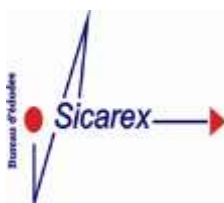




LE MARCHE INSTITUTIONNEL DES PRODUITS DU RIZ (Riz Paddy, Riz Blanc et riz étuvé)



Novembre 2014

Ce document a été réalisé avec l'aide financière de l'Union européenne. Le contenu de ce document relève de la seule responsabilité du VECO-WA et ne peut en aucun cas être considéré comme reflétant la position de l'Union européenne.

SOMMAIRE

1. CADRE DE CONTEXTE DE L'ETUDE.....	6
1.1. OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS DE L'ETUDE	7
1.1.1. <i>Objectif global</i>	7
1.1.2. <i>Objectifs spécifiques</i>	7
1.1.3. <i>Résultats attendus et livrables</i>	8
1.2. DEMARCHE METROLOGIQUE	9
2. APERÇU GENERALE DE LA FILIERE RIZ AU BURKINA	10
2.1. LE RIZ DANS NOTRE MONDE	10
2.2. APERÇU GENERAL DE LA PRODUCTION DE CEREALES AU BURKINA	11
2.2.1. <i>La production</i>	11
2.2.2. <i>La commercialisation du riz</i>	12
3. LES ACHATS DIRECTS ENTRE ACTEURS DANS LA CHAINE DE VALEUR RIZ	14
3.1. LES ACHETEURS TRADITIONNELS : ETUVEUSES ET TRANSFORMATEURS	14
3.1.1. <i>Les étuveuses</i>	14
3.1.2. <i>Les transformateurs</i>	16
3.1.3. <i>L'ANACOR-BF</i>	19
4. LES ACHETEURS INSTITUTIONNELS	21
4.1. SOCIETE NATIONALE DE GESTION DU STOCK DE SECURITE (SONAGESS)	21
4.2. LES CASERNES DES FORCES ARMEES, LES MAISONS D'ARRET	24
4.2.1. <i>L'importance de la consommation du riz dans les casernes</i>	24
4.2.2. <i>Politique d'approvisionnement des casernes</i>	25
4.3. LE PAM	25
4.3.1. <i>Présentation du PAM</i>	25
4.3.2. <i>La politique d'achat du PAM</i>	25
4.4. LES RESTAURANTS UNIVERSITAIRES (BOBO, OUAGA, ET KOUDOUGOU)	26
4.5. LES RESTAURANTS DES HOPITAUX	27
4.6. LE CRS	27
5. APPRECIATIONS DU RIZ BURKINABE PAR LES CONSOMMATEURS	29
5.1. GENERALITES SUR L'ENQUETE	29
5.2. RESUME DES DIFFERENTS AVIS SUR LE RIZ PRODUIT AU BURKINA	31
5.2.1. <i>La consommation du riz national</i>	31
6. PRINCIPALES CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	36
6.1. PRINCIPALES CONCLUSIONS	36
6.2. RECOMMANDATIONS	37
7. ANNEXE	40

Table des illustrations

Tableau 1 : évolution de la production de riz entre 2010et 2014	11
Tableau 2 : Liste des unions membres de l'UNERIZ-B	14
Tableau 3 : Répartition des volumes de ventes des membres de l'UNERIZ	15
Tableau 4 : Evaluation de la capacité technique des unités semi-industrielles	17
Tableau 5 : Evolution des achats SONAGESS	22
Tableau 6 : Normes de qualité SONAGESS	23
Tableau 7 : Evolution du volume de riz destiné aux cantines scolaires (en tonnes)	24
Tableau 9 : composition de l'échantillon selon les variétés de riz servi à la consommation ...	29
Tableau 10 : Répartition des enquêtés selon le genre et le lieu de l'enquête	30
Figure 1: Les grandes régions déficitaires, prévisions 2018	10
Figure 2 : Production de céréales au Burina et par région	11
Figure 3 : Répartition de la production par type de céréales.....	12
Figure 4 : Répartition des superficies cultivées pat type de céréales	12
Figure5: Circuit de commercialisation du riz des plaines de production	13
Figure 6 : Evolution des achats par SONAGESS du riz étuvé.....	15
Figure7 : Evaluation des besoins de l'ANACOR-BF	19
Figure 8 : Evaluation de la quantité de riz consommé dans les restaurants universitaires à Ouagadougou et Bobo-Dioulasso.....	26
Figure9 : Répartition des enquêtés selon le lieu de consommation et selon le sexe	30

