

Chaînes de valeur de la filière karité au Burkina Faso



Zacharie Badini, Moïse Kaboré, Jennie van der Mheen – Sluijter et Sietze Vellema

Août 2011

VC4PD Research Paper, No. 14



VC4PD



Photos: les auteurs

In Burkina Faso, the VC4PD programme collaborates with *le Réseau Karité des Femmes du Burkina* (REKAF).



This project was implemented in collaboration with SNV and Sicarex.



This series is a result of the research programme Value Chains for Pro-poor Development (VC4PD) implemented under the Partnership Programme between the Netherlands' Ministry of Foreign Affairs and Wageningen UR. The VC4PD-programme is implemented in coalition with Agri-ProFocus and Agriterra.

The Netherlands' Directorate-General for International Cooperation and Wageningen UR are implementing the Partnership Programme 'Globalisation and Sustainable Rural Development'. In the context of conflicting local, national and global interests and drivers of change processes, the programme aims, among other things, to generate options for the sustainable use of natural resources, pro-poor agro-supply chains and agro-biodiversity. Capacity strengthening and institutional development form cross-cutting issues in of the Partnership programme. The programme's activities contribute to improved rural livelihoods, poverty alleviation and economic development in countries in the south. Farmers and other small-scale entrepreneurs in the agricultural sector form the primary target group. The program has a strong -but not exclusive- focus on countries in Sub-Saharan Africa.

The views expressed in this report are the authors' only and do not reflect the views of the Netherlands' Ministry of Foreign Affairs Government.

c/o Wageningen International
Wageningen University and Research Centre
P.O. Box 88, 6700 AB Wageningen, The Netherlands
Phone: +31 317 486807
E-mail: africa.wi@wur.nl
Internet : <http://www.dgis.wur.nl/UK/VC4PD/>

SIGLES ET ABREVIATIONS

ALY	Association Lagmé Yeesgo
CDN	Ce Dwanyè Nyè
FADEFSSO	Fédération des Associations pour le Développement Economique des femmes du Sud-ouest
FENAO	Fédération nationale des associations et professionnelles de la filière Karité
ONG	Organisation Non Gouvernementale
REKAF	Réseau Karité des Femmes du Burkina
TFK	Table Filière Karité
UGPPK	Union Générale des Productrices des Produits du Karité
UPROKA	Union des Productrices de Karité
WUR	Wageningen University and Research

TABLE DES MATIÈRES

1	Introduction.....	1
2	Méthodologie	4
2.1	Choix des unités de collecte ou de production.....	4
2.1.1	Mode de transformation et coûts de production.....	4
2.1.2	Zone et espace de production et coûts de production.....	6
2.1.3	Expérience en production de beurre commercialisé	6
2.1.4	La nature des amandes ou du beurre produit.....	6
2.1.5	Localisation des régions et zones de l'étude.....	6
2.2	Mode d'évaluation des marges bénéficiaires.....	8
2.3	Les limites et les difficultés rencontrées	8
3	Caractéristiques des formes d'entrepreneuriat étudiées.....	10
3.1	Les unités de production ou de collecte dans la province du Houet,.....	10
3.1.1	La collecte et vente d'amandes.....	10
3.1.2	La production du beurre de karité	11
3.2	Les unités de production ou de collecte dans la province du loba, région du Sud-Ouest	13
3.2.1	La collecte et vente d'amandes.....	13
3.3	Les unités de production ou de collecte dans la province du Nahouri, région du Centre-Sud .	15
3.3.1	La collecte et vente d'amandes.....	15
3.3.2	La production du beurre de karité	17
3.4	Les unités de production ou de collecte dans la province de la Sissili, région du Centre-Ouest	19
3.5	Les unités de production ou de collecte dans la province de Kadiogo, région du Centre.....	20
3.6	La fabrication de produits dérivés.....	21
3.6.1	L'entreprise individuelle	21
3.6.2	Association de Saaba (Wend Songda)	22
3.6.3	Productrice individuelle	22
4	Caractéristique socio-économique du travail des femmes.....	23
4.1	Les collectrices d'amandes	23
4.2	Les productrices du beurre de karité	24
4.3	La fabrication de savons et de cosmétiques.....	25
5	Analyse des prix des produits du karité dans les différentes localités	27
6	Analyse des chaînes de valeur	29
6.1	Définition des termes utilisés.....	29
6.2	Les prix et les marges de la collecte à la transformation.....	29
6.2.1	La collecte d'amandes	29
6.2.1.1	Les collectrices et le marché des amandes.....	29
6.2.1.2	Les prix et les marges des acteurs	31
6.2.2	La production de beurre de karité	32
6.2.2.1	Les productrices et le marché du beurre de karité	32
6.2.2.2	Les prix et les marges des acteurs	33
6.2.3	La fabrication de produits dérivés à base de beurre de karité	33
7	Principales conclusions.....	35
7.1	Le rôle social des organisations	35
7.2	Vers une redéfinition du rôle des organisations féminines comme unité crédible de développement économique et social	35
7.3	Promouvoir l'entreprenariat en milieu rural	37
	ANNEXE 1 : Provinces et organisations concernées par l'étude	38
	ANNEXE 2 : Coût et prix de revient des amandes	39
	ANNEXE 3 : Coût et prix de revient du beurre de Karité.....	40

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1 : Description des unités de collecte et de production de Koundougou dans la province du Houet, région des Hauts Bassins	12
Tableau 2 : Description des unités de collecte et ou de production de Dano dans la Province Ioba, dans la région du Sud-Ouest	14
Tableau 3 : Description des unités de collecte et ou de production du village de Zécco, province du Nahouri dans la région du Centre-Sud	17
Tableau 4 : Description des unités de collecte et ou de production de Pô, province Nahouri, région du Centre-Sud.....	19
Tableau 5 : Description des unités de production de Léo, province Sissili, région Centre-Ouest	20
Tableau 6 : Description des unités de collecte et de production province Kadiogo, région du Centre	21
Tableau 7 : Marge et prix de vente pour un kg d'amandes collectées selon les périodes (voir annexe pour les éléments de coûts)	32

LISTE DES FIGURES

Figure 1 : Processus de production du beurre de karité	5
Figure 2 : Localisation des régions et zones de l'étude	7
Figure 3 : la production collective	11
Figure 4 : Mesure d'une assiettée d'amandes sur le marché de Guelwongo	16
Figure 5 : Comparaison des prix d'achat et de vente (en F CFA) d'amandes et du beurre entre les localités en septembre 2010	27
Figure 6 : Chaînes de valeur dans la filière karité (collectrices, productrices de beurre et producteurs de produits dérivés)	31

1 Introduction

La filière Karité a une importance socio-économique non négligeable au Burkina : elle contribue aux recettes d'exportation. Pendant longtemps, elle a été considérée comme troisième produit d'exportation même si actuellement cela est moins certain, elle procure des revenus aux femmes et participe au renforcement des liens sociaux entre les femmes et leurs organisations.

Les femmes sont en effet les principaux acteurs de la filière. C'est ainsi que plusieurs projets et programmes ont été réalisés en leur nom et à leur bénéfice depuis le début des années 1990. Le but de ces projets et programmes était de contribuer à l'amélioration de leurs revenus et de lutter contre la pauvreté (pour employer l'expression à la mode au cours des années 2000).

L'environnement interne et externe de la filière karité a fortement évolué, au triple plan des institutions, des marchés, et du cadre organisationnel.

Malgré le fait que de nombreuses études aient été réalisées sur les activités de la filière, notamment la prise en compte des intérêts des femmes, force est de constater qu'il y a eu peu de partage et de capitalisation ou encore une exploitation judicieuse et concertée des résultats et expériences des différents projets. Ce qui fait qu'aujourd'hui, l'on se pose encore des questions sur les meilleures voies et moyens de promouvoir la filière tout en étant soucieux de l'intérêt des femmes.

Le projet de l'Université de Wageningen (Wageningen University and Research) vise une meilleure compréhension de la filière et singulièrement du rôle des femmes. Pour cela il se fixe les objectifs suivants :

- Comprendre et partager les expériences des différents modèles de coordination horizontale acquises dans la sous-région (pour atteindre des économies d'échelle, une harmonisation de la transformation, une traçabilité, etc.), et analyser les différentes options pour le Réseau Karité des Femmes du Burkina (REKAF) afin de mieux organiser l'offre des produits de karité aux clients.
- Mieux connaître tous les risques et récompenses des différentes activités/rôles joués, services offerts et positions occupées dans la filière karité vis-à-vis des ressources disponibles pour les femmes.
- Rechercher des aspects stratégiques qui influencent la compétitivité et la viabilité de la filière karité.

Pour atteindre ces objectifs, le projet entreprend des études dans trois axes : la coordination horizontale dans la filière, la compréhension de la chaîne de valeur et la direction stratégique de la filière. Ces axes de recherche vont être traités autour de plusieurs thèmes dont celui du présent rapport relatif à la chaîne de valeur.

Les différentes organisations d'appui, les projets et les bailleurs de fonds ont toujours mis l'accent dans leurs interventions, sur la création de la valeur ajoutée. Pour cela ils ont encouragé des groupements de femmes à transformer les amandes en beurre, à vendre ce beurre sur les marchés d'exportation plutôt que sur le marché local ou sous régional, et surtout à s'orienter sur les marchés de niche comme le commerce équitable et biologique car ces marchés leur paraissent les plus « rémunérateurs ».

Malgré la pertinence de ces orientations et l'importance des appuis à la filière au cours des vingt dernières années, la question de la promotion de la filière se pose encore de nos jours. Ce rapport s'intéresse à certains aspects de cette problématique à savoir : quelles activités peuvent

contribuer à l'amélioration des revenus des femmes ? Quelles formes d'organisations permettent aux femmes de mieux tirer profit de l'activité du karité ?

Appréhender cette problématique suppose non seulement une compréhension de la chaîne de valeur des activités des femmes dans la filière (ramassage, collecte, production de beurre et de produits dérivés) mais aussi et surtout, une appréciation de la dynamique des organisations, des évaluations sur les coûts et les prix, à partir d'études de cas sur les pratiques des femmes dans quelques régions du Burkina.

Dans le chapitre 2 nous présentons la démarche que nous avons suivie pour cette recherche-action. Nous donnons aussi un aperçu du processus de production du beurre de karité et quelques définitions que nous avons utilisées dans notre recherche ainsi que la localisation des zones de l'étude.

Dans le troisième chapitre nous examinons les caractéristiques des différentes formes d'entrepreneuriat dans la filière karité. Nous donnons une description des différents modes de production et de vente du beurre et des amandes. On a observé que les femmes qui travaillent individuellement (auto entrepreneurs) tirent plus partie de leur activité, qu'elles soient dans le maillon de la collecte ou dans celui de la transformation. Autrement dit, promouvoir l'esprit d'entreprise est plus bénéfique que d'exercer des activités économiques dans un cadre de groupement.

Dans le chapitre suivant nous nous focalisons sur les caractéristiques socio-économiques du travail des femmes travaillant dans la filière karité. Il ressort que tout le monde peut ramasser le karité, il n'y a pas de collectrice professionnelle. Par contre, les femmes estiment qu'il y a des professionnelles de la fabrication du beurre. Cependant, elles reconnaissent que la collecte des amandes est une activité importante, car cela leur permet de faire face à leurs dépenses. Avec l'analyse des marges que nous aborderons plus loin, on remarquera que la vente d'amandes peut être plus rentable que la production de beurre de karité. Les effets de la transformation du beurre en produits dérivés sont encore beaucoup plus visibles par rapport aux autres. La fabrication de produits dérivés est une activité très lucrative si elle se fait dans une démarche entrepreneuriale et sur un marché local et bien maîtrisé.

Dans les chapitres 5 et 6 nous analysons les prix et marges des produits du karité. Ces analyses portent sur trois chaînes de valeur. La collecte et la vente des amandes, la production et la vente du beurre et la fabrication de produits d'entretien et de produits cosmétiques à base de beurre de karité. Les analyses sont menées pour des produits destinés au marché local, national et à l'exportation et nous indiquent que les prix varient d'une année à l'autre mais également au cours de l'année du simple au triple selon la saison et diffèrent d'une province à l'autre et durant la même période. En considérant les trois activités (de collecte, de fabrication de beurre, et la fabrication des produits dérivés), on constate que plus on s'éloigne de la période de ramassage, plus la production de beurre devient moins rentable. Quand le prix des amandes augmente fortement, on assiste à une amélioration de la situation des collectrices qui sont en mesure de conserver leurs amandes (garder du stock) alors que la situation des productrices de beurre et de produits dérivés se dégradent.

Enfin, nous tirons quelques conclusions dans le dernier chapitre. Globalement, et malgré l'instabilité des prix, les marges générées dans les activités du karité sont très intéressantes. Cependant pour avoir un niveau de revenus intéressant il faut faire du volume (économies d'échelles). Il y a un intérêt dans les activités du karité, tant au plan économique que social. Les

organisations de femmes qui produisent le karité impactent la vie sociale des femmes et cela peut aussi participer à la lutte contre la pauvreté.

Néanmoins, l'intérêt des femmes est surtout à l'échelle individuelle. Depuis 1995, les organisations féminines actives dans la production de karité se sont succédées au grés des ONG initiatrices qui ont « vendu » ces idées. La quasi absence au niveau des organisations féminines d'une gestion démocratique et transparente pose la question aujourd'hui de la crédibilité de ces organisations comme unité de développement économique des femmes. Aussi l'esprit d'assistance a prévalu dans ces organisations. Nous proposons de promouvoir des initiatives de type entrepreneurial. La grande question qui se pose est « comment arriver à développer et consolider cette approche dans un environnement habitué pendant longtemps à être assisté » ?

