MINISTÈRE DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE

RÉPUBLIQUE DU MALI _I Un Peuple – Un But – Une Foi :oi



STRATÉGIE NATIONALE AGOA DU MALI

Réalisé par : H. NIANG-Consulting and Associates

Juin 2016

Table des Matières:

Table des Matières:	0
Sigles et Abréviations:	5
Liste des tableaux :	7
Liste des graphiques :	8
Introduction	9
I : Présentation de l'AGOA et des produits admissibles	14
1-Les objectifs:	14
2-Principales dispositions de l'AGOA	15
II : Évolution du commerce extérieur du Mali	16
1-Aperçu du Cadre institutionnel	16
1-1-Le Ministère du Commerce et de l'Industrie	17
1-2-La Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence	17
1-3-L'Agence pour la Promotion des Exportations du Mali	18
1-4- l'Agence Malienne de Normalisation et de Promotion de la Qualité	18
1-5-Le Décret N° 2011-0505/P-RM du 16 octobre 2000 portant règlementation du commerce extérieur	19
1-6-Loi n°2011-088 du 30 décembre 2011 portant Loi d'Orientation du Secteur Privé ;	20
1-7-Le Ministère de l'Économie et des Finances,	20
1.8. La Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali (CCIM)	20
1.9. Le Comité national AGOA	21
2-Analyse de l'évolution du commerce extérieur malien	23
2-1 – Importations et exportations	23
2-2-Évolution de l'exportation de certains produits	24
2-3- Évolution des échanges commerciaux entre le Mali et les États-Unis d'Amérique	26
III : Analyse des secteurs de production et des potentialités d'exportation	28
1-L'AGRICULTURE	28
1-1- La politique agricole :	28
1-2-Potentialités et atouts du secteur agricole	30
2-L'INDUSTRIE	32

2-1-Objectif général	32
2-2-Objectifs spécifiques	32
3-L'artisanat	34
3-1- La politique	34
3-2 –les principales contraintes et les défis de l'artisanat	35
3-3-les objectifs du secteur	36
4-Les Mines :	36
4.1. Les potentialités minières :	36
4-2-les potentialités encore non exploitées	37
5. Les Services	38
5.1. Le Transport	38
5.2. Les services financiers	39
IV : Analyse des potentialités d'exportation du Mali dans le cadre de l'AGOA	40
1. Aperçu des Règles d'Origine	40
2. Les textiles et les vêtements	40
3. Les potentialités de production et d'exportation du Mali vers le marché américain	41
V : Les priorités stratégiques	43
1-Priorité N°1 : Développer le textile et habillement	43
1-1-Etat des lieux :	43
2- les principaux intervenants et les circuits de commercialisation :	45
3-L'analyse de la matrice SWOT :	45
4-Objectifs :	45
5-5-Actions à entreprendre :	46
.6-Moyens :	46
2-Priorité N°2 : Accroître le volume et la valeur des exportations des autres produits traditionnellement exportés aux Etats-Unis	47
2-1-l'Artisanat :	47
2-1-1-Etat des lieux	47
2-1-2- les principaux intervenants et le circuit de commercialisation :	48
2-1-3- Le circuit de commercialisation :	49
2-1-5-Objectifs:	50
2-1-6-Les actions à entreprendre :	

2-1-7- Moyens de m	nise en œuvre:	51
2-2-Gomme arabique	e :	52
2-2-1-État des lieux	x	52
2-2-2- les principaux	x intervenants et le circuit de commercialisation :	52
2-2-3-l'analyse de la	n matrice SWOT:	53
2-2-4-Objectifs:		54
2-2-6- Moyens de m	nise en œuvre :	55
2-3-Le Karité :		55
2-3-1-Etat des lieux		55
2-3-2- les principau	x intervenants et les circuits de commercialisation.	57
2-3-3-l'analyse de l	la matrice SWOT :	58
2-3-4-Objectifs		59
2-3-6-Moyens à mo	biliser :	60
3-Priorité N°3: Diver	rsification des exportations	60
3-1-les mines		60
3-1-1-État des lieux	C	60
3-1-2- les principau	x intervenants et le circuit de commercialisation	61
3-1-3-l'analyse de la	matrice SWOT	61
3-1-4-Objectifs:		61
3-1-5-Les actions	à entreprendre :	62
3-1-6- Moyens de m	nise en œuvre:	62
3-2-Le sésame :		63
3-2-1-État des lieux	:	63
3-2-2-Niveau des ex	portations actuelles	63
3-2-3)-Les principat	ux intervenants :	63
3-2-4-Analyse de la	matrice SWOT:	64
3-2-5-Objectif d'exp	portation vers le marché américain :	64
3-2-6-Actions à entre	eprendre par l'État, par les acteurs :	65
3-2-7-Les moyens à	mobiliser	66
VI-Plan d'action pour la 1	mise en œuvre de la Stratégie AGOA	68
VII-Mise en œuvre du Pla	an et suivi-évaluation	70
1-Rôle APEX ·		70

1- Le rôle d'APEX:	70
2-Rôle Comité AGOA :	70
3-Les indicateurs de suivi	70
Annexe:	71
Bibliographie:	77

Sigles et Abréviations :

ACP Afrique Caraïbe Pacifique AGCI. African Global Competitiveness Initiative AGOA African Growth and Opportunity Act AMANORM Agence Malienne de Normalisation et de Promotion de la Qualité AMEPROC Association Malienne des exportateurs des produits de la cueillette APEX Agence pour la Promotion des Exportations API Agence pour la promotion des investissements BCEAO Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest BGECO Boutique de gestion d'échanges et de conseils FMI Fonds monétaire international BIT Bureau international du travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	Sigles	Significations					
AGCI. African Global Competitiveness Initiative AGOA African Growth and Opportunity Act AMANORM Agence Malienne de Normalisation et de Promotion de la Qualité AMEPROC Association Malienne des exportateurs des produits de la cueillette APEX Agence pour la Promotion des Exportations API Agence pour la promotion des investissements BCEAO Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest BGECO Boutique de gestion d'échanges et de conseils FMI Fonds monétaire international BIT Bureau international ut travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNAM Fédération nationale Karité							
AGOA African Growth and Opportunity Act AMANORM Agence Malienne de Normalisation et de Promotion de la Qualité AMEPROC Association Malienne des exportateurs des produits de la cueillette APEX Agence pour la Promotion des Exportations API Agence pour la promotion des investissements BCEAO Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest BGECO Boutique de gestion d'échanges et de conseils FMI Fonds monétaire international BIT Bureau international du travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	AGCI.						
AMEPROC Association Malienne des exportateurs des produits de la cueillette APEX Agence pour la Promotion des Exportations API Agence pour la promotion des investissements BCEAO Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest BGECO Boutique de gestion d'échanges et de conseils FMI Fonds monétaire international BIT Bureau international du travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	AGOA						
APEX Agence pour la Promotion des Exportations API Agence pour la promotion des investissements BCEAO Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest BGECO Boutique de gestion d'échanges et de conseils FMI Fonds monétaire international BIT Bureau international du travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité							
API Agence pour la promotion des investissements BCEAO Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest BGECO Boutique de gestion d'échanges et de conseils FMI Fonds monétaire international BIT Bureau international du travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	AMEPROC						
BCEAO Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest BGECO Boutique de gestion d'échanges et de conseils FMI Fonds monétaire international BIT Bureau international du travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	APEX						
BGECO Boutique de gestion d'échanges et de conseils FMI Fonds monétaire international BIT Bureau international du travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité							
FMI Bureau international du travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	BCEAO	Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest					
BIT Bureau international du travail CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	BGECO	Boutique de gestion d'échanges et de conseils					
CECI Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	FMI	Fonds monétaire international					
CDAT Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	BIT	Bureau international du travail					
CEDEAO Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest CFC Fonds Commun des Commodités CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	CECI	Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien					
CERFITEX Le Centre de recherche et de formation pour l'industrie textile CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	CDAT	Centre pour le Développement de l'Artisanat Textile					
CERFITEX CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	CEDEAO	Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest					
CMDT Compagnie Malienne de développement de textile CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	CFC	• •					
CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	CERFITEX						
CNUCED Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	CMDT	Compagnie Malienne de développement de textile					
COMATEX Compagnie malienne de textile CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	CNUCED						
CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité		Développement					
CSCRP Cadre stratégique de croissance et réduction de la pauveté EA Entreprises Agricoles EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	COMATEX	Compagnie malienne de textile					
EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	CSCRP						
EAF Exploitations Agricoles Familiales FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	EA						
FAO Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	EAF						
FCFA Francs de la Communauté Financière Africain FIDAK Foire Internationale de Dakar FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	FAO						
FITINA Fils et tissus naturels d'Afrique FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	FCFA						
FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	FIDAK	Foire Internationale de Dakar					
FMI Fonds monétaire international FNAM Fédération Nationale des Artisans du Mali FNK La fédération nationale Karité	FITINA	Fils et tissus naturels d'Afrique					
FNK La fédération nationale Karité	FMI						
	FNAM	Fédération Nationale des Artisans du Mali					
	FNK						
MCAT Ministère de la Culture de l'Artisanat et du Tourisme	MCAT	Ministère de la Culture de l'Artisanat et du Tourisme					
MCI Ministère du Commerce et de l'Industrie							
MPFEF Ministère de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille		Ministère de la Promotion de la Femme, de l'Enfant et de la Famille					
MPISP Ministère de la Promotion de l'Investissement et du Secteur Privé		·					

ISO	Organisation internationale de normalisation, ou ISO
LOA	Loi d'Orientation Agricole
ONG	Organisation non gouvernementale
OPA	Organisations Professionnelles Agricoles
PACD	Projet d'Appui aux Commerçants Détaillants (PACD)
PDA	Programme de développement agricole
PAG	Programme d'Actions du Gouvernement
PDES	Projet de développement économique et social
PCDA	Programme de compétitivité et diversification agricole
PIB	Produit intérieur brut
PTF	Partenaire Technique et Financier
PNIP-SA	Programme National d'Investissements Prioritaires dans le Secteur
	Agricole
PNISA	Plan National d'Investissement Agricole
SAFEM	Semaine Sénégalo- Malienne de l'Habillement ;
SECAM-G	Semaine Commerciale de l'Artisanat Malien en Guinée
SH	Système harmonisé
SIAO	Salon International de l'Artisanat d'Ouagadougo
SOMIEX	Société Malienne pour l'Importation et l'Exportation
SWOT	Strengh-weaknes-Opportunities- Threats
TCB	trade capacity building
UEMOA	Union Economique et Monétaire Ouest Africaine
UNTCM	Union nationale des tailleurs et couturiers du Mali
USA	United States of America
USD	Dollar American

Liste des tableaux :

Tableau 1 : Évolution de l'exportation de certains produits Tableau 2 : SWOT du secteur textile et habillement

Tableau 3 : matrice SWOT du secteur de l'artisanat

Tableau 4 : Matrice SWOT de la gomme arabique

Tableau 5 : Offre potentielle de la filière Karité (PCDA)

Tableau 6: Technologie de production des organisations de productrices

Tableau 7: Matrice SWOT

Tableau 8: Matrice SWOT du secteur des mines

Tableau 9 : matrice SWOT du sésame

Liste des graphiques :

Graphique 1 : Evolution des exportations et importations américaines au Mali (2002-2015)

Graphique 2: Evolution des importations et exportations maliennes (2010-2014)

Graphique N° 3 : Évolution des échanges commerciaux entre le Mali et les États-Unis d'Amérique sur les cinq (5) dernières années (2010-2014)

Graphique : 4 : Production agricole en millier de tonnes (Campagne 2014/2015)

Graphique 5 : Evolution de la valeur des exportations de textiles et habillement vers les Etats-Unis

Graphique 6 : Evolution des exportations de produits de l'artisanat

Graphique 7: Exportation de gomme Arabique vers les USA

Graphique 8 : Exportation de beure de Karité

Graphique 9 : Volume prévisionnel des exportations des produits de la filière Karité vers les USA

Graphique 10 : Quantités prévisionnelles d'exportation vers les Etats-Unis (milliers de tonnes)

Introduction

La République du Mali est située au cœur de l'Afrique de l'Ouest. Avec une superficie de 1.241.238 km2, c'est un pays continental, qui partage environ 7.000 kilomètres avec 7 pays voisins. Les principaux ports d'approvisionnement du pays sont : Dakar (à 1 400 km environ de Bamako), Abidjan (à 1 200 km), Nouakchott (à 1 600 km), Conakry (à 900 km), de Lomé et de Tema (à 1973 km). L'économie malienne est essentiellement agricole. L'Agriculture contribue pour environ 35 % au Produit intérieur brut et près de 70 % de la population vit en campagne.

Le rôle du commerce dans le développement économique et la réduction de la pauvreté ne fait plus l'objet de discussion entre les courants de la pensée économique. Les échanges commerciaux entre les pays favorisent l'allocation optimale des ressources et permettent à chaque pays de tirer profit de ses avantages comparatifs. Le commerce permet aux entreprises d'accroître leur capacité de production grâce à l'accès à un marché plus large. Il permet également aux États de prélever des recettes fiscales, de se procurer les devises nécessaires pour la couverture des importations et surtout de juguler les effets néfastes des chocs internes. A titre d'exemple, les mauvaises récoltes peuvent être compensées par l'importation des denrées alimentaires pour éviter la famine.

Pour un État, le commerce dépend en premier lieu des conditions climatiques et de la disponibilité en ressources naturelles. Cela explique l'importance de l'or dans les recettes d'exportation du Mali ou du pétrole pour le Nigeria. Il dépend également des avancées technologiques. Les Pays Bas ont longtemps occupé la place de première puissance économique européenne grâce à leur savoir-faire dans la construction navale qui leur permit de faire des échanges commerciaux loin des frontières terrestres. Ainsi, la structure du commerce d'un pays évolue considérablement selon les progrès techniques et scientifiques qui permettent la diversification de ses exportations.

En effet, le développement technologique et industriel ont permis aux pays développés et aux pays en développement émergents d'accroitre leur part dans le commerce mondial, tandis que la part des Pays en développement notamment les Pays les moins avancés a stagné, voire régressé.

Si les États-Unis d'Amérique occupaient la première puissance commerciale mondiale en 1948 avec plus de 27 % des exportations mondiales, ils n'occupent aujourd'hui que la seconde place derrière la Chine avec environ 12 % des exportations mondiales. Au même moment, la part de l'Afrique dans le commerce mondial a progressivement baissé de plus de 7 % des exportations mondiales à 3,2 % des exportations mondiales en 2014.

Cette baisse s'explique entre autres par la faible industrialisation du continent africain qui offre très peu de produits à l'exportation, essentiellement des matières premières, les produits énergétiques.

Pour le cas spécifique du Mali, les exportations sont concentrées autour de 4 produits : (i) l'or qui constitue environ 65 % des recettes d'exportation, (ii) le coton qui contribue pour environ 12 %, les engrais (6,9%) et enfin les animaux vivants (3 %). Le plus grand défi

pour le pays reste l'exploitation judicieuse des préférences commerciales que lui confère son statut de Pays moins avancé. L'Afrique reste la première destination des exportations maliennes avec 49 % tandis que l'Union européenne représente à peine 2% malgré l'initiative tout sauf les armes et les préférences commerciales unilatérales dans le cadre du partenariat entre l'Union Européenne et les Pays d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (ACP). La Chine représente 2,1 % des exportations maliennes contre 12,9 % de ses importations. Les États-Unis d'Amérique représentent en 2014 pour environ 0,5 % des exportations maliennes contre 3,8 % des importations, malgré l'admission du Mali au bénéfice de la Loi sur la Croissance et les Opportunités en Afrique (AGOA) en 2002.

Il y a lieu de signaler que ce n'est pas seulement le Mali qui connait des résultats mitigés dans le cadre de l'AGOA. Dans le livre blanc de la Commission Économique pour l'Afrique, rédigé à l'occasion de la revue de l'AGOA qui a eu lieu au Gabon, il ressort que si les flux commerciaux entre les bénéficiaires du programme et les États-Unis ont presque triplé- à 70% grâce à l'AGOA- ces flux ne reflètent pas encore la symbiose naturelle qui doit exister entre la plus grande économie du monde et la région à la croissance la plus rapide du monde. Et le livre blanc recommande entre autres le renouvellement immédiat du programme et la mise en place d'un AGOA renforcé pour accroître l'accès au marché des États-Unis mais aussi et surtout la signature d'un accord AGOA avec les pays qui ont déjà élaboré leur stratégie nationale.

Le livre blanc conclut que cette sous-utilisation de l'AGOA est, en grande partie, due à des problèmes d'offre concernant l'Afrique : contraintes de capacité, manque d'infrastructure, lacunes institutionnelles, difficultés économiques, inexpérience en matière de marketing et de mise en marché, risque politique et problèmes liés aux exigences du marché américain, entre autres.

Ces statistiques démontrent si besoin en était que le Mali ne tire pas profit des préférences commerciales obtenues à travers divers cycles de négociations commerciales au sein de l'organisation mondiale du Commerce.

C'est face au constat général de la faible performance des secteurs d'exportation du Mali que l'Agence pour la Promotion des Exportations a été créée par la Loi N°2011-032/AN – RM du 24 juin 2011. Ladite loi organise les activités de l'APEX en trois catégories :

- Entreprendre des activités de promotion des exportations ;
- Apporter une assistance technique aux entreprises exportatrices ;
- Tenir des statistiques du commerce extérieur et mener les études pertinentes.

L'APEX a organisé du 9 au 11 juin 2014, un atelier pour évaluer les besoins des entreprises maliennes exportatrices en vue d'accroître leur performance. Dans son allocution d'ouverture, le Ministre du Commerce et de l'Industrie, Monsieur Abdel Karim KONATE, avait déclaré à cette occasion : « réussir à faire du commerce un outil tangible de développement économique et social, dans le cas du Mali, suppose que les pouvoirs publics et les opérateurs économiques s'impliquent en étroite collaboration pour relever les défis de la mondialisation et de l'intégration sous régionale ». Ces

propos du ministre, mettent l'accent si besoin en était sur la coresponsabilité entre les pouvoirs publics et le secteur privé dans l'amélioration des performances à l'exportation du pays.

Cet atelier a permis de dégager les contraintes majeures qui constituent des entraves au développement des exportations, qui sont par ordre :

- La faiblesse des petites et moyennes entreprises nationales qui n'ont très souvent pas les capacités humaines, matérielles et techniques requises en matière de gestion, de production et de commercialisation ; ceci se traduit notamment par une offre faible de produits maliens ;
- La faiblesse des infrastructures d'appui au commerce, notamment en termes de facilités et de capacité de transport, de stockage, de structures et équipements de contrôle de qualité;
- La faiblesse ou inadéquation des instruments financiers (notamment accès au crédit pour les entreprises);
- La faiblesse des investissements publics et privés dans la production agricole ;
- La faiblesse des liens entre la recherche et la vulgarisation ;
- La forte vulnérabilité face aux aléas climatiques (pluviométrie irrégulière) et aux catastrophes naturelles (sécheresse, criquets, prédateurs, épizooties, etc.) qui se traduisent le plus souvent par l'absence d'une production régulière de qualité et de quantité des produits.

