



MINISTÈRE DE L'AGRICULTURE



**BUREAU DE STRATÉGIE ET DE DÉVELOPPEMENT (BSD)**

**PROJET DE DÉVELOPPEMENT DE LA FILIÈRE RIZ**

**EN BASSE GUINÉE**



**Composante d'appui à l'émergence d'une interprofession rizicole**

## **Valorisation et amélioration de la commercialisation du riz de mangrove (Bora Malé)**

**\* \* \***

Résumé du rapport de stage de Jessica Norsa (Istom)

NOVEMBRE 2011

Encadrement BSd et Gret



## Sommaire

<b>1. Travaux réalisés</b> .....	1
1.1 Étude marketing.....	1
1.2 Analyse de la dynamique organisationnelle et étude de la promotion du riz de mangrove à Conakry .....	2
<b>2. Principaux résultats</b> .....	2
2.1 Une typicité et une notoriété à valoriser .....	2
2.2 Des circuits de distribution et de vente à Conakry à améliorer .....	3
2.3 Une dynamique organisationnelle autour la définition du riz Bora Malé et de la gestion de la qualité.....	6
2.4 La nécessité de faire le lien avec les commerçantes et de valoriser le riz sur le marché de Conakry .....	9
2.5 Recommandations.....	12

Suite à l'atelier national sur la valorisation du riz de mangrove, il avait été retenu de réaliser une étude du marché de Conakry et un test de commercialisation à Conakry. Une stagiaire de l'Istom, Jessica Norsa, encadrée par le Gret et le BSD, avec l'appui de la coordination du projet Riz BG, a été mobilisée pour mieux connaître les motivations de consommation et les perspectives de marché dans le cadre de la promotion d'un produit dont la qualité et l'origine seraient certifiées, d'identifier les vendeuses de riz Bora Malé et plus spécifiquement un groupement pour une action pilote de promotion du riz Bora Malé à Conakry en lien avec les étuveuses appuyées par le projet.

## **1. Travaux réalisés**

Les principales activités menées entre avril et début septembre sont les suivantes :

### **1.1 Étude marketing**

#### **■ Identification de l'univers produits**

- ▷ Caractérisation des différents types de riz disponibles en visitant les deux principaux de Conakry et en réalisant des entretiens aléatoires.

Les critères retenus sont :

- type de riz (local/importé et si local : mangrove/coteau/plaine),
- provenance du riz (région/localités),
- riz étuvé ou non,
- prix de vente.

#### **■ Étude de la distribution**

- ▷ Réalisation de 100 entretiens auprès de détaillantes et de 50 entretiens auprès de grossistes et 12 marchés de Conakry pour identifier les attentes sur les caractéristiques du riz de mangrove et les modes d'approvisionnement actuels des distributeurs.

Les commerçantes de riz ont également été interrogées sur leurs possibles problèmes d'écoulement des stocks et d'approvisionnement, ainsi que sur l'intérêt de payer plus cher un riz dont l'origine et la qualité seraient certifiées.

#### **■ Étude de la consommation**

- ▷ Réalisation de 100 enquêtes auprès des ménages consommateurs de riz Bora Malé et 50 enquêtes dans des restaurants afin de préciser les attentes des consommateurs de riz Bora Malé, d'identifier les déterminants et pratiques d'achat et de vérifier l'intérêt des consommateurs pour un riz de mangrove dont l'origine et la qualité seraient certifiées.
- ▷ Quatre entretiens de groupe (focus group) de 10 personnes, organisés avec l'appui de l'association des consommateurs afin d'identifier les préférences des consommateurs pour un type de riz (comparaison de trois types de riz lors des entretiens) ainsi que les modalités de reconnaissance de la nature des différents riz. Les participants ont dû également définir les principaux critères de qualité de chaque type de riz.

Lors des entretiens deux types de tests ont été mis en place : un *test de distinction à l'œil nu* et un *test de préférence basé sur la dégustation à l'aveugle* d'un traditionnel type riz-sauce (arachide) cuisiné avec les trois principaux types de riz (riz de mangrove, riz de Forêt, riz importé). Ils ont été suivis d'un entretien de groupe a été mis en place afin de confronter les différentes idées des consommateurs sur les riz consommés et la place du riz Bora Malé en Guinée.

Il convient d'ajouter qu'à cette analyse marketing, se sont ajoutés différents entretiens qualitatifs avec les autres acteurs de la filière nous permettant d'identifier les différentes stratégies de commercialisation de chacun.

## 1.2 Analyse de la dynamique organisationnelle et étude de la promotion du riz de mangrove à Conakry

Les travaux ont consisté à analyser la structuration de la filière et surtout de participer à divers ateliers interprofessionnels dont celui de Boké pour la Basse guinée et de Mamou qui a regroupé les acteurs de toutes les régions rizicoles.

