

# STRATÉGIE NATIONALE D'EXPORTATION 2015-2019 RÉPUBLIQUE DE CÔTE D'IVOIRE

## STRATÉGIE SECTORIELLE ANACARDE



La Stratégie nationale d'exportation de la République de Côte d'Ivoire a été développée sur base de la méthodologie et de l'assistance technique du Centre du commerce international (ITC). Les opinions exprimées sont celles des auteurs et ne sont en aucun cas l'expression d'une opinion quelconque de la part de de l'ITC. Ce document n'a pas été formellement revu par l'ITC.

**Le Centre du commerce international (ITC) est l'agence conjointe de l'Organisation mondiale du commerce et des Nations Unies.**

**Siège :** ITC 54-56, rue de Montbrillant 1202 Genève, Suisse

**Adresse postale :** ITC Palais des Nations 1211 Genève 10, Suisse

**Téléphone :** +41-22 730 0111

**Fax :** +41-22 733 4439

**E-mail :** [itcreg@intracen.org](mailto:itcreg@intracen.org)

<http://www.intracen.org>

STRATÉGIE NATIONALE  
D'EXPORTATION  
RÉPUBLIQUE DE CÔTE D'IVOIRE  
STRATÉGIE SECTORIELLE  
ANACARDE



Programme d'appui au commerce et à l'intégration régionale (PACIR)

---

Un programme financé par l'Union européenne

---



Union européenne







(cc) Terrie Schweitzer.

## REMERCIEMENTS

Ce document représente les ambitions des parties prenantes publiques et privées qui ont consacré de longues heures pour formuler la présente stratégie «anacarde», qui fait partie intégrante de la Stratégie nationale des exportations (SNE) de la Côte d'Ivoire. Il a été rédigé par M. Bob Kouadio Kouakou., coordinateur de la stratégie «anacarde», sous la supervision de l'équipe d'experts du Centre du commerce international (ITC).

Le projet de la SNE a été activement promu par :

- **M. Charles Jérôme Gauze**  
Inspecteur général, Ministère du Commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME
- **M. Kaladji Fadiga**  
Directeur général du Commerce extérieur, Ministère du Commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME
- **M. Guy M'Bengue**  
Navigateur SNE, Directeur général, Association pour la promotion des exportations de Côte d'Ivoire, APEX-CI
- **M. Serge Bombo**  
Directeur général adjoint, Association pour la promotion des exportations de Côte d'Ivoire, APEX-CI
- **M. Koffi Guillaume Seka**  
Conseiller National OIF, Ex Directeur de la coopération internationale et sous régionale, Ministère du Commerce, de l'Artisanat et de la Promotion des PME
- **M. Kouya Bertin Gomun**  
Directeur de la Promotion et de l'assistance à l'exportation, Ministère du Commerce, de l'Artisanat et de la Promotion des PME
- **M. Waoti Seydou Toure**  
Directeur de la Coopération internationale et sous régionale, Ministère du Commerce, de l'Artisanat et de la Promotion des PME
- **Mme Ranie-Didice Bah**  
Chef de la Cellule de veille stratégique, Ministère du Commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME

Le soutien et l'assistance technique ont été fournis par l'équipe d'experts du Centre du commerce international (ITC) :

- **M. Darius Kurek**  
Administrateur principal, Stratégie d'exportation, Centre du commerce international (ITC)
- **M. Sophien Hanouz**  
Consultant international, Centre du commerce international (ITC)
- **Mme Claude Manguila**  
Consultant international, Centre du commerce international (ITC)

- **M. Benjamin E. Walker**  
Coordinateur national, Centre du commerce international (ITC)
- **M. Paul Baker**  
Consultant international, Centre du commerce international (ITC)
- **Mme Nancy Beke**  
Conseillère technique nationale, Centre du commerce international (ITC)
- **Mme Veralyne Adou**  
Assistante programme, Centre du commerce international (ITC)

Le projet de la SNE a également été soutenu par le coordinateur du secteur anacarde et son équipe technique :

- **M. Bob Kouadio Kouakou**  
Coordinateur sectoriel ANACARDE
- **M. Alain Soro Wangbo**  
INADES – FORMATION
- **M. Fonibé Sekongo**  
Directeur, COPABO
- **M. Ibrahima Dosso DRH**  
Chambre d'Agriculture de Côte d'Ivoire
- **M. Issa Konate**  
OLAM
- **M. Julien Toh Bi**  
Ministère du Commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME
- **M. Kouman Kouadio A.**  
Ministère du Commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME
- **M. Michel Kpan Dro**  
Ministère d'Etat, Ministère de l'Emploi, des Affaires sociales et Formation Professionnelle
- **M. N'zian Kouadio**  
MCAPPME
- **M. Nihonho Kone**  
ECG
- **M. Soumahoro Karamoko**  
Membre commission Douane & Intégration, CGECI
- **Mme. Nadiany Diarra**  
Assistante Directeur / MCAPPME
- **M. Nihonho Kone**  
ECG
- **M. Simplicie Gue**  
Conseil Coton-anacarde

## TABLE DES MATIÈRES

---

REMERCIEMENTS .....	III
SIGLES ET ABRÉVIATIONS .....	IX
<hr/>	
RÉSUMÉ ANALYTIQUE .....	1
<hr/>	
INTRODUCTION .....	5
<hr/>	
SITUATION ACTUELLE .....	7
<hr/>	
CONTEXTE GÉNÉRAL .....	7
PRODUCTION .....	7
ANALYSE DE LA CHAÎNE DE VALEUR .....	11
TENDANCES DES MARCHÉS MONDIAUX ET RÉGIONAUX .....	14
PERFORMANCE À L'EXPORTATION .....	18
INSTITUTIONS D'APPUI AU COMMERCE .....	19
POLITIQUES ET INITIATIVES DE DÉVELOPPEMENT .....	22
CONTRAINTES À LA COMPÉTITIVITÉ .....	23
<hr/>	
ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DU SECTEUR .....	31
<hr/>	
VISION .....	31
IDENTIFICATION DES MARCHÉS ET DIVERSIFICATION DES PRODUITS ..	31
AMÉLIORATIONS STRUCTURELLES DE LA CHAÎNE DE VALEUR .....	38
FUTURE CHAÎNE DE VALEUR .....	41

---

MOYENS DE MISE EN ŒUVRE	43
OBJECTIFS STRATÉGIQUES .....	43
GOUVERNANCE ET COORDINATION .....	44
CADRE DE SUIVI ET D'ÉVALUATION .....	44
FINANCEMENT DE LA MISE EN ŒUVRE .....	44
PLAN D'ACTION	47
BIBLIOGRAPHIE	57

## GRAPHIQUES

---

<b>Graphique 1</b> : Part des principaux producteurs et production mondiale de noix de cajou de 2001 à 2011 .....	8
<b>Graphique 2</b> : Évolution de la production de la CEDEAO entre 2000 et 2011 et des trois producteurs les plus importants de la région .....	8
<b>Graphique 3</b> : Régions productrices de noix de cajou en Côte d'Ivoire .....	9
<b>Graphique 4</b> : Comparaison entre les rendements des producteurs mondiaux les plus productifs et les pays de la CEDEAO en 2011.....	10
<b>Graphique 5</b> : Évolution de la surface de culture et des rendements de la noix de cajou en Côte d'Ivoire entre 2001 et 2011 .....	10
<b>Graphique 6</b> : Les trois principaux partenaires de la Côte d'Ivoire pour les exportations de noix de cajou brute (en coque) .....	18
<b>Graphique 7</b> : Les cinq principaux partenaires de la Côte d'Ivoire pour les exportations de noix de cajou décortiquée (sans coque) .....	19



## TABLEAUX

---

<b>Tableau 1</b> : Liste des premiers exportateurs mondiaux de noix de cajou brute en 2011 .....	14
<b>Tableau 2</b> : Liste des premiers exportateurs mondiaux de noix de cajou décortiquée en 2012 .....	15
<b>Tableau 3</b> : Évolution de la valeur unitaire des noix de cajou brute entre 2007 et 2011 (\$E.-U. par tonne) .....	15
<b>Tableau 4</b> : Liste des premiers importateurs mondiaux de noix de cajou brute en 2011 .....	16
<b>Tableau 5</b> : Évolution de la valeur unitaire des noix de cajou décortiquées entre 2008 et 2012 (\$E.-U. par tonne) .....	16
<b>Tableau 6</b> : Liste des premiers importateurs mondiaux de noix de cajou décortiquée en 2012 .....	17
<b>Tableau 7</b> : Présentation des institutions d'appui politique .....	20
<b>Tableau 9</b> : Présentation des institutions de services aux entreprises .....	21
<b>Tableau 12</b> : Identification des marchés à court terme .....	33
<b>Tableau 13</b> : Identification des marchés attractifs à moyen et long termes .....	37

## ENCADRÉS

---

Encadré 1 : Note méthodologique .....	4
Encadré 2 : Aperçu des contraintes liées à la capacité d'approvisionnements du secteur .....	24
Encadré 3 : Aperçu des contraintes liées à la qualité de l'environnement des affaires .....	27
Encadré 4 : Aperçu des contraintes liées à l'entrée sur les marchés régionaux et internationaux .....	29
Encadré 5 : Aperçu des contraintes socio-économiques et environnementales ....	30
Encadré 6 : Améliorations structurelles et institutionnelles de la chaîne de valeur .	38

## SIGLES ET ABRÉVIATIONS

---

ACA	African Cashew Alliance	FCFA	Franc des Communautés financières d'Afrique – monnaie commune à la CEMAC et l'UEMOA
ACE	Audit, contrôle et expertises	FIRCA	Fonds interprofessionnel pour la recherche et le conseil agricoles
ANADER	Agence nationale d'appui au développement rural	GIZ	Coopération allemande au développement
APEX-CI	Agence de promotion et développement des exportations de Côte d'Ivoire	ha	Hectare
ARECA	Autorité de régulation du coton et de l'anacarde	I2T	Ivoirienne de Technologie Tropical
CCA	Conseil du coton et de l'anacarde	IAC	Institutions d'appui au commerce
CEDEAO	Communauté économique des États de l'Afrique de l'Ouest	ITC	Centre du commerce international
CEMAC	Communauté économique et monétaire de l'Afrique centrale	MCAPPME	Ministère du Commerce, de l'artisanat et de la promotion des PME
CGECI	Confédération générale des entreprises de Côte d'Ivoire	MINAGRI	Ministère de l'Agriculture
CNRA	Centre national de recherche agronomique	NEPAD	Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique
CNUCED	Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement	NPF	Nation la plus favorisée
CODINORM	Côte d'Ivoire Normalisation	OCPV	Office de commercialisation des productions vivrières
COPABO	Coopérative de producteurs d'anacarde de Bondoukou	OMC	Organisation mondiale du commerce
ECG	École de commerce et de gestion	OMD	Organisation mondiale des douanes
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture	ONG	Organisation non gouvernementale
FAOSTAT	Division de statistique de la FAO	PAA	Port autonome d'Abidjan
		PPP	Partenariat public-privé
		SH	Système harmonisé
		UEMOA	Union économique et monétaire Ouest-Africaine
		UNSD	Division statistiques des Nations Unies



(cc) Terrie Schweitzer.

# RÉSUMÉ ANALYTIQUE

La forte croissance de la production ivoirienne de noix de cajou au cours des quinze dernières années fait de la Côte d'Ivoire le premier producteur d'anacarde du continent africain et le quatrième au niveau mondial. Toutefois, les noix de cajou ivoiriennes sont en vaste majorité vendues à l'état brut à des acheteurs qui ont développé des unités de transformation dans le pays ou à l'étranger. La transformation locale ne représente que 5% de l'ensemble de la production. De ce fait, la présente stratégie vise à développer la transformation des produits destinés à l'exportation, et ce dans un environnement permettant d'augmenter les rendements et la qualité pour assurer la compétitivité et la durabilité du secteur. Davantage d'efforts dans la redistribution des revenus de l'export au bénéfice de l'ensemble des opérateurs de la chaîne de valeur, ainsi que l'augmentation des exportations de produits transformés, permettra de créer de la valeur pour l'économie ivoirienne.

## PERFORMANCE À L'EXPORTATION

La Côte d'Ivoire est le premier exportateur mondial de noix de cajou brute, avec des exportations approchant les 450 000 tonnes en 2012 pour une valeur de plus de \$E.-U. 250 millions (FCFA 136,44 milliards). Ses exportations ont connu une croissance de 11 % par an sur la période 2008 à 2012. Elles représentent 2,9 % des exportations totales en valeur de la Côte d'Ivoire en 2012, ce qui place l'anacarde au 6<sup>ème</sup> rang des produits exportés, après le cacao, le caoutchouc et les huiles de pétrole, juste devant le coton.

La demande mondiale pour la noix de cajou brute se caractérise par une forte croissance régulière depuis 2007 (+36 % de croissance annuelle). La Côte d'Ivoire, comme ses concurrents régionaux, exporte la majorité de sa production vers les pays asiatiques. En effet, l'Inde et le Vietnam importent la noix brute pour ensuite la transformer, puis la réexporter comme produit prêt à consommer. Les autres marchés traditionnels sont les États-Unis, l'Union européenne et l'Australie, qui sont de grands consommateurs de noix de cajou décortiquée.

On constate aussi l'apparition de marchés émergents tels que la Russie ou le Japon.

## CONTRAINTES À LA COMPÉTITIVITÉ

Malgré son niveau de développement et sa bonne performance commerciale, le secteur de l'anacarde fait face à de nombreuses contraintes tant au niveau de la production que de la transformation et de l'exportation. Les principales contraintes identifiées dans le cadre de la stratégie sont les suivantes :

### Capacité d'approvisionnement

- L'utilisation de sacs en nylon non adaptés pour le conditionnement et le stockage des noix de cajou engendre une déperdition des quantités récoltées.
- Les systèmes de production traditionnels empêchent l'intégration de nouvelles techniques plus appropriées à une production moderne.
- Les mauvaises conditions de traitement et de stockage des noix détériorent leur qualité.
- La faible valorisation des sous-produits de l'anacarde (pomme, coque, brisures de noix décortiquées, etc.) limite les possibilités de diversification des produits.
- Le coût trop élevé de l'investissement limite la capacité de transformation du pays.

### Qualité de l'environnement des affaires

- L'accès aux financements des coopératives pour la commercialisation des noix est limité.
- Le coût de la certification des produits transformés et du matériel de transformation est trop élevé pour les petites unités ; le coût de la certification des productions est trop élevé pour les producteurs.
- Le coût d'acquisition des documents d'exportation (certificat phytosanitaire, etc.) est élevé.
- Il y a un engorgement des produits au niveau du port.





(cc) Terrie Schweitzer.

### Entrée sur les marchés régionaux et internationaux

- Les informations commerciales concernant les marchés et le développement de sous-produits ne sont pas suffisamment accessibles et diffusées dans la filière.
- La filière n'a pas le contrôle de la mise sur le marché du produit final, à savoir la noix de cajou décortiquée, étant dominée par les sociétés exportatrices qui transforment la noix brute grâce à leurs unités de transformation basées à l'étranger.
- Les opérateurs ont des difficultés à répondre aux exigences des clients internationaux en termes de normes de classification des noix de cajou décortiquées.

- Le manque de promotion des produits de l'anacarde ne permet pas de faire connaître le produit régionale-ment et internationalement.

### Contraintes socio-économiques et environnementales

- Les jeunes s'intéressent de plus en plus aux activités de transformation au détriment des activités de production et d'exportation.
- L'usage des pesticides dans d'autres cultures affecte la culture de l'anacarde.
- Les femmes actives dans le secteur ont un accès limité aux formations techniques et de gestion.



La Côte d'Ivoire, exportateur majeur dans le secteur de l'anacarde sur le marché des produits de qualité, transformés et diversifiés.





(cc) Colleen Taugher.

## ORIENTATIONS STRATÉGIQUES

Pour relever ces défis, mais aussi pour saisir les opportunités de développement, les parties prenantes du secteur « anacarde » ont formulé la vision suivante, qui guidera la stratégie dans sa mise en œuvre.

La vision du secteur anacarde sera réalisée à travers cinq objectifs stratégiques, déterminés en fonction des contraintes d'une part et des opportunités de développement du secteur d'autre part. Ces cinq objectifs stratégiques sont :

1. Généraliser le niveau de qualité de production et accroître le potentiel de productivité des acteurs du secteur de l'anacarde
2. Diversifier les produits de l'anacarde et accroître la capacité de transformation de la noix de cajou en passant du taux actuel de 10 % à 50 % dans cinq ans
3. Renforcer les services d'appui du secteur : l'information commerciale et technique, le transport et la logistique, les processus d'exportation et le financement.
4. Renforcer l'organisation et la formation des acteurs du secteur anacarde, en mettant en place une interprofession forte et un système d'encadrement efficace
5. Étendre le réseau de commercialisation des produits et de leurs dérivés aux niveaux sous régional et international.

## MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

Pour atteindre la vision promue par la SNE et réaliser l'ensemble des actions contenues dans le Plan d'Action de la stratégie, tous les acteurs de la stratégie « anacarde » doivent mener un effort concerté sur plusieurs fronts. Le large éventail d'activités à mettre en œuvre durant la période 2015-2020 nécessite une coordination et une planification minutieuse. Cette gestion de la mise en œuvre vise à identifier et allouer efficacement les ressources, coordonner les interventions entre les différents partenaires de mise en œuvre, et définir le système de suivi des résultats.

Pour ce faire, un organe de gouvernance, le Conseil national des exportations (CNE), a été mis en place pour gérer la mise en œuvre de la SNE. Une commission spécifique au sein du CNE sera en charge de la mise en œuvre, et ce dans une approche de chaîne de valeur intégrant les trois filières.

La présente stratégie doit aussi servir de base pour continuer à développer la chaîne de valeur « anacarde » afin qu'elle puisse jouer avec succès son rôle de moteur de la croissance de l'économie et du développement du pays et du bien-être des ivoiriens aujourd'hui et à l'avenir.



## ENCADRÉ 1 : Note méthodologique

L'approche utilisée par l'ITC dans le processus d'élaboration de la stratégie repose sur un certain nombre d'éléments d'analyse tels que : l'analyse des segments de la filière, l'analyse du réseau d'appui au commerce (RAC), l'analyse des problématiques affectant la filière par l'assemblage d'un arbre à problèmes, et la sélection des options stratégiques pour le développement du marché et de la filière.

**Analyse de la chaîne de valeur du secteur :** L'analyse complète des segments de la filière fait partie intégrante du processus de développement de la stratégie. Elle conduit à l'identification des différents acteurs, des processus et des liens existants au sein de la filière. Cette approche sert de fondement à l'analyse de la performance actuelle de la filière, et permet de déterminer ses différentes options de développement. L'analyse examine les principales étapes des processus de production, de transformation et d'exportation de la filière.

**Analyse de la performance des exportations du secteur :** L'analyse a été faite sur la base de la fiche export développée par l'ITC dans le contexte du PACIR. Elle prend en compte l'ensemble des données relatives à la production, la consommation et les exportations au niveau mondial, les conditions d'accès aux marchés pour les produits ivoiriens, les perspectives de développement de marchés internationaux et de diversification des produits.

**Analyse des IAC :** Le réseau d'appui au commerce comprend les services de soutien pour les acteurs de la filière. Il est constitué d'institutions politiques, des organisations d'appui au commerce, des fournisseurs de services aux entreprises, et de la société civile. L'analyse de la qualité des prestations de services proposés et des contraintes affectant les institutions d'appui au commerce (IAC) est capitale pour mettre en évidence les capacités de ces institutions à soutenir le développement de la filière. L'analyse des IAC évalue leur niveau d'influence et leur niveau de capacité à répondre aux besoins du secteur.

**Analyse des contraintes à la compétitivité (analyse des 4 rouages) :** Cette analyse permet d'identifier les contraintes relatives à la compétitivité du pays selon 4 axes : 1) la capacité des entreprises à fournir des biens et services ; 2) la qualité de l'environnement des affaires ; 3) les conditions d'accès aux marchés ; et 4) l'impact sur le développement.

**Orientations stratégiques :** Les options stratégiques pour le développement du secteur préfigurent une future segmentation de la filière, qui est le résultat de consultations, d'enquêtes et d'analyses menées dans le cadre du processus de conception de la stratégie. Les perspectives futures pour la filière sont fondées sur :

- Une analyse des orientations de marché impliquant l'identification des principaux marchés dans le court, moyen et long termes pour les exportateurs ; et
- Les réformes structurelles de la chaîne de valeur qui résultent soit du renforcement des liens, soit de l'introduction de nouveaux liens.

### Plan d'action réaliste et mesurable

La définition de recommandations et d'orientations stratégiques pour le développement de la filière est essentielle pour guider son développement, mais n'est pas suffisant. Il est important de définir clairement les actions qui doivent être menées pour stimuler la croissance de la filière. L'élaboration du plan d'action spécifique définissant les activités à réaliser par les différentes parties prenantes est essentielle à la mise en œuvre efficace de la stratégie. Un plan d'action élaboré avec le soutien de l'ITC inclut des indicateurs de performance et permet de faire le suivi et l'évaluation de la mise en œuvre de la stratégie.

# INTRODUCTION



(cc) Jim McDougall. *Cashew factory.*

Compte tenu de la facilité de sa culture et de ses faibles coûts de production, la culture de l'anacarde s'est rapidement développée en Afrique. Elle est une source importante de revenus notamment en milieu rural.

Le marché des exportations de noix de cajou brute est dominé par les pays africains. Parmi les dix premiers exportateurs mondiaux on trouve neuf pays africains et seulement un pays asiatique, l'Indonésie. Cependant, le marché de la noix de cajou décortiquée est dominé par le Vietnam, l'Inde et le Brésil.

En Côte d'Ivoire, la noix de cajou occupe le 6<sup>ème</sup> rang des produits exportés après le cacao, le caoutchouc et les huiles de pétrole, juste devant le coton. Ces exportations représentent 2,9% des exportations totales en valeur de la Côte d'Ivoire en 2012, pour une capacité nominale de transformation de 10 %. Or, le pays n'arrive à transformer effectivement que 5 % de sa production<sup>1</sup>. Cette situation s'explique entre autres par le manque d'équipements, de technologie de pointe pour décortiquer les noix d'informations sur les spécificités des marchés d'importations.