Liste des sigles et Abréviations

ANACOR-BF	: Association Nationale de Commerçants de Riz Burkina Faso
CENOU	Centre des Œuvres Universitaires
CIR-B	: Comité Interprofessionnel du Riz du Burkina
CRS	: Catholique Relief Service
FKR	: Farakoba riz
GEGA	Générale de la Gastronomie
Nérica	: Nouveau Riz pour l’Afrique
MASA	Ministère de l’Agriculture et de la Sécurité Alimentaire
MENA	Ministère de l’Education Nationale et de l’Alphabétisation
ONG	: Organisation Non Gouvernementale
OP	: Organisation Paysanne
PAM	: Programme Alimentaire Mondiale
P4P	Purchase for Progress
RWK	: Rizerie Wend Yam Kodemi
SCTCPA	: Société Coopérative de Transformation et Commercialisation Produits Agricole- Liafiasso
SI	Stock d’Intervention
SIM	Système d’Information des Marchés
SNDR	Stratégie Nationale de Développement du Riz
SNSA	: Stratégie Nationale de Sécurité Alimentaire
SNS	Stock National de Sécurité Alimentaire
SO. DE. RIZ	: Société de Décorticage de RIZ
SONAGESS	: Société Nationale de Gestion des Stocks de Sécurité
SUCOTROP	: Société Universelle de Commercialisation et de Transformation de Produits Oléagineux
UDTER- B	: Union des Départemental de Transformateur et d’Etuveuses de Riz de Banzon
UDER-D	Union Départementale des Etuveuses de riz de Douna
UDER-F	Union Départementale des Etuveuses de Riz de Founzan
UGER-B	: Union des Groupement des Etuveuses de Riz de Bama
UNERIZ-B	: Union Nationale des Etuveuses du Riz du Burkina
UNPRB	: Union Nationale des producteurs du Riz du Burkina

1. CADRE DE CONTEXTE DE L'ETUDE

Le Burkina Faso est un pays sahélien et enclavé dont l'économie repose principalement sur le secteur agricole qui représente 32% du Produit Intérieur Brut. A côté de la culture du coton (principal poumon de l'économie), l'essentiel de la production agricole est réalisée sur de petites exploitations familiales de 3 à 6 ha en moyenne, et l'on pratique principalement une agriculture de subsistance à dominance céréalière (mil, sorgho, maïs, riz, fonio).

La culture du riz prend une place de plus en plus importante dans certaines régions sous les effets des projets et programme et aussi du fait de son importance économique. C'est pour cela que la filière riz est un élément important dans la stratégie globale de sécurité alimentaire du Burkina Faso. Depuis la crise alimentaire de 2008 le développement de la culture, de la transformation et de la commercialisation du riz sont au cœur des préoccupations tant au niveau des décideurs que des acteurs quand on sait que la consommation de riz au Burkina Faso atteindra à l'horizon 2015 les quelques 500 000 tonnes (SNSA 2013).

Dans les grands centres urbains comme Ouagadougou et Bobo-Dioulasso, la consommation du riz est estimée à 50kg par personne et par an contre 10 à 15 kg en milieu rural. Actuellement, le riz produit au Burkina couvre 47% des besoins. Le reste étant importé. Il y a de ce point de vue un important potentiel économique dans le développement de la culture du riz national. Aussi, la Stratégie Nationale de Développement du Riz (SNDR) élaboré par les autorités du Burkina Faso avec une forte implication des organisations professionnelles de la filière, vise le développement significatif et durable de la production et l'amélioration de la qualité du riz pour répondre aux besoins des consommateurs.

