



Afrique Verte

BP : E404 - Bamako - Mali.

Rue : 232 Porte : 754

Tel : (223) 221 97 60/ 221 57 69

Fax : (223) 221 34 11

E-mail : afriqueverte@afribone.net.ml

<http://www.afriqueverte.org>

FICHE TECHNIQUE SUR LE COMMERCE DU RIZ MALIEN

La Cellule Capitalisation

Novembre 2004

SOMMAIRE

Introduction

Avertissement

I. Projet de normes de qualité pour le riz malien

1.1. Facteurs essentiels de composition et de qualité

1.1.1. Critères généraux des facteurs de qualité

1.1.2. Critères spécifiques des facteurs de qualité

1.2. Contaminants

1.3. Aspects hygiéniques

II- Stratégie de commercialisation du riz malien

2.1. Circuit de commercialisation du riz malien

2.2. Projet de plan marketing pour la commercialisation du riz malien

2.3. Mesures d'accompagnement du projet de plan marketing du riz malien

2.4. Calcul des coûts de commercialisation du riz blanc (Gambiaka)

III. Répertoire d'entreprises, d'unités de transformation et de commerçants du riz malien

AVERTISSEMENT

- La présente fiche technique sur le commerce du riz malien est destinée à l'usage des acteurs de la filière riz malien : producteurs, collecteurs, commerçants, OP commerçantes, entreprises et unités de transformation, structures d'encadrement, partenaires au développement, décideurs et consommateurs.
- Le schéma du circuit commercial prend en compte tous les acteurs de la filière riz malien, de la production à la consommation.
- La fiche fait uniquement mention des variétés de riz local les plus couramment rencontrées sur les marchés et les plus consommées au Mali.
- Elle présente un projet de normes de qualité que le riz malien doit remplir pour pénétrer les marchés internationaux.
- Elle donne un projet de plan marketing et les mesures d'accompagnement que les acteurs du commerce du riz malien doivent intégrer dans leurs activités commerciales de tous les jours ; ce plan marketing doit être maîtrisé d'abord au niveau national, avant son extension géographique vers la sous région.
- Elle fait référence aux atouts du riz malien sur l'échiquier de la consommation en riz dans la sous région.
- La fiche donne un répertoire des entreprises et unités de transformation, de grands commerçants et des structures de commercialisation du riz malien.

Introduction

Caractéristiques des variétés de riz local les plus consommées au Mali

▪ **BG 90-2**

- Origine : Sri Lanka
- Caractéristiques du paddy :
 - o couleur : jaune paille
 - o Longueur : 9,2 mm
 - o Largeur : 2,7 mm
 - o Poids de 1000 grains : 28 g
 - o Couleur du caryopse : blanc
 - o Forme du bec : légèrement courbé
 - o Bonne qualité culinaire
 - o Aristation : semi mutique
 - o Résistance à l'égrenage : moyen

▪ **Gambiaka suruni**

- Origine : Mali
- Caractéristique du paddy :
 - o Couleur : dorée
 - o Longueur : 9,5 mm
 - o Largeur : 1,9 mm
 - o Poids de 1000 grains : 23 g
 - o Forme du bec : légèrement courbé
 - o Couleur caryopse : blanc
 - o Bonne résistance à l'égrenage
- Bonne qualité culinaire

▪ **Gambiaka kokum**

- Origine : Mali
- Caractéristiques du paddy :
 - o Couleur : dorée
 - o Longueur : 9,8 mm
 - o Largeur : 2,6 mm
 - o Poids de 1000 grains : 27 g
 - o Caryopse : blanc, mince et bonne qualité
- Très bonne qualité culinaire
- Très bonne translucidité
- Riz cargo : teneur de 7,7% en protéine et 25,6% en amylase.

Au Mali, la filière riz tient une place importante dans l'économie (4 à 5% du PIB). La culture du riz occupe 3% des superficies emblavées et 16% de la superficie dévolue aux céréales. Elle est concentrée dans la moyenne vallée du Niger, du Bani et dans le Delta du Niger (80% de la production); elle est également pratiquée dans les régions de Ségou et de Mopti. La riziculture repose sur deux systèmes de production : le système traditionnel (submersion naturelle et pluvial) et le système moderne (irrigation et submersion contrôlée).