2 Méthodologie

La démarche se base sur l'observation de cas concrets dans le processus d'évaluation de coûts de production. Il a été donc nécessaire d'identifier des unités de production auprès desquelles les équipes travailleront sur une période d'une semaine pour suivre les femmes dans leur travail et disposer d'éléments objectifs d'évaluation.

2.1 Choix des unités de collecte ou de production

Les unités de production ou de collecte dans le présent document sont :

- Des organisations (groupements et associations disposant d'un centre de production)
- Des personnes physiques (individu travaillant seul ou en famille).

De par leurs activités on distingue :

- Les unités de transformation ou de production de beurre de karité ;
- Les unités de collecte de noix d'amande.

Les unités ont été choisies au regard des critères suivants :

- *le mode de transformation*. Il diffère selon les groupements, les régions et les techniques utilisées. Il y a aussi l'envergure du groupement qui a une incidence sur les coûts (niveau d'équipement et d'investissement par exemple) ;
- *les zones géographiques de production* (urbaine, périurbaine, rurale) ;
- *la mise en marché des produits*. Recherche de groupement ayant une certaine expérience dans la commercialisation de leur beurre ou amandes. L'intérêt ici a porté sur les marchands ;
- *la nature des amandes ou beurre produit* (biologique, commerce équitable ou conventionnel).

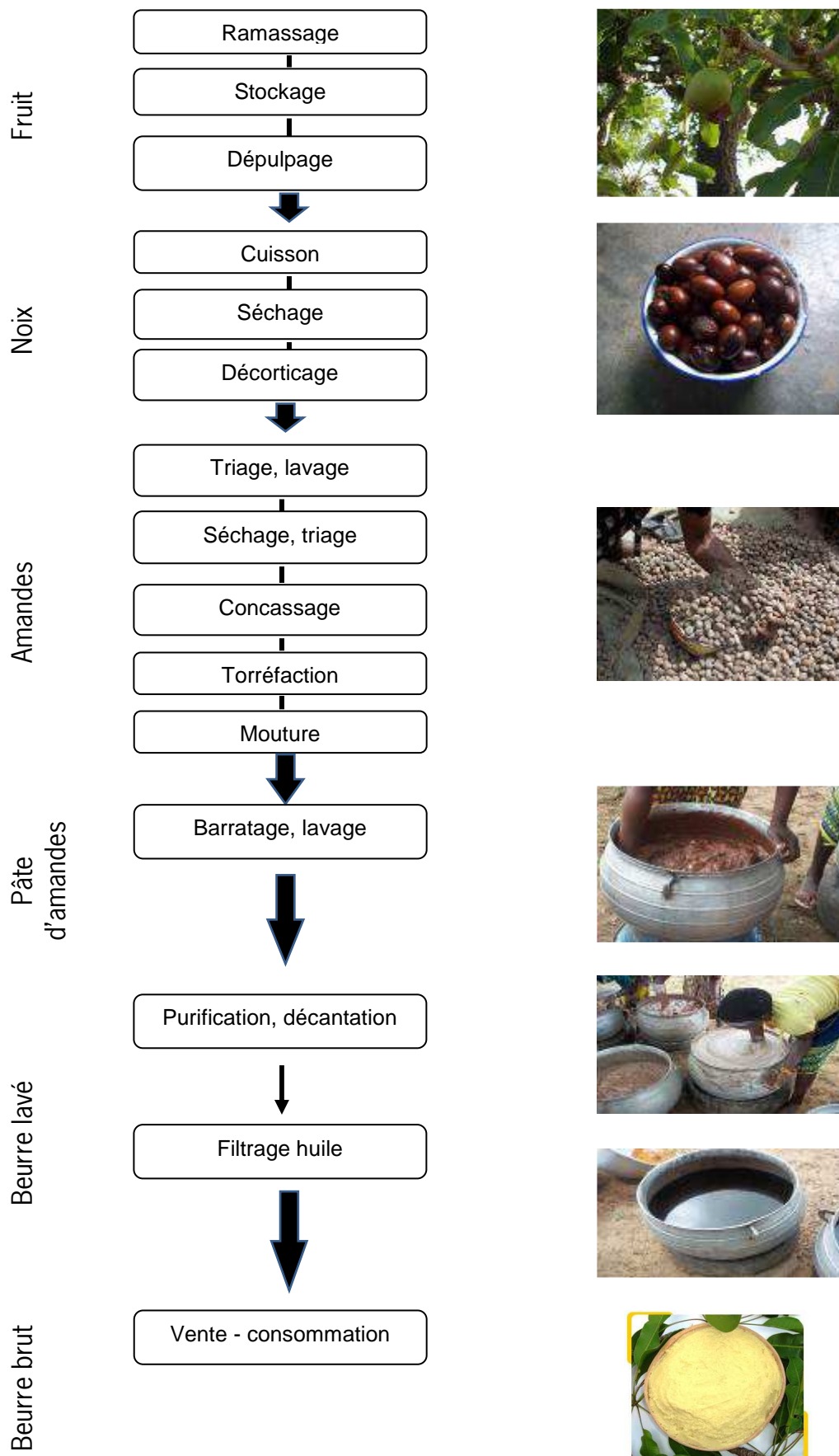
2.1.1 Mode de transformation et coûts de production

Selon que la transformation est faite de manière artisanale d'un bout à l'autre du processus ou que l'on ait recours à des systèmes mécaniques (semi-industriels ou industriels) les éléments constitutifs des coûts de production devraient être différents. La Figure 1 montre, le processus de traitement du karité et cela du ramassage des fruits à la fabrication du beurre.

Dans la présente étude nous considérons comme artisanale toute unité de production pour qui la mouture seule des amandes est mécanisée. Dans ce cas, soit la productrice dispose d'un moulin soit elle a recours à des prestataires de service pour la mouture des amandes. Sont considérées comme unités industrielles toute unité de production qui utilise un processus mécanisé à l'exception du tri des amandes. Entre les deux, ce sont des unités semi-industrielles.

En théorie, l'échelle (volume) de production devrait faire baisser le coût moyen par unité de production. Nous faisons l'hypothèse que les organisations disposant d'un matériel mécanisé devraient avoir une productivité plus importante, donc des coûts plus faibles car elles bénéficient d'économie d'échelle. De ce point de vue, plus une unité mécanise son processus, plus elle a une productivité élevée et donc des coûts de production moins élevés par rapport aux unités dont les processus sont peu mécanisés. Ces dernières à leur tour devraient avoir des coûts faibles par rapport aux unités artisanales toute chose égale par ailleurs.

Figure 1 : Processus de production du beurre de karité



2.1.2 Zone et espace de production et coûts de production

Selon le lieu de production, certains facteurs peuvent influencer les coûts.

- Dans les zones à fort potentiel de karité, l'on devrait disposer de noix de karité à un meilleur prix.
- Les zones urbaines sont réputées être des lieux où le coût de la main d'œuvre est plus élevé qu'en milieu rural. Ce qui peut grever les coûts.
- Le coût est aussi fonction des alternatives possibles qui s'offrent au personnel de production. Par exemple, plus les personnes travaillant dans la production, disposent d'alternatives ou d'opportunités d'emploi, plus elles sont chères.
- Pour ce qui est du cas spécifique du karité, les valeurs de certains éléments entrant dans le calcul des coûts sont estimées. C'est le cas par exemple de la consommation d'eau. Toutes les productrices n'achètent pas l'eau ; Il est donc nécessaire de prendre en compte les réalités économiques locales.

2.1.3 Expérience en production de beurre commercialisé

Il y a des organisations qui ont une longue expérience dans la production et la commercialisation des produits du karité tant sur le marché local qu'à l'exportation. D'autres sont moins expérimentées. L'expérience des unités dans le commerce du karité devrait leur permettre d'avoir une meilleure maîtrise des coûts et tirer avantage dans leurs activités. Par ailleurs, les acteurs qui travaillent à l'international doivent prendre en compte les éléments de compétitivité tel que le rapport qualité-prix. Ce qui n'est pas toujours le cas pour les autres qui vendent en milieu rural ou même sur le marché national. Ils en tiennent moins compte, par ignorance ou par négligence.

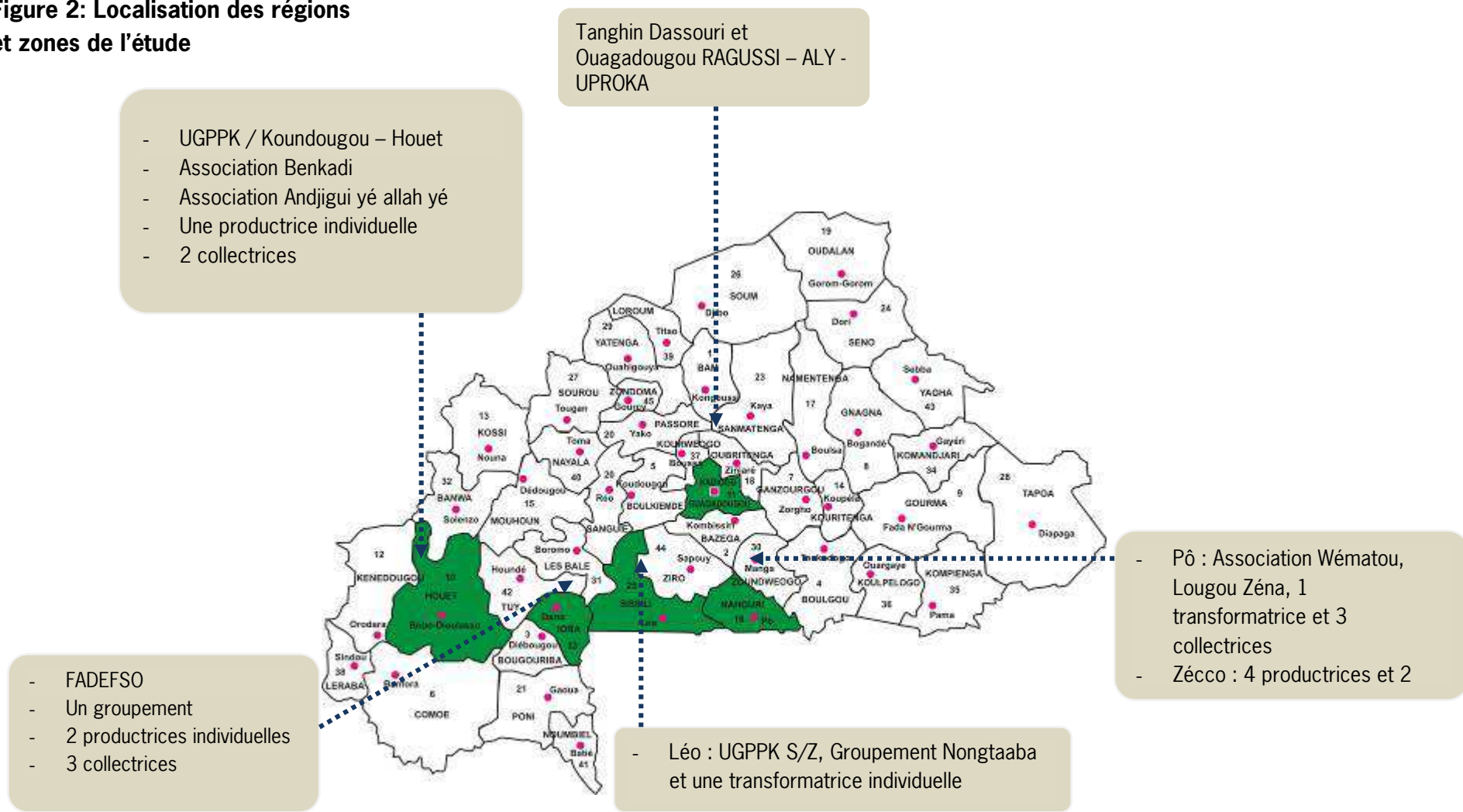
2.1.4 La nature des amandes ou du beurre produit

Le choix de l'échantillon doit également tenir compte de la nature et le marché de destination du beurre de karité. Lequel beurre est classé de nos jours en trois catégories : le beurre conventionnel, le beurre commerce équitable et le beurre biologique. La nature du beurre et les exigences dans la chaîne de production peuvent occasionner des coûts additionnels. Ces coûts peuvent être : des coûts de contrôle, des coûts liés à la qualification des productrices, des coûts de certification etc.

2.1.5 Localisation des régions et zones de l'étude

Sur la base de ces quatre critères nous avons construit un échantillon à choix raisonné de groupements, d'associations et d'entreprises. Ce qui nous a donné à par la suite la possibilité de faire des analyses par type d'unités (voir annexe 1). La Figure 2 ci-dessous montre la localisation des unités retenues pour cette étude.

Figure 2: Localisation des régions et zones de l'étude



2.2 Mode d'évaluation des marges bénéficiaires

L'évaluation des marges de production s'est faite sur la base d'un compte d'exploitation prenant en compte les différents coûts :

- Les charges d'exploitation comprenant : l'achat des matières premières, les rémunérations, les consommables, les frais de transport
- Les frais généraux et coûts récurrents
- Les provisions pour amortissement
- Les dépenses d'investissement.