La commercialisation du riz concerne aussi bien la vente du paddy (du producteur au transformateur) que la vente du riz blanc (marché de consommation finale). Ces deux marchés peuvent s'apprécier ainsi qu'il suit :

- un marché de professionnels sur lequel transigent les transformateurs et les étuveuses qui achètent le paddy aux producteurs pour le transformer en riz blanc ou en riz étuvé ;
- un marché de la consommation du produit fini (riz blanc ou étuvé) animé essentiellement par les distributeurs, les transformateurs et étuveuses ; Ici, le distributeur s'approvisionne auprès des transformateurs pour ensuite distribuer soit directement aux consommateurs, soit aux détaillants ; il reste entendu que les transformateurs et étuveuses vendent aussi directement aux consommateurs.
- à côté de ces marchés traditionnels, il y a un marché institutionnel qui s'est développé depuis 2009 avec l'intervention de la SONAGESS aussi bien sur le marché du paddy que sur les marchés du riz blanc et du riz étuvé. Ce marché institutionnel peut aussi concerner d'autres acheteurs potentiels comme le PAM, les ONG, le CRS ou les unités administratives de consommation (l'armée, le MENA ou les restaurants universitaires).

Faute de bien connaître la nature et la structure de ces marchés, les producteurs et transformateurs ont des difficultés à en tirer profit. Ces difficultés sont de plusieurs ordres : la méconnaissance des acheteurs, de leurs besoins, des qualités demandées, des modes et processus d'achat, etc.

L'UNPR-B en tant qu'organisation faîtière des producteurs est consciente de ces difficultés et souhaite contribuer, comme facilitateur, à les résorber. C'est pourquoi, les responsables de L'UNPR-B cherche à mieux appréhender le marché des riz, à en connaître la nature et la structure, à connaître l'organisation et les mécanismes du marché pour mieux orienter les producteurs et affiner sa stratégie d'appui et de plaider en faveur de ses membres.

En collaboration avec l'ONG VECO dans le cadre d'un projet dénommé «Organisation paysanne comme acteurs clés d'une bonne gouvernance de la filière rizicoles au niveau national et régional en Afrique de l'Ouest», il est apparu nécessaire à l'UNPR-B de réaliser une étude qui permettra de mieux caractériser et comprendre le marché des riz pour les OP, transformateurs et étuveuses.

Autrement dit, il s'agit de chercher à comprendre la dynamique de ces marchés, d'évaluer la demande, de savoir qui sont les acheteurs, leurs attentes, les procédures et modes d'achat. Cela particulièrement pour le marché institutionnel avec l'arrivée de la SONAGESS. Cette dernière semble jouer rôle de plus en plus important dans les opérations d'achat auprès des OP et il faut donc chercher à connaître le poids de la SONAGESS sur le marché, comprendre l'évolution des achats SONAGESS et décrire les mécanismes régissant les opérations SONAGESS.

1.1. Objectifs et résultats attendus de l'étude

1.1.1. Objectif global

L'objectif général de la présente étude est de «permettre à l'UNPRB de disposer de données et d'informations fiables sur le marché institutionnel du riz».

Il s'agit de répondre aux questions que se pose l'UNPR-B à savoir : qui sont les acheteurs institutionnels de riz (identification, adresses, catégories)? Qu'est-ce qu'ils achètent (besoins et attentes en terme de produits et de qualité, quantités annuelles achetées,) ? Où achètent-ils et comment achètent-ils (lieux d'achat, processus et mode d'achat, etc.) ? la finalité étant de pouvoir entreprendre des actions cohérentes pour stimuler les relations entre les acheteurs et les riziculteurs, faciliter la mise en marché du paddy et par ricochet accroître la production nationale de paddy.

