



Autonomisation des femmes et la chaîne de valeur du karité au Mali

Women's Empowerment and the Shea Value Chain in Mali

Dr. KEITA Moussa Mourou dit Faye

Faculté des Sciences Economique et de Gestion (FSEG)
Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB)/Mali

Dr. SIDIBE Mahamadou

Faculté des Sciences Economique et de Gestion (FSEG)
Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB)/Mali

Pr. Salia Sinaly TRAORE

Faculté des Sciences Economique et de Gestion (FSEG)
Université des Sciences Sociales et de Gestion de Bamako (USSGB)/Mali

Digital Object Identifier (DOI): <https://doi.org/10.5281/zenodo.16617054>

Résumé :

Au Mali, le karité représente bien plus qu'un simple produit agricole. Symbole de résilience, de tradition et d'opportunité économique, il est au cœur de l'activité de nombreuses femmes rurales. Par rapport à la méthodologie nous avons adoptés une posture axée sur la méthodologie Mixte et sur le plan épistémologique, nous avons opté pour le paradigme post-positivisme qui est de comprendre la réalité et de pouvoir l'expliquer.

Pour ce qui est de l'échantillonnage, la technique utilisé a été la méthode de convenance avec comme techniques d'enquête : entretien semi-directif et des questionnaires auprès de soixante (60) productrices entre les deux zones d'études et avec comme outils d'analyses les tests de Khi-Deux et les tests de Fisher

Cet article explore comment l'autonomisation des femmes dans la filière karité transforme les communautés rurales maliennes, renforce l'entrepreneuriat des femmes et participe à la croissance économique locale.

Mots clés : Beurre de karité, impact socio-économique, chaîne de valeur, filière, l'entrepreneuriat féminin

Abstract

In Mali, shea represents much more than just an agricultural product. A symbol of resilience, tradition, and economic opportunity, it is central to the livelihoods of many rural women.

In relation to the methodological aspect, we have adopted a posture focused on Mixed methodology and on an epistemological level, we have opted for the post-positivism paradigm which is to understand reality and be able to explain it.

As for sampling, the technique used was the convenience method with survey techniques: semi-structured interview and questionnaires with sixty (60) producers between the two study areas and with Chi-Square tests and Fisher tests as analysis tools.

This article explores how female entrepreneurship in the shea sector is transforming rural Malian communities, empowering women, and contributing to local economic growth.

Keywords: Shea butter, socio-economic impact, value chain, value chain, female entrepreneurship.

1. Introduction

Le karité (*Vitellaria paradoxa*) est un arbre endémique de la savane soudano-sahélienne d'Afrique de l'Ouest, particulièrement présent au Mali, au Burkina Faso et au Ghana. Depuis des siècles, les populations rurales, et plus particulièrement les femmes, exploitent ses fruits pour en extraire un beurre à usage domestique, culinaire, médicinal et cosmétique (selon **PICASSO, G.,1984**).

Traditionnellement, la transformation du karité est une activité domestique et féminine, transmise de génération en génération. Le beurre de karité était utilisé pour la cuisson, les soins corporels ou les rituels sociaux, sans but commercial initial. Les femmes jouaient donc un rôle central dans la transformation artisanale, mais dans un cadre non marchand et non reconnu.

À partir des années 1980, avec la montée des préoccupations liées à la sécurité alimentaire, à l'autonomisation des femmes et au développement local, plusieurs ONG et projets de coopération au développement (notamment la FAO, SNV, Helvetas) ont commencé à s'intéresser à la valorisation des produits forestiers non ligneux, dont le karité (selon **PICASSO, G.,1984**). .

Cette période marque l'entrée de la filière karité dans une logique économique structurée, avec la mise en place :

- De groupements féminins et de coopératives locales,
- De programmes de formation à la transformation améliorée (mécanisation partielle, techniques de qualité),
- D'un accès progressif au marché (vente locale, foires, premières exportations).

