOTAL	223.260	68.219	92.887	44.940	13.839	13.375

5.2.7 Résultats attendus, Produits et Activités de la sous composante cuir

Résultat 1 : Création d'un centre pilote de production et de formation pour les produits en cuir (exemples : sandales, maroquineries, artisanat)	
1.1. Mettre en place un centre pilote	ONUDI et contreparties
1.1.1 Préparer un concept technique incluant un plan détaillé, l'évaluation des équipements et des pièces détachées nécessaires ; Besoins en personnel et formation; Stratégie de pérennisation (analyse financière)	
1.1.2 Approbation de la proposition par le Gouvernement	
Activité 1.1.3 Organiser une réunion avec les membres de l'Association du cuir et les groupes des femmes pour discuter de la proposition et identifier les groupements de femmes et les besoins en assistance technique	
Activité 1.1.4 Finaliser la proposition et commencer son exécution y compris l'achat des équipements	
1.1.5 Suivi de l'installation et mise en œuvre	
1.2 Former les formateurs du Centre pilote	ONUDI et contreparties
1.2.1 Conduire une formation systématique sur la conception des produits en cuir, la fabrication des patrons et les aspects de fabrication	
1.3 Conduire une formation pour le groupe des femmes	
1.3.1 Conduire une formation systématique sur la conception des produits en cuir, la fabrication des patrons et les aspects de fabrication	
1.4 Commencer une campagne de sensibilisation sur les articles en cuir fabriqués localement	ONUDI et contreparties
1.4.1. Organiser et conduire un séminaire spécial sur les aspects de commercialisation	
1.4.2. Organiser une foire locale pour les groupes des femmes et préparer du matériel de promotion	

5.2.8 Plan des activités de la sous composante cuir

Activités	Année 1			Année 2			Année 3			Année 4			Année 5		
1.2. Mettre en place un centre pilote															
1.2.1 Préparer un concept technique incluant un plan détaillé, l'évaluation des équipements et des pièces détachées nécessaires; Besoins en personnel et formation; Stratégie de pérennisation (analyse financière)															
1.1.2 Approbation de la proposition par le Gouvernement															
1.1.3 Organiser une réunion avec les membres de l'Association du cuir et les groupes des femmes pour discuter de la proposition et identifier les groupements de femmes et les besoins en assistance technique															
1.1.4 Finaliser la proposition et commencer son exécution y compris l'achat des équipements															
Activité 1.1.5 Suivi de l'installation et mise en oeuvre															
1.2 Former les formateurs du Centre pilote															
1.2.1 I Conduire une formation systématique sur la conception des produits en cuir, la fabrication des patrons et les aspects de fabrication															
1.3 Conduire une formation pour le groupe des femmes															
1.2.1 I Organiser et conduire une formation systématique sur la conception des produits en cuir, la fabrication des patrons et les aspects de fabrication															
1.4 Commencer une campagne de sensibilisation sur les articles en cuir fabriqués localement															
1.4.1. Organiser et conduire un séminaire spécial sur les aspects de commercialisation															
1.4.2. Organiser une foire locale pour les groupes des femmes et préparer du matériel de promotion															

5.2.9. Budget de la sous composante cuir (En EUROS)

Lignes budgétaires	Total	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
11-50- Consultants internationaux	2 hm 28.000	1 hm 14.000	1hm 14.000	0	0	0
13-00- Personnel local d'appui	9.000	3.000	2.000	2.000	1.000	1.000
15-00- Voyages locaux	8.000	2.000	2.000	2.000	1.000	1.000
16-00- Voyages de l'ONUDI	11.000	4.000	0	4.000	0	3.000
17-50- Consultants nationaux	8.000	6.000	2.000	0	0	0
32-00- Voyages d'études	9.000	3.000	3.000	3.000	0	0
33-00- Formation locale	37.904	20.000	7.904	10.000	0	0
45-00- Equipements	50.000	50.000	0	0	0	0
51- Dépenses diverses	5.676	1.214	2.231	2.231	0	0
Total	166.580	103.214	33.135	23.231	2.000	5.000
Frais de gestion ONUDI (7 %)	11.660	7.225	2.319	1626	140	350
TOTAL	178.240	110.439	35.454	24.857	2.140	5.350