A partir de ces éléments essentiels, il s'est agi par la suite de ramener les estimations à échelle de l'unité de production et de collecte (le kilogramme). Des ajustements ont été indispensables pour les calculs en raison de la difficulté que nous avons rencontrée pour estimer certains coûts. Il s'agit entre autres :

- Des amortissements. Toutes les dotations d'amortissements ont été calculées sur une base linéaire. Nous avons ensuite ramené les dotations de l'année au kg de beurre ou d'amandes produit (montant correspondant à répercuter sur la quantité collectée ou produite). Pour ce faire nous avons tenu compte du potentiel de production annuelle de l'organisation (groupement) ou de l'individu et de la durée de vie estimée du matériel concerné ;
- Les durées de vie des différents matériels ont été estimées ainsi qu'il suit : trois (03) ans pour les seaux et les bassines en aluminium, quinze (15) ans pour les marmites et la charrette ;
- Pour l'estimation du coût de la main d'œuvre, nous avons considéré qu'une journée de travail valait sept heures et qu'elle coûtait en moyenne 500 F CFA. En fait le coût varie de 400 à 600 F CFA.
- Pour l'emploi des presses, des barattes, des torrificateurs, des concasseurs, des moulins, etc... nous avons considéré les tarifs des prestataires privés;
- Pour les bâtiments, en l'absence de leur valeur, nous avons estimé des coûts de location de bâtiments similaires dans la localité concernée.

2.3 Les limites et les difficultés rencontrées

- Le cadre de l'étude est assez vaste au regard des termes de référence. Les questionnements portent sur l'ensemble de l'activité des femmes dans la filière, depuis l'organisation jusqu'à l'évaluation de la rentabilité des activités. L'importance et l'étendue de ces questionnements font que toutes ne peuvent pas trouver des réponses satisfaisantes, en raison de la diversité des cas et des comportements. Nous avons seulement considéré les cas des organisations observées.
- L'étude se veut une recherche-action. Il implique un va-et-vient entre les acteurs sur les éléments de conclusion. La disponibilité des femmes en lien avec le temps de l'étude n'ont pas permis un retour vers toute les structures. De ce point de vue l'étude contribue à jeter les bases de la réflexion.
- Le travail d'évaluation des coûts et de l'organisation du travail a été réalisé sous la forme d'études de cas dans les unités. Ce qui sous-entend des réalités et des situations différentes en fonction du contexte socio-économique. Notre démarche dans le choix des groupements à étudier a été de faire en sorte que ces études de cas reflètent la diversité des situations mais pas forcément que ces cas soient représentatifs de la population des groupements travaillant dans la filière karité.
- La période de l'étude a coïncidé avec le début de l'activité de production du beurre de karité et la fin de la collecte des amandes. Cela signifie que tous les groupements n'étaient pas en plein régime de production. Ce qui aura une influence certaine sur la formation des coûts vu que le marché des amandes est relativement faible à cette période.

- Certaines organisations n'ont pas souhaité participer à ce travail bien qu'ayant été identifiées et informées du processus. C'est sur le terrain qu'elles ont opposé un refus. Nous avons donc choisi sur place des structures de remplacement. Ce qui a modifié quelque peu la composition de l'échantillon de départ.

3 Caractéristiques des formes d'entrepreneuriat étudiées

Dans ce chapitre nous examinons les différentes unités de production ou de collecte qui font l'objet de nos études de cas. Nous nous focalisons surtout sur les différents modes de production et de vente du beurre et des amandes. Notre description inclut aussi des informations sur le marché des amandes dans les différentes régions.

3.1 Les unités de production ou de collecte dans la province du Houet,

Le Houet est l'une des provinces formant la région des Haut Bassins à l'Ouest du Burkina. Bobo-Dioulasso, 2^{ème} ville du Burkina Faso, également considéré comme capitale économique du pays est le chef-lieu de la province. La commune de Koundougou fait partie de cette province.

C'est dans cette commune située à 75 km de la ville de Bobo Dioulasso sur l'axe menant au Mali que nous avons visité six unités de base. Il s'agit de :

- Trois (03) organisations visitées, toutes sont membres du collectif UGPPK-Houet
- Une (01) productrice indépendante de beurre
- Et deux (02) collectrices d'amandes

L'UGPPK-Houet, qui signifie (Union Général des Productrices de Producteurs de Karité du Houet), regroupe plusieurs organisations de base dont les trois que nous avons rencontrés dans la commune de Koundougou et qui sont situés à 30 Km de rayon. Le travail auprès de ces groupements a consisté à comprendre l'organisation de leur travail et à évaluer les coûts des produits du karité.

Le mode de travail dans cette organisation est la mutualisation des services. UGPPK dispose d'équipements installés à Koundougou qu'elle met à la disposition de ses membres (individus et groupements de base). L'utilisation des équipements est payante. Les femmes peuvent travailler pour leur propre compte (individuellement) ou pour le groupement. Nous désignons par le terme de productrice indépendante, celle qui est membre d'un groupement tout en travaillant pour son compte. Il peut y arriver aussi que l'indépendante ne soit pas organisée dans un groupement. Ce qui est important ici c'est l'aspect entrepreneurial de son activité avec une gestion propre et une prise de risque individuelle.

3.1.1 *La collecte et vente d'amandes*

Les femmes de Koundougou et des villages environnants affirment que l'année 2010 a été une année de faible production du karité. Dans certains villages comme Shankoro à une trentaine de Km de Koundougou, la production est jugée par contre plus satisfaisante.

Ainsi les femmes de Koundougou et leurs organisations se sont approvisionné exceptionnellement dans ces villages pour cette campagne et par l'intermédiaire d'une commerçante qui achète les amandes pour les revendre. Le prix de cession est 175 F CFA la «boîte» de 2 kg au lieu de 200 FCFA sur le marché de Koundougou. Ce prix préférentiel est le fruit d'un accord passé entre la commerçante et les groupements des femmes de Koundougou.

En plus des achats, chaque femme constitue un stock, aussi minime soit-il au moyen de sa propre collecte. L'accès aux arbres à karité est «réglementé». Il est quasiment interdit de ramasser des amandes dans le champ d'une certaine catégorie de villageois. Les autochtones notamment. Dans les champs des «allogènes», le ramassage est toléré voire accepté. Cependant, en raison

des conflits que cela peut occasionner, les femmes évitent autant que possible de ramasser le karité dans les champs d'autrui.

Cette situation fait que le ramassage est réalisé, hors des champs (propriétés). Ce qui éloigne les ramasseuses d'au moins une dizaine de km des habitations dans certains cas.

A Koundougou, les femmes disent faire le ramassage entre zéro (00 h) heure et huit (08 h) heure le matin. Cela, pour ne pas se faire devancer par des femmes plus matinales. Elles se munissent de lampes torche pour l'occasion, malgré les risques encourus. Une femme collecterait entre deux et quatre sacs de 40 assiettées¹ pendant la période du karité. Le sac de karité pesant 85 kg, la quantité collectée d'une femme varie entre 170 kg et 340 kg pour la campagne.

Dans cette localité du Burkina, il est rare de trouver dans les villages, des femmes qui ne participent pas au moins à une activité liée au karité (soit à la collecte ou à la production de beurre).

3.1.2 La production du beurre de karité

Dans le Houet on distingue trois formes d'organisation de la production:

- *la production collective par le groupement.* Elle se fait pour un produit (le beurre de karité par exemple). Dans cette première configuration, le groupement de base fabrique un beurre appartenant à l'organisation. Pour cela, il utilise contre rémunération les machines UGPPK-Houet et revend le beurre à cette dernière.
- *la production en groupe pour le compte d'un individu.* Dans cette seconde configuration, c'est un individu qui dispose d'amandes et veut produire du beurre. il se fait aider par d'autres femmes du groupement. Ici aussi, on utilise les machines UGPPK-Houet contre rémunération et le beurre est revendu à l'association mère qui à son tour le revend à l'UGPPK- Houet pour l'exportation ;
- *la production individuelle où tout le processus est fait par un individu aidé de ses proches pour son propre compte.* Le produit fini peut toutefois être revendu à l'Union à la demande de celle-ci, assortie de la condition que la bonne qualité de la production soit éprouvée et attestée.

Figure 3: la production collective



Source : les auteurs



¹ Une assiettée équivaut 2 à 3 kg d'amandes

Tous les groupements rencontrés (voir Tableau 1), membres de l'UGPPK-Houet, partagent un équipement minimum appartenant à UGPPK-Houet pour la fabrication du beurre. L'équipement est installé à Koundougou au siège de l'association mère UGPPK. Tout le monde (groupement et individu) paye la même somme pour accéder aux machines.

Tableau 1 : Description des unités de collecte et de production de Koundougou dans la province du Houet, région des Hauts Bassins

	Production de beurre			Collecte d'amandes		
Désignation	Association Allah kabo	Association Benkadi	Association Andjigui yé allah yé	Productrice individuelle	Collectrice individuelle	Collectrice individuelle
Département/localité	Koundougou	Koundougou	Koundougou	Koundougou	Koundougou	Koundougou
Récépissé (existence légale)	Oui	Oui	Oui	Non	Non	Non
Effectifs du groupement	20	20	200	-	-	-
Affiliation à une organisation faitière	UGPPK / Houet	UGPPK / Houet	UGPPK / Houet	Association Benkadi	Association Allah kabo	Association Benkadi
Droit d'adhésion	1000 F CFA	1000 F CFA	1000 F CFA	-	-	-
Activité principale	production de beurre de karité	production de beurre de karité	Production de beurre de karité	production de beurre de karité	production de beurre de karité	production de beurre de karité
Capacité de production annuelle (kg)	8 000	40 000	20 000	100	425	1190
Mode de vente	groupée	groupée	groupée	groupée	groupée	Auto consommation
Principal marché	extérieur	extérieur	extérieur	extérieur	extérieur	Non

Source: Nos enquêtes

Un mode de production que nous qualifions de semi-industriel au regard du fait que l'essentiel du travail est mécanisé. L'équipement minimum dont dispose UGPPK-Houet se compose de :

- un concasseur,
- un torrificateur
- une machine à moudre les amandes.

Le beurre est vendu à l'UGPPK-Houet qui se charge de sa commercialisation avec les tiers acheteurs hors de la région ou pour son exportation.

La production collective se fait rarement dans les organisations de la zone. Les femmes ont plus recours à la forme de production groupée. C'est un système d'entraide rotative (à tour de rôle) à l'intérieur d'une organisation. Chaque femme achète ou collecte ses amandes selon ses moyens, ensuite elle prépare sa matière première pour la transformation.

L'entraide intervient seulement au moment de la transformation des amandes. A tour de rôle, chaque membre du groupement à recours à la main d'œuvre des autres membres ou de celle de sa famille et cela en fonction de la quantité des amandes dont elle dispose. Le nombre de femmes à mobiliser peut atteindre dix pour une quantité maximale d'un sac de 40 assiettées. Cette quantité représente une journée de travail pour ces femmes. La contribution des femmes n'est pas rémunérée par la femme qui sollicite l'entraide. En effet, chacune bénéficie un jour ou l'autre de la main d'œuvre des autres. La productrice se charge seulement de préparer à manger pour ses collègues. La production groupée engendre de ce point de vue un coût direct qui est

celui de l'alimentation. Ce système se comprend et se justifie bien, car la fabrication du beurre est l'activité la plus pénible dans le travail du karité.

L'argent récolté par chaque femme après la vente du beurre à UGPPK-Houet constitue son chiffre d'affaires. Elle dispose du gain et peut utiliser sa mise pour acquérir des amandes pour un autre cycle de production.

Il ressort de nos entretiens que les femmes dans la zone sont des «acheteurs», c'est-à-dire qu'elles ne s'adonnent pas nécessairement au travail de collecte des amandes nécessaires à la production de beurre. Cette situation s'expliquerait par le mode d'appropriation des arbres à karité dans la zone d'une part, et la pression sur ces arbres d'autre part.

3.2 Les unités de production ou de collecte dans la province du loba, région du Sud-Ouest

C'est une région située dans la partie Sud-Ouest du Burkina Faso et frontalière à la foi du Ghana et de la Côte d'Ivoire. La région comprend quatre provinces : la Bougouriba, le loba, le Nounbiel et le Poni. Le Sud-Ouest est la région la mieux arrosée du Burkina et la végétation y est variée et dense. La région du Sud-Ouest est réputée être une région à fort potentiel de karité. Ce qui fait de cette partie du Burkina une région où organisations de femmes, les commerçants et les entreprises privées du Burkina s'approvisionnent en amandes de Karité. Certaines entreprises du Ghana viennent aussi s'y approvisionner en amandes pour la production du beurre ou pour l'exportation.

Dans la région du Sud-Ouest, il y a une importante organisation de femmes qui est la Fédération des Associations de Développement Féminin du Sud-ouest (FADEFSSO) ; FADEFSSO regroupe la quasi-totalité des groupements et associations de base présents dans tous les villages et départements du Sud-Ouest. FADEFSSO est née de la volonté d'organiser les femmes de la région du Sud-ouest autour d'activités économiques telles que : l'élevage de porcs et de petits ruminants, le commerce, la transformation ...

Nous nous sommes intéressés au travail du karité dans la ville de Dano, chef-lieu de la province du IOBA, où FADEFSSO a son siège, et Diébougou, chef-lieu de la province de la Bougouriba. Ici, l'activité des femmes porte principalement sur la collecte, le traitement des noix de karité, et la production d'amandes qui sont revendues à FADEFSSO. La production de beurre de karité est pratiquée dans les ménages pour la consommation familiale. Il en résulte que le beurre de karité est peu commercialisé dans cette région. Le prix de vente du beurre sur le marché local est relativement bas car tous les ménages auto consomment leur production. L'activité marchande du karité concerne surtout l'amande. Les groupements s'organisent plus autour de la collecte et commercialisent leur produit soit sur les marchés traditionnels locaux de Diébougou, et de Dano, soit sur le marché Malien.