Avec la mondialisation des produits naturels et l'essor de l'industrie des cosmétiques bio et du commerce équitable, le beurre de karité connaît depuis les années 2000 une demande croissante à l'échelle mondiale. Le Mali, 3^e producteur mondial après le Nigéria et le Burkina Faso, s'inscrit dans cette dynamique (selon **Addaquay, J.**,2004)..

Plusieurs évolutions marquent cette phase :

- Structuration d'une véritable chaîne de valeur : de la collecte à l'exportation, avec l'intervention de plusieurs types d'acteurs (collectrices, transformatrices, intermédiaires, ONG, entreprises locales et internationales).
- Appui renforcé aux femmes entrepreneures : programmes de microcrédit, accès au marché, labellisation (bio, commerce équitable).
- Émergence d'une autonomisation des femmes structurée : création de coopératives modernes, de marques locales de cosmétiques ou savons à base de karité.

Des entreprises internationales comme L'Occitane, ou des projets comme Kolo Nafaso (par AAK) travaillent directement avec des femmes rurales pour assurer un approvisionnement éthique et traçable en beurre de karité.

L'autonomisation des femmes s'est affirmée comme un acteur clé de la valorisation du karité :

- En initiant des micro-entreprises locales de transformation ;
- En dirigeant des coopératives et en prenant part à des réseaux commerciaux nationaux et internationaux ;
- En utilisant les revenus du karité pour financer l'éducation des enfants, la santé ou d'autres activités économiques.

Toutefois, cet entrepreneuriat reste souvent confronté à des contraintes structurelles : difficulté d'accès au crédit, manque d'infrastructures, faible position dans la chaîne de valeur, et dépendance à l'aide extérieure pour certaines étapes.

L'histoire de la filière karité au Mali est intimement liée à celle des femmes rurales. Partie d'un usage traditionnel non marchand, elle a évolué vers une chaîne de valeur structurée, génératrice de revenus et d'autonomie. L'autonomisation des femmes s'y développe progressivement, même si sa pleine expression reste conditionnée par un meilleur accès aux ressources, à la formation et aux marchés.

Cependant, dans les pays en développement, l'autonomisation des femmes est considérée comme un levier fondamental de développement économique et social, en particulier en milieu rural. Il contribue non seulement à l'autonomisation des femmes, mais aussi à la lutte contre la pauvreté et l'exclusion. Au Mali, où plus de 70 % de la population vit en milieu rural, les femmes jouent un rôle central dans l'économie informelle, souvent à travers des activités liées à l'agriculture, à l'artisanat ou à la transformation agroalimentaire (selon INSAT,2019).

La filière karité représente à cet égard une opportunité stratégique. Produit naturel emblématique de l'Afrique de l'Ouest, le karité est reconnu pour ses vertus cosmétiques et alimentaires, et connaît une demande croissante sur les marchés nationaux et internationaux. Le Mali, troisième producteur mondial de karité, mobilise chaque année des milliers de femmes dans la collecte des noix, la transformation en beurre, et la commercialisation des produits dérivés. Cette chaîne de valeur, fortement féminisée, permet aux femmes d'accéder à des revenus, de renforcer leurs capacités techniques, et dans certains cas, de se lancer dans l'entrepreneuriat à travers des coopératives ou des microentreprises (selon INSAT,2019).

Cependant, malgré ce potentiel, l'essor de l'autonomisation des femmes dans cette filière reste freiné par de nombreuses contraintes : accès limité aux financements, faible mécanisation, dépendance aux intermédiaires, ou encore barrières socioculturelles. Ces défis soulèvent une question centrale : dans quelle mesure la chaîne de valeur du karité assure-t-elle l'autonomisation des femmes au Mali ?

Cette étude se propose d'analyser l'impact socio-économique de la filière karité sur les femmes maliennes, à travers une approche de type étude de cas. Elle visera à comprendre comment les femmes s'insèrent dans cette chaîne de valeur, quels bénéfices elles en tirent, mais aussi quelles limites subsistent. Une attention particulière sera portée à deux coopératives féminines opérant dans deux régions spécifiques du Mali, afin d'illustrer concrètement les dynamiques locales de l'autonomisation des femmes autour du karité.