Le Cadre de Relance Économique pour le Développement Durable (CREDD) 2016-2018 est le nouveau cadre de référence pour la conception, la mise en œuvre et le suivi des différentes politiques et stratégies de développement tant au niveau national que sectoriel. Ce cadre stratégique intègre les priorités des différents cadres stratégiques existants : Cadre Stratégique pour la Croissance et la Réduction de la Pauvreté (CSCRP 2012-2017), Programme d'Actions du Gouvernement (PAG 2013-2018), Plan pour la Relance Durable du Mali (2013-2014), Programme de Développement Accéléré des Régions du Nord (PDA/RN), Stratégie spécifique de Développement des Régions du Nord.

L'objectif global du CREDD 2016-2018 est de rendre possible la perspective de l'atteinte des Objectifs de Développement Durable (ODD) d'ici 2030, en se fondant sur les potentialités et les capacités de résilience pour promouvoir un développement inclusif en faveur de la réduction de la pauvreté et des inégalités dans un Mali apaisé et uni. Le document précise l'articulation entre les objectifs spécifiques du CREDD et les objectifs de développement durable.

Dans le cadre de la promotion d'une croissance économique inclusive et durable, notamment le développement des secteurs de croissance, le CREDD préconise les axes d'intervention suivants :

- Améliorer la gouvernance, la transparence des industries extractives et diversifier le secteur des Mines
- Développer le secteur privé et l'industrie via notamment l'agro-industrie
- Faciliter le commerce intérieur et extérieur

- Consolider les secteurs du tourisme, et de l'artisanat
- Valoriser la production et le patrimoine culturels

Pour mener à bien ces objectifs, le Gouvernement entend mettre en œuvre une série de mesures de modernisation institutionnelle destinées à améliorer la performance du secteur. Il s'agit d'opérationnaliser la loi d'orientation du secteur privé (LOSP), de mettre en œuvre le programme d'appui au secteur privé (PASP), d'adopter la charte des PME et de créer une Agence de développement des petites et moyennes entreprises mais aussi et surtout d'élaborer et de mettre en œuvre une Stratégie nationale de promotion des exportations.

L'objectif de la présente étude, est d'élaborer la stratégie nationale d'exportation du Mali dans le cadre de l'AGOA. Toutefois, il convient de signaler qu'en l'absence d'une politique de développement du commerce, ladite stratégie tire sa substance des orientations du CREDD ainsi que des conclusions des ateliers et des études ci-dessus cités.

Au plan économique, une stratégie peut se définir comme un ensemble d'objectifs opérationnels. Dans le cadre des exportations, la stratégie nationale s'articulera autour de deux objectifs cibles que sont : (i) de diversifier les exportations, et (II) d'accroitre les exportations maliennes vers les États-Unis.

Méthodologie

La méthodologie de travail a été celle proposée dans les termes de référence de la présente étude. Elle a combiné la recherche documentaire et des entretiens avec les acteurs des filières d'exportation vers le marché des Etats-Unis d'Amérique.

La liste des documents consultés pour la rédaction du présent rapport figure dans la bibliographie. Cette recherche documentaire était bien justifiée compte tenu de l'abondante littérature sur l'AGOA mais aussi et surtout sur les produits exportables du Mali.

En ce qui concerne les entretiens, il y a lieu de souligner deux étapes essentielles. La première a consisté à administrer un questionnaire à des acteurs intervenant et la seconde étape fut l'atelier de validation organisé le samedi 25 juin 2016 dans la Salle de Conférence de la Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali.

Fort malheureusement, à la date de rédaction de ce rapport, les acteurs n'ont pas répondu aux questionnaires qui leur avait été adressé dont copie en annexe 1.

Quant à l'atelier, il avait pour objectifs, entre autres, de recueillir auprès des acteurs, leurs contraintes, à tous les niveaux, qu'il s'agisse de la production, de la logistique et de la commercialisation sur le marché américain ; de recueillir les besoins en renforcement de capacités et des mesures d'accompagnement à mettre en place. En somme l'objectif de l'atelier de proposer des éléments du Plan d'action.

Le présent rapport s'articule autour des points suivants :

Chapitre I : Présentation de l'AGOA et des produits admissibles Chapitre II : Analyse de l'évolution du commerce extérieur du Mali;

Chapitre III : Analyse des secteurs de production et des potentialités maliennes;

Chapitre IV : Les stratégies sectorielles

A la fin du rapport, un plan d'action permettra de ressortir la synthèse des stratégies sectorielles et d'évaluer leurs coûts et de faire ressortir les différents intervenants.

I : Présentation de l'AGOA et des produits admissibles

L'African Growth and Opportunity Act (**AGOA**) est un programme de préférence commerciale érigé en législation Américaine, puis adoptée par le Congrès et signée en loi en Mai 2000. C'est une loi qui ouvre volontairement l'accès sans tarifs au marché américain à près de 7000 produits originaires des pays Africains bénéficiaires. Elle est le produit des efforts du Gouvernement Américain visant à donner une nouvelle orientation à sa politique commerciale avec l'Afrique.

Au moment de l'adoption de AGOA, les USA avaient mis en place une nouvelle stratégie orientée vers le développement de ses relations dans le domaine du commerce et des investissements avec les pays dits émergents. Ces pays émergents comprennent notamment la Chine, l'Inde, le Brésil, la Turquie, la Pologne, l'Afrique du Sud, etc.....

.

1-Les objectifs:

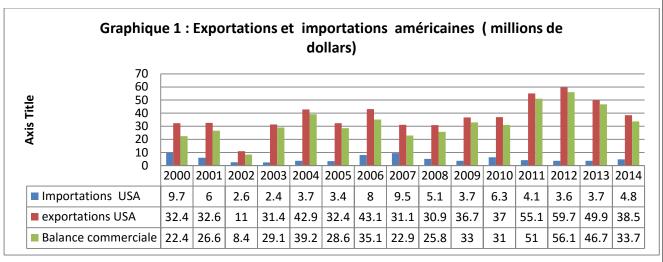
Cette stratégie a consisté à ouvrir volontairement le marché américain aux exportations de ces pays en contrepartie de l'engagement de leurs Gouvernements en faveur des politiques de libéralisation du marché, de la bonne gouvernance et de la démocratisation. L'objectif à long terme de la stratégie est d'ouvrir les marchés de ces pays bénéficiaires aux exportations et investissements américains.

C'est dans le cadre de cette approche que l'AGOA est devenue, comme une sorte d'extension à l'Afrique, de la politique américaine en faveur des pays émergents. Depuis, la loi AGOA est devenue un outil important des relations commerciales entre les Etats-Unis et l'Afrique.

L'AGOA qui devait expirer en Septembre 2015 a été prolongé en juin 2015 jusqu'au 30 Septembre 2025, soit pour une période de 10 ans. Malgré l'importance accordée à cette loi, force est de constater que son impact sur le commerce bilatéral entre les USA et les pays africains est resté très limité et concentré sur certains secteurs seulement.

Le Mali qui a été admis en 2002 ne fait pas exception à ce constat. En effet les exportations du Mali vers les Etats-Unis d'Amérique sont restées presque insignifiantes durant la période AGOA, alors même que ses importations en provenance des Etats-Unis pendant la même période ont connu une augmentation relativement importante.

Le graphique ci-dessous montre que l'AGOA n'a pas encore permis au Mali d'accroitre ses exportations vers les Etats-Unis.



Source : données compilées à partir d'agoainfo.com

C'est seulement en 2006 que nos artisans ont commencé à exporter aux Etats-Unis en s'appuyant sur l'AGOA. Des tapis de laine et des toiles peintes tous en bogolan d'une valeur d'environ 1,3 millions de FCFA, selon les statistiques fournis par la Douane malienne. Puis en 2007, les exportations ont un peu de volume atteignant une valeur de plus de 100 millions. Cette pique des exportations des produits artisanaux n'a plus jamais été atteinte sur les années 2008, 2009, 2010, 2011 et 2012. Néanmoins notre pays a ainsi eu une rentrée totale sur ce système AGOA, de 203,335 millions.

..

Le Mali souhaite changer cette donne en s'engageant résolument dans une stratégie nationale cohérente visant à renforcer les capacités des entreprises maliennes à vendre leurs produits sur le marché américain et à exploiter aux maximum les opportunités offertes par AGOA au plan commercial, au plan d'attractivité des investissements et au plan d'assistance technique (TCB : trade capacity building en particulier).

2-Principales dispositions de l'AGOA

L'AGOA s'est largement inspiré du Système Américain de Préférence Généralisée (GSP) pour les pays les Pays en Développement, tout en l'étendant à de nouveaux produits. Ainsi l'AGOA élimine les tarifs pour environ 7.000 produits dont 5.000 étaient déjà couverts par le GSP, 1800 autres, couverts par le GSP des pays les moins développés et 1800 nouveaux produits introduits par l'AGOA.

A la différence du GSP, l'AGOA a été conçu pour générer des gains mutuels et permettre notamment aux USA de promouvoir son commerce et de réaliser d'autres objectifs de sa politique étrangère vers l'Afrique. Parmi ces objectifs on peut citer : la croissance économique ; le développement ; la réduction de la pauvreté ; la démocratie ; le respect de l'Etat de droit ; la bonne gouvernance et la stabilité politique et sociale.

Des critères spécifiques d'éligibilité sont employés sur la base de ces objectifs pour retenir les pays bénéficiaires. Un système d'évaluation annuelle permet d'ajouter ou

d'enlever des pays sur la liste des bénéficiaires. C'est ainsi que le Mali après les évènements de 2012 a été suspendu et réintégré en 2013 après les élections présidentielles.

Actuellement, il y a 41 pays africains dont le Mali qui sont admis dans le programme AGOA.

II : Évolution du commerce extérieur du Mali

La République du Mali a pris l'option socialiste aux premières années de son indépendance avec la création d'une monnaie nationale qui imposait un rigoureux contrôle de change. L'essentiel du commerce était monopolisé par l'État à travers la Société Malienne pour l'Importation et l'Exportation (SOMIEX) appuyée par une politique d'industrialisation par substitution, mise en œuvre à travers des Plans quinquennaux.

L'échec de cette politique et le retour du Mali dans la zone ``franc` sont à l'origine d'un début timide de la libéralisation du commerce au Mali. L'État fixait les prix des produits notamment de ceux de première nécessité. Il faut attendre les politiques d'ajustement structurel avec le FMI et la Banque mondiale à partir de 1983 pour voir la libéralisation effective de l'économie malienne. Cependant, ce n'est que dans les années 90 que l'État abandonna définitivement le contrôle des prix, sous réserve de certaines dispositions réglementaires. L'État s'est presque retiré de la production et de la distribution pour se recentrer sur son la régulation de l'activité économique. L'exercice de la plupart des métiers y compris le commerce est libre sous réserve du respect des textes législatifs et règlementaires en vigueur. Le secteur privé devrait être le moteur de la croissance économique et du développement.

On ne pourrait parler de l'évolution du commerce extérieur sans évoquer la création des organisations sous régionales comme l'UEMOA en 1994 et la CEDEAO en 1975. L'objectif de la CEDEAO (qui englobe les États membres de l'UEMOA) est de créer une Union Économique et Monétaire à l'horizon 2020. A ce jour, la CEDEAO constitue une union douanière avec un Tarif Extérieur Commun en vigueur en janvier 2015 et le Schéma de libéralisation des échanges au niveau communautaire en vigueur depuis 2000 repose sur un régime de préférence communautaire prônant la libre circulation des produits admis au régime de préférence, des produits du cru et de l'artisanat.

1-Aperçu du Cadre institutionnel

Le Cadre institutionnel du commerce au Mali comprend le Ministère du Commerce et de l'Industrie et ses Services techniques centraux, les Services rattachés, des projets mais aussi et surtout un ensemble de textes législatifs et réglementaires.

1-1-Le Ministère du Commerce et de l'Industrie

Selon le Décret N° 2015-0115/P-RM du 25 février 2015 fixant les attributions spécifiques des membres du Gouvernement, le ministère du commerce et de l'industrie prépare et met en œuvre la politique nationale en matière d'organisation et de promotion du commerce, de la concurrence et des industries. A cet égard, il est chargé, entre autres de :

- Les actions de promotion du commerce intérieur et extérieur et de la concurrence ;
- L'élaboration et le contrôle de l'application des règles du commerce et de la concurrence ;
- La participation à l'élaboration des accords commerciaux et au suivi de leur mise en œuvre ;
- La participation à l'organisation de la lutte contre la fraude en matière d'importation et d'exportation ainsi qu'en matière de distribution des biens à l'intérieur du pays ;
- Le contrôle des poids et mesure, de la qualité des produits et des prix institués ;
- Le développement et le suivi des entreprises et sociétés industrielles et le renforcement de leur compétitivité et de leur contribution au développement économique et social du pays ;
- L'élaboration et le contrôle de l'application des règles en matière d'implantation et d'exploitation des industries ;
- L'aménagement des zones industrielles.

1-2-La Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence

La Loi N° 2011-031/AN – RM du 24 juin 2011 portant création de la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence, stipule en son article premier : « la Direction nationale du commerce et de la concurrence a pour mission l'élaboration des éléments de la politique nationale en matière de commerce, de concurrence, de métrologie, de protection des consommateurs et la mise en œuvre de cette politique.

A ce titre, elle est chargée de :

- Concevoir des propositions d'éléments de politique dans le domaine du commerce, de la concurrence, de la métrologie et de la protection des consommateurs ;
- Élaborer la règlementation en matière de commerce, de concurrence, de métrologie et de protection des consommateurs en relation avec les autres structures compétentes ;
- Veiller à l'application et au contrôle de cette règlementation ;
- Assurer le suivi des marchés et la régulation des activités commerciales ;
- Appuyer les activités de promotion commerciale ;
- Renforcer les capacités managériales des entreprises commerciales pour favoriser la transition de l'informel vers le formel.

Bien que la Direction Nationale du Commerce et de la Concurrence ait obtenu des résultats encourageant dans la mise en œuvre des 4 premières attributions, force est de constater l'appui à la promotion commerciale et le renforcement des capacités

managériales des entreprises commerciales n'ont pas atteint les résultats escomptés malgré les trois phases du PACD.

La faiblesse des résultats s'explique entre autres par le manque de moyen financiers pour participer aux manifestations commerciales et au manque de ressources humaines qualifiées pour l'organisation de manifestations commerciales et l'assistance aux entreprises dans la stratégie d'accès au marché.

En raison de ces insuffisances dans la promotion des exportations, et dans le souci de renforcer les capacités des acteurs, le Gouvernement a créé l'Agence pour la Promotion des Exportations (APEX).

1-3-L'Agence pour la Promotion des Exportations du Mali

Créée par la loi N° 2011-032/AN – RM du 24 juin 2011, l'Agence pour la Promotion des Exportations (APEX), a pour mission de développer l'exportation des biens et services maliens. A ce titre, elle est chargée entre autres de :

- Organiser des activités promotionnelles pour les biens et services maliens ;
- Mettre en œuvre des programmes de développement des filières et des stratégies sectorielles de promotion des exportations formulées par les pouvoirs publics ;
- Mettre en œuvre des mécanismes d'incitation à l'exportation ;
- Susciter la mise en œuvre des facilités techniques, bancaires et d'assurance pour les biens et services d'exportation ;
- Contribuer au renforcement des capacités des cadres des sociétés, des entreprises et de l'administration par la formation technique et professionnelle en matière de commerce extérieur:
- Fournir aux producteurs et aux exportateurs des informations sur les normes de qualité et les conditions d'accès aux marchés des biens et services ;
- Accompagner les entreprises pour accroître et diversifier l'offre de biens et services à l'exportation ;
- Mener des recherches et études en matière de promotion des exportations et diffuser les résultats ;
- Établir des certificats d'origine des marchandises destinées à l'exportation;
- Contribuer à la collecte, au traitement et à la diffusion des statistiques du commerce extérieur ;
- Susciter et développer des partenariats stratégiques pour l'augmentation des exportations et la promotion de l'origine Mali.

1-4- l'Agence Malienne de Normalisation et de Promotion de la Qualité

L'Agence Malienne de Normalisation et de Promotion de la Qualité (AMANORM) est un établissement public à caractère administratif (EPA).

L'AMANORM anime et coordonne les travaux, études et enquêtes en matière de normalisation, de promotion de la qualité, de certification et d'accréditation. Ses fonctions primaires sont les suivantes :

- accompagner les entreprises à la certification de leur système de production et de leurs produits
- accompagner les laboratoires, les organismes d'inspection et de certification à l'accréditation
- gérer et diffuser toute documentation en matière de normalisation et de promotion de la qualité
- informer, assister et conseiller les entreprises et les laboratoires en matière de normalisation, d'assurance qualité, de management qualité et outils qualité, de certification et d'accréditation
- entreprendre toutes actions de formation et de perfectionnement en matière de normalisation, de promotion de la qualité, de certification et d'accréditation
- créer la marque nationale de conformité aux normes et gérer son utilisation

Le Mali à travers l'AMANORM est membre permanent de l'ISO, membre du Codex Alimentarius, membre affilié au programme de la CEI. Il est aussi membre de l'ARSO (African Organisation for Standardisation), du programme d'harmonisation des normes de la CEDEAO (ECOSHAM), de l'Organisme ouest africain (UEMOA) de la normalisation, la certification et de la promotion de la qualité (NORMCEQ) et du Réseau Normalisation et Francophonie (RNF).

A cet effet, le Mali participe régulièrement aux activités de normalisation de ces organisations.

L'AMANORM a obtenu des résultats encourageants avec à son actif présentement l'adoption de 334 normes, malgré qu'elle soit à ses débuts. Le principal défi reste l'adoption l'application et la mise en œuvre effective de ces normes par les entreprises locales.

Pour atteindre ces objectifs, l'AMANORM aura besoin davantage de ressources financières mais aussi et surtout de personnel qualifié.

1-5-Le Décret N° 2011-0505/P-RM du 16 octobre 2000 portant règlementation du commerce extérieur

Ce décret stipule à l'article 1 que le commerce avec tous les pays est libre dans le cadre de la règlementation fixée par ledit décret. Toutefois, l'importation et l'exportation sont soumises à l'enlèvement d'une intention d'importation ou d'exportation (articles 12 et 18).

1-6-Loi n°2011-088 du 30 décembre 2011 portant Loi d'Orientation du Secteur Privé;

Enfin, on peut citer d'autres textes très pertinents pour l'atteinte des objectifs assignés au Département notamment, l'Ordonnance n°2012-015/P-RM du 19 mars 2012 portant création de la Direction Nationale de l'Industrie et le Décret n°2012-183/P-RM du 21 mars 2012 fixant l'organisation et les modalités de fonctionnement de la Direction Nationale de l'Industrie.