Il s'est agit ensuite de favoriser les contacts entre les vendeuses de Conakry et les acteurs de la filière en Basse Guinée et d'étudier les possibilités d'améliorer des lieux de vente à Conakry pour mettre en avant le riz Bora Malé.



Vannage du riz Bora Malé par les étuveuses



Vente de riz (Norsa, 2011)

## 2. Principaux résultats

### 2.1 Une typicité et une notoriété à valoriser

Les tests visuels et les tests de dégustation montrent que les consommateurs reconnaissent bien à la vue et au goût le riz importé et le riz local. La distinction entre le riz Bora Malé et le riz de Forêt semble plus difficile visuellement mais est bien réalisée à la dégustation (70 % reconnaissant le riz Bora Malé). En revanche, moins de la moitié des participants (42%) reconnaissent à la dégustation le riz de Forêt (riz local sans pouvoir spécifier l'origine). ***Le riz Bora Malé reste le riz le plus apprécié lors de ces tests quelle que soit la région d'origine des participants.***

La très grande majorité des consommateurs de riz Bora Malé interrogés déclarent ne pas consommer d'autres riz locaux (par contre la moitié consomme aussi du riz importé pour des questions de disponibilité et de prix à certaines périodes de l'année). D'ailleurs plus de 40 % pensent que l'origine joue un rôle sur la qualité en citant le riz de la Basse Guinée comme le meilleur (et particulièrement celui de Koba).

Parmi les consommateurs de Bora Malé interrogés, plus de 40 % sont originaires du Fouta Djallon et environ 25 % de Haute Guinée et autant de Basse Guinée. Les résultats des focus group (tests visuels) confirment ces tendances avec une préférence des participants de la Guinée Forestière pour le riz de Forêt (puis riz Bora Malé et importé) et une préférence des ceux de la Basse Guinée et Haute Guinée pour le riz Bora Malé. Pour les personnes de la Basse Guinée, le second riz préféré est le riz importé alors que celles de la Haute Guinée place le riz de Forêt en seconde position.

98 % des consommateurs affirment préférer le riz Bora Malé et souhaiteraient en consommer plus pour arrêter d'acheter le riz importé (moins cher) ou pour retrouver un niveau de consommation

antérieur (diminué avec l'augmentation des prix du riz). Les motivations d'achat du riz Bora Malé semblent assez variées : habitudes alimentaires, bonne conservation du riz (71 %), goût (68 %), propreté (56 %) des consommateurs de riz de mangrove interrogés.

Par ailleurs, 69 % des consommateurs affirment leur intérêt pour un riz Bora Malé dont l'origine et la qualité seraient certifiées et dont le prix serait nécessairement plus élevé. Le prix moyen que les consommateurs sont prêts à payer est de 9 700 GNF/kg (soit environ 20% plus cher que le riz moyen d'achat lors de l'enquête).

## **2.2 Des circuits de distribution et de vente à Conakry à améliorer**

### **■ Vendeuses : des critères de qualité essentiellement visuels**

Trois principaux types de riz sont vendus sur les marchés de Conakry, riz importé, riz Bora Malé (riz de mangrove de la Basse Guinée) et riz de Forêt<sup>1</sup>. Le riz Bora Malé étant le riz le plus cher, suivi par le riz de Forêt, puis le riz importé. Près de la moitié ne vendent que du riz de mangrove pour des raisons de manque de trésorerie pour acheter d'autres types de riz (enquête réalisée en mai), donc il ne s'agit pas véritablement d'une spécialisation.

Les commerçantes définissent le riz Bora Malé comme un riz propre (pas de cailloux, pas de sable, ni de brisures), bien décortiqué et bien étuvé, identifié par des grains courts et gros, translucides. Certaines évoquent également de bonne conservation et de gonflement pendant la cuisson. Seulement 2 d'entre elles évoquent spontanément l'origine du riz comme critère de qualité.

Si 92 % des enquêtées déclarent être intéressées par l'achat de riz Bora Malé dont l'origine et la qualité seraient certifiées, et qui serait conditionné en sac de 50 ou 100 kg étiquetés, le prix proposé est sensiblement le même que le prix du marché (pas de « prime » qualité)

### **■ Une clientèle de ménages aisés à « moyens » et des restaurants**

Les principaux clients des commerçantes sont les restaurants (32 %) pour lesquels elles accordent des crédits, la population « aisée » (30 %) et la classe moyenne (33 %) avec une clientèle d'hommes pour les achats en grande quantité et une clientèle de femmes pour les achats en petites quantités. Enfin, la majorité des commerçantes enquêtées (77 %) estime que la demande en riz Bora Malé augmente à Conakry *malgré la hausse des prix*. Les consommateurs rechercheraient la qualité (*riz Bora Malé réputé*) et sont prêts à payer plus cher pour cela.

De nombreuses commerçantes ont soulevé le désir de pouvoir adhérer à un groupement pour la vente de riz Bora Malé : elles pensent que cela permettrait une diminution des coûts et une facilitation de l'approvisionnement. Lors des enquêtes, seulement 3 groupements formels ont été identifiés à Boussoura, Tanéné et Bonfi Port.