I - REVUE DE LA LITTÉRATURE

La bonne compréhension de cette recherche demande que soient définis au départ certains concepts couramment utilisés dans le cadre de notre recherche ; une présentation descriptible de cette chaîne de valeur et de sa contribution sur les organisations féminines au Mali.

1.1. La chaîne de Valeur

La chaîne de valeur est un modèle conceptuel qui décrit l'ensemble des activités qu'une organisation met en place pour créer de la valeur pour ses clients. Initialement introduite par Michael Porter, elle aide à identifier les sources potentielles de compétitivité dans une organisation. La chaîne de valeur se divise en deux grandes catégories d'activités : les activités principales et les activités de soutien (Selon Michael **Porter en 1985**).

1.2. Activités principales

Ce sont les activités directement liées à la production et à la distribution des biens ou services (Selon Michael **Porter en 1985**).

Logistique interne : Réception, stockage et gestion des matières premières nécessaires à la production.

Production (ou opérations) : Transformation des matières premières en produits finis.

Logistique externe : Gestion de la distribution des produits finis vers les clients.

Marketing et vente : Promotion des produits et services pour attirer les clients.

Service : Assistance après-vente, maintenance et support pour garantir la satisfaction des clients.

1.3. Activités de soutien

Elles appuient les activités principales et contribuent à améliorer l'efficacité et la valeur ajoutée de l'organisation (Selon Michael **Porter en 1985**).

Infrastructure de l'entreprise : Gestion des activités générales comme la comptabilité, le financement et la planification stratégique.

Gestion des ressources humaines : Recrutement, formation et développement des compétences des employés.

Développement technologique : Innovation et recherche pour améliorer les processus et produits.

Approvisionnement : Achat des intrants nécessaires (matériaux, équipements, etc.) pour assurer le bon fonctionnement des activités principales.

1.1 1.4. Objectif de la chaîne de valeur

Le but principal de la chaîne de valeur est de comprendre comment chaque activité contribue à la valeur finale du produit ou service, permettant ainsi à l'organisation de réduire les coûts, d'améliorer l'efficacité, et d'offrir un avantage concurrentiel. En optimisant chaque étape, une entreprise peut maximiser sa valeur ajoutée, fidéliser ses clients, et se distinguer de la concurrence (Selon Michael Porter en 1985).

1.2 1.5. La contribution de la chaîne de valeur à l'amélioration de la vie et de revenu

La chaîne de valeur contribue grandement à l'amélioration de la qualité de vie et des revenus des individus en augmentant les opportunités économiques, en facilitant l'accès aux marchés et en favorisant le développement des compétences (Selon Jullian Rappaport en 1987).

2. Définition et caractéristiques de l'autonomisation des femmes

2.1. Définition générale

L'autonomisation des femmes désigne l'ensemble des activités entrepreneuriales initiées, dirigées ou co-dirigées par des femmes. Il implique la création ou la gestion d'une entreprise, d'une activité génératrice de revenus ou d'une coopérative, dans un but économique et/ou social.

Selon l'OCDE, il s'agit de « la participation des femmes dans la création et la gestion d'activités économiques formelles ou informelles, qui génèrent de la valeur et des revenus. »

2.2. Caractéristiques spécifiques

L'entrepreneuriat féminin, notamment en Afrique de l'Ouest, présente des spécificités :

- Forte représentation dans l'économie informelle (petit commerce, artisanat, transformation alimentaire) ;
- Faible accès aux ressources productives (foncier, crédit, technologies) ;
- Double charge liée aux responsabilités domestiques et économiques ;
- Souvent collectif : coopératives, groupements de femmes ;
- Forte dimension sociale : amélioration du bien-être familial, éducation, santé.