5.2.10. Budget consolidé de la composante 2 du projet (En EUROS)

Lignes budgétaires	Total	1 ^{ère} année	2 ^{ème} année	3 ^{ème} année	4 ^{ème} année	5 ^{ème} année
11-50- Consultants internationaux (transformation, conditionnement, marketing)	106.531	42.000	42.000	22.000	0	0
13-00- Personnel local d'appui	22.715	6.500	5.500	5.500	3.215	2.000
15-00- Voyages locaux	27.000	8.000	8.000	5.000	3.000	3.000
16-00- Voyages de l'ONUDI	36.000	14.000	0	9.000	5.000	8.000
17-50- Consultants nationaux	53,3 hm 80.000	18 hm 27.000	15,33 hm 23.000	10 hm 15.000	6 hm 9.000	4 hm 6.000
32-00- Voyages d'études	47.000	12.000	20.000	11.000	4.000	0
33-00- Formation locale	91.904	36.000	23.904	22.000	6.000	4.000
45-00- Equipements (fours solaires, hangars de séchage)	161.000	90.000	54.000	17.000	0	0
51- Dépenses diverses	22.961	8.031	6.803	4.993	2.134	1.000
Total	594.580	243.531	183.207	111.493	32.349	24.000
Frais de gestion ONUDI (7 %)	41.620	17.047	12.824	7.804	2.265	1.680
TOTAL	636.200	260.578	196.031	119.031	34.614	25.680

6. RISQUES DU PROJET

Le projet ne comporte pas de risque particulier, en ce sens qu'il s'inscrit dans le cadre global du Programme Intégré d'Appui à la Valorisation des Produits Agropastoraux et au Développement du Secteur Privé Phase II appuyé par l'ONUDI et dont il contribuera à renforcer les acquis notamment ceux des projets suivants :

- 1) le Projet Tissuthèque depuis 1992
- 2) le Projet d'Appui aux Groupements Féminins pour la Transformation du Karité depuis 1996
- 3) le Projet Régional d'Amélioration de la Qualité des Cuirs et Peaux dans certains pays de l'Afrique de l'Ouest depuis 2005

En ce qui concerne le PNUD, le projet tirera avantage des acquis des projets suivants :

- 1) Projet Plateformes Multifonctionnelles pour la lutte contre la pauvreté (Pour l'aspect technologie du beurre de karité)
- 2) Appui au Renforcement de l'équité homme/Femmes pour la lutte contre la pauvreté et la promotion d'une bonne gouvernance (Pour l'aspect organisation des femmes).

7. MODALITES DE MISE EN ŒUVRE ET DE GESTION DU PROJET

7.2. Suivi, coordination et gestion du projet

Compte tenu du fait que le projet fait partie intégrante du Programme Intégré de l'ONUDI pour le Mali (PIM II), il sera soumis au même cadre central de coordination et de suivi, en d'autres termes par le comité de pilotage présidé par le Ministère de l'Industrie et comprenant des représentants des autres institutions impliquées. L'ONUDI, le PNUD et le Luxembourg siègeront au sein du Comité de Pilotage. Outre ce comité, le projet recrutera un coordinateur national du projet ainsi qu'un ingénieur en technologies agroalimentaires travaillant à plein temps sur la base d'un an renouvelable au cas où les résultats seraient satisfaisants. Le projet sera sous la tutelle administrative du Ministère de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille.

7.3. Evaluation des progrès du projet

Outre les réunions du comité de pilotage tous les 6 mois, le projet fera l'objet d'une réunion tripartite (Contreparties-ONUDI-PNUD-Luxembourg) au moins une fois par an. Avant chaque réunion du comité de pilotage ou réunion tripartite, le coordinateur national du projet devra présenter un rapport détaillé produit par produit et activité par activité. Un formulaire de rapport permettant de suivre de près la réalisation des activités et des résultats obtenus à l'échelle locale, sera mis à la disposition du personnel du projet pour le compléter régulièrement. La consolidation des rapports locaux sera faite en suivant le modèle du cadre logique d'intervention et en se concentrant sur les indicateurs de performance. Une évaluation approfondie sera entreprise au moins 6 mois avant la fin du projet.