De 1980 à nos jours, les superficies cultivées aussi bien que la production ont plus que doublées ; les rendements sont également en nette progression surtout en zone Office du Niger en maîtrise totale de l'irrigation.

Cette situation dénote que le Mali est ou deviendra dans un proche avenir autosuffisant en riz, surtout que l'Etat malien est entrain d'entreprendre de petits et grands programmes d'aménagements hydroagricoles à travers tout le pays.

Ces perspectives actuelles laissent alors envisager l'exportation de l'excédent du riz, actuellement estimé à 50 000 tonnes vers les pays de la sous région. Pour ce faire, il faudrait que ce riz soit compétitif, compte tenu du fait que ces marchés sous régionaux sont inondés par le riz asiatique qui de par son abondance, son prix et sa qualité, est considéré comme très compétitif.

Il est impératif que les acteurs de la filière riz malien, de la production à la commercialisation cherchent à rendre ce riz plus compétitif en jouant surtout sur la conformité des normes de qualité ; ceci facilitera non seulement la pénétration des marchés sous régionaux, mais aussi l'exportation vers

l'Occident par le biais du commerce équitable notamment sur le segment du riz biologique. Il faudrait également mettre en œuvre un véritable plan d'actions de marketing pour une meilleure pénétration des marchés de la sous région.

La présente fiche technique sert alors de guide pratique et d'outils d'information aux acteurs de la filière riz malien afin qu'ils intègrent le processus d'amélioration de la qualité et prennent en compte le marketing et les mesures d'accompagnement dans leurs activités commerciales.

I. Projet de normes de qualité pour le riz malien

(Riz décortiqué, riz usiné et riz étuvé)

Pour que le riz malien soit compétitif sur le plan national et international, certaines normes de qualité sont obligatoires :

Au Mali, un Comité Technique « céréales et dérivés » a été créé par arrêté n°94-0643/MICT-DNI du 14 Février 1994. Ce Comité est composé de représentants de l'administration, de l'Université du Mali, des écoles professionnelles, des opérateurs économiques et des professionnels du secteur, des institutions de recherche, des laboratoires d'analyse, des consommateurs. En s'inspirant des normes existantes en la matière, il a élaboré et adapté un projet de document intitulé MALINORM. Ce projet de document sert de référence aux professionnels du secteur céréalier, aux consommateurs, aux institutions d'analyse et de contrôle dans le cadre de la conformité aux exigences de qualité des céréales et dérivés. Le Comité est présidé par la Direction Générale de la Réglementation et du Contrôle (DGRC). MALINORM est disponible à la DNSI (Direction Nationale de la Statistique et de l'Informatique).

1.1. Facteurs essentiels de composition et de qualité :

1.1.1. Critères généraux des facteurs de qualité :

- le riz (décortiqué, usiné ou étuvé) doit être sain et propre à la consommation humaine ;
- le riz doit être exempt d'odeurs et de saveurs, d'insectes et d'acariens vivants ;

1.1.2. Critères spécifiques des facteurs de qualité :

- teneur en eau 15 % maximum, mais compte tenu du climat, de la durée du transport et celle du stockage, on peut exiger une teneur encore plus faible.

- matières étrangères organiques :

O souillures : impuretés d'origine animale (insectes morts : 0,1% maximum)

O plantes, balle, son, fragments de paille : ces corps étrangers ne doivent pas dépasser les limites suivantes :

. riz décortiqué (riz cargo) : 1,5%

. riz usiné (riz blanc) : 0,5%

. riz décortiqué étuvé : 1,5%

. riz usiné étuvé : 0,5%

- Matières étrangères inorganiques (pierres, sable, poussières, etc.) ; ces corps étrangers ne doivent pas dépasser les limites suivantes :