2.3. Contexte de l'autonomisation des femmes au Mali

2.3.1. Poids socio-économique des femmes

Les femmes représentent environ 51 % de la population malienne.

Elles assurent plus de 70 % des activités agricoles, mais restent sous-représentées dans les postes de décision économique et politique (selon INSAT,2021).

L'autonomisation des femmes se développe surtout dans :

- La transformation agroalimentaire (karité, céréales locales, fruits séchés),
- Le petit commerce,
- L'artisanat (teinture, couture, bijoux).

2.3.2 Contraintes majeures

- Accès difficile au financement formel (banques, institutions de microfinance).
- Faible niveau de formation et d'alphabétisation.
- Normes socioculturelles limitant l'autonomie économique des femmes.
- Manque de réseaux professionnels et de visibilité sur les marchés.

2.4. Enjeux de l'autonomisation des femmes dans la filière karité

La filière karité constitue un secteur porteur pour l'autonomisation des femmes:

- Elle est traditionnellement féminisée : les femmes y détiennent un savoir-faire local et une légitimité
- Elle permet une création de valeur locale : les femmes passent de simples collectrices à transformatrices ou cheffes d'entreprises.
- Elle offre des opportunités d'exportation, en particulier via les labels bio et équitables.
- Elle renforce le leadership féminin à travers la gestion de coopératives et la prise de décision collective.

L'autonomisation des femmes est un levier de développement local et d'autonomisation des femmes au Mali. Dans la chaîne de valeur du karité, il prend une forme hybride : entre traditions, initiatives économiques locales et intégration progressive dans une économie mondialisée. Pour qu'il atteigne son plein potentiel, il nécessite un appui structuré : accès au crédit, formation, accompagnement et reconnaissance institutionnelle.

3. Hypothèse générale :

La chaîne de valeur du karité assurerait l'autonomisation des femmes au Mali.

Hypothèses spécifiques :

Il s'agira de façon spécifique :

La chaîne de valeur du karité contribuerait à l'augmentation de revenu des femmes au Mali d'où leurs autonomisations.

La commercialisation constituerait la principale contrainte rencontrée chez les femmes au Mali.

Les besoins de la famille sont des situations sociales qui affectent de plus l'autonomisation des femmes au Mali.

II- Démarche Méthodologique

Pour ce qui est de l'échantillonnage, nous avons pris 60 productrices qui a été divisé entre huit (8) villages. Il s'agit d'un échantillonnage empirique puisque la population cible est constituée des productrices membres des coopératives soutenues. Nous avons donc privilégié les méthodes d'échantillonnage empirique, précisément la méthode des quotas, qui est « une méthode d'échantillonnage non aléatoire qui permet d'obtenir un échantillon ayant une certaine représentativité de la population étudiée » (Thietart, 2014). Au sein de cette population cible, les personnes interrogées ont été sélectionnées par la méthode des convenances, c'est-à-dire que seules des femmes disponibles et disposées à répondre aux questions ont été interrogées et par la technique de boule de neige.

On suppose donc que l'échantillon est représentatif des productrices de la zone d'intervention. Grâce à ces entretiens, d'autres acteurs ont été interrogés du fait de leur proximité géographique : quatre commerçants de noix et de beurre de karité et quatre propriétaires de broyeuses de noix et un guide d'entretien a été élaboré pour les deux coopératives qui sont tel que la **COPROKAZAN** et la **COPROKASI**.

2.1. Taille de l'échantillon : Approche quantitative

Étant donné l'objectif de notre étude, l'échantillon qui a été choisie dans les zones d'intervention Siby et Zantiébougou est décrit de la façon suivante :

Après une période de recherches bibliographiques et de discussions avec les coopératives et les structures d'accueil, il a été décidé de baser l'étude sur un échantillon de 26 productrices à interroger et réparties sur les quatre (4) villages de Siby ; et un échantillon de 34 productrices à interroger et réparties sur les quatre (4) villages de Zantiébougou. Ces échantillons ont été arrêtés sur la base du nombre des membres au moment des enquêtes.

