

**RAPPORT DE
L'ÉTUDE DE MARCHÉ**

*Du projet d'appui à la production et à la commercialisation du beurre
de karité de la Coopérative des productrices de Zantièbougou*

Mars 2007

1 – PRESENTATION

Introduction

Les projets de développement initiés à la base indépendamment de leur enseigne sont un vecteur incontestable de l'essor économique et social au Mali. Les bonnes initiatives ne manquent pas dans le pays malgré le faible taux d'alphabétisation.

Toutefois les ressources financières et techniques sont très limitées. Cette situation est particulièrement accentuée en milieu rural et surtout dans la couche féminine. Pourtant, cette situation peut positivement évoluer grâce au dynamisme de celle – ci, à leur engagement et la disponibilité de ressources naturelles séculairement exploitées. Parmi ces ressources nous pouvons citer les produits de cueillette comme le pain de singe, le néré, le karité, ... qui sont utilisés depuis la nuit des temps. Le développement des cités et l'évolution technique ont rendu possible l'exploitation semi-industrielle et industrielle de ces produits longuement et très largement utilisés traditionnellement. Pour résoudre, l'épineux problème de la création d'activité génératrice de revenu pour les femmes surtout en milieu rural, durement frappées par la pauvreté, des petites unités de transformations et de commercialisations sont mises en place par celles-ci ou par des partenaires.

Ainsi, la Coopérative des Productrices de Beurre de Karité de la Commune de Zantiébougou est l'une de celles-ci.

1.1 - Les promotrices

" La Coopérative des Productrices de Beurre de Karité de la Commune de Zantiébougou " est une Société coopérative des femmes de la Commune rurale de Zantiébougou située à 25 km de la ville de Bougouni dans la région de Sikasso au Mali.

Le siège social est fixé à **Zantiébougou**.

"CPBK/c-Z ou COPROKAZAN" sigle de la Coopérative a été officiellement créée le 22 février 2005. les statuts ont été enregistrés auprès du greffe du tribunal de première instance de Bougouni sous le **numéro 532**. Elle est inscrite sous le **numéro 748 /SDSES Bougouni du répertoire des sociétés coopératives.**

Les organes de décision de "*COPROKAZAN*" sont l'assemblée Générale des membres, le Conseil d'administration, les comités de production, de vente, de surveillance et de formation.

L'Assemblée Générale est l'instance supérieure de décision de la Coopérative. Elle se réunit en session ordinaire sur convocation du Conseil d'administration ou de la majorité absolue des membres de la Coopérative.

Les décisions de *l'Assemblée* sont prises à la majorité absolue des membres.

L'Assemblée Générale se réunit au moins une (1) fois par an en session ordinaire.

Cette session ordinaire concerne les décisions collectives ordinaires des membres. Elles sont celles qui ont pour but de statuer sur les états financiers de synthèse de l'exercice écoulé, d'autoriser le Conseil d'administration à effectuer des opérations subordonnées dans les statuts à l'accord préalable des membres, de procéder à la nomination ou remplacement des membres des autres organes de décision, d'approuver les conventions intervenues entre la Coopérative et les partenaires ou membres et, plus généralement, de statuer sur toutes les questions qui n'entraînent pas de modification de statuts.

L'Assemblée Générale peut se réunir en session extraordinaire pour des décisions collectives extraordinaires, sur convocation des 2/3 des membres ou par le Conseil d'administration. Sont qualifiées d'extraordinaires les décisions des membres portant agrément de nouveaux membres ou modification des statuts, sous réserve des exceptions prévues par la loi des Sociétés coopérative. Les décisions ne sont valablement prises que si elles sont adoptées :

- a) à l'unanimité, s'il s'agit de changer la nationalité de la Coopérative, d'augmenter les engagements des membres ou de transformer la Coopérative en société en nom collectif ou de transférer le siège dans un Etat autre qu'un Etat-partie,
- b) à la majorité en nombre des membres représentant au moins les 2/3, s'il s'agit d'admettre de nouveaux membres,
- c) par les 2/3 des membres pour toutes les autres décisions extraordinaires.

