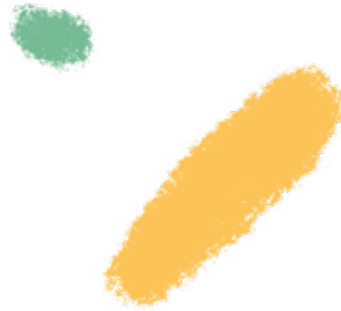




Rapport final de l'étude de
systeme de marché de la chaîne
de valeur du sésame dans les
régions de Ségou et de Sikasso



La Fondation Espagnole Ayuda en Acción
en abrégé AeA, Siège social Niaréla,

Bamako Mali, Rue 568,
en face de la résidence Suzanne,
Tel. : +223 44 38 54 51

Commanditaire

Ayuda en Acción

Consultant

Oumar COULIBALY

Date de production

Décembre 2023

Table des matières

Liste des acronymes et abréviations	4
Introduction	6
1. Approche méthodologique de l'étude	10
1.1. Séances de travail avec le personnel d'Ayuda en Acción	11
1.2. Collecte de données	11
1.3. Traitement des données collectées	15
2. Aperçu du groupe cible et du sous-secteur	16
2.1. Le groupe cible	17
2.2. Stratégie de subsistance du groupe cible	17
2.3. Aperçu du sous-secteur	20
2.4. Pertinence du sous-secteur pour le groupe cible	26
2.5. Pertinence du sous-secteur pour l'environnement	27
2.6. Potentiel d'intervention	28
3. Systèmes de marchés et contraintes	30
3.1. Structure du système de marché central (chaîne de valeur)	31
3.2. Principales règles et fonctions du marché	36

4. Contraintes systémiques	44
Performance de la fonction Core Market	45
Performance de la fonction Support	46
Performance des règles/règlements/normes	49
5. Parties prenantes et leurs intérêts	50
5.1. Acteurs du marché et parties prenantes	51
5.2. Tableau 9 : Capacités, incitations et intérêts des parties prenantes	54
6. Interventions proposées	56
7. Proposition de plan d'accompagnement	62
Annexe	66

Liste des abreviations

AOPP	Association des Organisations Paysannes Professionnelles
AMASSA	Association Malienne pour Sécurité et la Souveraineté Alimentaire
AMANOR	Agence Malienne de Normalisation
ANSSA	Agence Nationale pour la Sécurité Sanitaire des Aliments
AFT	Association des Femmes et de Touba
AeA	Ayuda en Acción
BNDA	Banque Nationale pour le Développement Agricole

BIM	Banque Internationale du Mali
CDA	Centre de Développement du Secteur de l'Agroalimentaire
CVECA	Caisse Villageoise d'Epargne et de Crédit Autogéré
CEDEAO	Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest
CREDD	Cadre Stratégique pour la Relance Economique et le Développement Durable
DRA	Direction Régionale de l'Agriculture
DRDSES	Direction Régionale de Développement Social et de l'Economie Solidaire
DNA	Direction Nationale de l'Agriculture
FEBAK	Foire Exposition de Bamako
FIARA	Foire Internationale de l'Agriculture et des Ressources Animales
FENAE	Fédération Nationale de l'Agriculture Biologique et Equitable au Mali
FF&OM	Forces Faiblesses Opportunités et Menaces
IFIS	Programme Innovating for Impact in Sesame
GIZ	Coopération Allemande de Développement
LTA	Laboratoire de Technologie Alimentaire
LABOSEM	Laboratoire des Semences
Lux- Dev	Coopération Luxembourgeoise pour le Développement
MOBIOM	Mouvement Biologique Malien
OMA	Observatoire du Marché Agricole
OPA	Organisation de Production Agricole
ONG	Organisation Non Gouvernementale
PESTEL	Politique, Economique, Socioculturel, Technologique, Légal
PDESC	Plan de Développement Economique Social et Culturel
SENEKELA	Plateforme de conseil agricole et de diffusion d'information sur les prix
SIAGRI	Salon International de l'Agriculture
SIMAGRI	Système d'Information du Marché Agricole
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine

Introduction

AeA est une ONG espagnole qui exerce ses activités depuis 1981 en présence continue dans 21 pays sur 4 continents à travers le monde.

Ses objectifs sont les suivants :

Promouvoir une éducation de qualité, inclusive et équitable pour lutter contre le décrochage scolaire et la pauvreté ;

Développer une chaîne de valeurs durable dans les secteurs stratégiques de l'agriculture, l'élevage, la pêche, le tourisme et l'énergie ;

Promouvoir l'emploi et l'esprit d'entreprise dans les pays d'intervention.

C'est dans le cadre du déploiement de son plan de positionnement à long terme dans le Sahel, que la Fondation AeA qui ouvre ses

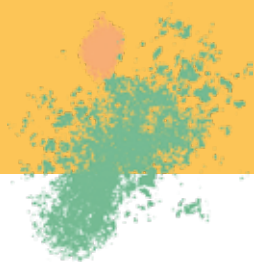
bureaux au Mali, entend devenir une référence en matière de recherche et d'innovations appliquées pour chaque filière potentielle et identifier des chaînes de valeurs.

C'est ainsi que AeA a décidé de recruter un consultant qui possède une grande expérience dans les études de chaînes de valeur agricoles et surtout de développement des systèmes de marchés pour contribuer à l'objectif global et la vision stratégique à terme de AeA.

Les objectifs assignés à l'étude sont :

Objectif global

L'objectif global est la réalisation d'une étude afin d'analyser la chaîne de valeur Sésame au Mali dans les régions de Ségou et Sikasso à l'aide de la méthodologie MSD (Market System Development)

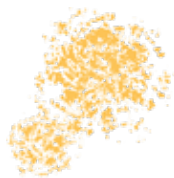


(développement du système de marché), en analysant les contraintes et les opportunités d'appuis de la filière et en prenant en compte les aspects de viabilité sociale et économique de la chaîne de valeur Sésame.

Objectifs spécifiques de l'étude

- Identifier les groupes cibles et aperçus du système de marché Sésame
 - Identifier les stratégies de subsistance du groupe cible ;
 - Identifier et faire un répertoire des acteurs clés de la chaîne de valeur du Sésame (production, transformation, ainsi que les acheteurs traditionnels et institutionnels) ;
 - Identifier et faire un répertoire des fonctions support clés de la chaîne

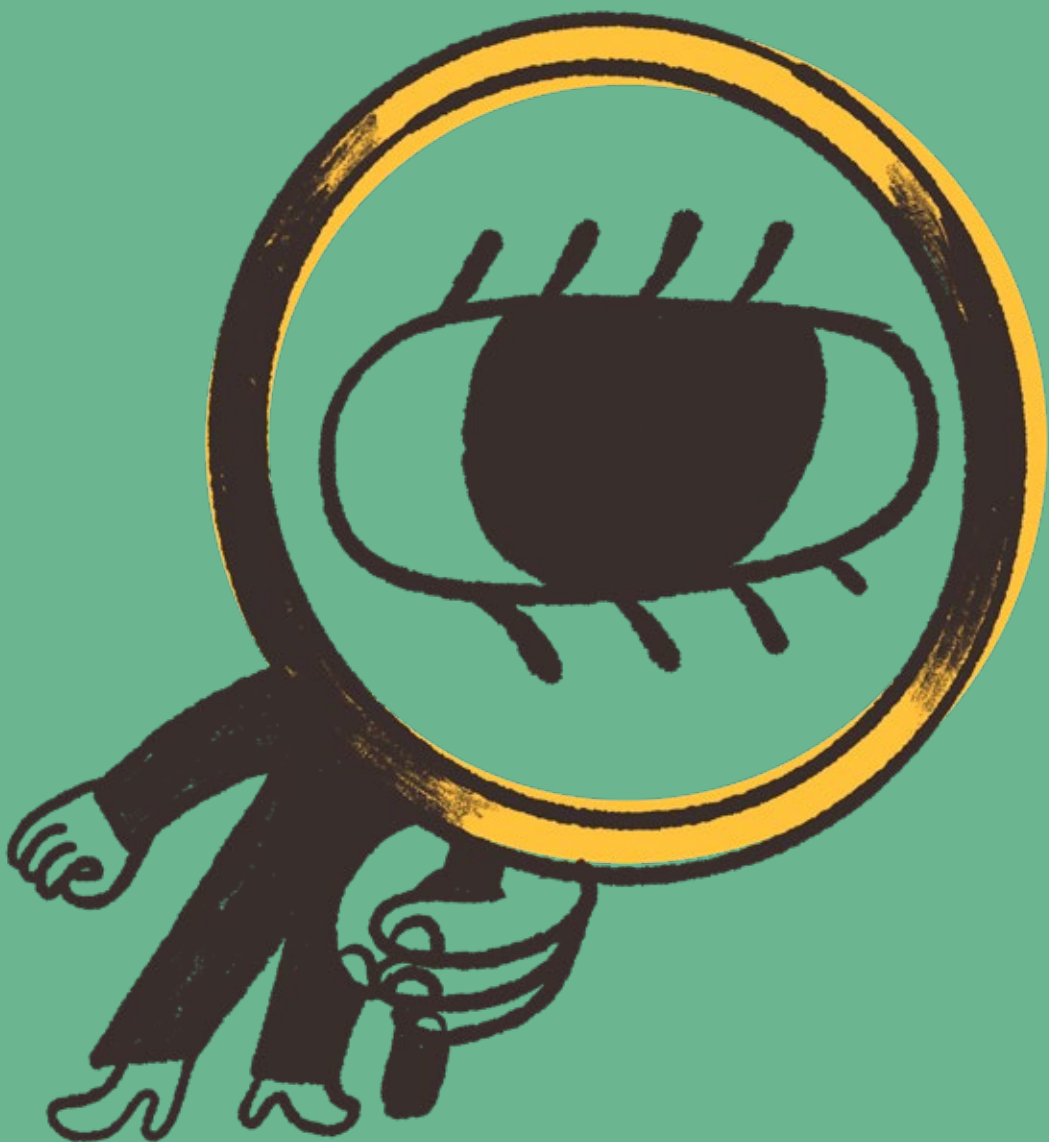
AeA a décidé de recruter un consultant qui possède une grande expérience dans les études de chaînes de valeur agricoles et surtout de développement des systèmes de marchés pour contribuer à l'objectif global et la vision stratégique.



- de valeur du Sésame (institutions financières, départements gouvernementaux, distributeurs de produits et équipement agricoles...)
- Analyser la vue d'ensemble du système de marché ;
 - Déterminer l'importance du système de marché ;
 - Analyser la demande et l'offre ainsi que la variation des prix ;
 - Analyser les tendances et les niveaux de compétitivité du système de marché ainsi que les opportunités.
- **Analyser la pertinence du système de marché Sésame pour le groupe cible**
 - Déterminer le degré de participation du groupe cible au système de marché ;
 - Identifier les opportunités pour le groupe cible dans le système de marché ;
 - Identifier les obstacles à l'entrée dans le système de marché pour le groupe cible.
 - **Analyser la pertinence du sous-secteur pour l'environnement et genre**
 - Dans quelle mesure le système de marché (ou des sections spécifiques du système de marché) est-il vulnérable au changement climatique et à la dégradation de l'environnement ?
- Quel est l'impact des conditions météorologiques extrêmes, de la hausse des températures, de la réduction des précipitations (fiabilité)/ de la disponibilité de l'eau sur la (performance) du système de marché ? (Détermine les risques) ;
 - Dans quelle mesure le système de marché est-il capable de faire face aux impacts négatifs du changement climatique ? (Risques et sensibilité du système de marché) ;
- **Analyser les potentiels d'intervention du système de marché**
 - Présence d'autres projets (de développement) dans ce système de marché et ce qu'ils font.
 - Existe-t-il des acteurs susceptibles d'induire un changement durable dans le système de marché ?
 - Est-il possible de réaliser des changements durables dans le système de marché ?
 - A quels Maillons de la chaîne, une intervention pourrait améliorer le système de marché du Sésame ?
- **Plan d'accompagnement des acteurs**
 - Proposer un plan d'accompagnement au regard des problèmes et contraintes identifiées en vue de l'augmentation des ventes et des revenus des différents acteurs du sésame ainsi que de la consommation au niveau local.



1. Approche méthodologique de l'étude



La conduite de l'étude s'est appuyée sur la combinaison de plusieurs approches. Ces approches ont intégré les techniques quantitatives, les techniques qualitatives et l'observation.

La démarche globale est marquée par 3 étapes clés qui sont (i) la détermination du rôle des femmes et jeunes dans les chaînes de valeur, (ii) le diagnostic de la chaîne de valeur, (iii) l'examen des systèmes de marché.

Dans ses détails, la démarche méthodologique s'est déroulée comme suit :

1.1. Séances de travail avec le personnel d'Ayuda en Acción

Seront prévues 2 séances de travail entre le personnel du projet en charge du mandat et le consultant. La première séance de travail a été focalisée sur le cadrage de la mission. Elle vise à harmoniser les connaissances autour des termes du mandat et donc avoir une compréhension commune. La deuxième séance concernera la validation du rapport d'étude. Au préalable, le rapport d'étude aurait été soumis à l'équipe d'AYUDA EN ACCION pour qu'elle en prenne connaissance. La restitution va porter entre autres sur la méthodologie réellement appliquée, l'état des lieux, l'analyse des systèmes de marché, leurs viabilités, les options et stratégies préconisées, les recommandations.

1.2. Collecte de données

Revue documentaire

Aux fins de l'étude, les documents physiques et virtuels portant sur la filière sésame, les études du marché antérieures et l'approche pro-pauvre ont été exploités. L'analyse a porté entre autres sur : Les groupes cibles et aperçus du système de marché Sésame sont identifiés,

- Les Plans de Développement Economique Social et Culturel (PDESC) des localités concernées ;
- Le Cadre Stratégique pour la Relance Economique et le Développement Durable (CREDD) ;
- La Politique Nationale Genre ;
- Les études relatives à la croissance pro-pauvres au Mali ;
- Les technologies innovantes de production et de transformation du sésame;
- Le guide du Springfield Center relatif à l'approche SMD de développement de système de marchés ;
- Autres documents pertinents sur des projets similaires.
- L'analyse documentaire a porté également sur les données macro-économiques dont le pouvoir d'achat, les catégories socio-professionnelles, la taille de la population dans les zones de demande.

Collectes de données secondaires

A cette phase le Consultant a été assisté par deux enquêteurs expérimentés ayant de solides connaissances sur la chaîne de valeur sésame. Les tâches assignées aux enquêteurs sont :

- La collecte des données du noyau du système de marché à l'aide de smartphones
- La validation des données collectées ;
- La transmission des données sur KOBACOLLECT.

Ces rencontres ont regroupé, les productrices, les jeunes, les producteurs, les autorités villageoises et autres leaders d'opinion.





La collecte des données et d'informations a été faite à l'aide du système CAPI (Enquête Personnelle Assistée par l'Ordinateur avec l'application KOBACOLLECT dans lequel l'enquêteur utilise une tablette ou un smartphone pour enregistrer les réponses). Cette méthode réduit le temps nécessaire pour recueillir et traiter les données de l'enquête, facilite le suivi en temps réel, améliore la qualité des données et réduit les coûts des enquêtes.

Quant au Consultant, ses efforts ont été focalisés sur la collecte de données se rapportant aux acteurs des fonctions d'appui ou de soutien du système de marché et les lois/les règles.

Par rapport aux bassins de production du sésame dans les régions de Ségou et de Sikasso

Il a été procédé à un échantillonnage des villages auprès desquels la collecte d'information a été faite. Cet échantillon qui a été le plus représentatif possible des zones agro-climatiques des régions, a été choisi sur une base raisonnée qui a mis en avant les critères comme : la sécurité dans le bassin de production, la représentativité des zones agro écologiques. Sur cette base, les cercles de Ségou et de Barouéli ont été choisis pour la région de Ségou, Bougouni et Kolondièba pour la région de Sikasso.

Les collectes d'information ont été faites en focus groupe ou de façon individuelle. Ces rencontres ont regroupé, les productrices, les jeunes, les producteurs, les autorités villageoises et autres leaders d'opinion.

Il a été également procédé à une évaluation socio-économique avec une analyse de contexte incluant une analyse du contexte légal et réglementaire ainsi qu'une analyse des services des soutiens et d'appui au développement de la chaîne de valeur sésame. Pour parvenir aux fins de cette évaluation, la collecte d'informations a concerné les aspects suivants :

- Les données monographiques ;
- Les principales tâches suivant le genre (homme, femme, jeune) ;
- Les potentialités économiques en faveur des entreprises de femmes et jeunes évoluant sur le sésame ;
- Les systèmes de production du sésame en vigueur ;
- Les préoccupations environnementales liées aux systèmes de production ;
- Les approches technologiques innovantes ;
- Les us, coutumes et règles sociales établies ;
- Les dispositions réglementaires en vigueur ;
- L'accès aux facteurs de production dont la terre et le matériel de production du sésame ;
- Les OPA/micro-entreprises mixtes, de femmes et jeunes de la filière sésame ;

- Les perspectives de développement de la filière ;
- Les contraintes majeures de la filière.

A cette étape, une appréciation a été faite aussi des fonctions d'appui (les banques et institutions de micro finance, les structures de formation professionnelle, les projets et ONG, les prestataires de services, les organisations socioprofessionnelles, l'interprofession sésame et autres).

