

**ETUDE DE REFERENCE DE PROMOTION DES
PRODUITS LOCAUX EN AFRIQUE DE L'OUEST :**
**Cas du Riz étuvé et Fonio précuit, à Sikasso,
Bamako et Ségou au Mali**

Rapport Final



Riz étuvé emballé en sachet



Fonio précuit emballé en sachet

Produit par :

Youssouf TRAORE, Coordinateur National



Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso
Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cpr53@yahoo.fr

Juillet 2020

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION	-----
10	
1.1. Bienfaits du riz étuvé	-----
12	
1.2. Definition du fonio	-----
13	
2. OBJECTIFS DE L'ETUDE DE REFERENCE	-----
14	
3. RESULTATS ATTENDUS DE L'ETUDE	-----
16	
4. APPROCHE METHODOLOGIQUE	-----
16	
4.1. Zones d'étude et échantillonnage	-----
16	
4.2. Types des données à collecter	-----
18	
4.3. Outils de collecte des données	-----
20	
4.4. Formation et composition de l'équipe de collecte	-----
21	
4.5. Déroulement et durée de la collecte des données	-----
22	
4.6. Traitement, analyse et saisie des données collectées	-----
22	
4.7. Rapportage	-----
22	
4.8. Difficultés et limites de l'étude	-----
22	
5. PRESENTATION DES RESULTATS DE L'ETUDE DE REFERENCE	-----
23	
5.1. Etat des lieux détaillé de deux produits de l'étude (riz étuvé et fonio précuit)	-----
23	
5.1.1. Riz étuvé	-----
23	
5.1.1.1. Production	-----
23	
5.1.1.2. Transformation	-----
25	
5.1.1.3. Commercialisation et lieux de vente	-----
25	
5.1.1.4. Catégories d'acheteurs	-----
26	

5.1.1.5. Opportunités d'emploi -----	26
5.1.1.6. Stratégies et action de promotion -----	27
5.1.2. Fonio précuit -----	27
5.1.2.1. Production -----	27
5.1.2.2. Transformation-----	30
5.1.2.3. Commercialisation et lieux de vente -----	32
5.1.2.4. Catégories d'acheteurs -----	34
5.1.2.5. Opportunités d'emploi -----	35
5.1.2.6. Stratégies et action de promotion -----	35
5.2. Appréciation sur la connaissance de la transformation et de la consommation de deux produits (riz étuvé et fonio précuit) -----	36
5.2.1. Appréciation sur la connaissance de la transformation et de la consommation du riz étuvé -----	36
5.2.2. Appréciation sur la connaissance de la transformation et de la consommation du fonio précuit -----	37
5.3. Limites de la distribution de deux produits (riz étuvé et fonio précuit)-----	39
6. SYNTHÈSE DES RESULTATS ET PROPOSITION D'ELEMENTS DE STRATEGIES DE PROMOTION DE DEUX PRODUITS -----	39
6.1. Synthèse des résultats obtenus-----	39
6.2. Propositions d'éléments de stratégies de promotion de deux produits -----	44
7. CONCLUSION-----	46
8. BIBLIOGRAPHIE : -----	47
9. ANNEXE-----	48

REMERCIEMENT



Convergence des Femmes Rurales
pour la Souveraineté alimentaire

Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso

Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cppr53@yahoo.fr

Au terme de cette étude, nous voulons adresser notre profonde gratitude à tous les acteurs qui ont facilité le bon déroulement des activités et qui ont bien voulu répondre à nos questions.

Nos remerciements vont particulièrement:

- aux Ministères de l'Agriculture et du Commerce et de l'industrie ;
- aux Directions Régionales de l'Agriculture et du Commerce, de la Consommation et de concurrence des Cercles de Sikasso et Ségou et du District de Bamako ;
- aux Membres du groupe de travail de l'étude pour leur participation active et franche ;
- aux partenaires nationaux :
- aux Consommateurs de Sikasso, Ségou et Bamako pour leur disponibilité ;
- aux Unités de transformation de Sikasso, Ségou et Bamako pour leur disponibilité.



Convergence des Femmes Rurales
pour la Souveraineté alimentaire

Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso

Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cpr53@yahoo.fr

LISTE DES TABLEAUX

Tableau	Titre	Page
Tableau 1	: Cibles de l'étude sur les trois zones	13
Tableau 2	: Situation du nombre de cibles concernées par l'étude et par zone	13
Tableau 3	: Composition des membres du groupe de travail ayant participé à l'étude	16
Tableau 4	: Estimation de quantités du riz étuvé produites par mois et par an	17
Tableau 5	: Estimation de la production des 4 dernières années du riz étuvé de Ségou au Mali de 2016 à 2019	17
Tableau 6	: Estimation de quantités du fonio précuit produites par mois et par an	21
Tableau 7	: Estimation de la production des 4 dernières années du fonio précuit au Mali de 2016 à 2019	22
Tableau 8	: Niveau de consommation du riz étuvé selon les cibles	28
Tableau 9	: Niveau de consommation du fonio précuit selon les cibles	30
Tableau 10	: Synthèse des résultats obtenus	31

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique	Titre	Page
Graphique 1	: Estimation de la production des 4 dernières années du riz étuvé de Ségou au Mali de 2016 à 2019	17
Graphique 2	: Estimation de la production des 4 dernières années du fonio précuit de Ségou au Mali de 2016 à 2019	22
Graphique 3	: Niveau de consommation du riz étuvé selon les cibles	29
Graphique 4	: Niveau de consommation du fonio précuit selon les cibles	30

LISTE DES GRAPHIQUES

Schéma	Titre	Page
Schéma 1	Principales phases du système technologique post-récolte du fonio	24

SIGLES ET ABBREVIATIONS

ABSDD	: Association des « Bons Samaritains » pour le Développement Durable
AOPP	: Association des Organisations Professionnelles Paysannes
APROFEM	: Association pour la Promotion des Femmes au Mali
ASCOMA	: Association des Consommateurs du Mali
CFA	: Communauté financière Afrique
COFERSA	: Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire
DRA	: Direction Régionale de l'Agriculture
DRCC	: Direction Régionale du Commerce, de la consommation et de la Concurrence du Mali
GADAM	: Groupe d'Action pour le Développement de l'Agriculture au Mali
GRAD	: Groupe de Réalisations et d'Accompagnement pour le Développement
FAFPA	: Fonds d'Appui à la Formation Professionnelle et d'Apprentissage
IER	: Institut d'Economie Rurale

LTA	: Laboratoire de Technologie Alimentaire
LUX DEV	: Agence Luxembourgeoise de Développement International
OADEL	: Organisation pour l'Alimentation et le Développement Local
ODD	: Objectifs de Développement Durable
PIB	: Produit Intérieur Brut
PME	: Petites et Moyennes Entreprises
PPL	: Promotion des Produits Locaux

RESUME ANALYTIQUE

L'objectif de cette étude est d'établir une situation de référence de base détaillée en proposant des valeurs qualitatives et quantitatives de référence pour les indicateurs d'impact, d'effets et de résultats dans le cadre de la mise en œuvre du projet « Promotion de Produits Locaux », afin de la comparer avec la situation au terme dudit projet. Il s'agit donc d'une évaluation qui consiste spécifiquement à connaître le niveau de commercialisation et les stratégies de promotion mis en avant par les zones d'intervention (Sikasso, Ségou et Bamako). Cette étude permettra de pouvoir évaluer à la fin, l'impact des actions de communication sur la consommation, et proposer des stratégies de promotion adaptables à d'autres produits locaux au Mali.

Pour cette évaluation, la collecte des données s'est faite par une recherche documentaire, un questionnaire et par des entretiens semi-structurés avec un échantillon des acteurs des structures concernées et les consommateurs.

Les résultats de l'étude permettent de faire l'état des lieux de la promotion des produits locaux, notamment **le riz étuvé et le fonio précuit**. L'environnement est propice pour le développement de ces produits au Mali et leurs productions ont un rôle important dans l'économie locale en particulier et l'économie malienne en général. Des belles initiatives et des bonnes volontés sont mises en œuvre de part et d'autre par l'Etat et les opérateurs/trices privé(e)s. Des tonnes de riz étuvé et fonio précuit sont produites chaque année au Mali. Les unités de transformation, les commerçants grossistes développent le secteur pour mettre les produits sur les marchés. Les consommateurs n'ont pas de problème pour l'accessibilité des produits.

Cependant, il faut noter que la filière de la promotion des produits locaux, notamment le riz étuvé et le fonio précuit est confrontée à des difficultés d'ordre organisationnel, de la méconnaissance de la chaîne de valeur et du plaidoyer auprès de l'Etat et des partenaires techniques et financiers qui doivent jouer un rôle important dans le développement de ladite filière.

L'étude de référence montre la présence et l'engagement de certains partenaires techniques et financiers qui appuient quotidiennement les organismes, les unités de transformation dans les domaines de la production, la transformation, la conservation, la commercialisation, la gestion des ressources financières, la gestion de l'entreprise. Ce sont notamment la COFERSA, la NAPRO, l'APROFEM, l'IER.

1. CONTEXTE ET JUSTIFICATION

La transformation des produits agricoles et la croissance agricole jouent un rôle capital, en particulier, dans les pays en développement où l'agriculture occupe une part importante du revenu national, du commerce et de l'emploi (*Eberhardt et Vollrat, 2018*). En effet, il est reconnu que la forte concurrence des industries occidentales, constitue un frein au décollage

des industries naissantes des pays africains alors que l'on s'accorde sur le fait que le protectionnisme éducatif au moins pour le secteur agricole s'avère indispensable pour protéger les industries naissantes pour qu'elles puissent petit à petit devenir compétitives et affronter la concurrence internationale (*List, 1841*). Par ailleurs, les réflexions au niveau international sur les enjeux de lutte contre la pauvreté (rappelés en septembre 2015 avec la formulation des Objectifs de Développement Durable, ODD) et les enjeux de transition agricole et agroalimentaire face au changement climatique (rappelés avec les accords de Paris de la COP 21) ont affirmé l'intérêt de renforcer les productions nationales issues de l'agriculture familiale ainsi que le consommateur local. Ceci doit permettre d'assurer des revenus et emplois aux populations rurales tout en limitant les impacts écologiques et économiques liés au transport et à l'importation de denrées alimentaires.

Le projet promotion des produits locaux couvre trois pays le Mali, le Burkina Faso et le Togo qui possèdent chacun leurs propres particularités. Cependant, leurs caractéristiques géographiques sont très proches : 80% de la population au Mali et Burkina Faso, 70% au Togo vivent de l'agriculture et de la pêche qui représentent entre autre 32 % à 40 % du PIB. La majorité de cette population rurale vit au-dessous du seuil de pauvreté (54% au Togo, 56% au Mali). Une large partie de l'agriculture a été jusque très récemment orientée prioritairement vers les cultures d'exportations (coton, cacao, café, arachide) dont la rémunération dépend de cours mondiaux fluctuants. Dans ce contexte le combat pour la souveraineté alimentaire prend tout son sens mais reste un vrai défi. En effet, la pauvreté, surtout en milieu urbain, conduit les populations à se nourrir d'aliments importés moins chers et les dirigeants à accepter l'importation, entre autres, de céréales à bas prix (72% en Afrique de l'Ouest pour le blé et le riz) au détriment des aliments produits par leurs paysans et leurs femmes transformatrices ce qui ne permet pas à cette majorité de la population de vivre dignement de son travail. Il paraît donc aujourd'hui fondamental de soutenir les acteurs, à s'organiser et à échanger pour valoriser leurs filières (du produit brut aux produits transformés) auprès des consommateurs.