7.4. Rapports :

Le projet fera l'objet d'un rapport tous les six mois montrant les progrès effectués. Le rapport semestriel sera préparé par le coordinateur national du projet et soumis au responsable du projet et au chef d'équipe du PIM II, avant de le soumettre au comité de pilotage et/ou aux réunions tripartites.

8. Contexte Légal et conditions préalables.

8.2. Conditions préalables

Le gouvernement s'engage à fournir :

- La logistique d'opération comprenant à l'échelle nationale et/ou régionale des locaux requis pour le travail de bureau (équipés avec téléphone, fax et Internet), le transport des experts/consultants de l'ONUDI, ainsi que d'autres appuis logistiques divers.
- Au personnel d'appui notamment au niveau régional et local qui sera fourni par les institutions et autorités régionales et locales.
- Cadres et experts nationaux travaillant dans les institutions d'appui aux différents niveaux et notamment destinés à recevoir une formation et à encadrer les activités auprès des femmes entrepreneurs.

8.3. Contexte légal

Le projet fait partie intégrale du PIM II (Synthèse en annexe).

ANNEXES

Annexe 1 : Cadre logique de la composante 1 Karité (Les montants sont à titre indicatif) :

Produits	Activités	Indicateurs de réalisation	Coûts en Euros					Responsable
			An 1	An 2	An 3	An 4	An 5	
1.1.1 Mise en place de 68 groupements féminins et le renforcement des capacités organisationnelles de 32 groupements existants	1.1.1.1 Formation des productrices dans la dynamique de groupes et la gestion de GIEs ou coopératives 1.1.2 Appui à la mise place de GIEs ou coopératives de productrices Développement d'outils de gestion et leur utilisation pour assister dans le fonctionnement des GIEs ou coopératives.	Au moins 70% des groupements sont constitués en GIE ou coopératives	14.000	10.000	6.000	6.000	0	PNUD
1.1.2 Améliorer la qualité des produits et garantir la régularité des approvisionnements par l'appui conseil, la formation et l'information des femmes	2.1.1 Recruter un spécialiste permanent en technologie alimentaire 2.1.2 Préparation d'outils de formation sur les techniques améliorées et formation des productrices dans les Bonnes Pratiques de Fabrication et d'hygiène (BPF/BPH) ainsi que dans l'application des systèmes de qualité permettant de produire un beurre de très bonne qualité ; 2.1.3 Organisation de voyage d'études (par exemple au Burkina	La moitié au moins des bénéficiaires ont la capacité d'appliquer les BPH Expérience du Burkina Faso transférée à au moins 50% des groupements	20.000	17.000	10.000	10.000	5.000	ONUDI

de beurre de karité.	des produits de karité (savons et produits divers)	projet amélioré revenus	ont leurs	84,000	93,000	66,000	44,018	20,000
	Totaux							
	Total Karité					286,018		

Annexe 2 : Cadre logique de la sous composante viande séchée

Résultat 1 : Le taux de transformation de la viande sur place a augmenté. Stratégie et partenariat : Stratégie : Promotion d'unités Pilotes pour la transformation de la viande adaptées aux conditions écologiques ; Partenariat : Ministère de l'Elevage et de la Pêche, ONG							Partenariat : Ministère de l'Elevage et de la Pêche, ONG				
Produits	Activités	Indicateurs de réalisation	Coûts en Euros					Responsable			
			An 1	An 2	An 3	An 4	An 5				
2.1 Formation de formateurs dans le domaine de la transformation de la viande	2.1.1 Entreprendre une évaluation de la transformation de la viande dans le Nord du Mali et définir une stratégie de développement et un plan d'action 2.1.2 Identifier les groupements de femmes et les besoins en assistance technique 2.1.3 Sélectionner des femmes à former 2.1.4 Préparer les modules de formation et former les formateurs et organiser des séances pilotes de formation des femmes	Rapport validé par les groupements de femmes 10 formateurs formés 5 formations pilotes organisées	20.000	12.000	12.262	6.715	3.500	ONUUDI			
2.2 Mettre en place un centre pilote	2.2.1 Identifier un lieu d'implantation d'un centre pilote 2.2.2 Préparer des spécifications pour les équipements (fours solaires, hangars de séchage, aires d'abattage) et lancement de la procédure d'achat et la fabrication 2.2.3 Installer des équipements et former des femmes: Formation des formatrices/eurs et des femmes en technologie, en gestion et commercialisation 2.2.4 Assister dans le fonctionnement du réseau	Un centre pilote de transformation de la viande adaptée aux conditions écologiques opérationnelle	30.000	35.000	20.000	4.000	0	ONUUDI			