### **■ Des circuits de distribution assez courts**

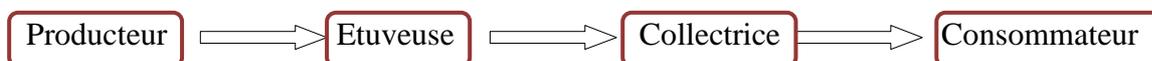
Plus de 60% des commerçantes enquêtées s'approvisionnent en riz Bora Malé dans les zones rurales, en achetant directement à des étuveuses ou à des grossistes revendant le riz des étuveuses dans les marchés hebdomadaires des zones de production. Les autres s'approvisionnent dans les marchés de Conakry. 95 % des vendeuses disent avoir des difficultés d'approvisionnement en riz Bora Malé.

---

<sup>1</sup> La dénomination « riz de Forêt » est donnée au riz provenant de la Guinée Forestière et de la Haute Guinée, les consommateurs ne distinguant pas les différents types de riz produits dans ces régions (riz de plaine, riz de coteaux, riz de bas-fonds).

Elles achètent le riz 1 fois par semaine, soit à des collectrices qui se déplacent dans les zones rurales, soit à des semi-grossistes. Près de la moitié des semi-grossistes vendent entre 1 à 2 tonnes par semaine, alors que plus de 50 % détaillantes se situent plus entre 100 et 500 kg par semaine. Les deux circuits les plus importants sont :

### *Circuit 1*



Ce circuit, très répandu, intègre le métier d'étuveuse. Les collectrices peuvent avoir le statut de semi-grossistes (collecteurs et vendeurs de riz net) qui se déplacent dans les zones rurales pour l'approvisionnement en riz.

### *Circuit 2*



Ce circuit de commercialisation est également très répandu dans la filière. Les commerçantes détaillantes de Conakry se déplacent rarement dans les zones de production pour l'approvisionnement et font appel dans ce cas à des collectrices.

L'étude confirme les constats fait lors de travaux récents du BSd sur les circuits de commercialisation<sup>2</sup> : la fonction de collecte de riz paddy n'est plus assurée (ou de moins en moins) par des collecteurs spécialisés. Les étuveuses privilégient, quand elles le peuvent, l'achat auprès des producteurs (variété homogène, vérification de la qualité, notamment taux d'impuretés, plus aisée) et peuvent stocker quelques temps lorsque le groupement ou l'union a un capital suffisant. L'achat de paddy à des intermédiaires concerne surtout le riz de la société Siguicoda auquel les groupements d'étuveuses de Koba n'ont pas accès (bon d'achat délivré par le ministère de l'agriculture). Elles achètent à l'union de décortiqueurs de Koba (qui fait donc aussi le commerce de paddy et vendent aux étuveuses, en échange du décorticage dans leur atelier) ou à des commerçantes avec les quelles elles ont des liens privilégiés, qui ensuite rachètent et commercialisent le riz net (dans les deux cas, les fournisseurs assurent un préfinancement de l'activité). Il semble que l'essentiel du commerce de riz net soit assurée par des femmes commerçantes installées à Conakry qui se rendent dans les marchés hebdomadaires où elles ont des relations (originaires de la zone, femme de la famille qui exerce l'activité d'étuvage et fait de la « pré-collecte », etc.). On pourrait les appeler « grossistes ou collecteurs mobiles ».



Collectrice de riz net de Conakry  
(marché hebdomadaire de Koba- dimanche)



Collectrice de riz net de Conakry  
(Marché hebdomadaire de Tougnifily- samedi)

<sup>2</sup> Voir note sur la filière riz en Basse Guinée, Rapport de mission Cécile Broutin, juin 2011. 9p.

Les enquêtes auprès des acteurs de la zone montrent les étuveuses s'approvisionnent pour la majorité, 1 fois par semaine après des producteurs (ou dépôt vente) et achètent le riz paddy à l'estagnon<sup>3</sup>. Le prix du riz paddy acheté étant en Avril/Mai de 50 000 GNF/estagnon<sup>4</sup>, les étuveuses revendaient pendant cette période le riz net à 6 500 GNF/kg. En juillet, le prix de vente des étuveuses est monté à 7 500 GNF/kg. Le nombre d'estagnons achetés varie en fonction de la capacité d'étuvage de chacune : entre 5 et 100 estagnons/semaine avec une moyenne d'environ 30 estagnons/semaine (soit environ 360 kg/semaine) pour les étuveuses interrogées. Une fois le riz étuvé, ces opérateurs font appel aux décortiqueurs de leur zone, la transaction se fait soit en nature (1 kg de riz donné pour un estagnon décortiqué), soit en espèce à 3 000 GNF/estagnon décortiqué.