Dans le cadre de cette étude, nous nous sommes plus attachés à travailler sur l'amande que sur le beurre dans la localité.

3.2.1 La collecte et vente d'amandes

Le ramassage du karité est une activité que les femmes mènent en marge des travaux champêtres et sur une période de deux mois dans l'année (juin et juillet). On ramasse le karité dans son propre champ, dans les champs appartenant à la famille et dans les zones non cultivées. Il n'est donc pas envisageable de ramasser le karité dans le champ d'autrui.

Tableau 2 : Description des unités de collecte et ou de production de Dano dans la Province loba, dans la région du Sud-Ouest

	Production de beurre				Collecte d'amandes			
Province	loba	Bougouriba ²	loba	loba	loba	loba	loba	
Désignation	productrice individuelle	productrice individuelle	groupement	Productrice individuelle	Mme Eveline	Dabiré Namoral	Hien Nagounohiere	Somé Alizeta
Département/localité	Dano	Diébougou	Sorghon/Yinghan	Dano	Sorghon	Dayéré	Tambiri	Sorghon
Récépissé (existence légale)	-	-	-					
Effectifs	-	-	20					
Affiliation à une Organisation (éventuellement) faïtière	FADEF-SO	FADEF-SO	FADEF-SO		RAS			Gnonta
Activité principale	Production de beurre/amandes	Production de beurre/amandes	Amandes et beurre de karité	Vente de dolo	Collecte de noix	Collecte de noix	Collecte de noix	Collecte de noix
Potentiel de production annuel en kg	1.020	5 000	1500	315	793	270	425	680
Mode de vente	individuelle	individuelle	groupée		individuelle	individuelle	individuelle	groupée
Principaux marchés	local (Dano)	Local (Dédougou et dano), Mali	Local Dano	local (Dano)	local (Dano)	local (Dano)	local (Dano)	Local (Dano)

Source: Nos enquêtes

² Cette productrice est membre de FADEF-SO

De plus en plus aujourd'hui, dans cette région, des hommes s'investissent dans la gestion des amandes, c'est-à-dire aussi bien la collecte que la vente. Il est ressorti de nos entretiens qu'il y a aujourd'hui des hommes qui traitent les amandes (faire l'ébouillantage) et qui les vendent sur le marché (exemple : à Orunkua, village situé à 17 km de Dano).

Il est aussi très courant que l'homme exige une part des fruits de la vente des amandes par sa femme. Cette pratique est de plus en plus répandue et s'explique surtout par le fait que dans la région les hommes donnent un coup de main à leurs femmes pour le transport des produits (transport de la brousse au domicile ou transport du domicile au lieu de vente).

Dans cette zone où se côtoient collecteurs, transformateurs et commerçants, le marché des amandes connaît d'importantes fluctuations. En septembre 2010, au moment de notre passage le kg d'amandes se négociait à 60 F CFA sur le marché, alors que FADEFSSO achetait le même kg à 85 FCFA à ses membres. Cette différence de prix se justifie par le fait qu'il s'agit en quelque sorte d'une prime à la qualité car l'organisation exige des amandes d'une certaine qualité pour satisfaire les acheteurs spécifiques qui sont des exportateurs d'amandes (commerçants individuels, sociétés) ou des associations de production de beurre de karité.

FADEFSSO ne pouvant pas acheter toute la production des femmes, cette prime qualité porte sur une partie de leur production. C'est pourquoi on trouve de plus en plus sur le marché des amandes de qualité comparable à ce qui est livré à FADEFSSO et au prix du marché.

3.3 Les unités de production ou de collecte dans la province du Nahouri, région du Centre-Sud

La région du Centre Sud du Burkina comprend trois provinces (Le Bazèga, le Nahouri et le Zoundxéogo). La ville de Manga, chef-lieu de la région est situé à environ 100 km de la capitale et à 20 km de la frontière sud Burkina avec la Ghana. La situation géographique de la région est favorable aux échanges entre les pays.

Dans le cadre de cette étude, c'est la province du Nahouri que nous avons visité les unités travaillant dans la filière Karité. La province du Nahouri est située au sud du pays et fait frontière avec le Ghana. C'est une province à fort potentiel de production d'amandes. Il y a dans cette région une longue tradition de production du beurre de karité et elle est réputée pour son beurre. La province est aussi frontalière du Ghana (pays producteur de karité). Nous nous sommes intéressé à l'activité du karité tant à l'intérieur de la province que dans les villages frontalier où il y a d'importantes transactions sur les produits du karité.

3.3.1 La collecte et vente d'amandes

Si dans le loba les prix sont relativement bas, le niveau des prix est plus élevé dans le Nahouri (si l'on se place du point de vue de la collectrice). Cette situation s'explique en partie par le fait que les pratiques commerciales sont assez différentes. Même qu'à l'intérieur de la province du Nahouri, il y a des différences de prix assez significatives d'une localité à une autre. L'assiettée (équivalent de 2 à 3 kg) d'amandes qui se négocie autour de 250 F CFA à Pô³ coutait, en septembre 2010, 375 F CFA à Zécco⁴. Il faut tout de même noter que dans le Nahouri, l'assiettée n'a pas la même contenance que dans le reste du pays. La mesure est prolongée par la main de la vendeuse (Figure 4). Ce qui fait que 3 assiettées à Guélwongo (Zécco) équivalent à quatre assiettées dans le loba ou dans le Houet.

³ La ville de Pô est le chef-lieu de la province du Nahouri

⁴ Village frontalier avec le Ghana

Figure 4 : Mesure d'une assiettée d'amandes sur le marché de Guelwongo



Source : Les auteurs

En ramenant le calcul au kg et pour la même période, on constate que le prix du kg d'amandes est compris entre 100 F CFA et 105 F CFA à Pô. Le kg d'amande est donc mieux payé dans cette région : le prix du kg pour la même période était de 87,5 F CFA dans le Houet, 80 F CFA dans la Sissili et 60 F CFA à Dano (FADEFSSO paie 85 F CFA).

Le niveau des prix des amandes dans la province du Nahouri et pour la période de référence (septembre 2010) a été influencé par une forte demande qui vient d'une part des femmes de la commune, et des commerçants ghanéens qui font de fortes spéculations sur les amandes d'autre part.

Tableau 3 : Description des unités de collecte et ou de production du village de Zécco, province du Nahouri dans la région du Centre-Sud

	Production de beurre				Collecte d'amandes	
Désignation	Laagmtaaba	Laougoubè	Kouka	Song Taaba	Azara	Boua M'BO
Département/localité	Zécco	Zécco	Zécco	Zécco	Zécco	Zécco
Récépissé (existence légale)	oui	oui	oui	oui		
Effectifs	20	21	22	30		
Affiliation à une organisation (éventuellement) faïtière	Non	Non	Non	Non	Kouka	Lagoubè
Activité principale	Production de beurre de karité	Production de beurre de karité	Production de beurre de karité	Production de beurre de karité	production de beurre de karité	production de beurre de karité
Potentiel de production annuelle en kg	13 000	15 750	27 000	900	500	250
Mode de vente	Vente surtout individuelle	Ventes surtout individuelle	Ventes surtout individuelle	Ventes surtout individuelle	Individuelle (vente partielle)	Auto consommation
Principaux marchés	Local (marché de Guelwongo)	Local (marché de Guelwongo)	Local (marché de Guelwongo)	Local (marché de Guelwongo)	-	-

Source : Nos enquêtes

Il est ressorti de nos entretiens que jusqu'au mois de novembre ou décembre de chaque année, les commerçants venant du Ghana s'approvisionnent sur le marché de Zécco. A partir de janvier et février, c'est du Ghana que viennent les amandes pour des prix parfois supérieurs à 600 F CFA l'assiettée d'amandes.

3.3.2 La production du beurre de karité

La province du Nahouri est aussi une région où il y a une forte densité d'arbres à karité, et donc un potentiel important pour la production d'amandes. Mais contrairement à la province du loba, la province du Nahouri est réputée pour la qualité de son beurre de karité.

La plupart des organisations de femmes que l'on a rencontrée dans cette localité, travaillent dans la production du beurre de karité. Elles disposent généralement pour cela d'un minimum de matériels pour sa production (des concasseurs, des torrificateurs, des moulins et des filtres pour le beurre). Le système de production au regard du niveau de mécanisation dans le processus est donc semi-industriel.

Au plan organisationnel, les groupements de base sont regroupés dans une fédération locale dénommée Lougou Zéna et comptant 44 groupements de base avec un effectif total de 1500 femmes. Ce qui représente une certaine force de production dont la capacité est d'au moins 120 tonnes de beurre de karité conventionnel.

En raison de cet important réseau, les organisations de productrices du Nahouri ont la particularité de n'utiliser qu'exclusivement des amandes provenant de ses membres. Le potentiel d'approvisionnement de la fédération serait d'au moins 304,562 tonnes d'amandes.

Il y a aussi la fédération Wématou qui compte 40 membres avec une capacité de production d'au moins 100 tonnes de beurre de Karité.

A côté de ces organisations bien structurées, possédant un minimum d'équipements et ayant des débouchés commerciaux en dehors de leur localité (voir même à l'extérieur du Burkina), il existe dans la localité d'autres petites organisations et / ou individus qui s'adonnent à la production de beurre destiné au marché local. La commune de Zécco par exemple, située à une soixantaine de km de Pô vers la frontière entre le Burkina et le Ghana, est caractéristique de cet état de chose. On y trouve de petites organisations de femmes (une vingtaine de membres en moyenne), peu structurées mais disposant d'un fort potentiel de production. Dans ces organisations, la production est artisanale (on a seulement recours aux prestations de meuniers pour moulinier les amandes) et individuelle. Une femme peut produire durant la campagne une demi-tonne de beurre et les groupements une tonne. La production individuelle est vendue par chaque femme pour son propre compte sur le marché de Guélwongo à 2 km à peine du premier village ghanéen. Le beurre produit par le groupement fait l'objet d'une vente groupée surtout lors de foires commerciales au Ghana ou à Pô. Le tableau 3 résume quelques informations concernant les unités de production à Zécco.

Le tableau suivant réunit les données clés sur les unités de collecte et production de Pô qui sont inclus dans notre étude.

Tableau 4 : Description des unités de collecte et ou de production de Pô, province Nahouri, région du Centre-Sud

	Production de beurre			Collecte d'amandes		
Désignation	Association Wématou	Fédération Lougou Zéna	Ouédraogo Safiatou Individu	Membres de Lougou Zéna	Association Wématou	Ouédraogo Maimouna individu
Département/localité	Pô	Pô	Pô	Pô	Pô	Pô
Récépissé (existence légale)	Oui	Oui	-	oui	oui	-
Effectifs	40	1500 femmes, 44 groupements	-	-	-	-
Affiliation à une organisation (éventuellement) faitière	Non	Non	Wématou	-	-	-
Contact	70131154	50403517	70751178 sc Sanfo	-	-	-
Droit d'adhésion	2000	115 000 parts sociales	500	-	-	-
Activité principale	Production de beurre de karité	Production de beurre de karité	transformatrice	-	-	Collecte
Capacité de production annuelle en kg	100 000	120 000	2100 tonnes	304562	7 500	1100
Mode de vente	Groupée	Groupée et individuelle	Groupée	Auto consommation		Individuel
Principal marché	Pô /Ghana	Ouagadougou, extérieur	Pô	-	-	Local

Source : Nos enquêtes

3.4 Les unités de production ou de collecte dans la province de la Sissili, région du Centre-Ouest

La région du Centre-Ouest du Burkina couvre une superficie de 21 857 km² et comprend quatre provinces (le Boulkieumé, le Sanguié, la Sissili et le Ziro). La Sissili, est avec du Naouri les deux zones au sud du Burkina avec une forte potentiel de karité et des régions réputés pour la production du beurre. La présence d'une importante structure comme l'UGPPK – Sissili dans la province dénote de l'importance de la filière dans cette zone.

L'UGPPK-Sissili a été créée en janvier 2000 et reconnue officiellement en 2003. L'union est membre fondatrice de la Table Filière Karité. L'UGPPK-Sissili compte quelques 3000 productrices de karité, réparties dans 67 groupements villageois féminins. L'activité principale de l'UGPPK-Sissili est la production et la commercialisation du beurre de karité (conventionnel, équitable et biologique) et de produits dérivés que sont le savon et les produits cosmétiques à base du beurre de karité.

Tableau 5 : Description des unités de production de Léo, province Sissili, région Centre-Ouest

Province	Sissili		
Désignation	UGPPK / Sissili	Groupement Noongtaaba	Productrice individuelle de Gaoussa
Département/localité	Léo	Lan/Léo	Gaoussa/Léo
Reconnaissance	Oui	Oui	Néant
Effectifs	3 000 76 groupements	103	-
Affiliation organisation (éventuellement) faïtière	TFK, REKAF	UGPPK S/Z	Non
Activité principale	Production de beurre de karité	Production de beurre de karité	Production de beurre de karité
Capacité de production annuelle en kg	NC	6 000	15 000
Mode de vente	Groupée	Groupée	Vente individuelle
Principal marché	Extérieur	Extérieur	Local

NC : Non Connue

Source : Nos enquêtes

Les femmes collectent les amandes dans leur champ respectif ou dans les forêts « libres » qui n'appartiennent d'office à personne. Mais dans certains cas, les forêts appartiennent à des familles qui y établissent un droit de propriété.