1.1.2. Objectifs spécifiques

Spécifiquement l'étude vise à :

- identifier et caractériser les différents types d'acheteurs institutionnels ;
- évaluer les besoins de ses acteurs (volume, nature et qualité de riz acheté) ;

- connaître leurs intérêts pour le riz local et l'importance des achats qu'ils réalisent notamment auprès des organisations de producteurs de riz ;
- analyser les mécanismes et procédures d'achat des acheteurs institutionnels pour mieux informer les producteurs ;
- proposer des mesures d'amélioration des achats institutionnels afin de donner des bases de négociation producteurs/acheteurs institutionnels visant à accroître le potentiel de vente du riz du Burkina Faso auprès de ces institutions ;

En d'autres termes cette étude doit permettre de :

- répertorier toutes les structures effectuant les achats institutionnels de riz (besoins en qualité et en quantité, prix d'achat, source d'approvisionnement) ;
- identifier les types d'acteurs institutionnels intervenant dans la chaîne de commercialisation du riz et qui présentent un intérêt certain pour les producteurs de riz dans l'écoulement de leur production ;
- évaluer, quantifier et analyser la part des étuveuses dans les achats institutionnels du paddy auprès des organisations de producteurs et dans la commercialisation du riz transformé (étuvé et blanc) dans le pays ;
- identifier et caractériser les opérateurs intervenant dans la chaîne de commercialisation du riz et qui présentent un intérêt certain pour les producteurs de riz dans l'écoulement de leur production ;
- réaliser une analyse approfondie des mécanismes et procédures d'achat de riz local (paddy, riz étuvé, riz blanc, etc.), de la SONAGESS et les cahiers de charge proposés aux OP ;
- analyser l'évolution des achats institutionnels au niveau national et procéder à une hiérarchisation des zones d'approvisionnement ;
- analyser le rôle que pourrait jouer l'UNPRB et le CIR-B dans l'accompagnement des producteurs tout au long du processus d'achats institutionnels ;
- formuler des recommandations pour des achats institutionnels qui contribueront à stimuler la production et la commercialisation du riz local.

1.1.3. Résultats attendus et livrables

Les résultats attendus sont les suivants :

- une base de données complètes des acheteurs institutionnels (qui sont –ils, comment opèrent-ils ? la quantité de paddy, de riz blanc et de riz étuvé produite au Burkina Faso est connue ;
- Les besoins en riz des acheteurs institutionnels sont connus
- la part des étuveuses dans les achats de paddy auprès des organisations de producteurs est connue ;
- les parts des acheteurs institutionnels de riz du pays (SONAGESS, CRS, PAM, universités, hôpitaux, etc.) sont connues et spécifiées ;
- l'évolution des achats institutionnels au niveau national et la hiérarchisation des zones d'approvisionnement sont établies ;

- les mécanismes d'achat du riz local (paddy, riz étuvé, riz blanc, etc.) de la SONAGESS et les cahiers de charge (prix, l'emballage, le mode de livraison, le délai de paiement, etc.) proposés aux OP sont analysés ;
- la place et le rôle de l'UNPRB et du CIR-B dans l'accompagnement des producteurs dans les processus d'achats institutionnels sont analysés ;
- des recommandations pour des achats institutionnels qui contribueront à stimuler la production et la commercialisation du riz local sont formulées.

1.2. Démarche méthodologique

Au vu des objectifs et résultats attendus, l'étude s'est appuyée aussi bien sur des données secondaires que primaires.

- Recherche documentaire : Plusieurs rapports d'études portant sur la consommation ou le marché du riz ou encore sur la commercialisation du riz du Burkina Faso sont disponibles. Ces documents ont constitué une première base de données pour les analyses présentes dans ce rapport.
- Les interviews : La seconde source des données provient d'interviews sur la base d'un questionnaire mis en annexe. Nous avons procédé par la constitution d'un échantillon à choix raisonné en tenant compte des quatre catégories d'acteurs ici représentées (les étuveuses, les transformateurs, Les institutions qui achètent le riz, les commerçants notamment ANACOR-BF). L'accent étant mis sur les acteurs les plus importants en termes de volumes.
 - * huit organisations d'étuveuses ont été interviewées autour des thèmes de leurs capacités d'étuvage et de la commercialisation (pour apprécier la nature de la clientèle, le volume des ventes, la repartitions des ventes, et les difficultés rencontrées) ;
 - * pour les interviews des transformateurs. En plus des entretiens avec un échantillon, nous nous sommes aussi appuyés sur des informations récentes collectées lors d'études menées par SICAREX et d'autres institutions. Il s'est agi ici de chercher à d'une part les besoins annuels des transformateurs, et d'autre part appréhender leurs circuits de commercialisation ;
 - * Les acheteurs institutionnels interviewés sont soit des structures étatiques, soit des ONG ou des entreprises privées de restauration collective (les restaurants universitaires ou les Restaurants des Hôpitaux). Les institutions suivantes ont été interviewées : la SONAGESS, les casernes de forces armées, la MACO, les Restaurants Universitaires de BOBO, de Ouaga et de Koudougou) et les Restaurants des hôpitaux (Hôpital Yalgado Ouédraogo de Ouagadougou et hôpital Sourou Sanou de Bobo), le PAM et le CRS ;
 - * Association Nationale des Commerçants de Riz du Burkina Faso (ANACOR-BF).
- La compilation, le traitement et l'analyse des données ;
- La rédaction du présent rapport.