C'est ainsi que, GRAD (Suisse), OADEL (Togo) la COFERSA (Mali), l'ABSDD (Burkina Faso) avec l'appui de plusieurs partenaires locaux s'engagent à contribuer au développement de la souveraineté alimentaire en Afrique de l'Ouest par le développement de la consommation des produits locaux dans le cadre du projet PPL. Six produits à forts enjeux de promotion sont concernés à raison de 2 produits par pays.

Au Mali, il s'agit du Riz Euvé et le Fonio précuit. Le Mali est le deuxième producteur du riz de l'Afrique de l'ouest. La production de riz au Mali s'est élevée 2,92 millions de tonnes pendant la campagne agricole 2017/2018, en hausse par rapport à la campagne précédente (2,78 millions de tonnes) selon les statistiques du Ministère de l'Agriculture (*Bilan de la campagne agricole au Mali, Février 2018*). Au cours de ces dernières décennies, la part du mil et du sorgho dans les disponibilités de céréales a subi une diminution graduelle au profit du riz, qui représente à ce jour 40% du total des céréales produites. Les modèles de consommation ont eux aussi graduellement changé, et une place de plus en plus prépondérante est occupée par le riz, dont la consommation annuelle par habitat est passée, de 2009 à 2018, de 15 à 84 kg.

Du point de vue économie, le riz est une culture stratégique car elle constitue 5% du PIB et génère des revenus pour une portion importante de la population agricole.

Le riz éuvé, est un riz qui est traité par action hydro thermique Elle est exécutée uniquement par l'action de l'eau et de la vapeur, sans agent chimique.

1.1. Bienfaits du riz éuvé

- ✓ Améliore la qualité de cuisson et la conservation ; l'étuvage réduit le caractère collant du riz pour qu'il produise des grains moelleux et séparés une fois cuits. De plus l'étuvage inactive les enzymes qui décomposent la graisse du riz. Cela aide à prévenir la rancidité, augmentant la durée de vie.

- ✓ Fournit les composés végétaux bénéfiques ; toutes fois lorsque le riz est éuvé, certains de ses composés végétaux, notamment les acides phénoliques aux propriétés antioxydantes contenus dans l'enveloppe externe du riz est transféré au cœur du riz. Ce qui réduit les pertes lors du raffinage.

- ✓ Impacte moins la glycémie que d'autres riz ; l'augmentation du sucre dans le sang des personnes souffrants du diabète de type 2 diminue de 35% lorsqu'elles consomment du riz étuvé que lorsqu'elles consomment le riz blanc ordinaire.
- ✓ Le riz étuvé conserve environ 80% de ses vitamines et minéraux, une contribution précieuse sur le plan nutritionnel à l'alimentation quotidienne ;
- ✓ L'étuvage provoque la gélatinisation de l'amidon contenu dans les grains, ce qui les raffermis. Ainsi, le riz ne colle pas à la cuisson et reste plus tendre que les autres variétés de riz ;
- ✓ Grâce à son traitement spécial, le riz étuvé absorbe davantage d'eau que le riz blanc traditionnel. Il est ainsi d'un meilleur rendement que la plupart des autres aliments d'accompagnement.

Le Mali est le 3eme producteur du fonio au Mali. Sa production est de 22.000 tonnes en moyenne par an. La production du fonio précuit s'élevé à plus de 500 tonnes soit une valeur moyenne de 400 millions de franc CFA par an.

1.2. Définition du fonio

Le fonio est une petite céréale à grains fins au petit goût de noix. Très digeste, sans gluten et riche en acides aminés, il est en train de devenir le chouchou des intolérants au gluten et des adeptes d'un mode de vie healthy.

Bienfaits du fonio

- ✓ Le fonio, est aliment très complet pour la consommation humaine ;
- ✓ Riche en fibre, le fonio est très digeste ;
- ✓ On lui prête également des qualités hypotensives et antidiabétique, éminceur, anti-constipation, et de lutte contre certains cancers notamment colorectaux. Ses effets sur la santé contenue en nutriment des grains entiers : antioxydant, fer, Zinc, cuivre, magnésium, vitamines du complexe B et fibre.

Les objectifs spécifiques du projet PPL au Mali sont primo, d'augmenter la production et consommation du Fonio et Riz Euvé au Mali augmente les capacités des acteurs Mali impliqués à concevoir, réaliser et évaluer des campagnes de promotion des produits locaux.

Pour y arriver, il est nécessaire de connaître le niveau de commercialisation et les stratégies de promotion déjà exécutés pour ces deux produits choisis afin de pouvoir évaluer à la fin, l'impact des actions de communication du projet PPL sur leur consommation.

C'est à cet effet que la présente étude de référence a été réalisée par les membres du groupe sous la responsabilité et la coordination de la COFERSA, **dont les résultats doivent servir à formuler une stratégie de promotion territorialisée.**

2. OBJECTIFS DE L'ETUDE DE REFERENCE

L'**objectif global** de cette étude était d'établir une situation de référence détaillée en proposant des valeurs (qualitatives et quantitatives) de référence pour les indicateurs d'impact, d'effets et de résultats conformément au projet. Cette situation de référence permettra d'établir le point de départ des différents indicateurs (situation avant) afin de la comparer avec la situation après la mise en œuvre du projet. Il s'agissait donc de faire ressortir **spécifiquement** :

- les sites d'approvisionnement et les acteurs concernés pour les deux produits ;
- la production mensuelle et annuelle Du Fonio et Riz ;
- les quantités de Riz Euvé et Fonio précuit, commercialisés (vendus) et les lieux de vente ;
- les cibles visées et celles effectivement touchées par les produits ;
- les zones de commercialisation les plus couvertes et les moins couvertes par la distribution des deux produits ;
- les données en termes d'emplois directs et indirects créés par chacune des deux entreprises sur toute la filière ;
- L'inventaire des outils, stratégies et actions de promotion existants sur les deux produits ;



Convergence des Femmes Rurales
pour la Souveraineté alimentaire

Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso

Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cprr53@yahoo.fr

- Les avis des consommateurs (et si possible des acheteurs institutionnels) sur leur connaissance, leur consommation et leur appréciation de chacun des deux produits par rapport aux produits importés ;
- Les blocages à une distribution plus large identifiés par les différents acteurs de la chaîne de production -distribution- consommation.

3. RESULTATS ATTENDUS DE L'ETUDE

Le rapport final de l'étude devra fournir des informations quantitatives et qualitatives sur :

- L'état des lieux détaillé de chacun des deux produits du projet : Production, vente, catégories d'acheteurs, emplois, lieux de vente, les outils, stratégies et actions de promotion est fait ;
- Les avis des consommateurs et des institutions sur leur connaissance, leur consommation et leur appréciation des deux produits sont connus;
- Les limites de la distribution des deux produits sont connues.

4. APPROCHE METHODOLOGIQUE

4.1. Zones d'étude et échantillonnage

L'étude s'est déroulée dans les Cercles de Sikasso, Ségou et le District de Bamako.

La méthodologie utilisée pour l'échantillonnage des villes d'étude a consisté à faire :

- Le choix raisonné des zones d'intervention des groupes d'études ;
- Un choix raisonné des membres du groupe.

Ce choix a été basé entre autres de:

- Zone de production des deux produits par excellence;
- Nombre de catégories d'acheteurs ;
- Zone de consommation des deux produits par excellence.

Les cibles de l'étude concernaient les consommateurs, les commerçants, les unités de transformation, les acheteurs institutionnels, la Direction Régionale de l'Agriculture, la Direction Régionale du Commerce, de la consommation et de la Concurrence.

Le tableau 1 ci-dessous présente les cibles de cette étude



Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso

Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cpr53@yahoo.fr

Tableau N°01 : Cibles de l'étude dans trois zones

Sikasso	Ségou	Bamako
- Consommateurs ;	- Consommateurs ;	- Consommateurs ;
- Unités de transformation ;	- Unités de transformation	- Unités de transformation
- Acheteurs institutionnels ;	- Acheteurs institutionnels,	- A c h e t e u r s institutionnels ;
- Leaders culturels et communautaires	- Leaders culturels et communautaires	- Leaders culturels et communautaires
- Commerçants ;	- Commerçants ;	- Commerçants ;
- Direction Régionale de l'Agriculture ;	- Direction Régionale de l'Agriculture ;	- Direction Régionale de l'Agriculture ;
- Direction Régionale du C o m m e r c e , d e l a c o s o m m a t i o n e t d e l a C o n c u r r e n c e	- Direction Régionale du C o m m e r c e d e l a c o n s o m m a t i o n e t d e l a C o n c u r r e n c e	- Direction Régionale du C o m m e r c e d e l a c o n s o m m a t i o n e t d e l a C o n c u r r e n c e

Le tableau 2 ci-dessous résume l'essentiel des cibles interrogées lors de l'étude.

Tableau N°02 : Situation du nombre de cibles concernées par l'étude et par zone

Cibles	Sikasso	Ségou	Bamako	Total
Consommateurs	7	6	36	49
Unités de transformation	7	6	36	49
Leaders culturels et communautaires	6	6	36	48
Direction Régionale de l'Agriculture et Direction Régionale du Commerce de la consommation et de la Concurrence	2	0	2	4
Total	22	18	110	150

4.2. Types des données à collecter

Deux types de données ont été collectés dans le cadre de cette étude : il s'agit des données quantitatives et des données qualitatives.

- **Données quantitatives**

Les données quantitatives ont été collectées auprès des services techniques (DRA et DRCC), les unités de transformation et les ménages consommateurs. Les indicateurs de ces données quantitatives pour faire ressortir l'état des lieux détaillé des deux produits concernés (riz étuvé et fonio précuit) du projet comprennent :

- la quantité de production mensuelle et annuelle du riz étuvé et fonio précuit ;
- la quantité de production de deux produits lors des 3 dernières années au Mali;
- le nombre de producteurs par type de produit et par zone de production ;
- les superficies exploitées par type de produit et par producteur de 2016 à 2019 ;
- la quantité importée par type de produit par mois et par an ;
- le nombre des grands importateurs par type de produit ;
- le nombre d'importation par type de produit de 2016 à 2019 ;
 - o le nombre de quantités consommées par type de produit par mois et par an ;
- le nombre de quantités consommées par type de produit de 2016 à 2019
- le nombre de quantités consommées par type de produit par ménage consommateur
- le nombre de capacités de transformation par type de produit de 2016 à 2019 ;
- les quantités réelles transformées par type de produit de 2016 à 2019
- **Données qualitatives**

Les données qualitatives ont été collectées auprès des acteurs de la population cible de l'étude notamment les ménages consommateurs, les leaders culturels et communautaires, les groupes de transformation et les services techniques (DRA et DRCC). Des entretiens individuels ont été conduits par l'équipe d'enquête composée des membres du groupe d'étude. Les données qualitatives de cette étude concernaient entre autres :

- La connaissance, l'appréciation et la consommation des produits locaux selon les ménages consommateurs, les leaders culturels et communautaires ;
- L'importance socioculturelle des produits locaux ;
- L'importance environnementale des produits locaux ;
- La sollicitation des autorités communautaires pour la promotion des produits locaux ;

- Les propositions et suggestions dans le cadre de la production, la transformation, la conservation, la commercialisation, le plaidoyer pour la promotion des produits locaux ;
- Les activités dans le domaine des produits locaux ;
- Les compétences et les expériences sur la transformation des produits locaux ;
- L'appréciation sur la connaissance et la consommation des produits locaux ;
- Le partage d'expériences sur la chaîne de valeur de la filière ;
- Les partenaires techniques et financiers dans la transformation des produits locaux ;
- Les difficultés et obstacles rencontrés dans la transformation des produits locaux ;
- La connaissance sur les vertus des produits (riz étuvé et fonio précuit) ;
- L'appréciation sur la qualité et l'avantage de la consommation des produits (riz étuvé et fonio précuit)

4.3. Outils de collecte des données

Dans le cadre de l'étude de référence sur la promotion des produits locaux (PPL), quatre(4) outils d'entretiens ont été élaborés et administrés auprès des différentes cibles d'enquête dans les villes de Sikasso, Ségou et Bamako par les membres du groupe d'étude sous la responsabilité de la COFERSA. Il s'agit :

- La fiche d'enquête : les Consommateurs ;
- La fiche d'enquête : les Groupes/Unités de transformation ;
- Le questionnaire: les Leaders culturels et communautaires ;
- Le questionnaire: les Services Techniques DRA/DRCC.