3.5 Les unités de production ou de collecte dans la province de Kadiogo, région du Centre

La province du Kadiogo, est spécifique parce que c'est elle qui abrite Ouagadougou la capitale du Burkina. De ce fait, elle se caractérise par la présence d'unions d'organisations de productrices de beurre de karité et/ou de production des produits dérivés de plus grandes envergures et qui ont l'avantage de la possibilité de l'accès à l'information. Une autre caractéristique de ces unités de la province du kadiogo est le regroupement en leur sein des organisations de base d'autres localités.

C'est dans ces organisations, et avec les deux UGPPK et la CDN Réo, qu'il y a la plus forte concentration des commandes de produits du karité (conventionnel, biologique, équitable). Ces organisations contrôlent ou collaborent avec tous les groupements et associations de la filière qui sont dans les provinces, communes et villages.

Elles centralisent en quelque sorte les offres et demandes de produits du karité. Elles constituent des stocks d'amandes pour ne pas subir les effets de la fluctuation des prix des amandes sur le marché. En période d'approvisionnement, qui correspond aux périodes de prix moins élevés, elles offrent en général des prix meilleurs au prix du marché.

Il ressort des différents rapports que ces organisations vivent plutôt de leurs ventes sur les marchés extérieurs. Le marché intérieur est faiblement exploité en raison des coûts de revient assez élevés (entre 500 et 1000 F CFA) pour un kg de beurre de karité produit. Or sur le marché local les prix du kg de beurre excèdent rarement selon les localités 700 F CFA. Cette situation fait

que les boutiques de ventes de beurre de karité de ces organisations ne sont fréquentées que par des personnes d'une certaine catégorie sociale, classe moyenne au moins.

Tableau 6 : Description des unités de collecte et de production province Kadiogo, région du Centre

	Production de beurre		Production de savon
Désignation	RAGUSSI	ALY	Wend Songda
Département/localité	Tanghin Dassouri	Toudb Wéogo	Saaba
Reconnaissance	oui	oui	oui
Effectifs	1298 (1248 collectrices d'amandes et 50 productrices)	1200 60 productrices	30
Affiliation organisation (éventuellement) faïtière	TFK, REKAF	TFK, REKAF	Néant
activité principale	Production de beurre	Production de beurre	Production de savon
Capacité de production de beurre (kg/an)		47 000	utilise environ 1320 kg de beurre
mode de vente	Groupée	Groupée	Groupée
Principal marché	Extérieur	Extérieur	marché local

Source : propres enquêtes

3.6 La fabrication de produits dérivés

Trois acteurs ont été interrogés dans ce maillon :

- Une entreprise individuelle (association à l'allure d'entreprise) à Ouagadougou
- L'association Wend Songda dans la commune rurale, Saaba
- Une productrice de savon traditionnel

3.6.1 L'entreprise individuelle

Association au départ, cette unité⁵ est devenue une entreprise individuelle avec des groupements qui fournissent surtout le beurre de karité pour la production du savon. Cette unité emploie des femmes de façon intermittente pour sa production. Elle s'approvisionne par le canal des groupements mais également sur les marchés traditionnels. Les prix pratiqués sont ceux qui ont cours sur le marché.

Les savons produits, vont des savons de toilette au savon de lessive. Des crèmes et pommades sont également produites par cette unité. Les produits sont vendus aussi bien sur le marché local que sur le marché extérieur notamment dans les pays voisins du Burkina, au Sénégal et dans une moindre mesure l'Europe.

Avec un chiffre d'affaires mensuel moyen de plus d'un million quatre cent mille F CFA, 1.400.000, (soit € 2.134), ses marges avoisinent les cinq cent mille F CFA, 500.000, (soit € 762) qui représente presque 36% du chiffre d'affaires.

⁵ Dont nous ne mentionnons pas le nom ici en accord avec les engagements que nous avons pris avec la responsable

3.6.2 Association de Saaba (Wend Songda)

Composée de trente (30) femmes, cette association existe depuis 2005. La production est organisée par cycle avec trois (3) équipes de dix femmes. Chaque équipe travaille sur un cycle. En moyenne, les femmes font plus de onze cycles de production par mois. Tout cycle de production donne 128 morceaux de savons de lessive et 87 morceaux de savons de toilette.

L'association a bénéficié de l'appui d'une ONG qui l'a dotée d'un bâtiment et de la table de coupe du savon.

3.6.3 Productrice individuelle

La productrice individuelle fabrique du savon traditionnel depuis plus d'une quarantaine d'années. Ce savon est dit traditionnel parce qu'il est composé uniquement de beurre de karité et de potassium (potasse). Selon l'enquêtée en dehors des dimanches et des cas de maladie, elle transformerait une assiettée de beurre de karité tous les jours et ce toute l'année.

Elle produit 200 boules de savon par jour. Les savons sont vendus à 50 F CFA pièce pour un coût de revient unitaire de 26,55 FCFA, soit une marge de 23,45 FCFA. Elle céderait ces produits à des revendeuses qui les vendent à 100 F CFA l'unité aussi bien à Ouagadougou que dans d'autres villes et localités du pays

4 Caractéristique socio-économique du travail des femmes

4.1 Les collectrices d'amandes

La collecte d'amandes est considérée par les femmes comme étant une activité secondaire. Ce n'est en tout cas pas selon elles, une profession ou un métier en soit :

- D'abord parce que c'est une activité saisonnière limitée à deux ou trois mois sur douze (de juin à août).
- Ensuite parce c'est une activité exercée en marge des activités domestiques ou de production agricole. Le ramassage du karité se fait au petit matin ou même la nuit pour celles qui veulent être les premières dans les champs ; la préparation se fait à des temps libres et sur une période plus ou moins longue. A titre de comparaison, c'est comme quand la femme cultive son petit champ de gombo ou d'arachide à côté du champ familial. Elle utilise la récolte pour la consommation de la famille et peut en vendre une partie pour avoir un peu d'argent. A la différence que la femme ne plante pas encore le karité, ne l'entretient pas. En un mot elle n'a pas de champs de karité où elle travaille.
- Enfin parce que l'argent qu'on gagne est un plus ou un appoint à la source de revenus principale. Il est difficile à une femme de ramasser un volume important de karité pour assurer son existence.

Cependant, elles reconnaissent que c'est une activité importante, car cela leur permet de faire face à leurs dépenses personnelles ou familiales. C'est la valeur monétaire du karité qui selon elles, est importante et justifie qu'elles s'adonnent à cette activité.

Par contre, elles estiment être des professionnelles de la fabrication du beurre. Soutenant que dans ce domaine, on trouve des professionnelles de la production du beurre mais il n'y a pas de collectrice professionnelle. Tout le monde peut ramasser le karité, mais tout le monde ne peut pas fabriquer le beurre.

Cette perception peut expliquer l'absence d'organisations à proprement parler de collectrices, même si la plupart des femmes collectent les amandes qu'elles vendent sur les marchés. Peu de femmes peuvent se contenter exclusivement de leur collecte propre pour couvrir la consommation domestique de matière grasse ou pour la vente à petite échelle. Pour la production du beurre, on achète généralement des amandes au marché pour compléter son stock. Le ramassage se faisant à très petite échelle (limite des champs de la famille) et avec peu de moyens, de ce fait, l'offre d'amandes est très atomisée. C'est par la collecte que l'on constitue un stock suffisant pour faire le beurre.

De même, par la collecte sur les marchés, les commerçants constituent aussi leurs volumes. Il y a donc plus de ramasseuses qu'il n'y a de productrices d'amandes commercialisables.

Les seuls cas d'organisations de collectrices qui existent ont été incitées par les commerçants ou les organisations productrices de beurre de karité qui veulent s'assurer un approvisionnement régulier, moins coûteux pour ces dernières mais à des prix généralement supérieurs au prix du marché et une vente assurée pour les collectrices. Ces organisations accroissent ainsi leur possibilité de disposer d'amandes de qualité.

L'activité de la collecte peut être considérée comme un travail de cueillette au vu de la considération des collectrices vis-à-vis de cette activité. C'est ce qui expliquerait l'absence d'une organisation «professionnelle» qui serait à l'initiative des collectrices elles-mêmes. Le revenu que

l'on en tire (peu importe les prix) est le prix de l'effort de la femme et est considéré comme un plus pour les dépenses courantes : achats de vêtements, scolarisation des enfants, dépenses de santé, etc.

Avec l'analyse des marges que nous aborderons plus loin, on remarquera que sous certaines conditions et dans certains cas, la vente d'amandes est plus rentable que la production de beurre de karité.

4.2 Les productrices du beurre de karité

La production de beurre est une activité qui se veut plus économique et dont la conduite a des implications sociales. D'une zone à l'autre et en milieu rural, il ressort que le travail dans la filière karité est l'une des seules alternatives dont disposent les femmes pour avoir un peu d'argent.

- Bien qu'étant une activité saisonnière, la production de beurre peut s'étaler sur cinq à sept voire neuf mois dans l'année. Ce qui représente une source de revenu important pour ces femmes.
- Cette activité requiert un minimum d'investissement de base (il faut au moins avoir des marmites et des ustensiles ; à défaut pouvoir en emprunter).
- Il faut avoir de la matière première (des amandes).
- Il faut un savoir-faire et une certaine maîtrise technique.
- Il faut une main d'œuvre plus ou moins qualifiée pour le barattage (par exemple aide des amies et de la famille qui savent le faire) et une main d'œuvre non qualifiée pour transporter l'eau, le bois, etc.

Dès lors, l'activité de production du beurre de karité s'inscrit dans une logique d'économie sociale permettant à des personnes sans dotations factorielles exceptionnelles d'avoir une porte d'entrée dans la sphère de la production. De ce point de vue, la production du beurre permet non seulement aux femmes d'avoir une occupation pendant la période sèche qui dure neuf mois pratiquement au Burkina Faso, mais également de se sentir utile à leur famille dans la mesure où elles contribuent ainsi à la production des biens de consommation.

Avant que la production du beurre de karité ne devienne une source de revenu, elle est d'abord un trait d'ascension sociale et de reconnaissance dans son entourage. C'est ce qui explique que, peu de femmes en milieu rural ne sachent pas produire du beurre.

Dans une autre conception, la production de beurre de karité contribue à élever le revenu par deux canaux principalement. Premièrement pour la productrice prise individuellement. Deuxièmement, pour son organisation en tant que productrice et propriétaire individuellement ou collectivement du produit final et en tant que productrice employée par une organisation ou un privé.

- En tant qu'actrice prise individuellement, (chef d'entreprise) propriétaire du produit fini, la femme peut profiter du gain de son activité. En effet, des entretiens avec les femmes, il ressort que quand on est maître de son activité (production individuelle), le résultat (revenus), même faible est perceptible et concret. Elles affirment que dans ce cas, chaque acteur peut évaluer ce qui lui revient de droit et plus elle peut produire, plus elle s'améliore et s'investi pour gagner plus. Pour illustrer cette conviction des femmes, deux productrices individuelles nous ont confié qu'elles s'occupent depuis plus de dix ans de la scolarisation de leurs enfants grâce à la production de beurre de karité. L'une d'elle va plus loin en affirmant qu'elle n'a commencé à percevoir le fruit de son travail qu'après avoir quitté son groupement pour produire désormais seule et vendre sur le marché local ou parfois à son ex-organisation.

Cependant, les productrices individuelles reconnaissent que pour avoir de bons prix de vente, il faut être membre d'une organisation. Dans la province du Nahouri par exemple, une productrice vend pour cette campagne une assiettée de beurre (3 kg) à 900 F CFA alors que les organisations vendent le kg de beurre à 1000 F CFA. Ce qui représente 3000 F CFA soit trois fois le prix du marché.

Exemple de réussite dans le Houet

Membre d'une organisation de productrices, cette femme travaille dans le beurre de karité depuis plus de vingt ans. Selon elle, il y a à peu près de cela dix ans, elle dépensait tous les bénéfices qu'elle obtenait avant la saison suivante de la production. Chaque année était donc pour elle, un perpétuel recommencement. En l'an 2000, elle a décidé d'alterner son activité de production du beurre avec une autre activité. C'est ainsi qu'avec l'argent du beurre, du moins ce qui reste du bénéfice de son activité, elle achète du riz paddy qu'elle étuve et vend sur le marché local. Ainsi donc, quand le prix des amandes est ou lui paraît élevé, elle se consacre plus à son activité d'étuvage et de vente de riz jusqu'à la prochaine période de récolte de karité ou quand le prix des amandes baisse. Elle constitue alors un stock (achat d'amandes avec les bénéfices de la vente de riz étuvé, et de sa collecte propre). Elle aurait aidé son mari à

- Au plan collectif, les femmes mutualisent les gains. Pour les femmes qui produisent et vendent collectivement, la production est livrée à un acheteur bien déterminé, un marché spécifique et négocié, et les gains sont distribués aux membres soit au prorata de leur contribution (volume de production) ou de manière égalitaire. selon les organisations, les régions et les commandes.
- Dans un troisième cas, les femmes sont considérées comme étant des employées d'une tierce personne (organisation féminine ou entreprise privée). Elles sont payées à la journée où à la tâche. La rémunération journalière varie entre 500 et 1000 F CFA selon l'employeur ou les réalités économiques de la zone.