L'Assemblée Générale nomme les membres du Conseil d'administration.

Le Conseil d'administration est l'instance d'exécution des décisions de l'Assemblée Générale. Elle est nommée pour une période de 4 années renouvelables.

Le Conseil d'administration est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la Coopérative, sous réserve des pouvoirs que la loi des Sociétés Coopérative lui attribue expressément.

Les membres du Conseil d'administrations sont :

Tableau 1 : liste des membres du Conseil d'Administration

Prénoms	NOMS	Poste occupé	Village
Mah	KONÉ	Présidente	Sirakoro
Mariatou	KONÉ	Vice-Présidente	Sola
Safiatou	KONÉ	Secrétaire Administrative	Zantiébougou
Mamou	KONÉ	Secrétaire Administrative Adjointe	Mkoloni
Mariam	MARIKO	Trésorière	Mamissa
Djinèssira	MARIKO	Trésorière	Ouré
Fatoumata	KONÉ	Secrétaire à l'Organisation	Sidio

Comité de surveillance

Prénoms	NOMS	Poste occupé	Village
Minata	KOUMARÉ	Présidente	Ouré
Adiara	MARIKO	Membre	Kouri
Fanta	DOUMBIA	Membre	Fadiè

La Coopérative est sans capital comme toutes les Sociétés coopératives. Cependant, elle dispose d'un terrain d'un hectare sur lequel sont construits six bâtiments qui servent de salle des machines, de purification et de vente, d'emmagasinage, de bureau et chambres de séjour pour le gardien et les visiteurs. Elle dispose aussi d'un forage équipé d'un système de distribution d'eau et d'aire de séchage. Elle a hérité de ces bâtiments et installations de l'Union des Groupements Féminins de Zantiébougou (UGFZ). L'Union regroupait 15 villages de l'arrondissement de

Zantiébougou. Elle a bénéficié d'une subvention d'investissement et de roulement de 145 millions de FCFA de ADF en 1999. Ce qui lui a permis de construire les infrastructures existantes et de commencer ses activités de production de commercialisation et de formation de l'union des groupements de femmes de Zantiébougou.

Cependant, toutes les femmes mariées devenaient automatiquement membres de l'UGFZ.

Quelques années après sa création, l'UGFZ a connu des problèmes de fonctionnement. Un diagnostic organisationnel conduit par un Coopérant volontaire international a conduit à la création de la Coopérative des Productrices de beurre de Karité de la commune de Zantiébougou « **COPROKAZAN** » dont l'adhésion est libre et volontaire. Ce diagnostic a été conduit dans le cadre du partenariat entre l'Association Malienne pour la Promotion des Jeunes (AMPJ) et le Carrefour Canadien International (CCI).

« **COPROKAZAN** » compte actuellement **242 membres** repartis entre 17 villages.

tableau : *nombre de membres par village*

N°	VILLAGES	NOMBRE DE MEMBRE
1.	Bougoula	2
2.	Fadié	23
3.	Fala	10
4.	Falaba	13
5.	Kimi	7
6.	Kouri	34
7.	Mamissa	13
8.	M. Koloni	21
9.	N'golokouna	1
10.	Niagalé	4
11.	Ouré	16
12.	Sidio	6
13.	Sirakoro	12
14.	Sola	20
15.	Sorona	6
16.	Toumou	2
17.	Zantiébougou	52
	Total	242

1.2. – Nature

1.2.1. - Le projet

Le projet de la "COPROKAZAN" consiste en la production et la commercialisation du beurre de karité.

"COPROKAZAN" est la continuité de l'UGFZ créée en 1997 par les femmes de 15 villages de l'arrondissement de Zantiébougou. A l'Union adhéraient les tons villageois. Ainsi, elle comptait **2 250 membres** dont 15 hommes (un homme par village). L'UGFZ a connu des difficultés de fonctionnement ces dernières années. Celles-ci se situaient d'une part au niveau de son appropriation par ses membres et d'autre part la qualité de ses produits. En effet, les femmes ne se reconnaissaient pas comme propriétaire de l'Union qui n'employait que quatre (4) femmes sur

les 2 250 membres. D'autre part le manque d'homogénéité de la qualité du beurre acheté auprès des membres a aussi été un problème important de *PUGFZ*.