2.3 Développement de l'entreprenariat féminin	<p>2.3.1. Assister les groupements de femmes dans la mise en œuvre des procédés et techniques appropriées de séchage (trempage de la viande dans une saumure salée à 5%) à travers la fourniture de petits matériels de démonstration et de formation, la formation sur site et l'appui-conseil</p> <p>2.3.2 Assister dans la recherche de solutions de financement et de crédits y compris éventuellement la mise en place d'un micro crédit « revolving »</p> <p>2.3.3 Assister dans la recherche des marchés et la commercialisation des produits (exhibition, promotion des produits, partenariat commercial, etc.)</p> <p>Activité</p> <p>2.3.4 Identifier les institutions d'encadrement local et leurs besoins en assistance technique</p>	<p>- Contribuer à l'autonomisation économique des femmes du Nord Mali en créant des valeurs ajoutées dans la transformation de la viande</p> <p>- Contribuer à la sécurisation humaine et à la paix par la création d'emplois</p>	22.502	12.262	10.000	6.000	3.000	ONUDI
Totaux			72.502	59.262	42.262	16.715	6.500	
Total viande séchée			197.241					

Annexe 3 : Cadre logique de la sous composante lait de chamelle

Produits		Activités	Indicateurs de réalisation					Coûts en Euros					Responsable
			An1	An 2	An 3	An 4	An 5	An 1	An 2	An 3	An 4	An 5	
3.1 Un encadrement local spécialisé établi pour les services d'appui à la valorisation du lait de chamelle	3.1.1	Faire une évaluation de la production de lait de chamelle dans les cercles concernés de Kidal et des activités entreprises par les femmes dans ce secteur	20.000	26.378	8.000	4.000	6.500	20.000	26.378	8.000	4.000	6.500	ONUDI
	3.1.2	Identifier les groupements de femmes/groupements de femmes actifs dans le secteur et identifier les besoins en assistance technique											
	3.1.3	Sur la base des informations recueillies, dégager les activités économiques de valorisation des produits qui ont un potentiel sur le marché (produits, technologies appropriées, emballages, distribution, marchés, etc.)											
3.2 Un centre communautaire pour le contrôle et l'emballage des produits à base de lait de chamelle est établi	3.2.1	Identifier l'approche méthodologique à travers la mise en place d'un réseau de fabrication de produits longue durée comme différentes variétés de fromage autour d'un centre communautaire de contrôle et d'emballage et d'expédition	21.000	40.000	20.000	4.000	0	21.000	40.000	20.000	4.000	0	ONUDI
	3.2.2	Préparer des spécifications pour											

fonctionnel	les équipements et lancer la procédure d'achat								
	3.2.3 Installer des équipements et former des femmes; Formation des formatrices/eurs et des femmes en technologie, en gestion et commercialisation								
	3.2.4 Assister dans le fonctionnement du réseau								
3.3	Les groupements de femmes maîtrisent la technologie de valorisation du lait de chamelle et sont connectés à des débouchés de marchés rémunérateurs.								
	3.3.1 Assister les groupements de femmes dans la mise au point des produits et des procédés (fonctionnement des activités de valorisation et optimisation des opérations) à travers la fourniture de petits matériels de démonstration et de formation, la formation sur site et l'appui et conseil	Au moins 75% des groupements concernés maîtrisent les procédés de valorisation et accèdent à des niches de marché	22.756	20.000	8.000	4.234	6.000	ONUDI	
	3.3.2 Assister dans la recherche de solutions de financement et de crédits y compris éventuellement la mise en place d'un micro-credit « revolving »	- La sécurisation humaine et la paix par la création d'emplois							
	3.3.3 Assister dans la recherche des marchés et la commercialisation des produits (exhibition, promotion des produits, partenariat commercial, etc.)								
	Totaux		63.756	86.378	36.000	12.934	12.500		
	Total lait de chamelle				211.568				