Enfin, des rencontres avec les représentants des collectivités (conseils communaux de cercles et de région) ont aidé à mieux cerner les priorités des collectivités pour le quinquennat en cours ou à venir en matière de développement des filières.

Par rapport aux marchés

A ce niveau également, l'étude a procédé à un échantillonnage et cette partie de l'étude s'est focalisée sur les maillons se trouvant en amont et en aval de la production. Il s'agit notamment du maillon des intrants agricoles, du maillon de la transformation et du maillon de la commercialisation.

Il est à noter qu'en plus des régions concernées, cette phase a touché aussi les villes de Fana et Bamako qui regorgent en leur sein des unités modernes de traitement et de conditionnement du sésame ainsi que de gros exportateurs.

Avec cette cible, les entretiens ont été faits à travers des enquêtes et interviews où sont administrés des questionnaires personnalisés ainsi que des guides

d'entretien à d'autres acteurs permanents de la chaîne de valeur sésame. Ainsi, ont été touchés : des transformateurs, des intermédiaires, des clients, des transporteurs et des fournisseurs.

Les aspects qui ont été mis en exergue sont entre autres :

- La chaîne de valeur, coûts et prix marginaux ;
- Les opportunités d'intervention (caractéristiques de la demande, incitations, motivations d'achat) ;
- Les technologies de transformation et fournisseurs d'équipements ;
- Les préoccupations environnementales inhérentes à la transformation et commercialisation du sésame ;
- Le circuit de distribution, le stockage et la conservation ;
- Les lignes de crédit et le mécanisme de financement ;
- Les intrants agricoles et l'organisation du marché semencier ;
- Les règles et les fonctions du système de marché ;
- Les rôles des populations cibles dans le système de marché ;
- Les défaillances du marché affectant les cibles et leurs causes.

1.3. Traitement des données collectées

Le logiciel KOBACOLLECT a été utilisé pour exporter les données issues des enquêtes terrain réalisées à l'aide de smartphone.

Le logiciel EXCEL a été mis à profit pour réaliser les tableaux croisés et les graphiques.

Les activités d'apurement ont commencé pendant la collecte de données et se sont poursuivies après la fin de la collecte des données.

Elles ont conduit à l'élaboration du rapport final structuré comme suit :

1. Aperçu du groupe cible et du sous-secteur

- 1.1. Groupe ciblé
- 1.2. Stratégies de subsistance du groupe cible
- 1.3. Aperçu du sous-secteur
- 1.4. Pertinence du sous-secteur pour le groupe cible
- 1.5. Pertinence du sous-secteur pour l'environnement
- 1.6. Potentiel d'intervention

2. Systèmes de marché et contraintes

- 2.1. Structure du système de marché central (chaîne de valeur)



- 2.2. Principales fonctions et règles du marché

3. Contraintes systémiques

- 3.1. Performance du système de marché
- 3.2. Marché interconnecté principal

4. Les parties prenantes et leurs intérêts

- 4.1. Acteurs du marché et parties prenantes
- 4.2. Capacités, incitations et intérêts des parties prenantes

5. Interventions proposées

6. Annexes

2.

Aperçu du groupe cible et du sous-secteur



2.1. Le groupe cible

La cible visée par l'intervention d'AYUDA en ACCION est constituée de jeunes et de femmes tous actifs dans l'exploitation du sésame. Ils interviennent pratiquement dans tous les maillons de la chaîne de valeur et sont surtout nombreux dans le maillon de la production. En effet, de par le système d'organisation des exploitations agricoles au Mali en général et dans les régions de Sikasso et de Ségou en particulier, les itinéraires de production du sésame sont portés en grande partie par les jeunes et les femmes. Les opérations de préparation de sol, les semis, le désherbage, les récoltes et le battage sont l'œuvre des jeunes pendant que le vannage et la mise en sac sont du ressort des femmes.

S'agissant de la transformation, jeunes et femmes y participent avec une grande tendance pour les femmes (caramélisation, production de pâte, production d'huile etc.).

Quant à la commercialisation (collecteurs, demi-grossistes, grossistes et exportateurs), elle enregistre une forte présence de jeunes et quelques rares fois les femmes.

2.2. Stratégie de subsistance du groupe cible

Dans le cadre de la production du sésame, les jeunes et les femmes disposent diverses ressources dont les terres de culture, le savoir-faire et le capital humain, les systèmes d'information sur le marché existants.

Dans les régions de Ségou et de Sikasso, les populations cibles vivent d'agriculture. En effet, l'hivernage est consacré à l'emblavement des cultures vivrières (mil, maïs, riz, sorgho, fonio) et aux cultures de rente (arachide, coton, sésame). Il dure 3 à 4 mois avec une moyenne annuelle pluviométrique de 900 mm pour la région de Sikasso et 750 mm pour la région de Ségou. Pendant la saison sèche, elles

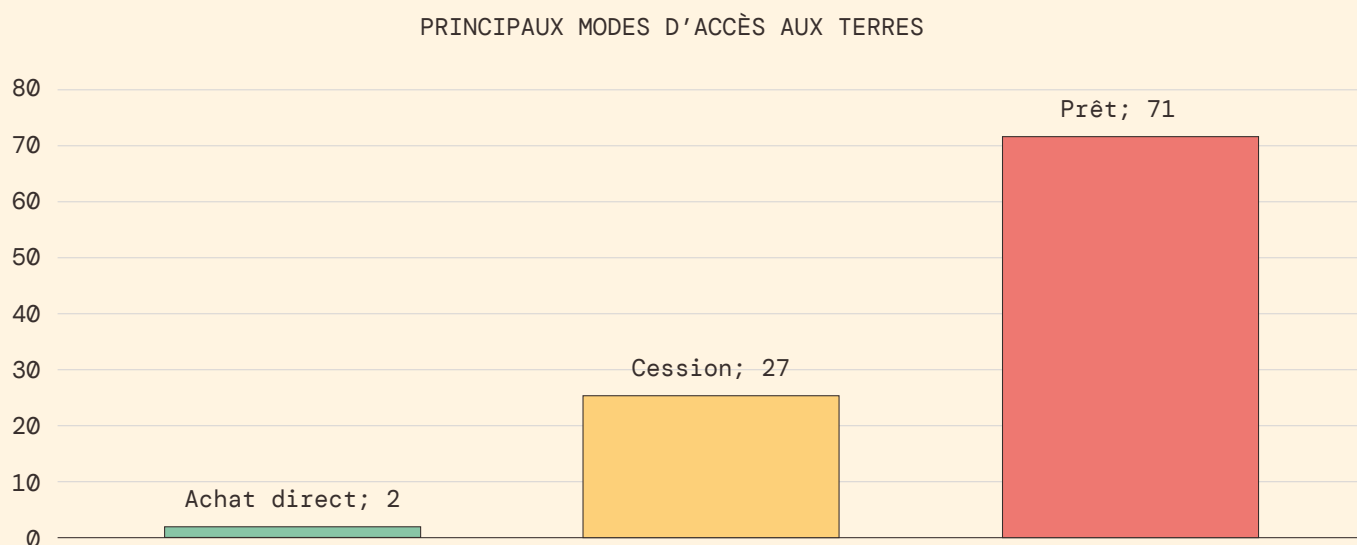
Dans les régions de Sikasso et de Ségou en particulier, les itinéraires de production du sésame sont portés en grande partie par les jeunes et les femmes. Les opérations de préparation de sol, les semis, le désherbage, les récoltes et le battage sont l'œuvre des jeunes pendant que le vannage et la mise en sac sont du ressort des femmes.

s'adonnent aux activités de contresaison comme : le maraichage, l'embouche et le commerce.

En termes de facteurs de vulnérabilité, ils sont davantage accentués au niveau des femmes qui disposent d'un droit d'usage et non un droit de propriété et sont aussi en situation d'inégalité d'accès aux autres

moyens de production dont les bœufs de labour, les charrues, charrettes, semoirs, batteuses et autres. Cette inégalité d'accès aux moyens de production qui frappent en grande majorité les femmes est un frein pour l'augmentation des rendements (itinéraires techniques réalisées toujours en retard) et compromettant du coup la qualité des récoltes.

Figure 1. Les principaux modes d'accès à la terre dans la zone d'études



Source : Enquête réalisée dans le cadre l'étude/novembre 2023

Dans les zones couvertes par l'étude, le mode d'accès à terre le plus répandu est le prêt. Les femmes sont davantage éligibles à ce mode qui n'a pas beaucoup d'assurance car le propriétaire peut retirer sa parcelle à tout moment. Des considérations coutumières sont l'origine de cette situation. En effet, au Mali en général, et dans les régions de Sikasso et de Ségou en particulier par le

fait du mariage, la femme quitte sa famille paternelle pour une autre famille. Dans la famille d'accueil elle ne saurait être propriétaire de terre, par contre ses enfants jouissent les mêmes droits de propriété sur les terres que son mari (ce droit de propriété est hérité de père en fils). Ce qui fait que les modes d'accès courants des femmes aux terres demeurent les cessions et les prêts.

Les cultures vivrières sont essentiellement utilisées comme vivres même si par moment le supplément est vendu. Les cultures de rentes sont destinées à la vente pour faire face aux condiments, évènements sociaux (mariage décès, baptême, achat de vêtements, soins sanitaires).

Des enquêtes réalisées de la cadre de la présente étude auprès de quelques producteurs dans les régions de Sikasso et de Ségou ont permis de dresser ce tableau qui fait état de la contribution des principales cultures de rente dans l'économie familiale :

Tableau 1. Contribution des principales cultures de rente dans l'économie familiale

Localités	Coton	Sésame	Arachide	Oseille de Guinée	Soja	Fonio	Produits maraichers
Kolondiéba	75%	10%	10%	-	-	5%	-
Ségou	-	35%	40%	2%	2%	11%	10%

Source : Enquête réalisée dans le cadre de cette étude en novembre 2023.

Il découle de l'analyse de ce tableau qu'en termes d'importance, la contribution du sésame à l'économie de la famille est de 35% dans le cercle de Ségou tandis qu'elle de 10% dans le cercle de Kolondiéba, une différence s'expliquant en grande partie par le paquet et l'étendue des appuis donnés par les partenaires d'appui à la filière dont Lux- Dev.

Le sésame présente une alternative importante dans les stratégies de rente. En effet, la baisse de la pluviométrie

constatée par les producteurs les amène à se focaliser sur la production du sésame considérée comme moins exigeante. De plus, le prix du sésame sur les marchés locaux peut être nettement plus élevé que celui du coton certaines années alors que les investissements à réaliser sont nettement moindres.

Le sésame produit est exclusivement destiné à la commercialisation et très peu de producteurs consomment du sésame qui n'est pas dans leurs habitudes alimentaires.



En effet, le sésame est une opportunité pour ces populations et permet d'obtenir des revenus pour subvenir aux besoins de santé, de scolarité, le financement des fêtes de fin d'année et les autres dépenses de la famille. La vente du sésame en période de récolte (novembre-décembre) permet également de se substituer au moins en partie à la vente des surplus de céréales à la récolte.

Dans ces zones, le sésame est une culture de rente et non alimentaire.

Le sésame qui arrive en maturité en période de récolte du coton et avant le début de la commercialisation du coton et des autres céréales est une source de revenu pour les producteurs qui sont dans des besoins urgent d'argent. En effet, le sésame est une opportunité pour ces populations et permet d'obtenir des revenus pour subvenir aux besoins de santé, de scolarité, le financement des fêtes de fin d'année et les autres dépenses de la famille.

La vente du sésame en période de récolte (novembre-décembre) permet également de se substituer au moins en partie à la vente des surplus de céréales à la récolte. Elle permet donc d'accroître les stocks de céréales des paysans pour qui la période de soudure est moins difficile (diminution des besoins de rachat de céréales) et qui peuvent parfois tirer avantage des stocks conservés pour profiter des hausses de prix de la soudure.

2.3. Aperçu du sous-secteur

Importance du système de marché

Le Mali a produit, en 2020, 2021 et 2022 respectivement 47 807 tonnes, 42 827 tonnes et

48 083 tonnes de sésame. Selon les statistiques de l'Observatoire du Marché Agricole de 2015, le volume des transactions vers les pays frontaliers du Mali a atteint environ 17 500 tonnes en graines de sésame et 200 tonnes en huile de sésame.

Au Mali, la filière sésame contribue à l'amélioration des revenus de nombreuses personnes dont les femmes et les jeunes qui en font leur principale activité agricole. La filière sésame emploie plus de 200 000 personnes. Les superficies exploitées au Mali sont de l'ordre de 50 000 hectares avec un potentiel de production annuelle estimé à plus 100 000 tonnes.

Tableau 1. Chiffres d'affaires réalisés par les producteurs de sésame brut pendant les 3 dernières dans les régions de Sikasso et Ségou comparés au niveau national

Campagnes agricoles	National		Région de Ségou		Région de Sikasso	
	Volume (Tonne)	CA F CFA	Volume (Tonne)	CA F CFA	Volume (Tonne)	CA F CFA
Campagne 2020/2021	47 807	21 513 150 000	9 233, 95	4 155 277 500	2 465, 43	1 109 443 500
Campagne 2021/2022	42 827	17 130 800 000	15 007	6 002 800 000	7 703	3 081 200 000
Campagne 2022/2023	48 083	22 839 425 000	13 673	6 494 675 000	4 237	2 012 575 000

Source : Enquêtes réalisées dans le cadre de la présente étude.

CA : Chiffre d'affaires

Pendant les campagnes 2020/2021, 2021/2022, 2022/2023, les prix moyens auxquels le sésame a été aux producteurs furent respectivement 450, 400 et 475 F CFA.

Les chiffres d'affaires réalisés par ces 3 dernières années attestent d'une part l'importance du sésame dans l'économie nationale et d'autre part les contributions des deux régions.

L'offre de sésame

Au Mali, l'offre de sésame est caractérisée par la présence de :

- **Sésame brut** : Cette catégorie de sésame est mise sur le marché sans aucune transformation. Les couleurs dominantes des variétés cultivées au Mali sont : blanc,

blanc cassé/crème, jaune, marron foncé, noir, bigarré.

Le sésame brut produit au Mali renferme des proportions importantes de poussière.

- **Sésame nettoyé** : pour obtenir le sésame nettoyé, il passe par un processus de soufflage et nettoyage lui permettant de se débarrasser de toutes ses impuretés. Il de couleur très blanche.

Cette étude n'a pas pu toucher toutes les unités de nettoyage et de soufflage du sésame du Mali pour des motifs de réticence ou d'indisponibilité des leaders. Ces unités généralement sont détenues par des grossistes exportateurs.

Ci-dessous les volumes de production des unités touchées au titre de la campagne 2022/2023:

Tableau 2. Volumes de production du sésame nettoyé des unités touchées en 2022/2023

N°	Unités	Volume (tonne)	Localisation	Observations
1	Unité de MOBIOM	350	Bougouni	Sésame bio
2	Société FOFANA et Frères	1000	Bamako	Sésame conventionnel
3	SACKO - Développement	1000	Ségou	Sésame conventionnel
4	AGRI SAHEL	100	Ségou	Sésame conventionnel
5	OHVN	895	Bamako	Sésame bio
TOTAL		3 345		

Source : Enquête réalisée dans le cadre de cette étude en novembre 2023.

- **L'huile de sésame :** Au Mali l'huile de sésame est obtenue par voie de pressage (à chaud ou à froid). Bien vrai que le marché de cette huile présente de belles perspectives de développement, les volumes de production sont assez bas. En effet, jusqu'à un passé récent elle était commercialisée à l'extérieur, mais de plus en plus elle est vendue à l'intérieur à des clients des secteurs de la cosmétique et de l'alimentaire. Ce marché local demeure un marché de niche à développer.
- Il est à noter que le tourteau issu de l'extraction de l'huile de sésame est beaucoup utilisé dans les formulations d'aliments pour le bétail et la volaille.

La demande

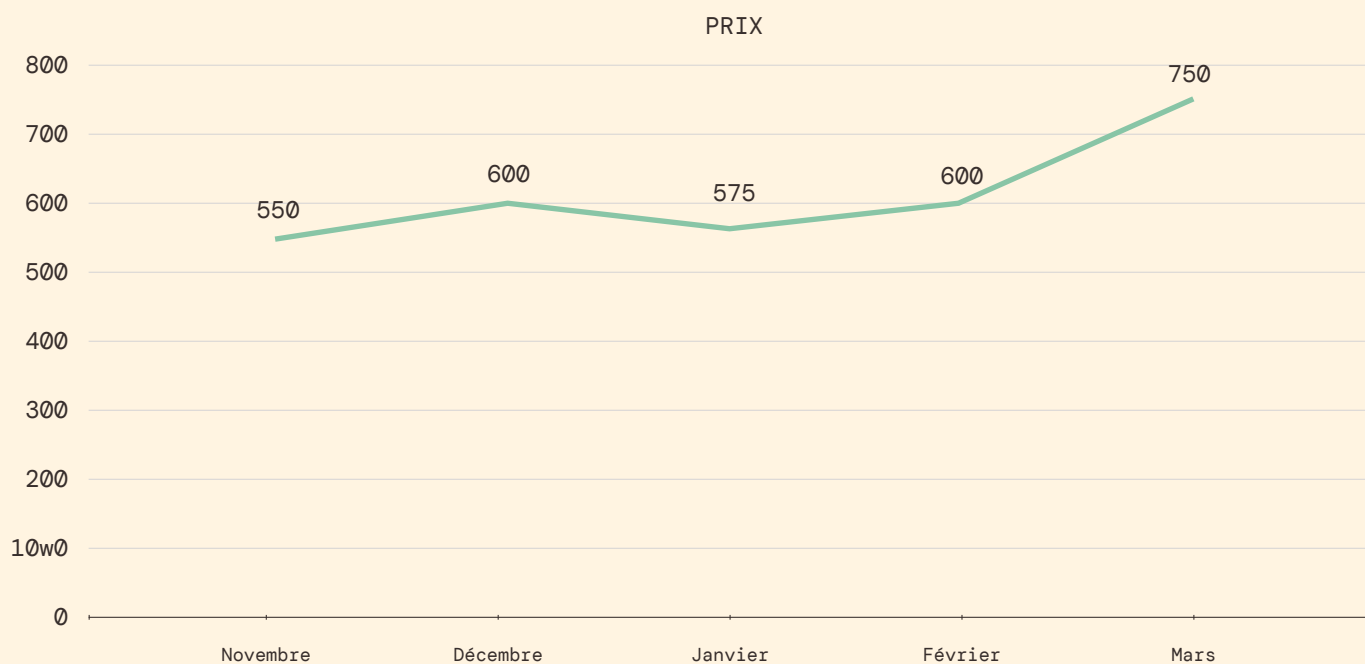
La filière sésame a un potentiel d'exportation considérable en raison de sa facilité d'adaptation aux conditions pluviométriques difficiles et de son prix de plus en plus attrayant sur le marché international.