Cependant, la détermination d'une partie des membres et leur conviction des potentialités de l'Union à résoudre les difficultés auxquelles elles sont confrontées sur la base de l'existant les ont amenés à solliciter un diagnostic auprès d'un de leurs partenaires.

Ce travail a abouti sur la mutation de l'Union vers la Coopérative dont les membres adhèrent librement (sans systématisation de l'adhésion avec comme seule base l'appartenance à l'un des tons villageois de l'Union comme par le passé).

La mise en place de la Coopérative a permis la responsabilisation de ses membres. Après une série de formation dans divers domaines et des visites d'échange, les femmes ont pu davantage améliorer la qualité de leurs productions en terme d'amandes, de beurre produit à domicile et de beurre produit au sein des locaux de la Coopérative. Elles ont diversifié leurs productions par la fabrication du savon à base de karité et d'huile de palme et la vente du miel.

Ces améliorations ont amené la Coopérative à produire un beurre de la première qualité du Mali. L'assistance technique des volontaires canadiens aidant, la Coopérative a obtenu des marchés à Bamako et à l'extérieur. Le recrutement d'un gestionnaire et d'un agent commercial a très favorablement joué sur le niveau de gestion et de vente de *COPROKAZAN*.

Aujourd'hui, le beurre de karité ainsi les autres produits de la Coopérative commencent à connaître un réel essor tant à Zantiébougou qu'à Bamako et à l'extérieur.

Les réalisations de la Coopérative sont les suivantes.

1.2.2 – Réalisations

«*COPROKAZAN*» dispose les infrastructures suivantes héritées de *PUGFZ* :

- Un atelier de production constitué de deux bâtiments. Dans le premier en tôle, est installée la plate forme de production. Autour de celui-ci, un bâtiment en parpaing plus spacieux est en chantier. En définitive, ce premier bâtiment abritera la plate forme. Un deuxième bâtiment abrite les nouveaux équipements de traitement de l'amande et d'extraction du beurre.
- Un atelier de purification. Dans ce bâtiment, il existe une salle de cuisson et de purification du beurre venant des ateliers de production, une salle de conditionnement et d'entreposage des produits finis et une salle de vente.
- Un bâtiment servant à la fois de magasin pour les matières premières (amande, beurre provenant des membres et emballages) et de bureaux pour la gestion.
- Un forage équipé de pompe, d'un bassin et d'un petit château d'eau pour les besoins de traitement du beurre. L'eau potable de la pompe est aussi judicieusement utilisée par les villageois à d'autres fins.
- Une aire de séchage de l'amande à différents stages.
- Une toilette externe

Ce premier ensemble d'infrastructures est encerclé par une grille de protection. En dehors de celle-ci, deux autres bâtiments existent. Il s'agit de :

- Un bâtiment qui sert de chambre de passage pour les visiteurs et de logis pour le gardien et sa famille.
- Une salle de formation qui sert aussi de salle de rencontre entre les promotrices.

Ces infrastructures sont installées sur une parcelle d'un hectare sise à Zantièboucou attribuée à l'AMPJ le 06 avril 1998 par le Chef d'arrondissement suite à l'accord du conseil de village de Zantièboucou pour la promotion féminine.

Les activités de la Coopérative ont évolué de 2005 à 2006.

Une analyse succincte de ces réalisations montre que « *COPROKAZAN* » est profitable sur les deux périodes. On remarque aussi une forte croissance sur les deux années. Celle-ci est surtout remarquable au niveau des ventes de produits qui ont doublé d'une année à l'autre. En effet, le total des ventes de produit est passé de **7 860 497** à **15 759 052 FCFA**. Cette croissance est fulgurante pour la pommade de 200ml qui est passée de 34 800 à 1 108 325 FCFA soit **3085%**. Le produit phare qui est le beurre de 200 ml a enregistré une croissance de 29%. Le beurre de 800 gr qui le suit en terme de chiffre d'affaire, a enregistré une croissance de **68%**. Les autres produits ont aussi fortement augmenté (voir tableau des variations ci-dessus). Cette augmentation s'est traduite par une augmentation sensible de **149%** des achats de matières premières.