Annexe 4 : Cadre logique de la sous composante Cuir

Résultat 1 : Création d'un centre pilote de production et de formation pour les produits en cuir (exemples : sandales, maroquineries, artisanat) Stratégie et partenariat : Le projet travaillera en partenariat avec l'Association Nationale du Cuir et avec les ONGs/ coopératives des femmes dans la région de Kidal au Nord Mali								
Produits	Activités	Indicateurs de réalisation	Coûts en Euros				Responsable	
			An 1	An 2	An 3	An 4		An 5
1.1. Mettre en place un centre pilote	<p><u>Activité 1.1.1</u> Préparer un concept technique incluant un plan détaillé, l'évaluation des équipements et des pièces détachées nécessaires ; Besoins en personnel et formation; Stratégie de pérennisation (analyse financière)</p> <p><u>Activité 1.1.2</u> Approbation de la proposition par le Gouvernement</p> <p><u>Activité 1.1.3</u> Organiser une réunion avec les membres de l'Association du cuir et les groupes des femmes pour discuter de la proposition et identifier les groupements de femmes et les besoins en assistance technique</p> <p><u>Activité 1.1.4</u> Finaliser la proposition et commencer son exécution y compris l'achat des équipements</p>	<p>Proposition validée par toutes les contreparties</p> <p>Centre pilote mis en place</p>	10.000					ONUUDI
		Centre Pilote mis en place	50.000					

	<i>Activité 1.1.5</i> Suivi de l'installation et mise en œuvre											
1.2 Former les formateurs du Centre pilote	<i>Activité 1.2.1</i> I Conduire une formation systématique sur la conception des produits en cuir, la fabrication des patrons et les aspects de fabrication	10 formateurs formés 5 formations pilotes, organisées	15.000 5.000									ONUUDI
1.3 Conduire une formation pour le groupe des femmes	<i>Activité 1.3.1</i> I Conduire une formation systématique sur la conception des produits en cuir, la fabrication des patrons et les aspects de fabrication	5 formations pilotes organisées	10.000 5.000 5.000	12.700 3.451 7.380	18.483	2.000	5.000					ONUUDI
1.4 Commencer une campagne de sensibilisation sur les articles en cuir fabriqués localement	<i>Activité 1.4.1.</i> Organiser et conduire un séminaire spécial sur les aspects de commercialisation <i>Activité 1.4.2.</i> Organiser une foire locale pour les groupes des femmes et préparer du matériel de promotion	Contribuer à l'autonomisation économique des femmes du Nord Mali en créant des valeurs ajoutées dans le secteur cuir - Contribuer à la sécurisation humaine et à la paix par la création d'emplois										ONUUDI
	Totaux		100.000	31.135	23.231	2.000	5.000					
	Total cuir				161.366							

Annexe 5: Termes de référence de l'Ingénieur en Technologies Agroalimentaires

I. Contexte

L'exploitation et la transformation du karité constituent un espoir pour le Mali en général, et pour les femmes rurales en particulier, dans la lutte contre la pauvreté et l'autonomisation économique des femmes. En effet, la filière karité qui occupe majoritairement les femmes leur procure 80% de leurs revenus dans certaines localités du Mali (Koulikoro, Ségou et Sikasso).

Les femmes interviennent à tous les échelons de la chaîne de valeurs du karité (de la collecte des fruits à la transformation du beurre). De plus, la valeur économique des produits à base de karité est importante et constitue dans les zones rurales des ressources appréciables pour les femmes. L'importance du karité dans l'économie familiale et dans la vie sociale rurale est indéniable. Son travail permet aux femmes qu'il occupe de bénéficier de revenus décents leur permettant de faire face aux besoins financiers immédiats. Du reste ces revenus pourraient bien être substantiels si les femmes productrices disposaient de meilleures technologies pour accéder à des marchés rémunérateurs.

La filière karité traverse des difficultés multiples qui se situent tant en amont qu'en aval. En amont la difficulté de maîtriser la qualité lors des opérations de collecte, de traitement et d'extraction constitue un risque important pour toute la filière. En aval, compte tenu de la faible connaissance du marché, de ses exigences et de son évolution par les productrices, l'écoulement des produits constitue l'un des facteurs limitant le développement de la filière et des revenus des femmes.