En termes de caractéristiques de la demande, les normes et standards couramment admis à l'export par le secteur privé sont : la teneur en huile, la couleur dominante dans le lot, l'homogénéité du lot, la présence de corps étrangers, l'acidité et l'humidité.

Critères qualité	Description	Seuil
Teneur en huile	% d'huile dans les graines de sésame	≥ 48% minimum > 50% pour l'industrie huilière
Couleur dominante	Blanc, blanc cassé/crème, jaune, marron foncé, noir, bigarré	
Homogénéité	% de graine de sésame dont la couleur diffère de la couleur dominante	- en fonction des marchés - 1 à 2% de graines non homogènes - marchés avec des demandes plus élevés : marché de bouche (Israël, Turquie). 0,5 à 1% de graines non homogènes.
Corps étrangers	% de sable, poussière ou autres corps étrangers dans le lot de sésame	- en fonction de la demande - entre 2 et 3% - certains clients avec des demandes plus élevées (marché de bouche) : 0,5 à 1%
Humidité	% d'humidité dans les graines	≤ 6%
Acidité	part d'acide oléique (free fatty acid)	- 1,5 à 4% Les transformateurs de pâte de sésame cherchent l'acidité la plus basse possible (1,5%)
Odeur	pas d'odeur étrangère	

Source : Etude sur normes et standards sésame (LWR et RONGEAD 2018)

Figure 2. Evolution du prix d'achat (en FCFA) du Sésame brut du grossiste Abdoulaye COULIALY pendant la campagne 2021/2022



Source : Enquête réalisée en novembre 2023

Le grossiste Abdoulaye COULIBALY achète du sésame avec les collecteurs implantés dans les localités comme Selingué, Tioribougou, Banamba, Dioila. Il ravitaille majoritairement des exportateurs Burkinabés et Indiens.

La fluctuation de prix telle que illustrée par la courbe s'explique par le jeu de l'offre/la demande au niveau international et la mauvaise organisation des acteurs de la chaîne de valeur sésame au Mali.

Tendance du système de marché

En l'absence de statistiques actualisées sur l'exportation du sésame au Mali, l'étude a conduit les chiffres de 2013, 2014 et 2015 qui traduisent une forte croissance des volumes de sésame exporté de 2013 à 2015. Cette croissance est le reflet de l'augmentation de la demande au niveau international.

Par rapport à la détaxation du sésame, tous les pays (pays africains, ports africains) perçoivent et font payer un

Tableau 4. Destinations des exportations de sésame depuis le Mali entre 2013 et 2015, en tonnes

Pays/années	2013	2014	2015
Chine	16.495	26.300	51.201
France	1.019	545	1.811
Burkina Faso	800	153	652
Autres	168	207	666
Total	18.481	27.206	54.331

taux forfaitaire de 1% de droits de douane. Par contre les camions en transit sont exempts de paiement de droits de douane.

Les volumes exportés en direction du Burkina sont nettoyés puis commercialisés majoritairement en Chine.

Compétitivité du système de marché

Les deux régions de par leur position géographique (proximité du Burkina Faso) recèlent des avantages concurrentiels. En effet, le Burkina dispose d'importantes unités de production d'huile de sésame (OLVEA BF), de soufflage - nettoyage et de gros comptoirs d'achats. Cette proximité contribue significativement à la réduction des coûts de transport du sésame en direction du Burkina. Ces facteurs expliqueraient en grande partie l'envahissement en saison commerciale des marchés de ces deux régions par les commerçants grossistes burkinabés.

Opportunités

Les plus importantes sont :

- La croissance de la demande de sésame au plan régional et international ;
- L'existence d'une demande de sésame bio à l'échelle internationale ;
- L'engouement lié à l'introduction des nouveaux équipements utilisés pour le traitement du sésame brut (opportunités de développement viables et très rémunérateurs pour les fournisseurs d'équipements) ;

- Existence d'initiatives de nettoyage du sésame dans la région de Ségou sous l'impulsion et AMASSA/Afrique Verte et son partenaire LUX -DEV (12 unités locales de nettoyage installées).

Conclusion

La filière sésame connaît une croissance importante et rapide aussi bien au niveau des zones ciblées que de l'ensemble du Mali.

Elle offre de nombreuses opportunités pour l'augmentation des revenus des producteurs et le développement d'entreprises maliennes de nettoyage et d'exportation mais doit encore se professionnaliser pour être plus performante.

Par contre, elle offre peu d'opportunité pour le développement d'une transformation locale de grande échelle car la majorité des processus de transformation de sésame se déroule au sein des marchés de consommation et la consommation locale de sésame au Mali ne semble pas réunir les conditions pour se développer rapidement aujourd'hui.

Les principales problématiques au niveau de la commercialisation sont la différenciation/amélioration de la qualité et la meilleure maîtrise du fonctionnement du marché international du sésame. La compréhension et la gestion de la forte volatilité des prix du sésame notamment est un facteur stratégique pour le développement de cette filière à moyen et long terme.

2.4. Pertinence du sous-secteur pour le groupe cible

La chaîne de valeur sésame est une chaîne pourvoyeuse d'emplois et de richesse pour les femmes et les jeunes dans les régions de Sikasso et de Ségou. En effet du maillon de la production à la commercialisation d'innombrables emplois sont générés. Les femmes et les jeunes sont actifs dans les opérations de production, de récolte et de post - récolte. Pour les exploitations qui fonctionnent sur la base de prestation de services, la main d'œuvre journalière est rémunérée entre 2000 à 3000 F CFA/jour. La transformation (croquettes de sésame, pâtes et huile de sésame) qui pour le moment est faite à petite échelle est concentrée dans les mains des femmes et il en est de même des activités de mise en marché qui en résultent. Quant au processus de commercialisation du

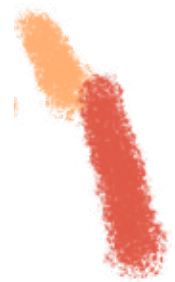
sésame brut qui repose sur la mobilisation de collecteurs (dans les villages et communes), de demi-grossistes (chefs-lieux de cercle et de région), de grossistes (chefs-lieux de région et le district de Bamako), il enregistre majoritairement des jeunes.

Dans les régions de Sikasso et de Ségou, en matière de production de sésame, il existe des systèmes d'entraide de solidarité entre femmes pour faire face à des opérations nécessitant une forte mobilisation de main d'œuvre (désherbage, récolte et vannage). Aussi moyennant de l'argent, elles s'organisent en groupes pour faire des prestations de services dans le cadre du désherbage et des récoltes.

En définitive, au regard de l'engouement qu'elle suscite, la chaîne de valeur sésame est un des leviers au service de l'autonomisation de la femme.

Tableau 4. Destinations des exportations de sésame depuis le Mali entre 2013 et 2015, en tonnes

Régions	Production (tonnes)	Prix moyen pratiqué (F CFA)	Chiffres d'affaires réalisés (F CFA)
Ségou	13 673	475	6 494 675 000
Sikasso	4 237	475	2 012 575 000
Total	17 910		8 507 250 000



Le sésame se cultive sur des sols argileux, limoneux, sablonneux et latéritiques sous une gamme variée d'isohyètes comprise entre 600 et 1200 mm. Dans un système de rotation, le sésame joue un rôle important dans l'amélioration de la fertilité des sols à travers la fixation de l'azote.

Cette disparité de chiffres d'affaires entre les deux régions s'explique par les niveaux de production qui à leur tour sont imputables aux superficies emblavées et la maîtrise des itinéraires techniques. A titre de rappel la production de sésame a pris son envol dans les régions suite à l'appui de Lux/Dev datant de 2016 pour la région de Ségou et de 2022 pour la région de Sikasso.

2.5. Pertinence du sous-secteur pour l'environnement

La culture du sésame recèle d'énormes potentialités grâce à sa capacité d'adaptation aux conditions édaphiques et pluviométriques jugées défavorables pour les autres cultures. Le sésame se cultive sur des sols argileux, limoneux, sablonneux et latéritiques sous une gamme variée d'isohyètes comprise entre 600 et 1200 mm. Dans un système de rotation, le sésame joue un rôle important dans l'amélioration de la fertilité des sols à travers la fixation de l'azote.

Dans les régions de Ségou et de Sikasso, en dehors des zones cotonnières, la production de sésame du Mali est très faiblement exposée à l'usage de pesticide. Hors de plus en plus de lots de sésame africains ou même indiens sont rejetés notamment au niveau des douanes japonaises, européennes et américaines en raison de taux de résidus de pesticides trop élevés. Ces rejets sont d'autant plus préoccupants que les normes d'accès à ces marchés tendent à être de plus en plus contraignantes et strictes. Si l'utilisation de pesticides dans les zones de production de sésame au Mali reste limitée, le Mali pourrait tirer un fort avantage de ce risque réduit pour les exportateurs de voir leurs lots bloqués. Le sésame malien pourrait ainsi accéder à des marchés plus rémunérateurs desquels seront partiellement exclues d'autres origines comme le sésame du Burkina ou du Nigéria. Enfin, le fait qu'une filière de sésame certifiée en Agriculture Biologique soit déjà implantée au Mali pourrait permettre un développement rapide de cette filière de niche qui est beaucoup plus sécurisante et rémunératrice pour les producteurs.

2.6. Potentiel d'intervention

Le système de marché actuel dans les régions ciblées se caractérise par son dynamisme et sa particularité de mettre en interrelation plusieurs acteurs. Il est établi sur le développement de partenariats entre acteurs de la fonction noyau (producteurs, collecteurs, demi - grossistes et grossistes). Ces acteurs à leur tour bénéficient du soutien de ceux de la fonction support (les fournisseurs d'intrants, les services d'encadrement agricole, les services de contrôle de qualité et de normalisation), afin d'améliorer tant bien que mal les performances de la chaîne de valeur. Il s'agit pour l'essentiel de la DRA et ses services déconcentrés pour le conseil, le LABOSEM,

l'AMANOR, l'ANASSA pour les questions de normalisation, du LTA et le CDA en ce qui concerne les bonnes pratiques de transformation et enfin SENEKELA et SIMAGRI pour le véhicule de l'information commerciale.

Depuis bientôt une décennie dans la région de Ségou et dans un passé récent dans la région de Sikasso, ce système enregistre la présence d'autres projets de développement. Dans le décor des projets de développement intervenant actuellement dans le système de marché, il est important de mettre en relief :

- Le projet de développement rural et de sécurité alimentaire MLI 21 : bénéficiant de l'appui financier de la coopération



Luxembourgeoise pour le développement (Lux-Dev), sa mise en œuvre implique les conseils régionaux (intermédiation financière pour faciliter le financement des plans d'affaires proposés par les acteurs), l'AOPP (le conseil agricole) et AMASSA/Afrique (accompagnement des acteurs de la valeur pour le développement de plans d'affaires). Depuis son début, ce projet s'est engagé dans un vaste chantier de structuration et renforcement institutionnel de l'interprofession sésame. Il a démarré en 2016 dont la fin est prévue pour décembre 2024.

- **Projet de développement des boutiques d'intrants :** Ce projet est mis en œuvre par ICCO/CORDAID avec l'accompagnement financier de la Coopération Luxembourgeoise pour le Développement. Il couvre les cercles de Baraoueli, Ségou, Bla, San, Tominián et Yorosso. Il a permis de structurer les

Organisations de Production Agricole (OPA) et mettre en place 12 boutiques d'intrants dont 2 par cercle. La fin de ce projet est prévue pour décembre 2023.

- **Le Projet IFIS :** Financé la GIZ par et mis en œuvre par ICCO/CORDAID pour la période 2019 à 2024, IFIS a eu comme axes d'intervention :
 - Le développement de la production du sésame à travers la diffusion de fiches techniques sur les itinéraires techniques ;
 - L'accès aux marchés à travers la mise en relation entre les producteurs et les grandes firmes de transformation dont OLVEA BF.
 - L'accès au financement à travers la mise relation entre les producteurs et banques/IMF.

En dépit des dysfonctionnements constatés çà et là dans, il est possible d'opérer des changements durables dans le système de marché du sésame et l'interprofession se dessine comme l'acteur clé pour opérer ce changement. Cela nécessitera une collaboration franche et fructueuse avec d'autres acteurs comme : les services techniques en charge du conseil agricole, du contrôle de qualité et de la normalisation.

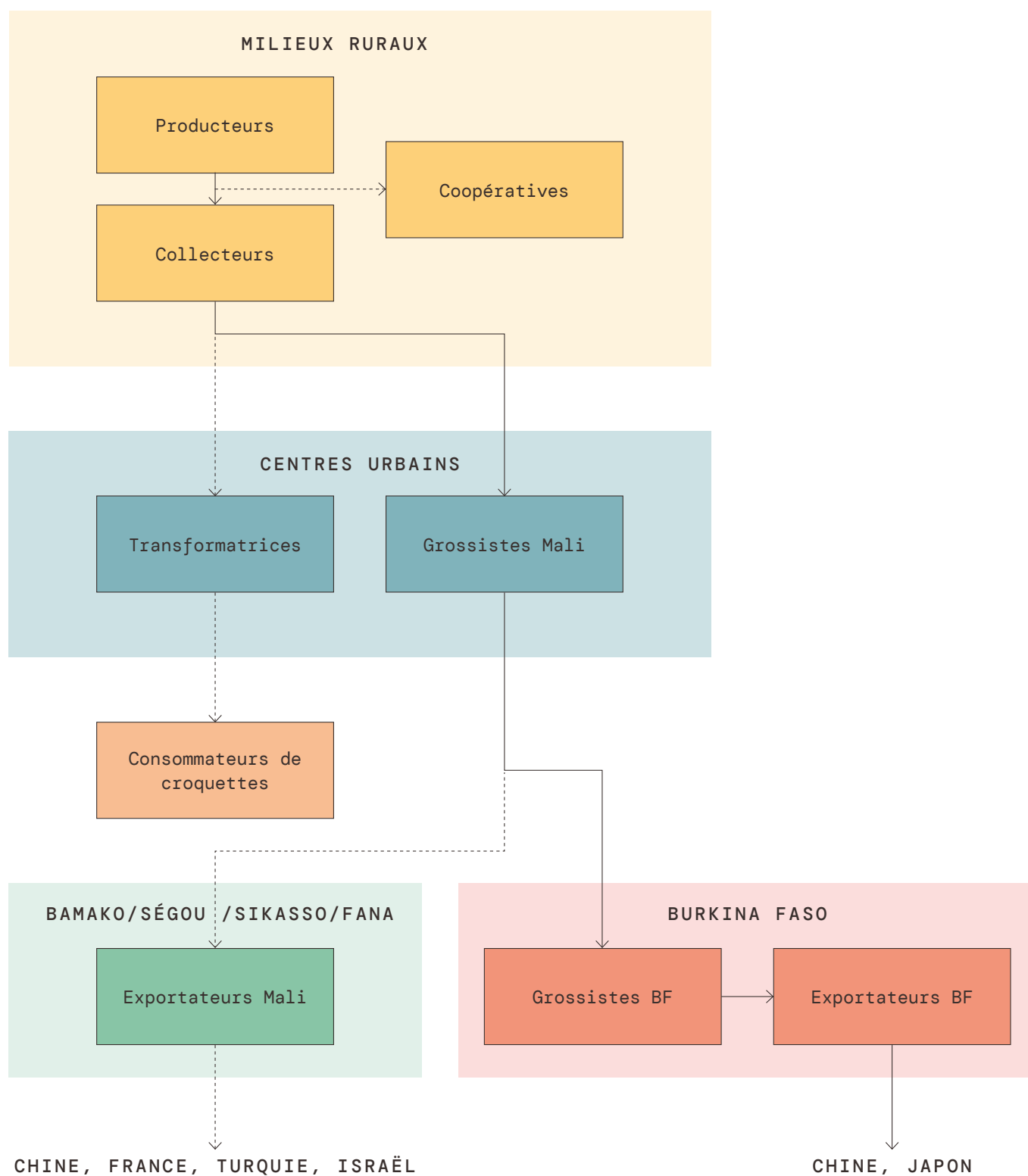
3.