1-7-Le Ministère de l'Économie et des Finances,

Il est chargé entre autres de :

- L'élaboration et l'application de la fiscalité intérieure et de la règlementation douanière :
- Le renforcement de l'intermédiation financière et la promotion de l'inclusion financière ;
- Le suivi et le contrôle des banques, des établissements financiers et de crédit, des systèmes financiers décentralisés et des compagnies d'assurance;
- L'élaboration et le contrôle de l'application de la réglementation des marchés publics, des délégations de services publics ;

1.8. La Chambre de Commerce et d'Industrie du Mali (CCIM)

La Chambre de Commerce et d'industrie du Mali a été créée par la loi N°98-014/AN-RM du 19 janvier 1998 en qualité d'établissement Public à caractère professionnel, doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière.

Elle a pour mission : l'organisation et la représentation professionnelle des personnes physiques et morales exerçant dans les différentes branches d'activités commerciales, industrielles et les services. Elle propose au Gouvernement toute mesure et les avis et informations demandées favorisant le développement des activités de ses ressortissants, notamment dans les domaines du commerce et des industries.

A cet effet, elle:

- Peut être autorisée à entreprendre des travaux ou à créer ou gérer des services nécessaires aux intérêts du commerce, de l'industrie et des services ;
- Peut participer à la formation initiale ou continue dans les domaines du commerce, de l'industrie et des services. Elle peut à cet effet créer des établissements ;
- Peut procéder à la diffusion de toutes informations utiles ou des études ou mettre en place tout organisme approprié ;
- Peut être appelé avec l'accord des parties, à désigner des arbitres pour trancher les différents relatifs au commerce, à l'industrie et aux prestations de services opposant la République du Mali ou des personnes physiques ou morales maliennes à des personnes physiques ou morales étrangères.

Conformément à ses missions et prérogatives, la CCIM a joué un rôle important dans la promotion de partenariat entre les opérateurs économiques et leurs homologues étrangers à travers la négociation, la conclusion et la signature de nombreux accords de coopération et de partenariat avec des chambres consulaires dans d'autres pays et la participation à de nombreuses manifestations commerciales.

Toutefois, il faut déplorer le rôle très marginal de la CCIM dans la restructuration et l'orientation des opérateurs économiques vers les Etats-Unis d'Amérique et particulièrement dans la mise en œuvre de l'AGOA en tant que préférences commerciales.

La forte implication de la CCIM dans la désignation du nouveau Président du Comité National AGOA augure des perspectives meilleures pour une forte implication dans les activités du Comité AGOA.

1.9. Le Comité national AGOA

Le Mali dispose d'un Comité national de suivi AGOA depuis son admission au régime de préférence en 2002. Fort malheureusement, ce comité a eu un bilan mitigé en 14 années d'exercice. Les raisons évoquées sont entre autres :

- Le manque de ressources financières pour mettre en œuvre les activités programmées;
- Le manque de formation des membres du comité pour une prise en charge correcte de leurs attributions :
- Le manque d'organisation efficiente au sein du comité.

Aussi, à la faveur du renouvellement de l'AGOA, le ministère du commerce et de l'industrie a voulu insuffler une dynamique pour booster les exportations maliennes vers les États-Unis en mettant en place un nouveau comité par Décision N° 2016-18/MCI-SG du 4 mars 2016. Il regroupe des représentants de l'administration publique, du secteur privé et de la société civile.

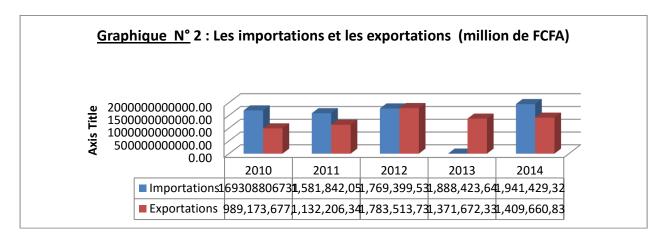
Les attributions confiées au comité sont :

- D'informer et sensibiliser les opérateurs économiques sur les mécanismes de l'AGOA;
- D'identifier les opérateurs économiques désirant exporter aux USA dans le cadre de l'AGOA;
- De préparer et assister les acteurs économiques maliens afin qu'ils puissent tirer le maximum de bénéfices des avantages offerts par l'AGOA;
- De répertorier les produits éligibles à l'AGOA dont ceux non soumis aux visas textiles AGOA ;
- De poser tout autre acte susceptible de faciliter les activités des opérateurs économiques du Mali dans le cadre de l'AGOA.

Etant donné que ledit comité est à ses débuts, il est difficile à ce stade de porter un jugement de valeur sur son bilan.

2-Analyse de l'évolution du commerce extérieur malien

2-1 - Importations et exportations



Source: DNCC

2-2-Évolution de l'exportation de certains produits

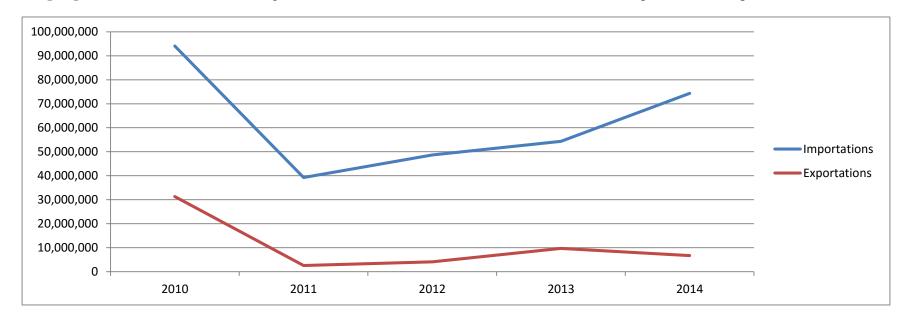
 $\underline{Tableau\ N^\circ\ 1}: \acute{E}volution\ de\ l'exportation\ de\ certains\ produits$

Nature des produits	2010	2011	2012	2013	2014
Céréales	1.264.299.869	2.891.891.500	410.999.497	103.703.351	418.511.323
Graines et fruits oléagineux,	2.911.211.844	4.261.734.469	3.776.394.719	3.656.537.141	5.527.897.822
Graines, semences et fruits divers,					
plantes					
Gommes, résines et autres sucres et	281.292.785	581.449.046	460.710.849	614.053.423	772.161.141
extraits végétaux	400 704 606	2 471 652 601	220 (00 201	972 702 929	550 470 270
Graisses et huiles animales ou	408.794.696	2.471.653.691	230.608.291	873.792.828	559.478.370
végétales, produits de leur dissociation					
	1 201 560 775	1 461 220 951	1 997 262 722	1 640 925 204	4.072.965.406
Préparation à base de céréales, de	1.281.569.775	1.461.329.851	1.887.362.732	1.649.825.394	4.072.865.406
farines, d'amidons, de fécules ou de					
lait	702 500 026		(70 45 (77		2 (40 500 606
Préparations de légumes, de fruits	792.590.036		672.456.677		2.648.500.686
ou d'autres parties de plantes	100 707 101	220 027 072	400 000 700	7.10.0.10	007.017.407
Extraits tannant ou tinctoriaux,	680.585.601	328.835.973	499.228.723	543.248.010	987.265.435
Tanins et leurs dérivées, Pigments					
et autres					
Peaux (autres que les pelleteries) et	4.271.623.779	6.139.228.948	9.997.478.046	9.900.832.989	6.814.773.756
Cuirs					
Ouvrages en cuirs, article de	16.304.303	4.880.755	10.467.578	38.272.668	34.689.620
bourrellerie ou de sellerie, articles					
de voyages					
Ouvrage de sparterie ou de	361.070.187	827.387.977	545.656.913	346.826.190	806.254.162
vannerie					
Coton	84.370.251.651	97.753.785.573	199.004.957.983	177.956.669.731	162.839.590.683

Autres fibres textiles végétales, fils de papier et tissus de fils de papier	34.519.024	15.280.300	4.963.500	4.447.500	4.410.739
Ouates, feutres et nontisses; fils spéciaux, ficelles, cordes et cordages	3.390.000	5.459.830	696.415	44.787.947	752.304
Tapis et autres revêtements de sol en matières textiles	0	0	181.604	235.280	600.000
Tissus spéciaux ; surfaces textiles touffe tees; dentelles, tapisseries	0	0	0	0	1.000.000
Tissus imprégnés, enduits, recouverts ou stratifiés ; articles techniques	175.000	140.962	6.000	1.697.500	0
Étoffe de bonneterie	0	0		0	0
Vêtements et accessoires de vêtements en bonneterie	7.763.052	13.057.421	56.151.890	1.615.484	4.800.248
Vêtements et accessoires du vêtement, autres qu'en bonneterie	17.148.300	2.157.199	7.502.207	7.381.450	9.825.907
Autres articles textiles confectionnés ;assortiments ;friperie et chiffons	689.450.227	790.428.124	908.701.569	815.442.714	3.143.136.470
Chaussures, guêtres et articles analogues; parties de ces articles	153.570.458	176.578.499	106.785.475	306.107.131	256.515.560
Perles fines ou de culture, pierres gemmes ou similaires, métaux précieux	782.344.810.722	798.700.925.332	880.409.046.613	928.871.507.356	993.159.246.485
Objets d'arts de collection ou d'antiquité	77.373.905		50.567.169	54.294.268	7.323.815

2-3- Évolution des échanges commerciaux entre le Mali et les États-Unis d'Amérique

Graphique N° 3 : Évolution des échanges commerciaux entre le Mali et les États-Unis d'Amérique sur les cinq (5) dernières années



	2010	2011	2012	2013	2014
Importations	94.105.000	39.228.000	48.639.000	54.352.000	74.357.000
Exportations	31.273.000	2.528.000	4.067.000	9.675.000	6.690.000

Source: BCEAO – Mali, Balance des Paiements et Position Extérieure Globale, Mali 2014.

Sur la période ou des données sont collectées, la balance commerciale du Mali est excédentaire en 2012. Elle est déficitaire sur les années 2010, 2011, 2013 et 2014. Par ailleurs, on observe une évolution en dent de scie. Malgré le déficit, que les exportations maliennes ont presque doublé en 5 ans, en passant de 989.173.677.496 francs CFA en 2010 à 1.783.513.738.894 francs CFA en 2012. Cette embellie s'explique notamment par l'amélioration de la production et de l'exportation du coton qui est passée de 84.370.251.651 francs en 2010 à 199.004.957.983 francs CFA en 2012. Outre l'amélioration des exportations du coton, on observe une appréciation progressive des exportations de l'or.

Par ailleurs, bien que les exportations de vêtements et autres produits à base textile sont très faibles, voire négligeables, elles connaissent une baisse drastique sur les 5 ans. Par contre, les produits comme la Gomme et les résines, les fruits, les préparations à base de farine enregistrent des hausses importantes sur la période. Les exportations de Gomme ont triplé en passant de 200 millions à plus de 700 millions.

Les peaux et cuirs, les graines oléagineuses occupent sur la période considérée, respectivement la troisième et quatrième place derrière l'or et le coton. L'autre paradoxe est qu'au moment ou les exportations de peaux et cuirs s'élèvent à plus de 6 milliards, les exportations, les exportations d'ouvrage en cuirs et de sacs de voyage ne représentent que 34 millions de francs cfa.

L'analyse du commerce extérieur du Mali démontre que l'Afrique est la première destination des exportations maliennes avec plus de 70% des exportations en 2014, suivie de l'Europe avec 14,7 % et de l'Asie avec 14,1 %.

Pour les importations, l'Afrique occupe également la première place avec 43 %, suivie de l'Europe avec 27,6 %, l'Asie avec 21,5 % et enfin l'Amérique avec 6,5 %.

En perspectives, le CREDD dispose que le Gouvernement adoptera et mettra en œuvre la Politique sectorielle de développement du commerce, mettra en œuvre la stratégie nationale de promotion et de développement des exportations, opérationnalisera l'Agence pour la Promotion des Exportations (APEX). Un annuaire 2016 des exportateurs du Mali sera élaboré. Le Gouvernement s'engagera à appuyer les filières agro-alimentaires d'exportation : (accompagnement des entreprises à la certification, appui aux PME de transformation des produits agro-alimentaires, appui à la réponse aux exigences commerciales, et réglementaires). Il s'agira également de poursuivre la mise en œuvre du Cadre Intégré Renforcé pour le Commerce visant à renforcer les capacités productives et commerciales dans les filières (mangue, karité, sésame, gomme arabique). Il conviendra également de progresser sur les opportunités économiques liées aux exportations du zaban, du tamarin et du rônier.

Les mesures qui seront prises pour soutenir le secteur privé, l'industrialisation et le commerce devraient se traduire, selon le cadrage macro-économique par une croissance moyenne annuelle de 6,6% des exportations et 3,9% des importations, en liaison avec les évolutions de la production des principaux produits d'exportations (notamment or, fruits, légumes, oléagineux, animaux, coton) et de leurs cours sur le marché international. Ainsi, le déficit commercial moyen représenterait +0,5% du PIB en 2018 contre -0,6% en 2015.

Une des faiblesses du commerce extérieur du Mali notamment des exportations, est l'absence d'un Guichet unique permettant la célérité des procédures administratives à l'exportation et les tracasseries routières menant aux Ports d'embarquement des marchandises. Par exemple, la durée du voyage peut rendre périssable certains produits.

Cependant, il existerait beaucoup de contraintes à l'offre d'exportation, notamment :

- Les problèmes liés à la compétitivité des produits d'exportation en raison du coût élevé des facteurs de production comme l'énergie, les matières premières ;
- La conformité aux normes et standards internationaux requis par les marchés ;
- L'insuffisance de ressources humaines qualifiées ;
- Le manque d'information des entreprises exportatrices sur les marchés ;
- L'insuffisance du soutien de l'Etat aux entreprises exportatrices ;

III : Analyse des secteurs de production et des potentialités d'exportation

L'économie malienne est essentiellement agricole. L'Agriculture contribue pour environ 35 % au Produit intérieur brut et près de 70 % de la population vit en campagne. Suite aux évènements de mars 2012 et la crise politico-sécuritaire, l'économie malienne a repris le chemin de la croissance. En 2014, le taux de croissance économique réel est ressorti à 7,2 % contre 1,7 % en 2013. Cette performance est imputable aux secteurs primaires et secondaires dont les taux de croissance ont été respectivement de 10,4 % et 9,2 % en 2014.

Le Produit intérieur brut, au prix courant a été de 5.987 milliards Francs CFA en 2014. Ces données montrent la solidité des fondements macro-économiques sur lesquels toute stratégie d'exportation peut se référer.

1-L'AGRICULTURE

1-1- La politique agricole :

Depuis plus d'une décennie, le Mali a clairement fait le choix de l'agriculture comme moteur de la croissance économique et du développement. Cette volonté politique se manifeste à travers :

- L'adoption de la Loi N° 06-045 du 5 septembre 2006 portant Loi d'Orientation Agricole ;
- L'affectation d'au moins 15 % du Budget national à l'Agriculture ;
- La subvention des intrants agricoles pour améliorer l'accès pour les paysans ;
- Le choix de la mécanisation pour une agriculture intensive ;
- La mise en place d'un mécanisme de soutien aux producteurs pour le coton, spéculation phare qui a des externalités sur la production céréalière ;
- Le développement de l'agriculture irriguée par une meilleure maîtrise des eaux de surface;

La Loi N° 06-045 du 5 septembre 2006 portant Loi d'Orientation Agricole constitue le cadre normatif du secteur Agricole au Mali. Son article 1^{er} fixe les orientations de la politique de développement Agricole du Mali. Elle couvre l'ensemble des activités économiques du secteur Agricole et péri-Agricole notamment l'agriculture, l'élevage, la pêche et la pisciculture, l'aquaculture, l'apiculture, la chasse, la foresterie, la cueillette, la transformation, le transport, le commerce, la distribution et d'autres services Agricoles, ainsi que leurs fonctions sociales et environnementales. Les politiques sous sectorielles ou thématiques couvrant les activités susvisées sont parties intégrantes de la politique de développement agricole.

C'est en application des dispositions de la LOA que le Ministère du Développement Rural a adopté le Document de Politique Agricole comme cadre de référence de toutes les interventions dans le domaine agricole. L'objectif général de la PDA est de « Contribuer à faire du Mali un pays émergent où le secteur Agricole est un moteur de l'économie nationale et garant de la souveraineté alimentaire dans une logique de développement durable.

La PDA se fonde sur la promotion d'une Agriculture durable, moderne et compétitive reposant prioritairement sur les Exploitations Agricoles Familiales (EAF) et les Organisations Professionnelles Agricoles (OPA) reconnues et sécurisées ainsi que sur le développement d'Entreprises Agricoles (EA).

Les objectifs spécifiques de la Politique de développement agricole sont entre autres :

- Assurer la sécurité alimentaire des populations et garantir la souveraineté alimentaire de la nation;
- Assurer la gestion rationnelle des ressources naturelles et de l'environnement en prenant en compte les changements climatiques;
- Moderniser les systèmes de production Agricole et améliorer la compétitivité des filières Agricoles dans une perspective de valorisation des produits;
- Assurer le développement des innovations technologiques par la recherche Agricole et la formation professionnelle;
- Promouvoir le statut des exploitants Agricoles et renforcer les capacités de l'ensemble des acteurs;
- Réduire la pauvreté rurale.

La Politique de Développement Agricole s'articule autour de 8 orientations stratégiques que sont :

- Assurer la sécurité alimentaire de l'ensemble des populations du Mali et contribuer à celle de la Sous-Région
- Assurer le développement institutionnel et le renforcement des capacités de tous les acteurs
- Préserver l'environnement et mieux gérer les ressources naturelles
- Développer des investissements dans le secteur agricole
- Améliorer la compétitivité des produits agricoles et agroindustriels sur les marchés aux plans intérieur, sous régional et international
- Développer un système de recherche et de conseil agricoles au service d'une agriculture durable et compétitive
- Assurer la formation de l'ensemble des acteurs du secteur et les faire accéder aux niveaux de connaissances et de compétences requis pour remplir leurs rôles et missions
- Mobiliser le financement et des ressources conséquents et accessibles en faveur du développement agricole

L'opérationnalisation de la PDA e fait à travers le Programme National d'Investissements Prioritaires dans le Secteur Agricole (PNIP-SA) et le Plan National d'Investissement Agricole (PNISA) qui sont tous déjà adoptés par le Gouvernement.

Les orientations stratégiques 4 et 5 de la Politique de Développement font ressortir les liens entre l'Agriculture et le Commerce. Elles visent à transformer les atouts de l'agriculture

malienne en véritables opportunités de développement économique et de réduction de la pauvreté et d'apporter des solutions aux défis auxquels l'agriculture malienne est confrontée.

L'axe stratégique N°4 relatif aux investissements dans le secteur agricole porte sur la réalisation d'infrastructures, notamment des aménagements hydro-agricoles, les infrastructures Agro-industrielles, de transformation, de stockage et de commercialisation, le développement de l'aquaculture, le développement énergétique du secteur Agricole respectueux de l'environnement la mécanisation agricole adaptée aux systèmes de production.

