

Böra Maalé Fanyi

Appui au développement d'un label pour le riz de mangrove de qualité en Guinée

LETTRE D'INFORMATION NUMÉRO 1 / MARS 2016

Promouvoir le riz de mangrove...

Le **riz étuvé de mangrove**, appelée *Böra Maalé* en Sousou, est issu d'une riziculture pluviale inondée (non irriguée) qui est développée en Basse Guinée dans les plaines et les îles des estuaires inférieurs soumises à la submersion des grandes marées. Cette riziculture nécessite des aménagements et un savoir-faire technique, avec peu ou pas d'apports d'engrais et de pesticides. Ce riz est très apprécié des guinéens et se vend plus cher que les autres riz locaux (+25%) et que le riz importé. Le mode de culture, les variétés utilisées, mais aussi les techniques de transformation associées (étuvage avant décorticage) lui confèrent des caractéristiques qui expliquent sa renommée. Le riz de mangrove dispose d'un important potentiel de vente auprès d'une clientèle diversifiée avec une consommation des plus pauvres en mélange avec du riz importé. De plus, sa filière apporte des revenus à de nombreux ménages ruraux impliqués dans la production, la transformation et la commercialisation de ce produit.

... par la création d'une marque collective

L'objectif est d'accompagner le dispositif de gestion et de promotion d'une **marque collective interprofessionnelle** pour éviter ou limiter la vente d'autres riz étuvés locaux sous le nom *Böra Maalé* à Conakry et s'assurer que la plus-value liée aux caractéristiques du produit reviennent effectivement aux acteurs de la filière (et les incitent à investir dans la riziculture et les activités de transformation).

La marque *Böra Maalé Fanyi* a été créée en 2014 et s'adresse essentiellement à un marché de niche à plus forte valeur ajoutée : restaurants, supermarchés, sociétés, administration, etc. L'organisation interprofessionnelle porteuse de la marque, le Réseau *Böra Maalé*, est constituée de représentants des différents métiers de la filière de la Basse Guinée et est officiellement enregistrée en Guinée.

Le Réseau s'organise progressivement pour répondre à une demande croissante du produit sous la marque. **Le projet mené par le Gret, la MGE et le BSD apporte un appui technique et organisationnel au Réseau et accompagne l'essor de la marque.**



Riz de mangrove @ Projet Riz Basse Guinée



Vannage du riz étuvé @ MGE

LE PROJET EN CHIFFRES

- 1 organisation interprofessionnelle, le Réseau *Böra Maalé*
- 6 zones test en Basse Guinée
- 17 unions et/ou groupements impliqués et en cours d'adhésion au Réseau
- 1,5 Tonnes vendues sous la marque *Böra Maalé Fanyi* à Conakry en février 2016

FILIÈRE ET QUALITÉ DU RIZ

Les interventions antérieures du Gret et de la MGE (AFD, CFSI-Fdf, Find) ont permis d'appuyer la structuration de l'aval de la filière jusque l'émergence d'une **Fédération des riziers en Basse Guinée**, regroupant les étuveuses et les décortiqueurs. Le projet Riz Basse Guinée (AFD) en partenariat avec la **Fédération des organisations de producteurs de la Basse guinée**, finance des aménagements et l'appui aux producteurs.

L'accompagnement de ces organisations et l'appui à leur concertation ont abouti à la définition concertée d'un **guide de bonnes pratiques** et d'une **charte nationale de qualité**, validés par les acteurs et l'Etat. Le **cahier des charges de la marque** s'en inspire et va plus loin en termes d'exigences.

Carte de la zone de mangrove



Une vente croissante du riz sous la marque collective

Avec l'appui de la MGE, le démarchage commercial du Réseau a déjà permis le **conditionnement et la livraison de riz net de 1 524 kg** à des restaurants (les Jardins de Guinée, le Damier, le Patio...), des supermarchés (Leader Price, Super Bobo, Alima...), des projets et bailleurs, mais aussi d'autres clients tels que le Centre culturel franco-guinéen, la Papeterie Centrale ou encore des particuliers. Le projet a également identifié de nouveaux clients et les négociations sont en cours (stations service Total Guinée, une dizaine de restaurants et de supermarchés sur l'axe Hamdalaye-Lambagny). La constance dans la qualité et la livraison restent les principaux défis pour le Réseau.