« *COPROKAZAN* » emploie actuellement deux (2) personnes non-membre. Elle emploie aussi les services de ses membres dans les comités de production (10), de vente (5), de la plate forme (2), de formation (11) et de surveillance (3). Ces services sont rémunérés. Ces rémunérations sont revenues à 3 081 420 en 2005 et 6 025 518 FCFA en 2006. Cette augmentation s'explique d'une part par le paiement de certaines personnes au rendement et d'autre part par l'augmentation des rémunérations journalières qui ont passé de 1000 à 1500 FCFA pour les membres des comités.

2. ETUDE DE MARCHÉ

2.1 – PRODUITS

Le produit de la Coopérative "*COPROKAZAN*" est principalement le beurre de karité.

L'arbre à karité (*Vitellaria paradoxa*) est une espèce spontanée de la zone soudano-sahélienne, dont l'aire de distribution s'étend du Sénégal jusqu'en Afrique centrale. Les peuplements du Sénégal se situent à la limite occidentale de l'aire de distribution de l'espèce en Afrique.

Le karité est endémique dans plus de 16 pays y compris le Sénégal, la Gambie, le Mali, le Burkina Faso, le Niger, la Côte d'Ivoire, le Ghana, le Togo, le Bénin, le Nigeria, le Cameroun, la République Centrafricaine, le Tchad, le Soudan, l'Éthiopie et l'Ouganda avec quelques peuplements en Gambie et la République démocratique du Congo. Le karité est une essence forestière très importante sur les plans écologique, économique et culturel.

L'espèce se rencontre souvent en peuplements naturels denses et dans les champs des populations. De ce point de vue, elle bénéficie d'une relative protection qui permet de mieux lutter contre la dégradation des sols.

Sur le plan économique, le principal produit du karité est le beurre extrait de ses amandes, dont la teneur en matières grasses est de l'ordre de 55%. Ce beurre est utilisé traditionnellement dans la préparation des aliments, la fabrication du savon, les soins médicaux, l'huile des lampes à mèche, et les soins cosmétiques, surtout chez les femmes.

Le beurre est fabriqué traditionnellement par pilage des amandes et séparation de l'huile par adjonction d'eau chaude et décantation. Le rendement de l'amande n'est alors que de 15 à 20% en matière grasse, mais des technologies améliorées semi-industrielles permettent d'obtenir des rendements deux à trois fois plus élevés. Le fruit fait l'objet d'un commerce actif pendant la période de soudure correspondant au début de la saison des pluies.

Sur le plan culturel, les populations locales utilisent beaucoup les feuilles de karité dans «l'habillement des kankourans» à l'occasion des cérémonies d'initiation.

Le karité est principalement transformé par les femmes, ce qui lui confère une importance indéniable sur le plan social à lutter contre la pauvreté.

Depuis quelques années, le karité se trouve promu au rang des cultures d'exportation. En effet, l'Union européenne a autorisé l'incorporation des huiles végétales (et notamment le beurre de karité) comme substitut au beurre de cacao dans les chocolats. La proportion de substitution atteint déjà 8%, voire 15%, du fait que les huiles de substitution reviennent de 10 à 40% moins cher.

Des études nationales menées font état de l'immense potentiel du pays en karité. Le Mali détiendrait les 2/3 de l'ensemble du peuplement de karité. Son potentiel de production d'amandes se situerait entre 185 000 à 250 000 tonnes d'amande par an.

Il a été reconnu qu'il n'y a pas de standards internationaux pour les produits de l'arbre à karité (ou au moins pour le beurre de karité ; les critères FOSFA pour le karité sont utilisés comme standard en Afrique de l'Ouest – Ed.). Chaque consommateur spécifie ses besoins.