Les collectrices de riz net situées dans les zones de production ont développé des partenariats avec des producteurs et des étuveuses afin de pouvoir suivre l'évolution de la disponibilité en riz. Elles ont donc créé un réseau de collecte. Elles travaillent généralement seules et approvisionnent les marchés de Conakry 1 fois par semaine. Ces collectrices stockent le riz acheté dans un magasin à Conakry qu'elles louent ou parfois le distribuent directement aux détaillantes. Leur marge varie de 300 à 500 GNF/kg et leur capacité moyenne d'achat est de 5 à 10 sacs de 100 kg de riz net par voyage.

La présence de ces différents intermédiaires permet d'expliquer en partie le prix de vente du riz Bora Malé dans la capitale Conakry. Une autre explication de l'importance du prix, à partir notamment d'Avril, est la période de soudure. Les prix moyens se répartissent ainsi dans la filière pour le mois d'Avril/Mai et Juin/Jullet :

*Répartition des prix du riz Bora Malé*

Période	Prix à la collecte pour les étuveuses (riz paddy)	Prix à la vente par les étuveuses (riz net)	Prix à la vente par les collectrices aux détaillantes	Prix à la vente aux consommateurs à Conakry
<b>Avril/ Mai</b>	50 000 GNF/estagnon	6 500 GNF/kg	7 000 GNF/kg	7 500 GNF/kg
<b>Juin/ Juillet</b>	65 000 GNF/ estagnon	7 500GNF/kg	8 000 GNF/kg	8 500 GNF/kg

On note une forte augmentation des prix par rapport à l'étude de marché réalisée en Juillet 2010 qui indiquait un prix de vente à Conakry de 5 000 GNF/kg. Cette augmentation des prix d'une année à l'autre peut s'expliquer par une inflation très marquée et par une campagne 2010/2011 particulière durant laquelle les acteurs de la filière riz de mangrove (notamment les producteurs) ont été confrontés à diverses de difficultés (aléas climatiques notamment).

**En conclusion**, l'étude marketing confirme les potentialités de vente pour le riz Bora Malé. Le riz est ancré dans les habitudes alimentaires des guinéens, et notamment « le riz du pays ». Le riz Bora Malé est reconnu par tous pour sa propreté, sa conservation et son gonflement durant la cuisson. Lors des tests visuels et de dégustation, il est classé en premier.

<sup>3</sup> Mesure traditionnelle : 1 estagnon= 12 kg de riz paddy= 8 kg de riz net.

<sup>4</sup> En décembre, le prix de l'estagnon était de 30 000 GNF.

Trois principaux types de consommateurs ont été identifiés :

- ⇒ Les personnes à haut revenu consommant uniquement le riz Bora Malé. Ces consommateurs achètent majoritairement le riz 1 fois par mois, en grande quantité (50 kg) et continuent à acheter malgré l'augmentation des prix. Ce type de consommateurs recherche la qualité et est prêt à mettre le prix pour avoir du riz Bora Malé considéré comme le riz local le meilleur.
- ⇒ Les personnes à revenu « moyen » consommant habituellement le riz Bora Malé. Ces consommateurs ont dû, avec l'augmentation des prix, modifier leur mode d'approvisionnement. Ils ont diminué les quantités de riz Bora Malé achetées, en le remplaçant par le riz importé (moins cher). Ces consommateurs mélangent parfois le riz Bora Malé et le riz importé ou préparent différents types de plats avec chaque riz. La fréquence d'achat est de 1 fois par semaine et le volume est en moyenne de 10 kg de riz (riz Bora Malé et riz importé).
- ⇒ Les personnes à « bas » revenu consommant uniquement le riz importé : ces consommateurs, malgré une réelle préférence pour le riz local, n'ont plus les moyens d'en acheter.

A l'heure actuelle, les consommateurs à haut revenu représentent donc les clients potentiels d'un riz Bora Malé dont la qualité et l'origine seraient certifiées. Pour les restaurants, cela dépend des clients. Cependant, la majorité des restauratrices interrogées affirment leur intérêt pour l'achat d'un riz Bora Malé dont l'origine et la qualité seraient définies. Les expatriés ne semblent pas quant à eux, être de grands consommateurs de riz Bora Malé car ils ne fréquentent que très peu les marchés pour leurs achats alimentaires, mais, une opération de vente du riz dans un supermarché permettrait de les toucher et d'apprécier le potentiel de vente pour ce type de clientèle.

Peu de consommateurs sont fidèles à une commerçante de riz Bora Malé, ceci s'expliquant par une certaine hétérogénéité du riz sur les marchés de Conakry, les consommateurs recherchant la meilleure qualité possible. Ils manifestent malgré tout le désir de pouvoir se fidéliser à un lieu de vente précis où la qualité du riz acheté serait toujours la même.