Ventes de Böra Maalé Fanyi (février 2016)

Type de clients	Kg de riz	Valeur GNF
Supermarchés et boutiques	315	2 280 000
Restaurants	370	2 745 000
Institutionnel (projets, bailleurs, ateliers...)	302	2 300 500
Particuliers	436	3 398 500
Autres clients (sociétés, administration)	101	778 000
TOTAL	1 524	11 502 000

Les actions en cours pour un passage à l'échelle

Le développement et la pérennisation de la marque mais aussi d'un marché plus large de riz de mangrove de qualité supérieure, l'autonomie de la dynamique enclenchée et l'évolution des politiques publiques d'appui à la filière sont les objectifs finaux. Le projet, parmi ses axes stratégiques, accompagne spécifiquement :

• Le développement d'un marché durable pour le riz de mangrove de qualité

Les entretiens avec les acteurs de la filière confirment leur fort intérêt pour la marque. Il en est de même pour les restaurants et supermarchés déjà fidélisés (enquêtes réalisées en janvier 2016). Il existe donc un potentiel de développement du marché à Conakry à condition de développer une véritable force de vente et de renforcer le dispositif de contrôle qualité du Réseau. Le marché d'un riz de qualité supérieure en sac de 25 kg pourrait également être développé (moins cher que la marque). Le projet prévoit également d'explorer les marchés bios et équitables en Europe notamment en Espagne et en Italie (riz rond étuvé adapté à des plats comme le risotto ou la paella), voire d'engager la première étape du passage en Indication Géographique (phase d'identification qui peut prendre plusieurs années).

• Le renforcement des capacités du Réseau Böra Maalé

Un défi de taille est la cohésion des acteurs au sein du Réseau, l'autonomisation des activités, et le dynamisme des élus. Le Réseau doit parvenir à développer le marché, effectuer une prospection plus dynamique, éviter à tout prix des délais de livraison, les ruptures. Il doit aussi faciliter la diffusion et l'appropriation de son expérience par les pouvoirs publics.

UN RESEAU QUI S'ORGANISE ET S'AGRANDIT

Le projet appuie l'organisation des réunions du **Conseil d'administration du Réseau**, et les actions de communication avec la base (unions et groupements membres). **Trois réunions de CA ont été organisées** : le 8 avril 2015, le 12 novembre 2015 et le 28 janvier 2016. Les sujets principaux sont l'amélioration de la gouvernance du Réseau en particulier la dynamisation des élus et des membres, la démarche qualité et le développement des activités commerciales tout en assurant la bonne rémunération des organisations membres et du Réseau.

A ce jour, **17 organisations (unions ou groupements) sont membres** dans les 6 zones pilotes (Koba, Douprou, Tounnifily, Kolaboui-Kamsar, Kaback, Wonkifong) et 9 organisations sont à jour de leurs parts sociales.

D'autres organisations dynamiques ont été identifiées en janvier 2016 pour rejoindre le Réseau. **31 groupements** ont ainsi été sélectionnées dans les zones pilotes.



RÉSEAU BÖRA MAALÉ

Logo du Réseau



Logo de la marque collective

BUDGET DE 28 949 EUROS FINANCÉ PAR :



Le contenu de la présente fiche de projet relève de la seule responsabilité du Gret et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant l'avis du Comité français pour la solidarité internationale—Fondation de France et de l'Agence française de développement.

CONTACTS :

FLORIANE THOUILLOT

Gret - Campus Jardin tropical
45 b av.de la Belle Gabrielle
94736 Nogent/Seine
France
+33 (1) 70 91 92 08
thouillot@gret.org

KERFALLA CAMARA

MGE
Quartier Heremakonon
Matam, Conakry
République de Guinée
+224 622 60 74 15
kerfcam@yahoo.fr

CHÉRIF SALIOU DIALLO

Bureau Stratégie et Développement
Ministère de l'Agriculture
République de Guinée
+224 622 36 72 11
d.salioucherif@yahoo.ca

www.gret.org/les-pays/intervention-reguliere/guinee/