Afin de renforcer sa capacité de transformation et diversifier ses marchés, la Côte d'Ivoire pourrait dans un premier temps améliorer la qualité de ses noix de cajou et promouvoir l'utilisation de variétés améliorées et d'itinéraires techniques adaptés pour obtenir de meilleurs rendements, et rattraper le niveau des autres pays producteurs tels que l'Inde. Le renforcement des capacités de transformation devrait donc être une priorité afin d'augmenter la part de noix de cajou décortiquée dans les exportations ivoiriennes pour ainsi générer une plus grande part de la valeur ajoutée.

Les opérateurs du secteur ont bien compris que leur avenir dépendait de leur potentiel à consolider leurs exportations de noix brutes non seulement vers les marchés traditionnels, mais aussi vers de nouveaux marchés. De plus, la question du développement de nouveaux produits de transformation à plus forte valeur ajoutée est devenue cruciale et mérite de recevoir des solutions adaptées afin de répondre aux besoins des marchés internationaux et permettre aux opérateurs du secteur de créer de la richesse.

1. *Ibid.*





# SITUATION ACTUELLE

## CONTEXTE GÉNÉRAL

L'anacarde (*Anacardium occidentale*), également connue sous les appellations noix de cajou ou encore d'acajou est le fruit d'un arbre originaire du Brésil de la famille des Anacardiaceae appelé l'anacardier. Bien qu'originaire d'Amérique du Sud, l'anacardier est aujourd'hui cultivé dans de nombreuses zones tropicales d'Amérique, d'Afrique et d'Asie<sup>2</sup>. La noix de cajou est un fruit de l'amandier, sa coque est composée de deux coquilles, englobant une amande en forme de demi-lune.

Les premières plantations d'anacarde en Côte d'Ivoire ont été lancées dans les années 1960 par les sociétés SODEFEL et la SODEFOR en partenariat avec les villageois. Elles constituaient une réponse à la forte dégradation des sols due à la déforestation. Mises en place à l'origine comme un moyen d'amélioration des écosystèmes, les plantations d'anacardes ont donné lieu à une culture de rente.

D'abord moyen de diversification des revenus pour les populations du nord, cette culture de rente va progressivement devenir un produit concurrent du coton, délaissé en raison de la désorganisation de la filière et la dépréciation constante du prix au producteur. Restée marginale jusqu'au début des années 1990, la production est passée de 500 tonnes en 1980 à 6300 tonnes en 1990. L'envolée des cours sur les marchés internationaux au début des années 1990, puis la dévaluation du FCFA en 1994 ont alors suscité un intérêt croissant chez les producteurs des régions du nord du pays principalement occupées à la culture du coton, et qui préféraient une culture qui demandait peu de travail et surtout peu d'intrants achetés/importés, contrairement au coton. La production a ainsi connu un développement prodigieux passant de 26.000 tonnes de noix brutes en 1995 à plus de 100.000 tonnes en 2002 pour atteindre 335 000 tonnes en 2008,

une croissance de quelque 14 % par an sur la période. La production a dépassé 450.000 tonnes en 2012<sup>3</sup> et devrait continuer à augmenter au vu de l'étendue et la jeunesse des plantations.

## PRODUCTION

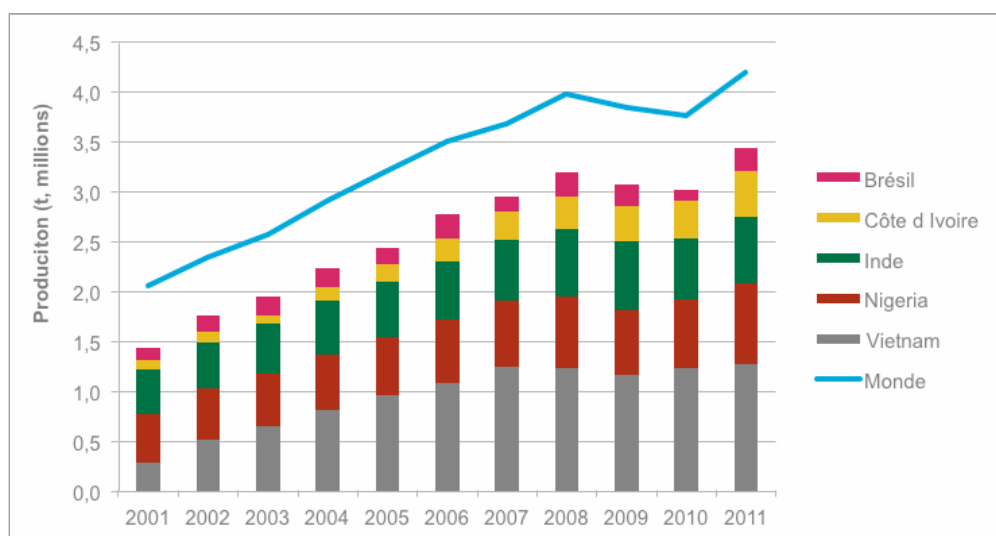
La production mondiale de noix de cajou est passée de 2,1 millions de tonnes en 2001 à 4,2 millions de tonnes en 2011. Cela correspond à une croissance annuelle moyenne de 7,4 % sur la période 2001-2011. On remarque que cette augmentation a été constante sur la période, mis à part une légère baisse en 2009 et 2010. En 2011, les cinq principaux producteurs de noix de cajou totalisaient plus de 85 % de la production mondiale : le Vietnam avec une production de 1,3 millions de tonnes, le Nigéria avec 813 023 tonnes, l'Inde avec 674 600 tonnes, la Côte d'Ivoire qui se trouve donc en 4<sup>ème</sup> position avec 452 656 tonnes, et enfin le Brésil avec 203 785 tonnes. Le Brésil a connu une très forte augmentation de sa production avec un taux de croissance de 121,2 % entre 2010 et 2011, alors la production mondiale n'a augmenté que de 11,6 % sur la même période.

Il existe deux grandes périodes de production d'anacarde : les pays de l'hémisphère Nord produisent la noix de cajou de janvier à juin, avec le gros de la production entre mars et avril, les pays de l'hémisphère Sud produisent principalement entre septembre et décembre, avec un pic en octobre et novembre.

2. Site Infocomm de la CNUCED : <http://r0.unctad.org/infocomm/francais/anacarde/descript.htm> (Information de marché dans le secteur des produits de base).

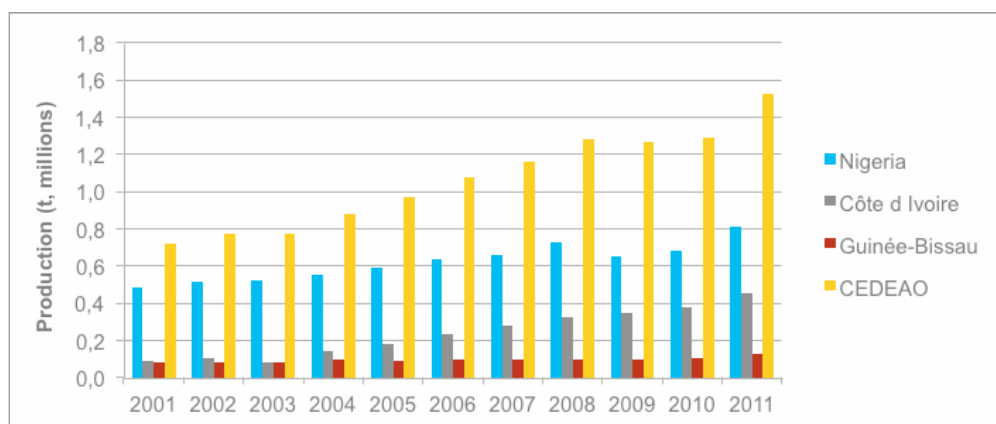
3. ARECA 2012

Graphique 1 : Part des principaux producteurs et production mondiale de noix de cajou de 2001 à 2011



Source : Données FAOSTAT.

Graphique 2 : Évolution de la production de la CEDEAO entre 2000 et 2011 et des trois producteurs les plus importants de la région



Source : Données FAOSTAT.

## PAYS PRODUCTEURS DANS LA SOUS-RÉGION (CEDEAO)

La noix de cajou se développe en Afrique de l'Ouest du fait de la facilité de sa culture et de ses faibles coûts de production. La production de noix de cajou au sein de la Communauté économique des États d'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) a progressé de 7,8 % en moyenne par an entre 2001 et 2011, avec une légère régression en 2009. Elle a atteint 1,5 millions de tonnes et représentait 36,3 % du volume mondial en 2011. Le graphique 2 montre que le Nigeria se positionne comme le premier producteur de

la région avec 813 000 tonnes produites, soit une part de 53,3 % du volume produit par la CEDEAO. Il est suivi de la Côte d'Ivoire qui participe à la production régionale à hauteur de 29,7 %. Enfin la Guinée-Bissau et le Bénin contribuent de façon plus modeste avec des parts respectives de 8,4 % et 4,6 %.



SURFACE DE CULTURE DE L'ANACARDE  
ET RENDEMENTS EN TONNES PAR HECTARE

## À l'échelle mondiale

L'accroissement de la production mondiale sur la période 2001-2011 est dû à l'amélioration du rendement moyen et à l'extension des surfaces cultivées. Alors que ces dernières ont progressé en moyenne de 47,6 % entre 2001 et 2011, passant de 3,2 à 4,7 millions d'hectares, la production a quant à elle augmenté de 103,5 % au cours de la même période. Le rendement moyen de la noix de cajou, en tonnes par hectare (t/ha), a augmenté de 20,1 % entre 2001 et 2011, pour atteindre 1,3 tonne par hectare. C'est au Pérou que le rendement est le plus élevé avec une production de 5,1 tonnes par hectare en 2011.

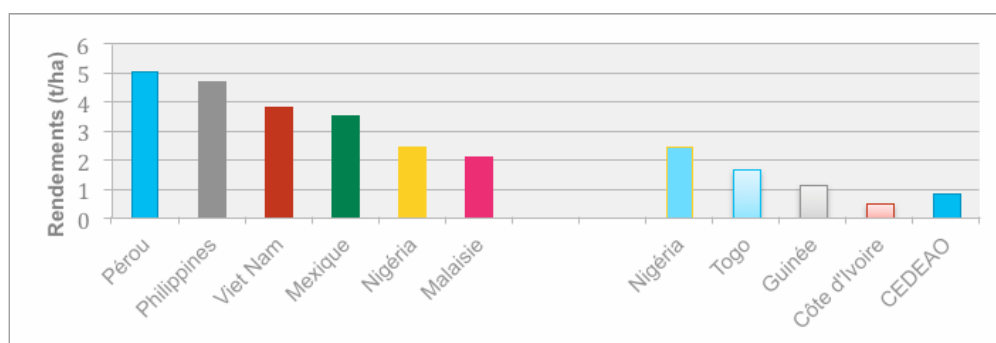
## À l'échelle de la CEDEAO

La surface cultivée de noix de cajou de la CEDEAO a progressé de 122,6 % en dix ans, passant de 801 000 hectares en 2001 à 1,8 millions d'hectares en 2011. Pour sa part, la Côte d'Ivoire compte une surface de 877 813 hectares en 2011, soit 49 % de la surface de la CEDEAO dédiée à cette culture. Elle est suivie par le Nigéria avec une surface de 330 000 hectares, soit 18,5 % de la surface cultivée au sein de la CEDEAO.

La moyenne de production de la région CEDEAO se situait à 0,9 tonnes par hectare en 2011. Le Nigéria, le Togo et la Guinée sont les pays qui ont les rendements les plus élevés avec respectivement 2,5, 1,7 et 1,2 tonnes par hectare. Selon les pays, le rendement de l'anacardier est donc différent et varie en fonction du climat, de la fertilité de la terre, du choix des semences, et des traitements qui lui sont prodigués ainsi que de l'entretien des sols.<sup>7</sup>

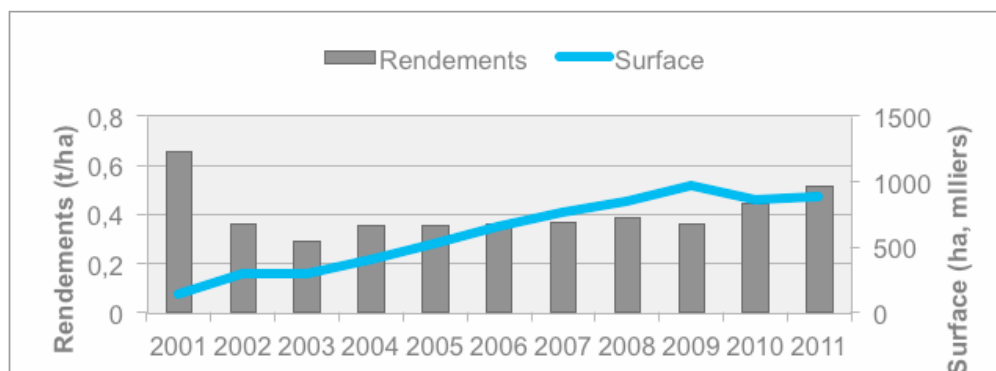
7. Site Internet de la FIRCA et de la Conférence des Nations Unies pour le commerce et le développement (CNUCED).

Graphique 4 : Comparaison entre les rendements des producteurs mondiaux les plus productifs et les pays de la CEDEAO en 2011.



Source : Données FAOSTAT.

Graphique 5 : Évolution de la surface de culture et des rendements de la noix de cajou en Côte d'Ivoire entre 2001 et 2011



Source : Données FAOSTAT.

## À l'échelle de la Côte d'Ivoire

L'évolution de la production ivoirienne est due essentiellement à l'extension des surfaces cultivées, qui a été multipliée par 6 en 10 ans, comme le montre le graphique 5. En revanche, les rendements ont diminué de 21,5 % entre 2001 et 2011, avec une légère remontée ces dernières années, atteignant 0,5 tonnes par hectare en 2011. Selon le Centre national de recherche agronomique de la Côte d'Ivoire (CNRA), cette fluctuation des rendements s'explique par les variations du climat, la fertilité de la terre, les méthodes de production, le choix des semences, l'entretien des plantations, mais aussi par la situation politique instable des années passées.

Le Fonds interprofessionnel pour la recherche et le conseil agricoles (FIRCA) a récemment initié, à la demande de la filière anacarde, un projet d'amélioration variétale de l'anacardier afin d'en intensifier la culture, et d'amélioration de la qualité de l'entretien des parcelles afin d'en accroître la productivité.

## ANALYSE DE LA CHAÎNE DE VALEUR

La chaîne de valeur de l'anacarde a une spécificité qui la caractérise dans son organisation : le produit est en grande partie vendu à l'état brut à des acheteurs qui ont développé dans le pays ou à l'étranger des unités de transformation. La transformation locale ne représente que 5 % de l'ensemble de la production. Par le passé, le développement de la filière anacarde était orienté vers l'exportation du produit brut et non transformé. Aujourd'hui, les opérateurs ivoiriens cherchent à créer de la valeur dans la filière, à développer les activités de transformation de l'anacarde, et à diversifier les produits issus de l'anacarde, tels que la pomme, la coque, ou les brisures d'amande.

### Intrants : approvisionnement aux niveaux national et international

Les planteurs produisent leurs propres semences pour leurs différentes exploitations. À partir de là, les champs sont soit directement ensemencés, soit reçoivent de jeunes plants qui ont d'abord germés et poussé en pépinière. Le CNRA est chargé de mener des activités de recherche sur les matériaux agricoles. Concernant l'équipement, il est produit par de petits artisans locaux, ou par l'institut de recherche ivoirienne de Technologie Tropical (I2T). Cet institut identifie le matériel technique adéquat (décortiqueuses, fours, séchoirs, etc.), l'améliore, et le met à la disposition des transformateurs. Il reproduit les prototypes importés par les promoteurs. Les principaux clients sont les petites unités artisanales dans la mesure où l'équipement est à moindre coût. Les producteurs

reçoivent une formation de la part des structures de formation (Inades-formation, TechnoServe, etc.).

Concernant l'emballage, la société FILTISAC est le fournisseur de sacs pour la filière. Avant le démarrage de chaque campagne, l'ex-inter cajou effectue des commandes de sacs auprès de FILTISAC. On constate que ces sacs sont plus chers que les sacs importés.

### Production

Les producteurs individuels sont responsables des vergers d'anacardiens, dont la moyenne est de 3 hectares. Ils sont chargés de fournir des noix de bonne qualité pour les marchés national et international. Il existe des regroupements de producteurs en coopératives, qui pratiquent les mêmes méthodes de travail que les producteurs individuels, la différence tenant à la vente de la production qui passe par la coopérative.

### Transformation

Les unités industrielles de transformation de la noix de cajou ont en général une grande capacité de transformation. Elles achètent les noix auprès des coopératives et/ou de négociants. Une partie des noix est destinée au marché national, tandis que l'autre est exportée vers le marché mondial.

Les petites unités artisanales sont établies soit par les coopératives, soit par les particuliers. Elles vendent les noix décortiquées sur les marchés de niche (marché équitable, bio, etc.) ou sur le marché national (supermarché, etc.). Elles servent parfois d'unités satellites pour les usines de transformation.

La capacité nominale de transformation de ces usines et des petites unités artisanales est de 50 000 tonnes.

### Distribution et commercialisation sur les marchés

Cette activité est menée à deux niveaux. Le premier niveau concerne l'ensemble des activités de pré-collecte et de collecte des noix, depuis le producteur jusqu'au magasin de la coopérative ou du négociant. Le transport se fait en général par petits camions de 10 à 15 tonnes. Le deuxième niveau concerne le transfert des noix en plus grandes quantités (40 tonnes par camion) des magasins vers le port afin de les exporter. Les pisteurs sont généralement localisés dans le même rayon d'action que les producteurs. Ils résident dans les villages, connaissent les planteurs et le milieu villageois au sein duquel ils sont parfois actifs, en tant que personnes influentes ou responsables sociaux (responsables de jeunes, chefs de famille, etc.). C'est sur eux que s'appuient les acheteurs





(cc) Terrie Schweitzer.

qui leur avancent les sommes nécessaires à l'achat des noix, à partir d'un prix fixé à l'avance. Les pisteurs jouent donc un rôle décisif dans la collecte des noix d'anacarde.

Les acheteurs travaillent pour les négociants qui leur avancent de l'argent pour préfinancer l'achat des noix, à un prix correspondant à un quota (tonnage). Un acheteur peut solliciter les services de plusieurs pisteurs, jusqu'à dix ou plus en fonction de l'importance des ressources dont il dispose et des quantités de noix à collecter.

Les négociants sont en relation directe avec les sociétés commerciales qui leur remettent les fonds de roulement nécessaires pour chaque contrat, à des prix préalablement fixés. Ainsi, les noix collectées pour le compte des négociants par les acheteurs seront acheminées vers les magasins des sociétés commerciales. Le nombre d'acheteurs peut varier de dix à cinquante par négociant.

Les coopératives collectent directement les noix brutes chez les producteurs membres. Elles se positionnent donc au même niveau que les négociants et livrent directement les noix collectées aux sociétés exportatrices. L'unique différence vient du fait que les coopératives ne sont pas préfinancées par les sociétés exportatrices, comme c'est le cas des négociants. Les opérations des coopératives se font en général sous forme de dépôt vente.

Il existe un marché national sous la supervision de l'Office de commercialisation des productions vivrières (OCPV). Dans la mesure où la noix de cajou est classée dans le groupe des fruits et légumes, une taxe est prélevée par cette structure.

### Exportations : marchés régional et international

Les sociétés commerciales, les unités industrielles et les exportateurs indépendants constituent les derniers maillons à partir desquels le produit brut est vendu ou transformé sur le marché international. Certaines de ces sociétés sont présentes localement de manière saisonnière, durant la campagne qui s'effectue de février à juillet. D'autres restent en permanence en Côte d'Ivoire et pratiquent d'autres négoce, tout en préparant la prochaine campagne.

La plupart des coopératives exportatrices sont organisées et financées par certains exportateurs. Les coopératives qui possèdent des unités de transformation (artisanales) exportent leurs noix de cajou vers les marchés de niche (marché équitable etc.).