Au Mali, l'*UGFKZ* (actuel *COPROKAZAN*) est l'une des premières structures organisées formelles de production et de commercialisation du beurre de karité. A son démarrage l'Union ne commercialisait que du beurre purifié. Aujourd'hui, la Coopérative a diversifié sa production d'une part à des produits utilisant le beurre comme matières premières et d'autres parts à d'autres produits comme le miel.

Caractéristiques des produits

Beurre de karité

C'est une huile grasse extraite de l'amande. Elle se solidifie à une température entre 23 et 25° C. les produits à base de beurre de karité de la *COPROKAZAN* sont :

- ✓ le beurre pur (20kg, 14kg, 5kg, 1kg, 800g, 200g, sachet de 1kg, sachet de 500g)
- ✓ la pommade (200 ml)
- ✓ le savon (200g)

Miel

Le miel est acheté en vrac et filtré à la Coopérative. Il est conditionné dans des bidons d'un quart de litre (1/4 L) et d'un litre (1 L).

Ces produits sont principalement destinés au marché national.

2.2 – DEMANDE

Sur le plan national, la demande des produits de la Coopérative émane des ménages. Les produits sont utilisés dans l'alimentation et dans le cosmétique.

Il n'existe pas de statistique nationale de consommation de ces produits. Cependant, selon le panier de la ménagère l'indice de consommation du beurre de karité est de 0,00074. Ce qui donne une valeur individuelle de 561,66 FCFA par ménage par an. En rapportant cette valeur au prix moyen 537 FCFA/kg la consommation moyenne est de 1,05 kg par ménage par an. Ainsi la demande solvable du beurre de karité et de cosmétique est suivante :

Tableau : demande solvable (2005)

Produits	Consommation FCFA		Consommation en quantité	
	Nationale	Bamako	Nationale	Bamako
Beurre de karité	1 098 271 836	119 541 561	2 045	223
Produits cosmétiques	1 664 048 237	181 123 578	1 955 403	212 836

La demande solvable du beurre de karité se chiffre à **2 045 tonnes pour le pays** et 223 tonnes pour le District de Bamako. Celle des produits cosmétiques s'élève à 1 955 403 unités pour l'ensemble du pays et 212 836 pour le district.

A cette demande solvable nationale, il convient d'ajouter la demande à l'exportation. Elle émane de l'industrie alimentaire pour la fabrication du chocolat, de l'industrie pharmaceutique, de l'industrie cosmétique et des consommateurs individuels. Pour la demande à l'exportation, le chiffre national s'élève à **35 tonnes en 2005** pour le beurre de karité. Ce chiffre doit être considéré avec beaucoup de réserve compte tenu de l'inorganisation de la filière.

Les services économiques font état d'un commerce très important transfrontalière de beurre et d'amande de karité dans les régions Kayes, Koulikoro, Sikasso et Mopti vers le Sénégal, la Côte d'Ivoire, Burkina Faso et le Niger. Selon les mêmes sources, la production malienne alimenterait l'exportation burkinabé beaucoup plus structurée par l'intermédiaire des négociants de ce pays ou des forains maliens qui échappent aux contrôles des services de la douane. En effet, des milliers de forain traversent chaque jour les frontières avec de petites quantités évaluées de 2 à 3 mottes soit 10 à 15 kg par forain. Cette exportation qui échappe au circuit formel est estimée à plus de **10 000 tonnes** par an par la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence (DNCC) en 2005. Ce circuit d'exportation concerne aussi l'amande de karité. Pour celle-ci, la demande à l'exportation a été de 364 tonnes en 2004 pour le Mali selon les partenaires commerciaux (source : Key statistics of Food and Agriculture External Trade. FAO)

Tableau : estimation des exportations d'amande de karité selon les pays en 2004

Pays	Quantité en tonne	Valeur unitaire US\$	Valeur en US\$
Bénin	21 917	216	4 734 072
Burkina Faso	11 891	72	856 152
Togo	3 022	132	398 904
Ghana	3 684	62	228 408
Nigeria	900	222	199 800
Mali	364	85	30 940
Indonésie	4	250	1 000
Total	41 782	-	6 449 276

Ainsi, la demande globale du beurre de karité est estimée à 12 080 tonnes en 2005.