Ces outils ont été administrés en semi interview directe individuelle auprès des personnes cibles afin de collecter les données quantitatives et qualitatives sur l'étude de référence de la promotion des produits locaux.

4.4. Formation et composition de l'équipe de collecte

La formation de l'équipe sur les outils de collecte a été animée par le Coordinateur National, elle a duré deux (2) jours.

L'équipe était composée des membres du groupe de travail. Vu les ressources limitées du projet et dans le souci de l'appropriation de l'étude de référence, il a été vivement recommandé que cette étude soit menée par les membres du groupe de travail pays ou leurs collaborateurs en capacités de la réaliser.

Les unités de transformation dont les produits seront promus par le projet doivent collaborer fortement en mettant à disposition les données économiques et qualitatives et les facilités de contact avec les producteurs et les consommateurs

Tableau N°03 : Composition des membres du groupe de travail ayant participé à l'étude

N°	Nom et Prénoms	Structures	Tél/Email	Résidence
1	TRAORE Youssouf	Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire (COFERSA) Mali	Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 email :cofersacoordination@gmail.com	Sikasso
2	CISSE Djeneba	Association des Producteurs de Fonio (ass.sewa djama)	Adresse Ségou rue : porte :Tel : 66 84 94 00 Email : Djenebai@gmail.com	Ségou
3	TOGOLA Coumba	Association des producteurs de Riz(Djekabaratou)	Adresse SIKASSO Tel : 91 30 09 42	Sikasso
4	DIAKITE Abdoul Wahab	Association des consommateurs du MALI(ASCOMA)	Adresse Bamako Badalabougou Tel : 79 18 72 57Email : awddiakite@gmail .com	Bamako
5	KEITA Lamine	Groupe d'action pour le développement de l'agriculture au MALI(GADAM)	Adresse Bamako Tel : 73 66 92 62	Bamako

6	DACKO Abel	Terre Jaune	Adresse Bamako Tel: 66 88 59 91 Email :	Bamako
7	TRAORE Mahamadou	Association des Distributeurs des produits locaux	Adresse Bamako Tel : 79 80 01 38	Bamako
8	SIDIBE Abdoulaye	Réseau agro écologie paysanne/Citoyenne	Adresse Bamako coura rue 367 Tel: 79 16 05 46 Sidibe7916@gmail.com	Bamako
9	Abdoulaye DIALLO	Journaliste/Reporter/Animateur (presse écrites et audio-visuel)	Tel: 00223 76 97 28 06 Email: dialloaist13@gmail.com	Bamako

4.5. Déroulement et durée de la collecte des données

L'étude s'est déroulée du 15 Juillet au 05 Août 2020 dans les cercles de Sikasso, Ségou et le District de Bamako. Elle a duré vingt (20) jours.

4.6. Traitement, analyse et saisie des données collectées

Les données collectées ont été traitées, analysées et saisies par le Coordinateur National de la COFERSA avec l'appui des membres du groupe.

4.7. Rapportage

Ce rapport provisoire d'étude a été élaboré par le Coordinateur National de la COFERSA.

Ledit document a reçu les observations et remarques lors d'un mini atelier composé des membres du groupe de travail et d'autres personnes ressources. L'auteur du rapport a pris en compte lesdites observations pour présenter un document amélioré de l'étude de référence.

Celui-ci sera présenté à l'atelier de démarrage du projet en Septembre 2020 à Sikasso au Mali.

4.8. Difficultés et limites de l'étude

Au cours de l'étude, les difficultés rencontrées se situaient généralement à la réticence ou au refus de certaines cibles à fournir certaines informations, notamment les services techniques, les unités de transformation. En plus de cela l'indisponibilité de certaines personnes due à leur occupation.

Au cours de cette étude les difficultés rencontrées étaient liées l'impact de la crise institutionnelle du pays et à l'indisponibilité de certains agents des services techniques à cause des obligations professionnelles. Ces difficultés ont été prises en charge en exploitant les relations personnelles.

5. PRESENTATION DES RESULTATS DE L'ETUDE DE REFERENCE

5.1. Etat des lieux détaillé de deux produits de l'étude (riz étuvé et fonio précuit)

5.1.1. Riz étuvé

5.1.1.1. Production

La production du riz étuvé est réalisée sur les champs agricoles, dans les bas-fonds, dans les plaines hydro-agricoles par les producteurs/trices de façon individuelle ou en groupements de femmes avec l'appui des services techniques de l'Etat et des organisations agricoles privées.

La production du riz étuvé est très importante et évolue en fonction de la bonne pluviométrie et du respect des techniques culturales.

Le tableau ci-dessous dresse une estimation de la production mensuelle et annuelle du riz étuvé au Mali

Tableau N°04 : Estimation de quantités du riz étuvé produites par mois et par an en tonnes (région de Ségou)

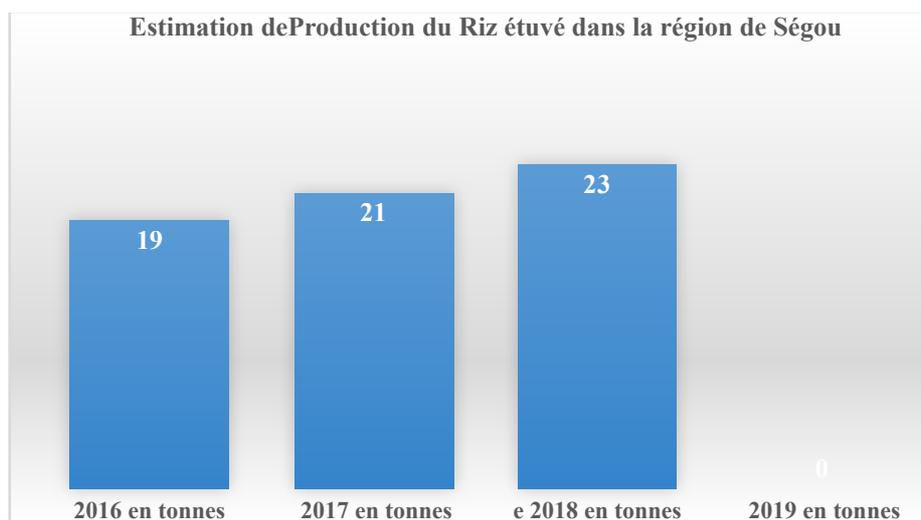
Désignation	Production mensuelle (tonnes)	Production annuelle (tonnes)
Riz étuvé	21	254
Total	21	254

Le tableau ci-dessous dresse une estimation de la production des 4 dernières années du riz étuvé au Mali

Tableau N°05 : Estimation de la production des 4 dernières années du riz étuvé au Mali de 2016 à 2019 en tonnes (région de Ségou) Source : DRA de Ségou Juillet 2020

Désignation	Production de 2016	Production de 2017	Production de 2018	Production de 2019
Riz étuvé	19	21	23	ND
Total	19	21	23	ND

Graphique N°01 : Estimation de la production des 4 dernières années du riz étuvé dans la région de Ségou



Le nombre de producteurs/trices du riz étuvé n'est pas statistiquement disponible, mais il est estimé à des milliers de personnes. On les trouve dans toutes les zones de production par excellence au Mali.

5.1.1.2. Transformation

Les unités de transformation du riz étuvé ont peu de matériels disponibles pour une bonne transformation du produit ; celles-ci travaillent généralement de façon manuelle et semi industrielle. Le montant d'investissement à la source varie d'une unité de transformation à une autre, selon leur capacité et leur dynamisme. Selon l'étude, ce montant se situe entre 150 000 à 5 000 000 F CFA en moyenne lors du démarrage de leurs activités.

Les matériels de travail disponibles selon les unités de transformation approchées sont essentiellement :

- La batteuse ;
- Les tamiseuses ;
- Les baignoires ;
- Les bascules ;
- Les séchoirs ;
- Les tables de travail ;
- Les machines d'emballage ;
- Les palettes;
- Etc...

L'étude montre que la plupart des unités de transformation n'ont pas pu estimer leur capacité de transformation annuelle et leurs quantités réelles de transformation du produit.

Néanmoins, certaines sont parvenues à estimer leurs capacités et quantités réelles de transformation qui se situent entre **2 à 3 tonnes par an**. Leurs chiffres d'affaires mensuels varient entre **100 000 et 2 500 000 F CFA**.

5.1.1.3. Commercialisation et lieux de vente

La commercialisation du riz étuvé rencontre moins de difficultés d'écoulement sur les marchés, car le produit est toujours convoité. Les promoteurs/trices commercialisent le riz étuvé avec plus des propriétaires des grands magasins, des commerçants grossistes, des semi-grossistes et même des consommateurs. Le prix varie aussi de leurs provenances et des

marchés. Généralement, le riz étuvé est vendu entre **350 et 500 F CFA/le kg** et est disponible sur tous les marchés.

Les lieux de vente sont généralement au niveau des unités de transformation, des magasins de céréales, des boutiques au niveau des marchés. Certaines unités de transformations/commerçants exportent le riz étuvé (France, Etats-Unis) pour le vendre afin de gagner plus d'argent.

5.1.1.4. Catégories d'acheteurs

Sur le plan sanitaire, le riz étuvé est un produit très apprécié par les consommateurs à cause de ses vertus. Au niveau des marchés, on constate une certaine catégorie d'acheteurs. Parmi elle, il y a :

- les acheteurs grossistes qui possèdent des grands magasins ;
- les exportateurs ;
- les acheteurs semi-grossistes qui se ravitaillent au niveau des magasins grossistes ;
- les acheteurs occasionnels qui achètent lors des cérémonies de baptêmes et des mariages ;
- les établissements hôteliers et les restaurateurs ;
- les acheteurs consommateurs qui achètent souvent pour faire plaisir à la famille.

5.1.1.5. Opportunités d'emploi

La filière de la promotion des produits locaux, notamment le riz étuvé est pourvoyeuse d'emplois dans la plupart des zones. Les femmes, les jeunes filles et les hommes s'intéressent activement à intégrer dans le domaine ; du coup, les promoteurs/trices des unités de transformation n'hésitent plus à leur faire appel afin de développer le secteur. L'étude de référence de la promotion des produits locaux montre que la filière riz étuvé est une opportunité et de création d'emplois pour les jeunes, les femmes. Selon les unités de transformation, leurs activités ont permis d'embaucher en moyenne 10 à 30 personnels permanents et 25 à 50 personnels non permanents dans leurs structures et surtout au niveau des champs agricoles.

5.1.1.6. Stratégies et action de promotion

Les stratégies et action de promotion consistent à développer la filière en bien transformant bien le produit avec un beau emballage afin d'attirer la clientèle. Les promoteurs/trices des unités de transformation participent souvent aux foires d'exposition, aux forums et autres évènements commerciaux pour exposer leurs produits bien emballés en expliquant à la clientèle les vertus dudit produit.

Selon l'étude de référence, des actions de promotion du riz étuvé nécessitent l'accompagnement des autorités, la collaboration avec les mass medias.

La COFERSA, la NAPRO, l'APROFEM, le FAPFA, Suisse Contact, Lux Dev, Helvetas AOPP, Association des Transformateurs de Ségou, et l'IER sont des partenaires qui appuient techniquement et même financièrement les unités de transformation et autres structures de la filière dans les domaines de :

- la production ;
- la transformation ;
- la commercialisation ;
- la conservation ;
- la gestion d'entreprise ;
- la gestion des ressources financières.