Systemes de marchés et contraintes



3.1 Structure du système de marché central (chaîne de valeur)

Figure 3. Cartographie de la chaîne de valeur sésame



Les acteurs de la chaîne de valeur

La Production

Le sésame est une culture pluviale. Il résiste relativement bien à un climat sec et peut supporter un plus haut niveau de stress hydrique que la plupart des plantes céréalières. Au niveau national, les bassins de production identifiés sont les régions de Kayes (cercle de Kita et Diéma), de Koulikoro (cercles de Koulikoro, de Banamba, de Dioïla), de Ségou (cercle de Tominian. Bla, San et Baraouéli), de Mopti (cercles de Bankass, de Koro), de Sikasso (cercles de Koutiala, Bougouni et Yanfolila).

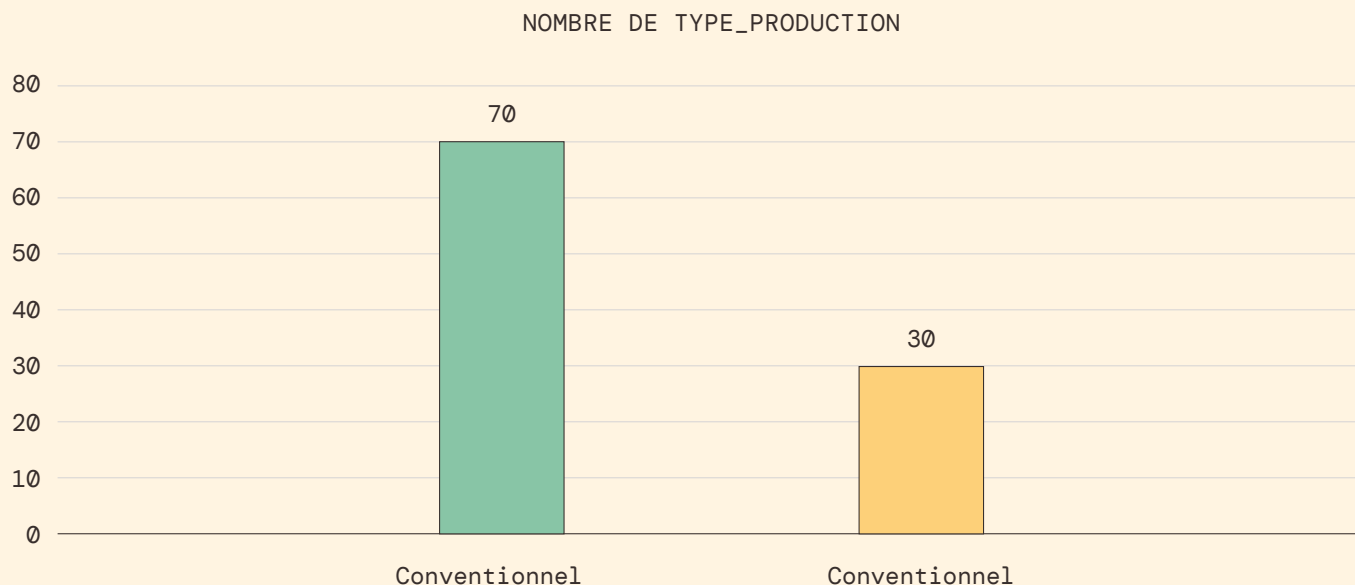
Le système de production dominant est le conventionnel bien que la culture du sésame Bio continue à gagner du terrain du fait qu'il est bien prisé sur les marchés internationaux.

Il existe une corrélation positive entre l'augmentation de la production et l'accès / la disponibilité des semences. C'est pourquoi Lux- Dev et ses partenaires dans leur dynamique d'appui à la chaîne de valeur sésame dans la région de Ségou, ont mis un accent particulier sur le développement des coopératives semencières.

Dans les deux régions couvertes par l'étude, les principales variétés cultivées sont : NAMSUBANI et la S42, celle qui procure le rendement le plus élevé est la S42.

Les femmes sont cœur des activités liées à la production du sésame. En effet, elles occupent une place de choix dans la réalisation des itinéraires techniques conduisant à l'obtention du sésame (préparation des sols, semis, désherbage, fertilisation, récolte et post-récolte).

Figure 4. Proportion de producteurs biologiques et conventionnels de l'échantillon d'études



Les producteurs de sésame bio sont davantage concentrés dans les zones d'intervention du mouvement biologique malien (MOBIOM) et de la FENABE en l'occurrence les cercles de Bougouni, de Kolondièba et de Yanfolila.

Le sésame est un produit principalement destiné au marché extérieur. La consommation de sésame à l'intérieur

est dérisoire. La promotion de la culture est toujours basée sur les possibilités d'exportation.

Dans le but d'augmenter les marges bénéficiaires certains producteurs organisés procèdent au stockage du sésame dans des magasins appropriés pendant une période de 2 à 3 mois.

Tableau 6. Comparaison des volumes de production nationale et régionale du sésame brut pendant les 3 dernières

Campagnes agricoles	Volume de production nationale (tonne)	Volume de production la région de Ségou (tonne)	Volume de production de la région Sikasso (tonne)
Campagne 2020/2021	47 807	9 233, 95	2465, 43
Campagne 2021/2022	42 827	15 007	7 703
Campagne 2022/2023	48 083	13 673	4237

Source : DNA, rapports bilans des campagnes agricoles de 2020-2021 à 2022-2023.

Ce tableau fait apparaître clairement que la production de sésame de la région de Ségou a varié de 19,31% à 28,43% de la production nationale et celle de Sikasso de 5,15% à

8,81% de 2020 à 2022. Il atteste l'intérêt des producteurs quant à la culture du sésame inhérent au revenu monétaire qui en découle.

La transformation

En termes de transformation, les principales transformations que subit le sésame brut sont le nettoyage et le soufflage. Le sésame issu de ce processus de transformation est destiné au marché de l'exportation. Aussi des initiatives pilotes de transformation du sésame en produits dérivés sont en cours au niveau national. Elles sont faibles à petite échelle. Les principaux acteurs sont : la fédération paysanne (GUIREYAAWES) de Koro, l'Association des Femmes et de Touba (AFT), l'Association JEBAARA (Ségou) qui

sont actives dans la fabrication de biscuits, de croquettes, de pâtes et d'huile.

En ce qui concerne les biscuits, croquettes de sésame des initiatives pilotes de transformation sont en cours, elles sont très petite échelle.

L'étude n'a pas fait un recensement exhaustif des acteurs de la transformation. Par contre JEKABAARATON de Sébougou (ville de Ségou) enregistre des résultats forts appréciables comme atteste le compte d'exploitation ci-dessous :

Tableau 7. Compte d'exploitation de l'Association JEKABAARA de Sébougou en 2022

Charges	Montant	Produits	Montant
Achat de sésame de sésame (1000 kg)	800 000	Vente de croquettes (7000 sacs)	3 500 000
Sucre	400 000		
Charbon	200 000		
Perte post-nettoyage	16 000		
Main d'œuvre	600 000		
Amortissement	100 000		
Conditionnement	165 000		
Total charges	2 281 000	Total produits	3 500 000
Résultat d'exploitation	690 000		

Hypothèses de calcul

- 3 kg de sésame brut ont coûté 2400 F CFA ;
- Valeur du sucré utilisé pour la caramélisation de 3 kg de sésame est de 1200 F CFA ;
- Valeur du charbon utilisé pour l'opération de caramélisation est de 600 F CFA ;
- Taux de perte post-nettoyage (2%) ;
- Valeur de la main d'œuvre pour le nettoyage, caramélisation et mise en marché des croquettes par an : 600 000 F CFA/an

S'agissant la production d'huile de sésame l'étude a fait le focus sur l'unité de production d'Abdoulaye SANGARE de Pellenga, commune de Pellenga, cercle de Ségou. Cette unité a une capacité de 100 litres/an. Elle utilise à la fois les systèmes de pressage à chaud et à froid. Le litre d'huile de sésame pressé à chaud est vendu à 6000 F CFA, tandis celui pressé à froid est à 10 000 F CFA. Ses clients sont : Sénégal (cosméticienne Mariam BATHILY), des particuliers à Bamako dans le secteur cosmétique et des revendeurs.

La consommation

Le sésame est essentiellement consommé au Mali sous forme de biscuits, de croquettes et de pâtes en lieu et place de la pâte d'arachide. Pour ce qui est de l'huile de sésame, elle n'est pas suffisamment connue

par le consommateur malien. Au regard de son coût de production (relativement cher), l'huile de sésame n'est pas compétitive. Le litre est vendu entre 4000 et 5000 FCFA. Cependant, quelques consommateurs urbains ont connaissance de l'importance de cette huile. Son utilisation à plus grande échelle nécessite des changements dans les habitudes alimentaires.

Du point de vue valeur nutritionnelle, la consommation du sésame rapporte les éléments nutritifs suivants :

Valeurs Nutritionnelles	pour une portion de 100g
Protéines	0 g
Lipides	100 g
Glucides	0 g
Cendres	0 g
Energie (kCal)	885 kCal
Alcool	0 g
Eau	0 g
Fibres	0 g
Acide alpha-linolénique L (18:3 ω -3) (cis et/ou trans)	0,3 g
Acide eicosapentaénoïque EPA (20:5 ω -3)	0 g
Acide céroléique (22:1t ω -11) trans	0 g

3.2 Principales règles et fonctions du marché

Les fonctions de soutien

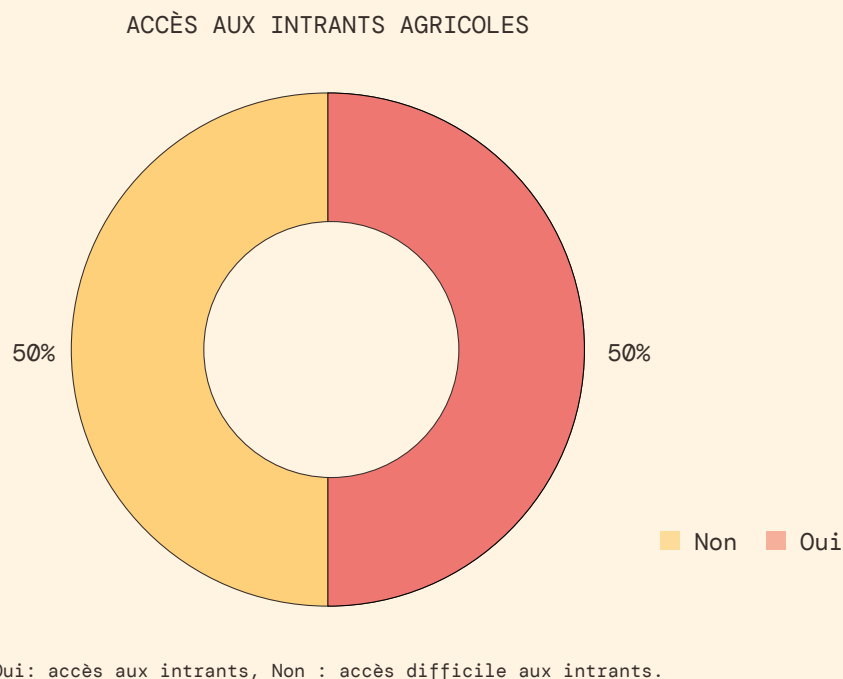
Accès aux intrants d'intrants

Il est incontestable que les intrants sont d'un apport inestimable pour l'obtention

des rendements en production agricole en général et dans la production du sésame en particulier.

Dans le cadre de nos investigations, nous avons pu rencontrer les agro dealers AGRI SAHEL et GUINA Agricole (Ségou) et Eléphant Vert, Mali – SENE JIGI (Sikasso) tous actifs dans la mise en marché des semences améliorées de sésame et des engrais.

Figure 5. Accès aux intrants des producteurs dans la zone d'étude



Oui: accès aux intrants, Non : accès difficile aux intrants.

Il découle des enquêtes réalisées aux moyens de questionnaires individuels comme indiqué sur la courbe secteur ci-dessus que 50% des producteurs ont une facilité

d'accès aux intrants (semences et engrais) et cette proportion de producteur est concentrée dans les région de Ségou. Quant à la deuxième portion 50%, elle est surtout localisée dans la région de Sikasso. Dans cette région, il n'existe aucun mécanisme formel d'accès aux intrants à part les seules

possibilités d'acquisition d'engrais par le biais de la culture du coton et les achats directs avec les fournisseurs d'intrants de la place.

Quant à la région de Ségou l'approche boutiques d'intrants portés par les OPA est opérationnelle depuis la campagne agricole 2017-2018. Elle consiste à faciliter l'approvisionnement des OPA en intrants par un système d'intermédiation auprès des banques et institutions de micro finance. Elle a permis la mise en place de 12 boutiques d'intrants dans 5 cercles de la région de Ségou et dans le cercle de Yorosso (cercle de Sikasso) qui correspondent aux zones d'intervention Lux -Dev.

Il s'agit d'une approche très novatrice qui doit être capitalisée et répliquée dans les nouveaux cercles couverts par Lux -Dev dans le cadre de l'extension du projet MLI21.

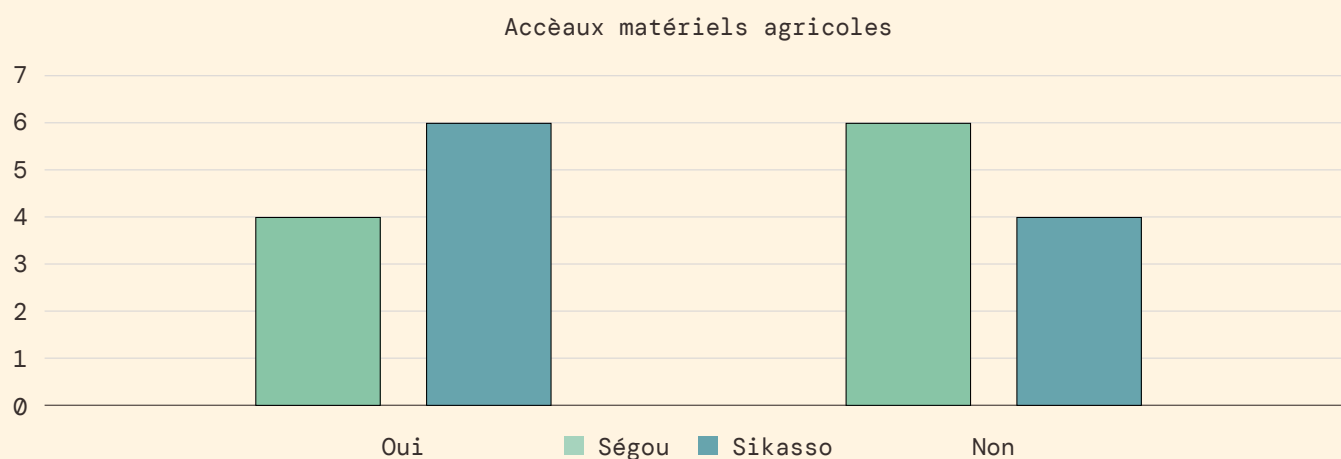
De façon générale, l'accès des femmes aux intrants se pose avec une plus grande acuité

dans la région de Sikasso à cause du fait que les femmes n'ont pas un pouvoir d'achat élevé et qu'elles ne sont pas les leaders des exploitations de coton. A Ségou, elles ont une grande facilité d'accès avec l'avènement des boutiques d'intrants dans lesquelles sont disponibles les intrants du fonio, du riz et du sésame.

Accès aux équipements

Dans la zone couverte par l'étude, l'accès aux équipements est une problématique cruciale. Pour certains types d'équipements la problématique se pose avec acuité, il s'agit des équipements utilisés dans les opérations post - récolte (batteuses et souffleurs - nettoyeurs). Ces équipements sont d'un apport très important pour la qualité du sésame. Mieux sans passer par des intermédiaires, les OPA disposant de souffleurs-nettoyeurs peuvent entretenir directement des transactions commerciales avec les exportateurs et du coup augmenter leurs marges bénéficiaires.

Figure 5. Accès aux intrants des producteurs dans la zone d'étude



Source : Enquête réalisée dans les cercles de Ségou, Baraouéli, Bougou et Kolondiéba dans le cadre de la présente étude (novembre 2023)

Les producteurs de sésame des deux régions présentent le même portrait en termes d'accès aux équipements de préparation des sols, de semis et de transport. Quant aux équipements de récoltes et post, il existe une grande disparité entre producteurs des régions de Ségou et ceux de Sikasso, cela est dû au fait que la première phase du projet MLI 21 a permis de doter une masse critique d'OPA de Ségou en batteuses et souffleurs-nettoyeurs.

Le Conseil agricole

Dans les deux régions visées par l'intervention d'AYUDA en ACCION, l'encadrement de la production est assuré par les directions régionales de l'agriculture/ services déconcentrés et l'AOPP. Ces structures en dépit de leur apport significatif dans l'augmentation des rendements rencontrent d'énormes difficultés dans l'accomplissement de leur mission.



S'agissant des DRA et leurs services déconcentrés les contraintes ont comme noms : insuffisance de personnel et de moyens logistiques. Quant à l'AOPP, elle est butée à la problématique de la durabilité des appuis techniques tributaire à l'appui financier de LUX/DEV à travers le projet MLI21.