Du côté de la distribution, deux types de commerçantes ont pu être identifiées :

- Les détaillantes qui vendent le riz uniquement au kilo. Ces commerçantes s'approvisionnent auprès de collectrices (ou semi-grossistes), 1 fois par semaine, et elles achètent généralement moins de 500 kg,
- Les semi-grossistes vendant le riz au kilo et « au sac ». Leurs clients sont principalement les restaurants et les gros consommateurs (qui achètent une fois par mois). Elles se déplacent dans les zones rurales de production du riz Bora Malé pour l'approvisionnement, 1 fois par semaine, et elles achètent en majorité plus de 1 tonne (et lorsque la disponibilité du riz le permet).

Les commerçantes de riz Bora Malé évoquent une *forte augmentation de la demande à Conakry* et ont signalé leur intérêt pour l'achat d'un riz de qualité qui pourrait mieux se vendre.

### **2.3 Une dynamique organisationnelle autour la définition du riz Bora Malé et de la gestion de la qualité**

La plupart des producteurs de riz se retrouvent au sein de la FOP BG. En effet 86% des sociétaires pratiquent la riziculture (38 000 paysans). Quarante huit pourcent (48%) le font en activité principale et 38%, en activité secondaire Plus de 30 % des membres producteurs de riz ont au moins une partie de leur exploitation dans la zone de mangrove.

Sur l'aval de la filière, l'intervention du projet riz BG à travers la composante d'appui à l'émergence d'une interprofession dont le BSd assure la maîtrise d'ouvrage a permis l'émergence

et le renforcement de 60 groupements répartis dans trois zones (Tougnifily, Kamsar et Koba), représentant plus de 1 360 bénéficiaires. Près de 84% de ces bénéficiaires sont des femmes étuveuses, environ 5% des collecteurs (collectrices) et 11% des décortiqueurs.

Cette structuration de la filière a facilité la définition concertée du riz Bora Malé et des bonnes pratiques à respecter au niveau de chaque groupe d'acteurs. L'atelier interprofessionnel organisé à Boké en mai 2011 a permis de préciser et valider les éléments de définition du riz Bora Malé retenus lors du premier atelier à Kamsar en janvier :

- C'est un riz cultivé dans des plaines (mangroves) où l'eau de mer entre dans la parcelle en période sèche et ensuite l'eau douce en saison des pluies (pratique traditionnelle de culture du riz de plus de 400 ans). Cette alternance est jugée indispensable pour pouvoir utiliser le nom Bora Malé (« riz de boue », ou « de vase ») ;
- Un riz cultivé sans engrais, sans pesticides, ni herbicides : la pratique de gestion présentée ci-dessus permettant une culture sans intrants chimiques. La présence de sel contribue à éliminer naturellement les adventices et l'eau de mer apporte des sédiments qui fertilisent le sol ;
- La dénomination Bora Malé peut être utilisée quelle que soit la variété qui est nécessairement résistante au taux de sel élevé (de très nombreuses variétés, traditionnelles et introduites par la recherche sont utilisées)
- Le riz Bora Malé est blanc (si bien étuvé, décortiqué et usiné), mais il peut persister quelques éléments colorés en fonction des variétés. Les grains sont gros et courts ;
- Le riz Bora Malé est un riz propre, sans brisures, sans cailloux, sans impuretés, ni grains noirs
- Le riz Bora Malé se conserve après cuisson et gonfle bien pendant celle-ci (ces qualités sont permises grâce aux bonnes pratiques des activités de transformation).

Les acteurs ont également précisé les bonnes pratiques qui permettent d'obtenir un riz Bora Malé de qualité

#### *Bonnes pratiques - Producteurs*

- Cultiver un sol de mangrove non acide et sans oxyde de fer (risque d'infection du riz),
- Respecter la qualité définie pour les semences,
- Trier les semences,
- Entretenir les champs régulièrement,
- Respecter le calendrier agricole suivant la variété cultivée afin d'éviter la pousse des mauvaises herbes,
- Mettre en place une bonne gestion de l'eau salée et de l'eau douce,
- Récolter le riz à maturité (ne pas utiliser la faucille si possible),
- Mettre à sécher le riz pendant un mois dans le champ en utilisant des bâches pour augmenter la qualité,
- Utiliser un emballage propre (sacs neufs et cousus avec le poids, la provenance et l'année),
- Stocker les sacs de riz sur des palettes dans un magasin propre, aéré, à l'abri de l'humidité et de la pluie.

Le groupe de travail des producteurs a listé un total d'environ 30 variétés de riz de mangrove cultivées dans les zones de mangrove : Dissi Gbéli, Rocks, RD15, CQ15, Kaoulaka, Katako, Kabirouya, Mafoudia, Mambambe, Farenaya, Encre, Tagna, Fatou-Mare, Bolil Bolil Khôté, Kariya, Kinsampena, Mamoussou, ROK1, Bili Keren, Amara Maale, Laminiya, Missi-Missi, Al Hadj-ya,

Seidouba Salia, Fanyekhoure, Yamponi, Taadi, Kandinyi Fonike-Rabana, CK4, Bani-maale. Les producteurs ont montré une très bonne connaissance des différentes variétés de riz de mangrove, mais la description des caractéristiques morphologiques des grains de chacune de ces variétés semble difficile. Ils ont souligné la nécessité d'une harmonisation des noms des variétés de riz de mangrove utilisées, car certaines variétés semblent posséder différents noms.