La stratégie de diversification des produits consistera à avoir en permanence au niveau du système national de recherche Agricole des variétés et des espèces susceptibles d'ouvrir de nouveaux marchés.

S'agissant du 5^{ème} axe stratégique, portant sur l'amélioration de la compétitivité des produits agricoles et agroindustriels sur les marchés aux plans intérieur, sous régional et international, les interventions prioritaires concernent entre autres :

- Le développement des filières végétales compétitives et performantes ;
- Le développement des filières animales modernisées et profitables, notamment l'intensification de la production de viande, de lait, d'œufs et de sous-produits animaux.
- Le développement des filières de la pêche et de l'aquaculture durablement productives ;
- Le développement des filières forestières et fauniques génératrices de revenus et d'emplois

En vue d'atteindre les objectifs commerciaux qu'il s'est fixés, la Politique de Développement Agricole accorde une place importante aux questions de qualité et de certification. A cet égard, l'accent sera mis sur la labellisation, la sécurité sanitaire et les modes de production respectueux de l'environnement, la traçabilité des produits, l'Appellation d'Origine Contrôlée, le Label Agricole, le Certificat de conformité et le Label Agriculture biologique.

1-2-Potentialités et atouts du secteur agricole

Le Mali dispose des potentialités et des atouts pour atteindre l'objectif de puissance agricole en Afrique de l'Ouest. Le Pays est arrosé par deux fleuves sur une distance totale de 2.600 kilomètres, soit respectivement 1.700 km pour le fleuve Niger et 900 km pour le fleuve Sénégal. Ces deux cours d'eau drainent en année moyenne 70 milliards de m3 d'eau avec toutefois d'amples variations 40 milliards de m3 environ entre les années très sèches et celles très pluvieuses. Le pays dispose également d'un potentiel considérable de terres agricoles estimé à 43,7 millions d'hectares utilisables pour l'agriculture et l'élevage, dont 2 200 000 hectares irrigables. Comme atouts de l'Agriculture malienne on peut citer la jeunesse de la population, l'abondance du cheptel et des ressources animales.

L'Agriculture malienne, malgré ses atouts demeure confrontée à des contraintes, notamment la faible mécanisation et la faible productivité, l'analphabétisme, la petite taille des exploitations agricoles qui sont de type familial, la forte vulnérabilité aux changements climatiques et la dépendance à l'agriculture pluviale, la dégradation de l'environnement et son impact sur le rendement des sols.

Le bilan du secteur agricole au cours de la campagne 2014-2015 fait ressortir une production céréalière de 6 980 733 tonnes contre 5 736 093 tonnes en 2013/2014, soit une hausse de 22 %

et pour une prévision de 8 674 462 tonnes, soit un taux de réalisation de 81 %. Cette production est répartie comme suit :

- 2 166 830 tonnes de riz (31 %)
- 1 744 026 tonnes de maïs (25 %)
- 1 715 044 tonnes de mil (24,6 %)
- 1 271 880 tonnes de sorgho (18,2 %)
- 37 284 tonnes de fonio (0,5 %)
- 45 668 tonnes de blé/orge (0,7 %).

Quant à la production de coton graine, elle est évaluée à 548 723 tonnes en 2014-2015 contre 440 027 tonnes en 2013-2014, soit une augmentation de 24,7 %. La production cotonnière qui a connu une baisse en 2013-2014 a enregistré une nette progression grâce aux efforts de l'Etat (appui-conseil et subventions diverses) et des exploitants Agricoles.

La production des légumineuses alimentaires a enregistré les quantités ci-après :

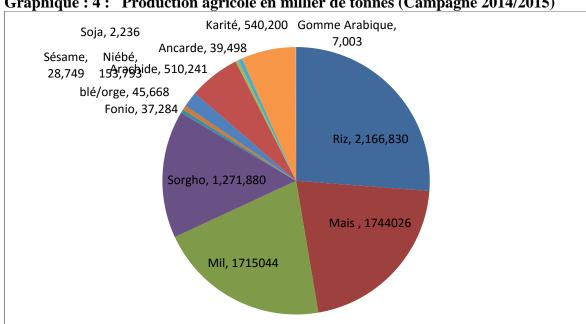
Niébé: 153 793 tonnes Arachide: 510 241 tonnes Sésame: 28 749 tonnes Soja: 3 236 tonnes.

S'agissant des principales productions de cueillette, les quantités produites sont :

Anacarde: 39 498 tonnes Karité: 540 200 tonnes

Gomme arabique: 7 003 tonnes.

La Production des cuirs et peaux a porté sur 322.585 pièces de cuirs verts produites sur une prévision de 357 000, soit un taux de réalisation de 90 % et 820.741 pièces de peaux ovines et caprines vertes produites sur une prévision de 1 050 000, soit un taux de réalisation 78 %.



Graphique : 4 : Production agricole en millier de tonnes (Campagne 2014/2015)

Source: Ministère du Développement Rural/Secrétariat Général: Document de synthèse de la campagne 2014/2015

2-L'INDUSTRIE

Aux premières années de l'indépendance, la République du Mali a fait le choix d'une politique d'industrialisation par substitution dont l'objectif était de produire l'essentiel des besoins des populations sur place afin de limiter le recours aux devises pour payer les importations. Ainsi, la mise en œuvre du premier plan quinquennal a permis la réalisation de nombreuses usines et fabriques dans les domaines de l'agro-alimentaire, du bâtiment et de certains biens d'équipement comme les radios, les bicyclettes, les mobylettes, etc. Cependant cette politique d'industrialisation a vite connu ses limites en raison du caractère social de l'emploi qui faisait que l'État devrait donner du travail à chaque personne formée, sortant d'une école. Ainsi, le poids des subventions accordées aux entreprises par rapport à la faiblesse de ses ressources de l'État est à l'origine du premier programme d'ajustement structurel conclu avec le Fonds Monétaire International et la Banque mondiale en 1983.

L'État malien abandonna l'orientation socialiste pour se tourner vers une économie de marché avec le désengagement du secteur productif. L'État devait donc recentrer ses interventions sur la régulation de l'activité économique et le secteur privé devrait assumer le rôle de moteur de la croissance et du développement.

Fort malheureusement, la politique de privatisation massive et moins transparente engagée à partir de 1984 n'a pas trouvé de répondant au sein du secteur privé, mal préparé à jouer le rôle qui était désormais le sien. Aussi, la plupart des unités industrielles ont été fermées.

De nos jours, le secteur de l'industrie au Mali se caractérise par sa faible densification et sa faible diversification et subséquemment sa faible part dans la constitution du Produit Intérieur Brut, à peine 10 % en 2003.

En vue de corriger cette faiblesse structurelle, le Gouvernement a adopté en mars 2010 la Politique de Développement industrielle avec son avec son Plan Opérationnel pour la période 2010-2012.

2-1-Objectif général

L'objectif général de la politique de développement industriel est de promouvoir un développement industriel ordonné, rapide, durable et équilibré, générateur d'emplois, permettant au secteur secondaire d'atteindre une contribution à la formation du Produit Intérieur Brut (PIB) de 20% en 2012 et 42% en 2025.

2-2-Objectifs spécifiques

Ils sont:

- améliorer l'environnement des entreprises industrielles pour attirer les investisseurs et faire du secteur privé le vecteur de la croissance économique;
- améliorer la compétitivité des unités industrielles existantes afin qu'elles puissent poursuivre leur modernisation industrielle et pénétrer des marchés d'exportation avec des produits à plus forte valeur ajoutée;
- encourager la création de nouvelles unités industrielles et l'utilisation des meilleures idées, technologies, techniques et méthodes en s'appuyant sur les actifs de la propriété intellectuelle.

La stratégie d'industrialisation vise à développer une agro-industrie comme socle du développement industriel du pays. L'approche vise à renforcer l'articulation entre l'Agriculture et l'Industrie dans la perspective de l'implantation, dans les zones de grande production agricole, de nouvelles unités industrielles de transformation des produits primaires. Elle mettra l'accent, d'une part, sur le développement des régions et, d'autre part, sur la promotion des exportations des produits industriels. Pour ce faire, un soutien fort sera apporté aux projets d'entreprises dans le secteur agricole et des matériaux de construction avec pour objectif de contribuer au doublement du nombre d'entreprises viables. L'accent sera mis également sur l'accompagnement des entreprises industrielles dans leur effort de modernisation et d'adaptation technologique, d'amélioration de la qualité de leurs produits et de maîtrise énergétique et des coûts de production.

La faible mobilisation des ressources (humaines et financières) et la crise politico-sécuritaire intervenue en 2012 sont des facteurs qui ont affecté négativement la mise en œuvre du plan opérationnel 2010-2012 pour ce qui concerne ces activités.

Sur la période 2010-2012, le secteur secondaire a contribué en moyenne pour 17,45% à la formation du Produit Intérieur Brut (PIB) contre 20% attendue. Dans cette contribution, la part du secteur industriel, y compris la branche activités d'extraction et la branche production et distribution d'électricité, d'eau et de gaz a été en moyenne de 13,33%. En 2013, la contribution du secteur secondaire au Produit Intérieur Brut a été de 18,10%, dont 14,40% pour le secteur industriel (manufacture, mines, eau, électricité et gaz).

En perspective, il était attendu en 2014 une contribution de 18,4 % pour le secteur secondaire dont 14,80% pour le secteur industriel. Au vu des insuffisances constatées et des recommandations de l'évaluation, le département a initié le projet de plan d'actions 2015-2017 bâti sur les éléments suivants :

- les activités non réalisées et celles en cours de réalisation du plan opérationnel 2010-2012 :
- la vision du changement fondée sur le développement des infrastructures pour accroître la compétitivité globale de l'économie et améliorer l'environnement des affaires ;
- les activités du Programme d'Actions du Gouvernement (PAG) 2013-2018 concourant à l'atteinte de l'objectif général de la Politique de Développement Industriel;
- les projets industriels agrées au Code des Investissements au niveau du Ministère de la Promotion des Investissements et du Secteur Privé dont le suivi de réalisation est assuré par la Direction Nationale de l'Industrie.

Il a été dénombré au cours du recensement industriel de 2015, 929 entreprises dont 829 en activités, se répartissant comme suit : Bamako 478 entreprises industrielles, Sikasso162 entreprises, Koulikoro142 entreprises, Ségou 54 entreprises, Kayes 43 entreprises, Mopti 30 entreprises, Gao 14 entreprises, Tombouctou 03 entreprises et Kidal 03entreprises.

- 60 % des entreprises ont été créées avant 2010 ; 6% en 2010 ; 8 % en 2011 ; 5% en 2012 ; 6 % en 2013 et 9 % en 2014 et 6% non déterminés.
- 97,6% des entreprises industrielles exercent l'activité de fabrication ; 1,5% des entreprises exercent l'activité extractive, 0,4 % des entreprises exercent l'activité de Production et Distribution d'électricité et de gaz, 0,4% des entreprises exercent l'activité de production et de distribution d'eau, assainissement, traitement d'eau.
- 34,8% des entreprises industrielles sont des entreprises individuelles, 32 % des SARL et 19,7 % des SA et les autres sont représentées dans le tableau ci-dessous ;

Les filières prioritairement retenues sont : (i) les oléagineux et produits de cueillette (karité, gomme arabique), (ii) les fruits et légumes (mangues, pomme de terre, tomate, échalote, haricot vert, pois sucré, hibiscus), (iii) les produits animaux (bétail, viande, lait, poisson, cuirs et peaux), (iv) les céréales sèches (riz, maïs), (v) les matériaux de construction (ciment, chaux, plâtres).

Les contraintes auxquelles l'industrie malienne est confrontée liées, entre autres, le coût des facteurs de production ; l'état des infrastructures et au marché, l'insuffisance de ressources humaines qualifiées, l'accès au financement ; la vétusté des équipements et matériels de production ; la gouvernance d'entreprises ; la qualité insuffisante de certains produits ; l'accès aux marchés extérieur ; l'accès limité à l'information et la faible articulation entre l'industrie, la recherche et les autres secteurs de l'économie.

3-L'artisanat

3-1- La politique

Le secteur de l'artisanat est l'un des grands pourvoyeurs d'emplois de l'économie malienne. Selon l'étude réalisée par CAGE-FODERNA/ID-Sahel, le nombre d'artisans au Mali était estimé, en 2009 à 2.433.400 personnes, soit 46% de la population active dont 1.654.712 artisans urbains (68%), et 778.688 artisans ruraux (32%). Selon les enquêtes réalisées par la Commission de l'UEMOA, en collaboration avec le BIT, le secteur de l'artisanat joue un rôle socio-économique important dans l'économie des Etats membres de l'Union et sa contribution au PIB serait de l'ordre de 10 à 20%. L'artisanat malien est indéniablement un secteur de forte croissance économique et grand pourvoyeur d'emplois.

Selon les dispositions de la Loi N° 95 – 029 du 20 mars 1995 portant Code de l'Artisanat au Mali, l'activité artisanale (article 1) « L'activité artisanale consiste en l'extraction, la production, la transformation des biens et/ou prestations de service grâce à des procédés techniques dont la maîtrise requiert une formation, notamment par la pratique. Elle peut être exercée par des personnes physiques ou morales ».

L'Article 2 dispose que : « Le mode de production artisanale est principalement manuel. Il peut cependant inclure l'utilisation des machines et outillages mécaniques qui n'occasionnent pas une production en série ».

Selon l'Article 3 de ladite loi : « Est artisan, la personne professionnellement qualifiée, qui exerce à titre individuel en son nom et pour son propre compte une activité artisanale. Elle peut se faire aider par la famille, des apprentis et/ou des ouvriers. »

Sont réputées entreprises artisanales, les petites unités d'extraction, de production, de transformation et/ou de prestation de service n'employant pas plus de dix (10) ouvriers artisans salariés permanents et dont le mode de production est artisanal conformément à l'article 2 ci-dessus. L'encadrement technique dans une entreprise artisanale doit être assuré par une personne ayant la qualification d'artisan.

Cette même loi classifie les activités artisanales en sept (7) catégories de métiers. Il s'agit de :

- 1. Métiers artisanaux de l'alimentation (11 corps de métiers);
- 2. Métiers artisanaux de l'extraction, du bâtiment et connexes (32 corps de métiers) ;

- 3. Métiers artisanaux du bois et de l'ameublement (17 corps de métiers) ;
- 4. Métiers artisanaux de la transformation des métaux et de la construction métallique (corps de métiers 44) :
- 5. Métiers artisanaux de l'habillement, du cuir et du textile (28 corps de métiers) ;
- 6. Métiers artisanaux de l'hygiène et des soins corporels (15 corps de métiers) ;
- 7. Métiers artisanaux d'art et divers (24 corps de métiers).

L'arrêté n°96/1145/MIAT-SG du 19 juillet 1996, du Ministre chargé de l'Artisanat, a fixé la liste des métiers, relevant du secteur artisanal et qui devront faire l'objet d'une immatriculation au répertoire des métiers. Cette liste a établi à 171 corps de métiers existant au Mali. Il apparaît aujourd'hui que cette liste est dépassée.

L'environnement institutionnel et juridique du secteur de l'artisanat se compose de :

- le ministère chargé de l'artisanat
- le centre national de promotion de l'artisanat
- les chambres de métiers, les conférences régionales des chambres de métiers et l'assemblée permanente des chambres de métiers du Mali.

Présentement le réseau des Chambres de Métiers du Mali comprend : 20 Chambres de Métiers, 4 Conférences Régionales des Chambres de Métiers (Sikasso, Ségou, Mopti et le District de Bamako) ; et l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers. Les Regroupements Associatifs : la Fédération Nationale des Artisans du Mali

Au plan législatif et réglementaire, on peut citer entre autres les textes ci-après :

- La loi N°95-016 du 17 février 1995, portant création du Centre National de la Promotion de l'Artisanat ;
- Loi N° 95 029 du 20 mars 1995 portant Code de l'Artisanat du Mali
- Loi N° 95- 053 du 20 juin 1995 portant création des Chambres de Métiers, des Conférences Régionales et de l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers ;
- Décret N° 95- 283/PRM du 28 juillet 1995 fixant l'organisation et les modalités de fonctionnement des Chambres de Métiers ;
- Décret N° 95- 284/PRM du 28 juillet 1995 fixant l'organisation et les modalités de fonctionnement des Conférences Régionales et de l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers ;
- Décret N° 99- 175/PRM du 28 juin 1999 fixant modalités d'immatriculation au répertoire des métiers ;

3-2 –les principales contraintes et les défis de l'artisanat

L'artisanat malien est confronté aux principales contraintes ci-après :

- l'insuffisance de données fiables sur le secteur ;
- la faiblesse des appuis techniques et financiers envers le secteur ;
- la grande majorité des artisans maliens manquent de professionnalisme ;
- les entreprises artisanales constituent une menace potentielle de dégradation de l'environnement;
- le potentiel du marché artisanal bien qu'immense aussi bien à l'intérieur qu'à l'extérieur du pays reste peu exploité. ;

Dans le Document de Politique de Développement de l'Artisanat sur la période 2009-2013, le Département en charge du secteur a fixé les trois grandes orientations suivantes :

- l'organisation du secteur
- le financement du secteur
- la promotion du secteur

3-3-les objectifs du secteur

L'objectif général assigné au secteur de l'artisanat est de promouvoir son développement par l'exploitation de ses potentialités, en vue de créer des emplois durables et d'accroître les revenus afin de contribuer à la réduction de la pauvreté.

Les objectifs spécifiques sont :

- 1. Améliorer l'environnement institutionnel, organisationnel et réglementaire du secteur ;
- 2. Accroître la productivité et la compétitivité des entreprises artisanales ;
- 3. Promouvoir un système de financé adapté au secteur ;
- 4. Assurer la promotion commerciale des produits artisanaux ;
- 5. Développer un système d'information performant sur l'artisanat.

Aussi, chaque objectif spécifique a été pris dans le document susvisé comme un axe stratégique.

4-Les Mines:

Le secteur des mines est incontournable dans l'économie malienne et il est éligible à l'AGOA.

4.1. Les potentialités minières :

Le gouvernement compte mieux valoriser cette richesse naturelle du pays. En dépit des potentialités existantes, force est de reconnaitre que l'offre minière actuelle du Mali est concentrée sur l'or.

L'exploitation de l'or pèse 8% du PIB, 25% des recettes budgétaires et 70% des exportations. Plusieurs mines d'or sont actuellement exploitées par des sociétés multinationales. Ces mines sont :

- Kalana et Morila dans le sud du Mali,
- Yatela, Sadiola et Loulo à l'ouest du Mali
- Syama et Tabakoto
- En plus de celles-ci, d'autres sont en phase d'exploration. Celles-ci sont :
- Kofi.
- Kodieran,
- Gounkoto.
- Komana,
- Banankoro,
- Kobada et Nampala.