L'échantillon de 60 productrices correspondait également à un nombre acceptable et surtout atteignable en considérant le temps disponible et les moyens humains et financiers mis à disposition. Le rythme des enquêtes était deux (2) enquêteurs deux (2) jours par semaine, ce qui représentait environ treize (13) semaines d'enquêtes à Siby et dix-sept (17) semaines à Zantiébougou.

Pour la zone de Siby, quatre (4) groupement répartis entre quatre (4) villages (Dallakana ; Kallassa ; Kamalé ; et ville de Siby) ont été interrogés et pour la zone de Zantiébougou, quatre (4) groupement répartis entre quatre (4) villages (Koury ; Zandièla ; Falla et ville de Zantiébougou) ont été aussi interrogés.

Tableau 1 : La liste du nombre des productrices choisies par village

Nom des groupements	Nombres des personnes Interrogées par groupement	Nom des coopératives	Nombres des personnes Interrogées par coopérative
Benkadi Siby	9	COPROKASI	26
Benkadi Kamalé	6		
Benkadi Dallakana	5		
Benkadi Kallassa	6		
Benkadi Zantiébougou	11	COPROKAZAN	34
Benkadi Koury	9		
Benkadi zandièla	7		
Benkadi falla	7		

Source : Enquête de terrain

Ces groupements ont été choisis en fonction du nombre des membres qui les composent et de la disponibilité de ces productrices à nous accorder du temps pour l'entretien. L'échantillonnage a

été faite par le choix de 60 productrices individuelles sur la base du nombre des productrices dans chacun des secteurs.

La totalité des enquêtes se sont faites en face à face et de manière individuelle. Et on traduisait du français au bambara et inversement, puisque la grande majorité, voire la totalité des productrices ne maîtrisent pas le français.

Déterminer la taille d'un échantillon revient à estimer la taille minimale requise pour obtenir des résultats avec un degré de confiance satisfaisant (Thietart et al, 2014). La taille de notre l'échantillon a été fixée sur la base d'un échantillonnage non aléatoire simple pour une population d'intérêt de taille suffisamment grande.

2.2. Taille de l'échantillon : Approche qualitative

Au cours de cette phase qualitative de la recherche, l'échantillon ne requiert pas un grand effectif car selon (Mongeau, 2009) page 94, la taille de l'échantillon est déterminée par le point de saturation c'est-à-dire, « lorsque l'ajout d'entrevues n'enrichit plus le modèle élaboré... dans la pratique, 7 à 12 entrevues permettent généralement d'atteindre cette saturation ».

Dans le cas des entretiens de recherches, nous avons trois types d'entretiens à savoir : l'entretien directif, non directif et semi-directif. Les entretiens directifs sont ceux où la conversation est discontinuée et avec une faible inférence. Les entretiens non directifs sont des conversations ouvertes et portant sur un thème préalablement défini et où le chercheur intervient pour recentrer, reformuler certains points du discours en vue de l'atteinte des résultats de l'entretien. Dans le cadre de l'entretien semi-directif, le chercheur applique le même principe, à la différence qu'il utilise un guide structuré pour aborder une série de thèmes préalablement définis.

Pour notre recherche, nous avons privilégié l'entretien semi-directif qui est la technique la plus utilisée en gestion pour la collecte des données. Nous avons combiné deux modes : l'observation directe et l'entretien face à face. Les dispositions ont été prises pour contacter ces personnes ressources afin d'obtenir leur accord et fixer les rendez-vous en fonction de leur disponibilité.

Pour les groupements des femmes productrices nous avons choisi de nous entretenir avec huit (8) groupements répartis entre les deux zones (Siby et Zantiébougou) et deux coopératives à savoir la COPROKASI et la COPROKAZAN avec un rythme d'entretien d'une personne par groupement et par jour.