Tableau : demande solvable de beurre de Karité

Libellé	Quantité (tonne)
demande solvable nationale	2 045
Demande officielle à l'exportation	35
Demande souterraine à l'exportation	10 000
Total	12 080

2.3 – OFFRE

Il n'existe pas d'unité industrielle de production de beurre de karité. Dans les années 80, l'unique industrie de production SIKA Mali (Société Industrielle de Karité du Mali à capitaux mixte) a déposé le bilan. L'offre de beurre de karité est assurée principalement par les femmes rurales. Compte tenu du caractère laborieux de la production par les femmes et les efforts d'assistance mutuelle, les femmes se regroupent en ton pour s'entraider.

Parmi les groupements féminins de production de beurre de karité trois sont bien structurés et possèdent des infrastructures semi-manufacturières. Il s'agit du Groupement des Femmes Exploitante du Karité de Doïla (Commune de Doïla dans la région de Koulikoro), le Groupement des Femmes de Siby (Commune de Siby région de Koulikoro) et la Coopérative des productrices de beurre de Karité de Zantiébougou (Commune de Zantiébougou région de Sikasso).

Compte tenu de la non-disponibilité de statistique officielle obtenu auprès des deux premiers groupements, notre analyse va porter sur celle de COPROKAZAN.

Offre de COPROKAZAN 2006 en kg			
Produits	Zantiébougou	Bamako	Total
Beurre 14 kg	28	168	196
Beurre 5 kg	380	115	495
Beurre 1 kg	285	2	287
Beurre 800 g	1 118	1 426	2 544
Beurre 200 ml	126	993	1 119
Pommade 200 ml	120	128	248
Beurre en sachet 1/2 kg	15	325	340
Beurre en sachet 1/4 kg	16	382	397
Total beurre	2 087	3 539	5 626
Miel 1L	302	500	802
Miel 1/4L	66	142	208
Savon	4 198		4 198

Ainsi, l'offre globale de la Coopérative en beurre de karité toutes catégories confondues est de **5 626 kg soit 5,626 tonnes**.

Clientèle de la Coopérative

Elle est diverses et se scinde en deux principaux groupes qui sont :

1. **Clientèle de Zantiébougou** : les clients individuels de passage dans le village, les travailleurs de la mine d'or de Morilla et les boutiques du village pour le savon.
2. **Clientèle de Bamako** : elle est gérée par un agent commercial. Elle comprend les nationaux et les internationaux.

Les nationaux sont les Supermarchés, les alimentations, les boutiques de cosmétiques, les revendeurs au marché et les clients individuels. Le tableau suivant donne le récapitulatif des ventes de 2006 par l'agent commercial à Bamako et à l'extérieur.

2.4 – MARCHÉ POTENTIEL ACTUEL

Le marché potentiel de «COPROKAZAN» se caractérise par la grande faiblesse de l'offre de beurre de qualité améliorée comme les produits de la Coopérative. La quasi-inexistence d'offre de beurre de qualité semblable place à celle de la Coopérative place celle-ci comme premier fournisseur d'une clientèle assez exigeante.

Ainsi, le marché potentiel de "COPROKAZAN" se compose de la demande exprimée par les consommateurs du district de Bamako et la demande formelle à l'exportation. Il s'élève à **2 080 tonnes par an**.

2.5 – PERSPECTIVES DU MARCHÉ CIBLE

Les perspectives d'évolution du marché de «COPROKAZAN» sont bonnes. En effet, les demandes exprimées pour les exportations tant pour le beurre que pour l'amande recherchent la bonne qualité. Elles sont destinées aux industries du chocolat, pharmaceutiques et cosmétique. Elles sont aussi destinées à des clients individuels. Cependant, les perspectives du marché sont difficiles à quantifier.