5.1.2. Fonio précuit

5.1.2.1. Production

La production du fonio précuit est réalisée sur les champs agricoles par les producteurs/trices de façon individuelle ou en groupements de femmes avec l'appui des services techniques de l'Etat et des organisations agricoles privées. Elle est réalisée sur des sols plutôt pauvres. Les techniques culturales sont traditionnelles et n'ont pas recours aux intrants chimiques (engrais et pesticides). Les semis se font à la volée après une préparation sommaire des sols. L'entretien consiste en quelques travaux de sarclage pour l'arrachage des mauvaises herbes. Actuellement, la culture du fonio se fait sans apport de fumures ni de traitements phytosanitaires.

Les variétés cultivées peuvent être précoces (cycle court de 70 jours) ou tardives (cycle long de 120 jours). Les récoltes se font en septembre pour les variétés précoces et en novembre pour les tardives.

Les techniques et le calendrier de production se présentent ainsi :

- Préparation des sols et les semis : de juin à juillet ;
- Entretien limités au sarclage (désherbage) : de juillet à août ;
- Fumure : Non appliquée ;
- Récolte et battage : d'août à septembre pour les variétés précoces et octobre pour les tardives ;

Décorticage rural et mise en marché : d'octobre à avril *Etude – Portrait de la filière fonio au Mali / Production Afrique Verte - MALI 19*

La production est énorme et évolue en fonction de la bonne pluviométrie et du respect des techniques culturales.

Le tableau ci-dessous dresse une estimation de la production mensuelle et annuelle du fonio précuit au Mali

Tableau N°06 : Estimation de quantités du fonio précuit produites par mois et par an en tonnes (région de Ségou)

Désignation	Production mensuelle (tonnes)	Production annuelle (tonnes)
Fonio précuit	125	1 500
Total	125	1 500

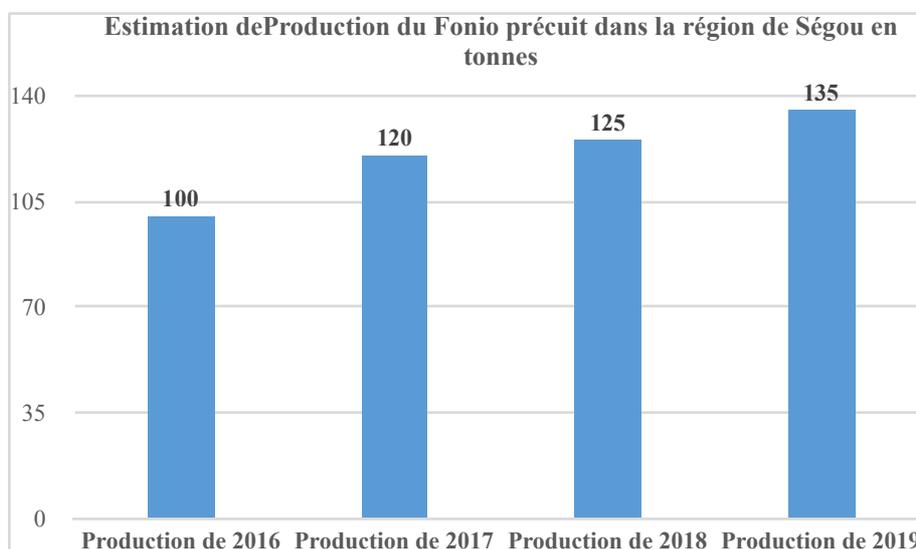
Le tableau ci-dessous dresse une estimation de la production des 4 dernières années du fonio précuit au Mali

Tableau N°07 : Estimation de la production des 4 dernières années du fonio précuit au Mali de 2016 à 2019 en tonnes (région de Ségou) Source : DRA de Ségou Juillet 2020

Désignation	Production de 2016	Production de 2017	Production de 2018	Production de 2019
Fonio précuit	100	120	125	135
Total	100	120	125	135

Source

Graphique N°02 : Estimation de la production des 4 dernières années du fonio précuit dans la région de Ségou, Mali



Le nombre de producteurs n'est pas statistiquement disponible, mais il faut noter qu'on les trouve dans toutes les zones de production par excellence au Mali. Il s'agit des cultivateurs individuels, les groupements et associations des femmes, UACT.

Selon les enquêtes de production réalisées par l'Institut d'Economie Rurale (IER) à travers le Laboratoire de Technologie Alimentaire (LTA), les grands bassins de production sont les localités suivantes :

- Ganga, Fangasso, Bénéna, Tominian, Bla (région de Ségou) ;
- Fakola, Dembasso, Neguepié, Farako, Kolondiéba (région de Sikasso) ;
- Manankoro, Garalo Kokélé, Bougouni, Yanfolila (région de Sikasso) ;
- Dillasagou, Ouenkoro, Kouyentomo, Barapiréli, Sokoura, Bankass (région de Mopti) ;
- Bafoulabé, Kéniéba, Kita, (région de Kayes).

Le cercle de Tominian a été signalé comme le plus grand producteur avec un record de production de plus de 4.000 t (17%), lors des campagnes agricoles de 2002/03 et 2003/04 (voir annexe N° 1 sur la cartographie des zones de production).

En moyenne, la région de Ségou est la principale zone de culture du fonio avec 45% de la production nationale, ensuite viennent les régions de Kayes, Mopti et Sikasso, pour une part de 10 à 20% et enfin la région de Koulikoro pour environ 4%. Les régions du Nord (Gao, Tombouctou et Kidal) ne sont pas concernées par la culture du fonio (Source : Amadou SYLLA: *CAPITALISATION, D'INFORMATIONS SUR LA FILIERE FONIO AU MALI, AFRIQUE VERTE*, 115 pages, Bamako, Octobre 2005).

5.1.2.2. Transformation

Le fonio précuit est transformé par différents types d'unités qui promus par des femmes produisant à différentes échelles, offrent sur le marché du fonio prêt à l'emploi. Ce sont :

- Unités de type familial ;
- Unités de type artisanal ;
- Unités de type semi-industriel ;
- Procédés basés en grande partie sur des savoir-faire traditionnels.

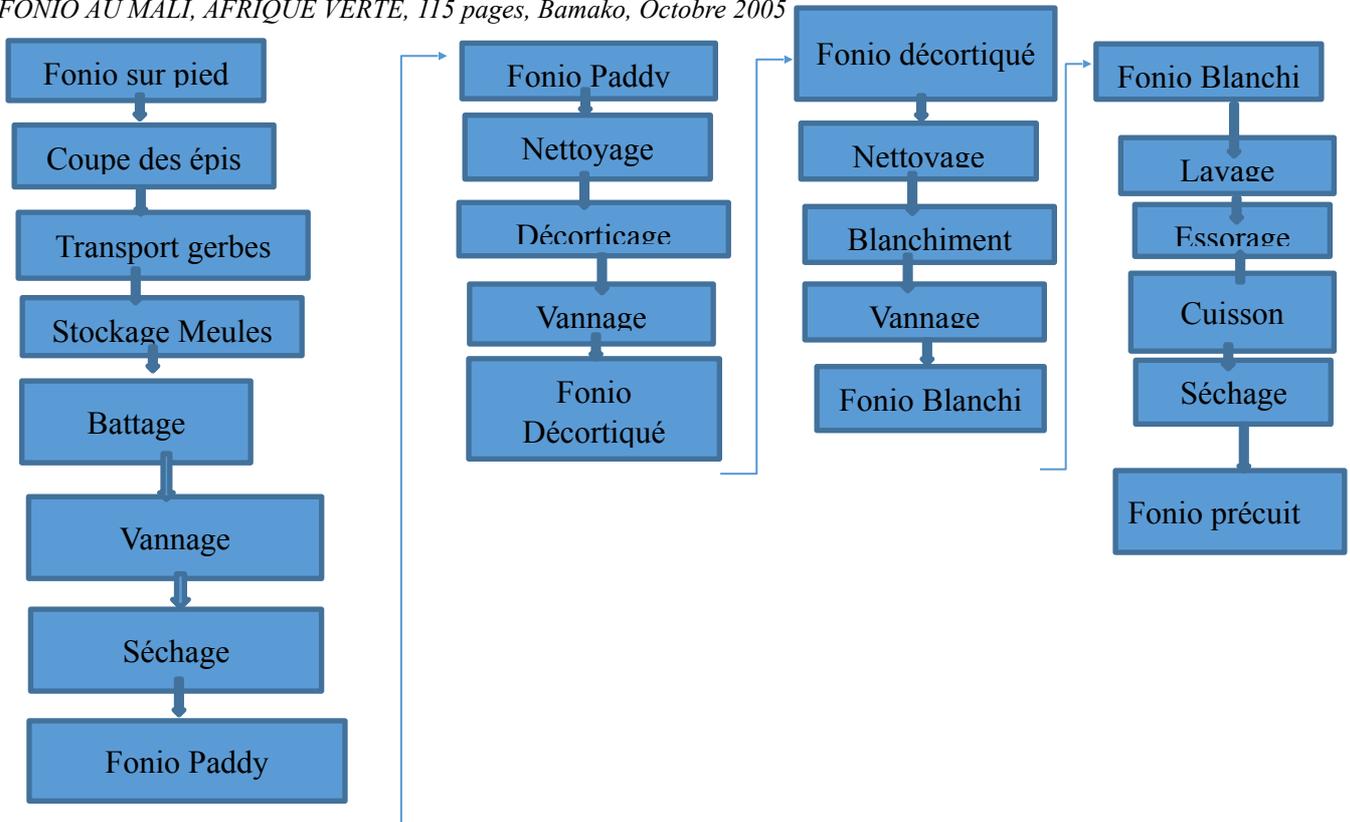
Les unités de transformation disposent peu de matériels adéquats pour une bonne transformation du produit ; elles travaillent généralement de façon manuelle et semi industrielle. Le montant d'investissement à la source varie d'une unité de transformation à une autre, selon leur capacité et leur dynamisme. Selon l'étude, ce montant se situe entre 50 000 et 3 000 000 F CFA en moyenne lors du démarrage de leurs activités.

Les opérations post-récoltes à l'heure actuelle sont essentiellement manuelles, aussi bien en bord champ pour l'obtention des grains de paddy, que dans les unités de transformation (en famille ou dans les micros et petites entreprises de fabrication de fonio prêt à l'emploi). Les produits finaux sont obtenus par les femmes, après une succession d'opérations longues et fatigantes.

Schéma 1 : Principales phases du système technologique post-récolte du fonio

Source : *Projet Régional fonio, Amadou SYLLA : CAPITALISATION, D'INFORMATIONS SUR LA FILIERE*

FONIO AU MALI, AFRIQUE VERTE, 115 pages, Bamako, Octobre 2005



Les matériels de travail disponibles selon les unités de transformation approchées sont essentiellement :

- Les marmites ;
- Les baignoires ;
- Les balances ;
- Les séchoirs ;
- Les tables de travail ;
- Les machines d'emballage ;
- Les calebasses ;
- Les fours ;
- Etc...

L'étude montre que la plupart des unités de transformation n'ont pas pu estimer leur capacité de transformation annuelle et leurs quantités réelles de transformation du produit.

Néanmoins, certaines sont parvenues à estimer leurs capacités et quantités réelles de transformation qui se situent entre **1 et 4 tonnes par an pour les petites unités et 200 à 35 000 tonnes par an pour les grandes unités**. Leurs chiffres d'affaires mensuels sont entre **75 000 et 1 000 000 F CFA et 1 000 000 et 4 000 000 F CFA**.