# CHAÎNE DE VALEUR ACTUELLE

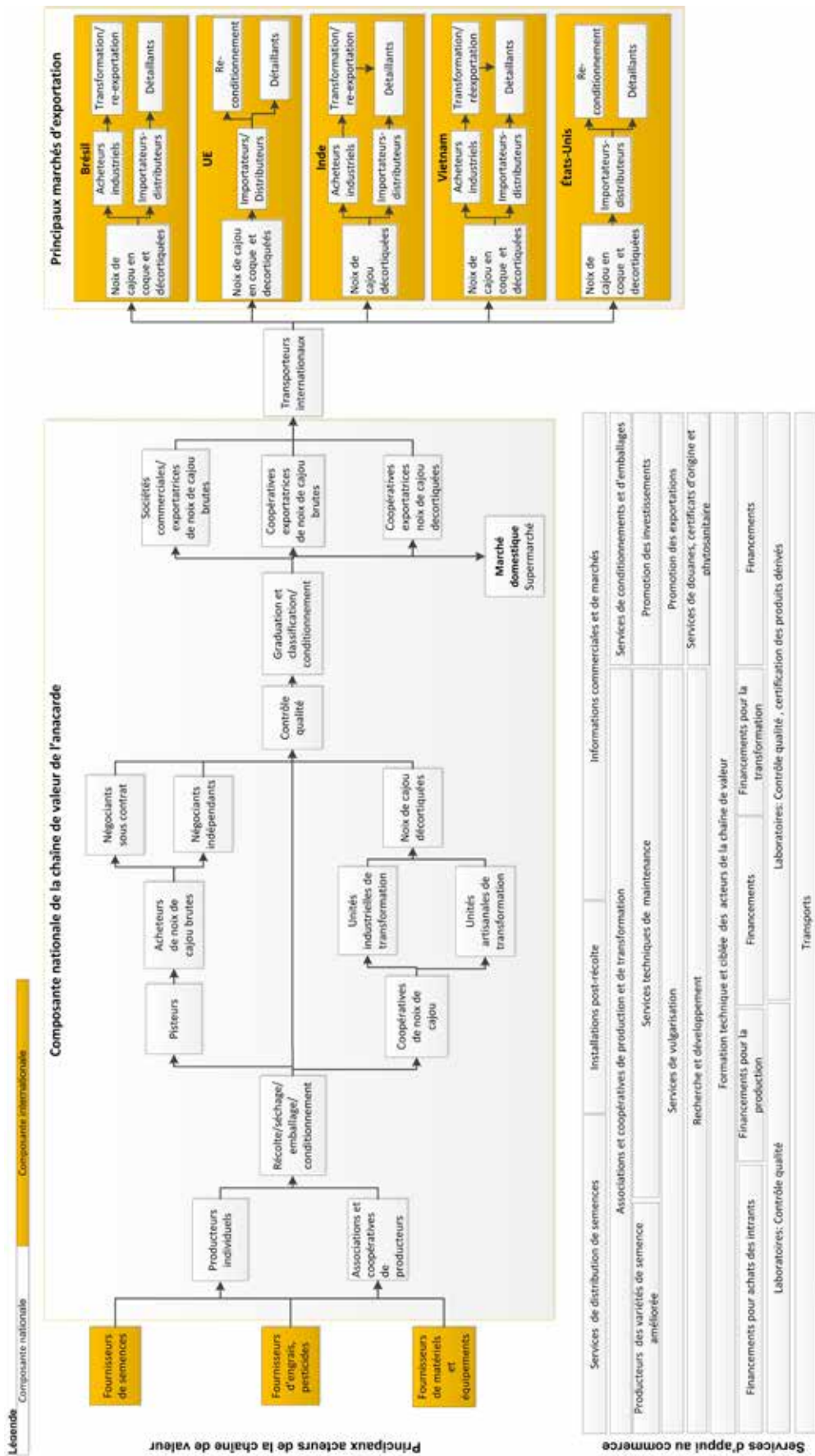


Tableau 1 : Liste des premiers exportateurs mondiaux de noix de cajou brute en 2011

Principaux exportateurs	Valeur exportée en 2011 (\$E.-U., milliers)	Quantité exportée en 2011 (t)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2007-2011 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2007-2011 (%)	Part dans les exportations mondiales (%)
<b>Monde</b>	*	<b>1 071 962</b>	*	<b>19</b>	<b>100,00</b>
Côte d'Ivoire	262 565	278 320	27	3	26,0
Guinée-Bissau	266 335	145 876	39	7	13,6
Ghana	*	132 018	*	57	12,3
Mozambique	53 382	130 626	49	147	12,2
Tanzanie	105 699	99 425	112	83	9,3
Burkina Faso	55 882	81 274	233	121	7,6
Bénin	39 440	51 265	23	6	4,8
Nigéria	187 543	46 244	63	52	4,3
Indonésie	56 296	41 973	-1	-13	3,9
Guinée	31 246	22 087	181	43	2,1

Source : ITC, TradeMap... \*Données absentes car une erreur affecte les données d'exportations en valeur rapportées par le Ghana.

## TENDANCES DES MARCHÉS MONDIAUX ET RÉGIONAUX

### EXPORTATIONS MONDIALES ET RÉGIONALES NOIX DE CAJOU BRUTES

L'Afrique domine le marché des exportations de noix de cajou brute. En effet, sur les dix premiers exportateurs mondiaux on trouve neuf pays africains et seulement un pays asiatique (Indonésie).

La Côte d'Ivoire, qui est un des plus grands producteurs mondiaux, a exporté 61,2 % de sa production en 2011, se positionnant ainsi comme le premier exportateur mondial avec 26 % des exportations mondiales. Les exportations sont réalisées par des sociétés commerciales et des coopératives de producteurs agréées. En revanche, d'autres pays producteurs, tels que le Vietnam, l'Inde ou le Brésil, n'exportent qu'une partie infime (inférieure à 1 %) de leur production de noix de cajou brute. Cela peut s'expliquer par le fait qu'ils privilégient la transformation des noix pour pouvoir les exporter sous la forme décortiquée.

### EXPORTATIONS MONDIALES ET RÉGIONALES DE NOIX DE CAJOU TRANSFORMÉE (DÉCORTIQUÉE)

Parmi les premiers pays exportateurs de noix de cajou décortiquée, on retrouve le Vietnam, l'Inde et le Brésil, qui figurent aussi parmi les plus grands producteurs mondiaux d'anacarde. Le Brésil fournit traditionnellement et principalement les États-Unis. Depuis 2011, le Brésil, comme l'Inde, importe des noix de cajou brutes, principalement

depuis la Côte d'Ivoire, afin de les transformer puis de les réexporter. Les Pays-Bas jouent le rôle de plateforme commerciale en important des noix transformées et en les réexportant dans les autres pays européens.

L'exportation de noix de cajou décortiquée a depuis longtemps été une activité indienne. Toutefois, depuis dix ans environ, l'augmentation très forte de la production vietnamienne et l'explosion de ses exportations font du Vietnam un concurrent de taille. Ces deux pays représentent environ 260 000 tonnes de noix de cajou décortiquées exportées, soit environ \$E.-U. 1,8 milliards. Cela correspond à 75 % du marché mondial des exportations de noix de cajou décortiquée.

Les pays africains participent très peu aux exportations mondiales de noix de cajou décortiquée du fait du faible nombre d'usines de transformation.<sup>8</sup> Le commerce international des noix de cajou décortiquées représente un tonnage beaucoup plus faible que celui des noix de cajou brutes : près de deux fois moins. Toutefois, sa valeur est bien plus importante. En effet, la valeur unitaire des noix de cajou brutes en 2011 était de \$E.-U. 1 900 par tonne, alors que celle des noix de cajou décortiquées étaient de \$E.-U. 7 560 par tonne. En transformant la noix de cajou brute, le Vietnam, l'Inde et le Brésil bénéficient de la majeure partie de la valeur ajoutée de ce produit.<sup>9</sup>

8. Note de l'auteur : il existe des projets de création d'usines de transformation, en Côte d'Ivoire avec l'entreprise ACA (membre fondateur de Olam International Limited) qui a ouvert une nouvelle usine en février 2012 d'une capacité de 30 000 tonnes, en Tanzanie (<http://allafrica.com/stories/201302190264.html>), au Ghana avec l'usine à Techiman du groupe Rajkumar Impex (<http://www.economist.com/blogs/baobab/2011/10/cashews-ghana>).

9. Rapport de la CNUCED.

Tableau 2 : Liste des premiers exportateurs mondiaux de noix de cajou décortiquée en 2012

Principaux exportateurs	Valeur exportée en 2012 (\$E.-U., milliers)	Quantité exportée en 2012 (t)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2008-2012 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2008-2012 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2011-2012 (%)	Part dans les exportations mondiales (%)
<b>Monde</b>	<b>2 456 680</b>	<b>357 511</b>	<b>9</b>	<b>-1</b>	<b>-6</b>	<b>100,0</b>
Vietnam	1 079 042	158 771	11	0	3	43,9
Inde	765 635	101 866	7	-3	-14	31,2
Brésil	185 691	25 334	-1	-12	-18	7,6
Pays-Bas	183 631	29 416	16	14	15	7,5
Allemagne	39 538	4 098	8	-3	11	1,6
Indonésie	24 950	3 667	0	-24	11	1,0
Belgique	24 272	2 541	5	-7	20	1,0
Côte d'Ivoire	18 028	2 671	57	34	68	0,7
Tanzanie	14 453	2 052	-10	-18	-25	0,6
Mozambique	13 854	2 488	4	2	-51	0,6

Source : ITC, TradeMap.

Tableau 3 : Évolution de la valeur unitaire des noix de cajou brute entre 2007 et 2011 (\$E.-U. par tonne)

Produit	2007	2008	2009	2010	2011
Noix de cajou brutes (SH 080131)	702	1 252	1 048	1 366	1 900

Source: ITC, TradeMap.

Sur la période allant de 2007 à 2011, les importations mondiales en valeur de noix de cajou brute, (SH 080131) ont enregistré une augmentation annuelle moyenne de 36 %, pour atteindre un montant de \$E.-U. 1,8 milliards. En termes de quantité, on observe une augmentation annuelle de 6 %, passant de 763 000 tonnes importées en 2007 à 968 000 tonnes en 2011.

Cette augmentation peut être expliquée par une forte augmentation de la valeur unitaire des noix de cajou brutes, comme le montre le tableau 3. Les raisons peuvent être différentes : la demande a pu s'accroître plus rapidement que l'offre, augmentant ainsi les prix des noix de cajou, ou alors le commerce s'est dirigé vers des noix de cajou de meilleure qualité.

## IMPORTATIONS MONDIALES ET RÉGIONALES DE NOIX DE CAJOU BRUTES

En 2011, l'Inde était le premier importateur mondial de noix de cajou brute, avec \$E.-U. 1,1 milliards d'importations, soit 62 % des importations mondiales. De plus, les importations indiennes ont progressé de 33 % par an depuis 2007. Le Vietnam est à la deuxième place, permettant ainsi à ces deux pays asiatiques de représenter 92 % des importations mondiales. L'Inde est par tradition un des premiers pays importateur mondial de noix de cajou brute, car il est spécialisé dans leur décorticage depuis plusieurs décennies. Il possède, de ce fait, une influence très importante sur le marché international de ce produit de base.

Les pays européens, avec en tête la France et le Royaume-Uni, sont également des importateurs de noix de cajou brute. Le Brésil et les États-Unis sont classés dans les cinq premiers importateurs mondiaux.



Tableau 4 : Liste des premiers importateurs mondiaux de noix de cajou brute en 2011

Principaux importateurs	Valeur importée en 2011 (\$E.-U., milliers)	Quantité importée en 2011 (t)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2007-2011 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2007-2011 (%)	Part dans les importations mondiales (%)
Monde	1 838 604	967 671	36	6	100,0
Asie	Top of Form 1 724 597 Bottom of Form	Top of Form 907 546 Bottom of Form			94,0
Inde	1 142 633	798 281	33	9	62,2
Vietnam	557 718	88 094	44	-16	30,3
Indonésie	5 476	3 798	77	44	0,3
Émirats arabes unis	9 566	13 490	156	277	0,5
Arabie saoudite	2 228	1 125	57	29	0,1
Amérique	Top of Form 70 236 Bottom of Form	Top of Form 45 146 Bottom of Form			3,7
Brésil	57 393	43 698			3,1
États-Unis	10 643	1 134	12	-2	0,6
Europe	Top of Form 32 777 Bottom of Form	3 873			1,7
France	18 403	2 316	13	2	1,0
Royaume-Uni	8 021	922	65	60	0,4
Afrique	Top of Form 10 569 Bottom of Form	10 433			0,6
Nigéria	6 046	3 819	348	426	0,3

Source : ITC, TradeMap.

Tableau 5 : Évolution de la valeur unitaire des noix de cajou décortiquées entre 2008 et 2012 (\$E.-U. par tonne)

Produit	2008	2009	2010	2011	2012
Noix de cajou, sans coque (SH 080132)	5 390	5 001	5 419	7 560	7 262

Source : ITC, TradeMap.

## IMPORTATIONS MONDIALES ET RÉGIONALES DE NOIX DE CAJOU TRANSFORMÉE (DÉCORTIQUÉE)

Les importations mondiales en valeur des noix de cajou sans coque (décortiquée) représentaient un total de \$E.-U. 2,5 milliards et 345 000 tonnes en 2012. Durant la période 2008-2012, le volume des importations a diminué de 2 % par an, alors que les importations en valeur se sont accrues de 9 % par an. Sur cette même période,

la valeur unitaire de la noix de cajou décortiquée a augmenté de \$E.-U. 1 872 par tonne, passant de \$E.-U. 5 390 à \$E.-U. 7 262 par tonne (tableau 5). Les raisons de cette augmentation sont la hausse du coût du transport, les exigences de plus en plus élevées en termes de qualité, ainsi que la hausse de la demande. Il est important de noter que depuis 2010, les exportations en quantité ont diminué d'environ 35 000 tonnes, soit une baisse d'environ 9 %.



En 2012, les États-Unis étaient le premier importateur mondial de noix de cajou décortiquée avec \$E.-U. 817 millions d'importations, soit 33 % des importations mondiales.

Les pays de l'UE sont également parmi les premiers importateurs, avec les Pays-Bas (11,1 %), l'Allemagne (8,6 %), le Royaume-Uni (3,9 %) et la France (1,9 %) en tête du classement.

Tableau 6 : Liste des premiers importateurs mondiaux de noix de cajou décortiquée en 2012

Principaux importateurs	Valeur importée en 2012 (\$E.-U., milliers)	Quantité importée en 2012 (t)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2008-2012 (%)	Taux de croissance annuelle en quantité entre 2008-2012 (%)	Taux de croissance annuelle en valeur entre 2011-2012 (%)	Part dans les importations mondiales (%)
Monde	2 504 667	344 900	9	-2	-4	100,0 Top of Form Bottom of Form Top of Form Bottom of Form
Amérique	911 964	119 336				36,4
États-Unis	817 463	109 104	9	-2	-9	32,6
Canada	73 132	10 190	9	-1	-1	2,9
Europe	954 735	123 208				38,1
Pays-Bas	278 622	35 944	7	-2	-7	11,1
Allemagne	216 170	24 734	18	6	12	8,6 Top of Form Bottom of Form Top of Form Bottom of Form
Royaume-Uni	97 396	13 092	1	-10	-5	3,9
Russie	53 524	9 806	10	5	6	2,1
France	48 767	6 249	7	-3	8	1,9 Top of Form Bottom of Form
Océanie	129 561	18 476				5,2
Australie	112 138	15 935	11	1	1	4,5
Asie	472 661	75 036				18,9 Top of Form Bottom of Form
Émirats arabes unis	86 068	11 495	2	-10	-35	3,4
Japon	61 490	7 602	14	4	14	2,5

Source : ITC, TradeMap

## PERFORMANCE À L'EXPORTATION

La Côte d'Ivoire occupe le premier rang dans les exportations en volume de noix de cajou en coque (brute) au niveau mondial.

### ÉVOLUTION DES EXPORTATIONS DE LA CÔTE D'IVOIRE<sup>10</sup>

Comme on a pu le voir précédemment, la Côte d'Ivoire exporte donc principalement des noix de cajou brutes : 2 671 tonnes de noix de cajou décortiquées contre 279 200 tonnes de noix de cajou brutes en 2012.

Les exportations de noix de cajou brute de la Côte d'Ivoire s'élevaient à \$E.-U. 2,7 milliards en 2012, soit une hausse annuelle de 11 % depuis 2008. Cette augmentation est liée à la signature d'arrêtés interministériels qui ont permis d'agréer un total de 86 exportateurs, dont 71 sociétés

10. Donnée Trade Map disponible en 2012

commerciales et 15 coopératives. L'ARECA met à présent à disposition un guichet unique chargé de délivrer les autorisations d'exportations de noix de cajou.<sup>11</sup>

La baisse des exportations qu'a connue la Côte d'Ivoire en 2011 est due à la situation de crise que le pays a traversée, et qui a entravé le processus normal de commercialisation de la noix de cajou.

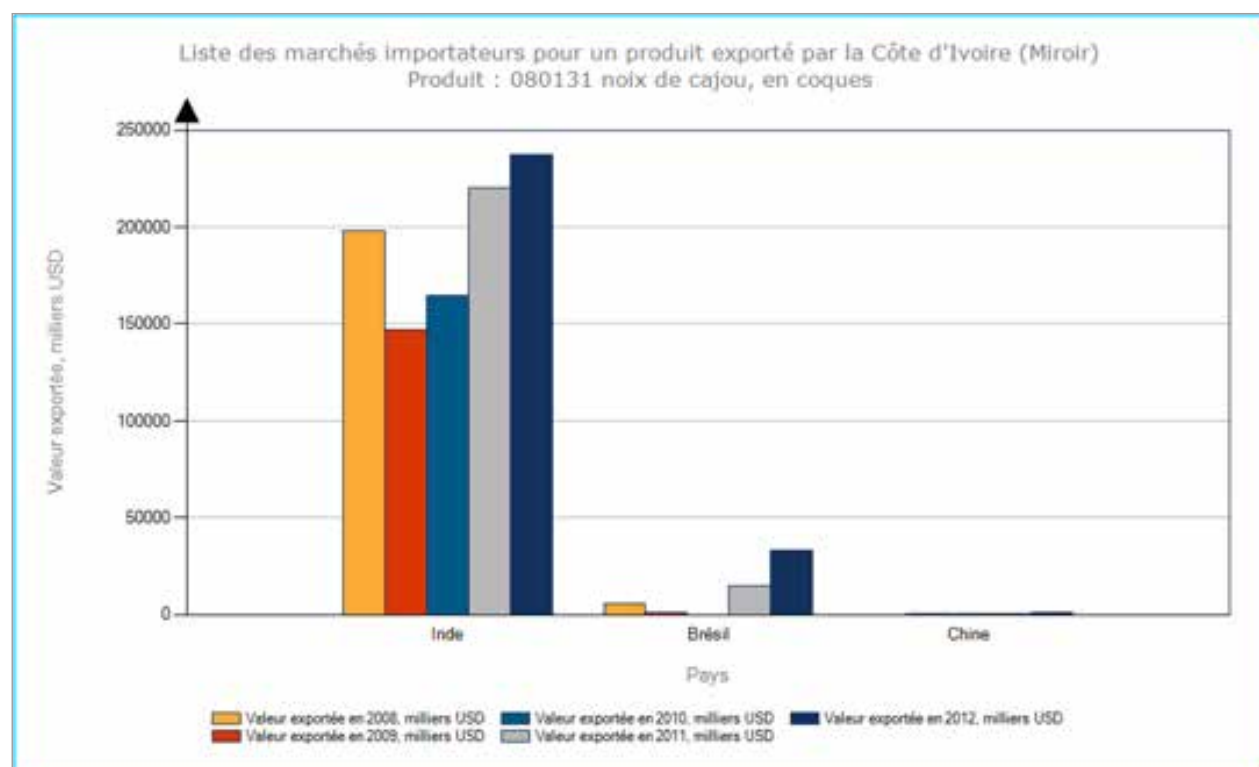
### PRINCIPAUX PAYS PARTENAIRES DE LA CÔTE D'IVOIRE EN 2012<sup>12</sup>

Les principaux importateurs de noix de cajou brute de Côte d'Ivoire sont au nombre de trois : l'Inde (87,5 % des exportations en valeur de la Côte d'Ivoire), le Brésil (12,2 %) et la Chine (0,3 %).

11. Communication de l'ARECA.

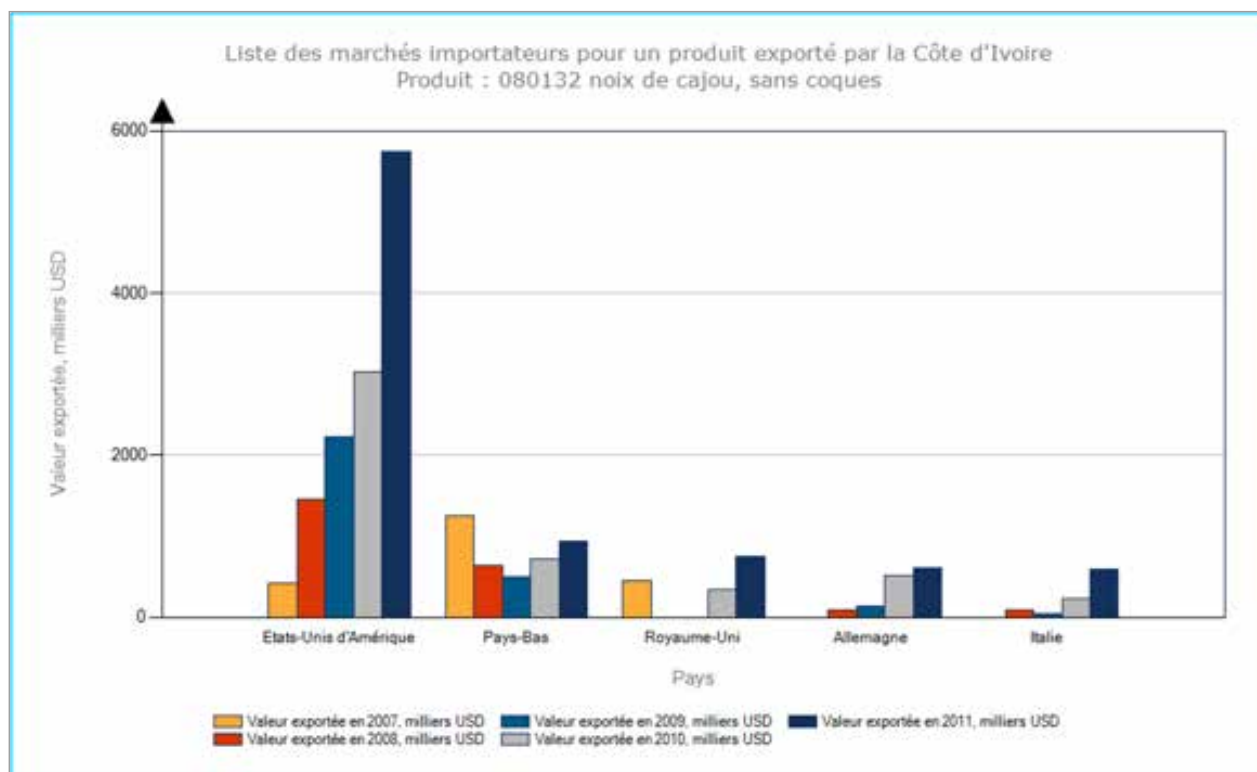
12. Pour cette partie, les données présentées sont des données miroir car les pays partenaires de la Côte d'Ivoire ont rapporté des importations en 2012, alors que la Côte d'Ivoire n'en a rapporté que jusqu'en 2011. Une moyenne des importations sur la période 2008-2012 a ensuite été effectuée afin de déterminer les principaux partenaires de la Côte d'Ivoire.

Graphique 6 : Les trois principaux partenaires de la Côte d'Ivoire pour les exportations de noix de cajou brute (en coque)



Source : Trade Map, ITC. Les données 2012 sont des données miroirs.

Graphique 7 : Les cinq principaux partenaires de la Côte d'Ivoire pour les exportations de noix de cajou décortiquée (sans coque)



Source : Trade Map, ITC. Les données 2012 sont des données miroirs.