4.3 La fabrication de savons et de cosmétiques

Des observations faites et des travaux que nous avons réalisés auprès des unités de karité, il ressort que les effets de l'activité de transformation du beurre sont beaucoup plus visibles par rapport aux autres. En effet, aussi bien au niveau des unités individuelles que des associations, les gains annuels dans la fabrication et la commercialisation des produits d'entretien (savon liquide et produits de nettoyage des vitres) et cosmétique à base de karité sont plus significatifs. Il en est de même de la production de produits dérivés si l'on s'en tient aux acteurs interrogés. La transformation du beurre en produits dérivés accroît les revenus et améliore par là même, les conditions de vie des acteurs/actrices. Plusieurs facteurs expliquent cet état de chose :

- L'activité se menant toute l'année, pour peu que l'on s'assure de la disponibilité de la matière première;
- il y a des besoins de base pour ces produits (savon par exemple) même au niveau des villages. Besoins qui peuvent être satisfaits par une offre locale et adaptée aux niveaux de revenus
- En faisant preuve de créativité et d'innovation, il est possible d'améliorer l'offre de produits (formes, parfums, conditionnement, volume de production ...).

Dans une des organisations qui s'adonne à cette activité, les membres soutiennent que mensuellement, la rémunération pour chaque membre varie entre 5000 et 7500 FCFA. Avant la mise en place de cette activité ou unité de production, aucune des femmes n'avaient rien à faire pendant la saison sèche, en dehors des tâches domestiques. Certaines aidaient les productrices de *dolo* (la bière locale) contre une rémunération de 400 à 500 F CFA par jour. Une activité ou une occupation intermittente qui se faisait au plus trois fois par semaine.

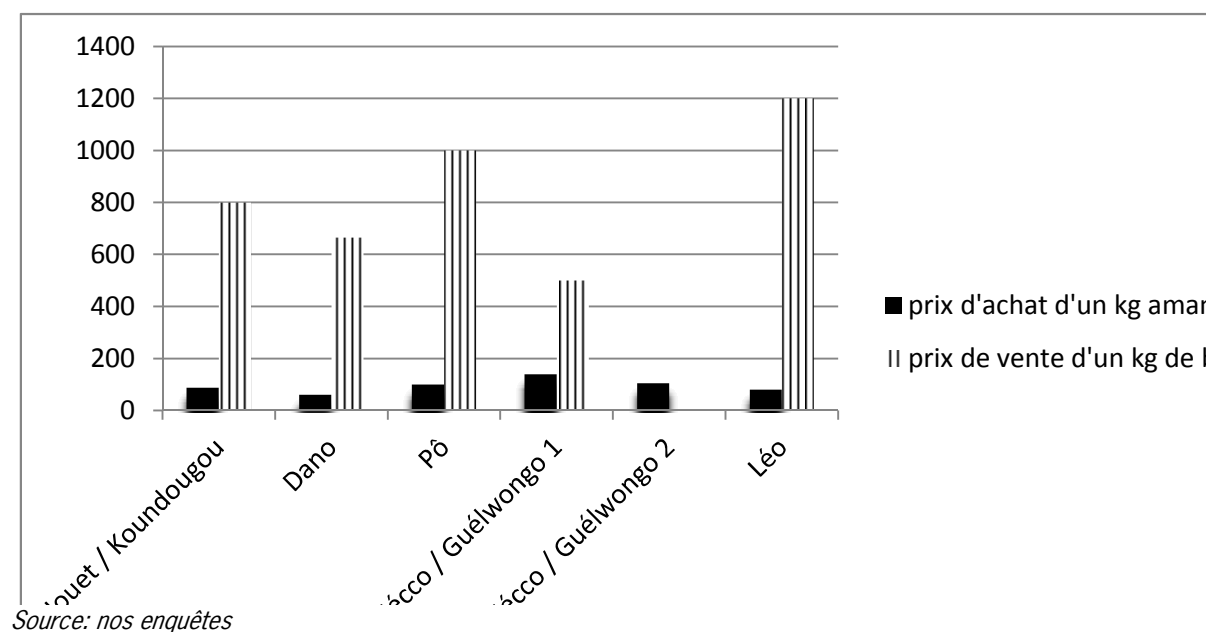
Une autre productrice de savon dans une localité affirme prendre en charge sa famille depuis plus d'une trentaine d'années grâce à son activité. Si elle ne dit pas qu'elle est à l'abri du besoin, comparativement à ses camarades, elle n'hésite pas à reconnaître que tant qu'elle produit, elle arrive à subvenir à ses besoins. Pour preuve, dit-elle : « je fais une marge de 6000 F CFA par jour pour 3 kg de beurre que j'utilise ». Même si son estimation ne prend pas en compte sa main d'œuvre, les marges, il faut le reconnaître sont assez importantes. Pourquoi n'accroît-elle pas sa production ? Elle pense que cela demanderait qu'elle emploie des gens alors que pour elle se serait une source de mésentente, de vol etc. toute chose qui peut mettre en péril son activité.

5 Analyse des prix des produits du karité dans les différentes localités

L'analyse des prix (voir Figure 5) nous indique que les prix des amandes sur les marchés diffèrent d'une province à l'autre et durant la même période :

- Les prix les plus élevés se trouvent dans le Nahouri, notamment au marché de Guélwongo (qui est celui de Zécco) et à Pô. La forte implication des commerçants venant du Ghana est un facteur qui hisse le niveau de la demande, quand on sait que dans cette zone il existe déjà une forte demande des femmes de la localité. Ces femmes sont des productrices de beurre de karité, obligées de s'assurer de la matière première nécessaire à leur travail.
- Le cas de Zécco est particulier car le niveau des prix est si élevé qu'il est difficile aux productrices de beurre de Pô et de Léo de faire une meilleure offre aux collectrices. Il s'agit d'un marché situé dans une région frontalière et tout s'organise entre le village et le Ghana. La loi du marché s'y joue à fond. Les groupements de femmes ont un rôle mineur quand ils existent. Les transactions se font d'individu à individu. Les femmes s'approvisionnent au marché quand leur stock personnel est épuisé.

Figure 5 : Comparaison des prix d'achat et de vente (en F CFA) d'amandes et du beurre entre les localités en septembre 2010



- Avec une densité comparable en peuplement de karité et une proximité d'avec le Ghana et la côte d'Ivoire, les prix des amandes à Dano sont 20 à 25% moins cher. Dans cette localité, il y a moins d'activités de transformation en vue de la commercialisation. Les femmes ici sont plus orientées vers la collecte et la commercialisation des amandes. On peut dire que les groupements de base sont des «organisations» de collectrices. La demande locale pour la production du beurre est très faible lorsqu'on ne tient pas compte de la production pour l'autoconsommation (dont les informations sur l'évaluation n'est pas disponible). Par contre, ce sont les commerçants, collecteurs et grossistes qui sont plus présents sur le marché des amandes. A DANO, seule FADEFSSO propose des prix attractifs aux collectrices en raison de contrat d'achat spécifique avec des entreprises de transformation.

Dans les cas qui sont exposés, on remarque que :

- le niveau des prix des amandes obéit fortement à la loi de l'offre et de la demande. Plus il y a une pression de la demande, plus les prix sont élevés.
- L'existence dans la localité d'une activité de transformation favorise la hausse des prix. C'est-à-dire que plus dans la localité les femmes s'investissent dans la production du beurre pour la commercialisation et plus le prix des amandes à tend à la hausse. Les commerçants et autres collecteurs peuvent acheter des amandes «tout venant» et ont tendance à tirer le prix vers le bas. Il faut dire aussi que pour un commerçant ou un collecteur, la constitution de lots est importante pour justifier et amoindrir les coûts de transport. Il faut une certaine quantité d'amandes pour déplacer un camion de dix tonnes. Pour cela il faut collecter auprès des femmes. Si dans la localité la transformation n'est pas importante, le rapport de force va pencher du côté de l'acheteur. Par contre les transformatrices cherchent une qualité d'amande pour la transformation. Elles peuvent donc consentir un plus. Ainsi la transformation peut jouer en quelque sorte un rôle de «régulateur» des prix ou des pratiques commerciales. Par exemple, dans le Houet (Koundougou), en raison de la demande locale des femmes qui travaillent dans la fabrication du beurre, l'on a été obligé de passer par un intermédiaire pour s'assurer l'approvisionnement en amandes. Ce qui n'est pas le cas dans le loba (DANO) où, malgré une offre importante, la loi du marché ne joue pas en faveur des femmes collectrices et productrices. Aussi, la force et la multitude des autres acheteurs (collecteurs, commerçants, industriels, transformatrices) tirent les prix vers le haut..

Pour ce qui est du beurre, le prix à l'exportation est la résultante d'un contrat passé entre une organisation (comme l'UGPPK – Houet ou l'UGPPK - Sissili) et un acheteur. Ici, le prix est d'avantage fonction de la capacité de négociation des organisations de productrices, et de leur aptitude à répondre à la demande exprimée en termes d'exigence qualité, délais de livraison, etc.

C'est ainsi que par exemple dans la Sissili avec l'UGPPK (structure bien organisée), on constate que les prix de vente sont les plus élevés. Le même constat se fait pour les autres localités (à Pô et à Koundougou) même si la nature du contrat (commerce équitable, FLO et/ou ESR de Ecocert) explique également cet état de fait. Les productrices de beurre de Zécco paient ainsi leur inorganisation dans la commercialisation du beurre.

Cette disparité des situations au niveau des localités montre qu'il est souhaitable pour les femmes, et dans le souci d'influer sur le marché des amandes, de travailler à faire jouer les complémentarités géographiques ou la spécialisation régionale. Ainsi certaines localités comme Dano se spécialiseraient dans la fourniture d'amandes à des localités où les prix sont plus intéressants, et les autres localités plus expérimentées dans la production du beurre y gagneraient.

6 Analyse des chaînes de valeur

6.1 Définition des termes utilisés

Le marché local ici concerne les ventes directes aux consommateurs. Cette vente peut se faire dans les lieux publics (marchés traditionnels), à domicile ou aux commerçants et revendeurs. Ce marché exclu les ventes directes aux organisations de femmes. Nous considérons que c'est l'objectif visé par l'achat, qui donne à l'échange son caractère de marché extérieur ou local.

Toutefois cette question de destination finale peut être nuancée pour ce qui est de la vente aux commerçants. Dans ce cas, aucun accord ne garantit au vendeur un prix. C'est le prix du marché tel que déterminé par l'offre et la demande qui s'applique.

Par contre, on peut aussi considérer que les collectrices qui vendent aux organisations féminines qui produisent du beurre destiné à l'exportation vendent sur un marché extérieur en ce sens qu'elles bénéficient de «prix bonifiés».

De même les collectrices de Zécco qui vendent sur le marché de Guélwongo où les prix sont fortement influencés par les commerçants Ghanéens peuvent être classées dans cette catégorie. Par contre, les productrices qui vont sur les marchés des villes ou des localités avec leurs produits (amandes ou beurre de karité ou savons et autres produits dérivés) ont des prix différents et généralement plus bas.

Notre analyse porte sur trois maillons :

- La collecte et la vente des amandes sur le marché traditionnel et la vente aux autres acteurs de la filière (exportateurs, organisations de productrices).
- La production et la vente du beurre sur les marchés traditionnels de consommation finale, les marchés professionnels de la fabrication du beurre de karité et ceux des fabricants de produits dérivés,
- La fabrication de produits d'entretien et de produits cosmétiques à base de beurre de karité. Produits destinés au marché local, national et à l'exportation.

6.2 Les prix et les marges de la collecte à la transformation

6.2.1 La collecte d'amandes

Pour la présente analyse nous avons choisi de nous appuyer sur les résultats obtenus à Dano et à Zécco parce que dans ces localités on trouve des femmes dont l'activité dans le karité se limite à la collecte. Elles peuvent produire du beurre mais c'est pour la consommation familiale et non pour la vente.

6.2.1.1 Les collectrices et le marché des amandes

Les collectrices vendent généralement sur des marchés locaux (marchés traditionnels à l'étalage) et en vrac. Leur activité s'apparente surtout à une production de ponction (passagère) et ne s'inscrit pas en tant que telle, à en juger par leurs dires, dans une logique économique de long terme. C'est ce qui expliquerait l'absence d'organisations spontanées des collectrices d'amandes. Cette absence d'organisation ou d'une action organisée sur l'offre, peut expliquer en partie la faiblesse des prix des amandes dans certaines localités.

Toutefois la volatilité des prix (matérialisée par les flèches pleines sur la Figure 6) sur le marché des amandes est due surtout aux saisons. La récolte du karité, et par là des amandes, est fortement liée aux aléas des saisons et notamment au cycle saisonnier de trois ans. Une bonne production est généralement suivie par une moyenne saison, puis une mauvaise saison avant de reprendre par une bonne saison (Ouédraogo Souleymane, oct. 1997)⁶.

Toutes les valeurs qui sont sur Figure 6 sont des marges moyennes par kg, résultant des transactions entre les acteurs ou entre acteurs et consommateurs. Les montants sont en F CFA. Le premier chiffre, lorsqu'il y en a deux, représente la marge moyenne en période de prix bas, alors que le second, fait référence aux périodes où les prix des amandes sont élevés. Les marges pour les amandes ont été ramenées au kg de beurre, c'est-à-dire à 3 kg d'amandes. Par exemple, le chiffre 78/365 signifie que lorsqu'on considère 3 kg d'amandes, la marge moyenne en période où le prix est moins élevé, est de 78 FCFA or en période de hausse de prix, cette marge sur les 3 kg d'amandes peut atteindre 365 F CFA.

