



M.G.E

GRET

RÉSEAU BORÉ MALÉ BASSE GUINÉE GUINÉE CONAKRY

CRÉATION D'UNE MARQUE COLLECTIVE POUR LE RIZ DE MANGROVE



QUALITÉ, LABEL ET COMMERCIALISATION



❖ Origine de l'expérience

- Une préférence des consommateurs pour le riz local étuvé
- Qualité organoleptique et nutritionnelle reconnue du riz de mangrove (Böra Maalé) : 20 % plus cher que les autres riz locaux
- Vente à Conakry de riz sous l'appellation Böra Maalé (plus value récupérée par commerçants)
- Consommateur prêt à payer plus cher un riz dont l'origine est garantie

❖ Type de service mis en place

- Gestion de la qualité,
- concertation inter-acteurs
- appui à la commercialisation par une organisation interprofessionnelle (producteurs, étuveuses, décortiqueurs, commerçantes)
- Appui au partage des revenus basé sur des calculs des charges et des marges pour chaque maillon

❖ Actions

- Recherche de débouchés commerciaux sûrs
- Appui à l'élaboration concertée d'un guide de bonnes pratiques (niveau national)
- Création d'un réseau (organisation interprofessionnelle) propriétaire de la marque collective
- Définition du cahier des charges, modalités d'auto-contrôle et répartition plus-value
- Tests commerciaux

❖ Zone : Filière riz en Basse guinée

AMPLEUR DE L'EXPÉRIENCE

❖ Nombre d'acteurs concernés

- 172 groupements de producteurs, étuveuses, décortiqueuses dans 6 zones test (environ 5 800 membres)
- 2 organisations impliquées dans le dispositif : **FOP BG (Fédération des organisations paysannes de Basse Guinée)** et **Feri-BG (Fédération des riziers de Basse Guinée)**
- AG constitutive du réseau en octobre 2014: 48 personnes (12 producteurs, 12 étuveuses, 12 décortiqueurs et 6 commerçantes)
- Reconnaissance du réseau « Bora maalé » obtenue en juin 2015

❖ Volumes concernés

- Test commercial effectué en juillet-août 2015 avec 1 tonne de riz net
- Aménagement lieu de vente à Conakry (gpt commerçantes)
- Vente dans les supermarchés et aux restaurants
- Trois conditionnement : 1 kg, 5 kg et 25 kg
- Potentiel de production difficile à estimer (30 000 tonnes)

❖ Partenariats

- Appui du Gret (ONG française) et de la MGE (ong guinéenne)
- Appui du projet Acorh, financement CFSI-Fdh, AFD, UE et Find
- Appui du projet Riz BG (République de Guinée et AFD)
- Soutien du BSD et de la DNGR, ministère de l'Agriculture



BILAN L'EXPÉRIENCE

❖ **Changement pour les acteurs**

- Reconnaissance du rôle de chaque acteur dans la gestion de la qualité
- Accord de **tous les acteurs** de la filière sur les bonnes pratiques pour avoir un riz étuvé de qualité et reconnaissance de l'Etat (arrêté interministériel JO)
- Concertation et collaboration entre tous les acteurs pour promouvoir la spécificité du riz de mangrove
- Meilleure rémunération pour tous les acteurs, notamment les producteurs avec la perspective de débouchés garantis

❖ **Bilan de l'expérience**

- Appréciation générale : un processus long, nécessitant beaucoup de concertation et implication de tous les acteurs et organisations, avec des premiers résultats encourageants dont tous les acteurs mobilisés se félicitent
- Réussite principale : synergie entre acteurs de l'amont et de l'aval pour promouvoir un produit labellisé transformé
- Problème principal : convaincre les partenaires au développement d'appuyer tous les acteurs

ETAPES CLÉS DE L'ÉVOLUTION DE L'EXPÉRIENCE

❖ **Quels conseils donneriez vous à une OP qui voudrait se lancer dans une expérience similaire?**

1. Vérifier qu'il existe un marché pour un produit labellisé et se donner les moyens de réaliser des tests commerciaux (logo, qualité, réseau de distribution)
2. Favoriser la mise en réseau de tous les acteurs impliqués dans la mise en marché du produit (reconnaissance du rôle des autres acteurs, concertation sur les critères de qualité et bonnes pratiques et accords commerciaux) et favoriser la synergie entre les organismes d'appui et bailleurs

❖ **A quelles conditions l'expérience pourrait faire tache d'huile à grande échelle ?**

1. Etendre les zones d'approvisionnement et assurer la participation d'un plus grand nombre de groupements de producteurs
2. Renforcer les dispositifs d'auto-contrôle (qualité) et les capacités de l'organisation interprofessionnelle en matière de gestion et de commercialisation