Tableau 2 : La liste des cheffes de groupement interrogées

Nom des personnes interrogées	Nombres des personnes Interrogées	Nom des groupements	Nom des coopératives
Bintou Niaré	1	Benkadi Siby	COPROKASI
Saran camara	1	Benkadi Kamalé	
Kadidia sidibé	1	Benkadi Dallakana	
Oumou keita	1	Benkadi Kallassa	
Rokia coulibaly	1	Benkadi Zantiébougou	COPROKAZAN
Bintou sanogo	1	Benkadi Koury	
Fatoumata Traoré	1	Benkadi zandiela	
Mariam kone	1	Benkadi falla	

Source : Enquête de terrain

Pour la technique d'échantillonnage, nous avons procédé par la méthode de convenance pour l'ensemble des groupes avec comme technique d'entretien : l'entretien Semi-directif. et à partir d'un certain nombre de critères définis suite à l'entretien qui devraient nous permettre d'avoir une liste potentielle des autres groupements à interviewer pour le second groupe.

2.3. Technique d'analyse des données

La méthode d'analyse par questionnement analytique de Paillé et Mucchielli (2016) a été utilisée pour réaliser l'analyse des données. Cette méthode consiste à soumettre un corpus de données à une série de questions d'analyse. De plus, Cette méthode d'analyse est pertinente pour les études de besoins et les recherches évaluatives portant sur les croyances, les motivations, les idéologies, les situations communications (Paillé et Mucchielli, 2016,p.210)

III. Résultat et discussion :

Tableau 3 : Part des différentes utilisations dans le revenu du beurre

Source d'allocation		Part dans le revenu	
Dépenses de consommation	Dépenses alimentaires	35.75%	55%
	Dépenses de santé	11%	
	Dépenses d'habillement	8,25%	
Dépenses d'investissement		25%	
Autres dépenses	Education	13%	20%
	Création d'autres activités	5%	
	Epargne	2%	
Total		100%	

Source : Enquête de terrain, 2021

Selon les résultats de notre enquête, les revenus de nos productrices sont en général alloués : Aux dépenses de consommation à 55% dont 35,75% des dépenses alimentaires (les achats de produits vivriers, les prix de condiments et autres produits alimentaires) ; 11% des dépenses de santé (qui regroupent les dépenses de consultation, de traitement et d'achat des médicaments que ce soit au niveau des centres médicaux ou chez les tradipraticiens etc.) ; et enfin 8,25 % des dépenses d'habillement (tel que les achats d'articles d'habillement, d'articles chaussants et les produits cosmétiques)

Aux dépenses d'investissement à 25% qui sont tel que : l'achat des intrants de production comme les amandes de karité, le bois de chauffe, l'eau, etc.

Et aux autres dépenses courantes de la vie à 20% tel que : les dépenses d'éducation à 13% ; la création d'autres activités génératrices de revenu comme le petit commerce, l'élevage, l'artisanat à 5% et enfin l'épargne à la caisse à 2%.

Tableau 4 : Répartition du changement en fonction de la zone

Changements que vous avez observé dans votre vie depuis que vous produisez le beurre de karité	Localité		Total (%)	Pv
	Siby (%)	Zantiébougou (%)		
Être indépendant et prise en charge des dépenses personnelle	16 (61,5)	16 (47,1)	32 (53,3)	0,265
Collaboration entre les membres du groupes	4 (15,4)	17 (50,0)	21 (35,0)	0,005
Acquisition de nouvelles techniques de production du beurre	7 (26,9)	16 (47,1)	23 (38,3)	0,112

Source : Enquête de terrain, 2021

Être indépendant et prise en charge des dépenses personnelle était le changement observé le plus représentés à 61,5% dans la localité de Siby et à 47,1% dans la localité de Zantiébougou ce qui confirme toujours notre hypothèse que la chaîne de valeur du karité assurerait l'autonomisation des femmes au mali.