4-2-les potentialités encore non exploitées :

4-2-1-Uranium:

L'uranium n'est pas encore exploité au Mali. Cependant, des projets d'exploration pouvant intéresser les investisseurs américains sont en cours. Ceux-ci sont :

• Projet Faléa:

Il est localisé dans la région de Faléa avec une superficie de 150 km² du bassin de Falea – Guinée du nord. Le potentiel en uranium de Falea devrait être de 5000 tonnes.

• Projet Kidal:

Le projet Kidal, au nord est du Mali, sur une superficie de 19 930 km2 est un projet qui couvre une vaste province géologique cristalline connue sous le nom de l'Adrar. Le potentiel en uranium du dépôt de Samit dans la seule région de Gao devrait atteindre les 200 tonnes.

4.2.2. Diamants : (projet de la région administrative de Kayes)

Le Mali a le potentiel de développer son exploitation de diamants : dans la région administrative de Kayes (région minière 1), trente (30) diatrèmes (pipes) kimberlite ont été découverts et parmi ceux-ci huit ont montrés des traces de diamant. Huit petits diamants ont été récupérés dans la région administrative de Sikasso (dans le sud du Mali).

4-2-3-Les projets des pierres précieuses

Ces gisements se trouvent:

- Dans les environs de Nioro et Bafoulabé: grenats et minerais magnétiques rares
- Dans les environs de Bougouni et dans le bassin de Falémé: minerais de pegmatite
- Au Gourma grenats et corindons
- Dans l'Adrar pegmatite et minerais métamorphiques
- Dans la zone de Hombori Douentza: quartz et carbonates

4-2-4-Les projets de Minerai de fer, Bauxite et Manganèse:

Le Mali a, selon les estimations, plus de 2 millions de tonnes de potentielles réserves en minerai de fer, situées dans les zones de Djidian-Kenieba, Diamou et Bale.

Les réserves de bauxite sont estimées à 1,2 millions de tonnes et elles sont situées à Kita, Kenieba et Bafing- Makana. Des traces de manganèse ont été découvertes à Bafing – Makana, Tondibi et Tassiga.

4.2.5. Autres projets

- **Dépôts de roches calcaires :** 10 millions de tonnes estimées (Gangotery), 30 millions de tonnes estimées (Astro) et Bah El Heri (Nord de Goundam) 2,2 millions de tonnes estimées.
- Cuivre: potentiel à Bafing Makan (région de l'ouest) et Ouatagouna (région du nord)

- Marbre: Selinkegny (Bafoulabe) 10,6 millions de tonnes de réserves et de traves estimées à Madibaya
- **Gypse**: Taoudenit (35 millions de tonnes estimées), Indice Kereit (nord de Tessalit) 0,37 millions de tonnes estimées.
- Kaolin: réserves potentielles estimées (1million de tonnes), situées à Gao (région du nord)
- **Plomb et zinc:** Tessalit dans la région du nord (1,7 millions de tonnes de réserves estimées) et des traces à Bafing Makana (région de l'ouest) et à Fafa (nord du Mali)
- **Lithium**: indications à Kayes (région de l'ouest) et potentiel estimé à 4 millions de tonnes à Bougouni (région du sud)
- Schiste de bitume: potentiel estimé à 870 millions de tonnes, indications découvertes à Agamor et Almoustrat dans la région du nord.
- **Lignite**: potentiel estimé à 1,3 millions de tonnes, indications découvertes à Bourem (région du nord)
- Pierre de sel: potentiel estimé à 53 millions de tonnes à Taoudenni (région du nord)
- **Diatomite**: potentiel estimé à 65 millions de tonnes à Douna Behri (région du nord)

4-2-6-Les projets pétroliers

Cinq projets de bassins de sédiments dans le nord du pays :

- Taoudeni,
- Tamesna,
- Iwellimeden,
- Ditch Nara
- Gao

15 blocs pétroliers sur les 29 proposés sont déjà attribués. La période d'exploration est de 12 ans

5. Les Services

5.1. Le Transport

Le Mali est un enclavé. Le Port le plus proche de la capitale, Bamako, est à plus de 900 kilomètres. Aussi le coût du transport est un facteur déterminant dans la compétitivité de l'économie malienne. Selon certaines études effectuées antérieurement, le coût du transport et les tracasseries routières, représenteraient environ 30 % du coût de revient des marchandises au consommateur.

Par ailleurs, s'agissant des tracasseries routières, elles représenteraient entre 10 et 35 jours de retard pour relier le Mali à un Port, toute chose qui rallonge inutilement le délai de livraison des marchandises, malgré les efforts du Gouvernement et des Partenaires techniques pour désenclaver le pays.

S'agissant du commerce avec les Etats-Unis, il y a lieu de souligner qu'il n'existe pas de liaison aérienne directe entre les deux pays. Les vols pour les Etats Unis sont faits à partir de Dakar, Casablanca et Paris. Par ailleurs pour le transport multimodal, près de 75 % des importations du Mali sont effectuées par le Port de Dakar.

Le secteur des transports au Mali se caractérise par :

- La vétusté du Parc :
- Le manque ou l'insuffisance d'entretiens routiers ;
- La charge à l'essieu trop élevée qui dégrade rapidement les routes.

5.2. Les services financiers

Le Mali compte aujourd'hui environ 14 établissements bancaires et des dizaines d'institution de micro crédit. En 2015, le concours des banques à l'économie nationale a été de 1.371,937 milliards Fcfa en 2014. (BCEAO – Mali, Balance de Paiement et Position Extérieure Globale 2014).

Il ya lieu de souligner que le gros défi du secteur bancaire est l'inclusion financière. En effet, selon les statistiques de l'APBF, seulement 20 % des PME/PMI sont actuellement financées par les banques et les 80 % sont en marge du secteur bancaire. Cette situation s'explique par le fait que ces 80 % évoluent plutôt dans le secteur informel, donc ne disposant pas de comptabilité fiable permettant d'apprécier leurs activités.

Le secteur de la microfinance a connu un développement rapide au Mali entre 2000 et 2014. Selon les statistiques de la Cellule de Contrôle et de Surveillance des SFD, au 30 décembre 2014, le secteur comptait 126 structures, 1000 points de vente de services répertoriés et 1.079.091 membres et clients. A la même année, elle avait mobilisé plus de 58,3 milliards FCFA d'épargne et octroyé plus de 70,444 milliards FCFA de crédits. L'actif total est estimé à plus de 103 milliards FCFA.

IV : Analyse des potentialités d'exportation du Mali dans le cadre de l'AGOA

L'analyse des potentialités maliennes à l'exportation repose essentiellement sur les critères suivants : (i) la liste des produits éligibles à la préférence AGOA et les règles d'origine exigées pour bénéficier du régime préférentiel ; (ii) la capacité de production de l'économie malienne et les exportations maliennes vers les États-Unis ces cinq dernières années.

1. Aperçu des Règles d'Origine

Un produit est admissible au régime AGOA lorsqu'il respecte des règles d'origine ainsi que les exigences douanières américaines. Le premier critère d'admissibilité est la liste des produits du Système généralisé des préférences des Etats-Unis ou la liste additive spécifique soumise dans le cadre de l'AGOA. Au total, il y'a environ 7.000 produits sur la base du SH à 8 chiffres dont 1800 produits de liste additive AGOA.

Il y a lieu de souligner que les produits exportés vers les Etats-Unis dans le cadre de l'AGOA doivent être acheminés directement du pays exportateur aux côtes américaines. Si tel n'est pas le cas, les produits exportés doivent être mis dans des containers bien scellés. Toutefois, les règles d'origine ci-dessous doivent être respectées :

- Les articles doivent être «la croissance, le produit ou la fabrication" d'un ou plusieurs pays de l'AGOA-bénéficiaires (ces exigences peuvent être satisfaites conjointement par plus d'un bénéficiaire de l'AGOA ce concept est appelé «cumul d'origine»);
- Les produits peuvent incorporer des matériaux provenant de pays extérieurs (non AGOA bénéficiaires) à condition que la somme des coûts directs ou la valeur des matières produites dans un ou plusieurs Pays bénéficiaire AGOA bénéficiaire (s), ainsi que les "coûts directs de traitement au moins égale à 35% de la valeur du produit évalué au port d'entrée américain;
- En outre, un total de jusqu'à 15% de la valeur du contenu local de 35% (comme évalué au port d'entrée américain) peut consister en des pièces américaines originaires et des matériaux. Ce concept est appelé «cumul bilatéral de l'origine».

Toutefois, il est à signaler que les textiles et les vêtements relèvent de critères différents qui confèrent le visa textile. En effet, pour qu'un pays exporte des textiles et vêtements sur les États-Unis, il doit avoir obtenu au préalable le visa textile.

2. Les textiles et les vêtements

Les pays en provenance des pays d'Afrique subsaharienne éligibles à l'AGOA qui souhaitent exporter en franchise de droits de vêtements aux États-Unis en vertu de l'AGOA doivent d'abord être certifiés comme ayant satisfait des dispositions du 'habillement' "(suivre le lien à Pays Admissibilité dans le menu A propos de l'AGOA). Cela implique avoir pris les mesures nécessaires pour "établir des systèmes efficaces de visa de produits pour prévenir le transbordement illégal et l'utilisation de documents contrefaits, ainsi que d'avoir des procédures d'application et de vérification nécessaires engagées ".

Les articles fabriqués en Afrique subsaharienne à partir de tissus américain, le fil, bénéficie également d'un accès et sans contingent en franchise de droits au marché américain sans limitations. Ces vêtements peuvent également avoir été "brodés ou soumis à pierre-lavage, enzyme lavage ... sérigraphie ou d'autres procédés similaires";

Les articles textiles fabriqués en Afrique sub-saharienne à partir de tissus et de fils de production nationale, ou à partir de tissus et de fils produits dans les pays AGOA-bénéficiaires en Afrique sub-saharienne ;

Les articles admissibles à un traitement préférentiel en vertu de l'AGOA fabriqués à partir de matériaux d'origine étrangère, ne doivent pas contenir plus de 25 pour cent du coût des composants de l'article de vêtement assemblé.

Règle de minimis : L'article contient des fibres ou des fils qui ne sont pas fabriqués totalement aux États-Unis ou dans un ou plusieurs AGOA pays d'Afrique subsaharienne bénéficiaire si le poids total de ces fibres et fils n'est pas supérieur à 10 pour cent du poids total de l'article.

Enfin, les fabricants de vêtements qui souhaitent exporter en franchise de droits aux États-Unis en vertu de l'AGOA sont tenus de « tenir des registres complets de la production et l'exportation des articles visés, y compris les matériaux utilisés dans la production, pendant au moins 2 ans après la production ou à l'exportation".

Pour le cas du Mali qui a obtenu le visa textile en 2007, les exportations de vêtements et produits textiles doivent pouvoir être classés dans les positions du système harmonisé de 8 chiffres. Il s'agit entre autres des articles confectionnés à la main, qui s'inscrivent dans la valorisation du folklore, de la culture d'une ethnie, des tissus imprimés.

Par exemple, les tapis tissés à la main, les foulards, les napperons, et les nappes et des articles faits à la main fabriqués à partir de tissus tissés à la main si elle est faite au Mali.

Pour les tissus imprimés à armure toile de coton, 85% ou plus en poids de coton, pesant plus de 100 g / m2, mais au plus 200 g / m2, de numéro de fil 42 ou abaisser imprimés tissus à armure toile de coton, 85% ou plus en poids de coton, pesant plus de 100 g / m2, mais pas plus de 200g / m2, des numéros de fil 43-68. Ils peuvent comporter des dessins, des symboles et d'autres caractéristiques des imprimés africains normalement produites et vendues en Afrique par la pièce ou fabriqués à partir de tissu aux États-Unis en utilisant US fil ou tissé dans un ou plusieurs pays éligibles bénéficiaires d'Afrique subsaharienne à l'aide des fils tissés des États-Unis, y compris cirés, dans un ou plusieurs pays éligibles bénéficiaires subsaharienne.

3. Les potentialités de production et d'exportation du Mali vers le marché américain

Le tableau en annexe fait ressortir les exportations maliennes en valeur vers les États-Unis entre 2010 et 2015. Lorsqu'on croise ce tableau avec les potentialités de production malienne, on fait aisément la part entre la réexportation et les exportations des produits maliens.

L'analyse de ce tableau ci-dessous fait ressortir les principaux produits d'exportation vers le marché américain. On retient essentiellement :

- Les objets d'art et artisanaux qui font presque 25 % des exportations ;
- Les huiles et les graisses animales et végétales qui font environ 10 %;
- Les gommes et les résines qui font leur apparition dans les échanges seulement à partir de 2014;
- Les instruments de musique et les pièces de réparation ;
- Les préparations à base de céréales ;

- Les préparations à base de fruits ;
- Les articles confectionnés à partir des peaux et cuirs
- Les produits textiles et les vêtements, les équipements de literie

V : Les priorités stratégiques

L'analyse des performances commerciales des secteurs de production et leurs potentialités, des axes stratégiques de la politique de développement industriel, des axes de la loi d'orientation agricole montre que la stratégie d'exportation AGOA doit s'articuler autour de trois (3) axes prioritaires :

1-Priorité N°1 : Développer le textile et habillement

1-1-Etat des lieux :

Au Mali, le secteur de l'habillement et des textiles est relativement diversifié. Le coton qui est la principale matière première a constitué pendant plus de trois décennies le premier produit d'exportation. La filière cotonnière est intégrée et encadrée par la Compagnie malienne de développement des textiles (CMDT).

a)-la production/offre

• l'offre des produits textiles et habillements :

Ce qui caractérise le secteur de la confection au Mali, c'est qu'il relève pratiquement du secteur informel. L'offre de pantalons et shorts pour hommes/garçonnets et de maillots et T-shirts en bonneterie est assurée par les centres de coupe et de couture (Diawousse Création, Danaya Couture, Poupée Couture...), 100 % Mopti et des femmes commerçantes qui ont à leur compte des teinturières et des couturiers. Les entreprises du secteur sont généralement de petite taille ne disposant ni de comptabilité ni de ressources durables.

Les entreprises formelles telles que la CMDT, FITINA et COMATEX fabriquent des produits suivants :

- Coton, cardé ou peigné
- Coton, non cardé ni peigné
- Tissus de coton, 85% à armure toile, 100 g/m2 ou moins, écrus
- Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes du N° 53.03
- Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes, simples
- Fils de jute ou d'autres fibres textiles libériennes, retors ou câblés
- T-shirts et maillots de corps, en bonneterie
- T-shirts et maillots de corps, de coton, en bonneterie;
- T-shirts et maillots de corps, d'autres matières textiles, en bonneterie
- Sacs et sachets d'emballage
- Sacs et sachets d'emballage, de jute;
- Sacs et sachets d'emballage, de coton;
- Sacs et sachets d'emballage, de lames de polyéthylène, de polypropylène;
- Sacs et sachets d'emballage, d'autres matières textiles synthétiques/artificielles;
- Sacs et sachets d'emballage, d'autres matières textiles
- Pantalons et chemises;
- Habillement féminin;

b-) La demande américaine des produits de textiles et habillement :

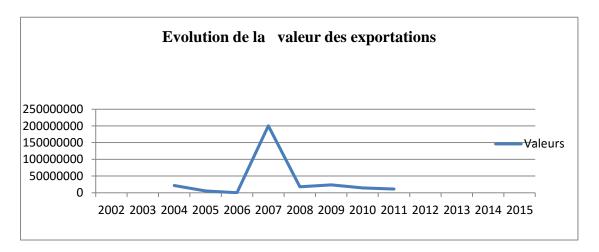
Avec plus de 316 millions d'habitants et un PIB par habitant de 49 000 USD, les Etats-Unis occupent la 11e place du classement mondial pour le PIB par habitant. Le pays reste ainsi un pôle de consommation incontournable. Du côté des importations, les Etats-Unis demeurent le 1^{er} pays importateur de vêtements au niveau mondial. En 2011, ils comptaient pour 22 % des importations mondiales de vêtements en valeur (soit près de 88,6 milliards d'USD).

Leurs importations étaient évaluées à 113,4 milliards USD en 2012 (+3,7 % vs 2011). Le textile est en augmentation de 3,3 % et les vêtements de 4,3 %. A l'heure actuelle, 98 % des vêtements vendus aux Etats-Unis sont importés. Le premier fournisseur des Etats-Unis est la Chine (34,9 milliards de dollars en 2011), suivie par le Viêt-Nam (6,9 milliards de dollars) et l'Indonésie (5,4 milliards de dollars).

En Afrique, ce sont l'Afrique du Sud et l'Il Maurice qui en profitent le plus de l'AGOA. L'avantage comparatif du coton peut faire du Mali un véritable exportateur de vêtements aux USA.

c)-Niveau actuel des exportations :

Graphique 5 : Evolution de la valeur des exportations de textiles et habillement vers les Etats-Unis



Sur la période étudiée et dont les données sont disponibles, le secteur du textile représente plus 8% de la valeur des exportations totales vers les Etats-Unis. Les principaux produits exportés sont les tissus imprégnés, tissus de coton imprimé.

Il n'existe pas de statistique officielle en matière d'exportation des produits issus des centres de coupe et de couture et de la transformation artisanale du textile. Cela tient, en partie, au faible volume des exportations de ces produits Mais l'analyse de la structure des potentialités existantes fait ressortir des possibilités pour des produits suivants :

- Bogolan;
- Bazin teints cousus
- Jeans
- Sacs

- Tenues de travail;
- T-shirt.

2- les principaux intervenants et les circuits de commercialisation :

Les principaux acteurs du secteur sont :

- Le ministère de l'industrie;
- Les industriels qui sont : BATEC-CI (ex ITEMA SA Industrie textile du Mali), COMATEX SA et ex-FITINA;
- l'Union nationale des tailleurs et couturiers du Mali (UNTCM) : regroupe des centres et de coupe et couture qui produisent sur commande.
- Cerfitex

Ces acteurs œuvrent dans le cadre des programmes de développement industriel.

3-L'analyse de la matrice SWOT :

L'analyse de la matrice SWOT du secteur dans le cadre de la stratégie AGOA fait sortir les points suivants :

Tableau 2: SWOT du secteur textile et habillement

Force:	Faiblesses:		
Accès à des réserves de facteurs de	Frais de transport élevés,		
production (coton)	Absence d'expertise et de connaissance de		
Coût immobilier bas;	l'industrie		
Main d'œuvre abondante	Gestion des eaux usées		
Alimentation en eau et électricité fiable	Prix élevé de l'électricité		
Dédouanement rapide	Absence d'intrant autre que le Coton		
Faible taux de roulement du personnel	Insuffisance de l'organisation des acteurs		
Antécédent de réformes propices au			
commerce,			
Opportunités :	Menace:		
Potentialité non exploitée du coton	Concurrence mondiale		
Règle d'origine de l'AGOA			
Privatisation de la CMDT en cours			

Des solutions adaptées à chaque faiblesse doivent être trouvées dans les plus brefs délais. En supprimant, les coûts du transport, les coûts d'exploitation maliens seraient inférieurs à la moyenne mondiale. L'inquiétude réside dans l'avenir incertain du coton et de la CMDT. Cependant, les récents investissements dans la CMDT peuvent être source de rassurance.