Les systèmes d'informations commerciales

Ceux – la qui sont encore fonctionnels dans la région sont : SIMAGRI (Système d'Information sur les Marchés des produits agricoles) et la plateforme SENEKELA d'Orange – Mali.

SENEKELA dispose d'un service de prix de marché de denrées agricoles disponible via une application USSD, qui va permettre à l'utilisateur d'avoir trois types de prix sur tous les grands marchés du Mali : (bords de champs – grossistes - détaillants). Ces prix sont complétés par la tendance (hebdomadaire, mensuelle) du marché pour chaque denrée. Les produits concernés sont le mil, le sorgho, le maïs, niébé, pomme de terre, patate douce, arachide anacarde, sésame, échalote, oignon, amande de karité et beurre de karité.

SIMAGRI est une plateforme d'information en ligne sur les produits agricoles disposant de 3 pages.

- La page prix, renseigne les utilisateurs sur les prix des produits agricoles sur le marché ;
- La page offre donne la possibilité de mettre en ligne les offres d'achat et de vente ;

- La page stock donne la disponibilité des produits agricoles dans les magasins.

SIMAGRI couvre 82 marchés ruraux et urbains dans toutes régions du Mali, excepté la région de Kidal. Il ventile l'information commerciale sur 175 spéculations y compris le sésame.

Au chapitre des acquis de SIMAGRI, on note entre autres : un grand enthousiasme quant à l'inscription des acteurs et la disponibilité des informations commerciales (prix, offre et demande de produits agricoles).

Quant aux contraintes, elles sont : la non utilisation des langues locales, la fonctionnalité du système SMS, et la soutenabilité financière de la plateforme (les ressources propres mobilisées par la plateforme sont insuffisantes pour la soutenir).

Le développement organisationnel des OPA

L'accompagnement des acteurs de la chaîne de valeur pour la mise en place d'organisations viables est une préoccupation de premier plan. La forme d'organisation la plus répandue et qui fait de plus en plus ses preuves est la formule coopérative. La mise en place des coopératives viables est un exercice nécessitant du temps et une certaine pédagogie. Ce travail est l'œuvre des directions régionales du développement social et de l'économie et ses services déconcentrés qui se trouvent handicapés par l'insuffisance de ressources humaines et logistiques. Cette situation a entraîné la multiplication de coopératives non

viables ne faisant l'objet d'aucun coaching de la part des services habilités. Ce coaching attendu des services habilités a pour finalité d'asseoir une bonne gouvernance au sein des coopératives, gage d'une durabilité dans la fourniture des services aux membres dont les plus importants sont un approvisionnement régulier en intrants et la facilitation de la commercialisation.

La gouvernance de la filière : L'interprofession sésame

Mise en place depuis 2016, l'interprofession sésame est relativement jeune. Depuis sa création, elle s'est attelée à la problématique de la promotion du sésame malien. Pour y arriver, elle a procédé à un diagnostic approfondi de l'ensemble des familles professionnelles, assorti d'un plan de développement de la filière. Pour soutenir cette dynamique, elle a bénéficié du programme de développement rural et de sécurité alimentaire MLI 21 pour une première phase couvrant la période 2016/2021. En termes de bilan de cette phase on retient entre autres :

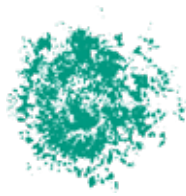
- La structuration des organisations de production agricole ;
- Le maillage entre acteurs de la chaîne de valeur afin d'impulser la commercialisation du sésame ;
- L'organisation des bourses sésame ;
- Des appuis en crédit aux organisations de production agricole ;

- La construction de la maison des interprofessions à Ségou y compris l'interprofession sésame et appui à la prise en charge du personnel des interprofessions.

La deuxième phase du MLI 21 couvre la période 2022/2024 se poursuit. Dans cette nouvelle phase, le focus est mis sur l'accroissement de visibilité de l'interprofession, l'extension des appuis à la périphérie de Bamako et les reste de la région de Sikasso et l'initiation d'une approche de développement entrepreneuriale concernant tous les acteurs.

A l'analyse le bilan du MLI 21 est assez reluisant, mais des défis demeurent il se rapporte à la problématique de mobilisation de ressources internes de l'interprofession et la poursuite de son élan de structuration afin d'être dotée de capacités pouvant assurer les services durables que rendent ses partenaires dont le conseil agricole, le développement organisationnel et la facilitation de la commercialisation.

Parallèlement à l'interprofession, MOBIOM et la FENABE sont actifs dans la promotion du sésame biologique. Les appuis apportés à leurs membres sont : l'encadrement de la production, le contrôle interne, la fourniture des semences, la facilitation de la certification et l'intermédiation commerciale. Dans leur fonctionnement ces organisations sont butées au défi de la soutenabilité des services rendus aux membres, la recherche de marchés porteurs pour l'écoulement du sésame bio.



Le contrôle de qualité des semences est essentiel pour l'augmentation de la production et de la productivité du sésame. A l'échelle du pays il existe seulement deux laboratoires pour l'ensemble des semences végétales (un à Bamako et un autre à Ségou dans les locaux de la DRA)

Le développement et le contrôle de la qualité des semences : les Laboratoire des Semences (LABOSEM)

Le contrôle de qualité des semences est essentiel pour l'augmentation de la production et de la productivité du sésame. A l'échelle du pays il existe seulement deux laboratoires pour l'ensemble des semences végétales (un à Bamako et un autre à Ségou dans les locaux de la DRA). Cela semble être une contrainte majeure surtout pour les producteurs de sésame éloignés de ces deux localités. S'agissant de leurs offres de services vis-à-vis des producteurs de semences, on retient : le contrôle des normes d'installation des parcelles de semences, le prélèvement à la récolte et l'analyse des échantillons de semences pour les paramètres (pureté spécifique, taux de germination, d'humidité et d'impureté). Les coûts liés à ses investigations sont supportés par les producteurs semenciers. Plus les producteurs sont organisés en coopératives plus les coûts sont modestes. Aussi les prix de vente de semences pratiqués (1000 à 1500 F CFA/kg) confirment la rentabilité de la production

semencière et du coup facilitent la prise en charge des coûts liés à la prestation du laboratoire.

Le développement des bonnes pratiques de transformation et le contrôle de qualité des produits transformés et non transformés

Cette mission est dévolue au Laboratoire de technologie Alimentaire (LTA) et le Centre de développement du Secteur de l'Agroalimentaire (CDA).

Leurs offres les services disponibles sont :

- Diffuser des fiches techniques des recettes alimentaires sur la transformation des céréales :
- Former des transformateurs aux techniques de transformation des produits agroalimentaires :
- Réaliser des analyses organoleptiques et physico-chimiques sur les produits agricoles et produits agricoles transformés :

- Développer un tissu d'unités agroalimentaires diversifié, déconcentré et performant ;
- Développer et vulgariser les techniques et technologies modernes appropriées de stockage/conservation, de transformation et de transport ;
- Améliorer la qualité et la présentation des produits agroalimentaires fabriqués au Mali ;
- Renforcer l'organisation des acteurs et les capacités d'intervention des organisations professionnelles du secteur de l'agroalimentaire.

Les défis d'intervention de ces structures demeurent leur faible déconcentration.

La promotion des normes en matière de production, de transformation et de commercialisation (Agence Malienne de Normalisation)

AMANOR dispose de beaucoup d'offres de services mal connues des utilisateurs et très peu accessibles du fait de qu'elle ne dispose pas de services déconcentrés dans les régions. Elle assure :

- La mise à disposition des normes au niveau nationale, UEMOA, CEDEAO, africain et au niveau international ;
- La promotion de la marque nationale de conformité aux normes ;
- L'accompagnement des acteurs de la transformation à la traçabilité et pour la

prise en compte des normes de stockage et le respect des normes d'hygiène.

Le financement de la chaîne de valeur : Les institutions de financement

On rencontre une diversité d'institutions de financement dans le paysage régional. Les principales banques actives dans le financement du secteur agricole sont : la BNDA, BIM-SA et ECOBANK. Quant aux IMF, SOROYIRIWASO, NIESIGISO, KAFO JIGINEW et les caisses CVECA.

Les problématiques d'accessibilité à ces institutions de financement sont : la mise en place de garantie, l'exigence de caution solidaire, le taux d'intérêt élevé.

Le marketing de la chaîne de valeur sésame

Les seuls canaux de communication sur la chaîne de valeur sésame demeurent les manifestations commerciales à l'intérieur et à l'extérieur du Mali dont les plus importantes : les bourses sésame, la FEBAK, le Salon de l'Agriculture et la FIARA. En l'absence de budget de marketing propre, les acteurs, en général bénéficient du soutien des projets, programmes pour leur pleine participation à ces événements.



Lois, politiques et règles

Politique de Développement Agricole, une politique fédératrice, fer de lance du renforcement des capacités des opérateurs agricoles.

La PDA est une initiative noble, elle a surtout le mérite d'être holistique et n'occulte aucun acteur du processus de renforcement des capacités à savoir : L'Etat, les Collectivités, les chambres d'Agriculture et l'APCAM, les Organisations Professionnelles Agricoles (OPA), la Société Civile, les Organismes Personnalisés à vocation agricole, les exploitants agricoles, les prestataires et les partenaires techniques et financiers.

En dépit des contraintes rencontrées (surtout financières), la mise en œuvre de la Politique de Développement Agricole enregistre des avancées. Au plan du renforcement des capacités, en plus des innovations dans les structures opérationnelles et académiques existantes, de nouvelles structures de renforcement de capacités naissent avec comme vocation, le développement de la valeur ajoutée, l'accès aux marchés. Force est de reconnaître que le développement inclusif des chaînes de valeur agricole qui un des objectifs clés de la PDA est encore timide.

Loi d'Orientation Agricole

La loi n° 045 portant loi d'orientation en date du 5 Septembre 2006 comporte 200 articles. Elle a été dès le début conçue pour être une référence qui obligera l'ensemble des acteurs du monde rural à s'y conformer.

Elle balise le terrain pour l'agriculture dans son ensemble. La LOA fixe les orientations de la politique de développement Agricole du Mali.

Elle couvre l'ensemble des activités économiques du secteur Agricole et péri-Agricole notamment l'agriculture, l'élevage, la pêche et la pisciculture, l'aquaculture, l'apiculture, la chasse, la foresterie, la cueillette, la transformation, le transport, le commerce, la distribution et d'autres services Agricoles, ainsi que leurs fonctions sociales et environnementales.

Règlements relatifs aux autorisations de mise en marché (ANSSA)

Le mandat de l'ANSSA se résume aux activités suivantes :

Réalisation des audits HCCCP (acronyme qui signifie analyse des dangers pour la maîtrise au point critique) pour les entreprises du secteur de la transformation agroalimentaire ;

- Accompagnement des opérateurs agricoles dans le processus d'obtention de l'autorisation de mise en marché en collaboration avec les cabinets privés d'évaluation.

Bien vrai que la délivrance des autorisations de mise en marché soit une exigence en matière de commerce à l'intérieur comme à l'extérieur des produits alimentaire, le décret l'instituant fait l'objet de faible application. Entre autres raisons justifiant cela : le long processus d'investigation en amont, le coût y afférent, et l'incivisme.

4. Contraintes systémiques



Performance du système de marché

En tant qu'actrices majeures de la chaîne de valeur, les femmes rencontrent d'énormes difficultés dont les plus importantes sont entre autres :

- Les difficultés d'accès à la terre : elles ne sont pas propriétaires, de ce fait elles se contentent du droit d'usage. Cela a comme conséquences la limitation des superficies cultivées et l'insécurité de la détention des parcelles (elles peuvent être en dépossédées à tout moment).
- Les difficultés d'accès aux intrants : elles sont beaucoup plus accentuées

dans les zones où il n'y a aucun système d'organisation facilitant l'accès aux intrants. Dans ces conditions, les femmes qui ont un pouvoir d'achat faible et qui ne participent pratiquement pas aux prises de décision concernant la gestion des exploitations agricoles, se trouvent privées des intrants.

- Les difficultés d'accès aux équipements de production et post-récoltes : en ce qui concerne l'utilisation des équipements en général, les hommes sont prioritaires. Cette considération retarde les opérations culturales dans les parcelles possédées par les femmes impactant négativement les rendements et la qualité des productions.

Performance de la fonction Core Market

Fonction de marché principale 1 (production)

Contrainte/Sous-performance	Des raisons sous-jacentes ?	Améliorations proposées
Les rendements enregistrés par les producteurs sont au-dessous des attentes	La faiblesse des rendements est imputable à la non fertilité des sols et l'application non efficace des itinéraires techniques	L'augmentation des rendements passe par l'optimisation du conseil agricole et la diffusion des techniques de production, de récolte et post-récolte
Les difficultés d'accès aux intrants impactent négativement les productions de sésame	La faible organisation des OPA est une entorse à l'approvisionnement correcte en intrants	L'appui à la mise en place de boutiques d'intrants contribuera de beaucoup à la résolution de la problématique de l'accès aux intrants

Fonction de marché principale 2 (transformation)

Contrainte/Sous-performance	Des raisons sous-jacentes ?	Améliorations proposées
Le sésame est un produit faiblement transformé	La faiblesse actuelle du niveau de transformation du sésame est inhérente à la non maîtrise des bonnes pratiques de production (croquettes, galettes, pâtes) et le faible débouché d'écoulement (huile)	L'augmentation de l'offre de produits dérivés du sésame et leur meilleur écoulement passe par la maîtrise des bonnes pratiques de transformation et le développement des marchés d'écoulement

Fonction de marché principale 3 (Commercialisation)

Le marché d'écoulement du sésame brut n'est pas très sûr et les prix pratiqués font l'objet d'une très grande fluctuation	La faible organisation des OPA, l'insuffisance des infrastructures de stockage et la présence de plusieurs intervenants dans la chaîne d'achat sont des facteurs qui contribuent à la réduction des marges bénéficiaires des producteurs.	La contractualisation entre les producteurs et grossistes ou entre producteurs et exportateurs d'unités de nettoyage contribue à augmenter les marges bénéficiaires des producteurs.
Le marché d'écoulement du sésame bio n'est pas souvent alléchant, il est parfois vendu au même prix que le sésame conventionnel.	Faible professionnalisation de la contractualisation entre MOBIOM et ses partenaires commerciaux	La prospection des marchés d'écoulement en amont de l'emblavement des superficies de production de sésame couplée la signature de contrats commerciaux incitatifs est de nature à rentabiliser le commerce du sésame bio.

Performance de la fonction Support

Fonction de support 1 (Accès aux intrants)

Contrainte/Sous-performance	Des raisons sous-jacentes ?	Améliorations proposées
Les difficultés d'accès aux intrants de qualité et dans les délais requis compromettent l'atteinte de rendement optimal par les producteurs de sésame.	Insuffisance voire absence de mécanismes d'approvisionnement en intrants portés par les OPA surtout dans la région de Sikasso	Capitaliser et répliquer l'expérience des boutiques d'intrants ayant fait ses preuves dans la région de Ségou.

Fonction de support 2 (Accès aux équipements)

Contrainte/Sous-performance	Des raisons sous-jacentes ?	Améliorations proposées
Le sous - équipement des producteurs impacte négativement la qualité du sésame et limite son accès à certains marchés porteurs dont celui du sésame nettoyé.	<ul style="list-style-type: none"> - Faiblesse des capacités d'organisation et de gestion des OPA ; - Les produits financiers peu adaptés à l'acquisition des équipements post -récoltes (batteuses, souffleurs-nettoyeurs) 	<ul style="list-style-type: none"> - Renforcer les capacités entrepreneuriales des OPA (formation en gestion, appui à l'élaboration de plans d'affaires bancables) - Accompagner les OPA dans la recherche de financement de leurs plans d'affaires à travers des mécanismes d'intermédiation axés sur les principes de développement d'entreprise.

Fonction de support 3 (Diffusion des bonnes pratiques de transformation, d'hygiène et de salubrité)

Les acteurs des produits dérivés du sésame n'ont pas une bonne connaissance des bonnes pratiques de transformation, d'hygiène et de salubrité	Ce constat s'explique par la cherté des coûts liés à la formation et la concentration des services techniques en charge de ces formations (LTA et CDA)	La déconcentration des services techniques en charge des formations sur les bonnes pratiques de transformation, d'hygiène et de salubrité et la bonne structuration de l'interprofession en vue de porter ce mandat, contribueront fortement à améliorer la qualité des produits dérivés
---	--	--

Fonction de support 3 (Accès à l'information commerciale)

Les acteurs de la filière sésame surtout ceux de la production profitent très peu des retombés économiques de la plateforme SIMAGRI	<ul style="list-style-type: none"> - la barrière des langues utilisées (SIMAGRI n'utilise pas les langues locales), cela ne permet pas une utilisation judicieuse de la plateforme par les acteurs qui n'ont pas un bon niveau d'instruction ; - le caractère non pratique de son exploitation (absence de génération de SMS) 	<ul style="list-style-type: none"> - Réaliser l'audit institutionnel de SIMAGRI afin de la rendre plus exploitable par tous les acteurs et mettre en place des mécanismes permettant d'asseoir sa soutenabilité financière ; - Renforcer le positionner des acteurs de la filière sésame à travers des ateliers d'information, de formation, de sensibilisation et d'appui conseil permettant une bonne appropriation de la plateforme SIMAGRI. - Mettre en place le warrantage comme stratégie pour protéger les producteurs et les faire mieux profiter.
---	---	---

Fonction de support 4 (La gouvernance de la filière)

Contrainte/Sous-performance	Des raisons sous-jacentes ?	Améliorations proposées
La faible structuration de l'interprofession fait qu'elle peine à faire face à ses missions	<ul style="list-style-type: none"> - La jeunesse de l'interprofession ; - L'inexistence au sein de l'interprofession d'entités capable de porter les fonctions de conseil agricole, d'appui à la transformation et de facilitation commerciale. 	Un exercice de planification stratégique devrait permettre d'assoir les bases de cette structuration. Il reste entendu que ce plan stratégique bénéficierait de l'accompagnement des partenaires techniques et financiers pour sa mise œuvre.