5.1.2.3. Commercialisation et lieux de vente

La commercialisation du fonio précuit est souvent confrontée à des difficultés d'écoulement sur les marchés. Les promoteurs/trices commercialisent le fonio précuit avec plus des propriétaires des magasins d'alimentation, des semi-grossistes et même les consommateurs.

Les lieux de vente sont généralement au niveau des unités de transformation, des magasins d'alimentation, des boutiques au niveau des marchés.

Le circuit de commercialisation constitue 4 niveaux :

- ***Au premier niveau***, le fonio décortiqué (première forme de mise en marché) est échangé entre les productrices rurales et les collecteurs forains ;
- ***Deuxième stade*** : transactions entre les collecteurs et des regroupers au niveau des centres semi-urbains ;
- ***Troisième stade*** : les regroupers acheminent aux commerçants grossistes, dans les plus grands centres de consommation, dans les grandes villes ;
- ***Quatrième stade*** : distribution aux consommateurs à travers les réseaux de détaillants du fonio décortiqué ou via les unités de transformation pour la production de fonio précuit.

Les principaux acteurs des marchés pour la filière du fonio précuit sont constitués aux différents marchés comme suit :

Sur le marché primaire

- ***Les productrices*** apportent l'essentiel des quantités sur les marchés de collecte primaire au niveau des villages. Les seuls débouchés pour l'écoulement de leurs productions sont ces marchés forains. Des dizaines de milliers de productrices sont présentement sur ce

segment, à travers les grands bassins de production. En considérant les moyennes de superficies et de rendements, la production nationale (de 22.000 tonnes) impliquerait au moins 40.000 unités familiales agricoles ;

- **Les collecteurs** achètent hebdomadairement sur les marchés forains, les petites quantités apportées par les productrices (quelques kg par transaction). Ils sont itinérants et participent à plusieurs marchés ou résidants avec une capacité de stockage sur place. En nombre, ils sont des milliers de collecteurs forains qui s'intéressent au commerce du fonio ;

- **Les regroupeurs** sont basés au niveau des plus gros marchés forains (centres semi-urbains). Ils sont chefs des réseaux de collecte et, grâce à leurs surfaces financières, ils s'autorisent l'octroi d'avances aux petits commerçants forains. Au niveau des principales communes rurales, ils sont plusieurs dizaines de commerçants qui assurent le regroupement et le stockage temporaire du fonio collecté. Lors des entretiens avec certains commerçants basés dans les localités de San, Bla et Bougouni, les quantités regroupées hebdomadairement évoluent entre 1 et 10 tonnes, suivant l'état d'approvisionnement des marchés forains. Ils contrôlent et assurent l'approvisionnement des grands centres urbains comme Bamako et les autres capitales régionales où ils ont des partenariats de marché (de nature familiale, ethnique ou sous forme de contrat de confiance) ;

- **Les commerçants** urbains, au sommet de la pyramide de cette chaîne d'approvisionnement, sont présents par dizaines, installés à Bamako et dans les capitales régionales comme grossistes. Ils reçoivent hebdomadairement des arrivages en provenance des zones de production et assurent la mise en consommation à travers un réseau de demigrossistes, détaillants et unité de transformation du fonio.

Au second niveau

- **Les transformatrices** possèdent des micros et petites entreprises (MPE) de traitement du fonio. Elles offrent sur le marché des produits finis sous forme de fonio lavé et séché ou de fonio précuit.

- **Les distributeurs** de produits finis sont les détaillants sur les marchés de quartier pour le cas des circuits traditionnels et des supermarchés, épiceries ou des boutiques de quartier dans le cas des circuits modernes.

Au troisième stade

- Les consommateurs sur les marchés urbains locaux sont constitués de ménages et de restaurants qui s'approvisionnent en fonio simplement décortiqué pour des utilisations culinaires. Ils assurent les différentes étapes de traitement par leurs propres moyens. (Source : **Etude – Portrait de la filière fonio au Mali / Constats Stratégiques Afrique Verte – Mali**).

Le fonio précuit est un produit très convoité par les consommateurs à cause de sa valeur nutritionnelle qui présente quelques propriétés qui constituent des atouts pour la consommation du fonio :

- Contient peu de lipides ;
- Riche en acides aminés essentiels comme la méthionine ;
- Teneur en acides aminés insulino-sécréteurs (Valine, Leucine, Isoleucine) ;
- Convient aux régimes alimentaires : diabète et obésité.

5.1.2.4. Catégories d'acheteurs

Le fonio étuvé est un produit très apprécié par les consommateurs à cause de ses vertus. Malgré que le produit soit un peu cher, néanmoins on constate une certaine catégorie d'acheteurs. Parmi elle, il y a :

- les acheteurs/trices grossistes qui possèdent des magasins d'alimentation ;
- les acheteurs/trices semi-grossistes qui se ravitaillent au niveau des magasins d'alimentation ;
- les acheteurs/trices occasionnels qui achètent lors des cérémonies de baptêmes et des mariages ;
- les acheteurs/trices consommateurs qui achètent souvent pour faire plaisir à la famille.

5.1.2.5. Opportunités d'emploi

La filière de la promotion des produits locaux, notamment le fonio précuit est pourvoyeuse d'emplois dans la plupart des zones. Les femmes, les jeunes filles et les hommes s'intéressent activement à intégrer dans le domaine ; du coup, les promoteurs/trices des unités de transformation n'hésitent plus à leur faire appel afin de développer le secteur. L'étude de référence de la promotion des produits locaux montre que la filière riz étuvé et fonio précuit est une opportunité et de création d'emplois pour les jeunes, les femmes. Selon les unités de transformation, leurs ont activités ont permis d'embaucher en moyenne 5 à 25 personnels permanents et 3 à 20 personnels non permanents dans leurs structures.

5.1.2.6. Stratégies et action de promotion

Les stratégies et action de promotion consistent à développer la filière en bien transformant bien le produit avec un beau emballage afin d'attirer la clientèle. Les promoteurs/trices des unités de transformation participent souvent aux foires d'exposition, aux forums et autres évènements commerciaux pour exposer leurs produits bien emballés en expliquant à la clientèle les vertus dudit produit.

L'étude de référence révèle que des actions de promotion du fonio précuit nécessitent l'accompagnement des autorités, la collaboration avec les mass medias pour faire le produit.

La COFERSA, la NAPRO, l'APROFEM et l'IER sont des partenaires qui appuient techniquement et même financièrement les unités de transformation et autres structures de la filière dans les domaines de :

- la production ;
- la transformation ;
- la commercialisation ;
- la conservation ;
- la gestion d'entreprise ;
- la gestion des ressources financières.

5.2. Appréciation sur la connaissance de la transformation et de la consommation de deux produits (riz étuvé et fonio précuit)

5.2.1. Appréciation sur la connaissance de la transformation et de la consommation du riz étuvé

Les niveaux sur la connaissance de la consommation du riz étuvé dépendent de l'appréciation des différents acteurs. L'étude révèle que 100% des consommateurs et des leaders culturels/communautaires pensent que le riz étuvé qu'ils consomment est de bonne qualité. Il facilite la digestion et est bon pour la santé, surtout contre la constipation et le diabète car il n'est pas trop sucré.

Ce tableau ci-dessous donne le niveau de consommation du riz étuvé selon les cibles interviewées.

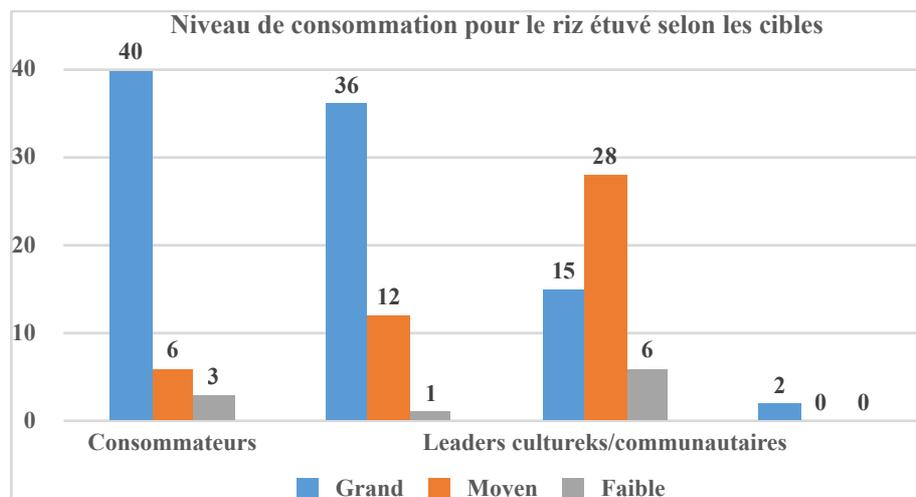
Tableau N°08 : Niveau de consommation du riz étuvé selon les cibles

Cibles	Grand	Moyen	Faible
Consommateurs	40	6	3
Unités de transformation	36	12	1
Leaders culturels/ communautaires	15	28	6
Services techniques	2	0	0

Source : résultat d'enquête

L'analyse de ce tableau montre que 40 personnes de consommateurs interrogés pensent que le niveau de consommation est grand, 36 personnes des unités et 15 des leaders culturels/communautaires aussi le pensent.

Graphique N°03 : Niveau de consommation du riz étuvé selon les cibles



5.2.2. Appréciation sur la connaissance de la transformation et de la consommation du fonio précuit

Le fonio précuit est un bon produit et bon pour l'alimentation humaine. Les consommateurs et les leaders culturels/communautaires trouvent que le fonio précuit est un produit qui facilite la digestion, malgré son prix élevé sur les marchés ; certains trouvent que souvent il n'est pas propre, d'autres pensent qu'il est propre. Il faut noter que le produit est consommé par les ménages en famille, les restaurateurs/trices et lors des cérémonies de baptêmes et de

mariages ainsi que les commerçants exportateurs vers la France, la Côte d'Ivoire, et les Etats Unis d'Amérique.

En ce qui concerne les transformations, les acteurs pensent que le produit mérite une attention particulière des unités de transformation afin d'assurer sa qualité, ce qui va attirer plus de clientèle.

Le tableau ci-dessous récapitule le niveau de consommation du fonio précuit par les cibles interrogées.

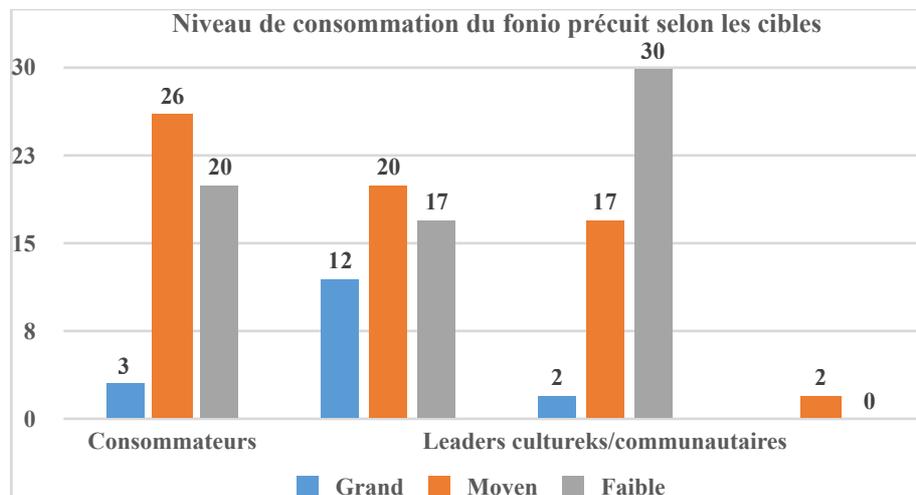
Tableau N°09 : Niveau de consommation du fonio précuit selon les cibles

Cibles	Grand	Moyen	Faible
Consommateurs	3	26	20
Unités de transformation	12	20	17
Leaders culturels/ communautaires	2	17	30
Services techniques		2	0

Source : résultat d'enquête

Ce tableau montre que le niveau de consommation est largement moyen selon les cibles interrogées ; la plupart des ménages consomment moins ou faiblement/occasionnellement dans les familles. 26 à 20 personnes interrogées respectivement des consommateurs et des unités de transformation pensent que le niveau de consommation du fonio précuit est moyen, 20 à 17 personnes affirment qu'il est faible dans les ménages.