En ce qui concerne les exportations de noix de cajou décortiquée, le graphique 7 présente les cinq principaux partenaires de la Côte d'Ivoire, qui sont dans l'ordre : les États-Unis avec une part de marché dans les importations mondiales de 32,6 % en 2012, les Pays-Bas (11,1 %), le Royaume-Uni (3,9 %), l'Allemagne (8,6 %) et l'Italie (1,6 %). Même si à l'heure actuelle les exportations de noix de cajou décortiquée de la Côte d'Ivoire restent encore relativement faibles, on observe néanmoins depuis 2009 une augmentation du commerce entre les États-Unis et la Côte d'Ivoire. On peut donc envisager une évolution dans les années à venir, dans la mesure où la Côte d'Ivoire pourrait ajouter de la valeur à ses noix de cajou.

Il existe actuellement 12 unités de transformation en Côte d'Ivoire<sup>13</sup>, avec une capacité totale de transformation de 50 000 tonnes (soit environ 18 % de la production totale de noix de cajou brutes).

## INSTITUTIONS D'APPUI AU COMMERCE

Selon leur intervention dans le secteur de l'anacarde, les institutions d'appui au commerce (IAC) fournissent des services importants et peuvent être classées comme suit :

- Les institutions politiques ;
- Les institutions d'appui commercial ;
- Les institutions de services aux entreprises ; et
- Les institutions de la société civile.

Les tableaux ci-après, présentent les principales IAC, les types de services offerts, et évalue l'importance de chaque IAC pour le secteur, son niveau de réactivité et ses ressources financières et humaines, selon les critères suivants : Faible (F) – Modéré (M) – Élevé (E).

Cette évaluation permet d'analyser, entre autre, la consistance et l'efficacité des prestations des IAC selon la perspective des acteurs de la filière.

13. Rapport de l'ARECA.

## INSTITUTIONS POLITIQUES

Elles représentent les principaux ministères et les autorités compétentes chargés d'influencer ou de mettre en œuvre des politiques au niveau national.

Tableau 7 : Présentation des institutions d'appui politique

Non de l'institution	Rôle / fonction	Importance de l'IAC (F-M-E)	Niveau de réactivité (F-M-E)	Ressources (F-M-E)
Services du Ministère de l'Agriculture (MINAGRI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Délivre les certificats phytosanitaires.</li> </ul>	E	E	E
Côte d'Ivoire Normalisation (CODINORM)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Met en place les normes nationales.</li> </ul>	M	E	E
Port autonome Abidjan (PAA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fournit les services liés au fret, à l'entreposage, à la manutention, etc.</li> </ul>	E	E	E
Douanes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Délivre tous les documents douaniers nécessaires à l'import et à l'export.</li> </ul>	E	E	E
Guichet unique de l'ex-ARECA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fournit tous les documents liés aux frais de transit.</li> </ul>	E	E	E
Conseil du coton et de l'anacarde (CCA) (ex-ARECA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fournit les emballages.</li> </ul>	E	E	F

Source : Ateliers de consultation de la SNE, 2013.

## INSTITUTIONS D'APPUI COMMERCIAL

Ces institutions ou organismes fournissent une large gamme de services liés au commerce, aussi bien au gouvernement qu'aux entreprises.

Tableau 8 : Présentation des institutions d'appui commercial

Non de l'institution	Rôle / fonction	Importance de l'IAC (F-M-E)	Niveau de réactivité (F-M-E)	Ressources (F-M-E)
Chambre du commerce et d'industrie de Côte d'Ivoire (CCI-CI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribue à la promotion du commerce intérieur ;</li> <li>• Aide au développement de l'activité de transformation en Côte d'Ivoire ; et</li> <li>• Contrôle le poids des noix de cajou à exporter.</li> </ul>	E	F	E
Structures accréditées pour la certification (Ecocert, Control union, FLO)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Délivrent les certificats des noix de cajou décortiquées, du système de production et de transformation, du fonctionnement des coopératives, et d'exportation et de traçabilité.</li> </ul>	M	F	E

Non de l'institution	Rôle / fonction	Importance de l'IAC (F-M-E)	Niveau de réactivité (F-M-E)	Ressources (F-M-E)
Agence nationale d'appui au développement rural (ANADER)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encadre les coopératives les forme sur la gestion coopérative ; et</li> <li>Encadre les producteurs.</li> </ul>	E	F/M	M
Agence de promotion et de développement des exportations en Côte d'Ivoire (APEX-CI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contribue à la promotion des exportations et informe sur les opportunités d'affaire et les conditions d'accès aux marchés.</li> </ul>	E	F	E
Centre national de recherche agronomique (CNRA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Effectue la recherche et le développement variétal (semences, plants).</li> </ul>	E	F	F

Source : Ateliers de consultation de la SNE, 2013.

## INSTITUTIONS DE SERVICES AUX ENTREPRISES

Ce sont des associations, ou leurs principaux représentants, qui fournissent des services commerciaux.

Tableau 9 : Présentation des institutions de services aux entreprises

Non de l'institution	Rôle / fonction	Importance de l'IAC (F-M-E)	Niveau de réactivité (F-M-E)	Ressources (F-M-E)
African Cashew Alliance (ACA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gère les statistiques sur les productions, les exportations et les importations de noix de cajou brute et décortiquée.</li> </ul>	E	E	E
Banques commerciales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Financent le stock de noix de cajou brutes destinées à la transformation, la commercialisation et l'exportation.</li> </ul>	E	F	E
Entreprises d'assurance	<ul style="list-style-type: none"> <li>Assurent les stocks de noix de cajou brutes et décortiquées lors du transport vers le port.</li> </ul>	E	M	E
Transporteurs	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acheminent les noix des coopératives ou des acheteurs vers le port (PAA).</li> </ul>	E	E	F
Fonds interprofessionnel pour la recherche et le conseil agricoles (FIRCA)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Finance la recherche et fournit des conseils agricoles.</li> </ul>	E	M	E
Audit, contrôle et expertises (ACE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contrôle la qualité des noix à exporter.</li> </ul>	E	E	E

Source : Ateliers de consultation de la SNE, 2013.



## INSTITUTIONS DE LA SOCIÉTÉ CIVILE

Ces institutions ne sont pas explicitement engagées dans des activités liées au commerce. Elles peuvent néanmoins être des institutions influentes et représenter des intérêts qui ont une incidence sur le potentiel d'exportation du pays et le développement socio-économique.

Tableau 10 : Présentation des institutions de la société civile

Non de l'institution	Rôle / fonction	Importance de l'IAC (F-M-E)	Niveau de réactivité (F-M-E)	Ressources (F-M-E)
Inades-formation, RONGEAD Techno serve	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mettent en œuvre les projets d'information sur les marchés (Système d'information des marchés – SIM) ;</li> <li>Contribuent à la promotion de la commercialisation des noix de cajou décortiquées sur le marché local ; et</li> <li>Forment les encadreurs et des producteurs.</li> </ul>	M	E	E

Source : Ateliers de consultation de la SNE, 2013.

Tableau 11 : Perception des IAC par les acteurs du secteur de l'anacarde : analyse de l'influence et de la capacité des IAC

		Niveau de capacité à répondre aux besoins du secteur	
		Bas	Haut
Niveau d'influence sur le secteur	Haut	<ul style="list-style-type: none"> <li>ANADER, APEX-CI, CNRA, CCI-CI, banques commerciales, entreprises d'assurance, FIRCA.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Services du MINAGRI, PAA, douanes, guichet unique de l'ex-ARECA, ACA, transporteurs, ACE, CCA.</li> </ul>
	Bas	<ul style="list-style-type: none"> <li>Structures accréditées pour la certification (Ecocert, Control union, FLO).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Inades-formation, RONGEAD, CODINORM.</li> </ul>

Source : Ateliers de consultation de la SNE, 2013.

L'analyse des tableaux ci-dessus montrent que les institutions administratives, comme le Ministère de l'Agriculture et les douanes, ont un rôle bien perçu par les opérateurs du secteur privé, et qu'il en va de même pour les institutions d'appui commercial comme le guichet unique de l'ex-ARECA, l'ACA et le CCA.

Cependant, toujours selon la perception du secteur privé, la réactivité de la plupart des structures reste faible, en raison des ressources humaines et financières limitées. C'est le cas pour l'ANADER, l'APEX-CI, le CNRA, la CCI-CI, et le FIRCA. Les IAC et les associations faitières ont besoin d'être appuyées financièrement et techniquement afin de mieux remplir leur mission d'encadrement auprès des opérateurs du secteur.

Au regard de ce qui précède, il serait souhaitable, d'une part, d'instituer au sein de ces IAC administratives des services spécialisés qui servent de point focal pour le secteur privé, et d'autre part, d'organiser des journées nationales de promotion du secteur, avec la participation de l'ensemble des IAC et des partenaires techniques et financiers.

## POLITIQUES ET INITIATIVES DE DÉVELOPPEMENT

Le gouvernement ivoirien a mis en place un certain nombre de politiques et de programmes, dont certains avec l'assistance de bailleurs de fond et d'organisme de développement. Ils visent à renforcer les capacités du secteur et à améliorer sa compétitivité, compte tenu de l'importance et des avantages comparatifs du secteur pour l'économie ivoirienne.

L'analyse de ces politiques et initiatives de développement permettent d'identifier les principaux axes de travail des différents acteurs du développement, tout en identifiant les possibles duplications, les chevauchements et les lacunes. Ce dernier point est particulièrement important, car les lacunes identifiées seront analysées plus en détail. Des interventions spécifiques seront déterminées dans le plan d'action stratégique du secteur. Elles permettront de d'aligner la SNE avec les priorités déjà définies, et d'évaluer leur dynamisme le cas échéant, et surtout de mettre en place une gestion efficace du

temps et des ressources du pays. Les différents programmes ou projets de développement déjà réalisés, ou en cours de mise en œuvre, sont présentés ci-dessous.

**Le Projet de professionnalisation de la filière anacarde (2004-2008)**, financé par Union européenne (UE), et mise en œuvre par Inades-formation et RONGEAD, a pour objectif de renforcer la structure des organisations professionnelles dans la filière anacarde, en portant une attention particulière à la structure des coopératives.

**Le Projet de décorticage de la noix de cajou** – une opportunité à la paix, vise à augmenter le taux de transformation de la noix de cajou et à renforcer les connaissances et compétences pour le décorticage artisanal de la noix de cajou. L'objectif de ce projet est de lutter contre la pauvreté, de créer des emplois et de promouvoir les activités de décorticage.

**Le Projet d'information sur les prix de la noix de cajou (TIC)** cible principalement les problèmes du manque d'information dont souffrent les producteurs et les coopératives, vis-à-vis des prix de la noix de cajou sur le marché international. Ce projet vise à améliorer la diffusion des informations pour permettre aux producteurs de bien s'informer sur le prix de la noix de cajou, afin de pouvoir conduire de meilleures négociations des prix de la noix bord-champ.

**L'Initiative du cajou africain (ICA)** – Phase I, est financée par la fondation Bill and Belinda Gates, et mise en œuvre par la Coopération allemande au développement (GIZ). Elle cible principalement les problèmes liés à la baisse de la productivité des vergers d'anacardier, au manque d'encadrement des producteurs et au manque de promotion de la commercialisation de la noix de cajou. Ce projet s'attaque aussi au problème du manque de contrôle du matériel végétal des plantations existantes, qui relève plutôt du tout-venant. Cette initiative qui sera exécuté sur une période de quatre ans vise aussi l'amélioration du rendement et du taux de transformation de la noix de cajou.

**Le projet d'amélioration de la qualité de la noix de cajou**, financé par le FIRCA, vise à résoudre les problèmes du manque d'encadrement, de la baisse des rendements agricoles, de l'absence d'itinéraire technique adapté, et de la non maîtrise des activités poste-récoltes. Ce projet est exécuté d'une part par Inades-formation, avec une enveloppe de FCFA 16 millions, et d'autre part par le CNRA avec un budget de FCFA 92 millions. En plus de créer des emplois, ce projet vise le renforcement des capacités des producteurs par l'encadrement, l'augmentation des rendements agricole, et la vulgarisation des itinéraires techniques adaptés.

**Le Projet d'amélioration variétale de l'anacardier**, financé par le FIRCA, a pour objectif de renforcer les capacités des producteurs par l'encadrement, l'augmentation des

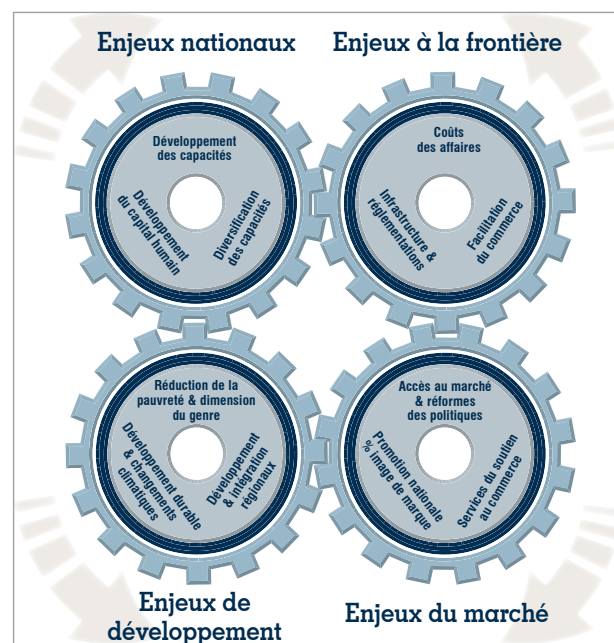
rendements agricoles, et la vulgarisation des itinéraires techniques adaptés.

**NB** : Une réforme de du secteur anacarde est actuellement en cours, le CCA travaillant à une Stratégie de développement de l'anacarde.

## CONTRAINTES À LA COMPÉTITIVITÉ

L'élaboration d'une stratégie d'exportation efficace doit répondre à un large ensemble de contraintes, qui incluent de nombreux facteurs importants pour la compétitivité d'un pays.

Cette approche intégrée est illustrée par l'analyse des quatre rouages, qui montre les aspects importants de la compétitivité à prendre en considération dans le pays – la capacité des entreprises à fournir des biens et services, la qualité de l'environnement des affaires, et l'impact sur le développement des échanges commerciaux – mais également à l'extérieur de ce dernier, afin d'identifier les contraintes au développement des exportations et les opportunités potentielles à développer.



Les quatre rouages sont :

- **La capacité d'approvisionnement**, qui influe sur les capacités de production, et inclut des défis tels que l'accès aux compétences, la technologie, la capacité à se diversifier, et le développement de produits à valeur ajoutée.
- **La qualité de l'environnement des affaires**, qui englobe des questions liées aux coûts de transactions, à la réglementation, aux procédures d'exportations, aux infrastructures, aux coûts de certification, à l'accès à l'information et aux crédits, et les assurances des exportations.
- **L'entrée sur les marchés**, qui inclut les problèmes d'accès aux marchés, les normes techniques, le développement et la diversification des marchés, et la promotion à l'exportation.

L'analyse présente les principales contraintes qui constituent aussi les principaux goulets d'étranglement freinant la compétitivité à l'export du secteur du coton de Côte d'Ivoire. Le quatrième rouage examine les questions qui réduisent les impacts socio-économiques des exportations en faveur de la population dans son ensemble.

- **Le développement** comprend la réduction de la pauvreté, l'inclusion des femmes et des jeunes, l'environnement et l'intégration régionale.

Les contraintes identifiées ci-après sont issues de l'atelier de la 2<sup>ème</sup> consultation qui s'est déroulé à Abidjan le 5 septembre 2013, et elles ont été consolidées par des analyses supplémentaires au travers d'enquêtes, d'entretiens et d'un travail de recherche documentaire.

## CAPACITÉ D'APPROVISIONNEMENT

### ENCADRÉ 2 : Aperçu des contraintes liées à la capacité d'approvisionnements du secteur

- L'utilisation des semences tout-venant limite la productivité, les rendements et la qualité des noix de cajou ivoiriennes.
- L'utilisation de sacs en nylon non adaptés pour le conditionnement et le stockage des noix de cajou engendre une déperdition des quantités récoltées.
- Les systèmes de production traditionnelle empêchent l'intégration de nouvelles techniques appropriées dans une production plus moderne.
- Le manque d'organisation des producteurs au sein des coopératives limite leurs accès aux avantages que cela pourrait leur procurer.
- Le manque de formation continue sur les pratiques agricoles et la gestion de la production limite la productivité.
- Le caractère non obligatoire de l'application des normes nationales de qualité conduit à leur non-respect.
- Les mauvaises conditions de traitement et de stockage des noix détériorent leur qualité.
- Les coûts du transport sont élevés et les véhicules (camions) perdent énormément de temps lors du transfert des noix depuis les entrepôts des coopératives ou négociants jusqu'au port (PAA).
- Les difficultés d'accès aux noix de qualité, et en quantité adéquate, entravent la capacité d'approvisionnement des petites unités de transformation.
- La faible valorisation des sous-produits de l'anacarde (pomme, coque, brisures de noix décortiquées, etc.) limite les possibilités de diversification de produits.
- Le coût trop élevé de l'investissement limite la capacité de transformation du pays.
- La difficulté d'approvisionnement en noix de qualité limite la capacité d'exportation des coopératives (5 % des quantités de noix totales exportées).
- Les normes techniques d'exportation sont difficiles à atteindre. Par exemple les noix produites sont de petites tailles (nombre de noix par kilo élevé).
- Les rendements des petites unités sont faibles et les coûts de transformation sont élevés.

---

**L'utilisation des semences « tout-venant » limite la productivité, les rendements et la qualité des noix de cajou ivoiriennes.**

---

Comme souligné précédemment, les rendements par hectare de la production ivoirienne de noix de cajou sont de 0,5 tonne par hectare, ce qui est faible par rapport à la moyenne régionale qui est de 0,9 tonne par hectare, et plus encore par rapport à la moyenne mondiale de 1,3 tonnes par hectare. Cette situation peut s'expliquer, entre autres, par l'usage de semences « tout-venant ». En effet, la méconnaissance de leur capacité de production et de leur rentabilité ne permet pas de développer une politique de rendement et de qualité qui est pourtant nécessaire pour la filière. L'usage de ces semences est également dû à l'absence de semences sélectionnées, et plus encore de l'insuffisance des activités de recherche variétale par les structures comme le CNRA. Il est donc important de soutenir les structures de recherche et de vulgarisation pour produire et promouvoir les variétés à adapter.

---

**L'utilisation de sacs en nylon non adaptés pour le conditionnement et le stockage des noix de cajou engendre une déperdition des quantités récoltées.**

---

La déperdition des noix récoltées est due à l'utilisation de sacs en nylon qui ne sont pas adaptés pour le conditionnement et le stockage des noix de cajou. Cette situation est aggravée par le manque de sacs en toile de jute, mieux adaptés pour le stockage des noix, et l'absence d'une industrie d'emballage propre au secteur. Cette absence d'industrie d'emballage propre à la filière reflète le manque de mesures adéquates qui pourraient renforcer le cadre réglementaire et institutionnel de la filière dans le domaine de la production et du stockage.

---

**Les systèmes de production traditionnelle empêchent l'intégration de nouvelles techniques appropriées dans une production plus moderne.**

---

Les systèmes traditionnels de production ne respectent pas un processus technique approprié, qui permettrait d'améliorer les rendements et la qualité des noix de cajou, et au final de moderniser le processus de production. L'absence de processus technique adapté et le manque de conseils agricoles appropriés pour les producteurs sont des facteurs récurrents qui empêchent le bon développement et fonctionnement de la filière.

---

**Le manque d'organisation des producteurs au sein des coopératives limite leurs accès aux avantages que cela pourrait leur procurer.**

---

La plupart des producteurs ne sont pas organisés en coopératives et ont du mal à produire les quantités et la qualité requises. Cela les place dans une position désavantagée lors de la négociation de la vente de leur production. Le manque d'intérêt pour le système de coopérative, ou la déception de certains producteurs due à la mauvaise gouvernance des coopératives, sont malheureusement des freins au développement de ces structures. L'absence d'une interprofession pour le secteur de l'anacarde qui pourrait sensibiliser et former les producteurs est également un problème majeur de la filière.

---

**Le manque de formation continue sur les pratiques agricoles et la gestion de la production limite la productivité.**

---

Malgré les fréquentes formations suivies par les producteurs, leur impact sur les pratiques agricoles et la gestion des exploitations n'est pas probant. Les producteurs ont des difficultés à mettre en œuvre ce qu'ils ont appris. Cela s'explique par le manque de suivi post-formation et le besoin d'un accompagnement plus important.

---

**Le caractère non obligatoire de l'application des normes nationales de qualité conduit à leur non-respect.**

---

L'application des normes nationales n'est pas obligatoire, ce qui n'incite pas les producteurs à produire des noix de qualité. En conséquence, les noix de cajou décortiquées vendues localement ne respectent aucune norme nationale, et peinent à attirer le consommateur.

---

**Les mauvaises conditions de traitement et de stockage des noix détériorent leur qualité.**

---

Les coopératives et les négociants traitent et stockent les noix dans de mauvaises conditions. Les capacités de stockage sont limitées, le matériel de pesage n'est pas suffisamment disponible, et les aires de séchage ne sont pas assez bien structurées. Le dénominateur commun de ces problèmes est la faiblesse de l'investissement dans ce segment, et plus particulièrement dans ces domaines spécifiques. Il en est de même pour le matériel logistique, tels que les véhicules de transport de marchandise ou les bascules.

**Les coûts de transports sont élevés et les véhicules (camions) perdent énormément de temps lors du transfert des noix depuis les entrepôts des coopératives ou négociants jusqu'au port (PAA).**

Les coûts de transports sont très élevés. De plus, la vétusté des véhicules de transport (camions), et le mauvais état des infrastructures routières, contribuent à une importante perte de stock et à des délais dans le transfert des noix de cajou (brutes ou décortiquées) depuis les entrepôts des coopératives ou des négociants jusqu'au port (PAA).

