

### Chaînes de valeur du lait frais malien: Quelles sont les motivations politiques pour augmenter l'offre de lait frais par les producteurs maliens ?<sup>1</sup>

Ryan Vroegindewey, Robert B. Richardson, et Veronique Theriault

Ce bulletin politique, dernier d'une série de quatre, résume les résultats de recherches visant à améliorer la compétitivité des chaînes de valeur du lait frais au Mali. L'objectif de cette recherche est de mettre en évidence de nouvelles idées et recommandations pour les entreprises laitières, les décideurs politiques et les bailleurs de fonds.

#### Introduction et méthodes de recherche

L'objectif de cette étude était d'analyser les décisions de participation au marché des producteurs de lait maliens et d'identifier les politiques prometteuses qui pourraient augmenter l'offre de lait frais. Pour ce faire, nous avons appliqué un modèle statistique Cragg à deux niveaux à un ensemble de données représentatif au niveau national des ménages d'éleveurs laitiers (N = 717) afin d'examiner les facteurs influençant (i) la participation au marché des producteurs de lait et (ii) les quantités d'approvisionnement aux marchés.

#### Résultats

**Fait saillant n° 1: La participation au marché du lait est très faible. Une minorité de vendeurs représentent la majorité de l'offre.** Bien qu'environ 20 % des ménages ruraux maliens produisent du lait, seulement 3 % parviennent à commercialiser un volume

#### Points saillants

- La participation au marché du lait est très faible. Une minorité de vendeurs représentent la majorité de l'offre.
- Malgré le potentiel d'amélioration du rendement des bovins croisés, l'adoption reste très faible.
- La santé et la nutrition du cheptel sont des contraintes à la productivité.
- Les caractéristiques démographiques ont une grande influence sur la participation d'un ménage aux marchés du lait.
- Les producteurs de lait sont sensibles aux changements de prix.

de lait au cours de l'année. Le un cinquième des plus grands producteurs fournissent environ 85 % du lait sur les marchés tandis que le un cinquième des plus petits producteurs fournissent moins de 1 % du lait sur les marchés.

**Fait saillant n° 2: Malgré le potentiel d'amélioration du rendement des bovins croisés, l'adoption reste très faible.** L'acquisition d'une vache supplémentaire de race locale augmente les ventes de lait de 4 % en moyenne. Le nombre moyen de vaches de race locale dans un troupeau est de neuf, tandis que le nombre moyen de vaches de race mixte ou étrangère est

<sup>1</sup> Ce mémoire résume les recherches dans la publication suivante :

Vroegindewey, R., Richardson, R. B., & Theriault, V. (2021). Key factors for increasing farmer participation in markets: evidence from the Malian dairy sector. *Revue d'élevage et de médecine vétérinaire des pays tropicaux*, 74(2), 93-103. doi: [10.19182/remvt.36331](https://doi.org/10.19182/remvt.36331)

inférieur à un. Seuls 8% des ménages possèdent une telle vache et seulement la moitié d'entre eux en possèdent plus d'une.

**Fait saillant n° 3: La santé et la nutrition du cheptel sont des contraintes à la productivité.** La lutte contre les parasites et les maladies, l'accès au pâturage et à des sources d'eau durant toute l'année sont des facteurs essentiels pour la participation au marché. Une augmentation d'un pourcent du troupeau traité contre les tiques, l'accès en saison sèche à une source d'eau naturelle et la possession d'un abreuvoir est chacun associés à des augmentations des ventes de lait de 4 %, 42 % et 44 %, respectivement. Le fait d'être situé dans la zone semi-aride, ce qui reflète en partie les conditions de pâturage, joue également un effet important. Avec la pression foncière, la disponibilité d'alternatives alimentaires de haute qualité sera de plus en plus importante.

**Fait saillant n°4: Les caractéristiques démographiques ont une grande influence sur la participation d'un ménage aux marchés du lait.** Les ménages dirigés par des femmes commercialisent deux fois plus de lait que les ménages dirigés par des hommes. Les chefs de ménage appartenant à l'ethnie peule/peulh commercialisent plus que les autres ménages.

**Fait saillant n°5 : Les producteurs de lait sont sensibles aux changements de prix.** Une augmentation de 1 % du prix du lait emballé/ lait conditionné augmente la probabilité de participation au marché des producteurs de lait et est associée avec une augmentation nette de 0,7 % des ventes de lait.

## Les Implications pour la politique laitière et les stratégies commerciales

Quatre implications principales ressortent de cette recherche.

1. **Les politiques devraient contribuer à améliorer l'accès aux bovins croisés.** Etant donné que les ventes de lait sont très concentrées au Mali, les décideurs politiques devraient développer des modèles d'adoption de races améliorées adaptés aux ménages les plus pauvres.
2. **Les politiques devraient promouvoir la santé et la nutrition animales.** Le

gouvernement devrait améliorer le suivi de ses programmes de vaccination pour mieux comprendre leur efficacité et s'assurer que les producteurs les plus pauvres en bénéficient également. Les décideurs politiques peuvent également soutenir le développement de rations alimentaires à moindre coût, tout en encourageant les exploitations agricoles à se diversifier dans la production de fourrages adaptés localement, comme le niébé. Les politiques devraient également mieux soutenir les centres de collecte de lait afin d'améliorer l'accès aux marchés aux producteurs.

3. **Les politiques devraient autonomiser et dynamiser les productrices.** Les politiques de commercialisation du lait pourraient mener à une meilleure inclusion et autonomisation des femmes dans les chaînes de valeur du lait. Cela pourrait se faire par la distribution d'actifs productifs (par exemple, des bovins laitiers) directement aux femmes, tout en renforçant explicitement leurs droits de propriété et de contrôle sur ces actifs au sein du ménage et de la communauté.
4. **Les politiques devraient renforcer l'accès à l'information et les incitations aux prix.** Les producteurs sont sensibles aux incitations par les prix, ce qui suggère que les politiques macroéconomiques ont un effet sur l'offre de lait. Le gouvernement pourrait prioriser l'inclusion du lait dans son système de surveillance d'information des marchés.

### À propos des auteurs.

**Ryan Vroegindewey** était doctorant au moment de la réalisation de cette recherche. Département du développement communautaire durable, Michigan State University.

**Robert B. Richardson** est professeur agrégé au Département du développement communautaire durable, Michigan State University (MSU) à East Lansing, MI, USA.

**Veronique Theriault** est professeur agrégé au Département de l'économie agricole, de l'alimentation et des ressources naturelles, Michigan State University (MSU) à East Lansing, MI, USA.

*Ces travaux de recherche ont été réalisés grâce au soutien généreux du peuple américain à travers l'Agence Américaine pour le Développement International (USAID) dans le cadre de l'initiative intitulée « Feed the Future ». Les auteurs assument totalement la responsabilité du contenu de cette étude qui ne reflète point les opinions de l'USAID ni du gouvernement américain.*

Copyright © 2022, Michigan State University. Tous droits réservés. Ce document peut être reproduit pour utilisation à des fins personnelles ou dans le cadre d'activités à but non lucratif sans la permission de MSU, mais ce dernier doit être mentionné.

Publié par le Département d'économie agricole, alimentaire et des ressources naturelles, Michigan State University, Justin S. Morrill Hall of Agriculture, 446 West Circle Dr., Room 202, East Lansing, Michigan 48824, USA.