. riz décortiqué : 0,1%

. riz usiné : 0,1%

. riz décortiqué étuvé : 0,1%

. riz usiné étuvé : 0,1%

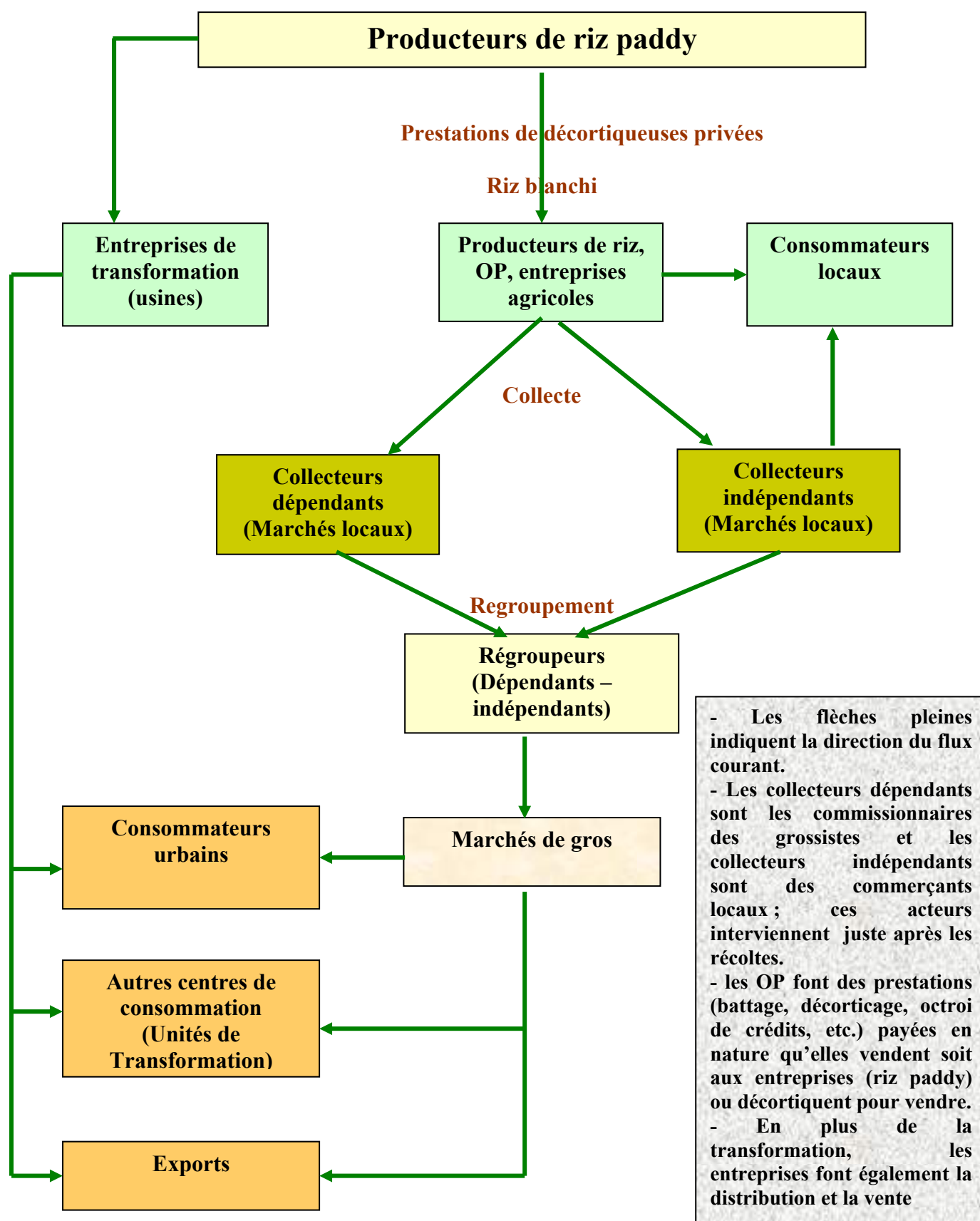
1.2. Contaminants : Le riz doit être exempt de métaux lourds tels que le plomb et le cadmium en quantités capables de nuire la santé humaine.

Les limites maximales des résidus de pesticides doivent être conformes aux normes fixées par la Commission du Codex Alimentarius.

1.3. Aspects hygiéniques : le riz doit être exempt de matières indésirables susceptibles de compromettre la sécurité sanitaire des consommateurs. Lorsqu'il est soumis au contrôle réglementaire, il ne doit contenir ni de microorganismes, ni de parasites ou de leurs substances susceptibles de présenter des risques pour la santé humaine.