Graphique N°04 : Niveau de consommation du fonio précuit selon les cibles



5.3. Limites de la distribution de deux produits (riz étuvé et fonio précuit)

Les limites de la distribution pour le riz étuvé et le fonio précuit résident généralement aux moyens limités des promoteurs/trices à respecter toutes les étapes de la chaîne de la filière, notamment la distribution de leurs produits sur les marchés. La plupart de ces promoteurs/trices ne disposent pas dans leurs unités de transformation, des moyens logistiques adéquats pouvant leur permettre d'écouler leurs produits finis sur les marchés et auprès des grossistes de la place.

Pour faciliter la distribution de leurs produits, ils sont obligés de louer des camions, des SOTRAMA, ce qui demande des dépenses supplémentaires. Le retard de la vente n'a pas d'impact sur le chiffre d'affaire.

6. SYNTHÈSE DES RESULTATS ET PROPOSITION D'ELEMENTS DE STRATEGIES DE PROMOTION DE DEUX PRODUITS

6.1. Synthèse des résultats obtenus

L'étude de référence de la promotion des produits locaux a permis de faire l'état des lieux de deux produits locaux (riz étuvé et fonio précuit) sur toute la chaîne de valeur de la filière ; elle a permis ainsi de ressortir les forces et les faiblesses de la filière et proposer des pistes de solutions.

Le tableau suivant retrace les forces et les faiblesses de la chaîne de valeur de la filière riz étuvé et fonio précuit et donne des pistes de propositions de solutions.

Tableau N° 10 : Synthèse des résultats obtenus

Forces	Faiblesses	Propositions de pistes de solutions
Production		
<ul style="list-style-type: none"> • Sources d'approvisionnement accessibles ; • Produits bios et naturels ; • Diversités de gammes et formats ; • Terres cultivables disponibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Petite échelle • Formats inadaptés 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmenter la productivité pour atteindre une échelle plus importante ; • Encourager la production biologique • Adaptés les formats au goût du marché local
Transformation		
<ul style="list-style-type: none"> • Volonté de transformation des produits locaux ; • Unités de transformation existantes ; • Groupements de transformation créés 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance de kits de transformation ; • Méconnaissance de la technique de transformation 	<ul style="list-style-type: none"> • Faciliter l'accès au crédit des promoteurs/trices ; • Former les promoteurs/trices sur la technique de transformation appropriée des produits locaux
Conservation		
<ul style="list-style-type: none"> • Volonté de conservation des produits locaux ; • Unités de transformation existantes ; • Groupements de transformation créés 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance de kits de conservation ; • Méconnaissance de la technique de conservation ; • Emballage ne répondant pas aux besoins 	<ul style="list-style-type: none"> • Faciliter l'accès au crédit des promoteurs/trices ; • Former les promoteurs/trices sur la technique de conservation appropriée des produits locaux
Commercialisation		

Forces	Faiblesses	Propositions de pistes de solutions
Production		
<ul style="list-style-type: none"> • Sources d’approvisionnement accessibles ; • Produits bios et naturels ; • Diversités de gammes et formats ; • Terres cultivables disponibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Petite échelle • Formats inadaptés 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmenter la productivité pour atteindre une échelle plus importante ; • Encourager la production biologique • Adaptés les formats au goût du marché local
Transformation		
<ul style="list-style-type: none"> • Volonté de transformation des produits locaux ; • Unités de transformation existantes ; • Groupements de transformation créés 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance de kits de transformation ; • Méconnaissance de la technique de transformation 	<ul style="list-style-type: none"> • Faciliter l’accès au crédit des promoteurs/trices ; • Former les promoteurs/trices sur la technique de transformation appropriée des produits locaux
<ul style="list-style-type: none"> • Marchés, boutiques et magasins disponibles et accessibles ; • Volonté des consommateurs d’utiliser les produits locaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Absence de marketing sur les produits locaux ; • Absence de moyens logistiques pour l’approvisionnement des marchés 	<ul style="list-style-type: none"> • Développer le marketing sur les produits locaux ; • Encourager les promoteurs/trices à participer aux foires d’exposition ; • Organiser des émissions TV, radio pour faire connaître les produits locaux.
Niveau organisationnel		
<ul style="list-style-type: none"> • Début d’organisation des acteurs de la filière des produits locaux ; • Structures/organisations de la promotion des produits locaux disponibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Filière pas bien structurée ; • Méconnaissance des acteurs sur les démarches à suivre 	<ul style="list-style-type: none"> • Mettre une vraie filière de la promotion des produits locaux ; • Orienter les acteurs de la filière sur les démarches à suivre pour une bonne organisation

Forces	Faiblesses	Propositions de pistes de solutions
Production		
<ul style="list-style-type: none"> • Sources d'approvisionnement accessibles ; • Produits bios et naturels ; • Diversités de gammes et formats ; • Terres cultivables disponibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Petite échelle • Formats inadaptés 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmenter la productivité pour atteindre une échelle plus importante ; • Encourager la production biologique • Adaptés les formats au goût du marché local
Transformation		
<ul style="list-style-type: none"> • Volonté de transformation des produits locaux ; • Unités de transformation existantes ; • Groupements de transformation créés 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance de kits de transformation ; • Méconnaissance de la technique de transformation 	<ul style="list-style-type: none"> • Faciliter l'accès au crédit des promoteurs/trices ; • Former les promoteurs/trices sur la technique de transformation appropriée des produits locaux
Au niveau des autorités		

Forces	Faiblesses	Propositions de pistes de solutions
Production		
<ul style="list-style-type: none"> • Sources d’approvisionnement accessibles ; • Produits bios et naturels ; • Diversités de gammes et formats ; • Terres cultivables disponibles 	<ul style="list-style-type: none"> • Petite échelle • Formats inadaptés 	<ul style="list-style-type: none"> • Augmenter la productivité pour atteindre une échelle plus importante ; • Encourager la production biologique • Adaptés les formats au goût du marché local
Transformation		
<ul style="list-style-type: none"> • Volonté de transformation des produits locaux ; • Unités de transformation existantes ; • Groupements de transformation créés 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance de kits de transformation ; • Méconnaissance de la technique de transformation 	<ul style="list-style-type: none"> • Faciliter l’accès au crédit des promoteurs/trices ; • Former les promoteurs/trices sur la technique de transformation appropriée des produits locaux
<ul style="list-style-type: none"> • Reconnaissance institutionnelle sur la valorisation des produits locaux ; • Volonté de l’Etat de promouvoir les produits locaux • Participation aux événements nationaux et internationaux. 	<ul style="list-style-type: none"> • Insuffisance d’appui de l’Etat • Difficile accès au financement • Insuffisance d’engagement politique dans la promotion des produits locaux 	<ul style="list-style-type: none"> • Appuyer les secteurs privés/promoteurs/trices des unités de transformation des produits locaux ; • Faciliter l’accès au financement de la promotion des produits locaux ; • Encourager les autorités à valoriser les produits locaux ; • Inviter toujours les autorités aux foires d’expositions, aux visites des unités de transformation

Source : résultat d'enquête

6.2. Propositions d'éléments de stratégies de promotion de deux produits

A l'issue de cette étude, certaines propositions d'éléments de stratégies de promotion de deux produits ont été formulées par les personnes rencontrées. Parmi celles, nous pouvons citer :

- Pour le renforcement des compétences des acteurs/trices : il s'agit d'organiser des sessions périodiques réunissant tous les acteurs afin de former suffisamment sur toutes les étapes de la chaîne de la filière de deux produits ;
- Pour la connaissance des valeurs des produits locaux, notamment le riz étuvé et le fonio précuit : mettre en place des actions en matière de communication/sensibilisation/information dans les différentes zones en collaboration avec les collectivités, les autorités administratives, les médias de mass publics et privés (TV, radio, presse écrite, affiches, panneaux publicitaires), utilisation des réseaux sociaux (Facebook, WhatsApp, twitter, etc..), lors des forum/tables ronde, des journées des paysans pour montrer les valeurs des produits locaux.
- Pour la vente /le marketing des produits locaux, notamment le riz étuvé et le fonio précuit : faciliter la participation des acteurs lors des foires d'exposition ;
- Créer des points de vente accessibles aux liens et les mass medias publics et privés (TV, radio, presse écrite, affiches, panneaux publicitaires) à intégrer la promotion des produits locaux dans leurs programmes médiatiques ;
- Pour le plaidoyer auprès des autorités (gouvernement, collectivités locales et partenaires techniques et financiers) : soutenir les acteurs de la filière en facilitant l'accès aux crédits à la banque, aux institutions de micro-finance (IMF), aux kits et matières premières sur les zones de production afin qu'ils puissent développer leurs activités socio-économiques tout en promouvant les produits locaux ;
- Vulgariser les cas de succès à travers les visites d'échanges entre les acteurs/trices .



Convergence des Femmes Rurales
pour la Souveraineté alimentaire

Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso

Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cpr53@yahoo.fr

7. CONCLUSION

Les entretiens ont été utilisés comme un outil d'échanges avec les consommateurs, les leaders culturels et communautaires, les groupes/unités de transformation et les services techniques ils ont permis de mieux comprendre et d'appréhender la situation de la filière riz étuvé et fonio précuit et aussi d'établir une situation de référence détaillée en ressortant les informations quantitatives et qualitatives. Ces entretiens réalisés dans les 3 zones (Sikasso, Ségou et Bamako) au Mali ont été un dialogue franc, dynamique et participatif, d'interaction avec les personnes cibles incluant tous les groupes et représentants des acteurs de la filière.

Au regard de tout ce qui a été dit lors de ces entretiens, nous pouvons conclure que l'étude de référence sur la promotion des produits locaux vise à connaître l'appréciation et la consommation des produits locaux, notamment le riz étuvé et le fonio précuit d'une part et d'autre part, le niveau de commercialisation et les stratégies de promotion déjà exécutées pour les deux produits choisis afin de pouvoir évaluer à la fin, l'impact des actions de communication du projet PPL sur leur consommation.

Le développement et la promotion des produits locaux, notamment le riz étuvé et le fonio permettent de booster l'économie locale à travers la création des emplois, l'autonomisation des femmes et des jeunes filles et améliore le bien être de la population à cause de ses vertus.

La promotion des produits locaux passe nécessairement par une bonne organisation des acteurs de la filière, à travers la création des réseaux acteurs, le renforcement des capacités de tous les membres et l'implication des autorités (gouvernement, collectivités, instituts de recherche) et des partenaires techniques et financiers.

Car, l'étude révèle que malgré les initiatives et les bonnes volontés des femmes et des hommes, la filière est confrontée aux problèmes d'ordre organisationnel, de transformation des produits locaux et souvent de la commercialisation sur les marchés.

En ce qui concerne la consommation du riz étuvé et fonio précuit, la plupart des ménages consommateurs affirment leur utilisation dans le foyer à cause de leurs vertus pour la bonne

alimentation équilibrée et pour la santé. Faut-il le noter selon les consommateurs, la consommation nécessite une bonne qualité des produits locaux propres.

Enfin, l'étude de référence de la promotion des produits locaux souligne que les stratégies de commercialisation qui seront élaborées par le projet, vont permettre aux acteurs de bien se réorganiser et aux entrepreneurs transformateurs de produits locaux de bien se positionner sur le marché pour commercialiser leurs produits et créer de la richesse. Ces stratégies sur la promotion des produits locaux passe généralement à travers le consommateur local Malien qui doit être un challenge à relever de tous les acteurs de la filière, y compris les consommateurs/trices./.