VI. Implication managériale :

Les expériences de Siby et Zantiébougou montrent que les organisations féminines jouent un rôle crucial dans la dynamisation de la filière karité. Leur structuration a permis de passer d'une exploitation traditionnelle à une logique de chaîne de valeur, même si les enjeux restent importants en termes de durabilité, de compétitivité et d'accès au marché international.

L'appui des ONG et des politiques publiques a été décisif, mais une meilleure synergie avec les institutions financières et les programmes de formation est nécessaire pour consolider les acquis.

Et en somme pour consolider les acquis de l'autonomisation des femmes dans la filière karité, plusieurs leviers sont à activer :

- Renforcement de la formation en gestion, transformation et certification biologique
- Création de fonds d'appui spécifiques pour les femmes rurales
- Développement d'infrastructures locales (routes, unités de séchage)
- Appui à la structuration en réseaux coopératifs et à la labellisation des produits

Conclusion

Le cas des coopératives Karité de Siby et de Zantiébougou démontrent que les femmes rurales, lorsqu'elles sont soutenues, peuvent devenir de véritables actrices du développement économique. L'autonomisation des femmes dans la filière karité est non seulement un moteur de croissance, mais aussi un levier d'autonomisation, de résilience et de transformation sociale au Mali.

BIBLIOGRAPHIE

Addaquay, J., (2004). The shea butter value chain, wath Technical Report No. 3.

AURA, A.,(2004).An update of the Angiosperm Phylogeny Group classification for the orderand families.Miniature portrait of Mungo Park, bustlength with powdered hair. Institut du développement rural, 83p + annexes.

AUBRÉVILLE, André.,(1950). *Flore forestière Soudano-Guinéenne: A.O.F. - Cameroun - A.E.F.* Paris : Société d'éditions géographiques, maritimes et coloniales. pp. 430-433.

Avenier et al, (2012). AEGIS le Libellio « la rigueur et la fiabilité concernent la phase de constitution du matériau empirique (data collection et celle de son traitement qui conduit à l'élaboration des résultats (data analysis). PP-121

Provost, MS., (1995). Etude de la filière karité au Burkina Faso. Rapport final, centre canadien de la coopération internationale (CECI), 38p + annexes. Rapport annuel.

PICASSO, G.,(1984).Synthèse des résultats acquis en matière de recherche sur le karité au Burkina Faso

de 1950 à 1958. Rapport de l'Institut de Recherche pour les Huiles et Oléagineux (IRHO), p. 45 pages.

Raymond Quivy, Luc Van Campenhout, (1995). Manuel de recherche en sciences sociales, 2^e édition, Dunod, Paris 287p.

René, Caillé., (1985). Voyage à Tombouctou II. La découverte, Paris.

regions: the origin of the pyrophytic habit. *New Phytologist*. juillet 1974, Vol. 73, 4, pp. 771-780.

RUYSSSEN, B.(1957) .La karité au Soudan. *Agronomie Tropicale*. , Vol. 12, 2 & 3, pp. 144-172 &279-306.

SEMEGA, Sira., (2019). Analyse de la chaîne de valeur karité au Mali : Cas de la zone d'intervention d'OMADEZA. Mémoire de Master en bioingénieur à la **Faculté** Gembloux Agro-Bio Tech (GxABT) de Luxembourg. p67

Thiétart, R.-A. (dir.). (2003). Méthodes de recherche en management. Paris : Dunod

Yin, R. K., (2003). Case study research. Disign and methods. (3 éd.). Thousand Oales, Ça : Sage Publications, Inc.49p

ZOUNGRANA, J-B., (2017). Résilience des très petites entreprises aux crises de grande ampleur dans les pays en développement : cas du secteur informel suite aux inondations du 1er septembre 2009 à Ouagadougou au Burkina Faso, thèse de doctorat, université aube nouvelle, p.303

ZALLE Alidou.,(2005).Etude d'impact socio-économique de la production du karité sur les conditions de vie des femmes rurales : cas de la region de PO au Burkina faso. Mémoire de Master à l'Universite polytechnique de bobo-dioulasso. p83