II- Stratégie de commercialisation du riz malien

2.1- Circuit de commercialisation



2.2- Projet de plan marketing pour la commercialisation du riz malien

Pour la campagne 2003/2004, la production nationale nette en riz est estimée à 600 000 tonnes et les besoins nationaux 536 000 tonnes d'où un excédent de 64 000 tonnes (source DNAMR/DNSI/ CPS-MAEP) ; donc le Mali peut exporter son excédent vers les pays de la sous région. Une étude réalisée en 2002 conjointement par la Coordination des Opérateurs Economiques du Secteur Agro-alimentaire du Mali (CONOESAM) et le Centre Agro Entreprise (CAE) en vue de faire saisir les opportunités d'exportation de riz dans l'espace UEMOA par les commerçants céréaliers maliens faisait ressortir le caractère compétitif du riz malien dans la sous région, notamment les coûts des productions nationales et les prix pratiqués au marché. Malgré tous ces facteurs favorables, le riz malien ne présente aucun impact visible sur les flux commerciaux. Cela est dû non seulement au manque de stratégies de marketing mais aussi à l'inondation des marchés sous régionaux par le riz asiatique, compétitif en terme de prix. C'est pourquoi, nous proposons ici un projet de plan marketing qui, s'il est bien exploité permettra au riz malien de pénétrer les marchés sous régionaux ; il se présente comme suit :

A. Pour conquérir la clientèle et la fidéliser : La conquête et la fidélisation de la clientèle sont liées à certaines dispositions :

- Présenter une qualité de riz visiblement appréciable par les clients ; les éléments d'appréciation apparente sont : le taux de brisures, l'homogénéité des grains, le taux de gonflement, le degré de blanchiment, le goût et diverses appréciations culinaires, et enfin les conditions de traitement et de conservation ;
- le prix proposé présente un avantage économique par rapport aux autres prix pratiqués sur le marché.
- faciliter les conditions et les modes d'approvisionnement et donner des délais de paiement plus favorables ;
- assurer l'organisation de la logistique et le maintien de stocks auprès des clients ;
- évoluer dans un cadre formel en accomplissant les formalités obligatoires et passer des contrats ou des accords de partenariat avec les clients potentiels.

B. Concevoir une bonne stratégie de fixation de prix : le prix pratiqué sur le marché est une variante importante pour s'imposer ; il existe essentiellement deux façons de s'y prendre :

- Soit on se conforme au prix pratiqué sur le marché et cela évite de prendre des risques ;
- Soit on baisse temporairement les prix en attendant une implantation sûre.

Cette approche permet de bénéficier plus rapidement d'une bonne visibilité sur le marché. Elle est d'autant plus importante, que l'on assiste à une concurrence très intense et une stratégie offensive par des prix pratiqués entre les différentes origines sur le marché de la sous région.

C. Avoir un bon circuit de distribution : Les rapports personnels et la confiance entre commerçants sont d'une importance capitale pour établir un bon circuit de distribution. L'exportateur doit alors établir des liens avec les partenaires ou les représentants commerciaux ; sur cette base plus ou moins formelle, le réseau de distribution est vite établi et est plus ou moins rassurant. Egalement, le circuit des céréales sèches et d'autres produits du cru qui existe déjà dans la sous région est un créneau qui facilite la pénétration du riz malien. Pour tout circuit de distribution, il est impératif que les points de vente soient facilement accessibles et que le riz soit attrayant par son prix, sa qualité, sa présentation en emballage et formats de conditionnement appropriés, et son mode de vente unitaire. Il est souhaitable de faire accompagner le riz par des produits transformés à base de riz et d'autres produits complémentaires.

En rappel : à l'exportation le riz malien n'est passible d'aucun droit de douanes ; on s'acquitte du PCS (Prélèvement Communautaire de Solidarité) de 0,5%, de la RS (Redevance Statistique) de 1% et de la TVA (Taxe sur Valeur Ajoutée) de 20%.

Dans le cadre de ses activités, le ROESAO (Réseau des Opérateurs Economiques du Secteur Agroalimentaire en Afrique de l'Ouest) est très avancé sur des réflexions en terme de politiques commerciales et de fluidification des échanges entre acteurs du commerce céréalier en Afrique de l'Ouest.

D. Faire une bonne promotion. En plus, des conditions pouvant psychologiquement influencer les acheteurs (telles que la bonne confection des emballages et d'étiquetage, la publicité bouche, le prospectus, les journaux spécialisés et les radios de proximité) sont indispensables pour mieux pénétrer les marchés sous régionaux.