Fonction de support 5 (Le marketing de la chaîne de valeur sésame)

Les bourses semences sont de véritables cadres de promotion de la chaîne de valeur sésame, mais l'absence de ressources propres pour les acteurs de la chaîne de valeur est un frein à cette promotion	<ul style="list-style-type: none"> - Faible structuration de l'interprofession ; - Non activation des mécanismes de mobilisation de ressources internes de l'interprofession 	<ul style="list-style-type: none"> - Accélération du processus de structuration de l'interprofession sésame ; - Activation des mécanismes de mobilisation de ressources internes de l'interprofession ; <p>Mise en relation/facilitation commerciale entre producteurs et acheteurs.</p>
Les campagnes de promotion constituent les parents pauvres du dispositif de marketing quand bien même qu'elles contribueraient à faire connaître les produits dérivés du sésame, leurs vertus et du coup booster les revenus des acteurs de la transformation	<ul style="list-style-type: none"> - Les entreprises de transformation n'ont pas une grande visibilité et ne disposent pas de budget de marketing ; - L'interprofession est faiblement structurée pour porter cette fonction. 	<ul style="list-style-type: none"> - Inscrire les appuis en marketing des acteurs de la transformation dans la logique de soutien au Plan d'affaire de l'entreprise

Performance des règles/règlements/normes

Règle/règlement/norme 1

(Les normes en matière de production et de commercialisation du sésame)

Contrainte/Sous-performance	Des raisons sous-jacentes ?	Améliorations proposées
La faible connaissance des normes en vigueur en matière de production et de commercialisation	<ul style="list-style-type: none"> - Faible diffusion des normes commerciales et de production - Faible niveau d'instruction des producteurs 	<p>Une large diffusion des bonnes pratiques commerciales et de production transcrites dans les langues contribuerait à faciliter leur appropriation par les producteurs et autres acteurs de la commercialisation.</p>

Règle/règlement/norme 2 (Les autorisations de mise en marché pour l'huile de sésame)

L'absence de la mention des autorisations de mise en marché sur les emballages d'huile de sésame ne rassure pas les consommateurs. Cette problématique se pose avec une plus grande acuité sur le marché de l'export.	<ul style="list-style-type: none"> - la méconnaissance du décret instituant les autorisations de mise en marché ; - la faiblesse du suivi des acteurs quant à l'application de la réglementation. 	<ul style="list-style-type: none"> - La formation, l'information et la sensibilisation des acteurs de la transformation sur les dispositions du décret peuvent aider à lever la contrainte ; - Un suivi rigoureux des acteurs de la transformation par les services compétents quant à l'exigence de la mention autorisation de la mise en marché sur les produits alimentaires transformés ; - L'appui conseil aux acteurs de la transformation dans le processus d'obtention des autorisations de mise en marché.
---	---	--

5. Parties prenantes et leurs intérêts



5.1. Acteurs du marché et parties prenantes

Une analyse rapide GENRE de la filière révèle une forte participation des femmes au niveau des maillons production et transformation. Le maillon de la commercialisation reste

dominé par les hommes. En revanche en termes de revenus, les femmes en sont largement dépourvues, imputables au fait qu'elles ne disposent pas de grande surface de cultures, ont un accès difficile aux intrants et aux équipements de transformation et sont moins présentes dans le maillon de la commercialisation.

Tableau 8. Résumé des parties prenantes

Partie prenante	Fonction	Intérêts de gouvernance les plus importants	Rôle des femmes et des exclus sociaux
Les agro dealers	Fourniture d'intrants agricoles	Rendre disponible des intrants de qualité et à des coûts raisonnables	Ils sont impliqués dans la gestion des intrants en tant qu'acteurs de la distribution
Producteurs	Production du sésame brut	Offrir du sésame brut répondant aux normes exigées par les acheteurs	Ils sont très actifs dans l'ensemble des opérations de production du sésame
Structures de recherche (IPR/IFRA et l'IER)	Recherche sur les variétés	Mise au point des variétés de sésame répondant aux aspirations de tous les acteurs de la chaîne de valeur	Les préoccupations de toutes les sensibilités sont prises en compte dans les programmes de recherche.
Les équipementiers	Fabrication et vente des équipements de production et de transformation	Mise à disposition des équipements performants à la portée des producteurs et des transformateurs du sésame	Ils sont impliqués dans la gestion des équipements en tant qu'acteurs de la fabrication et de la distribution.

Partie prenante	Fonction	Intérêts de gouvernance les plus importants	Rôle des femmes et des exclus sociaux
Les transformateurs	Développement de la valeur ajoutée du sésame	Améliorer l'offre des produits dérivés du sésame	Ils sont dominants dans le maillon de la transformation
Interprofession	Défense des intérêts des acteurs de la chaîne de valeur	Mobilisation des appuis visant à booster la chaîne de valeur	Ils sont parties prenantes des instances de décision de l'interprofession
MOBIOM	Promotion de la production biologique du sésame	Offrir du sésame bio répondant aux exigences des clients.	Ils sont très actifs dans l'ensemble des opérations de production du sésame bio.
FENABE	Promotion de la production biologique du sésame	Offrir du sésame bio répondant aux exigences des clients	Ils sont très actifs dans l'ensemble des opérations de production du sésame bio.
DRA et AOPP	Conseil agricole	<ul style="list-style-type: none"> - Former les producteurs de sésame sur les itinéraires technique ; - Apporter l'appui conseil nécessaire à l'obtention de bons rendements ; - Aider à une bonne évaluation des productions en fin de campagne agricole 	Ils sont bénéficiaires des appuis de la partie prenante
LTA/CDA	Développement et diffusion des bonnes pratiques de transformation	<ul style="list-style-type: none"> - Elaborer des bonnes pratiques de transformation, d'hygiène et de salubrité du sésame ; - Former les acteurs de la transformation à la maîtrise des bonnes pratiques de transformation du sésame ; - Diffusion des bonnes pratiques de transformation du sésame ; - Booster l'offre de sésame transformé 	Idem

Partie prenante	Fonction	Intérêts de gouvernance les plus importants	Rôle des femmes et des exclus sociaux
AMNOR	Mise au point et diffusion des normes commerciales et de production	<ul style="list-style-type: none"> - Elaboration des normes commerciales et de production du sésame ; - Diffusion des normes commerciales et de production du sésame pour faciliter la contractualisation entre acteurs 	Idem
ANSSA	Coordination du processus de délivrance des autorisations de mise en marché	Les autorisations de mise en marché rassurent les consommateurs et contribuent au développement des marchés des produits transformés	Idem
La direction régionale du développement social et de l'économie solidaire/services déconcentrés	Développement organisationnel des OPA	Formation, appui conseil et formalisation des OPA sésame (coopératives et autres formes d'organisation agricole) dans une perspective de bonne gouvernance	Idem
SIMAGRI	Diffusion de l'information commerciale sur le sésame	Information des acteurs commerciaux sur l'offre, la demande et les prix du sésame	Ils participent au processus de collecte et de diffusion de l'information commerciale.
Le Ministère de l'Agriculture	Elaboration de lois et de politiques visant à booster l'agriculture en général	Coordination de la politique de développement agricole	Ils sont au cœur des concertations en prélude à l'élaboration des lois et règlements concernant le secteur de l'agriculture.
Les banques et IMF	Mise à disposition des ressources financières	Financement des activités de production, de transformation et de commercialisation du sésame	Dans le cadre du financement certaines institutions appliquent des mesures de discrimination positive en faveur des femmes et autres exclus

5.2. Tableau 9. Capacités, incitations et intérêts des parties prenantes

Partie prenante	Fonction	Intérêts de gouvernance les plus importants	Rôle des femmes et des exclus sociaux
Les agro dealers	<ul style="list-style-type: none"> - Grande étendue des réseaux de distribution ; - Chiffres d'affaires élevés - Forte déconcentration des services ; - Disponibilité d'une diversité d'intrants 	Développer l'engouement de la production de sésame chez les producteurs. Cela engendre l'augmentation des superficies et des productions de sésame et une grande utilisation d'intrants	Moyenne
Producteurs	<ul style="list-style-type: none"> - Un potentiel de terres cultivables suffisant - L'abondance de la main d'œuvre familiale - Maîtrise des itinéraires de production 	Augmentation et l'amélioration de l'offre de sésame engendrant une augmentation des revenus tirés de la culture/amélioration des conditions de vie des producteurs	Grande
Structures de recherche (IER, IPR).	Des expertises pointues disposant de solides expériences dans le domaine de la recherche sur le sésame	Mise à disposition des acteurs de la chaîne de valeur de variétés performantes.	Moyenne
DRA et AOPP	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité des expertises en matière d'accompagnement des activités de production du sésame - Existence des outils didactiques - Une forte déconcentration des services d'appui conseil 	Augmentation des rendements et des superficies cultivées et par ricochet hisser le Mali au rang des meilleurs producteurs de sésame.	Grande
LTA/CDA	<ul style="list-style-type: none"> - Disponibilité de ressources humaines qualifiées - Existence des équipements et infrastructures au développement des activités de transformation 	Augmentation et amélioration de l'offre de sésame transformée	Moyenne

Partie prenante	Fonction	Intérêts de gouvernance les plus importants	Rôle des femmes et des exclus sociaux
Transformateurs	Existence d'un savoir-faire minimal dans le domaine de la transformation	Augmentation et amélioration de l'offre de produits dérivés du sésame	Grande
MOBIOM	<ul style="list-style-type: none"> - Expérience dans la production biologique du sésame - Disponibilité de ressources humaines pour assurer l'encadrement et réaliser le contrôle interne. 	Augmentation de l'offre de sésame bio	Moyenne
FENABE	<ul style="list-style-type: none"> - Expérience dans la production biologique du sésame - Disponibilité de ressources humaines pour assurer l'encadrement et réaliser le contrôle interne. 	Amélioration de l'offre de sésame bio	Moyenne
SIMAGRI	<ul style="list-style-type: none"> - Les perspectives de soutenabilité de la plateforme sont prometteuses - Elle enregistre une grande adhésion des acteurs des chaînes de valeur agricole 	Disponibilité de l'information commerciale tout en boostant les transactions commerciales	Grande
L'interprofession	<ul style="list-style-type: none"> - Regorge toutes les familles professionnelles - Interlocuteur privilégié des pouvoirs politiques pour toutes questions concernant la filière. 	Coordination de tous les appuis à l'endroit de toutes familles professionnelles	Grande
Les banques et IMF	<ul style="list-style-type: none"> - Disposent d'une grande diversité de produits financiers - Les services font l'objet d'une grande déconcentration - Elles jouissent d'une grande expérience de collaboration avec le monde rural 	Augmentation du portefeuille de clients et du coût des chiffres d'affaires	Idem

6. Interventions proposées



Intervention 1 :

Accès aux intrants

- **Le changement** : rendre disponible les intrants du sésame à temps et à des prix raisonnables. Cela contribuera à augmenter les rendements et améliorer l'offre de sésame.
- **Le partenaire** : Ce changement attendu sera piloté par l'interprofession en partenariat avec les Organisations Professionnelles Agricoles (coopératives) actives dans la production du sésame, les fournisseurs d'intrants et les banques et institutions de micro finance. La facilitation de l'accès aux intrants rentre dans les missions de l'interprofession.
- **Le modèle** : Le modèle d'entreprise proposé pour la fourniture d'intrants aux producteurs de sésame est l'approche boutiques d'intrants par les OPA. Ces boutiques seront dotées de règles de gestion mettant en avant l'équité pour meilleure inclusion des femmes et les couches marginalisées.
- **Les Barrières** : La disponibilité des intrants au niveau national, l'inflation, la mauvaise gouvernance au sein des OPA peuvent être des freins à la mise en place des boutiques d'intrants.
- **La facilitation** : Le projet disposerait de diverses options pour faciliter le changement et aider les acteurs des systèmes de marché à surmonter les obstacles sans faire eux-mêmes partie du système de marché. Elles sont entre

autres : l'appui à la concertation entre parties prenantes, le renforcement des parties prenantes sur l'approche boutiques d'intrants, la visite des succès story dans les zones où les boutiques d'intrants ont fait leurs preuves.

Intervention 2 :

Accès aux équipements

- **Le changement** : Réduire la pénibilité des opérations post-récoltes du sésame et améliorer la qualité du produit fini au bout du processus. Ce changement améliore la qualité de l'offre de produit et permet aux producteurs de proposer des prix assez rémunérateurs. Ce mandat est dévolue à l'interprofession à partir du moment où sa raison d'être est la défense des intérêts de ses membres.
- **Le partenaire** : Le pilotage de ce changement est du ressort de l'interprofession sésame. Il impliquera la collaboration avec équipementiers maliens dont SOCAFON, les OPA de production de sésame et les institutions de financement (banques et IMF).
- **Le modèle** : L'acquisition d'équipements post-récolte, s'inscrit dans une dynamique d'élaboration de plans d'affaires portés par les OPA. Dans le choix des OPA et leur accompagnement pour l'élaboration des plans d'affaires, la prise en compte sera un des critères phares et cela dans le but de prendre en compte les préoccupations des femmes et autres couches sociales vulnérables.

- **Les Barrières :** Les facteurs ou éléments clés empêchant l'acteur des systèmes de marché à opérationnaliser ce mécanisme d'équipements seraient : la mauvaise gouvernance des OPA, l'absence de produits financiers adaptés.
- **La facilitation :** Le projet disposerait de toute une panoplie d'options pour faciliter le changement et aider les acteurs des systèmes de marché à surmonter les obstacles. Elles sont : l'appui à la prospection d'équipement fiable, le renforcement des capacités des OPA et l'appui au développement des produits financiers adaptés au financement des équipements.

Intervention 3 :

Développement de la production biologique de sésame

- **Le changement:** Augmenter l'offre de sésame biologique à l'échelle nationale (Mali). Ce changement contribue à renforcer les capacités productives des sols de culture du sésame, à améliorer la biodiversité et accroître les revenus des producteurs (le sésame bio est normalement vendu plus cher que le conventionnel). Ce mandat est dévolu à l'interprofession à partir du moment où sa raison d'être est la défense des intérêts de ses membres.
- **Le partenaire :** L'interprofession sésame est au cœur de la réalisation de ce changement. La dynamique partenariale

autour de ce changement implique le MOBIOM, la FENABE, les OPA à la base et les organismes de certification.

- **Le modèle:** La stratégie de financement de la certification devrait reposer sur une approche de mobilisation des ressources propres tant au niveau des OPA faîtières MOBIOM et FENABE qu'au niveau de l'interprofession (gage de soutenabilité).
- **Les Barrières :** Les facteurs ou éléments clés empêche(nt) l'acteur des systèmes de marché à développer la production biologique du sésame : la mauvaise gouvernance des OPA, le coût élevé de la certification biologique, la vente du sésame conventionnel au même prix que le sésame bio.
- **La facilitation:** Les options du projet pour faciliter le changement et aider les acteurs des systèmes de marché à surmonter les obstacles. Elles sont : l'appui à la contractualisation avec les grandes firmes de transformation du sésame bio, le renforcement des capacités des OPA et l'appui aux OPA et à l'interprofession à activer leurs stratégies de mobilisation de ressources propres.

Intervention 4 :

Développement de produits dérivés de qualité du sésame

- **Le changement:** Augmenter et améliorer l'offre de produits dérivés du sésame au Mali. Ce changement contribue à

accroître la valeur ajoutée du sésame et à créer des emplois et des richesses pour les acteurs de la chaîne de valeur. La réalisation de ce changement est un rêve de la famille professionnelle des transformateurs de l'interprofession.

- **Le partenaire :** Le développement de produits dérivés de qualité du sésame constitue pour l'interprofession une priorité de premier plan. Sa mise en œuvre implique une diversité de partenaires dont les services techniques en charge du développement et la diffusion des bonnes pratiques de transformation (LTA, CDA), de la sécurité sanitaire des aliments (ANSSA) et les équipementiers.
- **Le modèle:** L'augmentation et l'amélioration de l'offre de produits dérivés du sésame doivent s'inscrire dans une démarche de développement d'entreprise assortie de plans d'affaires intégrant des études techniques, de

marché et économique, mettant en relief la rentabilité de l'activité. Ce modèle d'affaires peut être porté tant par des individus que par des coopératives.

- **Les Barrières :** Les probables facteurs ou éléments clés qui peuvent empêcher l'interprofession à mettre en œuvre un tel projet sont : le faible esprit d'entreprise des porteurs des initiatives de transformation, la non compétitivité des produits sur le marché.
- **La facilitation:** Les options du projet pour faciliter le changement et aider les acteurs des systèmes de marché à surmonter les obstacles. Elles sont : l'appui à l'organisation de visites d'échanges au Mali et dans la sous-région, le coaching des porteurs de dossiers dans la conception et la mise en œuvre, l'intermédiation entre les porteurs dossiers et les institutions de financement.