8. BIBLIOGRAPHIE :

1. Afrique Verte – Mali. *Etude – Portrait de la filière fonio au Mali / Constats Stratégiques*, 2005.
2. Euromontana, 2002, *Développement, promotion et communication des produits agro-alimentaire de montagne : outils pour les acteurs de la filière agroalimentaire*, 26 p.
3. FAO, 2009, *Comment relier les producteurs aux marchés*, Rome, 85p.
4. Ministère de l'Agriculture du Mali, *Bilan de la Campagne Agricole*, 2017/2018
5. SYLLA Amadou *CAPITALISATION, D'INFORMATIONS SUR LA FILIERE FONIO AU MALI, AFRIQUE VERTE*, 115 pages, Bamako, Octobre 2005



Convergence des Femmes Rurales
pour la Souveraineté alimentaire

Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso

Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cpr53@yahoo.fr

9. ANNEXE

Annexe 1 : Termes de références de l'étude



Convergence des Femmes Rurales
pour la Souveraineté alimentaire

Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire.
Wayerema /Sikasso

Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20
22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10

email : cofersacoordination@gmail.com cpr53@yahoo.fr

Projet de promotion des produits locaux (PPL) en Afrique de l'Ouest Etude de référence

Association GRAD

Le Groupe de Réalisations et d'Accompagnement
pour le Développement

Termes de référence

1. Contexte et justification

La transformation des produits agricoles et la croissance agricole jouent un rôle capital, en particulier, dans les pays en développement où l'agriculture occupe une part importante du revenu national, du commerce et de l'emploi (Eberhardt et Vollrat, 2018). En effet, il est reconnu que la forte concurrence des industries occidentales, constitue un frein au décollage des industries naissantes des pays africains alors que l'on s'accorde sur le fait que le protectionnisme éducatif au moins pour le secteur agricole s'avère indispensable pour protéger les industries naissantes pour qu'elles puissent petit à petit devenir compétitives et affronter la concurrence internationale (List, 1841). Par ailleurs, les réflexions au niveau international sur les enjeux de lutte contre la pauvreté (rappelés en septembre 2015 avec la formulation des Objectifs de Développement Durable, ODD) et les enjeux de transition agricole et agroalimentaire face au changement climatique (rappelés avec les accords de Paris de la COP 21) ont affirmé l'intérêt de renforcer les productions nationales issues de l'agriculture familiale ainsi que le consommateur local. Ceci doit permettre d'assurer des

revenus et emplois aux populations rurales tout en limitant les impacts écologiques et économiques liés au transport et à l'importation de denrées alimentaires.

Le projet promotion des produits locaux couvre trois pays le Mali, le Burkina Faso et le Togo qui possèdent chacun leurs propres particularités. Cependant, leurs caractéristiques géographiques sont très proches : 80% de la population au Mali et Burkina Faso, 70% au Togo vivent de l'agriculture et de la pêche qui représentent de 32 % à 40 % du PIB. La majorité de cette population rurale vit au-dessous du seuil de pauvreté (54% au Togo, 56% au Mali). Une large partie de l'agriculture a été jusque très récemment orientée prioritairement vers les cultures d'exportations (coton, cacao, café, arachide) dont la rémunération dépend de cours mondiaux fluctuants. Dans ce contexte le combat pour la souveraineté alimentaire prend tout son sens mais reste un vrai défi. En effet, la pauvreté, surtout en milieu urbain, conduit les populations à se nourrir d'aliments importés moins chers et les dirigeants à accepter l'importation, entre autres, de céréales à bas prix (72% en Afrique de l'Ouest pour le blé et le riz) au détriment des aliments produits par leurs paysans et leurs femmes transformatrices ce qui ne permet pas à cette majorité de la population de vivre dignement de son travail. Il paraît donc aujourd'hui fondamental de soutenir les acteurs, à s'organiser et à échanger pour valoriser leurs filières (du produit brut aux produits transformés) auprès des consommateurs.

C'est ainsi que, GRAD (Suisse), OADEL (Togo) la COFERSA (Mali), l'ABSDD (Burkina Faso) avec l'appui de plusieurs partenaires locaux s'engagent à contribuer au développement de la souveraineté alimentaire en Afrique de l'Ouest par le développement de la consommation des produits locaux dans le cadre du projet PPL. Six produits à forts enjeux de promotion sont concernés à raison de 2 produits par pays. Au Mali, il s'agit du Riz Euvé et le Fonio précuit. Le Mali est le deuxième producteur du riz de l'Afrique de l'ouest. Au cours de ses dernières décennies, la part du mil et du sorgho dans les disponibilités e céréales a subi une diminution graduelle au profit du riz, qui représente à ce jour 40% du total des céréales produites. Les modèles de consommation ont eux aussi graduellement changé, et une place de

plus en plus prépondérante est occupée par le riz, dont la consommation annuelle par habitat est passée, de 2009 à 2018, de 15 à 84 kg.

Du point de vue économie, le riz est une culture stratégique car elle constitue 5 pourcent du PIB et génère des revenus pour une portion importante de la population agricole.

Le riz étuvé, est un riz qui est traité par action hydro thermique Elle est exécutée uniquement par l'action de l'eau et de la vapeur, sans agent chimique.

1. Bienfaits du riz étuvé

- ✓ Améliore la qualité de cuisson et la conservation ; l'étuvage réduit le caractère collant du riz pour qu'il produise des grains moelleux et séparés une fois cuits. De plus l'étuvage inactive les enzymes qui décomposent la graisse du riz. Cela aide à prévenir la rancidité, augmentant la durée de vie.
- ✓ Fournit les composés végétaux bénéfiques ; toutes fois lorsque le riz est étuvé, certains de ses composés végétaux, notamment les acides phénoliques aux propriétés antioxydantes contenus dans l'enveloppe externe du riz est transféré au cœur du riz. Ce qui réduit les pertes lors du raffinage.
- ✓ Impacte moins la glycémie que d'autres riz ; l'augmentation du sucre dans le sang des personnes souffrants du diabète de type 2 diminue de 35% lorsqu'elles consomment du riz étuvé que lorsqu'elles consomment le riz blanc ordinaire.
- ✓ Le riz étuvé conserve environ 80% de ses vitamines et minéraux, une contribution précieuse sur le plan nutritionnel à l'alimentation quotidienne ;
- ✓ L'étuvage provoque la gélatinisation de l'amidon contenu dans les grains, ce qui les raffermis. Ainsi, le riz ne colle pas à la cuisson et reste plus tendre que les autres variétés de riz ;
- ✓ Grâce à son traitement spécial, le riz étuvé absorbe davantage d'eau que le riz blanc traditionnel. Il est ainsi d'un meilleur rendement que la plupart des autres aliments d'accompagnement.

Le Mali est le 3eme producteur du fonio au Mali. Sa production est de 22.000 tonnes en moyenne par an. La production du fonio précuit s'élevé à plus de 500 tonnes soit une valeur moyenne de 400 millions de franc CFA par an.

1. Définition du fonio

Le fonio est une petite céréale à grains fins au petit goût de noix. Très digeste, sans gluten et riche en acides aminés, il est en train de devenir le chouchou des intolérants au gluten et des adeptes d'un mode de vie healthy.

2. Bienfaits du fonio

- ✓ Le fonio, est aliment très complet pour la consommation humaine.
- ✓ Riche en fibre, le fonio est très digeste.
- ✓ On lui prête également des qualités hypotensives et antidiabétique, éminceur, anti-constipation, et de lutte contre certains cancers notamment colorectaux. Ses effets sur la santé lui attribuables au contenu en nutriment des grains entiers : antioxydant, fer, Zinc, cuivre, magnésium, vitamines du complexe B et fibre.

Les objectifs spécifiques du projet PPL au Mali sont primo, d'augmenter la production et consommation du Fonio et Riz Euvé au Mali et du concentré de d'augmenter les capacités des acteurs Mali impliqués à concevoir, réaliser et évaluer des campagnes de promotion des produits locaux.

Pour y arriver, il est nécessaire de connaître le niveau de commercialisation et les stratégies de promotion déjà exécutées pour ces deux produits choisis afin de pouvoir évaluer à la fin, l'impact des actions de communication du projet PPL sur leur consommation.

C'est à cet effet qu'il est prévu la présente étude de référence **dont les résultats doivent servir à formuler une stratégie de promotion territorialisée.**

2. Objectifs de l'étude de référence

L'objectif global de cette étude est d'établir une situation de référence détaillée en proposant des valeurs (qualitatives et quantitatives) de référence pour les indicateurs d'impact, d'effets et de résultats conformément au projet. Cette situation de référence permettra d'établir le point de départ des différents indicateurs (situation avant) afin de la comparer avec la situation après la mise en œuvre du projet. Il s'agit donc de faire ressortir **spécifiquement** :

1. Les sites d'approvisionnement et les acteurs concernés pour les deux produits ;
2. La production mensuelle et annuelle Du Fonio et Riz ;
3. Les quantités de Riz Etuvé et Fonio précuit, commercialisés (vendus) et les lieux de vente ;
4. Les cibles visées et celles effectivement touchées par les produits ;
5. Les zones de commercialisation les plus couvertes et les moins couvertes par la distribution des deux produits ;
6. Les données en termes d'emplois directs et indirects créés par chacune des deux entreprises sur toute la filière ;
7. L'inventaire des outils, stratégies et actions de promotion existants sur les deux produits ;
8. Les avis des consommateurs (et si possible des acheteurs institutionnels) sur leur connaissance, leur consommation et leur appréciation de chacun des deux produits par rapport aux produits importés.
9. Les blocages à une distribution plus large identifiés par les différents acteurs de la chaîne de production -distribution- consommation

3. Résultats attendus de l'étude

Le rapport final de l'étude devra fournir des informations quantitatives et qualitatives sur :

- L'état des lieux détaillé de chacun des deux produits du projet : Production, vente, catégories d'acheteurs, emplois, lieux de vente, les outils, stratégies et actions de promotion ;

- Les avis des consommateurs et des institutions sur leur connaissance, leur consommation et leur appréciation des deux produits.
- Les limites de la distribution des deux produits.

4. Zone de l'étude et livrable

L'étude aura lieu dans le Cercle de Sikasso et le district de Bamako. Il sera rédigé un document de rapport provisoire. Ledit document recevra des observations et remarques lors d'un mini atelier composé des membres du groupe de travail et si possible d'autres personnes ressources. L'auteur du rapport prendra en compte ces observations pour présenter un document amélioré de l'étude de référence. Celui-ci sera présenté à l'atelier de démarrage du projet en Septembre 2020 à Sikasso au Mali.

5. Qualifications et connaissances

Vu les ressources limitées du projet et dans le souci de l'appropriation de l'étude de référence, il est vivement recommandé que cette étude soit menée par les membres du groupe de travail pays ou leurs collaborateurs en capacités de la réaliser.

Les unités de transformation dont les produits seront promus par le projet doivent collaborer fortement en mettant à disposition les données économiques et qualitatives et les facilités de contact avec les producteurs et les consommateurs.