Les bourses internationales aux céréales organisées par Afrique Verte pour la mise en relation des différents acteurs céréaliers constituent également un espace de promotion pour le riz malien.

2.3. Mesures d'accompagnement du projet de plan marketing du riz malien

Les atouts du riz malien dans la sous région

Bien que les réalités actuelles de la filière riz au Mali et sa capacité de réaction par rapport au profil commercial des marchés sous régionaux laissent percevoir un certain pessimisme, il n'en demeure pas moins que cette filière possède aujourd'hui de sérieux atouts pour pénétrer ces marchés ; les raisons sont entre autres :

- L'importance de la dépendance en riz des pays voisins tels que le Burkina Faso : 65%, la Côte d'Ivoire : 65% et le Sénégal : 83% ;
- Une demande en riz dont la tendance actuelle suit au moins le rythme de la croissance démographique dans la sous région, notamment entre 2 et 3% l'an ;
- Un segment du riz de qualité supérieure (4%) et celui d'une grande quantité de riz considéré comme de qualité moyenne sont aujourd'hui satisfaits par les importations ; ce créneau peut être conquis par les exportateurs du riz malien ;
- L'appréciation positive portée sur la qualité marchande des grains de la variété Gambiaka ; ceci permet de croire à une adoption rapide par les consommateurs des pays de la sous région ;
- Les dispositions tarifaires dans le cadre des accords communautaires (TEC / UEMOA) qui, si elles sont correctement appliquées peuvent renforcer la position concurrentielle du riz malien par rapport aux origines extra communautaires.

Pour la réussite de ce plan marketing du riz malien, l'Etat et les opérateurs privés doivent développer certaines stratégies dont les contours sont les suivants :

- L'Etat avec l'appui des privés doit faire accroître la production nationale de façon régulière à travers une politique d'accessibilité des riziculteurs aux intrants agricoles et un assouplissement des redevances eau dans la zone Office du Niger ;
- L'Etat et les opérateurs privés doivent mettre en place une politique appropriée de valorisation du riz à travers l'installation d'équipements performants (usines, emballages, etc.) ;
- L'Etat à travers les Chambres du Commerce doit mettre en place une politique appropriée de promotion du riz malien grâce à des campagnes publicitaires à grande échelle et à la participation active et assidue aux différentes foires agricoles de la sous région et créer à moyen terme des structures locales de pénétration du riz malien dans les pays de la sous région ;
- Toutes les offres doivent être accompagnées d'informations mises à jour régulièrement et fournies aux partenaires commerciaux et comportant :
 - la marque du produit (riz) et l'appellation qualitative (standard commercial international) ;
 - la nature et la méthode d'emballage/ mode de conditionnement ;
 - la quantité totale et le mode de livraison, le prix unitaire, le coût total, le transport et les autres frais et modalités de paiement ;
 - les dates d'expédition, de livraison et de validité de l'offre et enfin la certification d'origine et l'attestation phytosanitaire par les autorités compétentes du pays.

2.4. Calcul des coûts de commercialisation du riz blanc (gambiaka)

Le circuit de commercialisation du riz génère des coûts appelés coûts de commercialisation. Pour une meilleure illustration de ces coûts, nous proposons ici la méthode de calcul de la FAO. L'exercice porte sur le calcul des frais engagés et des bénéfices réalisés par un collecteur et un détaillant à partir de la commercialisation de 1 kg de riz blanc.

Achat du collecteur au producteur 1 kg*195 FCFA.....	195 FCFA
Emballage (300 sacs de 100 kg)	3 FCFA
Manutention pour emballer, charger et décharger (50 FCFA/sac de 100 kg).....	0,50 FCFA
Transport jusqu'au marché (300 FCFA/sac de 100 kg).....	3 FCFA
Frais (ex : barrages routiers).....	0,1 FCFA
Droits d'accès au marché.....	0,1 FCFA
Honoraires du courtier.....	0,2 FCFA

Coûts totaux.....201,9 FCFA

Revenu brut (0,9 kg* le prix de vente 230 FCFA FCFA/kg).....	207 FCFA
---	----------

Bénéfice brut du collecteur.....5, 1 FCFA

Prix d'achat du détaillant au collecteur (230 FCFA*0,9 kg)	207 FCFA
Droits d'accès au marché.....	0,1 FCFA
Emballage pour le transport du marché au magasin.....	2,5 FCFA
Rémunération des porteur sur le marché.....	0,5 FCFA
Transport jusqu'au magasin (75 FCFA/sac de 100 kg)	0,75 FCFA
Pesage, coût des sacs additionnels pour la vente au détail (0,81).....	1,5 FCFA