Intervention 5 :

La promotion/marketing de la chaine de valeur

- **Le changement:** Donner de la visibilité à la chaine de valeur sésame en république du Mali. Ce changement contribue à accroître la demande des produits du sésame à l'intérieur et l'extérieur.
- **Le partenaire :** L'interprofession sésame est l'acteur idéal pour porter la réalisation des activités promotionnelles de la chaine de valeur. Cette promotion nécessite l'implication des médias publics et privés, des réseaux sociaux et des partenaires venant en appui à la chaine de valeur.
- **Le modèle:** Les mécanismes de promotion de la chaine de valeur sésame revêtent plusieurs caractères. Il peut s'agir de participation des acteurs à des événements commerciaux (Bourse Sésame, Salon de l'Agriculture et autres) comme le focus peut être fait sur les campagnes médiatiques organisées pour communiquer sur le potentiel de production du pays en sésame, les valeurs nutritionnelles du sésame et les produits dérivés.
- **Les Barrières :** Les probables facteurs ou éléments clés qui peuvent empêcher l'interprofession à mettre en œuvre un tel projet sont : la faible mobilisation des ressources internes de l'interprofession, la réticence des partenaires pour le financement des acteurs aux événements commerciaux,

l'absence de budget marketing pour les acteurs de la chaine de valeur.

- **La facilitation:** Les options du projet pour faciliter le changement et aider les acteurs des systèmes de marché à surmonter les obstacles sont : l'appui à la mobilisation de ressources financières pour la participation des acteurs de la chaine de valeur aux événements commerciaux (foires salons et autres) et à l'organisation de campagnes médiatiques pour plus de visibilité de la chaine.

Intervention 6 :

Contractualisation entre acteurs de la chaine de valeur dans le cadre de la commercialisation du sésame brut

- **Le changement:** Produire le sésame pour le marché. Produire le sésame pour le marché sur la base de contractualisation entre acteurs a pour finalité les producteurs d'écouler le sésame sur un marché sûr et des coûts raisonnables suivant un principe relation gagnant – gagnant.
- **Le partenaire:** Ce changement résultant de la contractualisation entre acteurs producteurs et acheteurs se fera sous le pilotage de l'interprofession. Les producteurs, les OPA, les grossistes et les exportateurs constituent le fer de lance de ce mécanisme de contractualisation.

- **Le modèle:** Cette transaction commerciale s'appuie sur la validation en amont de cahiers de charges mettant en exergue et les normes/spécifications techniques, les volumes, les prix et les dates de livraison et les modalités de paiement.
- **Les Barrières :** Le non-respect des clauses contractuelles, la faible structuration des OPA peuvent être des entorses à la bonne marche d'un système de contractualisation entre producteurs et acheteurs du sésame.
- **La facilitation:** Au plan des options pour faciliter le changement et aider les acteurs des systèmes de marché à surmonter les obstacles de marché, on peut explorer l'appui à la diffusion de normes commerciales auprès des producteurs, la tenue des ateliers de contractualisation entre producteurs et acheteurs.
- **Le partenaire:** Les leaders de l'interprofession porteront son processus de structuration. Cette restructuration implique les familles professionnelles (producteurs, transformateurs, commerçants) et les partenaires venant en appui à la chaîne de valeur.
- **Le modèle:** La restructuration de l'interprofession partira d'un audit institutionnel de l'interprofession. Cet audit consistera à faire un diagnostic minutieux de l'interprofession. De ce diagnostic découlera l'élaboration d'un plan stratégique axé sur les orientations stratégiques de l'interprofession pour les 5 prochaines étapes.
- **Les Barrières :** La faible volonté politique des leaders de l'interprofession, le non disponibilité des ressources financières pour conduire l'exercice de planification stratégique et l'absence de soutien financier au plan stratégique.

Intervention 7 : Structuration de l'interprofession

- **Le changement:** Structurer l'interprofession de façon à la rendre apte à porter la mission qui lui est dévolue. Cela renforcera le sentiment d'appartenance des familles professionnelles à l'interprofession et assoir sa notoriété
- **La facilitation:** Le projet disposerait de diverses options pour faciliter le changement et aider les acteurs des systèmes de marché à surmonter les obstacles sans faire eux-mêmes partie du système de marché dont l'appui à l'analyse de l'environnement interne et externe de l'interprofession, la tenue des ateliers planification stratégique et la mobilisation des ressources pour faire face aux activités inhérentes à la structuration de l'interprofession.

7.

Proposition de plan d'accompagnement



Au regard des problèmes et contraintes identifiées en vue de l'augmentation des ventes et des revenus des différents acteurs

du sésame ainsi que de la consommation au niveau local, le plan d'accompagnement pourrait se présenter comme suit :

Tableau 10. Proposition de plan d'accompagnement

N°	Activités	Stratégies	Acteurs	Résultats attendus	Délais de réalisation
1	Information du Ministère de l'Agriculture et de la Direction Nationale de l'Agriculture du démarrage des appuis d'AYUDA ACCION dans la chaîne de valeur sésame dans les régions de Ségou et de Sikasso	Réunions d'information	Cabinet du Ministère, le Directeur National de l'Agriculture et les chefs de division	Le cabinet du Ministre de l'Agriculture et la Direction Nationale de l'Agriculture ont été informés du démarrage des appuis d'AYUDA ACCION dans la chaîne de valeur sésame dans les régions de Sikasso et de Ségou	Janvier 2024
2	Prise de contact avec les acteurs et partenaires stratégiques de la chaîne de valeur dans les deux régions	Rencontres d'échanges	Conseils régionaux, les Directions Régionales de l'Agriculture, AOPP, AMASSA/ Afrique Verte, LUX-DEV, CORDAID/ ICCO, Interprofession sésame, FENABE, MOBIOM	<ul style="list-style-type: none"> - La capitalisation des appuis apportés à la chaîne de valeur sésame a été réalisée ; - Les possibles points de synergie avec les partenaires ont été dégagés. 	Janvier 2024

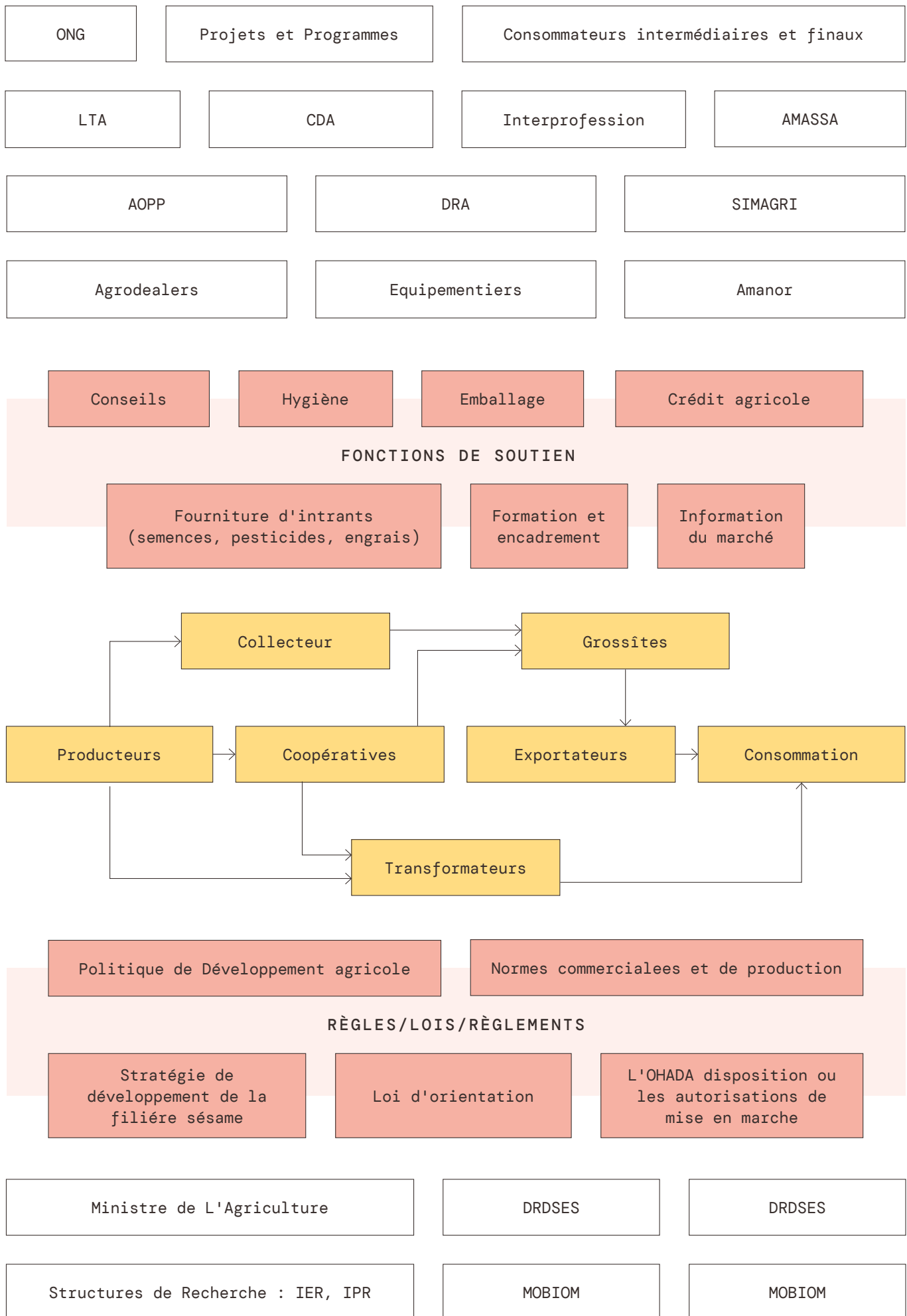
N°	Activités	Stratégies	Acteurs	Résultats attendus	Délais de réalisation
3	Organisation des ateliers de concertation avec les acteurs et partenaires régionaux	Ateliers de concertation	Les acteurs des fonctions noyau et de soutien	<ul style="list-style-type: none"> - Les propositions d'intervention de l'étude du système de marché ont été partagés avec les acteurs ; - Les imputs émanant des acteurs ont été recensés 	Février 2024
4	Finalisation du plan opérationnel d'AYUDA en ACCION pour l'appui à la filière sésame pour les trois prochaines années	Rencontres d'échanges	AYUDA en ACCION	Le plan opérationnel proposé intègre les préoccupations de tous les acteurs	Mars 2024
5	Elaboration et signature de convention de collaboration avec les partenaires stratégiques	Concertation	LUX-DEV, ICCO/ CORDAID, AMASSA, AOPP, banques et institutions de micro finance clés, les Conseils Régionaux, l'Interprofession Sésame, FENABE, MOBIOM, DRA, LABOSEM, DRDSES	AYUDA ACCION a signé des conventions de collaboration avec LUX-DEV, ICCO/ CORDAID, AMASSA, AOPP, banques et institutions de micro finance clés, les Conseils Régionaux, l'Interprofession Sésame, FENABE, MOBIOM, DRA, LABOSEM, DRDSES dans le cadre de l'appui à la chaîne de valeur sésame	Avril 2024
6	Appui à l'élaboration du plan stratégique de l'Interprofession	Ateliers	Les représentants des familles professionnelles, le personnel de l'interprofession, les partenaires	L'interprofession dispose d'un stratégique intégrant les axes de développement lui permettant d'assurer les missions qui sont dévolues.	Avril- mai 2024
7	Appui à la mise en œuvre du plan stratégique de l'interprofession	Mobilisation, accompagnement des partenaires	Interprofessions et ses partenaires	Les partenaires se mobilisent pour apporter leurs soutiens à la mise en œuvre du plan stratégique de l'interprofession	Mai 2024 - décembre 2027



Annexes



Annexe 1 : Diagramme du système de marché



Annexe 2 :

Liste des OPA rencontrées dans le cadre de l'étude

Région	Cercle	Commune	Village	Nom OPA	Type OPA	Effectif Homme	Effectif Femme	Création de l'OPA
Ségou	Barouéli	Barouéli	Barouéli	Wassa agropastorale	Coopérative	32	8	07/06/2016
Ségou	Barouéli	Barouéli	Koulala	Dougou yiriwa ton	Coopérative	66	56	01/09/2017
Ségou	Barouéli	Barouéli	Seguemaweli	Gnétaton	Coopérative	45	49	20/11/2015
Ségou	Barouéli	Boidie	Boidie	PCSB	Coopérative	147	70	01/11/2017
Ségou	Barouéli	Tamani	Tamani	Yeredeme	Coopérative	30	4	01/01/2008
Ségou	Ségou	Cinzana	Cinzana village	Djiguifa	Coopérative	18	5	15/11/2023
Ségou	Ségou	Cinzana	Sanogola	Bajiguiya	Coopérative	64	40	16/08/2017
Ségou	Ségou	Diganidougou	Kélé	Balimaya	Coopérative	30	21	13/11/2013
Ségou	Ségou	Farako	Manzara	Wassa	Coopérative	50	60	25/03/2017
Ségou	Ségou	N'Gara	N'Gara	Djèkabaara	Coopérative	21	4	02/07/2017
Sikasso	Bougouni	Faradjelen	Tabakorolen	Benkadi	Association	23	11	22/11/2023
Sikasso	Bougouni	Faragouran	Faragouran	Djiguiyan	Association	35	25	23/11/2023
Sikasso	Bougouni	Kurulamini	Madina	Coopérative semencier	Coopérative	30	15	20/11/2023
Sikasso	Bougouni	Kurulamini	Nianeguela	Yeredeme ton	Association.	40	60	21/11/2023
Sikasso	Bougouni	Kurulamini	Niarako	Benkadi	Association	85	120	21/11/2023
Sikasso	Kolondièba	Fakola	Diamogo	Bènèton	Groupement	17	10	01/06/2022
Sikasso	Kolondièba	Farako	Gouaranko	Bènèton	Groupement	10	7	22/06/2022
Sikasso	Kolondièba	Kolondieba	Boundioba	Benkadi	Groupement	10	2	23/09/2022
Sikasso	Kolondièba	Kolondieba	Kèlèkèlè	Bènèton	Groupement	21	2	08/07/2022
Sikasso	Kolondièba	Kolondieba	N'golobala	Bolodignongoma	Groupement	10	5	06/11/2019

Annexe 3 :

Liste des producteurs individuels rencontrés dans le cadre de l'étude et leur localisation

Région	Cercle	Cummunne	Village	Prénom et Nom	Sexe	Contact
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Baraoueli	Abdramane Wague	M	79345266
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Koulala	Balla Fomba	M	75102937
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Koulala	Issa Fomba	M	75102937
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Koulala	Domake Fomba	M	74468655
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Koulala	Namori Fomba	M	74149638
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Seguemaweli	Bourema Diarra	M	79347836
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Seguemaweli	Bourama Traore	M	76981347
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Seguemaweli	Bako Coulibaly	M	77272041
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Seguemaweli	Bourama Sanogo	M	79347836
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Sougoula	Moctar Diakite	M	94096077
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Sougoula	Dramane sidibe	M	75236039
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Sougoula	Bako Traore	M	75236039
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Sougoula	Zoumana Doucoure	M	82185212
Ségou	Baroueli	Baraoueli	Sougoula	Cheickne Kouma	M	92074730
Ségou	Baroueli	Boidie	Boidie	Bassidi Traoré	M	69855353
Ségou	Baroueli	Boidie	Boidie	Banou Berthe	M	79887626
Ségou	Baroueli	Boidie	Boidie	Mamari Traore	M	75064130
Ségou	Baroueli	Boidie	Boidie	Seydou Sidibe	M	72203687
Ségou	Baroueli	Boidie	Sougoula	Karamoko Balayira	M	73158173
Ségou	Baroueli	Boidie	Sougoula	Lamine Diarra	M	70831092
Ségou	Baroueli	Boidie	Sougoula	Abba Keita	M	90204340
Ségou	Baroueli	Boidie	Sougoula	Gaoussou Keita	M	71607381
Ségou	Baroueli	Tamani	Tamani	Youssouf Djire	M	75117243
Ségou	Baroueli	Tamani	Tamani	Adama sogore	M	77982311
Ségou	Baroueli	Tamani	Tamani	Mamadou Nimaga	M	79481151

Annexe 3

Région	Cercle	Cummune	Village	Prénom et Nom	Sexe	Contact
Ségou	Segou	Cinzana	Cinzana village	Sarata Coulibaly	F	82797551
Ségou	Segou	Cinzana	Cinzana village	Bagniny Diarra	M	74535540
Ségou	Segou	Cinzana	Cinzana village	Chakra Coulibaly	M	75444280
Ségou	Segou	Cinzana	Cinzana village	Kalifa Bagayogo	M	75178727
Ségou	Segou	Cinzana	Cinzana village	Ouelematou Tamboura	F	75140324
Ségou	Segou	Cinzana	Cinzana village	Sitan Touré	F	96388515
Ségou	Segou	Cinzana	Cinzana village	Modibo Diarra	M	75144850
Ségou	Segou	Cinzana	Sanogola	Moussa Keita	M	78637992
Ségou	Segou	Cinzana	Sanogola	Oumar Diarra	M	75385107
Ségou	Segou	Cinzana	Sanogola	Astan Coulibaly	F	73142919
Ségou	Segou	Cinzana	Sanogola	Fatoumata Coulibaly	F	63313611
Ségou	Segou	Cinzana	Sanogola	Adama Ouattara	M	73419556
Ségou	Segou	Cinzana	Sanogola	Abdramane Tangara	M	73230711
Ségou	Segou	Cinzana	Sanogola	Adama Diarra	M	79294357
Ségou	Segou	N'GARA	N'Gara	Chakra Traoré	M	74116433
Ségou	Segou	N'Gara	N'Gara	Baba Traoré	M	76083639
Ségou	Segou	N'Gara	N'Gara	Yaya Mariko	M	73407189
Ségou	Segou	N'Gara	N'Gara	Bintou Traoré	F	82189793
Ségou	Segou	N'Gara	N'Gara	Awa Bagayogo	F	93759323
Ségou	Segou	N'Gara	N'Gara	Zakaria Tangara	M	78158656
Ségou	Segou	N'Gara	N'Gara	Amadou Bouaré	M	70884668
Ségou	Segou	N'Gara	N'Gara	Fousseyni Coulibaly	M	78716487
Ségou	Segou	N'Gara	N'Gara	Drissa Traoré	M	73258734
Ségou	Segou	N'Gara	N'Gara	Seko Coulibaly	M	75322204
Sikasso	Bougouni	Faragouran	Faragouran	Chaka Traore	M	74107384