**Les difficultés d'accès aux noix de qualité, et en quantité adéquate, entravent la capacité d'approvisionnement des petites unités de transformation.**

Les petites unités de transformation ont du mal à constituer leur stock de noix pour la transformation, car la grande majorité de la production est collectée et achetée directement par les pisteurs pour le compte de gros acheteurs. Par ailleurs, il leur manque aussi la capacité financière d'acheter des quantités importantes. En conséquence, les unités de transformation fonctionnent en sous rendement, ce qui augmente le coût de la transformation. De plus, la mauvaise gestion des quantités, le faible encadrement, et le manque de compétence technique accentuent encore les problèmes rencontrés par les petites unités de transformation.

**Le coût trop élevé de l'investissement dans la transformation limite la capacité de transformation du pays.**

Le coût de l'investissement dans la transformation est trop élevé, car les équipements nécessaires à la transformation des noix doivent être importés et sont trop chers. De plus, les frais de dédouanement et le processus d'exonération complexe qui accompagnent l'achat d'équipement ne facilitent pas et découragent les décisions d'investir et constituent donc un frein important.

**La faible valorisation des sous-produits de l'anacarde (pomme, coque, brisures de noix décortiquées, etc.) limite les possibilités de diversification de produits.**

Les sous-produits de l'anacarde, tels que la pomme, la coque et les brisures de noix décortiquées ne sont pas suffisamment valorisés. La faible connaissance des opportunités d'utilisation et de commercialisation sur le marché local et international se traduit pour les acteurs

de la filière par un manque à gagner évident et des options stratégiques négligées. Le manque d'information commerciale et de promotion pour les sous-produits de l'anacarde est un problème crucial pour un secteur qui cherche à développer son potentiel à l'export et la diversification de ses produits.

**La difficulté d'approvisionnement en noix de qualité limite la capacité d'exportation des coopératives (5 % des quantités de noix totales exportées).**

Les quantités de noix exportées par les coopératives exportatrices sont très faibles (5 % des quantités de noix totales exportées). Les coopératives ont une position critique face à la forte concurrence des sociétés exportatrices. Le manque de financement et les taux élevés des crédits bancaires ne favorisent pas les entreprises locales dans leurs activités quotidiennes. Les exportations frauduleuses de noix de cajou vers des pays où le prix est plus avantageux affectent également la filière.

**Les normes techniques d'exportation sont difficiles à atteindre. Par exemple les noix produites sont de petites tailles (nombre de noix par kilo élevé).**

Les normes de qualité requises pour la noix de cajou ne sont pas reconnues et appliquées dans la filière. Les noix produites sont de petites tailles du fait des semences utilisées. Cela entraîne un nombre de noix par kilo élevé, donc un grainage trop élevé qui a une influence directe sur le prix.

**Les rendements des petites unités sont faibles et les coûts de transformation sont élevés.**

Le rendement prévisionnel après transformation des noix est faible, car les pratiques de récolte et post-récolte (séchage, conditionnement, stockage) ne sont pas adaptées au développement d'une production de quantité et de qualité. Ces faibles rendements prévisionnels impactent directement et négativement les prix d'achat proposés.



## QUALITÉ DE L'ENVIRONNEMENT DES AFFAIRES

### ENCADRÉ 3 : Aperçu des contraintes liées à la qualité de l'environnement des affaires

- L'accès aux financements des coopératives pour la commercialisation des noix est limité.
- L'accès aux financements pour l'entretien et la réhabilitation des vergers est limité.
- Les frais de transport (au km) sont élevés, et les camions perdent beaucoup de temps lors du transport des marchandises.
- Le coût de l'étude d'impact environnemental exigée pour l'installation d'une unité industrielle est élevé.
- Le coût de la certification des produits transformés et du matériel de transformation est trop élevé pour les petites unités ; le coût de la certification des productions est trop élevé pour les producteurs.
- Les IAC ne sensibilisent pas assez les producteurs au-respect des normes nationales de qualité des noix de cajou.
- Les activités liées à l'emportage sont chronophages.
- Le coût d'acquisition des documents d'exportation (certificat phytosanitaire, etc.) est élevé.
- La vente des noix dans la filière est mal organisée : certains acheteurs et coopératives reçoivent des financements de la part des exportateurs ; certains exportateurs achètent les noix bord-champ ; les acheteurs sans agréments ne sont pas identifiés et mènent une concurrence vis-à-vis des coopératives.
- Il y a un engorgement des produits au niveau du port.

#### L'accès aux financements des coopératives pour la commercialisation des noix est limité.

L'accès aux financements des coopératives pour la commercialisation des noix est limité du fait de la frilosité des banques à financer les frais de commercialisation. Le manque de confiance dans la filière en est la cause principale, ainsi que la faible capacité de collecte des produits par les coopératives.

#### L'accès aux financements pour l'entretien et la réhabilitation des vergers est limité.

L'accès aux financements pour l'entretien et la réhabilitation des vergers est limité. Les producteurs ont de grandes difficultés pour apporter des garanties, comme un droit de propriété foncier, qui leur permettraient d'accéder au crédit. En conséquence, les vergers ne sont pas entretenus comme ils devraient l'être, ce qui empêche d'augmenter le potentiel de production.

#### Les frais de route (au km) sont élevés, et les camions perdent beaucoup de temps lors du transport des marchandises.

Les frais de route au kilomètre sont élevés, et les camions perdent beaucoup de temps lors du transport. Les tracasseries routières, les mauvaises pratiques commerciales comme les ventes bord-champ, qui baissent les prix et engendrent des retards de livraisons, empêchent d'honorer les contrats et vont à l'encontre des intérêts de la filière et de sa compétitivité.

#### Le coût de l'étude d'impact environnemental exigée pour l'installation d'une unité industrielle est élevé.

Le coût de l'étude d'impact environnemental exigée pour l'installation d'une unité industrielle est élevé. Il refroidit l'intérêt des investisseurs qui s'intéressent au financement des unités industrielles, qui pourtant doteraient la filière

des capacités de transformation nécessaires. De plus, les activités des unités industrielles sont jugées trop polluantes par l'administration. Le coût de la certification des produits transformés et du matériel de transformation est très important pour les petites unités. Cela engendre une hausse des coûts de production des noix de cajou décortiquées et une baisse des profits.

**Le coût de la certification des produits transformés et du matériel de transformation est trop élevé pour les petites unités ; le coût de la certification des productions est trop élevé pour les producteurs.**

Les moyens financiers limités des producteurs ne leur permettent pas de demander la certification de leur production. Du fait de la hausse des coûts de production de la noix de cajou, et de la baisse de leurs revenus, ils préfèrent consacrer tous leurs moyens financiers à la production.

**Les IAC ne sensibilisent pas assez les producteurs au-respect des normes nationales de qualité des noix de cajou.**

La méconnaissance, l'insuffisance de vulgarisation, et le non-respect des normes nationales de qualité des noix de cajou décortiquées, ne permettent pas aux producteurs d'améliorer leur potentiel de production. Une des raisons en est le manque d'assistance technique de la part des institutions d'appui au commerce.

**Les activités liées à l'emportage sont chronophages.**

Les activités liées à l'emportage sont mal structurées et mal organisées, ce qui nécessite un temps considérable. Cela est dû au manque de concentration des activités d'emportage des noix, et a pour conséquence le non-respect des délais de livraison, pourtant inscrits dans les contrats avec les exportateurs.

**Le coût d'acquisition des documents d'exportation (certificat phytosanitaire, etc.) est élevé.**

Le coût d'acquisition des documents d'exportation (certificat phytosanitaire, etc.) est prohibitif, et la corruption afin de raccourcir les délais d'acquisition des documents est lancinante.



(cc) Terrie Schweitzer.

**La commercialisation des noix est mal organisée.**

Certains producteurs et certaines coopératives reçoivent des financements de la part des exportateurs pour la production et la récolte des noix. Cela ouvre à ces exportateurs l'accès à la majorité de la production de noix de cajou en Côte d'Ivoire. D'autres exportateurs achètent les noix bord-champ, malgré la réglementation en matière de commercialisation des noix en Côte d'Ivoire. Cette dépendance des coopératives et producteurs vis-à-vis des exportateurs diminue leur capacité de négociation du prix et des quantités de noix, et nuit aux petites unités de transformation de Côte d'Ivoire et à leur développement. Parmi les acteurs de la filière, il faut aussi noter l'existence d'acheteurs sans agrément, qui ne sont pas identifiés. Au final, les coopératives sont fragilisées et la filière est non structurée et surtout mal organisée.

**Il y a un engorgement des produits au niveau du port.**

La lenteur des processus au port entraîne l'engorgement des produits. La lenteur dans les procédures d'exportation, le non-respect des délais de délivrance des documents administratifs, ainsi que la dispersion des structures de délivrance des documents administratifs requis, sont les principaux éléments de cette problématique. Ces délais génèrent des frais supplémentaires pour les producteurs et entraînent la détérioration de la qualité des produits, et donc des pertes considérables.

## ENTRÉE SUR LES MARCHÉS RÉGIONAUX ET INTERNATIONAUX

### ENCADRÉ 4 : Aperçu des contraintes liées à l'entrée sur les marchés régionaux et internationaux

- Les informations commerciales concernant les marchés et le développement de sous-produits ne sont pas suffisamment accessibles et diffusées dans la filière.
- Les opérateurs ont des difficultés à répondre aux exigences des clients internationaux en termes de normes de classification des noix de cajou décortiquées.
- La Côte d'Ivoire exporte de faibles quantités de noix de cajou décortiquée vers les marchés américain et européen, qui sont pourtant les plus importants marchés de la filière.
- La filière n'a pas le contrôle de la mise sur le marché du produit final – la noix de cajou décortiquée –, dominée par les sociétés exportatrices qui transforment la noix brute grâce à leurs unités de transformation basées à l'étranger.

#### **Les informations commerciales concernant les marchés et le développement de sous-produits ne sont pas suffisamment accessibles et diffusées dans la filière.**

Les acteurs de la commercialisation ne sont pas suffisamment informés sur les prix au niveau des marchés internationaux. L'absence de mécanisme d'information impacte négativement la capacité de négociation du prix des noix de cajou. De plus, les prix sur les marchés internationaux sont fixés par les sociétés exportatrices, sans aucune négociation avec les opérateurs de la filière. Par ailleurs, les informations commerciales sur les marchés et la diversification des produits ne sont pas suffisamment accessibles. Il n'existe pas un mécanisme propre à la filière.

#### **Les opérateurs ont des difficultés à répondre aux exigences des clients internationaux en termes de normes et de classification des noix de cajou décortiquées.**

Les acteurs de la filière ont des difficultés à répondre aux exigences des clients internationaux en termes de normes et de classification des noix de cajou décortiquées. Cette faiblesse a pour conséquence le reclassement ou le refus des noix par les acheteurs, sous couvert du non-respect des normes internationales, d'autant plus que les résultats des analyses de qualité des structures nationales sont quelque fois contestés au niveau des marchés internationaux de la noix d'anacarde. Le manque de certification

des structures nationales d'analyse de la qualité (ACE) ne permet pas aux opérateurs de s'appuyer sur les normes de qualités dans un but marketing.

#### **La Côte d'Ivoire exporte de faibles quantités de noix de cajou décortiquée vers les marchés américain et européen, qui sont pourtant les plus importants marchés de la filière.**

La faible quantité de noix de cajou décortiquée exportée vers les marchés américain et européen s'explique par le faible taux de transformation des noix de cajou en Côte d'Ivoire. Cette situation affecte également le potentiel de diversification des marchés de l'anacarde par les transformateurs nationaux. Il existe un manque de compétitivité des noix de cajou décortiquées produites localement par rapport à celles produites dans les pays voisins.

#### **La filière n'a pas le contrôle de la mise en marché du produit final – la noix de cajou décortiquée, dominée par les sociétés exportatrices qui transforment la noix brute grâce à leurs unités de transformation basées à l'étranger.**

La perte du contrôle de la mise sur le marché du produit final, aux mains des sociétés exportatrices qui transforment le produit à l'étranger, ne permet pas à la filière de développer localement l'ensemble de son véritable

potentiel de production, de transformation et d'exportation. L'inexistence d'un label d'origine de l'anacarde de Côte d'Ivoire ne facilite pas le développement d'une image et d'une approche marketing.

L'inexistence d'un label d'origine de l'anacarde de Côte d'Ivoire ne favorise pas l'image de la Côte d'Ivoire et ne permet pas de développer une stratégie de prix. Le manque de promotion des produits de l'anacarde ne permet pas de faire connaître le produit régionalement et internationalement.

La filière est dépendante de ses acheteurs pour la fixation des prix. Il n'existe pas de mécanisme permettant aux opérateurs de mieux négocier le prix de vente des noix de cajou. Il existe un profond sentiment selon lequel le prix fixé actuellement ne reflète pas le prix réel du produit.

## CONTRAINTES SOCIO-ÉCONOMIQUES ET ENVIRONNEMENTALES

### ENCADRÉ 5 : Aperçu des contraintes socio-économiques et environnementales

- Dans le secteur de l'anacarde, les jeunes s'intéressent de plus en plus aux activités de transformation au détriment des activités de production et d'exportation.
- L'usage des pesticides dans d'autres cultures affecte la culture de l'anacarde.
- Les femmes ont peu accès aux formations techniques et de gestion.

### Dans le secteur de l'anacarde, les jeunes s'intéressent de plus en plus aux activités de transformation au détriment des activités de production et d'exportation.

Le taux de personnes jeunes dans le secteur de l'anacarde a tendance à augmenter. Au niveau de la chaîne de valeur, les jeunes se retrouvent en grand nombre dans le segment de la transformation où ils constituent une main d'œuvre importante. En revanche, le taux de jeunes est faible dans le segment de la production, en raison des faibles revenus de ces activités. Ils préfèrent se lancer dans la spéculation du cacao ou de l'hévéa dans les zones forestières. La structuration du secteur et des prix

rémunérateurs pourront encourager les jeunes à s'intéresser de nouveau à la production de noix d'anacarde.

### L'usage des pesticides dans d'autres cultures affecte la culture de l'anacarde.

L'environnement actuel est globalement préservé dans le secteur de l'anacarde car l'usage des pesticides y est faible et des précautions sont prises au niveau de la création des unités de transformation. Il est important de pouvoir préserver cet état de fait, malgré l'envie de certains de déroger à ces pratiques aux seules fins d'augmenter les rendements.

De manière générale, en Côte d'Ivoire, les producteurs d'anacarde n'utilisent pas de pesticides. En revanche, dans les zones cotonnières, les anacardiens bénéficient involontairement des traitements phytosanitaires du coton. Par ailleurs, dans les zones non cotonnières, l'utilisation d'herbicides est fréquente lorsque les plantations sont jeunes. Lors de la récolte, les pommes de cajou constituent des résidus qui sont jetés. Ces résidus ne sont pas toxiques, et au contraire souvent utilisés comme aliment pour le bétail. Cependant, les résidus issus de la transformation (les coques) sont toxiques en raison de leur teneur en baume de cajou (CNSL) qui est un produit acide, très corrosif. À proximité des unités de transformation, la fumée dégagée par les cheminées lorsque la coque est brûlée peut occasionner des problèmes pour la santé des populations riveraines.

### Les femmes ont peu accès aux formations techniques et de gestion.

Les femmes ont peu accès aux formations techniques et de gestion, qui pourraient leur permettre d'évoluer dans la filière. Les femmes sont fortement représentées dans le secteur de l'anacarde, notamment au niveau de la récolte et de la transformation des noix, mais on en compte peu dans le domaine technique ou celui de la gestion. Les femmes jouent pourtant un rôle essentiel dans le secteur de l'anacarde. Elles sont impliquées dans la production, en particulier au niveau de la récolte (ramassage des noix). Elles interviennent aussi de manière très significative dans la transformation. En effet, 90 % de la main d'œuvre des unités de transformation est constitué de femmes. Elles interviennent à toutes les étapes de la transformation (décorticage, dé-pelliculage, tri, et classification). En revanche, lorsque les activités sont plus techniques ou en relation avec la gestion, les femmes se font plus rares. Il est important de leur ouvrir des opportunités de formation sur les techniques plus modernes de production et de transformation, ainsi que des techniques de gestion.

# ORIENTATIONS STRATÉGIQUES DU SECTEUR

## VISION

La vision permet de visualiser les progrès et les changements souhaités. Elle définit la direction générale de la stratégie sectorielle, et constitue donc un guide essentiel pour les processus de conception et de mise en œuvre de stratégie.



Côte d'Ivoire, exportateur majeur d'anacarde  
et de produits transformés de qualité  
sur les marchés internationaux.



Les opportunités de développement du secteur de l'anacarde sont nombreuses et peuvent bénéficier à tous les maillons de la chaîne de valeur. Une amélioration de la performance requiert le renforcement des maillons, ou même la restructuration des segments de la chaîne de valeur. Le renforcement de ces maillons et la mise en place d'initiatives ciblées permettront d'augmenter les parts de marchés, de diversifier les marchés d'exportations, de développer de nouveaux produits, de diversifier les capacités productives, et d'optimiser les processus au sein de la chaîne de valeur.

Le développement du secteur de l'anacarde s'articulera donc autour de deux axes principaux :

1. l'identification des marchés ; et
2. les améliorations structurelles au sein de la chaîne de valeur, y compris la diversification des produits.

## IDENTIFICATION DES MARCHÉS ET DIVERSIFICATION DES PRODUITS

L'analyse de la diversification des marchés est fondée d'une part sur la structure des exportations actuelles de noix de cajou de la Côte d'Ivoire, et d'autre part sur le screening des marchés d'importation. Ce dernier processus d'analyse est basé sur des indicateurs de commerce et permet d'identifier les marchés d'importation les plus attractifs au niveau mondial pour un produit spécifique exporté par la Côte d'Ivoire. Dans les sections précédentes de l'étude, nous avons établi la situation aussi bien à l'échelle mondiale qu'à l'échelle de la Côte d'Ivoire, en termes de production, d'importations et d'exportations de nos deux produits (noix de cajou brute ou décortiquée). Cette section se propose d'identifier des marchés





(cc) Victoria Rachitzky Hoch.

attractifs pour la noix de cajou en coque (brute) et sans coque (décortiquée) exportées par la Côte d'Ivoire à court terme (0 à 3 ans) d'une part, et les marchés devant être à ciblés à moyen-long termes (3 à 5 ans ou plus).

Les exportations de la Côte d'Ivoire de noix de cajou en coque représentaient 6,9 % des exportations mondiales pour ce produit.<sup>14</sup> Comme le montre le tableau 12, la Côte d'Ivoire exporte déjà vers les quatre premiers marchés identifiés comme étant attractifs, à savoir l'Inde, le Vietnam, le Brésil et la Chine. Tous ces pays importateurs de noix de cajou en coque ont connu une forte croissance positive de leurs importations entre 2008 et 2012. L'Inde et le Vietnam sont des marchés très larges, qui représentent à eux deux plus de la moitié des importations mondiales de noix de cajou en coque (en valeur). En ce qui concerne la noix de cajou sans coque, les exportations de la Côte d'Ivoire représentaient 0,7 % des exportations mondiales pour ce produit en 2012. Les États-Unis sont un marché

important à l'échelle mondiale pour les importations de noix de cajou sans coque (SH 080132). Les pays européens, comme la France, l'Allemagne, l'Espagne et les Pays-Bas, importent également des noix sans coques.

Il est important de noter que de nouveaux marchés potentiels pour la noix en coque ont été identifiés : la France, l'Italie, le Royaume-Uni, les Émirats arabes unis et l'Égypte. Ces pays, et notamment ceux de l'Union européenne, ont connu une croissance positive des importations de noix de cajou brute sur la période 2008-2012, et la Côte d'Ivoire bénéficie d'une plus faible distance par rapport à ses concurrents. Les opportunités de marché pour la noix sans coque ont été identifiées en Algérie et en Espagne.

Les opportunités de marché spécifiques à chaque pays à court, moyen et long termes sont identifiées et analysées ci-après.

14. En se basant seulement sur les données miroir en 2012.

## MARCHÉS ATTRACTIFS À COURT TERME

Tableau 12 : Identification des marchés à court terme

Marchés attractifs	Produit	Valeur importée en 2012 (\$E.-U., milliers)	Part dans les importations mondiales (%)	Croissance des importations du code SH 520100 2008-2012 (%)	Tarif moyen appliqué à la Côte d'Ivoire (%)	Concurrent (part de marché ; croissance des exportations 2011-2012 ; tarif appliqué au concurrent)
Inde	Noix de cajou en coque	924 079	38,5	16	0,0	Côte d'Ivoire (25,7% ; 8% ; 0%) Bénin (18,1% ; 1% ; 0%) Tanzanie (17,3% ; 42% ; 0%)
Vietnam	Noix de cajou en coque	557 718	30,3	44	5,0	Côte d'Ivoire (26,7% ; 62,1% ; 5%) Ghana (21% ; 882,6% ; 5%) Nigéria (16,4% ; 165,5 ; 5%)
Brésil	Noix de cajou en coque	58 023	2,4	105	10,0	Côte d'Ivoire (56,6% ; 123% ; 10%) Ghana (30,1% ; -30% ; 10%) Guinée Bissau (8,4% ; -61% ; 10%)
Chine	Noix de cajou sans coque	4 857	0,2	118	20,0	Togo (35,6% ; 4112% ; 20%) Mali (24,3% ; 754% ; 20%) Côte d'Ivoire (19,5% ; 1475% ; 20%)
France	Noix de cajou en coque	14 245	0,6	6	0,0	Vietnam (62,4% ; 51% ; 0%) Inde (37,6% ; -57% ; 0%) Allemagne (0% ; n/a ; 0%)
	Noix de cajou sans coque	48 767	1,9	7	0,0	Inde (46% ; -14% ; 0%) Vietnam (33,6% ; 86% ; 0%) Brésil (9,4% ; 7% ; 0%)
États-Unis	Noix de cajou en coque	6 598	0,3	-1	0,0	Brésil (54% ; -60% ; 0%) Vietnam (27,8% ; 58% ; 0%) Inde (18,2% ; 113% ; 0%)
	Noix de cajou sans coque	817 463	32,6	9	0,0	Vietnam (48,1% ; -3% ; 0%) Inde (32,8% ; -14% ; 0%) Brésil (12,3% ; -25% ; 0%)
Allemagne	Noix de cajou sans coque	216 170	8,6	18	0,0	Inde (71,4% ; 7% ; 0%) Vietnam (15,2% ; 20% ; 0%) Pays-Bas (6% ; 55% ; 0%)
Canada	Noix de cajou sans coque	73 132	2,9	9	0,0	Vietnam (55,9% ; 2% ; 0%) Brésil (22,6% ; 5% ; 0%) Inde (10,1% ; -22% ; 0%)
Pays-Bas	Noix de cajou sans coque	278 622	11,1	7	0,0	Vietnam (53,3% ; -7% ; 0%) (Inde 19,4% ; 0% ; 0%) Brésil (11,7% ; 43% ; 0%)
Afrique du Sud	Noix de cajou sans coque	16 930	0,7	26	0,0	Vietnam (46% ; 34% ; 0%) Mozambique (25,7% ; 5% ; 0%) Inde (11,3% ; -56% ; 0%)

Source : Calculs réalisés par l'ITC. \* Les données pour le Vietnam sont celles de 2011 car une erreur affecte les données miroir 2012. Note : les tarifs sont exprimés en tarifs *ad valorem* pour la dernière année disponible ([www.macmap.org](http://www.macmap.org)).