Coûts totaux pour le détaillant..212,35 FCFA

Produit de la vente de 0,81 kg (0,9 kg*0,9)	
Pour un prix de vente de 275 FCFA.....	222,75 FCFA

Bénéfice brut du détaillant.....10,4 FCFA

NB :

- A chaque transfert du produit (riz) d'un acteur à un autre, on estime la perte unitaire à 10% ; donc le détaillant prend comme base de calcul 0,9 kg.
- Les charges et les bénéfices des autres acteurs (grossiste et demi-grossiste) se calculent de la même façon, mais en tenant compte de la spécificité de chaque acteur.
- Ces résultats permettent aux acteurs de prendre la décision de vendre ou d'acheter lors des transactions commerciales.

III. Répertoire d'entreprises, d'unités de transformation et de commerçants du riz

III. Répertoire d'entreprises, d'unités de transformation et de commerçants du riz malien

Prénoms & Nom	Sites	Catégorie	Contacts
Soumaïla Bagayogo	Bamako	Grossiste	221 42 67/671 24 96
Dramane Samaké	Bamako	Demi- grossiste	224 15 90
Moussa Kouma	Bamako	Demi- grossiste	221 50 82/277 33 79
Amadou Traoré	Bamako	Demi-grossiste	222 19 82
Aminata Diop Traoré	Bamako	Grossiste	672 02 03/633 18 24
MBC	Bamako	Grossiste	221 87 88/235 21 81
Mama KONE	Bamako	Grossiste	678 27 95/644 41 55
Salif Coulibaly	Bamako	Demi- grossiste	220 05 78
Koni Diarra	Bamako/Niono	Demi- grossiste	221 51 56
Siné Sangaré	Bamako/Niono	Grossiste	221 51 56
Mme Coulibaly Ramata Bagayogo	Bamako/Niono	Demi- grossiste	221 67 04
Bakary Sidibé	Bamako/Niono	Grossiste	277 33 79
Boubacar Diarra	Bamako/Niono	Grossiste	221 06 99
Jekaféré	Niono	Grossiste	235 20 14
Mah Diarra s/c Nyeta Conseils	Niono	Grossiste	235 21 27
Moulaye Sounkoro	Mopti	Demi- grossiste	643 04 19
Tidiani Thienta	Mopti	Demi- grossiste	643 06 28
GDCM	Ségou/Bamako	Grossiste	232 11 61/221 98 11 221 84 84
Abdoul TALLA	Ségou	Grossiste	232 05 25
Amadi Diallo	Ségou		
Rizerie 7 villages	Ségou		
Mamoutou Coulibaly Bako	Ségou	Demi- grossiste	232 09 81/671 68 39
Salah SOUMOUNOU	Ségou	Demi- grossiste	232 12 51/672 46 96
Thierno Hady DIALLO	Ségou	Demi-grossiste	232 03 34
Amadou Sékou Dramé	Ségou	Grossiste	232 03 86/678 01 61
Ass. Acheteurs Produits Locaux Sikasso (APLS)	Sikasso	Grossiste	262 05 08
Société Nama & Fils /	Sikasso	Grossiste	262 15 86
Bakary Traoré	Sikasso	Grossiste	671 08 26
Siaka Diallo	Sikasso	Grossiste	672 81 91
Dramane DAO Dani	San	Grossiste	237 21 64
Sidiki Badjan DOUMBIA	Koutiala	Grossiste	264 08 48
Sinaly DIARRA	Koutiala	Grossiste	264 05 64
Alou DIARRA	Koutiala	Grossiste	240 05 65
Soumaïla COULIBALY	Koutiala	Grossiste	264 01 17
Alassane DIARRA	Koutiala	Grossiste	264 01 32
Bakary Magassa	Kéniéba	Grossiste	251 20 88
Moussa Diagouraga	Kayes	Grossiste	252 13 63
Coord. des femmes et Coop. de la région de Kayes S/C Afrique Verte	Kayes	Grossistes Demi-grossistes	253 13 79
Chaca Traoré	Kita	Grossiste	257 32 35