### ***Bonnes pratiques - Étuveuses***

- Réceptionner des producteurs un riz paddy propre,
- Vanner et laver le paddy avant l'opération d'étuvage pour enlever la terre et les fausses balles,
- S'assurer que la température de trempage ne dépasse pas les 90°C au risque d'abîmer le paddy,
- Veiller à activer le feu en permanence,
- Veiller à la propreté du tapis ou de l'aire de séchage afin d'éviter les impuretés lors du séchage (remuer pendant le séchage).

Les étuveuses doivent également :

- Respecter le temps de trempage (12 heures).
- Enlever l'eau; mettre de l'eau propre (90 à 150 L).
- Respecter le temps de chauffage (40 à 50 minutes à partir du moment où l'eau frémit).
- Respecter le temps de séchage 2 à 3 heures pour le riz étuvé à la machine améliorée et 5 à 6 heures pour le riz étuvé avec la marmite.

### ***Bonnes pratiques - Décortiqueurs***

- Contrôler la qualité du paddy (séparer les impuretés du paddy) et vérifier le taux d'humidité,
- Ne pas mélanger différents types de paddy lors du décortilage,
- Assurer un suivi et un entretien régulier des décortiqueuses (graissage, contrôle du lubrifiant, serrage des boulons),
- Éviter que le riz ne manque dans la machine pendant le décortilage et être toujours à côté de la machine,
- Régler la lame et le tamis en fonction de la grosseur du paddy,
- Bien connaître la machine : moteur, courroie, rotor, lame, fourchette, tamis, ventilateur (obligatoire), récipients et bassines bien propres.

### ***Bonnes pratiques - Commerçantes***

- Vendre un riz de qualité : bien trié, pas mélangé, propre, sans grain noir, caillou et brisure. La commerçante doit proposer dans le cadre de la vente du riz Bora Malé, un riz qui ne pourrît pas, bien étuvé et bien séché ; ceci afin d'assurer aux clients un riz de parfaite qualité.
- Respecter les unités de mesure standard (kg).
- Utiliser un bon emballage, compact, solide et résistant au poids du riz. Mettre le riz dans des sacs propres et étiquetés (poids, provenance et année) cousus à la machine.
- Respecter les prix et les marges.
- Stocker les sacs de riz sur des palettes dans un magasin propre, sec et aéré.

A partir de l'ensemble de ces éléments (définition du riz Bora Malé et bonnes pratiques) établis lors des ateliers de concertation inter acteurs, **une charte qualité peut alors être rédigée et présentée aux acteurs de la filière en vue d'un engagement de la part de chacun.** La charte de qualité spécifique du riz Bora Malé portera sur l'ensemble des opérations de production et de

transformation. Celle-ci pourra également prendre en compte les aménagements possibles pouvant participer à l'augmentation de la productivité. L'ensemble des critères cités devront alors être respectés par les signataires de la charte ; l'objectif de celle-ci étant de servir de base à une démarche de labellisation afin de proposer sur les marchés urbains (Conakry) et les marchés ruraux (zones rurales du projet) une quantité de riz plus importante, de qualité supérieure. Cette charte bénéficiera également d'un suivi évaluation assuré par un « comité de contrôle ». En vue du bon respect de cette charte il apparaît important de souligner l'importance que chacun des acteurs joue pleinement son rôle.

Enfin, cette charte jouera un rôle primordial dans la promotion du riz Bora Malé : elle permettra d'assurer au consommateur la qualité du produit proposé et d'enlever tout doute quant à un possible mélange du riz ou au fait que le riz vendu ne soit pas vraiment du Bora Malé.

#### **2.4 La nécessité de faire le lien avec les commerçantes et de valoriser le riz sur le marché de Conakry**

Trois principaux groupements formels de commerçantes ont été identifiés dont 1 très dynamique. Il s'agit du groupement de Boussoura « FEGASSE » : qui commercialise uniquement du riz Bora Malé. Il est constitué de 45 vendeuses dont 30 sur Conakry et 15 dans les zones rurales d'approvisionnement (Samou, Kaback et Koba). Ces commerçantes sont apparues comme très organisées et très dynamiques et malgré leurs difficultés à s'approvisionner au moment de l'enquête (juin) en riz Bora Malé, elles arrivent à continuer leur activité durant toute l'année. Les 30 commerçantes de Conakry sont regroupées dans un magasin situé en bord de route, permettant ainsi un accès facile pour les consommateurs.