Les résultats sont présentés suivant les quatre points suivants :

- pour chaque acteur ou catégorie d'acteurs : une brève présentation, une évaluation de leurs besoins annuels et une description des procédures d'achat ;

- une analyse de l'adéquation entre les exigences des marchés institutionnels et le riz disponible auprès des étuveuses, des transformateurs et des commerçants ;
- l'analyse des exigences du marché considéré ;
- le rôle de l'UNPR-B et du CIR-B dans le respect des normes.

2. APERÇU GÉNÉRALE DE LA FILIÈRE RIZ AU BURKINA

2.1. Le riz dans notre monde

Le riz, bien qu'étant une des céréales la plus produite et la plus consommée dans le monde, est un produit destiné plus à la consommation sur les marchés des pays producteurs qu'à l'exportation.

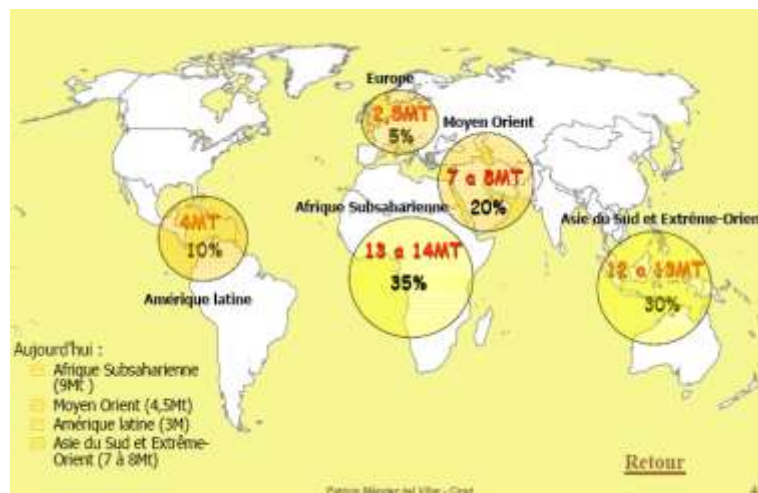
D'après les données de la FAO (2008), en considérant les quatre grandes céréales les plus produites au monde, le riz occupe la deuxième position dans la production après le maïs (33% soit 750,9 millions de tonnes contre 30% pour le maïs). Viennent ensuite le blé qui occupe la troisième place avec 27% de la production mondiale, et le soja avec 10%.

La production du riz a triplé en 45 ans et on constate actuellement une stagnation des superficies rizicoles et des rendements.

En Afrique, la production du riz ne représente que 3% de la production mondiale. L'essentiel du riz produit dans le monde vient d'Asie (32% pour l'Inde et 33% en Chine) et d'Australie (25%).

Bien que ne produisant presque pas de riz comparativement aux autres continents, la consommation de cette céréale n'est pas négligeable en Afrique. En effet, une bonne partie du continent (la partie subtropicale) consomme entre 40 et 60kg par habitant. Ce qui est élevé par rapport à l'Occident où l'on consomme moins de 10Kg par habitant et par an. Les asiatiques se révèlent les plus grands producteurs et les plus grands consommateurs avec une moyenne de 80 kg par habitant.