4-Objectifs:

a-Objectif Général:

Si la moyenne actuelle de la valeur des exportations s'évalue à plus de 25 000 000 FCFA. Cette valeur peut être quintuplée d'ici 2022, soit 100 000 000 FCFA.

b-Objectifs spécifiques :

Ces objectifs sont:

- Augmenter la part du secteur textile dans les exportations totales du Mali;
- Améliorer l'image de marque de « made in Mali »
- Créer des emplois (10 000 dans les cinq prochaines années) par l'ouverture de nouveaux ateliers;
- bénéficier d'un transfert de technologie

5-5-Actions à entreprendre :

a)-au niveau de l'organisation :

Le secteur tel qu'il se présente doit être réorganisé pour prendre en compte la dimension AGOA et intégrer la nouvelle stratégie. Le secteur doit être représenté au comité AGOA.

b)-Au niveau de la production:

- Réaliser une étude de faisabilité sur la création d'unité de production de textile et habillement:
- Élaborer un plan textile 2030 après une large concertation entre tous les acteurs;
- Renforcer les capacités de production et de transformation;
- Convertir les tailleurs et couturier en ateliers modernes de production;
- Établir des partenariats intra-Africain textile afin d'exploiter les avantages comparatifs de chaque pays.
- Susciter des liens d'affaires entre entreprises locales (associations de producteurs ou de coopératives de tailleurs indépendants, teinturiers et de producteurs de vêtement).

c-Au niveau de la commercialisation et de la promotion :

- Réduire les coûts du transport;
- Réaliser des études de marché et de marketing;
- Organiser les missions commerciales:
- Assurer l'assistance aux entreprises en matière de gestion des exportations
- Participer aux salons et foires: Coterie (Ney York) Designers & Agents ou D&A (los Angeless), Woman, Tranoï, Capsule, Edit, WWD Magic / Project, Stitch, Liberty, les market weeks, les showrooms;
- des crédits exports aux tailleurs et couturiers qui ont des commandes importantes,

6-Moyens:

a-Moyens humains:

- Faire du CERFITEX, le moteur de la formation ;
- Renforcer les ressources humaines d'APEX;
- Recruter un expert textile et habillement pour le comité AGOA

b-) Moyens Matériels:

• Ouvrir des centres de formations en coupes couture orientés vers l'exportation;

• Renforcer les équipements existants de CMDT, COMATEX et l'ex-FITINA (relance de FITINA)

c-Moyens Financiers:

Chaque action fera l'objet d'un montage financier de la part du département responsable

2-Priorité N°2 : Accroître le volume et la valeur des exportations des autres produits traditionnellement exportés aux Etats-Unis

2-1-l'Artisanat:

2-1-1-Etat des lieux

Le secteur de l'artisanat représente une part significative des activités économiques au Mali et constitue un secteur prioritaire pour le gouvernement dans le cadre de la recherche des secteurs pouvant contribuer à la création de richesse et d'emplois productifs en vue de réduire la pauvreté. Le choix du secteur de l'artisanat parmi les filières porteuses de la stratégie AGOA s'inscrit dans les orientations stratégiques du CSCRP, du Projet pour le Développement Economique et Social (PDES), de l'Etude Nationale Prospective Mali 2025 et des Objectifs du Millénaire pour le Développement.

a)-l'offre des produits de l'artisanat :

Selon l'étude sur l'artisanat réalisée par CAGE-FODERNA/ID-Sahel, les principaux acteurs du secteur de l'artisanat estiment le nombre d'artisans au Mali à 2.433.400 personnes, soit 46% de la population active dont 1.654.712 artisans urbains (68%), et 778.688 artisans ruraux (32%).

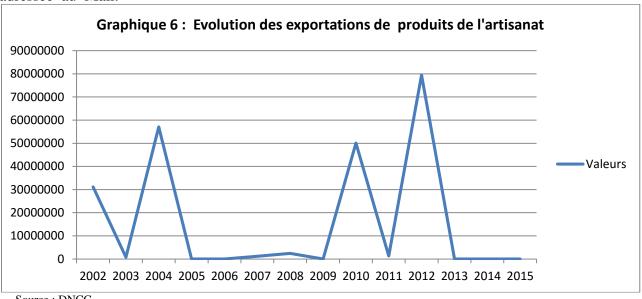
Avec plus de 34 artisans déjà agréés dans le cadre de l'AGOA, on peut dire que le Mali comparé aux autres pays de la région pourra bien se positionner sur le corps de métier porteur qui sont :

- Métiers artisanaux du bois et de l'ameublement (17 corps de métiers) ;
- Métiers artisanaux d'art et divers (24 corps de métiers).
- Métiers artisanaux de l'habillement, du cuir et du textile ;
- Métiers artisanaux de la transformation des métaux et de la construction métallique (corps de métiers 44) .

b)-la demande américaine des produits de l'artisanat :

Les données sur l'évolution des exportations maliennes, faibles qu'elles soient montrent l'existence d'une véritable demande sur le marché américain. Les objets d'art, les statuettes, les instruments traditionnels de musiques sont les plus demandés par les américains. De 2002 à 2012, les produits de l'artisanat ont représenté plus 5% de la valeur de l'ensemble des exportations maliennes vers les Etats-Unis. La société Mia Mali a réussi à exporter divers articles et des textiles maliens traditionnels (tels que des bogolans filés, tissés et teints à la main) en petites quantités aux États-Unis et en Europe.

De ce qui reste, le tableau ci-dessous permet de cerner l'offre et la demande américaine adressée au Mali.



Source : DNCC

Les produits les plus vendus sur cette période sont les instruments de musiques, les objets d'art. En analysant les statistiques d'exportation, statuettes et les artisanaux de l'habillement, du cuir et du textile (28 corps de métiers) et les métiers artisanaux d'art et divers (24 corps de métiers) sont ceux qui méritent un appui stratégique AGOA.

Malgré l'absence des données de 2013 à 2015, la tendance laisse entendre que le Mali peut encore mieux faire.

2-1-2- les principaux intervenants et le circuit de commercialisation :

Les principaux intervenants sont :

- le Ministère chargé de l'Artisanat
- le Centre National de Promotion de l'Artisanat
- les Chambres de Métiers.
- les Conférences Régionales des Chambres de Métiers
- l'Assemblée Permanente des Chambres de Métiers du Mali
- les Regroupements Associatifs: La FNAM -Fédération Nationale des Artisans du Mali
- la Fédération Nationale des Artisans du Mali fédère 700 associations d'artisans dans toutes les régions du Mali: 171 corps de métiers y sont représentés.
- la FNAM est une structure indépendante du gouvernement malien.

Les services proposés par la FNAM sont multiples:

- défendre les intérêts des membres auprès des pouvoirs publics
- favoriser le développement de la formation professionnelle
- apporter un appui technique aux membres et les former à la gestion de leur association
- Former et conseiller en vue de l'amélioration de la qualité des produits

- appuyer l'organisation d'artisans en association, GIE ou PME
- faciliter l'accès au crédit
- promouvoir l'exportation en encourageant et en appuyant la participation aux manifestations commerciales (foires, salons).

Un examen des interventions des acteurs montre souvent des chevauchements de compétences et une insuffisance d'organisation.

2-1-3- Le circuit de commercialisation :

Le circuit de commercialisation implique plusieurs intervenants :

- les entreprises fabricant qui commercialisent directement leurs produits
- les intermédiaires qui achètent pour revendre;
- la vente par internet.

Le potentiel de ces circuits par rapport à l'offre appelle d'autres modes de distribution sur lesquels il faudra mettre l'accent au niveau des actions à entreprendre.

2-1-4-l'analyse de la matrice SWOT :

L'analyse de l'offre malienne, des exigences du marché américain et des acteurs fait ressortir une matrice SWOT ci-dessous :

Tableau 3 :matrice SWOT du secteur de l'artisanat

Force:

Savoir faire ancestral

Bonne organisation du secteur;

L'existence d'un véritable programme

Expérience de participation aux

manifestations régionales:

Salon International de l'Artisanat

d'Ouagadougou (SIAO);

Semaine Commerciale de l'Artisanat Malien

en Guinée (SECAM-G);

Semaine Sénégalo- Malienne de

l'Habillement:

Salon International de l'Artisanat Féminin à

Niamey (SAFEM);

Foire Internationale de Lomé;

Foire Internationale de Dakar (FIDAK).

Nombreux prix remportés lors des

compétitions internationales (prix UNESCO,

UMEOA, OAPI, UA, BOAD)

Faiblesses:

Exclusion du MCC;

Procédure d'accès au crédit longue

Taux de crédit (11%) assez élevé

Organisation insuffisante;

Incapacité à s'adapter au marché américain

l'insuffisance de fonds de roulement des

entreprises.

l'insuffisance d'expérience dans la

production (une base de production

irrégulière) et la commercialisation ;

l'absence de contrôle de qualité adéquat ;

l'insuffisance de canaux de distribution.

Opportunités :	Menaces:
Demande fortes des produits d'art et	Concurrence très forte du Burkina Faso et
divers;	du Nigeria et du Niger
les programmes d'assistance technique (PAT)	
des USA	
African Global Competitiveness Initiative	
(AGCI).	

La matrice montre que le Mali dispose beaucoup d'atouts par rapport aux autres pays concurrents. L'expérience des foires et salons cumulée aux capacités de production et d'organisation du secteur doit être prise en compte dans le cadre de cette stratégie.

2-1-5-Objectifs:

a)-Objectifs général:

L'objectif général assigné au secteur de l'artisanat dans le cadre de la stratégie AGOA est d'accroître ses exportations par le développement et l'exploitation de ses potentialités, en vue de créer des emplois durables et d'accroître les revenus afin de contribuer à la réduction de la pauvreté. De façon spécifique, il s'agira de doubler les exportations actuelles en valeur.

b)-Objectifs spécifiques :

Au regard des performances historiques et du potentiel, la valeur des exportations durant les cinq (5) prochaines années doit atteindre plus de 120 000 000 FCFA par ans.

2-1-6-Les actions à entreprendre :

Pour atteindre ces objectifs, les acteurs doivent entreprendre des actions qui porteront sur :

a-)-le renforcement de la productivité et de la compétitivité :

Il se traduit en des mesures telles que :

- Amélioration de la productivité et de la compétitivité des artisans; par l'assistance technique AGOA (investir dans l'équipement, l'infrastructure et les technologies);
- Création d'entreprises de capitaux mixes (maliens et américains);
- Amélioration de la qualité des produits et services par la certification de la qualité des produits artisanaux ;
- Production de guides d'information sur les circuits de commercialisation et les intermédiaires commerciaux,
- Appui aux structures d'encadrement pour la production des catalogues virtuels des produits artisanaux sur le WEB
- Renforcement de la formation professionnelle des artisans ;
- Construction de villages artisanaux et de maisons des artisans ; Mise en place des Centres de Ressources Artisanaux et des Centres d'Information Technologique;
- Prise en compte du genre dans les programmes et projets de développement du secteur;
- Prise en compte de la dimension environnementale dans les programmes et projets du secteur;

• Organisation de sessions de formation à la créativité des artisans;

b) -l'amélioration des capacités de commercialisation et de promotion (Accès au marché) :

L'amélioration de la performance des entreprises artisanales est également liée à leur accès aux marchés américain. Pour ce faire, il s'agira de mener les activités suivantes :

- Diffusion de l'information sur le marché américain;
- Exploitation des créneaux porteurs tels que les instruments de musique,
- Sensibilisation à la démarche qualité au sein des entreprises artisanales;
- Orientation des artisans vers les circuits de commercialisation;
- Organisation et participation à des manifestations commerciales;
- Renforcement des capacités des intermédiaires commerciaux ;
- Mise en place de systèmes de financement (Crédit AGOA);
- Encourager la vente directe et la vente par internet (partenariat avec Amazone)
- Renforcement du système d'information et des mécanismes d'aide à la décision par un système de veille et de prospection sur le marché américain.

En plus de ces axes stratégiques, d'autres doivent être analysé. Ceux-ci sont :

- La réorganisation de certains corps de métiers orientés sur AGOA
- le financement du secteur (crédit export AGOA)
- la promotion du secteur par des actions sur les produits, les prix, la communication et l'amélioration des circuits de distribution.

b-Au niveau de la commercialisation et de la promotion :

- Participer d'avantage aux manifestations commerciales ;
- Créer des groupements d'entreprises qui mutualisent leurs efforts ;
- Améliorer la vente par internet en créant des partenariats avec sites comme AMAZONE

2-1-7- Moyens de mise en œuvre :

a-)-Moyens humains:

Le groupement d'entreprises AGOA qui sera mis en place doit être accompagné par un spécialiste du marché américain. Ce dernier aura en charge la formation et l'accompagnement des entreprises sélectionnées sur la base des critères biens précis.

b-) Moyens matériels:

Les principaux acteurs auront besoins d'outils de travail moderne leur permettant de produire en quantité suffisante et dans le respect des normes américaines

c)-Moyens financiers

Le coût global de la mise en œuvre du Plan d'action de la stratégie sectorielle Artisanat AGOA ce coût est estimé à vint cinq milliards FCFA (25 000 000 000) pour la période 2017-2022,

2-2-Gomme arabique :

2-2-1-État des lieux

La stratégie sectorielle de la gomme s'inscrit dans le cadre globale de la Stratégie gomme arabique 2011-2016 et du projet gomme arabique 2013-2017,

a)Production / potentialités

La dernière campagne agricole (2014/2015) a enregistré 7 003 tonnes. Les données des derniers années sont toute en hausse. L'analyse de la dynamique du secteur laisse entrevoir de bonnes perspectives. Si l'on se réfère aux données des exportations de façon générale, force est de reconnaitre que plus 70% de la gomme arabique produite au Mali est exportée principalement vers la France.

D'après les statistiques, la valorisation de la filière gomme arabique peut créer 20 000 emplois directs et quelque 60 000 emplois indirects.

b-les exportations vers les USA et demande américaine de gomme arabique :

Les données sur les exportations vers les USA ne sont pour l'instant pas disponibles et celles qui le sont très rares. Dans un avenir proche, l'exploitation des avantages comparatifs permettra de saisir les opportunités présentes sur le marché américain qui, représente le deuxième pays importateur au Monde près la France



2-2-2- les principaux intervenants et le circuit de commercialisation :

La stratégie intègre les principaux acteurs de la filière notamment :

- les exportateurs ;
- les collecteurs :
- les producteurs :
- les acheteurs ;
- les transporteurs ;

- les emballeurs ;
- les fournisseurs de services commerciaux ;
- les Agences Gouvernementales ;
- les associations et les ONG impliquées dans le secteur ;

Les partenaires financiers et techniques :

- le Fonds Commun des Commodités (CFC), le Centre du Commerce International (ITC), l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO),
- la Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement (CNUCED) et la Banque Mondiale (BM).

Le nombre élevé des intermédiaires, rend le circuit de la commercialisation plus long et donc moins efficace

2-2-3-l'analyse de la matrice SWOT:

L'analyse du secteur à travers ses stratégies et programmes fait ressortir les points suivants :

Tableau 4: Matrice SWOT de la gomme arabique

Atouts/forces: 10.000 hectares de plantation Stratégie gomme arabique 2011-2016 et du projet gomme arabique 2013-2017	Faiblesses: coupes abusives de l'acacia, aux besoins en eau pour l'entretien des pépinières et des plantations, du problème de gestion de la qualité dans les unités de transformation, celui du foncier, la garantie auprès des sfd faible capacité de préservation du potentiel forestier de la gomme
	structuration insuffisante de l'interprofession faiblesses des capacités maliennes d'information à l'exportation sur les marchés américain Faible volume de production tout en préservant la qualité Faiblesses des capacités de stockages et de transport Faiblesses du cadre de financement des acteurs de la filière
Opportunités: Programme d'assistance technique AGOA; Volonté politique de faire de la gomme arabique une véritable source de revenu pour des milliers de personnes	Menace: Concurrence des autres pays; Labellisation de la gomme malienne par le soudan

2-2-4-Objectifs:

Le plan de mise en œuvre de la stratégie sectorielle pour la gomme arabique comporte cinq objectifs stratégiques:

- Assurer la préservation du potentiel forestier de la gomme ;
- Favoriser le développement de l'interprofession de la filière ;
- Améliorer l'accès aux informations des marchés américain et la promotion des produits ;
- Augmenter le volume de production tout en préservant la qualité du produit et de son emballage ;
- Développer les capacités de stockage et de transport ;
- Renforcer l'efficacité de la filière et sa compétitivité sur le marché international dans les 5 à 10 prochaines années. ;
- Permettre à la gomme arabique du Mali d'avoir sa place et être reconnue sur le marché américain.

2-2-5-Les actions à entreprendre :

Les actions stratégiques à entreprendre se situent :

• Au niveau de l'organisation de la filière

L'interprofessionnelle qui vient de naitre doit être accompagnée par des mécanismes de fonctionnement plus démocratiques afin de la rendre plus crédibles aux yeux de tous les acteurs. Elle doit avoir un représentant au comité AGOA.

Au niveau de la formation et du renforcement des capacités coproductrice

Les acteurs, qu'ils soient au niveau de la production, de la collecte , du stockage, de la transformation et de l'exportation doivent recevoir une session de formation spéciale sur les enjeux de l'AGOA, les exigences du marché américain en terme de qualité et de normes sanitaires et phytosanitaire.

• Au de la commercialisation et de la promotion :

Une étude du marché américain dans le cadre d'une stratégie de marketing international s'impose pour accéder facilement au marché américain. Les acteurs doivent participer aux foires et salons internationaux:

Pour ce qui est de la distribution, il sera préférable de regrouper plusieurs entités (coopératives ou unions) lorsqu'une commande dépasse les capacité d'un fournisseur. Le recours au voyageurs représentants placiers sera aussi un atout.

• Au niveau du financement et de l'assurance :

Pour soutenir les exportations de gomme arabique vers les USA, un mécanisme de soutien financier s'avère indispensable. Un accord de partenariat avec une banque sera le bienvenu. Pour encourager cette dernière, la garantie de l'État s'avère aussi indispensable.

• Au niveau du transport et de la logistique :

Il va falloir améliorer les techniques de collecte, de stockage, d'emballage et réduire surtout les coûts exorbitants du transport.

2-2-6- Moyens de mise en œuvre :

a-)-Moyens humains:

Le renforcement des capacités fera appel à des spécialistes qui s'en chargeront du volet conseil, formation. A ce niveau, le programme assistance technique de l'AGOA doit être sollicité.

b-) Moyens matériels :

Ce sont les outils de collecte, de stockage et de transport qu'il faudra mettre à la disposition des producteurs dans les zones reculées. Les tricycles doivent aussi être mises à leur disposition afin de faciliter le regroupement. A moyen terme, les exportateurs doivent ouvrir des unités de transformation afin d'éviter l'exportation de la gomme brute à faible valeur ajoutée.

c)-Moyens financiers:

Ce volet relève essentiellement du gouvernement qui se portera garant auprès des banques et établissement financiers chaque fois que les exportateur solliciteront le préfinancement à l'export. Les procédures d'octroi de ces crédits doivent être souples et les délais ne dépassant pas 48 heures.