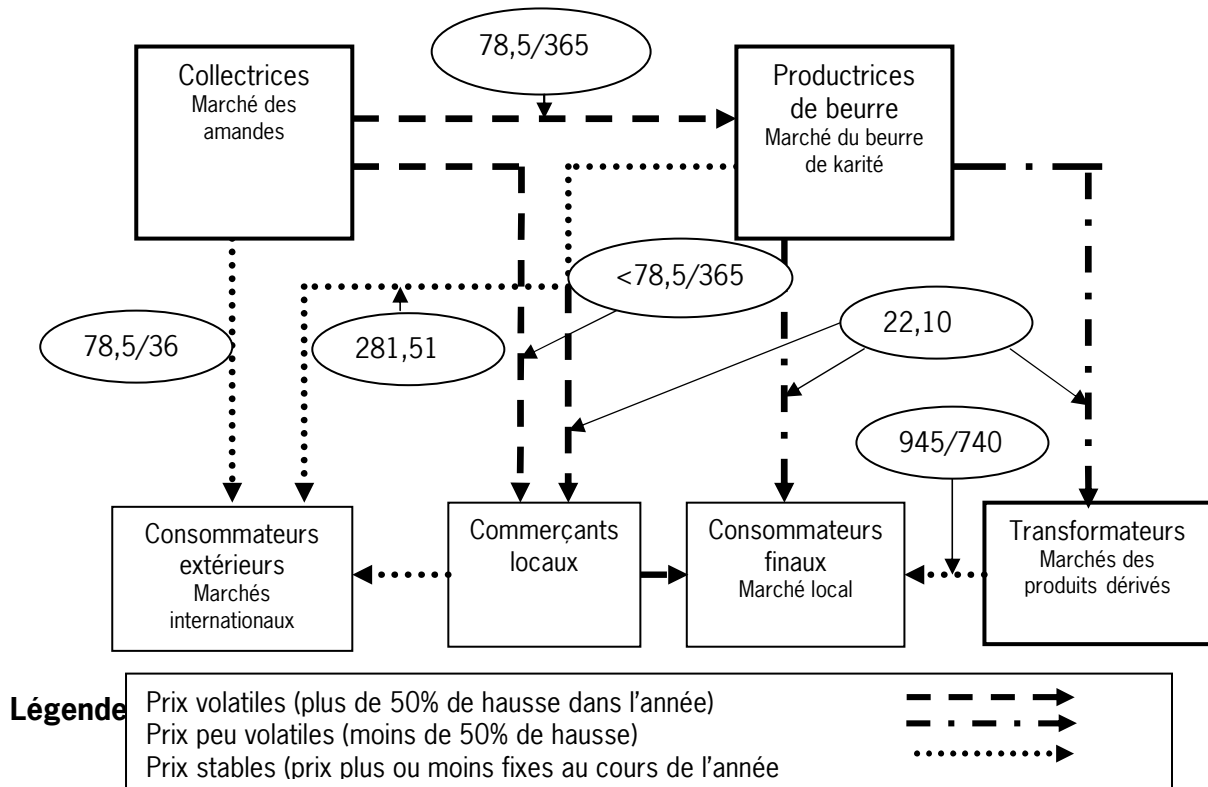
Avec l'existence d'accords avec les organisations de productrices de beurre de karité, les marges dans ces cas sont constantes (en moyenne de 78 F CFA). Cette marge est significative pour les collectrices en périodes de prix bas car le marché offre moins à ce moment. Ce que nous avons représenté par le signe «marge <78 ».

En absence d'accord sur le marché, les prix augmentent au fur et à mesure qu'on s'éloigne de la période de collecte et les marges des collectrices dans ce cas augmentent de façon considérable (sous l'hypothèse qu'elles ont pu conserver leurs amandes au-delà de janvier). Dans ce cas, et sur la base des prix du marché, les marges atteignent 365 F CFA pour les 3 kg. Cette dernière valeur donne une idée de la perte éventuelle en cas de contrat entre les collectrices et les autres acteurs lorsqu'elles peuvent conserver leurs amandes.

Lorsqu'il n'y a qu'une valeur, cela signifie que cette marge est celle qui est réalisée (cas de contrat) quel que soit les prix des amandes. Par contre, cette marge maximale est susceptible de baisser si les prix des amandes augmentent. Par exemple, lorsque le beurre est vendu sur le marché local, les marges moyennes en septembre 2010 par kg sont de 22,10 F CFA. Cette marge baisse lorsque les prix des amandes augmentent et dans certains cas elle peut être négative.

⁶ Analyse des contraintes à l'amélioration de la qualité des noix de karité

Figure 6 : Chaînes de valeur dans la filière karité (collectrices, productrices de beurre et producteurs de produits dérivés)⁷



Remarques :

1er chiffre = marge actuelle au kg pour le beurre et 3 kg pour les amandes⁸ (prix bas d'amandes)
 2^{ème} chiffre = marge si les prix d'amandes augmentent

Source : les auteurs

6.2.1.2 Les prix et les marges des acteurs

Les prix varient donc d'une année à l'autre mais également au cours de l'année du simple au triple selon la saison (forte production ou faible production). De ce fait, les marges des collectrices fluctuent aussi selon les périodes de l'année et également d'une année à l'autre. Nous considérons deux périodes de l'année pour illustrer notre propos :

- la période d'enquête qui est le mois de septembre (prix bas) ;
- et à partir du mois de janvier, période de prix élevés.

L'année 2010 est considérée par les collectrices comme étant une année de production moyenne. Par ailleurs, nos enquêtes s'étant déroulées au cours du mois de septembre, (période juste après la fin de la collecte) les prix sont assez bas. Voir tableau 7 ci-dessous pour les différents prix. Ils varient de 60 F CFA le kg sur le marché local de Dano à 105 voire 140 FCFA sur le marché de Guelwongo considéré comme un marché «extérieur». A Dano, à partir du mois de janvier le prix de vente atteint 400 F CFA alors qu'à Guélwongo il peut se situer au-delà de 700 F CFA.

⁷ Le principe d'anonymat qui nous est imposé ne permet pas de faire une figure par structure

⁸ Il faut 3 kg d'amandes pour produire 1 kg de beurre de karité

Pour ce qui est des marges, le tableau ci-dessous montre leur évolution au niveau de la collecte, sous l'hypothèse que les autres coûts restent fixes. En fait, les coûts qui pourraient varier seraient le coût d'entretien, et le coût de la main d'œuvre évaluée en tenant compte des coûts d'opportunité. On sait aussi qu'à ce stade, (au niveau des femmes) il n'y a pas de traitement (pas de produits d'entretiens) spécifique pour la conservation des amandes. L'intensité de la main d'œuvre peut s'amenuiser au fur et à mesure qu'on s'éloigne de la saison des pluies, car les activités diminuent progressivement se raréfient et s'estompent. Ainsi le coût d'opportunité de la main d'œuvre tendrait à baisser. Notre hypothèse serait donc assez proche de la réalité.

Tableau 7 : Marge et prix de vente pour un kg d'amandes collectées selon les périodes (voir annexe pour les éléments de coûts)

Localités	Période	Marge / kg en F CFA			
Dano	Septembre	31	44	17	11
	Janvier	106	119	92	86
Zécco	Septembre	27	27		
	Janvier	160	167		

Source : nos enquêtes

Remarque : Les valeurs contenues dans le tableau sont des marges par collectrice. A Dano nous avons interrogé quatre collectrices alors qu'à Zécco, on en a eu que deux.

Ce tableau montre aussi des prix de vente plus élevés à Zécco en septembre qu'à Dano mais ceci ne veut pas forcément dire que les marges sont aussi plus élevés !

Il apparaît donc que plus on s'éloigne de la période de récolte, plus les marges de la vente des amandes augmentent. La marge au kg passerait ainsi de 27 à 160 F CFA selon que les ventes se font en septembre ou en janvier à Zécco et de 25,75 à 100,5 F CFA pour Dano.

En moyenne pour les deux localités, les marges varient de 78,5 FCFA pour 3 kg d'amandes⁹ à 365 FCFA. Les marges sur les marchés sont nettement inférieures dans le mois de septembre aux marges lorsque les prix des amandes sont élevés.

En période de hausse de prix, les marges sur les marchés locaux équivalent au moins aux marges sur les marchés extérieurs dans la mesure où ces derniers prix qui sont négociés restent figés toute l'année ou varient très peu du fait des contrats entre acheteurs et vendeurs.

6.2.2 La production de beurre de karité

6.2.2.1 Les productrices et le marché du beurre de karité

Il existe sur les marchés trois types d'acteurs qui donnent une orientation sur le marché : les acteurs pour les marchés à l'exportation, les consommateurs directs y compris les commerçants et enfin les transformateurs du beurre en produits dérivés (le savon surtout).

Les consommateurs finaux s'approvisionnent surtout sur les marchés locaux du beurre. Les prix sur ces marchés sont relativement bas par rapport à ceux du marché à l'exportation où les prix font l'objet d'une négociation. Il est vrai que la qualité du beurre diffère du marché local au marché extérieur, mais elle n'explique pas à elle seule les différences de prix. En effet des produits de

⁹ Nécessaires pour produire un kg de beurre

localités comme Pô, Tiébélé, etc proposent des produits sur les marchés locaux qui sont parfois directement envoyés à l'extérieur comme produits conventionnels en l'état. Les prix élevés tiennent surtout aux contrats et dans une certaine mesure aux créneaux de marché tels que les marchés biologiques et commerce équitable.

Le marché à l'exportation du beurre de karité est dominé par les organisations féminines qui proposent plusieurs types de beurre : beurre biologique, beurre conventionnel et beurre commerce équitable¹⁰.

6.2.2.2 Les prix et les marges des acteurs

Le mode et les processus de production ont une incidence dans la formation des coûts de revient et donc sur les marges et les prix. Les processus de production diffèrent selon qu'il s'agit d'une production collective ou d'une production individuelle (processus conduit par un individu avec ou sans l'aide de 2 personnes au plus). Une comparaison entre les marges des femmes productrices individuelles et celles qui produisent en groupe (collectivement) avec prise en compte des prix de vente aux organisations dans les localités, montre que la première approche est plus intéressante. En effet, la marge moyenne est de 260 F CFA par kg (au mois de septembre) pour les productrices individuelles contre 275 F CFA pour les productions collectives.

Il est à remarquer qu'en dehors des prix pratiqués par les organisations de productrices, les prix du marché sont assez faibles. Pour le marché d'exportation, et selon que le beurre est biologique, commerce équitable ou conventionnel, le prix et le coût de revient ne sont pas les mêmes. Toutefois, les prix sur les marchés à l'exportation sont plus ou moins fixes au cours de l'année quel que soit la nature du beurre. La Figure 6 montre que les marges sur le marché à l'exportation sont plus intéressantes par rapport à celles sur le marché local. Les marges sont de 281,51 F CFA (pour un coût de revient moyen de 523 FCFA) en moyenne sur le marché à l'exportation contre seulement 22,10 F CFA (pour un coût de revient moyen de 417 F CFA) en moyenne pour un kg de beurre conventionnel vendu en septembre.

Pour le beurre biologique, les chiffres dont nous disposons font état de 212 F CFA de marge bénéficiaire en 2010 pour un coût de 1 410 F CFA. Calcul incluant les coûts de certification de 1 410 FCFA (source : nos calculs auprès d'une organisation du Kadiogo).

6.2.3 La fabrication de produits dérivés à base de beurre de karité

La fabrication de produits dérivés comme le savon, les crèmes, les pommades, et le shampoing semble être plus rentable ou plus bénéfique en comparaison aux autres activités de la filière. Les gains moyens mensuels des unités sont assez importants : de plus de 589.000 FCFA pour l'unité de production individuelle à 112.565 FCFA pour les productions de groupe

Pour faciliter les comparaisons nous avons ramené les marges au niveau d'un kg de beurre utilisé dans le processus de production. Ainsi les marges qui sont dans la figure 3 sont une moyenne des marges par kg de beurre utilisé. Cette moyenne a été calculée avec les données d'une association ayant une unité de production et celles d'une productrice traditionnelle. A noter que dans ce dernier cas, il ne nous a pas été possible de suivre le processus, comme dans les cas de production du beurre, et d'évaluer par nous-mêmes et avec précision la quantité de beurre utilisée dans l'unité individuelle.

Il ressort ainsi du graphique que dans les périodes où le prix du beurre est au plus bas, les marges moyennes sont de 945 F CFA, et lorsque le prix du beurre est au plus haut, les marges moyennes descendent à 740 F CFA. Les transformateurs subissent donc la hausse des prix du

¹⁰ FLO, Fairtrade Labelling Organisations ou ESR, Équitable Solidaire et Responsable, de ECOCERT

beurre qu'ils ne peuvent malheureusement répercuter sur le prix de vente de leurs produits. Dans le cas des productrices des produits dérivés à base de beurre de karité, la réduction de la marge est plus importante car les prix des produits sont fixés pour plusieurs « années » et ne peuvent donc se modifier parce que les prix des amandes et donc du beurre de karité augmentent. Ainsi, plus on s'éloigne de la période de collecte des amandes et plus on assiste à une amélioration de la situation des collectrices qui sont en mesure de conserver leurs amandes (avoir du stock) alors que la situation des productrices de beurre et de produits dérivés pourrait se dégrader.