Suite à l'étude de marché et l'élaboration des bonnes pratiques pour la production d'un riz de qualité, ce groupement a été retenu pour engager une action pilote de promotion. Il est apparu important, dans le cadre de cette opération, de faciliter dans un premier temps, les relations commerciales entre les commerçantes et les autres acteurs de la filière au vu des difficultés d'approvisionnement observées, puis dans un second temps de mettre en place un lieu de vente à Conakry reconnu pour promouvoir un riz Bora Malé de qualité. Enfin, différentes opérations de communication ont été réalisées pour assurer la promotion.

##### **■ Un voyage d'études pour découvrir le contexte et créer des liens avec les étuveuses**

L'objectif global de ce voyage d'étude, pris en charge sur le budget de la coordination du projet Riz BG, était de mettre en relation les commerçantes de riz Bora Malé de Conakry avec les différents acteurs de la filière présents dans les zones rurales afin de faciliter l'approvisionnement des commerçantes et de présenter aux vendeuses le système d'exploitation du riz Bora Malé. Des membres du groupement de Tanéné, reconnues comme les seuls dans le marché de Tanéné à vendre du riz Bora Malé ont participé à ce voyage.

Deux principaux résultats ont été identifiés par les commerçantes

- ▷ Un réel échange d'expériences entre les différents acteurs de la filière. Les commerçantes de Conakry ont pu prendre conscience du fonctionnement de la filière et des différentes contraintes pour chaque acteur. En échangeant leur expérience, les acteurs, aussi bien producteurs qu'étuveuses ou commerçantes ont pu accroître leur visibilité de la filière et identifier les possibilités d'amélioration de celle-ci. Par ailleurs, grâce à une meilleure connaissance de la filière (des différents types de qualité du riz Bora Malé obtenus par différents systèmes

d'exploitation rizicoles et des différents types d'étuvage), les commerçantes de Conakry se sont considérées plus aptes à promouvoir le produit qu'elles commercialisent.

- ▷ Un engagement oral de la part des étuveuses<sup>5</sup> et des commerçantes pour l'approvisionnement en riz Bora Malé de qualité. Cet engagement jusqu'alors informel devrait se traduire par un contrat formalisé avant la fin de l'année. Ces contrats permettront aux commerçantes de Conakry d'assurer leur approvisionnement mais également de créer des liens privilégiés avec les étuveuses qui les fourniront.

Lors de l'atelier de Boké, les commerçantes sont revenues sur l'expérience acquise lors du voyage d'étude à travers une restitution aux différents participants. Les commerçantes considèrent que ce voyage leur a permis d'acquérir une réelle ouverture d'esprit face à la filière riz de mangrove et ses différents acteurs. Les femmes ont pu découvrir de nouvelles techniques d'étuvage ainsi que les différentes variétés de riz de mangrove cultivées. Les commerçantes ont également découvert les conditions de travail des producteurs et ont compris l'intérêt des différentes composantes, notamment celle concernant la FOP BG travaillant en étroite collaboration avec les producteurs. Elles retiennent de ce voyage un manque de moyens des producteurs régulièrement obligés de faire appel à des usuriers pour financer leur campagne ainsi que la nécessité des aménagements permettant de maîtriser l'eau de mer.

Trois types de reportages ont donc été réalisés et diffusés à la télévision Guinéenne (RTG):

- ▷ un premier reportage rapide de 10 min diffusé au journal télévisé du soir,
- ▷ un reportage de 5 mn diffusé à la radio durant la journée,
- ▷ un documentaire de 30 mn sur le riz de mangrove en Guinée et le voyage d'étude diffusé à la télévision.

#### ■ L'aménagement du lieu de vente

Il a été retenu d'améliorer le lieu de vente de Boussoura afin de faciliter la commercialisation du groupement et en faire un lieu reconnu pour la vente d'un riz Bora Malé de qualité. Suite à un premier examen du lieu de vente, différents travaux nécessaires à la sécurisation et à la pérennisation du lieu ont été identifiés : les canaux doivent être curés et recouverts de dalles posées sous les tables. Le toit constitué de tôles anciennes irrégulières tenues par des morceaux de bois doit être refait entièrement avec du matériel neuf et des poteaux en béton. Enfin, il a été décidé que la troisième partie des travaux devait porter sur l'amélioration des conditions de stockage du riz sur le lieu de vente. Jusqu'alors, le riz commercialisé était stocké dans deux conteneurs d'environ 3 mètres sur 6. Malheureusement, l'un des conteneurs utilisé s'est fortement abîmé avec le temps et les fortes pluies de la Guinée : celui-ci ne reposant sur aucun support s'est enfoncé dans la terre et se remplit régulièrement d'eau pendant la saison pluvieuse. Des travaux ont donc été décidés pour construire aux commerçantes un petit magasin de stockage en béton d'environ 4 mètres sur 8. Ce magasin permettra de protéger le riz de l'humidité et donc de commercialiser un riz de meilleure qualité.

---

<sup>5</sup> Les commerçantes ont découvert la zone de Tougnifili qu'elles ne considéraient pas comme très productrice de riz Bora Malé, les engagements ont principalement été pris avec les étuveuses de Tougnifili.