Figure 1: Les grandes régions déficitaires, prévisions 2018



2.2. Aperçu général de la production de céréales au Burkina

2.2.1. La production

Le Burkina Faso dispose d'un potentiel de plus de 800.000 ha pouvant servir à la culture du riz (environ 500.000 ha de bas-fonds et de 160.000 ha de terres irrigables). Malgré cet important potentiel, le pays n'exploite actuellement qu'une faible partie de ce potentiel. Selon les statistiques officielles du Ministère de l'Agriculture, en 2013/2014 par exemple, la culture du riz a concerné 136.864 ha dont environ 60.000 ha de terres irriguées).

Au cours des cinq dernières années, la production de riz a évolué en dent de scie. Pour les campagnes 2012/2013 et 2013/2014, la production de riz paddy a franchi la barre des 300.000 tonnes.

Le riz représente 8% de la production totale de céréales avec 5% des superficies totales cultivées

Tableau 1 : Evolution de la production de riz entre 2010 et 2014

Années	2009/2010	2010/2011	2011/2012	2012/13	2013/2014
Production de paddy	213 583	270 658	240 865	319 390	305 382

Sources : Ministère de L'agriculture Burkina

Figure 2 : Production de céréales au Burkina et par région

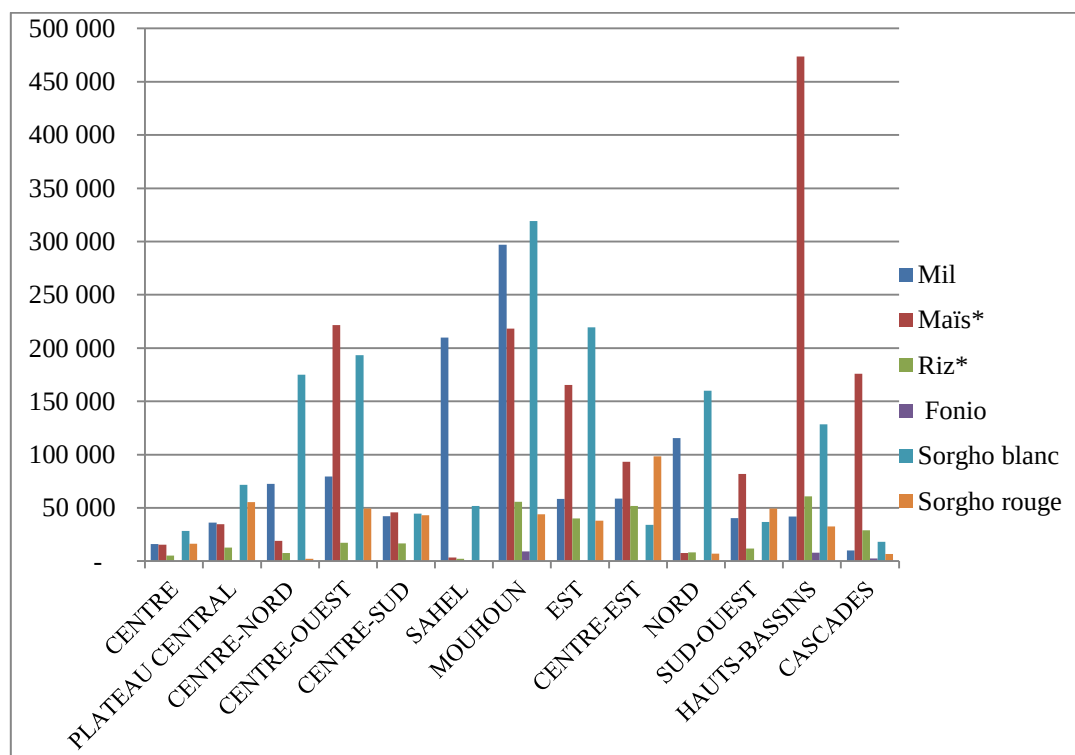


Figure 3 : Répartition de la production par type de céréales

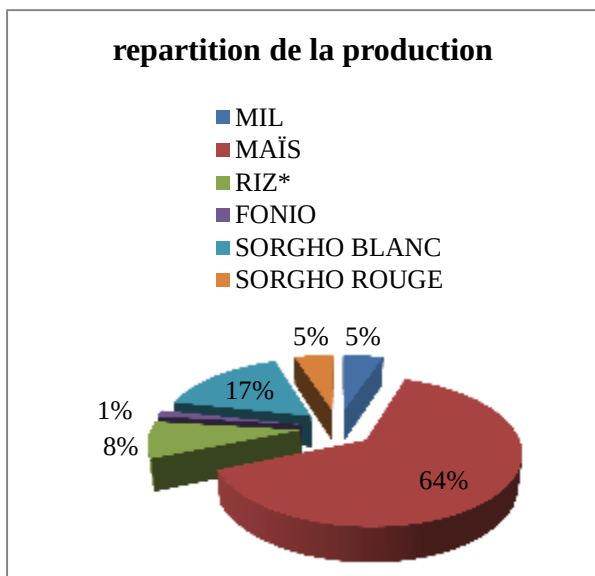
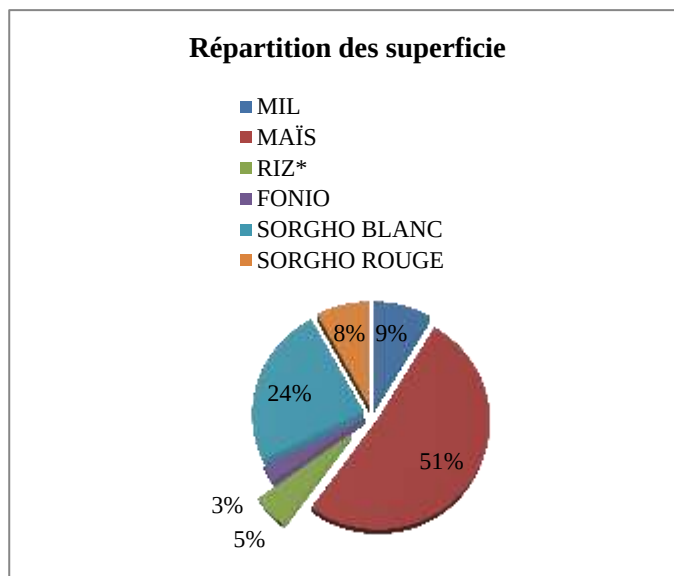


Figure 4 : Répartition des superficies cultivées par type de céréales



2.2.2. La commercialisation du riz

La commercialisation du riz se fait à deux niveaux : au niveau de la vente du paddy et de celui du riz décortiqué.

Pour ce qui est du paddy, après le battage du riz :