---

## INDE

---

**Produits :** Noix de cajou en coque (SH 080131)

L'Inde représente un marché important à l'échelle mondiale pour les importations de noix de cajou en coque (SH 080131). C'est est le premier producteur et le premier importateur mondial de noix de cajou en coque (avec 38,5 %). La croissance des importations en Inde entre 2008 et 2012 est de 16 %. L'Inde est également un pays de grande capacité de transformation et consommateur de noix de cajou sans coques.

Le marché des noix de cajou en coques de la Côte d'Ivoire existe déjà au niveau de l'Inde. Cette présence de la Côte d'Ivoire sur le marché indien représente 25 % des importations totales de noix de cajou en coque de l'Inde. Le tarif moyen sur les importations de la Côte d'Ivoire est de 0 %.

La Côte d'Ivoire doit accroître sa capacité d'exportation tout en cherchant d'autres clients en vue de diversifier son marché de noix de cajou en coque.

---

## VIETNAM

---

**Produits :** Noix de cajou en coque (SH 080131)

Le Vietnam représente également un marché important pour la Côte d'Ivoire au plan mondial pour les noix de cajou en coques (SH 080131). C'est le deuxième importateur mondial de noix de cajou en coque (avec 30,7 %). La croissance des importations du Vietnam est très forte et représente 44 % entre 2008 et 2012.

Le marché des noix de cajou en coques de la Côte d'Ivoire au Vietnam représente 26,7 % (un peu plus que son concurrent indien) des importations totales de noix de cajou en coques du Vietnam. Le tarif moyen sur les importations de la Côte d'Ivoire est de 5 %.

La Côte d'Ivoire doit rechercher d'autres marchés de la noix de cajou en coque dans le but de bénéficier d'autres tarifs plus avantageux. Il faudrait accroître la capacité de transformation locale et réduire les quantités exportées en destination du Vietnam en vue de réduire les tarifs appliqués sur la noix en coque.

---

## BRÉSIL

---

**Produits :** Noix de cajou en coque (SH 080131)

Le Brésil constitue un marché récent pour la Côte d'Ivoire concernant la noix de cajou en coque (SH 080131). Il représente environ 2,6 % des importations mondiales de la noix de cajou en coque. La croissance des importations au

Brésil entre 2008 et 2012 est très forte, de 105 %. Le Brésil est un grand pays de transformation de la pomme de cajou.

Bien que le marché brésilien soit récent, sa proximité avec la Côte d'Ivoire par rapport aux pays asiatiques constitue un atout considérable pour la noix de cajou en coque d'origine ivoirienne. La présence de la Côte d'Ivoire sur le marché brésilien représente 56 % des importations totales de noix de cajou en coques du Brésil. Le tarif moyen sur les importations de la Côte d'Ivoire est de 10 %.

La Côte d'Ivoire doit explorer d'avantage ce marché en vue d'accroître sa capacité d'exportation de produits diversifiés (noix, pomme etc.).

---

## FRANCE

---

**Produits :** Noix de cajou sans coque (SH 080132)

La France est un partenaire privilégié de la Côte d'Ivoire au niveau des échanges commerciaux. Au niveau de la noix de cajou sans coque (SH 080131), la France ne représente que 1,6 % des importations totales du pays. La croissance des importations en France entre 2008 et 2012 est de 16 %.

Les plus grands fournisseurs de la France sont l'Inde (56 %), le Vietnam (33,6 %) et le Brésil (9,3 %), avec une forte croissance au niveau du Vietnam (86 %). La présence des noix de cajou sans coques ivoiriennes sur le marché français est encore faible. Le tarif moyen sur les importations de la Côte d'Ivoire est de 0 %.

La stratégie à court terme est de consolider la position actuelle de la Côte d'Ivoire sur ce marché qui possède un fort potentiel de croissance des importations, en augmentant le potentiel de transformation de la noix de cajou en coque. De plus, la Côte d'Ivoire bénéficie d'un tarif à 0 % sur ce marché, ainsi qu'un avantage de distance par rapport aux concurrents.

---

## ÉTATS-UNIS

---

**Produits :** Noix de cajou en coque (SH 080131) et noix de cajou sans coque (SH 080132)

Les États-Unis sont un marché important à l'échelle mondiale pour les importations de noix de cajou sans coque (SH 080132). Ce pays constitue un marché attractif par la taille (1er importateur mondial avec 32,6 %) et le dynamisme de ses importations (9 % de croissance des importations entre 2008 et 2012). La Côte d'Ivoire est déjà présente sur le marché américain (1,5 % des importations) et a gagné des parts de marchés sur la période 2008-2012, avec un taux de croissance de 69 % par année sur cette même période.

La Côte d'Ivoire est bien placée parmi les pays fournisseurs des États-Unis puisqu'elle est le 4<sup>ème</sup> fournisseur sur le marché avec 1,5 % des parts d'importation du pays, et une augmentation de la croissance de ses exportations de 137 % entre 2011 et 2012. Pour la Côte d'Ivoire, les États-Unis sont la première destination des noix de cajou sans coques.

Du point de vue de la noix en coque, les États-Unis semblent se fournir principalement auprès du Vietnam (48,1 %) et de l'Inde (38,8 %). La Côte d'Ivoire, bien que présente, dispose pour le moment d'une faible part de marché.

Il est donc nécessaire que la Côte d'Ivoire se positionne davantage, sans pour autant réduire son taux de transformation locale, pour profiter de nouvelles parts de marché. Les prospections de segments de marchés sont envisageables pour promouvoir de nouveaux produits issus des noix de cajou.

---

## CHINE

---

**Produits :** Noix de cajou sans coque (SH 080132)

La Chine constitue un gros marché potentiel au niveau du commerce mondial. En ce qui concerne la noix de cajou sans coque (SH 080132), les importations ne représentent que 0,2 % des importations totales du pays, avec une très forte croissance des importations de 118 % entre 2008 et 2012. La Chine figure parmi les pays de consommation croissante de noix de cajou sans coques (8 000-20 000 tonnes par an).

Le Togo, le Mali et la Côte d'Ivoire sont actuellement les fournisseurs de noix de cajou sans coques les plus importants, avec respectivement 35,6 %, 24,3 %, et 19,5 %. La proximité de pays comme l'Inde et le Vietnam pourrait constituer une réelle menace pour les produits de ces pays africains.

Pour ces raisons, les pays africains, et en particulier la Côte d'Ivoire, devraient proposer à l'avenir des produits (noix de cajou sans coques) de bonne qualité. Aussi, une des stratégies à long terme est de transfert de technologie ou de recherche pour renforcer les unités ivoiriennes de décorticage. La diversification des produits (jus de pomme, baume, etc.) pourrait constituer un réel atout pour explorer d'avantage le marché chinois.

---

## ALLEMAGNE

---

**Produits :** Noix de cajou sans coque (SH 080132)

L'Allemagne fait partie des pays européens qui ont de fortes relations commerciales avec la Côte d'Ivoire. Les

importations de noix de cajou sans coque d'Allemagne ne représentent que 8,6 % des importations totales du pays, avec une croissance des importations de 16 % entre 2008 et 2012.

L'Inde et le Vietnam sont très présents sur le marché allemand, avec respectivement 56 % et 33,6 %. En 3<sup>ème</sup> position vient le Brésil avec 9,3 %. Compte tenu de ses faibles quantités, la Côte d'Ivoire exploite les marchés de niche (Faire Trade, FLO, etc.). Le tarif moyen sur les importations de la Côte d'Ivoire est de 0 %.

La Côte d'Ivoire a intérêt à consolider le niveau actuel d'exportation sur ce marché, en augmentant le potentiel de transformation de la noix de cajou en coque. De plus, la Côte d'Ivoire bénéficie de l'avantage de distance par rapport à ses concurrents.

---

## AFRIQUE DU SUD

---

**Produits :** Noix de cajou sans coque (SH 080132)

L'Afrique du Sud entretient des relations commerciales avec la Côte d'Ivoire. Les importations en noix de cajou sans coque d'Afrique du Sud représentent environ 0,7 % des importations totales du pays avec une croissance des importations de 26 % entre 2008 et 2012.

L'Afrique du Sud semble être également un marché prometteur compte tenu de sa position géographique et des relations commerciales des deux pays dans le cadre du Nouveau partenariat pour le développement de l'Afrique (NEPAD). Mais le Vietnam et le Mozambique sont aussi fortement présents sur ce marché, avec respectivement 46 % et 25 % des importations de noix de cajou sans coque.

La Côte d'Ivoire, qui est déjà présente en Afrique du sud, doit améliorer sa position sur ce marché dynamique (croissance de 26 % entre 2008 et 2012) et ouvert (tarif 0 %).

---

## CANADA

---

**Produits :** Noix de cajou sans coque (SH 080132)

Le Canada entretient de fortes relations commerciales avec la Côte d'Ivoire. A l'instar des pays d'Amérique du Nord (États-Unis), le Canada constitue un marché important à l'échelle mondiale pour les importations de noix de cajou sans coque (SH 080132). Les importations de noix de cajou sans coque représentent environ 2,9 % avec une croissance 9 %. C'est un pays qui constitue donc un réel potentiel de marché pour les noix de cajou sans coques. Le Canada figure parmi les pays de consommation croissante de noix de cajou sans coques (8 000-20 000 tonnes par an).





(cc) imelda.

Les plus gros fournisseurs de noix sans coques sont le Vietnam, le Brésil et l'Inde, avec respectivement 55 %, 22 % et 10 % des exportations de noix de cajou sans coque. La présence de la Côte d'Ivoire sur ce marché reste très faible.

Il est donc nécessaire que la Côte d'Ivoire se positionne davantage en augmentant son taux de transformation local en vue de consolider et d'accroître ses exportations de noix de cajou vers ce pays.

---

## RUSSIE

---

**Produits :** Noix de cajou sans coque (SH 080132)

La Russie présente sensiblement le même potentiel de marché au niveau du commerce mondial que la Chine. En ce qui concerne la noix de cajou sans coque (SH 080132), les importations ne représentent que 1,2 % des importations totales du pays avec une croissance très forte des importations de 5 % entre 2008 et 2012. La Russie figure également parmi les pays de consommation croissante de noix de cajou sans coques (8 000-20 000 tonnes par an).

La proximité des pays comme l'Inde et le Vietnam pourrait constituer une réelle menace pour les produits de ces pays africains.

Pour ces raisons, les pays africain, et en l'occurrence la Côte d'Ivoire, devraient proposer à l'avenir des produits (noix de cajou sans coques) de bonne qualité.

---

## PAYS-BAS

---

**Produits :** Noix de cajou sans coque (SH 080132)

Les Pays-Bas constituent une plateforme importante pour tous les marchés européens à cause de ses ports. Pour les marchés de la noix de cajou sans coque, les importations des Pays-Bas représentent environ 1101 % des importations globales du pays avec une croissance de 7 %. Mais compte tenu du rôle de plateforme que jouent les Pays-Bas, la plupart des produits transitent par le pays et repartent vers d'autres pays européens.

Ces importations des Pays-Bas sont dominées par les pays tels que l'Inde, le Vietnam et le Brésil, compte tenu de leur gros potentiel de transformation de noix de cajou sans coque.

La présence significative de la Côte d'Ivoire passe nécessairement par l'accroissement du potentiel de transformation des produits ivoiriens.

## MARCHÉS ATTRACTIFS À MOYEN ET LONG TERMES

Tableau 13 : Identification des marchés attractifs à moyen et long termes

Marchés attractifs	Produit	Valeur importée en 2012 (\$E.-U., milliers)	Part dans les importations mondiales (%)	Croissance des importations du code SH 520100 2008-2012 (%)	Tarif moyen appliqué à la Côte d'Ivoire (%)	Concurrent (part de marché ; croissance des exportations 2011-2012 ; tarif appliqué aux concurrents)
Italie	Noix de cajou en coque	1 667	0,1	27	0,0	Vietnam (78,2% ; 28% ; 0%) Inde (8,3% ; n/a ; 0%) Royaume-Uni (7,3% ; -71% ; 0%)
Royaume-Uni	Noix de cajou en coque	2 212	0,1	8	0,0	Vietnam (80,4% ; -72% ; 0%) Mozambique (5,5% ; -15% ; 0%) Inde (5,4% ; -90% ; 0%)
Égypte	Noix de cajou en coque	1 139	n/d	-6	5,0	Inde (50% ; 1193% ; 5%) Vietnam (45,5% ; 226% ; 5%) Émirats arabes unis (4,6% ; n/a ; 0%)
Émirats arabes unis	Noix de cajou en coque	1098	n/d	50	5,0	Bénin (68,3% ; / ; 5%) Ghana (30,6% ; 50% ; 5%) Sénégal (0,9% ; / ; 5%)
Algérie	Noix de cajou en coque	5 480	0,2	55	30,0	Inde (90,2% ; 128% ; 30%) Vietnam (6,9% ; 247% ; 30%) Émirats arabes unis (2,8% ; n/a ; 0%)
Espagne	Noix de cajou sans coque	35 448	1,4	4	0,0	Inde (58,2% ; -6% ; 0%) Vietnam (32,2% ; 4% ; 0%) Brésil (2,6% ; -55% ; 0%)

Source : Calculs réalisés par l'ITC. Note : les tarifs sont exprimés en tarifs *ad valorem* pour la dernière année disponible (www.macmap.org).

### ROYAUME-UNI

Produits : Noix de cajou en coque (SH 080131)

De nombreux pays européens se fournissent principalement auprès du Vietnam et de l'Inde, avec pour le Royaume-Unis une part de marché très élevée atteignant 80,4 % au Vietnam. Ces marchés pourraient être potentiellement intéressants pour la Côte d'Ivoire, dans la mesure où elle propose des produits de qualité, respecte les exigences des acheteurs en termes de volume, de qualité, et de délais de livraison. Ces actions sont envisageables à moyen et long termes, compte tenu de leur implication pour l'environnement des affaires par exemple.

### ITALIE

Produits : Noix de cajou en coque (SH 080131)

L'Italie également exporte des noix de cajou en coques, dont les exportations représentent environ 0,1 % des exportations globales du pays, avec une dynamique de croissance de 27 %. Les équipements de transformation conçus et proposés par la société OLTREMARE dans certains pays producteurs de noix de cajou en coque (comme la Côte d'Ivoire), pourraient constituer un atout considérable. Le marché italien exploité déjà par l'Inde (8 %) et le Vietnam (78 %) pourrait être intéressant pour les noix ivoirienne dans la mesure où le matériel existe dans le pays et que les noix de cajou en coques pourraient être transformées en Italie, dans le but de ravitailler directement l'Europe. Cela pourrait permettre à la Côte d'Ivoire de diversifier ses clients de noix de cajou en coque.

---

**ÉGYPTE**

---

**Produits :** Noix de cajou en coque (SH 080131)

De nombreux pays arabes importent des noix de cajou en coques depuis l'Inde (50 %) et du Vietnam (45 %). Mais la dynamique de croissance de ces importations est en baisse (-6 %). La Côte d'Ivoire a intérêt à explorer ce marché qui est récent, et qui se positionne comme des pays consommateurs de noix de cajou sans coque (surtout pendant les fêtes du Ramadan). Mais la proximité de ce pays avec les pays asiatiques exige que les produits proposés par la Côte d'Ivoire soient de bonne qualité.

---

**ÉMIRATS ARABES UNIS**

---

**Produits :** Noix de cajou en coque (SH 080131)

Tout comme le marché Égyptien, le marché des Émirats arabes unis constitue un marché à explorer par la Côte d'Ivoire. Sur ce marché, sont déjà présent le Bénin (68 %), le Ghana (30 %) et le Sénégal (0,9 %), qui ont les mêmes avantages tarifaires et sont sensiblement à égale distance. La stratégie que doit adopter la Côte d'Ivoire est d'explorer ce marché en proposant d'autres types de produit, tels que des noix de cajou sans coques, le baume (CNLS), le jus de pomme, etc. Pour ces raisons, la Côte d'Ivoire doit diversifier ses produits à l'export.

---

**ALGÉRIE**

---

**Produits :** Noix de cajou en coque (SH 080131)

Le marché algérien se présente de la même manière que celui de l'Égypte et des Émirats arabes unis. Les exportations sont croissantes de 55 %. Il est essentiellement dominé par l'Inde (90 %) et le Vietnam (6,9 %), avec une dynamique de croissance de 247 % pour le

Vietnam. Compte tenu de la tendance des habitants de ce pays à consommer les noix de cajou sans coques, la Côte d'Ivoire doit plutôt proposer des noix de cajou sans coques sur le marché algérien, dans le but de résister à la concurrence des autres pays.

---

**ESPAGNE**

---

**Produits :** Noix de cajou sans coque (SH 080132)

Les importations de noix de cajou sans coque d'Espagne représentent 1,4 % des importations globales du pays, avec une dynamique de croissance de 4 %. Le marché espagnol est dominés également par les indiens (58 %) et les vietnamiens (32 %). Vue les faible quantités de noix sans coques produites par la Côte d'Ivoire, elle pourrait explorer ce marché en exploitant les marchés de niche, pour résister à la concurrence des pays asiatiques dont les importations sont en croissance (surtout le Vietnam avec 4 %).

## AMÉLIORATIONS STRUCTURELLES DE LA CHAÎNE DE VALEUR

Les mesures visant à améliorer le fonctionnement de la chaîne de valeur de l'anacarde, présentées ci-dessous, résultent de l'analyse des contraintes et des solutions possibles identifiées lors des ateliers de consultations dans le cadre de la SNE. Ces mesures se traduisent en objectifs opérationnels et en activités correspondantes inscrites dans le plan d'action de la stratégie. La chaîne de valeur du secteur de l'anacarde peut être améliorée en acquérant, retenant, ajoutant, créant et distribuant de la valeur. Les principaux moyens de le faire sont les présentés dans l'encadré suivant.

### ENCADRÉ 6 : Améliorations structurelles et institutionnelles de la chaîne de valeur

- Ajouter de la valeur par le développement de nouvelles lignes de produits
- Créer de la valeur par la création de liens avec d'autres secteurs (intégration dans l'industrie chimique, l'industrie hôtelière et restaurants).
- Ajouter de la valeur par la certification et la promotion des intrants organiques.
- Améliorer l'efficacité du secteur par une meilleure réglementation des activités des pisteurs.
- Créer de la valeur en améliorant l'efficacité par la promotion de bonnes pratiques, telles que la culture intercalaire.
- Distribuer la valeur en intégrant les femmes et les jeunes dans les activités de transformation.
- Ajouter de la valeur en fabriquant des combustibles à base des tourteaux et des coques.
- Créer de la valeur en renforçant les partenariats de transfert de technologie.

---

### AJOUTER DE LA VALEUR PAR LE DÉVELOPPEMENT DE NOUVELLES LIGNES DE PRODUITS.

---

En Côte d'Ivoire, les produits de l'anacarde sont exportés sous la forme de noix de cajou brutes à près de 98 %. La commercialisation de la noix de cajou décortiquée, le principal produit de transformation, est très peu développée. Cependant, il existe d'autres possibilités de transformation, telles que :

**L'huile de noix de cajou (SH 151590)** : elle est obtenue après le pressage des noix décortiquées. Elle peut être utilisée à des fins culinaires ou cosmétiques, mais elle peut également être intégrée dans des plats ou utilisée dans la pâtisserie (pain à la noix de cajou) ou la confiserie (chocolat à la noix de cajou).

**La pomme de cajou** : la pomme est le fruit à l'état brut, consommé dans les zones de production de l'anacarde, mais rarement commercialisé. Bien que difficilement conservable, ce produit peut également être exploité. La pomme semble avoir un potentiel d'exportation assez élevé, et certains pays, comme par exemple le Brésil, consomme 20 % de sa production. De plus, le Brésil est également le plus gros transformateur et vendeur de jus de pomme de cajou. La pomme de cajou permet de multiples usages, comme par exemple le jus de cajou, le vin ou le vinaigre de cajou qui se conservent plus facilement que le fruit. Quelques entreprises, comme la société VAGNY-LAB, l'utilise afin de produire de la liqueur de cajou pour la consommation locale. Les initiatives de ce type devraient être encouragées.

**Le baume de cajou** : C'est un autre produit possible, à forte valeur ajoutée, qui permet de diversifier les produits issus de l'anacarde. Ce liquide brun se trouve dans de petites capillarités à l'intérieur de la coque de la noix de cajou, et peut être revendu à l'industrie chimique pour la fabrication d'une grande diversité de produits : pesticides, lubrifiants, résines, peintures anticorrosives, bioplastiques. Une grande quantité de coques est nécessaire pour une extraction rentable, ce qui fait que le baume est pour l'instant produit principalement au Brésil, en Inde et au Vietnam.

En se concentrant sur la transformation de l'anacarde, et en mettant en place des structures adaptées, la Côte d'Ivoire pourrait exploiter non seulement les noix de cajou afin de les transformer en noix décortiquées de qualité, mais également exploiter les pommes de cajou et les transformer afin de les valoriser sous forme de jus concentrés, de nectars de fruits, de confiture, de cidre, d'alcool ou de vinaigre. L'acquisition de savoir-faire et de techniques de production dans le cadre d'une stratégie de recherche et développement pourrait être envisagée en vue de produire des produits à plus forte valeur ajoutée.