### Lieu de vente de riz Bora Malé de Boussoura (avant travaux)



Canaux d'évacuation

Intérieur du conteneur Conteneur vue de derrière

Source : Norsa, 2011

Le coût des travaux a finalement été arrêté à la somme de Soixante millions Cent Soixante Deux mille Quarante-cinq Frans Guinéens Hors Taxes (60 162 045 GNF HT), soit Six mille Trois cent Trente Deux Euros (6 332 Euros) et le délai d'exécution à 4 semaines (au lieu d'un délai de 6 initialement proposé). Cependant les travaux ayant pris du retard, ils n'ont pu être finalisés avant la fin du stage. Des photos ont été prises en novembre.



#### ■ Outils de promotion

Dès le début de la préparation des actions de promotion du riz Bora Malé, deux principales activités de communication avaient été prévues : il s'agit de la décoration du lieu de vente et de la création de panneaux publicitaires. Le délai d'exécution des travaux ayant été retardé par la saison des pluies, la décoration du magasin n'a pas pu être réalisée. Un panneau a cependant été réalisé et un lieu stratégique d'affichage a été choisi en collaboration avec l'agence de communication : rond-point (Samori) situé sur la route du magasin de Boussoura, à la croisée des grandes routes de Conakry (Autoroute, Route du Prince, Corniche, Route Niger). Ce rond-point bénéficie d'une très grande fréquentation et est également le lieu de nombreux embouteillages ce qui peut assurer de la visibilité de l'affiche.



## 2.5 Recommandations

### ■ Des actions à mener durant la phase additionnelle

Dans le but de compléter l'action de promotion, le rapport préconise différentes actions à mener durant la phase additionnelle du projet Riz BG :

- ▷ La réalisation d'un spot radio pour toucher plus de consommateurs que les affiches.
- ▷ La production d'affichettes A3 (même maquette que pour l'affiche 12 m<sup>2</sup>) à diffuser sur les lieux de fréquentation des consommateurs de riz Bora Malé ; principalement à Kaloum au sein des ministères, des entreprises privées...
- ▷ La mise en place d'un partenariat entre un supermarché (Leader Price) et les commerçantes de Conakry pour la réalisation d'un test de vente de riz Bora Malé en petits conditionnements. Les supermarchés sont majoritairement fréquentés par des expatriés ; une étude serait alors nécessaire pour considérer l'intérêt de ceux-ci à acheter du riz local.
- ▷ Une formation au suivi des ventes pour les commerçantes du groupement et la mise en place d'outils de suivi du stock, des ventes.

A noter également que le BSD prévoit dans son plan d'action, la réalisation de magasins de regroupement de l'offre de riz net Bora Malé à Koba et Tournifili afin de faciliter l'achat par les commerçantes. Les étuveuses de ces zones seront les responsables de ces lieux de vente. Il a également été prévu que le BSD soit en charge durant la phase additionnelle de la réalisation, d'un film « marketing » grand public destiné à faire connaître et apprécier le riz « Bora Malé » : double objectif, promouvoir la demande nationale et initier une filière « équitable » pour mieux valoriser cette production unique, biologique et durable.

### ■ Poursuivre la réflexion sur la labellisation

Le rapport présente les avantages et inconvénients de l'inscription du riz Bora Malé en indication géographique et conclut que ce type de valorisation ne semble donc pas être la solution la plus viable aujourd'hui. En effet lier la qualité du riz Bora Malé au terroir semble réalisable mais la mise en place d'une IG supposerait de mieux connaître le marché ciblé (le marché national étant limité en raison de la hausse des prix que cela va entraîner), de s'assurer d'un dispositif organisationnel adapté (respect d'un cahier des charges par l'ensemble des acteurs, mise en place d'un suivi de la qualité ...) et juridique (normes, droits de propriétés intellectuelles...), et de confirmer la volonté de l'État à s'engager dans une reconnaissance officielle de ce type de label qui n'existe pas encore.

Une première étape de mise en place d'une marque collective par une association interprofessionnelle à créer permettrait de protéger le nom « Bora Malé »<sup>6</sup>. Et d'engager la filière dans une démarche de labellisation. La marque collective permettrait de communiquer sur ce produit tout en assurant aux consommateurs la qualité et l'origine du produit. Par ailleurs, le riz Bora Malé pourrait également s'orienter de par ses qualités, vers une certification équitable ou vers les produits biologiques<sup>7</sup>, ces différentes orientations n'étant pas incompatibles avec la mise en place d'une IG si souhaitée par les opérateurs de la filière dans le futur. Ces alternatives à l'IG pour la valorisation du riz Bora Malé sont présentées dans le rapport.

---

<sup>6</sup> Le GRET a dans ce sens publié un document évoquant la mise en place d'une marque collective

<sup>7</sup> Le riz de mangrove étant produit sans engrais, sans pesticide, ni herbicide.