En considérant les trois activités (de collecte, de fabrication de beurre, et la fabrication des produits dérivés), on constate que plus on s'éloigne de la période de ramassage, plus la production de beurre devient moins rentable : le prix des amandes, en ce moment, augmente d'au moins 100% alors que celui du beurre n'augmente en moyenne que de 50% (de 1.350 à 2.000 FCFA l'assiettée de 3 kg) soit une hausse de 48,88% si l'on ne tient pas compte des pertes de stockage des amandes. Cette situation renchérit les coûts de production et par là même engendre une érosion plus ou moins importante (selon les localités) des marges tant chez les productrices de beurre de karité que chez les fabricants de produits dérivés. Les productrices de beurre arrivent à répercuter une partie de la hausse des prix des amandes sur le prix du beurre. Ce n'est pas le cas pour les dérivés à base de beurre de karité ; ici, la réduction de la marge est importante en raison du fait que les prix de vente des produits dérivés sont plus ou moins figés et les produits plus exposés à la concurrence des produits importés ou des grandes industries locales (cosmétique et entretien). Les prix des produits sont fixés pour une période plus longue et ne peuvent pas être modifiés parce que les prix des amandes et donc du beurre de karité augmentent. Quand le prix des amandes augmente fortement, on assiste à une amélioration de la situation des collectrices qui sont en mesure de conserver leurs amandes (garder du stock) alors que la situation des productrices de beurre et de produits dérivés se dégradent.

7 Principales conclusions

7.1 Le rôle social des organisations

Les organisations de femmes, au-delà de leur caractère économique impactent la vie sociale des femmes et cela peut aussi participer à la lutte contre la pauvreté. A ce sujet les femmes citent deux rôles majeurs :

- **Les organisations comme centre de formation et d'information.** Les regroupements pour la production ont permis aux femmes des différentes localités (qu'elles soient de la même localité ou pas, des mêmes origines ethniques ou pas, ...) d'apprendre par l'expérience des unes et des autres et de se former à des techniques de ramassage, de conservation, de traitement et de production de beurre. Si aujourd'hui il est permis d'envisager une certaine harmonisation de la qualité des amandes et du beurre de karité sur le territoire national, c'est certes grâce aux formations et aux échanges formels ou informels autour des activités du karité. Par ailleurs, les regroupements autour de la production ont également permis de mettre en œuvre plus aisément les premières activités d'alphabétisation au profit des femmes. L'alphabétisation permet aux femmes d'être plus productives, de s'informer, d'assurer la gestion (calculs) de leurs activités, de prendre des notes pour ne pas oublier. De ce point de vue, la lutte contre la pauvreté passe selon elles par l'amélioration des connaissances et la capacité de savoir lire et écrire.
- **Les organisations comme ciment social dans le monde rural.** Aujourd'hui la conduite des activités du karité (la production de beurre) est à la base de l'existence de la plupart des organisations féminines aussi bien en milieu rural que dans les zones urbaines. A l'origine, certaines organisations n'ont pas été créées pour travailler dans le karité. Elles y sont actives aujourd'hui, et même que des groupements sont venus au travail du karité en prenant pour exemple les structures déjà existantes. Il y a eu des formes supérieures de regroupements qui ont été mises en place et qui facilitent la collaboration villes/campagnes. Cela n'enlève rien au fait qu'il y a encore d'énormes problèmes de gouvernance, de gestion et de management des structures, de conflits d'intérêts. Ces organisations constituent des canaux de sensibilisation, d'information et de formation, de contacts sociaux. Grâce à ces regroupements (formels ou non), certaines femmes arrivent à dominer leurs propres difficultés familiales en acquérant de nouvelles idées ou simplement par la possibilité de sortir de leurs «carcans» pour réfléchir dans un cadre plus convivial.

7.2 Vers une redéfinition du rôle des organisations féminines comme unité crédible de développement économique et social

Depuis 1995, les organisations faitières dans la filière karité se sont succédées au gré des ONG initiatrices qui ont «vendu» ces idées. De la FeNaO à la TFK, il y a eu et il y a encore plusieurs tentatives, des initiatives tendant à structurer les associations féminines en changeant de noms au besoin, en faisant varier les membres, les objectifs selon l'environnement des ONG¹¹. Et ceci s'est fait sans que de nouveaux leaders n'apparaissent. Les responsables sont les mêmes depuis plus d'une quinzaine d'années au niveau des organisations aussi bien féminines, que mixtes. Cette invariabilité des leaders donnent l'impression d'une absence de démocratie ou d'une faible

¹¹ voir Sicarex, 2010. 'Historique de la filière et des services offerts par les partenaires techniques et financiers aux acteurs'.

implication des femmes, qui pourtant acceptent et reconnaissent l'intérêt pour elles de parvenir à prendre la direction de la filière en vue de lutter contre la pauvreté.

Néanmoins, les éléments ci-dessus montrent clairement qu'il y a un intérêt dans les activités du karité tant au plan économique que social et à l'échelle individuelle surtout. Le problème est que peut être les formes d'organisations actuelles ne permettent pas aux femmes de s'exprimer à tout point de vue. Cette situation est confirmée par les différentes évaluations qui montrent la quasi absence au niveau des organisations féminines d'une gestion démocratique et transparente qui serait matérialisée par la présence de comptes rendus et de bilans des activités aux membres.

Il se pose alors la question aujourd'hui de la crédibilité des organisations comme unité de développement économique des femmes en général et celles en milieu rurale en particulier. Cette question est d'autant plus importante que certains constats incitent à la réflexion. Car :

- Premièrement, il y a plusieurs organisations qui se sont outillées pour capter les rentes versées par les ONG. Elles sont organisées dans ce sens pour faire bonne figure dans des circonstances précises : visite d'un bailleur, opportunité d'un financement ou d'un don de matériel (même s'il ne va pas servir à la production), visite d'un homme politique,...
- En second lieu, des cas de détournements de la production des femmes par leur organisation ou à travers leur organisation sont relatés par les membres. Certaines responsables d'organisations ne peuvent plus circuler librement dans toutes les provinces pour ces raisons. Dans d'autres cas se sont des retenus sur les prix, c'est-à-dire que la totalité des prix qui devraient être payée aux productrices n'est pas payée ;
- Pour certaines femmes, il y a des organisations qui sont aujourd'hui le socle de l'assise politique de certains leaders. Et de ce point de vue les membres à la base ont du mal à comprendre, même s'ils suivent, les objectifs poursuivis par leur organisation.

On pourrait citer indéfiniment les raisons des inquiétudes et les griefs faits aux organisations féminines. Est-ce pour autant que les organisations féminines n'ont plus de rôles à jouer ? Ou pour poser la question autrement, pourquoi les femmes (membres) continuent de militer s'il y a tant de problèmes ? Ou encore pourquoi travaillent – elles toujours dans le karité « s'il n'y a rien dedans » selon leurs propres termes ?

Un début de réponse peut être envisagé en se focalisant sur la nature même de ces organisations. En principe elles ont pour rôle la sensibilisation, l'information et la formation. En leur conférant aussi un rôle économique, il va s'en dire qu'il y aura en leur sein des luttes d'intérêt et de pouvoir. Il y a des enjeux dans le karité (enjeux financiers notamment). Le karité peut procurer des revenus intéressants aux femmes pour subvenir à leurs besoins :

- Les gains sont fonction de la capacité de travail de chaque femme. Si les marges au kg sont importantes au niveau du ramassage par exemple, pour qu'une femme puisse en tirer le maximum il faut qu'elle soit en mesure d'accroître l'activité (plus elle a d'amandes plus elle augmente ses gains). Il en est de même pour le beurre ou les produits dérivés.
- Le rôle des organisations de femmes est-il de mutualiser les services (mise à disposition de matériel de production par exemple) ou de mutualiser les gains ? Dans le premier cas, on l'a vu à Koundougou, chaque femme s'investi entièrement et accepte d'aider les autres. Dans le second cas, il y a des conflits d'intérêt quand on veut partager les gains. Les gains sont plus faibles et ce que chacune peut recevoir est fonction du volume de l'activité. On a rencontré des femmes qui estimaient nécessaire de quitter leur structure pour mieux profiter et organiser leurs activités. Les membres, qui pour la plupart du temps sont des analphabètes, sont convaincus du bien-fondé de leurs organisations et sur ce point les faits semblent les

conforter dans cette vision. Toutefois cet intérêt manifeste des membres n'est que partiellement ou jamais atteint car les responsables des organisations généralement changent leurs objectifs à l'insu des membres et à leur détriment. Même dans ce cas, la peur de perdre le peu de gain qu'elles ont empêché les membres de s'en aller. En fait, il leur apparaît que le coût d'opportunité de leur départ en terme de gain espéré est plus incertain comparativement aux acquis dans l'organisation. Et là aussi elles ont raison. Mutualiser les services économiques peut aussi s'entendre : s'organiser pour constituer un rapport de force sur le marché des amandes par exemple, s'organiser pour évoluer vers une spécialisation régionale ou d'activités en fonction des avantages comparatifs, renforcer la capacité de négociation des organisations vis-à-vis du marché à l'exportation, etc.

7.3 Promouvoir l'entrepreneuriat en milieu rural

La conjonction de plusieurs facteurs et la mise en œuvre des politiques de lutte contre la pauvreté ont contribué au développement des initiatives en faveur de l'emploi et de l'accroissement des revenus en milieu rural. Ainsi on a assisté, sous l'action des projets, programmes et ONG à la naissance d'entités économiques dans la production, la transformation et la commercialisation de produits dans diverses filières agricoles jugées porteuses. Ces activités se sont développées dans des cadres associatifs et communautaires avec une forte orientation sociale. Au départ, ces entités économiques n'ont pas été conçues comme des entreprises. De ce point de vue, l'esprit d'assistance a prévalu. Certaines unités ont été mises en place avec d'importants moyens, mais sans études préalables, sans connaissance de l'environnement et de la dynamique des marchés, et sans prise en compte de la nécessaire rentabilité. Aujourd'hui, il est clair que pour contribuer efficacement à la lutte contre la pauvreté, il faut promouvoir des initiatives de type entrepreneurial. L'esprit d'entreprise doit prévaloir sur les attitudes qui consistent à attendre de l'aide. On voit aussi de plus en plus que les programmes, projets et ONG, s'orientent dans cette logique en cherchant plus à accompagner, et à orienter (à la SNV, on parle de trajets de conseil). Comment arriver à développer et consolider cette nouvelle approche dans un environnement habitué pendant longtemps à être assisté, où la création d'une association s'apparente plus à chercher à profiter de la « manne des aides » plutôt que d'aider les acteurs à développer leur activité entrepreneuriale ? Les formes d'organisation actuelle des acteurs permettront-elles de promouvoir cet esprit d'entreprise ?

ANNEXE 1 : Provinces et organisations concernées par l'étude

Province	Département / Commune	Désignation	Activités	Système de production	Espace	l'expérience en production et commercialisation du beurre	la nature du beurre produit
HOUET	Koundoungou	Koundoungou	Production	artisanal	rural	oui vers marché local	Conventionnel
SISSILI	Léo	UGPPK	Production	Industriel / semi-industriel	Urbain	Oui	Conventionnel, Biologique
NAHOURI	Zécco		Ramassage		Rural		
			Production	Artisanal	rural	non	conventionnel
KADIOGO	Ouagadougou		Production	Artisanal / semi-industriel	Urbain	oui	Conventionnel / biologique
IOBA	Dano	Orunkua	Ramassage		Rural		

ANNEXE 2 : Coût et prix de revient des amandes

⇒ Zone de Koundougou

	collecte 1 (5 associations)	collecte 2 (15 associations)
Coût de revient kg amandes	83	50
Marge nette kg d'amandes	-13	20

⇒ Zone de Dano

	Collectrice 1 (75 kg)	Collectrice 2 (100 kg)	Collectrice 3 (130 kg)	Collectrice 4 (60kg)
Coût de revient	54	41	68	74
marge nette	31	44	17	11
Proportion marge nette/coût de revient en %	58%	106%	25%	15%

⇒ Village de Zécco

	Collectrice 1 (10 kg)	Collectrice 2 (13 kg)
Coût de revient kg amandes	114	113
marge nette en septembre	27	27
Prix de vente en septembre	141	140
Proportion marge nette/coût de revient en % (septembre)	24%	24%
Prix de vente en janvier	160	167

ANNEXE 3 : Coût et prix de revient du beurre de Karité

⇒ Zone de Koundougou

	Production collective 1 (85 kg)	Production collective 2 (73)	Production collective 3 (18kg)	production individuelle 1 (44kg)
Coût de revient kg de beurre	557	480	603	349
Marge nette	220	303	123	366
Prix de Vente	777	783	726	715
Proportion marge nette/coût de revient en %	39%	63%	20%	105%

⇒ Zone de la Sissili

	Productrice 1	Productrice 2	Productrice 3
Coût de revient kg beurre	522	420	405
Marge nette	143	167	747
Prix de Vente	665	587	1152
Proportion marge nette/coût de revient en %	27%	40%	184%

⇒ Village de Zécco

	production collective 1 (54 kg)	production collective 2 (75° kg)	production collective 3 (75 kg)	production individuelle 4 (63 kg)
Coût de revient kg beurre	419	524	503	415
marge nette	81	-24	-3	85
Prix de Vente	500	500	500	500
Proportion marge nette/coût de revient en %	19%	-5%	-1%	20%

⇒ Zone de Pô

	Productrice collective 1 (25 kg)	Production collective 2 (15kg)	Individuelle (30 Kg)
Coût de revient kg de beurre	737	461	293
marge nette	263	540	7
Prix de vente			
Proportion marge nette/coût de revient en %	36%	117%	2%