

PRADCIFK : révéler les opportunités du marché asiatique aux PME du karité

L'Asie sourit aux PME du karité ! C'est du moins, l'expression qui se lit sur le visage de Dr Sacko Fatoumata, promotrice de la PME malienne Kocos Cosmétique, qui fabrique des produits naturels à base de beurre karité. A Singapour, ce 18 novembre, une dizaine de stands à l'effigie du karité se dressent majestueusement au cœur de plus de 1200 stands installés dans le cadre de la foire internationale [COSMOPROF ASIA 2022](#). L'évènement réunit plus de 21 000 visiteurs de 103 pays. Fatoumata témoigne : *“avant d'y arriver nous avons beaucoup d'espoir concernant les opportunités de marché. Depuis que nous y sommes, nos espoirs se sont transformés en réalité. Désormais, j'ai la conviction que l'Asie est une mine d'opportunités pour nos produits si nous sommes bien connus sur ce continent”*.

Nous sommes au deuxième jour de la foire, l'évènement grouille de monde, et les visiteurs s'enchaînent dans les stands les uns après les autres. Certains pour en savoir davantage sur les vertus et utilisations du karité, d'autres par simple curiosité sur un produit inconnu, et d'autres encore pour tisser des relations d'affaires. A l'instar de Kocos Cosmétique, elles sont au total 9 PME issues du Bénin, du Burkina Faso, du Mali et du Togo qui animent les stands du karité. Sélectionnées dans le cadre du Programme Régional d'Appui au Développement Commercial et Inclusif de la Filière Karité (PRADCIFK), financé par le Cadre Intégré Renforcé et piloté par l'Alliance Globale du Karité, en étroite collaboration avec les unités du CIR dans les quatre pays suscités, ces PME ont une ambition commune : faire connaître leurs produits, tisser des relations d'affaires et développer leur entreprise au-delà de leur pays respectif. L'ambition partagée s'inscrit dans la droite ligne des objectifs du projet qui vise à faciliter l'exportation des amandes et des produits à valeur ajoutée, stimuler une croissance favorable aux pauvres en augmentant la demande de produits à valeur ajoutée du karité, en aidant les petites entreprises à accéder aux marchés internationaux, et en améliorant les revenus liés au commerce pour les femmes qui collectent et transforment les produits du karité. De manière spécifique, il s'agit entre autre d'améliorer l'engagement commercial entre l'Afrique et l'Asie par le biais de plateformes de marché en ligne, de conférences, de salons professionnels ainsi que d'initiatives politiques.

Les fruits tiennent la promesse des fleurs ...

“Nous avons obtenu plusieurs contacts intéressants”; confie tout heureux, Moumouni Konate, promoteur de la 'Savonnerie Parfumerie du Houet', une entreprise basée à Bobo-Dioulasso au Burkina Faso. Il ajoute : *“Pendant que certaines entreprises souhaitent que nous fabriquions des produits tels que masques pour le visage sous leur marque, d'autres suggèrent que nous soyons le distributeur de leurs produits au Burkina Faso ; nous avons également obtenu un fort intérêt de certaines entreprises désireuses de distribuer nos produits dans*

d'autres pays comme la France et l'Italie". Outre les relations d'affaires directes, Moumouni est aussi heureux d'avoir rencontré des fournisseurs d'emballages pour améliorer le packaging de ses produits. Fatoumata Sacko a pour sa part obtenu diverses propositions pour créer des marques blanches au profit de certaines entreprises.

Au-delà des trois jours de la foire

Diakité Mamadou est promoteur de l'entreprise GTMD SARL basée à Bamako. Depuis qu'il a participé à COSMOPROF Asia 2022, il est en négociation avec plusieurs entreprises des secteurs de la cosmétique et de la pharmacie en Asie. *" j'ai déjà envoyé des échantillons de beurre de karité à des groupes pharmaceutiques et cosmétiques en Corée du Sud et en Australie. Les discussions ont plutôt bien avancé et nous sommes actuellement à la phase de testing"* ; confie-t-il. GTMD SARL est également dans une phase avancée de discussion commerciale avec des négociants français qu'il a rencontré à Singapour. Au Togo, Sefako est également en phase de discussion avec des distributeurs et l'approvisionnement en beurre de karité à plusieurs clients notamment en Chine.

Les parties prenantes sont conscientes que le parcours entre l'établissement des contacts et la signature concrète d'un premier contrat peut s'avérer parfois long, allant jusqu'à plusieurs mois entre l'envoi d'échantillons, la confirmation des tests et les différentes négociations. Cependant, de leur côté, les unités de mise en œuvre du CIR dans les quatre pays sont unanimes sur l'attractivité commerciale que représente cette foire. *" si un bon suivi est fait des contacts établis à Singapour, nous avons grand espoir que les PME en tireront un grand bénéfice"*, conclut Sodre Souleymane, Coordinateur de l'unité de mise en œuvre du CIR au Burkina Faso.