6. Délai de remise des rapports provisoire et final.

1. Responsabilités

Les membres du groupe de travail au niveau du Mali :

N°	Nom et Prénoms	Structure	Tel/email	RESIDENCE
1	TRAORE Youssouf	Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire (COFERSA) Mali	Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 email :cofersacoordination@gmail.com	Bamako

2	CISSE Djeneba	Association des Producteurs de Fonio (ass.sewa djama)	Adresse Ségou rue : porte : Tel : 66 84 94 00 Email : Djenebai@gmail.com	SEGOU
3	TOGOLA Coumba	Association des producteurs de Riz(Djekabaraton)	Adresse SIKASSO Tel : 91 30 09 42	SIKASSO
4	DIAKITE Abdoul Wahab	Association des consommateurs du MALI(ASCOMA)	Adresse Bamako Badalabougou Tel : 79 18 72 57 Email : awddiakite@gmail .com	BAMA KO
5	KEITA Lamine	Groupe d'action pour le développement de l'agriculture au MALI(GADAM)	Adresse Bamako Tel : 73 66 92 62	BAMA KO
6	DACKO Abel	Terre Jaune	Adresse Bamako Tel: 66 88 59 91 Email :	Segou
7	TRAORE Mahamadou	Association des Distributeurs des produits locaux	Adresse Bamako Tel : 79 80 01 38 Email :	BAMA KO
8	SIDIBE Abdoulaye	Réseau agro écologie paysanne/Citoyenne	Adresse Bamako coura rue 367 Tel: 79 16 05 46 Sidibe7916@gmail.com	BAMA KO
9	Abdoulaye DIALLO	Journaliste/Reporter/Animateur (presse écrites et audio-visuel)	Tel: 00223 76 97 28 06 Email: dialloaist13@gmail.com	Bamako



Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso
Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cpr53@yahoo.fr

COFERSA est le responsable du projet au Mali.

OADEL/Togo est le responsable du projet en Afrique

GRAD est le responsable du Projet en France/Suisse et assure la communication avec le partenaire financier et la PSA.

7. Frais de fonctionnement des groupes

Le projet ne paie pas de perdiem. Mais pour toutes les rencontres de travail du groupe, le projet paie les frais de déplacement, de nourriture et d'hébergement (pour ceux qui viennent de loin).

Les actions de production de supports de communication et d'organisation des activités de promotion des produits sont financées par le projet.

Le rapport provisoire est attendu au 15 juillet 2020 et le rapport final le 15 août 2020.

Annexe 2 : Outils de collecte

Questionnaire : Projet PPL/MALI/COFERSA/GRADs

Questionnaire pour les services techniques : DRA ET DRCC

Prénom et nom de l'enquêté :

Poste :

Contact :

Nom de la structure :

Localité:

1. Etat des lieux des produits Riz étuvé et Fonio précuit

1.1. Quelle est la quantité produite par mois et par an

Désignation	Production mensuelle	Production annuelle
Riz étuvé		
Fonio précuit		

Production des 3 dernières années au Mali

Désignation	Production annuelle 2016	Production annuelle 2017	Production annuelle 2018	Production annuelle 2019
Riz étuvé				
Fonio précuit				

Pouvez-vous citer les grands producteurs ?

Désignation	Les producteurs	Zone de production
Riz étuvé		
Fonio précuit		

Superficie exploitée par producteur

Désignation	Parcelle exploité	2016	2017	2018	2019
Riz étuvé					
Fonio précuit					

1.2. Quelle est la quantité importée par mois et par an

Désignation	Importation mensuelle	Importation annuelle
Riz étuvé		
Fonio précuit		

1.3. Pouvez-vous citer les grands importateurs ?

Désignation	les grands importateurs
Riz étuvé	
Fonio précuit	

Importation des 3 dernières années au Mali

Désignation	Importation annuelle 2016	Importation annuelle 2017	Importation annuelle 2018	Importation annuelle 2019
Riz étuvé				
Fonio précuit				

1.4. Quels sont les pays d'origine des produits :

Riz étuvé:

Fonio précuit:

1.5. Quels sont les principaux marchés de vente des produits ?

Riz étuvé:

Fonio précuit:

1.6. Quel est le prix moyen de vente des produits ?

Riz étuvé:

Fonio précuit:

1.7. Est-ce que l'Etat a une politique de promotion de ces produits ?

Riz étuvé :

Fonio précuit :

Si oui : quel est son impact :

Si non les raisons:

1.8. Est-ce que les produits sont bien connus par les consommateurs ?

Argumentez votre réponse

.....

.....

.....

.....

1.9. Les produits font ils l’objet de suivi par les services techniques ?

Riz étuvé :

Fonio précuit :

Argumentez votre réponse.....

.....
.....
.....

Qu’elle est impact de la production de ces deux produits sur l’environnement :.....

.....
.....

1.10. Quelle est la consommation de ces produits ?

Désignation	Consommation mensuelle	Consommation annuelle
Riz étuvé		
Fonio précuit		

Désignation	Annuelle 2016	Annuelle 2017	Annuelle 2018	Annuelle 2019
Riz étuvé				
Fonio précuit				

1.11. Quelles sont selon vous les insuffisances liées à la production et à la commercialisation de ces produits ?

.....
.....
.....
.....

Vos contribution par rapport à la promotion des produits locaux :

.....
.....
.....
.....
.....
.....



Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso

Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cprr53@yahoo.fr

Fiche d'enquête consommateurs

Prénom et nom de l'enquêté :

Profession :

Contact :

Sexe :

Structure :

Localité :

1. Quels sont les produits locaux transformés que vous connaissez ?

.....
.....
.....

2. Est-ce que vous consommez les produits : le riz étuvé, le fonio précuit ?

Si oui :

Précisez :

Pourquoi :

A quel prix ?

Riz étuvé : FCFA

Fonio précuit : FCFA

Que pensez-vous de ces prix ?

.....
.....

Quelle est la quantité consommée ?

Désignation	Consommation mensuelle	Consommation annuelle
Riz étuvé		
Fonio précuit		

Quels sont les marchés d'approvisionnement ?

.....
.....

Les marchés sont-ils régulièrement approvisionnés ?

Si non les raisons :

.....
.....

Connaissez-vous les vertus de ces produits ?



Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso
Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cppr53@yahoo.fr

.....
.....
.....
Quelles appréciations faites-vous de la qualité de ces produits ?

.....
.....
.....
Quels sont les avantages liés à la consommation de ces produits ?

.....
.....
.....
Est-il nécessaire de faire la promotion de ces produits ?

.....
.....
.....
Si non argumentez votre réponse ?



Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso
Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cppr53@yahoo.fr

FICHE D'ENQUETE/GROUPE DE TRANSFORMATION

I/ CONNAISSANCE DE LA STRUCTURE :

-Nom de la structure :

.....

-Numéro récépissé :

.....

.....

Forme juridique :

.....

.....

-Siège social : -----

-Responsable :

.....

.....

TEL/

EMAIL :

.....

-Date de création :

.....

-nombre de membres : Hommes :

Femmes :

-Activités menées :

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

-Nombre d'employés permanents ?.....

Non permanents :

.....

Quelle évolution du nombre d'employés ?.....

Nombre d'employés immatriculés à l'INPS :

.....

RAPPORT final DE L'ETUDE DE REFERENCE DE PROMOTION DES PRODUITS LOCAUX EN AFRIQUE DE L'OUEST :

Cas du Riz étuvé et Fonio précuit, à Sikasso, Bamako et Segou au Mali_Juillet 2020_

Montant d'investissement à la source :

Quels sont les matériels de transformation de la structure :

.....

Quels sont motivations du secteur de transformation :

.....
.....
.....
.....
.....
.....

II/ACTIVITES DANS LE DOMAINE DES PRODUITS LOCAUX :

- Noms des produits locaux valorisés :.....

-Chiffre d'affaire mensuel/annuel avec :

Le Riz étuvé :

Le Fonio précuit :

- Capacité de transformation Annuelle:

Désignation	2016	2017	2018	2019
Riz étuvé				
Fonio précuit				

- Quels sont les quantités réelles de transformation :

Désignation	2016	2017	2018	2019
Riz étuvé				
Fonio précuit				

- Situation d'écoulement : Marchés locaux Boutiques Vendeurs relais autre à préciser :.....

III/-COMPETENCES/EXPERIENCES:

- Formation reçue sur le Riz étuvé : Oui.....
Non.....

- Payant.....ou gratuit.....
- Si c'est payant quelle est la source.....
- Si gratuit quelle est la structure financière :
.....

Préciser le domaine : production transformation commercialisation
conservation

autre :.....
.....
.....
.....

- Formation reçue sur le fonio précuit : Non..... Oui.....
- Payant.....ou gratuit.....
- Si c'est payant quelle est la source.....
- Si gratuit quelle est la structure financière :
.....

Préciser le domaine : production transformation commercialisation
conservation

autre :.....
.....
.....
.....

- Formation sur le tas :
Domaine : production transformation commercialisation conservation autre
Formation en marketing ?
- Nombre d'années d'expériences de production/transformation :
.....

IV/APPRECIATION SUR LA CONNAISSANCE/CONSOMMATION DU PRODUIT

LOCAL :

-Que pensez-vous du niveau de consommation des produits locaux : grand.....
moyen Faible.....

-Particulièrement le Riz étuvé : grand..... Moyen..... Faible.....

-Particulièrement le Fonio précuit : grand..... Moyen.....
faible.....

-Que Pensez-vous du niveau de connaissance des vertus des produits locaux :
grand..... Moyen..... faible.....

-Particulièrement le Riz étuvé : grand..... Moyen.....
Faible.....

-Particulièrement le Fonio précuit : grand..... Moyen..... ..Faible
.....

V/PARTAGE D'EXPERIENCES :

-Quelles sont vos activités de promotion des

PL :

.....

- spécifierent le Riz étuvé/ fonio précuit :

IV/-PARTENAIRES TECHNIQUES FINANCIER :

- Niveau national :.....
.....
.....

- Niveau international :.....
.....
.....

V/DIFFICULTES/OBSTACLES RENCONTREES :

- Niveau organisationnel :.....
.....
.....

- Niveau de la gestion
financière :.....
.....
.....

- Niveau de la
transformation :.....
.....
.....

- Niveau de la
conservation :.....
.....
.....

- Niveau de la commercialisation :.....
.....
.....

- Niveau de l’approvisionnement de matière première :.....
- Autre à préciser :



Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso
Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cpr53@yahoo.fr

.....

.....



Convergence des Femmes Rurales pour la Souveraineté Alimentaire. Wayerema /Sikasso
Adresse Bamako coura ,rue 367 en face au Cimetiere. téléphone : 20 22 01 68/76 30 62 13/66 54 05 10 Email:
cofersacoordination@gmail.com cppr53@yahoo.fr

VIII/ PROPOSITIONS / SUGGESTIONS :

- Pour le renforcement des compétences des acteurs/trices :.....
.....
.....
- Pour plus de connaissances des valeurs des produits locaux notamment le Riz étuvé/ Fonio précuit par les communautés :.....
.....
.....
- Pour la vente/le marketing des pl notamment le Riz étuvé et le Fonio précuit :.....
.....
.....
- Pour le plaidoyer auprès des autorités (gouvernement ; collectivités locales et les partenaires techniques financiers) ?.....
.....
.....

VIV. AUTRES SUGGESTIONS :

**MERCI POUR VOTRE PRECIEUSE CONTRIBUTION !!!!
VIVE LA CONSOMMATION DES PRODUITS LOCAUX !!!**

Annexe 3 : Quelques photos des produits (riz étuvé et fonio précuit)



Source Photo COFERSA : Riz étuvé et Fonio précuit bien emballés, Juillet 2020

Annexe 4 : Quelques photos de l'étude au bureau et sur le terrain



Source Photo COFERSA : Formation de l'équipe sur les outils de collecte des données de l'étude de référence de la promotion des produits locaux, Riz étuvé et Fonio précuit, Bamako et Sikasso, Juillet 2020



Source Photo COFERSA : Collecte des données de l'étude de référence de la promotion des produits locaux : Riz étuvé et Fonio précuit par les Enquêtrices, Sikasso, Juillet 2020



Source Photo COFERSA : Collecte des données de l'étude de référence de la promotion des produits locaux : Riz étuvé et Fonio précuit par les Enquêteurs, Ségou, Juillet 2020