De façon générale les principales faiblesses de la filière se résument comme suit :

- La filière karité est régie par une économie de cueillette ;
- L'inadéquation entre le type d'organisation des groupements de femmes productrices et la demande du marché (en quantité et en qualité de produits); la gestion et l'organisation du travail dans les groupements constituent une des faiblesses pour la construction durable de la filière karité ;
- Les méthodes traditionnelles de collecte, de traitement et d'extraction sont souvent peu recommandées ; certaines pratiques ont un impact négatif sur la qualité des amandes et du beurre de karité ;
- Les termes techniques relatifs aux critères de la qualité des amandes et beurre de karité tels que l'humidité, les impuretés, l'acidité, la matière grasse sont souvent moins bien perçus par les productrices d'amandes et de beurre de karité. Les causes d'altération des produits sont également faiblement maîtrisées par la plupart des productrices ;
- A ce jour les programmes de formation ne prennent pas en compte l'ensemble des causes d'altération des amandes et beurre de karité ;
- L'inexistence de laboratoires régionaux d'analyse et de contrôle de la qualité des amandes et beurre de karité.;
- L'inexistence de normes (standards) adoptées tant au plan national, sous – régional qu'international constitue la principale difficulté dans les transactions commerciales et notamment dans la détermination des prix des produits ;
- La faible maîtrise des circuits de commercialisation présentant souvent de nombreux intermédiaires ; ce qui réduit fortement le bénéfice des productrices ;

En dépit de ces difficultés les efforts de promotion de la filière karité entrepris par le MPFEF grâce à l'assistance technique de l'ONUDI ont eu des effets positifs indéniables sur la situation de la femme rurale aux plans technique, économique et social.

Ces efforts doivent se poursuivre afin de lever les contraintes techniques et organisationnelles pendantes, pour permettre au Mali de mieux tirer profit des opportunités offertes suite à la directive

européenne du 28 Octobre 1999 (avec prise d'effet en Janvier 2003) visant l'introduction dans le chocolat. Ceci suppose le respect des normes internationales afin de favoriser l'accès de la production nationale aux marchés internationaux notamment de l'Europe (taux d'acidité de 1 à 2%, d'impureté et d'humidité de 1%) sans perdre de vue les nouvelles exigences de traçabilité imposées par celles-ci.

Les tâches et responsabilités de l'expert sont définies ci-après.

II. Tâches et responsabilités

Sous la responsabilité de la Coordinatrice de la composante agroalimentaire, l'expert doit accomplir les principales tâches suivantes :

- Assurer la préparation des outils de formation sur les techniques améliorées et la formation des productrices dans les Bonnes Pratiques de Fabrication et d'Hygiène (BPF/BPH) ainsi que dans l'application des systèmes de qualité permettant de produire un beurre de très bonne qualité ;
- Assurer l'appui direct et le conseil aux femmes pour une gestion appropriée de la production ;
- Identifier les besoins en équipements des femmes dans la filière karité et les fournisseurs d'équipements ;
- Assurer la formation des femmes à l'utilisation des équipements et dans les procédés technologiques appropriés.

III. Résultats attendus

En plus de la contribution aux activités générales du projet, les résultats spécifiques suivants sont attendus de l'Ingénieur en Technologie Agroalimentaire :

- Les capacités des femmes productrices de karité se sont améliorées ;
- La qualité des produits dérivés du karité s'est améliorée grâce aux techniques innovantes de production et à l'application des Bonnes Pratiques de Fabrication et d'hygiène (BPF/BPH) ;
- La gamme des produits dérivés du karité est diversifiée.

IV. Profil requis

Le titulaire du poste d'Ingénieur en Technologies Agroalimentaires doit répondre aux critères suivants :

- Etre titulaire d'un diplôme universitaire en technologies agroalimentaires ;
- Avoir une vaste expertise dans la transformation agroalimentaire à petite échelle ;
- Avoir une bonne connaissance et maîtrise des normes et référentiels qualité dans le domaine de l'exportation des produits agricoles (HACCP, EUREPGAP, Traçabilité) ;
- Avoir une expérience d'au moins 8 ans de pratique dans les pays en voie de développement.

V. Durée du contrat et rémunération

Le responsable aura un premier contrat d'un an renouvelable au cas où les résultats seraient satisfaisants. La grille de rémunération sera celle des experts nationaux du Système des Nations Unies au Mali.