2.6 – PART DU MARCHÉ

De 2005 à 2006, la Coopérative a doublé son chiffre d'affaire par l'amélioration de la qualité de son produit et la mise en place d'une politique de commercialisation et de gestion. Compte tenu d'un marché potentiel énorme, elle compte accroître cette part du marché qui se compose de son marché actuel plus une augmentation annuelle planifiée de 75% sur les cinq (5) années prochaines.

Ainsi, la part de marché de "COPROKAZAN" se chiffre à **9 845 kg** pour la 1^{ère} année d'exploitation.

Ainsi, la part de marché de COPROKAZAN évolue comme suite :

Tableau : Evolution de la part du marché de la Coopérative en kg

Période	An 1	An 2	An 3	An 4	An 5
Part de marché	9 845	16 737	27 615	45 565	75 183
% du marché potentiel	0,47%	0,80%	1,33%	2,19%	3,61%

2.7 – STRATEGIE MARKETING

La stratégie marketing repose principalement sur la politique de prix, la politique du produit la politique de la place et la politique de promotion.

La politique de prix

D'après la DNSI, le coefficient élasticité des corps gras est de 0.76. Ce qui est relativement élevé. Cependant, les prix pratiqués par la Coopérative pour ses différents produits sont acceptés malgré une légère hausse par rapport aux concurrents (Groupement de Siby et de Doïla). Ce qui signifie que la qualité fait la différence entre les produits. Il est alors nécessaire de calculer le coût de production pour voir les marges de variation possible. D'autre part, en se positionnant sur le marché du commerce équitable (politique de place), la Coopérative pourra bénéficier d'un prix plus rémunérateur. Ainsi pour la politique de prix nous suggérons la mise en place d'une politique d'économie d'échelle pour les produits destinés à la consommation locale et une

politique de prix équitable fixé par les partenaires commerciaux de la Coopérative sur le marché international.

La politique du produit

Les visites d'échange au Burkina Faso ont permis à la Coopérative d'améliorer considérablement la qualité de leur produit à travers l'adoption des techniques améliorées de production. La formation des femmes de la Coopérative a eu un impact réel sur toute la zone du projet même pour les non-membres. En effet celles-ci pratiquent les techniques améliorées pour bénéficier des prix plus rémunérateurs et facilement accessibles à tout moment. Cependant, le beurre de karité, en plus du cosmétique, est un produit alimentaire fortement apprécié par la population locale. A ce titre, nous recommandons un processus continu d'amélioration de la qualité du produit et de l'hygiène à tous les niveaux du processus de production. L'expertise aidant, ce processus d'amélioration continue de la qualité renforcera la position de leader de la Coopérative en matière de qualité du produit.

La politique de place

Actuellement, la mise en place à Bamako d'un agent commercial a permis d'approcher le produit aux demandeurs. Cependant, cette proximité doit être consolidée par la mise en place d'une équipe et la création des conditions de bonne conservation des produits.

La politique de promotion

Elle doit être un processus continu. Selon, la clientèle cible, la Coopérative doit renforcer la communication autour des produits. Les produits du beurre de karité ont connu un grand essor au Mali avec SIKA Mali (Société industrielle de production du Karité Mali) et HUICOMA pour son cosmétique nommé *Karitéa*. Ils sont bien appréciés par la population. Pour relance de la consommation à grande échelle, une importante promotion est indispensable. En plus des créneaux déjà utilisés pour le lancement de certain produit comme le beurre en sachet, une médiatisation à travers la télévision est nécessaire.

2.8 - CONCLUSION

Les résultats ainsi obtenus à travers cette étude de marché montrent l'existence d'un marché assez important pour les produits de la Coopérative et pour ses concurrents tant sur plan national qu'international. Le développement du commerce équitable entre la Coopérative et sa clientèle occidentale consolidera davantage le chiffre d'affaire de la Coopérative pour lui permettre d'atteindre sa mission de promotion de la femme rurale.

Ainsi, la production et la commercialisation du beurre de karité de la COPROKAZAN sont des activités économiquement viables.