Annexe 3

Région	Cercle	Cummunie	Village	Prénom et Nom	Sexe	Contact
Sikasso	Bougouni	Faragouran	Faragouran	Nouhoum Bagayogo	M	75629618
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Madina	Daman coulibaly	M	79416122
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Madina	Mamourouba Diawara	M	79951966
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Madina	Lassine Diawara	M	75271004
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Madina	Mamadou Kouyate	M	74622568
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Madina	Djeneba Diallo	F	82575791
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Madina	Diamory Diawara	M	75044882
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Nianeguella	Madou Diarra	M	74035302
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Nianeguella	Salia Doumbia	F	75465523
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Nianeguella	Djeneba samake	F	83184805
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Nianeguella	Younoussa Doumbia	M	78735753
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Nianeguella	Karim.Doumbia	M	77863747
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Niarako	Amadou Diarra	M	83482208
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Niarako	Lassine Diarra	M	91383075
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Niarako	Adama Diarra	M	73984981
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Niarako	Gaoussou Diarra	M	71990617
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Niarako	Maimouna Ballo	F	79869942
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Niarako	Awa Camara	F	77607462
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Tabakorolen	Yacouba samake	M	77772231
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Tabakorolen	Viedjan Bagayoko	M	73114938
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Tabakorolen	Nouhoum Samake	M	71130840
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Tabakorolen	Oumar Samake	M	63940154
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Tabakorolen	Fillatie Samake	M	76136584
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Tabakorolen	Solomane Samake	M	63612745
Sikasso	Bougouni	Kurulaminie	Tabakorolen	Aminata Mariko	F	70143124

Annexe 3

Région	Cercle	Cummune	Village	Prénom et Nom	Sexe	Contact
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Diamogo	Drissa Traoré	M	92991205
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Diamogo	Aly Traoré	M	73756653
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Diamogo	Abdoulaye Traoré	M	72016451
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Diamogo	Soumaila Konaté	M	91843785
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Diamogo	Biba Fané	F	75951805
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Diamogo	Minata Diarra	F	94597457
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Gouaranko	Bourama Doumbia	M	75151690
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Gouaranko	Fassery Konaté	M	72707547
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Gouaranko	Fousseyni Traoré	M	77048885
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Gouaranko	Serebou Doumbia	F	71401229
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Gouaranko	Minata Traoré	F	91382820
Sikasso	Kolondieba	Fakola	Gouaranko	Fanta Konaté	F	70549608
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	Boundioba	Bakary Koné	M	74127934
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	Boundioba	Birama Koné	M	94187486
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	Boundioba	Kadiatou Koné	F	93149812
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	Boundioba	Babadji Koné	M	70271426
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	Boundioba	Moumouna Koné	M	75285589
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	Kèlèkèlè	Waraba Koné	F	70323351
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	Kèlèkèlè	Drissa F Koné	M	73443249
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	Kèlèkèlè	Soumaila Koné	M	94136127
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	N'golobala	Moustapha Diallo	M	93203130
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	N'golobala	Bourama Diallo	M	79809550
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	N'golobala	Fanta Diakité	F	83410836
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	N'golobala	Abou Sountoura	M	76852619
Sikasso	Kolondieba	Kolondieba	N'golobala	Moussa sountoura	M	78774310



Annexe 4 :

Questionnaire pour les Organisation de Production Agricole (OPA) de sésame

Information sur l'enquêteur

A-Identification de l'enqueteurA1-Prénom et nom de l'enquêteur

Yaya DIAWARRA Aboubacar MANGARA

A2-Contact téléphonique de l'enqueteurA3-Localisation de l'enqueté B-Région

Ségou Sikasso

Cercle

Ségou Barouéli Bougouni Kolondièba

Cercle de Ségou

Ségou Barouéli

Commune

Village

Identification de l'OPA

Nom OPA

Type OPA

Nombre de membres (Individus) de l'OPA

Homme Femme

Date de création de l'OPA

Nombre d'individus de la localité Total

Total des pauvres hommes Total des pauvres femmes

1-Nom de la chaîne de valeur

Intervenez-vous au niveau de quels maillons

I. Production II. Transformation III. Commercialisation

2--Quelle est l'évolution de vos chiffres sur les 3 dernières années ?

Production (en kg) En 2021 En 2022 En 2023

Quelle est l'évolution de vos chiffres sur les 3 dernières années ?

Vente (en kg) En 2021 En 2022 En 2023

Quelle est l'évolution de vos chiffres sur les 3 dernières années ?

Vente (en FCFA) En 2021 En 2022 En 2023

Note/Observation Enquêteur

Questions d'approfondissement relatives au maillon de production

A-Accès à la terre

3-Dans votre localité, la terre destinée à la production agricole est-elle suffisante ?

Oui Non

4-L'accès à la terre est-il inclusif ?

Oui Non

Quelle peut être la superficie moyenne (m²)

Pour les hommes

Pour les femmes

5-Quelles problématiques, imputables à l'accès à la terre, les producteurs/trices subissent-ils ?

Nature des problématiques

Couches les plus affectées, par ordre

6- Ces problématiques frappent-elles les hommes, les femmes et les jeunes de la même manière ? Ampleurs

Oui Non

Pourquoi

7-Quelles lois/règles régissent l'accès et la gestion de la terre ?

8-Quels facteurs déterminent réellement l'accès à la terre ? il y'a-t-il une différence entre les hommes, les femmes et les jeunes ?

Règles formelles/informelles Emprunt bancaire Prestation à crédit

Disponibilité des terres cultivables dans la localité

Capacité financière ou matérielle de l'OP/ménages Autre

9-Quelles sont les causes, les plus importantes à vos yeux, des conséquences subies ?

Causes Immédiates Responsables

Causes Sous-jacentes Responsables

Causes Profondes Responsables

10-Selon vous, qui peuvent agir sur lesdites causes ?

Acteurs 1 Actions spécifiques

Acteurs 2 Actions spécifiques

Note/Observation Enquêteur

B. Accès aux matériels et intrants agricoles Les producteurs/trices de la localité ont-ils accès facile aux intrants agricoles ?

Oui Non

12- L'accès aux matériels et intrants agricoles est-il inclusif ?

Oui Non

13-Quelles conséquences les producteurs/trices concernés subissent-ils ?

Nature des problématique 1 Couches les plus affectées,
par ordre

14- Ces problématiques frappent-elles les hommes, les femmes et les jeunes de la même manière ? Ampleurs

Oui Non

Pourquoi

15-Quels facteurs déterminent réellement l'accès aux matériels et intrants agricoles ? il y'a-t-il une différence entre les hommes, les femmes et les jeunes ?

- Règles formelles/informelles Emprunt bancaire Prestation à crédit
 Disponibilité des facteurs de production dans la localité
 Capacité financière ou matérielle de l'OP/ménages Autre

16-Quelles sont les causes, plus importantes à vos yeux, des conséquences subies ? Causes

Immédiates Responsables

Causes Sous-jacentes Responsables

Causes Profondes Responsables

Note/Observation Enquêteur

D. Stockage et conservation des productions agricoles et produits transformés

17-Quelles infrastructures sont appropriées pour le stockage et conservation des produits

de votre chaîne de valeur ? Infrastructure Normes/standards

Produits concernés L'accès aux

moyens et stratégies est-il inclusif ?

Oui Non

18-Quelles problématiques les producteurs/trices concernés subissent-ils ?

Nature des problématiques Couches les plus affectées,
par ordre Ces problématiques frappent-elles les hommes,
les femmes et les jeunes de la même manière ? Ampleurs

Oui Non

Pourquoi Quels facteurs déterminent l'accès aux moyens et
stratégies/savoir-faire ? il y'a-t-il une différence entre les hommes, les femmes et les jeunes ?

- Règles formelles/informelles Emprunt bancaire Prestation à crédit
 Disponibilité des moyens et stratégies dans la localité
 Capacité financière ou matérielle de l'OP/ménages Autre

Quelles sont les causes, les plus importantes à vos yeux, des conséquences subies ? Causes

Immédiates Responsable

Causes Sous-jacentes Responsable

Causes Profondes Selon vous, qui peuvent agir sur lesdites causes ?

Acteurs Actions spécifiques

Note/Observation Enquêteur Liste de quelques personnes

contact ayant participé à la réflexion 1-Prénom et Nom

Fonction Localité

Contact 2- Prénom et Nom Fonction

Localité Contact 3-Prénom et nom

Fonction Localité Contact



Annexe 5 :

Questionnaire pour les producteurs individuels de sésame

Questionnaire destiné aux producteurs individuels de sésame

Identification des répondants (Prénom et Nom) :

Contact téléphonique :

Localisation :

Région :

Cercle :

Commune :

Villages:

Date :

PRODUCTION

1 Quel type de production de sésame pratiquez -vous ?

Conventionnel

Biologique

2 Quel est le statut des terres destinées à la production du sésame

Jachère

Terres non fertiles

Terres fertiles

Commentaires

3	Quelle est la couche sociale qui cultive le plus le sésame ?		
Cession	Prêt	Achat direct	Commentaires
4	Quelle est la couche sociale qui cultive le plus le sésame ?		
Les femmes	Les homme	Les populations allochtones	Commentaires
5	Quels sont les modes de cultures du sésame en vigueur dans votre terroir ?		
Cultures pures	Cultures associées	Cultures intercalaires	
6	Quelles sont les pratiques agro écologiques couramment utilisées dans votre terroir en matière de production de sésame ?		
Compostage	Cordons pierreux	Brise- vents	Commentaires
Quelles sont les difficultés liées à leur application ?			
Résidus de récolte	Déjections animales	Pénibilité	Commentaires
Quelles les mesures à envisager pour les surmonter ?			

7	<p>Quelles sont vos principales voies d'approvisionnement en intrants ?</p> <table border="1" data-bbox="172 145 1449 280"> <tr> <td data-bbox="172 145 587 280">OPA</td> <td data-bbox="587 145 1018 280">Agro dealers</td> <td data-bbox="1018 145 1449 280">Autres</td> </tr> </table> <hr/> <p>Commentaires</p> <hr/> <p>Quels sont les goulots d'étranglement de vos voies d'approvisionnement en intrants ?</p> <table border="1" data-bbox="172 593 1449 728"> <tr> <td data-bbox="172 593 587 728">Solvabilité</td> <td data-bbox="587 593 1018 728">Disponibilité</td> <td data-bbox="1018 593 1449 728">Intrants non appropriés</td> </tr> </table> <hr/> <p>Comment ces goulots peuvent être levés ?</p>	OPA	Agro dealers	Autres	Solvabilité	Disponibilité	Intrants non appropriés
OPA	Agro dealers	Autres					
Solvabilité	Disponibilité	Intrants non appropriés					
8	<p>Décrivez les itinéraires techniques de production du sésame ?</p> <table border="1" data-bbox="172 1041 1449 1176"> <tr> <td data-bbox="172 1041 587 1176">Labour</td> <td data-bbox="587 1041 1018 1176">Semis</td> <td data-bbox="1018 1041 1449 1176">Sarclobinage</td> </tr> </table> <hr/> <p>Citez les contraintes liées à l'application correcte des itinéraires</p> <table border="1" data-bbox="172 1288 1449 1422"> <tr> <td data-bbox="172 1288 587 1422">Matériel</td> <td data-bbox="587 1288 1018 1422">BPA</td> <td data-bbox="1018 1288 1449 1422">Autres</td> </tr> </table> <hr/> <p>Quelles mesures palliatives à ces contraintes ?</p>	Labour	Semis	Sarclobinage	Matériel	BPA	Autres
Labour	Semis	Sarclobinage					
Matériel	BPA	Autres					
9	<p>Dans le cadre de l'encadrement de la production du sésame, quels sont les types d'appuis que vous bénéficiez des services techniques et les autres partenaires ?</p> <table border="1" data-bbox="172 1780 1449 1915"> <tr> <td data-bbox="172 1780 587 1915">Technique</td> <td data-bbox="587 1780 1018 1915">Financier</td> <td data-bbox="1018 1780 1449 1915">Matériel</td> </tr> </table> <hr/> <p>Quelles les principales insuffisances de ces appuis ?</p>	Technique	Financier	Matériel			
Technique	Financier	Matériel					

10	<p>Quels équipements disposez-vous dans le cadre de la production du sésame ?</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="151 145 582 257">Charrue</td> <td data-bbox="582 145 1013 257">Batteuse</td> <td data-bbox="1013 145 1436 257">Autres</td> </tr> </table> <hr/> <p>Ces équipements permettent-ils de concilier les intérêts des autres spéculations ?</p>	Charrue	Batteuse	Autres		
Charrue	Batteuse	Autres				
11	<p>Quelles sont les principales contraintes liées à la production du sésame ?</p>					
12	<p>Quel genre d'appui auriez-vous besoins pour développer la production du sésame ?</p>					
13	<p>Quels sont les modes de conservation/stockage de vos productions de sésame ?</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="151 1265 582 1377">Magasin</td> <td data-bbox="582 1265 1013 1377">Maison</td> <td data-bbox="1013 1265 1436 1377">Autres</td> </tr> </table> <hr/> <p>Quel est le statut des magasins</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="151 1467 798 1579">Communautaire</td> <td data-bbox="798 1467 1436 1579">Privé</td> </tr> </table> <hr/> <p>Commentaires</p>	Magasin	Maison	Autres	Communautaire	Privé
Magasin	Maison	Autres				
Communautaire	Privé					
14	<p>Quelles les principales difficultés liées à la conservation/stockage et conditionnement des produits ?</p>					

TRANSFORMATION

15 Y - a -t -il de transformation des initiatives de transformation en cours ?

Communautaire

Privé

Si oui, elles rencontrent des difficultés, elles sont leur nature ?

Que faire pour les surmonter les ?

COMMERCIALISATION

16 Sous quelles formes les produits sont vendus ?

Brut

Transformé

17 Quels sont vos principaux marchés d'écoulement ?

Loca

Régiona

National

International

18 Quelles sont fourchettes de prix dans lesquelles vous vendez vos produits ?

19 Comment la commercialisation est organisée

Ventes groupées

Ventes individuelles

20 Quels sont les principaux goulots d'étranglements de la commercialisation de vos produits ?

Annexe 6 :

Liste des personnes ressources rencontrées dans la cadre de l'étude

N°	Prénoms/Noms	Structures	Titres	Contacts
1	Ousmane THERA	AGRI SAHEL	Directeur	76 60 40 00
2	Hamadoun SOGOA	DRA de Ségou	Directeur	79 03 59 94
3	Alou DIARRAO	DRA de Ségou	Chef LABOSEM	76 14 40 41
4	Sanata SAMAKE	Service local du développement social de Ségou	Chef service	
5	Oumar TRAORE	ICCO/CORDAID	Spécialiste Secteur Privé	76 17 91 51
6	Sidy SOUMOUNOU		Demi-grossiste du sésame	68 89 12 12
7	Daouda KEITA	SACKO - Développement	Chargé de production	66 15 62 02
8	Tabita COULIBALY	JEKABAARA	Présidente	76 02 0930
9	Mahamadou NANTOUME	GUINA Agricole	Gérant	78 13 49 78
10	Demba CISSE	AMASSA	Coordinateur Régional	76 02 48 56
11	Soriba DIAKITE	Lux- Dev	Assistant Technique	79 10 11 28
12	Boubacar DIAKITE	Interprofession sésame	Secrétaire Exécutif	75 69 93 44
13	Mamadou SOUFONTERA	LTA	Chargé de formation	76 47 87 45
14	Bréhima KEITA	DRA Bougouni	Directeur	75 24 84 91
15	Demba SISSOKO	DRA Bougouni	Chargé de valorisation des cultures et produits végétaux	75 21 32 70
16	Boubaoum	MAIGA	Chargé de Suivi/évaluation	75 14 31 89
17	Sidy Elmoctar GUIRO	MOBIOM	Directeur	76 21 30 86
18	Issiaka TRAORE	Service local du développement social de Bougouni	Chef service	76 02 59 01
19	Kalifala CAMARA	DANAYA des demi-grossistes de Bougouni	Président	76 17 90 90
20	Moussa FOFANA	Société FOFANA et frères	Gérant	76 47 79 72
21	Abdoulaye COULIBALY	Karité du Sahel	Directeur	76 31 39 17
22	Oumar COULIBALY	OHVN		76 15 50 44