---

### AJOUTER DE LA VALEUR EN VALORISANT LES RÉSIDUS DE NOIX DE CAJOU.

---

La valorisation des résidus représente une option non négligeable. En effet, les résidus de pressage issus de la transformation de la pomme de cajou peuvent également être valorisés dans des utilisations spécifiques comme la production d'énergie (avec les coques de noix, ou tourteaux), l'alimentation du bétail ou des pâtes de fruits. Cette valorisation requiert la formation et la sensibilisation des acteurs sur la gestion des résidus.

---

### CRÉER DE LA VALEUR PAR LA CRÉATION DE LIENS AVEC D'AUTRES INDUSTRIES (L'INDUSTRIE CHIMIQUE ET L'INDUSTRIE HÔTELIÈRE).

---

Les différents produits issus de l'anacarde peuvent permettre à la chaîne de valeur de l'anacarde d'intégrer d'autres chaînes de valeur. C'est le cas de l'industrie chimique, avec le baume de cajou qui peut, par exemple être utilisé dans les cosmétiques. C'est aussi le cas avec l'industrie hôtelière dont les restaurants peuvent utiliser l'huile d'anacarde comme huile alimentaire. La possibilité d'intégrer l'industrie hôtelière nationale, régionale ou internationale, réside dans la mise en place de partenariats avec les structures hôtelières et les restaurants locaux, ce qui peut ouvrir des marchés pour les producteurs locaux.

---

### AJOUTER DE LA VALEUR PAR LA CERTIFICATION ET LA PROMOTION DES INTRANTS ORGANIQUES.

---

Le développement de produits certifiés permettrait d'élargir la portée de l'anacarde sur les marchés internationaux traditionnels ainsi que sur de nouveaux marchés. Pour ce faire, il est nécessaire de soutenir le système de certification du processus de production dans les exploitations d'anacarde.

- Cette initiative doit comprendre :
- Le développement de systèmes de traçabilité dans la chaîne de valeur ;
- Le renforcement des systèmes biologiques de certification existants ;
- Des projets pilotes pour illustrer l'impact de la certification et du commerce équitable ;
- Des formations en certification pour le processus de traitement des noix ;
- Des campagnes de sensibilisation pour mettre l'accent sur les avantages économiques et sociaux de la certification, et montrer que ces avantages affectent aussi la question du genre, la santé et l'environnement ; et
- L'usage d'intrants organiques.



---

### AMÉLIORER L'EFFICACITÉ DU SECTEUR PAR UNE MEILLEURE RÉGLEMENTATION DES ACTIVITÉS DES PISTEURS.

---

Les pisteurs sont des professionnels de la filière, spécialisés dans la collecte bord-champ de l'anacarde. Ils se chargent ou veillent à la bonne exécution des opérations de collecte des noix de cajou, de transport et de livraison des noix dans les centres de conditionnement. Une meilleure réglementation de leurs activités permettrait d'améliorer la redistribution des revenus, et surtout permettrait aux producteurs de vendre leurs produits au prix du marché.

---

### CRÉER DE LA VALEUR EN AMÉLIORANT L'EFFICACITÉ PAR LA PROMOTION DE BONNES PRATIQUES, TELLE QUE LA CULTURE INTERCALAIRE.

---

La culture intercalaire est vivement recommandée pour l'anacarde. En effet, cette technique permet au producteur d'avoir des revenus supplémentaires, et surtout de rentabiliser les coûts d'entretien des vergers et améliorer la productivité de leurs champs. L'anacardier peut être associé à plusieurs cultures vivrières, telles que la culture d'arachide, d'igname et même de coton. Il est donc nécessaire de sensibiliser davantage les producteurs sur ces techniques.

---

### DISTRIBUER LA VALEUR EN INTÉGRANT LES FEMMES ET LES JEUNES DANS LES ACTIVITÉS DE TRANSFORMATION.

---

Bien que les femmes soient très présentes dans le secteur de l'anacarde, leur rôle se limite à la collecte, au décorticage et au concassage. Elles occupent rarement des postes de direction, de gestion ou de contrôle des opérations techniques. Sachant que les revenus des femmes sont généralement utilisés pour les frais de scolarité et de santé de leur famille, ou au service de la communauté, la valorisation de leur rôle dans le secteur pourrait avoir des effets positifs sur le développement rural et socio-économique de la Côte d'Ivoire. Des mesures politiques seront nécessaires afin de renforcer la position des femmes dans la prise de décision sur le développement

de la filière. De plus, les activités et les orientations suivantes contribueront à assurer une participation accrue des femmes dans la filière :

- Améliorer le positionnement des femmes dans la chaîne de valeur en commercialisant l'anacarde ;
- Sensibiliser les coopératives de femmes sur le risque de marginalisation, et les doter de compétences techniques et spécifiques pour leur permettre de devenir des acteurs dynamiques et incontournables du développement du secteur ;
- Favoriser l'entreprenariat féminin au niveau de la transformation semi-industrielle de l'anacarde, renforcer l'accès à l'information de marché et développer les capacités de promotion ; et
- Mettre en place des formations spécifiques pour les femmes sur la gestion d'entreprise, si possible avec une spécialisation en gestion et commercialisation des huiles et corps gras.

En plus de la place des femmes, l'intégration des jeunes pourrait permettre de créer des emplois durables dans la filière, grâce à la mise en place de mesures de structuration des acteurs et de renforcement de leur capacité.

---

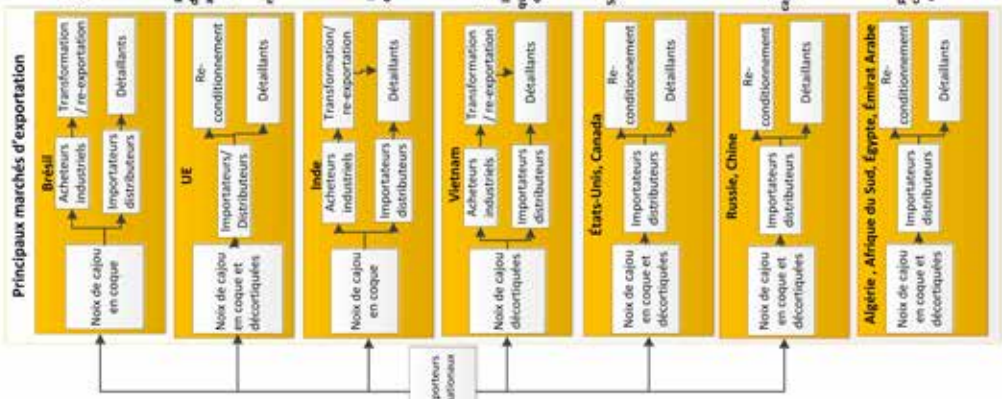
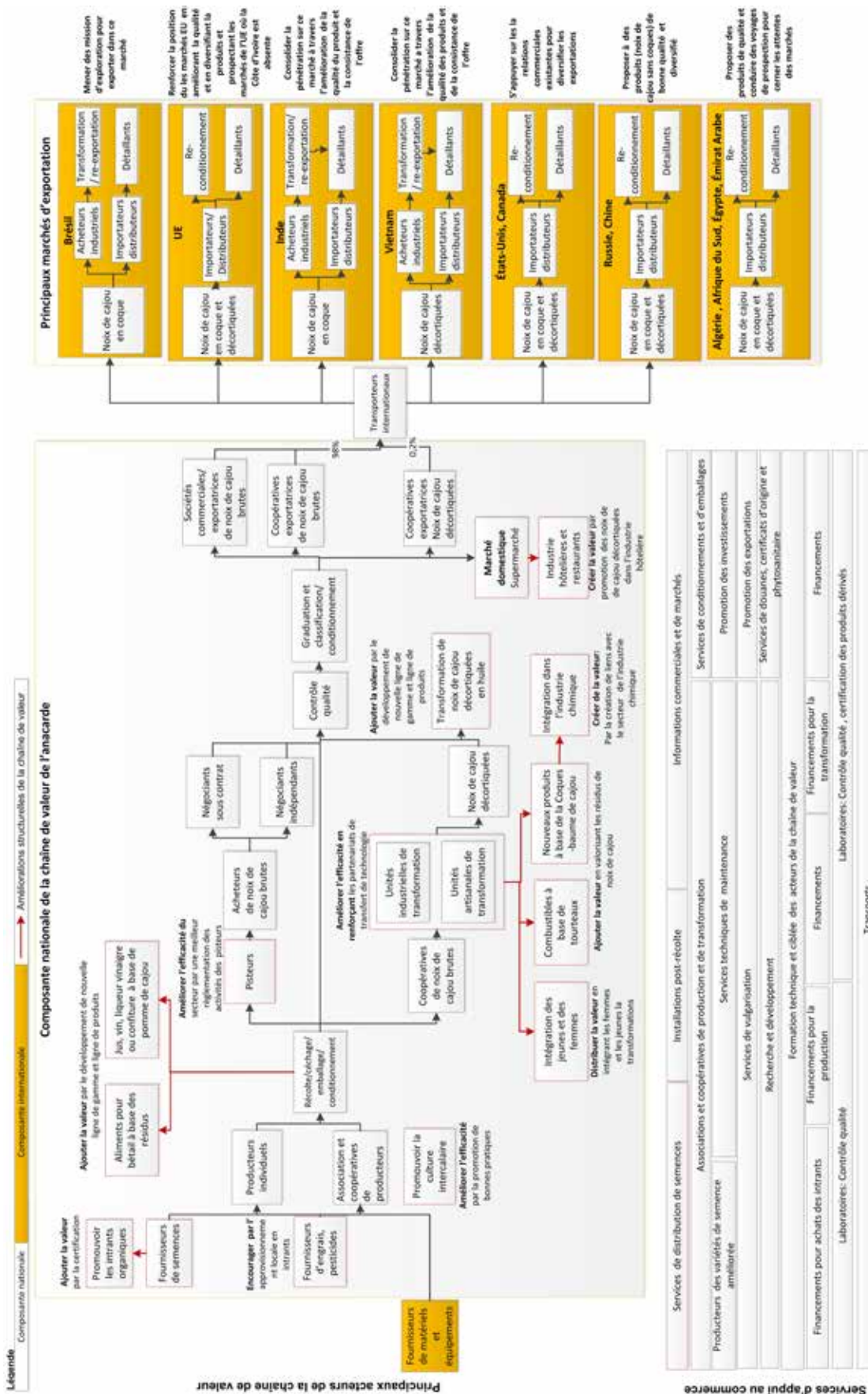
### CRÉER DE LA VALEUR EN RENFORÇANT LES PARTENARIATS DE TRANSFERT DE TECHNOLOGIE.

---

La Côte d'Ivoire exporte la quasi-totalité de sa production de noix de cajou, mais seule une infime partie de sa production est transformée ou consommée localement. En effet, la Côte d'Ivoire privilégie l'exportation de la noix brute, contrairement aux autres pays producteurs de noix de cajou, en raison du manque de technologie adapté et des compétences nécessaires pour la transformation de l'anacarde. Il est donc important de promouvoir des partenariats techniques avec les principaux producteurs et consommateurs d'anacarde, afin de faire bénéficier la Côte d'Ivoire des dernières techniques et compétences nécessaires disponibles. Ce transfert de technologie et de connaissance peut être entrepris à travers des voyages éducatifs ou de formation vers les pays compétents. Une impulsion de l'État est nécessaire pour multiplier les partenariats avec d'autres pays.



# FUTURE CHAÎNE DE VALEUR







(cc) Terrie Schweitzer.

# MOYENS DE MISE EN ŒUVRE

## OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Cinq objectifs stratégiques ont été identifiés et contribueront à atteindre la vision définie par les opérateurs du secteur de l'anacarde. Ensemble, ils visent à réduire les problématiques actuelles du secteur, lui permettre d'optimiser son potentiel, et créer de la valeur ajoutée.

**Objectif stratégique 1 : Généraliser le niveau de qualité de production et accroître le potentiel de productivité des acteurs du secteur de l'anacarde afin de répondre aux exigences des acheteurs internationaux.**

- Améliorer les standards de qualité et les rendre obligatoire ;
- Renforcer l'accès aux intrants de bonne qualité ;
- Accroître les rendements de production et améliorer le processus de stockage ; et
- Faciliter l'accès au matériel végétal pour l'ensemble de la filière.

**Objectif stratégique 2 : Faciliter les possibilités de diversification des produits de l'anacarde issus de la noix brute ou décortiquée, tels que les coques ou les pommes ; et accroître la capacité de transformation de la noix de cajou en passant du taux actuel de 10 % à 50 % dans les cinq ans à venir.**

- Mettre en place un processus de diversification des produits de l'anacarde ;
- Développer des unités de transformation en lien avec l'accroissement de la production ; et
- Accéder à la technologie et à son financement.

**Objectif stratégique 3 : Renforcer les services d'appui de la filière, notamment l'information commerciale et technique, le transport et la logistique, les processus d'exportation et le financement.**

- Renforcer les services d'information commerciale et technique ;
- Renforcer l'organisation des transports et la logistique de la filière ;
- Faciliter le processus administratif pour l'exportation de l'anacarde ;
- Organiser des séminaires avec les opérateurs sur les techniques de financement des exportations, et sur les documents nécessaires pour accéder aux crédits ; et
- Construire de meilleures relations avec les banques.

**Objectif stratégique 4 : Renforcer l'organisation et la formation des acteurs de la filière anacarde, en mettant en place une interprofession forte et un système d'encadrement efficace.**

- Renforcer le Conseil du coton et de l'anacarde (CCA) ;
- Créer un fonds d'exportation pour l'ensemble des opérateurs de la filière ; et
- Développer des formations sur les bonnes pratiques de production et de post-récolte, de stockage et logistique, de transformation, d'opération à l'exportation et de marketing, et de financement.

**Objectif stratégique 5 : Étendre le réseau de commercialisation des produits et de leurs dérivés aux niveaux sous régional et international.**

- Identifier les marchés existants, les marchés potentiels et les réseaux de distribution ;
- Renforcer et développer les réseaux de distribution ;
- Créer une image de marque et un label représentant les opérateurs et les produits de la filière ; et
- Développer le processus de promotion de la filière.



## GOUVERNANCE ET COORDINATION

Le large éventail d'activités à mettre en œuvre durant la période 2015-2020 nécessite une coordination et une planification minutieuse. Cette gestion de la mise en œuvre vise à identifier et allouer efficacement les ressources, coordonner les interventions entre les différents partenaires de mise en œuvre, et définir le système de suivi des résultats. À cette fin, un Conseil national d'exportation a été mis en place afin de faciliter le partenariat public-privé pour la coordination et la mise en œuvre de la stratégie anacarde. La structure de mise en œuvre devra également être soutenue par un secrétariat exécutif, chargé de soutenir le Conseil national d'exportation dans ses opérations hebdomadaires, et de faire le lien entre la planification et les institutions qui mettront en œuvre la stratégie.

Une coordination forte des institutions nationales, des acteurs privés, des agences et organisations de développement et des ONG, parfaitement orientée vers les différentes priorités de la stratégie, permettra d'éviter les doubles emplois et de garantir un impact maximum. Pour être absolument efficace, la gestion de la mise en œuvre doit se fonder sur le suivi des résultats des activités, afin d'ajuster les priorités de mise en œuvre selon l'évolution de la filière et du marché.

De nombreuses institutions joueront un rôle clef dans la mise en œuvre du plan d'action de la stratégie. Ces institutions seront responsables de l'exécution des projets en lien avec les priorités de la stratégie. Par conséquent, ces institutions ont effectivement la responsabilité du succès de la mise en œuvre de la stratégie. Chaque institution a pour mandat général de soutenir la filière, et son mandat spécifique dans la mise en œuvre de la stratégie est clairement identifié dans le plan d'action.

## CADRE DE SUIVI ET D'ÉVALUATION

Pour que la mise en œuvre de la stratégie soit efficace, il faut une coordination efficiente des interventions, mais surtout un suivi continu et une évaluation constante des résultats. Ceci est essentiel pour pouvoir identifier le besoin de mesures correctives, les définir et les intégrer à la planification des prochaines interventions. Le plan d'action de la stratégie définit des indicateurs de suivi et d'évaluation pour chaque activité de la stratégie. Ces indicateurs serviront de référentiel pour mesurer le succès de la mise en œuvre. Cependant, le suivi de la stratégie implique également un processus dynamique permettant aux parties prenantes de définir de nouveaux indicateurs de succès, ainsi que des outils de vérification adaptés aux besoins évolutifs de la mise en œuvre.

Les structures de gouvernance de la stratégie devront rapidement mettre en place un mécanisme de suivi et d'évaluation des résultats. Ce système doit permettre la production de rapports d'activité pour rendre compte au Comité national d'exportation et au Cabinet des Ministres de la progression de la mise en œuvre.

## FINANCEMENT DE LA MISE EN ŒUVRE

Le financement de la mise en œuvre de la stratégie se fera selon trois modalités distinctes : le financement public, le financement privé, et le soutien des agences et organisations internationales.

Le plan d'action de la stratégie identifie des institutions nationales responsables de la mise en œuvre de certaines actions. Les actions identifiées concordent avec les mandats de ces institutions. Par conséquent, il reviendra à ces institutions de planifier les actions dont elles ont la charge, et de les intégrer dans leurs plans de travail annuels. Ces plans de travail annuels seront normalement soutenus par le budget national, dans le cadre du mandat de ces institutions. Il sera également possible pour l'institution de mobiliser des ressources en coordination avec l'unité technique et le secrétariat exécutif afin d'éviter des doublons.

Un nombre important d'activités seront directement mises en œuvre par les acteurs privés dans le cadre de leurs opérations annuelles. Les ressources du secteur privé pourront également être mobilisées à travers des partenariats public-privé.

Le développement de synergies avec les agences et organisations internationales est importante afin d'assurer une mise en œuvre complète et rapide de la stratégie. Tel qu'indiqué dans ce document, de nombreux projets en cours, ou planifiés, possèdent déjà des synergies avec les priorités de la stratégie. Il sera de la responsabilité des institutions de mise en œuvre d'élaborer, en collaboration avec le secrétariat exécutif, des propositions de projet à soumettre aux agences et organisations internationales.



(cc) Wayan Vota.





(cc) Energy for All 2030.



(cc) Energy for All 2030.

# STRATÉGIE NATIONALE D'EXPORTATION DE LA RÉPUBLIQUE DE CÔTE D'IVOIRE

## STRATÉGIE SECTORIELLE ANACARDE

### PLAN D'ACTION

Le plan d'action de la stratégie « anacarde » est structuré autour des 5 objectifs stratégiques mentionnés, dont chacun est composé d'un ensemble d'activités de mise en œuvre, regroupés en objectifs opérationnels. Les niveaux de priorité 1, 2, et 3, correspondent à une

mise œuvre à court terme (1 an), moyen terme (1-3 ans) et long terme (>3 ans) respectivement. Les coûts indiqués sont des estimations et devront être réévalués dans le cadre de la mise en œuvre de la stratégie.



Objectif stratégique 1 : Généraliser le niveau de qualité de production et accroître le potentiel de productivité des acteurs du secteur de l'anacarde afin de répondre aux exigences des acheteurs internationaux.								
Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1=élevée 3=fable	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$E.-U.)
1.1. Améliorer les standards de qualité et les rendre obligatoires.	<p>Référencer et aligner les normes de qualité aux exigences des acheteurs.</p> <p>Organiser des ateliers de sensibilisation des acteurs de la filière aux normes de qualité des produits de l'anacarde et au potentiel de profits.</p> <p>Mettre en place un partenariat public-privé (PPP) pour identifier un degré minimum de qualité pour la production de l'anacarde.</p> <p>Fixer un niveau minimum de normes de qualité obligatoire pour les acteurs de la filière.</p>	1	Toute la filière	La liste des normes de qualité est éditée.	CODINORM	Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère du Commerce, Ministère de l'Agriculture		100000
		2	Toute la filière	20 % des opérateurs de la filière ont participé.	CODINORM	Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		3000000
		2	Toute la filière	Un PPP est établi.	CODINORM	Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		3000000
		1	Toute la filière	Le décret est officiel.	Ministère de l'Agriculture	CODINORM, Ecocert, Control Union, FLO, ITC,		50000
1.2. Renforcer l'accès aux intrants de bonne qualité.	<p>Recenser et caractériser les variétés existantes dans les vergers et créer de nouvelles variétés plus performantes.</p> <p>Sélectionner et vulgariser les variétés les plus performantes.</p> <p>Mettre en place un système de suivi dans la mise à disposition d'intrants de qualité auprès des producteurs.</p>	1	Producteurs, coopératives, CNRA	Liste des variétés est dressée.	CNRA	Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		500000
		1	Producteurs, coopératives, CNRA	La liste des variétés sélectionnées est dressée.	CNRA	Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		500000
		1	Producteurs, coopératives, CNRA	Le nombre d'intrants mis à disposition des producteurs et suivis est connu et suffisant.	CNRA	Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		500000
		2	Producteurs, coopératives, CNRA	Le PPP pour la recherche est établi.	CNRA	Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		2000000
1.3. Accroître les rendements de production et améliorer le processus de stockage.	<p>Sélectionner un groupe de coopératives afin de les former aux bonnes pratiques agricoles ; et élaborer des itinéraires techniques et des guides de bonne pratique agricole et post-récolte adaptés à chaque variété sélectionnée.</p> <p>Coacher le groupe de coopératives sur la mise en place des bonnes pratiques de production.</p> <p>Organiser des séminaires de dissémination des documents relatifs aux itinéraires techniques et aux guides de bonne pratique agricole et post-récolte, et sensibiliser les producteurs individuels à ces activités afin de les inciter à se joindre à ce processus.</p>	1	Producteurs, coopératives	10 coopératives ont accepté de participer.	Interprofession	CNRA, OPA, CCA, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		100000
		1	Producteurs, coopératives	10 coopératives ont accepté de participer.	Interprofession	CNRA, OPA, CCA, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		200000
		2	Producteurs, coopératives	20 % des producteurs et coopératives participent aux séminaires.	Interprofession	CNRA, OPA, CCA, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		300000



Objectif stratégique 1 : Généraliser le niveau de qualité de production et accroître le potentiel de productivité des acteurs du secteur de l'anacarde afin de répondre aux exigences des acheteurs internationaux.								
Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1=élevée 3=faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$E.-U.)
1.3. Accroître les rendements de production et améliorer le processus de stockage.	Référencer les conditions de stockage et identifier les bonnes pratiques développées dans d'autres pays.  Intégrer et renforcer les bonnes pratiques de stockage.	1	Producteurs, coopératives	5 recommandations ont été proposées.	Interprofession	CNRA, OPA, CCA, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		50000
		1	Producteurs, coopératives	5 recommandations ont été mises en pratique.	Interprofession	CNRA, OPA, CCA, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		50000
	Faire un suivi de l'intégration des bonnes pratiques de stockage à travers des activités de coaching.	2	Producteurs, coopératives	50 % des bonnes pratiques ont été intégrées.	Interprofession	CNRA, OPA, CCA, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		100000
1.4. Faciliter l'accès au matériel végétal pour l'ensemble de la filière.	Subventionner le secteur pour 3 ans afin de permettre aux producteurs d'accéder à du matériel végétal performant.  Créer un fonds pour la recherche, qui donne accès aux dernières évolutions.	2  1	Producteurs, coopératives  Producteurs, coopératives, CNRA	20 % des producteurs ont accès à des végétaux performants.  Le fonds est établi.	Interprofession	CNRA, OPA, CCA, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture	Existe déjà	5000000
	Organiser un réseau régional de recherche de matériel végétal.	3	Producteurs, coopératives	La liste des membres du réseau est établie.	Interprofession	CNRA, OPA, CCA, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		2000000

Objectif stratégique 2 : Faciliter les possibilités de diversification des produits de l'anacarde issus de la noix brute ou décortiquée et accroître la capacité de transformation de la noix de cajou de 10 % à 50 % dans les 5 ans à venir.								
Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1=élevée 3=faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$E.-U.)
2.1. Mettre en place un processus de diversification des produits de l'anacarde.	Confirmer l'identification des produits (la noix brute ou décortiquée, la pomme et les dérivés) les plus exportables et les marchés les plus intéressants.  Organiser des ateliers de sensibilisation sur le potentiel à l'exportation de la noix brute ou décortiquée, la pomme et les dérivés).	2	Toute la filière	La liste des produits sélectionnés est établie.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		50000
	Sélectionner 10 coopératives intéressées par la diversification de leur production.	2	Toute la filière	Les principaux opérateurs sont présents.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		100000
	Former les 10 coopératives sur les bonnes pratiques des opérations post-récoltes (séchage, conditionnement, stockage) pour ces produits dérivés.	2	Coopératives, producteurs, transformateurs	10 coopératives sont sélectionnées.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		-
	Mettre à disposition des 10 coopératives le matériel végétal de ces dérivés.	2	Coopératives, producteurs, transformateurs	10 coopératives ont été formées.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		400000
	Mettre à disposition des 10 coopératives le matériel végétal de ces dérivés.	1	Coopératives, producteurs, transformateurs	Les 10 coopératives ont reçu du matériel végétal.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		400000

Objectif stratégique 2 : Faciliter les possibilités de diversification des produits de l'anacarde issus de la noix brute ou décortiquée et accroître la capacité de transformation de la noix de cajou de 10 % à 50 % dans les 5 ans à venir.

Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1=élevée 3=faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$E.-U.)
2.1. Mettre en place un processus de diversification des produits de l'anacarde.	Développer une approche marketing pour chacune des 10 coopératives pour la commercialisation de ces nouveaux produits.	1	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	10 plans marketing ont été développés.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		200000
	Organiser des séminaires de dissémination des résultats obtenus pour les opérateurs de la filière.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	Les principaux opérateurs sont présents lors des séminaires.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		150000
2.2. Développer des unités de transformation en lien avec l'accroissement de la production.	Mettre en place un comité de consultation sur le développement d'unités de transformation.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	Le comité est établi.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		300000
	Évaluer la production nécessaire à la transformation.	1	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	Le rapport confirme les possibilités d'accroître la production à des fins de transformation.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		100000
	Établir un agenda de développement des unités de transformation.	1	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	Un agenda de développement est approuvé.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		100000
	Identifier les mesures incitatives dans le cadre du développement de la transformation.	1	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	5 mesures incitatives sont identifiées.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		25000
	Mettre en place un cadre réglementaire pour la mise en œuvre des mesures incitatives.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	Le cadre réglementaire est publié.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		25000
	Développer une approche marketing facilitant l'accès aux réseaux de distribution des produits transformés.	1	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	L'approche marketing est finalisée.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		250000
	Agréer un standard de qualité répondant aux exigences des acheteurs régionaux et internationaux.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	Un standard minimum de qualité est agréé.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		1000000
	Sélectionner un groupe de coopératives intéressées par le développement d'unités de transformation.	2	Coopératives, producteurs	10 coopératives sont sélectionnées.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		50000



Objectif stratégique 2 : Faciliter les possibilités de diversification des produits de l'anacarde issus de la noix brute ou décortiquée et accroître la capacité de transformation de la noix de cajou de 10 % à 50 % dans les 5 ans à venir.								
Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1=élevée 3=faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$E.-U.)
2.2. Développer des unités de transformation en lien avec l'accroissement de la production.	Former le groupe aux techniques de transformation, à la maintenance des équipements, au développement marketing et à la commercialisation des produits.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	Les 10 coopératives ont participé aux formations.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		500000
2.3. Accéder à la technologie et à son financement.	Organiser des séminaires de dissémination des résultats obtenus pour les opérateurs de la filière.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	Les principaux opérateurs sont présents.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		100000
2.3. Accéder à la technologie et à son financement.	Identifier l'équipement nécessaire pour les petites et moyennes unités de transformation.	1	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	L'équipement nécessaire à la transformation est identifié.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		100000
3.1. Renforcer les services d'information commerciale et technique.	Faciliter l'acquisition des équipements de transformation par exonération des droits et taxes sur 3 ans.	1	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	5 coopératives ont accès à l'équipement et à l'exonération des droits et taxes sur 3 ans.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		3000000
3.1. Renforcer les services d'information commerciale et technique.	Organiser des séminaires de dissémination d'information sur les opportunités de transformation de l'anacarde auprès des investisseurs potentiels.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs	Les principaux opérateurs sont présents.	CCA	CNRA, OPA, Interprofession, Ecocert, Control Union, FLO, ITC, Ministère de l'Agriculture		100000

**Objectif stratégique 3 : Renforcer les services d'appui au commerce de la filière, en relation avec l'information commerciale et technique, le transport et la logistique, les processus d'exportation et le financement.**

Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1=élevée 3=faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$E.-U.)
3.1. Renforcer les services d'information commerciale et technique.	Renforcer le conseil du coton et de l'anacarde (CCA) par la création d'un centre d'intelligence commerciale et technique sur l'anacarde et ses dérivés.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs, CCA	Le centre d'intelligence commerciale et technique est établi.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		300000
3.1. Renforcer les services d'information commerciale et technique.	Sensibiliser les opérateurs aux exigences des acheteurs et des tendances des marchés à travers une série d'ateliers.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, transformateurs, CCA	Les principaux opérateurs sont présents.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		200000
3.1. Renforcer les services d'information commerciale et technique.	Organiser des réunions afin de renforcer les liens entre le futur centre d'intelligence commerciale et technique et l'African Cashew Alliance (ACA).	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, CCA	Le lien entre le centre d'intelligence et l'ACA est officialisé.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		200000

Objetif stratégique 3 : Renforcer les services d'appui au commerce de la filière, en relation avec l'information commerciale et technique, le transport et la logistique, les processus d'exportation et le financement.

Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1=élevée 3=faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$E.-U.)
3.2. Renforcer l'organisation des transports et la logistique de la filière.	Référencer les conditions de transport et identifier les bonnes pratiques développées dans d'autres pays.	1	Transporteurs, CCA	5 bonnes pratiques sont identifiées.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		100000
	Organiser avec les transporteurs, les opérateurs logistiques et l'interprofession une série d'ateliers afin d'améliorer l'efficacité du service des transports dans la filière.	2	Transporteurs, coopératives, producteurs, exportateurs, CCA	5 recommandations sont identifiées.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		300000
	Sélectionner 5 transporteurs et les aider à intégrer les nouvelles techniques de transport à travers un coaching.	2	Transporteurs, CCA	Les 5 transporteurs sélectionnés ont intégré les nouvelles techniques de transport.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		300000
	Sélectionner un groupe de coopératives et les aider à intégrer les nouvelles techniques de logistiques.	3	Transporteurs, coopératives, producteurs, exportateurs, CCA	Les 10 coopératives sélectionnées ont intégré les nouvelles techniques logistiques.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		500000
	Faire un suivi de la bonne intégration des bonnes pratiques de transport à travers des activités de coaching.	3	Coopératives, producteurs, exportateurs, CCA	2 transporteurs et 5 coopératives continuent d'utiliser les nouvelles pratiques.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		100000
	Organiser des séminaires de sensibilisation sur les résultats des nouvelles techniques de transport et logistiques auprès des opérateurs de la filière.	2	Coopératives, producteurs, exportateurs, CCA	Les principaux opérateurs sont présents.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		200000
3.3. Faciliter le processus administratif pour l'exportation des produits de l'anacarde.	Développer un guide du processus d'exportation pour la filière, qui inclut les documents nécessaires à l'exportation des produits bruts et transformés.	1	Coopératives, exportateurs, CCA	Le guide est finalisé.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		70000
	Organiser des séminaires pour les opérateurs sur les techniques d'exportation et plus particulièrement sur les documents nécessaires à l'exportation.	1	Coopératives, exportateurs, CCA	50 opérateurs ont participé aux séminaires.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		300000
	Sélectionner un groupe de coopératives pour les former et les coacher sur le processus d'exportation.	1	Coopératives, exportateurs, CCA	10 coopératives sélectionnées ont intégré de nouvelles techniques d'exportation.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		100000

Objectif stratégique 3 : Renforcer les services d'appui au commerce de la filière, en relation avec l'information commerciale et technique, le transport et la logistique, les processus d'exportation et le financement.								
Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1=élevée 3=faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$E.-U.)
3.3. Faciliter le processus administratif pour l'exportation des produits de l'anacarde.	Organiser une série de rencontres entre le groupe de coopératives et les différentes institutions d'appui au processus d'exportation afin d'améliorer le processus de transmission des documents d'exportation.	1	Coopératives, exportateurs, CCA	5 recommandations pour améliorer l'efficacité du processus de transmission des documents d'exportation sont identifiées.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		200000
3.4. Vulgariser les exigences et procédures d'accès aux crédits.	Organiser des séminaires de dissémination des résultats obtenus pour l'ensemble de la filière.	2	Toute la filière, CCA	Les principaux opérateurs sont présents.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		200000
3.4. Vulgariser les exigences et procédures d'accès aux crédits.	Développer un guide de financement des exportations spécifique à la filière.	1	Coopératives, exportateurs, CCA	Le guide est finalisé.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		100000
3.5. Construire de meilleures relations avec les banques.	Organiser des séminaires avec les opérateurs sur les techniques de financement d'exportation, et plus particulièrement sur les documents nécessaires pour accéder aux crédits.	1	Coopératives, exportateurs, CCA	5 recommandations pour améliorer l'efficacité du processus de financement à l'exportation sont identifiées.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		500000
3.5. Construire de meilleures relations avec les banques.	Organiser une série de rencontres entre les représentants de la filière et les différentes banques afin d'améliorer les accès aux crédits.	1	Toute la filière, CCA	5 recommandations pour améliorer l'efficacité du processus d'accès aux crédits sont identifiées.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		300000
3.5. Construire de meilleures relations avec les banques.	Organiser des séminaires de dissémination des résultats obtenus pour l'ensemble de la filière.	1	Toute la filière, CCA	Les principaux opérateurs sont présents.	CCA	CCA, OPA, Interprofession, CCI-CI, APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce		200000

Objectif stratégique 4 : Renforcer l'organisation et la formation des acteurs de la filière anacarde en mettant en place une interprofession forte et un système d'encadrement efficace.								
Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1 = élevée 3 = faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (SE.-U.)
4.1. Renforcer le Conseil du coton et de l'anacarde (CCA).	Organiser une série de réunions sous l'égide du CCA entre les représentants publics et les opérateurs de la filière afin de bien évaluer les besoins nécessaires au fonctionnement durable du CCA et mettre en place un agenda des recommandations identifiées.	1	CCA	5 recommandations sont identifiées. L'agenda est validé.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		100000
	Mettre en place des formations pour les employés du CCA, dans les domaines de la gestion et de la transmission des connaissances techniques.	3	CCA	L'agenda de formation est finalisé.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		300000
	Développer une unité technique au sein du CCA, qui couvre les activités de production et de transformation, à travers la formation des employés du CCA.	3	CCA	L'unité technique est opérationnelle.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		300000
	Développer une unité export/marketing au sein du CCA, qui couvre les activités d'exportation et de marketing, à travers la formation des employés du CCA.	3	CCA	L'unité export/marketing est opérationnelle.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		300000
4.2. Créer un fonds d'exportation pour l'ensemble des opérateurs de la filière.	Établir les bases légales du fonds d'exportation, en comparant les fonds existants dans d'autres pays et d'autres filières, et en l'adaptant à la filière anacarde de Côte d'Ivoire.	1	CCA, toute la filière	Le fonds est établi.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		5000000
	Mettre en place un groupe d'appui bancaire pour l'apport de conseils financiers.	1	CCA, toute la filière	Le groupe d'appui bancaire est établi.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI, Association des banquiers		1000000
	Fixer un prélèvement automatique d'un petit pourcentage sur les exportations de produits bruts ou transformés afin de financer les crédits.	1	CCA, toute la filière	Un taux est établi.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		n.d.
	Répartir annuellement une partie du fonds d'exportation pour l'aide directe aux opérateurs, dans les domaines de la formation, la recherche et l'innovation, l'achat d'intrants et d'équipement, et l'accès aux crédits à l'exportation.	1	CCA, toute la filière	Les opérateurs ont accès au fonds d'exportation.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		n.d.

Objectif stratégique 4 : Renforcer l'organisation et la formation des acteurs de la filière anacarde en mettant en place une interprofession forte et un système d'encadrement efficace.

Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1 = élevée 3 = faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$E.-U.)
4.3. Développer des formations sur les bonnes pratiques de production et de post-récolte, de stockage et logistique, de transformation, d'opération à l'exportation et de marketing, et de financement.	Développer un guide technique de production et post-récolte.	2	Producteurs, coopératives	Le guide est finalisé.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		300000
	Développer un guide technique pour le stockage.	2	Producteurs, coopératives	Le guide est finalisé.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		
	Développer un guide technique pour le transport et la logistique.	1	Transporteurs	Le guide est finalisé.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		
	Développer un guide technique pour les activités de transformation.	1	Transformateurs	Le guide est finalisé.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		
	Développer un guide technique pour les opérations d'exportation et de marketing.	1	Coopératives, exportateurs	Le guide est finalisé.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI		
Développer un guide technique pour le financement des exportations.	1	Coopératives, exportateurs	Le guide est finalisé.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI			
Intégrer à toutes les formations des activités de coaching.	1	Toute la filière	Toutes les formations ont identifiées les processus de coaching.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI			100000
Organiser des séminaires de dissémination des résultats auprès des opérateurs de la filière pour les inciter à participer aux formations.	1	Toute la filière	Les principaux opérateurs sont présents.	CCA	APEX-CI, ITC, Ministère de l'Agriculture Ministère du Commerce, CCI-CI			100000



Objectif stratégique 5 : Étendre le réseau de commercialisation des produits et de leurs dérivés aux niveaux sous régional et international.

Objectifs opérationnels	Activités	Priorité 1=élevée 3=faible	Bénéficiaires	Mesures cibles	Principal partenaire de mise en œuvre	Partenaires de soutien de la mise en œuvre	Programmes existants	Coût estimé (\$.- U.)
5.1. Identifier les marchés existants, les marchés potentiels et les réseaux de distribution.	Identifier les marchés cibles aux niveaux sous régional et international pour les produits bruts et transformés.  Identifier les réseaux de distribution sur les marchés cibles.	1	Coopératives, exportateurs	5 marchés et 5 produits transformés sont identifiés. Stratégies marketing détaillées pour chaque marché cible sont développées.	APEX-CI Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI, APEX-CI		250000
5.2. Renforcer et développer les réseaux de distribution.	Renforcer les réseaux existants en développant des outils de communication permettant d'avoir des informations clés rapidement.  Identifier de nouveaux agents de distribution pour les nouveaux marchés cibles.	1	Coopératives, exportateurs	5 nouveaux réseaux de distribution sont identifiés et établis.	APEX-CI Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI, APEX-CI		250000
5.3. Créer une image de marque et un label représentant les opérateurs et les produits de la filière.	Développer les réseaux existants en développant des outils de communication permettant d'avoir des informations clés rapidement.  Identifier de nouveaux agents de distribution pour les nouveaux marchés cibles.  Développer avec les autres opérateurs des filières régionales une concertation sur l'optimisation de l'accès aux réseaux de distribution des marchés régionaux et internationaux.	1	Coopératives, exportateurs	2 outils de communication sont mis en place.  2 nouveaux agents de distribution sur les nouveaux marchés cibles acceptent de s'occuper des produits ivoiriens.	APEX-CI Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI, APEX-CI		200000
5.3. Créer une image de marque et un label représentant les opérateurs et les produits de la filière.	Développer avec les autres opérateurs des filières régionales une concertation sur l'optimisation de l'accès aux réseaux de distribution des marchés régionaux et internationaux.	1	Coopératives, exportateurs	Un cadre de concertation est formalisé et 25% des exportateurs y participent	APEX-CI Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI		250000
5.3. Créer une image de marque et un label représentant les opérateurs et les produits de la filière.	Développer un label d'origine pour les produits de Côte d'Ivoire.	1	Coopératives, exportateurs	Le label est créé.	Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI		500000
5.3. Créer une image de marque et un label représentant les opérateurs et les produits de la filière.	Créer une image de marque pour la qualité et l'efficacité de l'ensemble de la filière.	1	Coopératives, exportateurs	L'image de marque est créée.	Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI		500000
5.3. Créer une image de marque et un label représentant les opérateurs et les produits de la filière.	Développer une approche marketing et utiliser l'ensemble des outils des réseaux sociaux pour accentuer l'impact.	1	Coopératives, exportateurs	L'approche marketing est finalisée.	Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI		250000
5.4. Développer le processus de promotion de la filière.	Développer un plan marketing pour la promotion de la filière.  Sélectionner un groupe de coopératives pour participer à des foires et des salons ciblés.	1	Coopératives, exportateurs	Le plan marketing est finalisé.	Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI		250000
5.4. Développer le processus de promotion de la filière.	Sélectionner un groupe de coopératives pour participer à des foires et des salons ciblés.	1	Coopératives, exportateurs	Le groupe est sélectionné.	Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI		500000
5.4. Développer le processus de promotion de la filière.	Organiser des séminaires afin de préparer les participants aux foires régionales et internationales.	1	Coopératives, exportateurs	2 séminaires de préparation ont été organisés.	Interprofession	CCA, ITC, Ministère de l'Agriculture, Ministère du Commerce, CCI-CI		500000

# BIBLIOGRAPHIE

- ACA, Démarches et cahiers des charges pour l'établissement de filières durables. Commerce international, réforme de l'OMC et contrat de filières durables, 2011, ([www.africancashewalliance.com/fr](http://www.africancashewalliance.com/fr)), consulté le 16/03/2014.
- ACA, Manuel Technique : Accompagner les acteurs de la filière dans la commercialisation des noix de cajou 2012, ([www.africancashewalliance.com/fr](http://www.africancashewalliance.com/fr)), consulté le 15/03/2014.
- ACA, Modèle des stratégies de vente anacarde - des exemples et des pistes d'analyse pour l'accompagnement de producteurs d'anacarde dans l'amélioration de leur commercialisation , 2011, ([www.africancashewalliance.com/fr](http://www.africancashewalliance.com/fr)) consulté le 03/03/2014.
- ACA, Fiche filière anacarde Côte d'Ivoire - une affiche pratique pour les professionnels de l'anacarde en Côte d'Ivoire qui présente synthétiquement la chaîne de valeur et l'organisation géographique de la filière, 2011, ([www.africancashewalliance.com/fr](http://www.africancashewalliance.com/fr)) consulté le 12/02/2014.
- ACA, Les fondamentaux du marché international de l'anacarde - bref aperçu de la situation actuelle du marché international de l'anacarde, basé sur des données fiables et actualisées, 2011, ([www.africancashewalliance.com/fr](http://www.africancashewalliance.com/fr)), consulté le 12/02/2014.
- ACA, Modèle de contrats entre acteurs de la filière noix de cajou, 2011, ([www.africancashewalliance.com/fr](http://www.africancashewalliance.com/fr)), consulté le 05/03/2014.
- Dedzoe C.D., Senayah, J.K., and Asiamah R.D. *Suitable Agro-ecologies for cashew (Anacardium Occidentale L.) Production in Ghana*. Soil Research Institute, Academy Post Office. West African Journal of Applied Ecology, vol 2. 2001. 103-118.
- IRD. Les bases de la filière cajou Projet d'amélioration de la chaîne de valeurs du cajou dans le Bassin du fleuve Gambie (CEP) 2011, 20p.
- Rapport de l'Autorité de régulation du coton et de l'anacarde (ARECA), 2012.
- Site Internet de l'Organisation non gouvernementale RONGEAD : <http://www.rongead.org/>.
- Site Internet du Fonds interprofessionnel pour la recherche et le conseil agricoles (FIRCA) : <http://www.firca.ci/>.
- Site Internet du Ministère de l'Agriculture de la Côte d'Ivoire : [http://www.agriculture.gouv.ci/index.php?option=com\\_content&view=article&id=74](http://www.agriculture.gouv.ci/index.php?option=com_content&view=article&id=74).



(cc) Richard Vignola.



(cc) Richard Vignola.



  
Programme d'Appui au Commerce et à l'Intégration Régionale



Union européenne



**Siège:** 54-56, rue de Montbrillant  
1202 Genève, Suisse  
**Adresse postale:** ITC Palais des Nations  
1211 Genève 10, Suisse  
**Téléphone:** +41-22 730 0111  
**Fax:** +41-22 733 4439  
**E-mail:** [itcreg@intracen.org](mailto:itcreg@intracen.org)  
[www.intracen.org](http://www.intracen.org)