2-3-Le Karité:

2-3-1-Etat des lieux

a)-Production et l'offre malienne :

Les peuplements les plus denses sont localisés au Mali. Le Mali détient le plus grand peuplement d'Afrique soit environ les 2/3 de l'ensemble. Il dispose donc le plus grand potentiel de production, de transformation et de commercialisation. Le potentiel de production du parc malien est estimé dans le tableau suivant :

Tableau 5 : Offre potentielle de la filière Karité (PCDA)²

Estimation du parc	408 607 769
Superficie estimée	22 912 500 ha
Production potentielle	250 000 t
Collecte potentielle	250 000 t
Consommation estimée	97 000 t
Export estimé tolale	53 000 t
Export estimé sous forme d'amande de	50 000 t
Karité	
Export sous forme de beure de karité	3 000 t

Source : PCDA

_

²Données tirées du programme de Compétitivité et diversification agricole,

L'offre malienne des produits de Karité est instable.. Elle dépend en grande partie des aléas climatiques. Ce tableau montre que le potentiel exportable des produits de karité réside dans l'amande de Karité et le beurre de Karité. On remarque par ailleurs un écart considérable entre la production potentielle et la collecte potentielle soit une perte sèche de 100 000 tonnes. Des techniques et méthodes modernes pourrait améliorer le potentiel exportable. Une analyse de la technologie de production des organisations utilisée dans les pays voisin permet d'appréhender la compétitivité du karité malien.

Tableau 6: Technologie de production des organisations de productrices

T

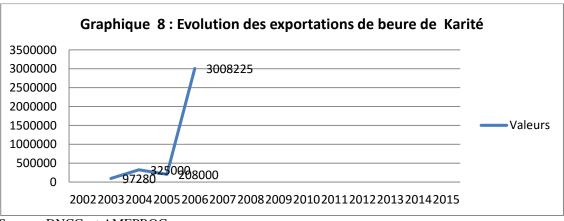
Technologie de	Burkina-	Guinée	Mali	Niger	Ghana
production	Faso				
Production	Faible	Moyenne	Faible	Totale	Totale
mensuelle					
Production	Forte	Moyenne	Forte	En	Faible
mécanisée				démarrage	

L'analyse de ce tableau ancien qu'il soit montre que le Mali peut plus profiter de l'AGOA que les autres pays.

b-la demande américaine et les exportations maliennes

Les principaux clients traditionnels du Mali sont la Hollande et l'Inde. S'agissant de la demande américaine, il n'existe pas de données fiables. Cependant la conférence annuelle de l'industrie du Karité organisée chaque année par les américains donne une idée assez édifiante de l'évolution des besoins de l'industrie cosmétique, alimentaire et pharmaceutique. Il sera de plus en plus utilisé dans les industries.

Les données disponibles sur les exportations de beure de Karité à destination des Etats-Unis entre 2002 et 2006 font ressortir un volume de 11625 tonnes. La valeur annuelle de ce volume est présentée à travers le graphique ci-dessous.



Source : DNCC et AMEPROC

On constate que les exportations sont faibles par rapport au potentiel dont recèle le pays. L'essentiel des exportations maliennes de Karité (amande et beure) est orienté vers l'union européenne. Les préférences tarifaires européennes depuis les ACP

en sont pour quelques choses. En plus pour des raisons linguistiques, les américains préfèrent le marché nigérian et Ghanéen.

2-3-2- les principaux intervenants et les circuits de commercialisation :

Les principaux acteurs sont :

- Les transformateurs : il s'agit des transformateurs indépendants de savon, et de la SODEMA (Société de détergent du Mali) qui est une société privée de détergent. HUICOMA et SIKA qui transformaient autrefois le beurre en pommade et lait n'exercent plus dans la filière.
- Les organisations de productrices de base de beurre de karité amélioré : Yiriwasso, COPROKAZAN, COPROKASI, Shiyiriwa, ULPK-Dioila, maison du Karité de Siby etc....
- Les exportateurs : tels que l'AMEPROC (Association malienne des exportateurs), ACOGEDI, SOATAF, ACO Industrie, etc....
- Les courtiers et acheteurs villageois qui collectent et approvisionnent les exportateurs/ grossistes en produits karité.
- Le Ministère chargé du commerce et de l'industrie : via la direction nationale du commerce et de la concurrence qui a participé à l'élaboration de la stratégie sectorielle du karité et qui organise des manifestions commerciales dédiées aux produits agricoles (donc les produits à base de karité).
- La fédération nationale Karité (FNK): constitue l'interprofession de la filière karité née en 2010, mais n'est pour le moment pas opérationnel. Son but est de rassembler l'ensemble des acteurs de la filière afin promouvoir la transparence de l'information au sein de la filière karité.
- Les partenaires au développement qui aident les différentes organisations de productrices de base de beurre de karité :
- CECI (Centre d'Etude et de Coopération Internationale Canadien) ;
- SNV (ONG néerlandaise);
- SOCODEVI (ONG canadienne);
- SUCO (ONG canadienne);
- CESVI;
- AMPJ (Organismes de promotion du karité au sein du ministère de promotion de la femme du Mali);
- SOSSIF (SOS SAHEL INTERNATIONAL France);
- Mali Folk center

La multiplicité des acteurs peut être analysée sous deux angles :

- Elle serait d'une force négative puisqu'il y aura un chevauchement des rôles et une dispersion des efforts ;
- Elle représente un atout dont toutes les potentialisés restent encore inexploitées par les premiers bénéficiaires.

Au niveau international, la seule instance qui regroupe tous les acteurs de la filière est le global Shea, qui rassemble tous les membres de la filière chaque année et qui donne lieu à l'alliance globale karité. Les coopératives des productrices maliennes ont tout intérêt à participer aux activités de cette alliance.

Les circuits de commercialisation font ressortir les intervenants suivants :

- Productrices:
- Acheteur villageaos;
- Courtiers
- Commerçant grossistes;
- Exportateurs;
- Importateurs;

Les exportateurs s'adressent aux commerçant grossistes et les importateurs aussi, aux exportateurs. Des échanges avec les exportateurs d'AMPROC que le circuit de distribution entre les producteurs et les importateurs n'est pas assez long. Ce qui permet de conserver une certaine compétitivité par rapport aux concurrents directs sur le marché américain. On remarque cependant une absence de l'Etat et des collectivités locales qui doivent s'impliquer pour surtout améliorer les qualités et faire face aux normes américaines.

2-3-3-l'analyse de la matrice SWOT:

Les forces, faibles, opportunités et menaces du secteur peuvent être synthétisées dans le tableau ci-dessous.

Tableau 7: Matrice SWOT

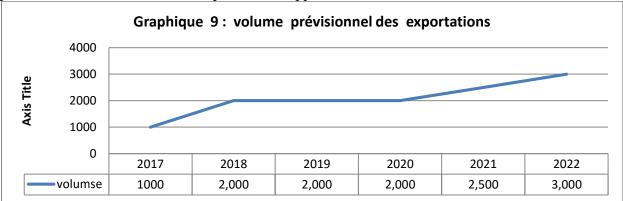
	0 1/1001100 2 // 0 1
Forces:	Faiblesses:
Existence d'un véritable potentiel de	Technique de collecte, de traitement, de
production	collecte et de transormation
Qualité de beure supérieure à la moyenne	Mulplicité d'intervenants
internationale	La promotion sur le marché américain;
Présence de compétence de production	L'accès au financement;
Implication des structures publiques	Insuffisance des quantités produites;
Soutien important des ONG	
Opportunités :	Ménaces:
AGOA et son programme d'assistance	Viellissement du parc d'arbre;
technique;	Concurrence des pays voisins;
Grande moblisation des femmes;	Inexistence d'un cadre de concertation
Volonté politique marquée;	
Engouement des partenaires au	
développement	

La plus grande menace des exportations qui empêchera le Mali de profiter de l'AGOA est le vieillissement du parc. A cela, s'ajoute le problème de qualité et de logistique.

2-3-4-Objectifs

a)-Objectif général:

A l'heure actuelle, les exportations des produits de karité vers les Etats-Unis sont très faibles. En se basant sur les chiffres de l'AMEPROC, le volume des exportations peut atteindre 10 500 tonnes pour les cinq prochaines années.



La valeur des exportations dépendra des prix sur le marché mondial, de la qualité et de la capacité des acteurs à négocier.

b)-Objectifs spécifiques:

- Faire du Mali le premier fournisseur des USA en produits de Karité;
- Améliorer le label « made in Mali » en encourageant la transformation sur place;
- Éviter de faire de faire transiter le Karité malien par les pays voisins;
- Favoriser la transformation sur place par des unités industrielles.

2-3-5-Actions à entreprendre :

Les actions se déclinent en plusieurs mesures :

a)-Au niveau de la production et de la transformation :

- Investir massivement pour renouveler le parc en vue d'assurer la pérennité du secteur;
- Investir dans la recherche et le développement pour augmenter la productivité,
- Solliciter l'assistance technique du programme AGOA;
- Créer des unités de conditionnement, de stockage et de transformation; (joint-venture avec des américains);
- Assurer la formation et le suivi des acteurs sur les exigences du marché américain en termes de norme;

b)-Pour la commercialisation

- Former les acteurs sur l'accès au marché américain avec à l'appui une étude du marché;
- Élaborer un guide de l'exportateur Karité sur le marché américain

- Créer un fonds de prospections du marché américain (participation aux foires, salons et congrès);
- Élaborer des stratégies marketing pour trois grandes entreprises pionnières;³
- Décourager l'exportation vers certains pays de la sous-région et encourager l'exportation directe vers les USA.

2-3-6-Moyens à mobiliser :

a)-Moyens matériels:

- Planter plus de 100 000 plantes supplémentaires pour renouveler le parc avec de nouvelles variétés:
- Ouvrir une usine de transformation
- Centre de traitement et conservation
- Créer un centre de formation pour la production, la transformation et la commercialisation du Karité puisqu'il s'agit d'un produit du terroir
- Doter les producteurs en véhicules de transports;

b)-Moyens Humains:

- Recruter un expert de Karité pour accompagner de façon permanente AMEPROC sur une période de 5 ans.⁴
- Placer des experts auprès des coopératives productrices dans les villages à fort potentiel.

c)-Moyens financiers:

Le budget de la filière sera arrêté après une large concertation entre tous les acteurs qui détermineront leur besoin en fonction des mesures à mettre en œuvre.

3-Priorité N°3: Diversification des exportations

Cet axe s'inscrit dans une dynamique de diversification des exportations. Les produits de cet axe sont peu exportés sur le marché américain. Les acteurs inscrire la dynamique de l'AGOA dans leur stratégie.

3-1-les mines

3-1-1-État des lieux

a)-Exportations actuelles

Le secteur des mines est incontournable dans l'économie malienne et il est éligible à l'AGOA.

b-la demande américaine :

Les USA sont les premiers consommateurs de pétrole au monde. Cette demande est principalement adressée au pays du moyen orient.

³Celles-ci seront sélectionnées sur la base de critères qui seront arrêtés par l'APEX et le comité AGOA ⁴Ce dernier sera le point focal entre AMEPROC, APEX et le Ministère de l'Agriculture

3-1-2- les principaux intervenants et le circuit de commercialisation :

Les principaux acteurs du secteur minier sont :

- Le ministère des mines
- La chambre des mines
- Les multinationales sud africaines, britanniques et canadiennes.

Ces acteurs travaillent dans le cadre du programme de développement du secteur minier.

3-1-3-l'analyse de la matrice SWOT

Tableau 8: Matrice SWOT du secteur des mines

Forces/atouts: Réserves encore non exploitées Codes des mines modernes Main d'œuvre bon marché Existence des industries de raffinage l'ouverture à l'investissement privé (un code des investissements parmi les plus attrayants d'Afrique en termes d'avantages douaniers et fiscaux, de garanties d'investissement et de transfert des capitaux et revenus, de facilité d'obtention de l'agrément délivré par un guichet unique)	Faiblesses: Instabilités politiques; Insécurité Coûts de l'énergie et du transport élevés la stagnation des programmes de recherches; la faiblesse des administrations minière, fiscale et douanière; les besoins croissants des communautés locales; la faiblesse des infrastructures qui renchérit le coût des investissements; la faiblesse des ressources humaines nationales dans le domaine de la dépendance d'une seule substance: l'or soumis aux fluctuations fréquentes de
Opportunités: Reforme macroéconomique en cours; Attention accordée au Mali par les PTF Instabilité au proche et moyen orient	

3-1-4-Objectifs:

Les objectifs s'inscrivent dans le cadre du programme de développement du secteur minier.

a)-Objectifs général:

- Accroître l'impact positif du secteur minier sur l'économie nationale en dépassant l'exploitation du seul or;
- Permettre au secteur de contribuer, de façon durable et significative, à l'amélioration des conditions de vie des populations maliennes

b)-Objectifs spécifiques :

Les objectifs spécifiques portent sur :

- Attirer les investissements américains dans les mines.
- Faire du Mali un exportateur du pétrole vers les Etats-Unis;
- Contribuer à la création d'emplois;
- Amélioration de la balance commerciale:

3-1-5-Les actions à entreprendre :

a-)-le renforcement de la productivité et de la compétitivité :

Les actions à entreprendre sont :

- amélioration du cadre juridique et institutionnel ;
- l'amélioration des connaissances géologiques et minières de base ;
- la gestion de l'environnement pour minimiser les impacts négatifs de l'activité minière ;
- la diversification de la production minière ;
- l'appui aux communautés de base;
- la production de matériaux de construction et d'intrants
- l'assistance aux petites exploitations minières et à l'artisanat minier.
- Renforcement des capacités de raffinage des sociétés sur place tout présentant des opportunités à d'autres.
- Renforcement des infrastructures qui renchérit le coût des investissements ;
- Amélioration de la formation des ressources humaines nationales:

b) -l'amélioration des capacités de commercialisation et de promotion :

Le ministère des mines et de la géologie en collaboration avec l'API, APEX et la chambre des mines doit entreprendre des actions suivantes :

- Organiser chaque année des journées Américano-maliennes en collaboration avec l'Ambassade des Etats-Unis.
- Participer aux foires et salons internationaux sur le sol américain.
- Réussir le processus de paix en cours pour mettre fin à l'insécurité;
- Réduire les Coûts de l'énergie et du transport élevés;
- Assouplir et alléger les procédures administratives, fiscales et douanières ;
- Rassurer les investisseurs par des partenariats avec des communautés locales :

3-1-6- Moyens de mise en œuvre :

a-)-Moyens humains:

- Accélérer l'ouverture de l'école des mines en cours afin de mettre à la disposition des entreprises des compétences indispensables à l'exploration et à l'exploitation;
- Créer un centre de formation et de perfectionnement en promotion du secteur minier avec un accent mis sur l'Anglais des affaires;

b-) Moyens matériels:

- Ouvrir d'autres unités de raffinage;
- Renforcement des infrastructures qui renchérit le coût des investissements;

c)-Moyens financiers:

- Créer un fonds spécial d'assurance des investissements;
- Prévoir des lignes de crédits pour financer la participation aux foires et salons aux Etats-Unis.
- Prendre part aux capitaux des sociétés,

3-2-Le sésame:

3-2-1-État des lieux :

a)-Production nationale:

La culture de sésame ne représente au Malienne source de revenus que pour quelques populations situées dans sa zone naturelle de développement à savoir les régions de Koulikoro et Ségou. En effet, les superficies plantées sont de 50 000 ha avec une production annuelle estimée à 24 000 tonnes en moyenne. L'activité occupe seulement 200 000 personnes travaillant essentiellement dans l'informel.

En dépit de ses performances faibles, le secteur dispose d'un potentiel au regard des disponibilités en terres et mains d'œuvre. Moins exigeant que le coton et bien plus prisé, le sésame peut valablement constituer un substitut à l'or blanc et contribuer davantage à la réduction de la pauvreté car occupant les plus pauvres et écologique (légumineuses) à l'inverse du coton.

3-2-2-Niveau des exportations actuelles

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

Actuellement, les marchés principaux sont : l'UEMOA, la Corée du Sud, l'Union Européenne, le Japon, la Suisse et la Chine. Pour ce qui est des États-Unis, l'exportation du sésame est quasi-inexistante.

Comme pour toutes les productions agricoles, le cours mondial du sésame fluctue d'une année à l'autre. Au cours des dernières campagnes, il était de l'ordre de 1000 dollars la tonne soit environ 650 FCFA le Kg de sésame.

3-2-3)-Les principaux intervenants:

Le circuit de commercialisation implique plusieurs intervenants :

- Des producteurs/trices motivés pour améliorer leur production et développer un produit de qualités;
- Des transformateurs/trices;
- Des exportateurs/trices motivés pour renforcer les marchés actuels et conquérir de nouveaux marché;
- L'Association malienne des exportateurs de sésame;

Des représentants du ministère du commerce et de l'industrie, des fournisseurs de services et des représentants de la société civile motivés pour permettre aux acteurs de ce secteur de devenir compétitif sur le marché international.

En 2006, les acteurs ont défini leur objectif pour produire et exporter la graine de sésame conventionnel ou biologique mais aussi pour transformer la graine en des produits tels que l'huile de sésame, le bénédégé ou les croquettes pour le marché domestique et international.

3-2-4-Analyse de la matrice SWOT: Tableau 9 : matrice SWOT du sésame

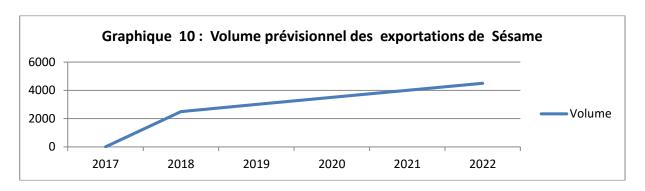
Atouts /forces:	Contraintes/faiblesses:
Terre arables	Insuffisance de l'organisation de
Climat favorable	l'interprofessionnelle:
Main d'œuvre abondante	Forte dépendance à la pluviométrie
Disponibilité de 1'eau	qualité de produit
_	éloignement de certaines zones de
	production
	Le manque de promotion
	Un manque
	Le manque de formation
	Un manque de compétitivité par
	rapport aux entreprises concurrentes
	des pays voisins
	Une grande difficulté d'accès au
	financement (crédits d'équipements
	des exportations, crédits et garanties
	d'exportation) des récoltes (crédit de
	campagne)
	Un manque d'unité de production;
	1 ,
Opportunités :	Menace:
Règle d'origine de 1'AGOA	La concurrence des pays limitrophes;
Disponibilité de structures	Exportation du sésame malien à partir
d'accompagnement	des pays limitrophes.
Programme d'assistance technique	1
(AGOA)	

Il va falloir transformer les contraintes en opportunités et saisir les opportunités dans les plus brefs délais. Quant aux menaces, leur maitrise dépendra du renforcement des capacités de production en quantité et qualité.

3-2-5-Objectif d'exportation vers le marché américain :

a-Objectif général:

Eu égard des potentialités existantes, les objectifs des cinq prochaines années peuvent se présenter comme suit :



Pour atteindre cet objectif, les rendements par hectare les qualités doivent être améliorées . Le rôle du ministère de l'agriculture est primordial.

b-Objectifs spécifiques:

Ces objectifs se déclinent comme suit :

- Attirer les investisseurs américains vers le secteur;
- Faire du Mali une source d'approvisionnement des industriels américains;
- Augmenter la part des exportations du sésame dans la structure des exportations;

Pour atteindre ces objectifs, les conditions suivantes doivent être réunies :

- Amélioration l'organisation, l'inter connectivité, de la communication et statut économique et social des acteurs de la filière
- Développer un processus d'accès aux informations du marché américain et des données économique, de services e promotion efficace et de facilitation au commerce;
- Amélioration des techniques de production et de qualité pour accroitre la productivité
- Amélioration des techniques d'emballage, d'étiquetage, de stockage et de transport;
- Amélioration des services d'accès au commerce pour répondre aux besoins du secteur.

3-2-6-Actions à entreprendre par l'État, par les acteurs :

Les actions à entreprendre porteront sur trois axes :

- Améliorer l'organisation de la structure du secteur en créant en son sein un souscomité AGOA qui la représentera dans tous les travaux du comité
- Renforcer la production en quantité et qualité:
- Inciter les investisseurs étrangers à s'intéressés au secteur afin de renforcer les capacités de production et d'exportation vers les USA;
- Augmenter la productivité et améliorer la chaine de valeur des produits;
- Améliorer la qualité des produits existant et développer de nouveaux produits à haute valeur ajoutée;

b-Au niveau commercial et marketing:

- Développer les moyens et d'accès et d'action au marché américain;
- Vulgariser l'AGOA et les normes américaines;
- Former les acteurs sur le marché américain
- Développer un label «Mali » dans le but d'avoir des produits visibles et appréciés sur le marché américain;
- Travailler d'avantage sur les variables d'action marketing
- Produits sésames et dérivés diversifiés:
- Prix sur le marché américain compétitif (très bon rapport qualité/Prix)
- Distribution (alliance et partenariat avec des hommes d'affaires américains, travaillé avec des VRP);
- Promotion (Participation aux foires et salons, diffusion de documentaire sur la filière.

3-2-7-Les moyens à mobiliser

a-Moyens humains:

La mise en œuvre de la stratégie implique le recrutement d'un expert sésame maitrisant le marché américain. Il faudra également former les producteurs pour améliorer la productivité. Les centres agro-pastoraux sous l'impulsion du ministère de l'agriculture auront un rôle incontournable dans l'entreprenariat jeune.

Quant à l'APEX, il faut la doter en ressources humaines capables d'accompagner, de former et de sensibiliser en permanence les opérateurs économiques (recruter des vrais spécialistes en commerce international et maitrisant parfaitement le marché américains);

b-Moyens matériels:

Les matériels à mobiliser s'inscrivent dans la dynamique de la mécanisation de l'agriculture. Les centres de traitement, de conditionnement, de stockage doivent être créés. Les moyens de transport doivent pris en compte.

c-Moyens financiers:

- Créer une agence de financement des exportations
- Mettre en place un système d'assurance export;

3-3-les autres

Ces produits sont:

- les fruitiers et forestiers (zéguènè, zaban, tamarin, mangues etc.);
- les peaux et cuirs

Les principales mesures porteront sur :

• l'amélioration de la productivité et de la transformation ;

- l'accès au marché américain;
- l'accès au financement;
- réduction des coûts de logistiques et transport.

VI-Plan d'actions pour la mise en œuvre de la Stratégie AGOA

	Accroitre les exportations maliennes vers les États Unis d'Amérique						
Priorité	Produits	Objectifs spécifiques	Actions à court terme (2-3 ans)	Actions à moyen terme (5-7 ans)	Intervenants		
1	Textiles et vêtements	Multiplier par 5 la valeur des exportations	 Identifier clairement les exportateurs potentiels Évaluer les besoins spécifiques en renforcement de capacités (normes de production) Renforcement des capacités des acteurs Appuyer les acteurs dans la recherche d'information et l'organisation de réseau de vente Élaborer un plan d'action spécifique pour le développement de la filière textile et habillement 	Attirer des investisseurs dans la filière textile et habillement Réduire les couts des facteurs (électricité, eaux, coton matière première)	Comité AGOA MIC MPISP Secteur privé MCAT APCM - CDAT CMDT CERFITEX		
2	Les produits artisanaux fabriqués avec du cuir	Multiplier par 5 les exportations maliennes vers le marché américain	Identifier les acteurs de la filière Améliorer les techniques de traitement des peaux et cuirs Former des artisans dans la fabrication des articles de qualité Appuyer les acteurs de la filière dans la recherche d'information, de partenariat sur le marché américain	Attirer des investisseurs pour l'émergence d'une industrie de chaussure, de sacs de voyage et autres objets personnels (ceinture)	Comité AGOA MIC MPISP Secteur privé APCMM MCAT		
3	Karité, Sésame, Gomme arabique.	Multiplier par dix les exportations maliennes vers les États-Unis	Accroître de 100 % la production de sésame d'ici 3 ans Identifier les exportateurs potentiels vers le marché américain Identifier la législation américaine pertinente sur les questions de qualité, de normes des aliments	Accroitre d'au moins 300 % la production de sésame et de Gomme arabique Développer la recherche sur le karité et la transformation Attirer des investisseurs dans la filière karité, sésame	Ministère Agriculture Comité AGOA MPISP MPFEF Secteur privé		

4	Les Fruits et les préparations à base de fruits, les Jus	Multiplier par deux les exportations	Améliorer les techniques de prétraitement, de conditionnement pour l'exportation pour le karité et le sésame, Appuyer les acteurs de la filière dans la recherche d'information et le partenariat sur le marché américain Améliorer la cueillette et le traitement phytosanitaire des fruits Assurer la traçabilité des fruits	Attirer les investissements dans le secteur Construire des chambres	MIC MPISP CCIM
	de Ilulis, les Jus		Promouvoir la transformation des fruits en Jus ou en Purée Appuyer les acteurs intervenants à participer aux Foires – expositions et dans la recherche d'information sur le marché américain Renforcer les capacités des intervenants sur les questions de qualité, de normes et de sécurité sanitaire des aliments Résoudre les problèmes d'emballage	froides dans la zone aéroportuaire	CNPM Comité AGOA
		Diversifier le	es exportations maliennes vers les États-Unis		
5	Développer la filière horticole bio vers les États-Unis (Concombre, haricot vert, oignons, tomates		Identifier et susciter l'intérêt des producteurs horticoles pour le marché américain Former les acteurs au technique de production biologique, les questions de normes et de sécurité sanitaire des aliments Investir dans les infrastructures pour la maîtrise de l'eau et de conditionnement par la construction de chambre froide dans la zone aéroportuaire de Sénou	Régler le problème de transport aérien entre le Mali et les États-Unis par des liaisons directes sans escale	

VII-Mise en œuvre du Plan et suivi-évaluation

Le présent Plan d'action pourrait faire l'objet de révision notamment en affinant les activités par produits, à chaque fois que le Comité national AGOA juge opportun d'apporter des modifications, précision.

1-Rôle APEX:

1- Le rôle d'APEX:

Le rôle d'APEX s'articulera autour :

- Collecte des données et Suivi des indicateurs de performances de la mise en œuvre de l'accord;
- Assistance et conseils sur les exigences du marché américain;
- Délivrance des certificats d'origine;
- Renforcement des capacités du respect des normes;
- Assurer le secrétariat du comité AGOA

2-Rôle Comité AGOA:

Il est l'interface entre les opérateurs économiques et les pouvoirs publics. Il suit et conseille les exportateurs par le partage d'expérience. Il aura un rôle primordial de prospections et de centralisation de toutes les opportunités détectées lors des manifestations commerciales.

3-Les indicateurs de suivi

- Classement du Mali parmi les pays bénéficiaires
- Volume des exportations par trimestre et par an;
- Valeur des exportations par trimestre et par an;
- Évolution de la balance commerciale entre le Mali et les USA;
- Part des produits concernés dans les exportations maliennes vers les USA;
- Taux de satisfaction des exportateurs
- Nombre de réunions des différents acteurs
- Le transit-time entre Exportateurs maliens et importateurs américains;
- Taux de service des exportations;

Annexe: Imports from Mali of HS Total All Merchandise 2015

Item	2010	2011	2012	2013	2014	2015
TOTAL	6,305,215	4,078,609	3,643,750	3,680,149	4,772,449	4,474,276
97WORKS OF ART, COLLECTORS' PIECES AND ANTIQUES	1,825,973	1,675,645	1,506,493	1,981,417	2,148,303	825,403
98SPECIAL CLASSIFICATION PROVISIONS, NESOI	92,920	396,160	573,625	76,174	551,978	630,702
85ELECTRIC MACHINERY ETC; SOUND EQUIP; TV EQUIP; PTS	373,108	471,701	323,615	110,823	237,128	502,912
73ARTICLES OF IRON OR STEEL	3,088	0	69,145	28,653	8,092	499,162
15ANIMAL OR VEGETABLE FATS, OILS ETC. & WAXES	260,757	323,160	459,463	888,888	778,832	458,621
84NUCLEAR REACTORS, BOILERS, MACHINERY ETC.; PARTS	97,506	144,760	72,260	80,167	29,866	418,485
13LAC; GUMS, RESINS & OTHER VEGETABLE SAP & EXTRACT	0	0	0	0	24,427	326,898
99SPECIAL IMPORT PROVISIONS, NESOI	113,246	117,700	87,140	81,851	73,455	174,468
90OPTIC, PHOTO ETC, MEDIC OR SURGICAL INSTRMENTS ETC	3,802	6,872	18,176	108,499	44,216	119,688
92MUSICAL INSTRUMENTS; PARTS AND ACCESSORIES THEREOF	113,095	106,926	86,103	60,820	98,102	91,186
01LIVE ANIMALS	4,005	96,010	50,704	19,696	28,110	88,650
71NAT ETC PEARLS, PREC ETC STONES, PR MET ETC; COIN	3,144,502	392,957	143,089	47,842	196,196	75,065
62APPAREL ARTICLES AND ACCESSORIES,	31,187	61,336	46,963	19,172	20,848	61,411

NOT KNIT ETC.						
44WOOD AND ARTICLES OF WOOD; WOOD CHARCOAL	0	2,175	0	24,654	14,169	60,319
94FURNITURE; BEDDING ETC; LAMPS NESOI ETC; PREFAB BD	7,259	20,759	50,975	833	816	44,494
63TEXTILE ART NESOI; NEEDLECRAFT SETS; WORN TEXT ART	25,722	38,228	21,402	23,952	29,838	18,483
11MILLING PRODUCTS; MALT; STARCH; INULIN; WHT GLUTEN	12,320	0	6,700	8,187	47,780	17,348
19PREP CEREAL, FLOUR, STARCH OR MILK; BAKERS WARES	16,400	2,980	15,974	6,540	0	12,420
52COTTON, INCLUDING YARN AND WOVEN FABRIC THEREOF	3,808	1,456	4,328	11,403	10,380	7,976
34SOAP ETC; WAXES, POLISH ETC; CANDLES; DENTAL PREPS	0	0	0	0	0	7,598
49PRINTED BOOKS, NEWSPAPERS ETC; MANUSCRIPTS ETC	11,438	21,731	33,506	66,016	2,139	5,830
42LEATHER ART; SADDLERY ETC; HANDBAGS ETC; GUT ART	10,073	5,667	8,385	1,433	1,467	5,172
87VEHICLES, EXCEPT RAILWAY OR TRAMWAY, AND PARTS ETC	94,116	85,152	2,842	0	0	4,998
10CEREALS	0	0	0	19,147	0	4,900
91CLOCKS AND WATCHES AND PARTS THEREOF	0	0	0	0	0	4,608
60KNITTED OR CROCHETED FABRICS	0	0	0	0	0	2,850
70GLASS AND	0	0	0	0	0	2,546

GLASSWARE						
61APPAREL ARTICLES AND ACCESSORIES, KNIT OR CROCHET	13,559	25,229	1,570	484	790	2,083
96MISCELLANEOUS MANUFACTURED ARTICLES	0	0	0	0	0	0
95TOYS, GAMES & SPORT EQUIPMENT; PARTS & ACCESSORIES	0	0	0	9,590	0	0
88AIRCRAFT, SPACECRAFT, AND PARTS THEREOF	0	0	0	0	0	0
83MISCELLANEOUS ARTICLES OF BASE METAL	0	2,500	0	0	0	0
82TOOLS, CUTLERY ETC. OF BASE METAL & PARTS THEREOF	0	0	0	0	0	0
81BASE METALS NESOI; CERMETS; ARTICLES THEREOF	0	0	0	0	0	0
80TIN AND ARTICLES THEREOF	0	0	0	0	0	0
76ALUMINUM AND ARTICLES THEREOF	0	0	0	0	0	0
74COPPER AND ARTICLES THEREOF	0	0	0	0	2,500	0
69CERAMIC PRODUCTS	0	8,060	0	0	15,003	0
68ART OF STONE, PLASTER, CEMENT, ASBESTOS, MICA ETC.	0	8,458	0	0	0	0
67PREP FEATHERS, DOWN ETC; ARTIF FLOWERS; H HAIR ART	0	0	0	0	0	0
65HEADGEAR AND PARTS THEREOF	2,443	1,170	1,153	0	0	0
64FOOTWEAR, GAITERS ETC. AND PARTS THEREOF	0	310	0	0	3,174	0

59IMPREGNATED ETC TEXT FABRICS; TEX ART FOR INDUSTRY	0	0	0	0	0	0
58SPEC WOV FABRICS; TUFTED FAB; LACE; TAPESTRIES ETC	1,562	0	0	287	0	0
57CARPETS AND OTHER TEXTILE FLOOR COVERINGS	382	0	0	3,621	0	0
55MANMADE STAPLE FIBERS, INCL YARNS & WOVEN FABRICS	0	0	0	0	0	0
54MANMADE FILAMENTS, INCLUDING YARNS & WOVEN FABRICS	0	0	2,167	0	0	0
53VEG TEXT FIB NESOI; VEG FIB & PAPER YNS & WOV FAB	0	0	0	0	0	0
51WOOL & ANIMAL HAIR, INCLUDING YARN & WOVEN FABRIC	0	0	0	0	0	0
48PAPER & PAPERBOARD & ARTICLES (INC PAPR PULP ARTL)	0	0	0	0	0	0
47WOOD PULP ETC; RECOVD (WASTE &SCRAP) PPR & PPRBD	0	0	0	0	0	0
46MFR OF STRAW, ESPARTO ETC.; BASKETWARE & WICKERWRK	0	0	2,837	0	2,448	0
43FURSKINS AND ARTIFICIAL FUR; MANUFACTURES THEREOF	0	0	0	0	0	0
41RAW HIDES AND SKINS (NO FURSKINS) AND LEATHER	518	1,457	26,271	0	0	0
40RUBBER AND ARTICLES THEREOF	397	468	0	0	0	0

39PLASTICS AND ARTICLES THEREOF	1,816	57,055	14,692	0	0	0
38MISCELLANEOUS CHEMICAL PRODUCTS	0	0	0	0	0	0
37PHOTOGRAPHIC OR CINEMATOGRAPHIC GOODS	0	0	0	0	0	0
35ALBUMINOIDAL SUBST; MODIFIED STARCH; GLUE; ENZYMES	0	0	0	0	0	0
33ESSENTIAL OILS ETC; PERFUMERY, COSMETIC ETC PREPS	0	0	0	0	0	0
32TANNING & DYE EXT ETC; DYE, PAINT, PUTTY ETC; INKS	0	0	0	0	0	0
30PHARMACEUTICAL PRODUCTS	7,225	0	0	0	0	0
29ORGANIC CHEMICALS	0	0	0	0	0	0
25SALT; SULFUR; EARTH & STONE; LIME & CEMENT PLASTER	0	2,527	0	0	0	0
24TOBACCO AND MANUFACTURED TOBACCO SUBSTITUTES	0	0	0	0	0	0
23FOOD INDUSTRY RESIDUES & WASTE; PREP ANIMAL FEED	0	0	0	0	0	0
22BEVERAGES, SPIRITS AND VINEGAR	0	0	0	0	402,392	0
21MISCELLANEOUS EDIBLE PREPARATIONS	0	0	0	0	0	0
20PREP VEGETABLES, FRUIT, NUTS OR OTHER PLANT PARTS	0	0	14,172	0	0	0
18COCOA AND COCOA PREPARATIONS	0	0	0	0	0	0

17SUGARS AND SUGAR CONFECTIONARY	0	0	0	0	0	0
12OIL SEEDS ETC.; MISC GRAIN, SEED, FRUIT, PLANT ETC	0	0	0	0	0	0
09COFFEE, TEA, MATE & SPICES	0	0	0	0	0	0
08EDIBLE FRUIT & NUTS; CITRUS FRUIT OR MELON PEEL	0	0	0	0	0	0
07EDIBLE VEGETABLES & CERTAIN ROOTS & TUBERS	0	0	0	0	0	0
06LIVE TREES, PLANTS, BULBS ETC.; CUT FLOWERS ETC.	32,988	0	0	0	0	0
05PRODUCTS OF ANIMAL ORIGIN, NESOI	0	0	0	0	0	0
04DAIRY PRODS; BIRDS EGGS; HONEY; ED ANIMAL PR NESOI	0	0	0	0	0	0
03FISH, CRUSTACEANS & AQUATIC INVERTEBRATES	0	0	0	0	0	0

Bibliographie:

Rapport de l'atelier de l'évaluation des besoins des entreprises exportatrices et à vocation exportatrice, 2015

Rapports statistique des la DNCC

Document de politique de développement de l'artisanat au Mali Plan d'action 2009-2013

Stratégies et plans d'actions de l'artisanat : recommandations opérationnelles pour l'appui à la croissance du secteur ; CAGE FODERNA ; août 2005.

Rapports du Cadre Stratégique de Lutte contre la Pauvreté

Rapport de synthèse de l'Etude Nationale Prospective "Mali 2025"

Rapport 2007 de Mise en œuvre du Cadre Stratégique pour la Croissance et la Réduction de la Pauvreté ; juin 2008

Etude Pour la promotion des filières agro-industrielles ; Yiriwa conseil, Février 2001 Cadre stratégique pour la croissance et la réduction de la pauvreté (CSCRP 2012-2017)

La Politique de Développement Agricole

Loi d'Orientation Agricole septembre 2006

Plan National d'Investissement Agricole (PNISA)

Politique de Développement industrielle

Document de Politique de Développement de l'Artisanat sur la période 2009-2013

Synthèse du rapport de la campagne agricole 2014-2015

Livre blanc de l'Organisation Patronale des Industriels (OPI)