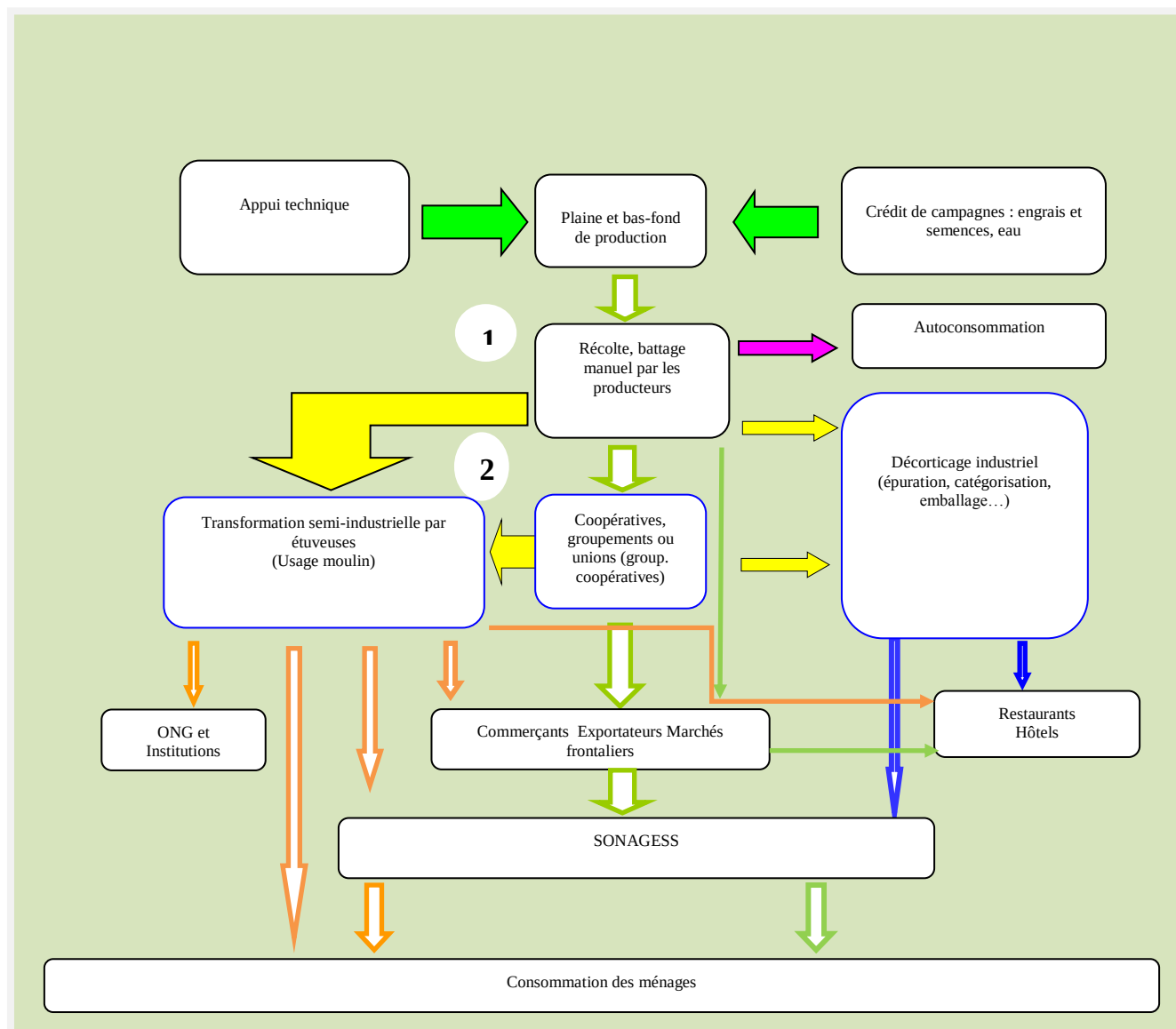
- une partie est destinée à l'autoconsommation ;
- une autre partie sert à payer le crédit intrant que le producteur s'il y a lieu ; à cet effet, les organisations de producteurs collectent le riz paddy auprès de leurs membres à concurrence des engagements financiers de chacun ;
- et la troisième partie, la plus importante, est destinée à la vente aux étuveuses, aux transformateurs et à la SONAGESS.

La vente du riz décortiqué se fait actuellement selon des circuits particuliers et en fonction de la qualité du riz :

- le riz étuvé est généralement vendu dans les ateliers de productions et à travers les circuits de revendeurs des étuveuses,
- et pour le riz blanc, chaque transformateur organise son circuit de vente.

Au total, le circuit de commercialisation du riz constitue un réseau assez complexe qui peut se présenter ainsi qu'il suit :

Figure5: Circuit de commercialisation du riz des plaines de production



Source : Construction des auteurs

3. LES ACHATS DIRECTS ENTRE ACTEURS DANS LA CHAÎNE DE VALEUR RIZ

3.1. Les acheteurs traditionnels : étuveuses et transformateurs

3.1.1. Les étuveuses

L'étuvage du riz est un procédé de transformation qui comporte plusieurs étapes :



- il faut, dans un premier temps, laver puis échauder le paddy ;
- ce paddy est ensuite trempé dans de l'eau pendant 10 à 12 heures dans des fûts vides ;
- après trempage, il faut étaler le riz pour en extraire l'eau ;
- précuire le riz paddy à la vapeur (traitement à l'étouffée) dans une marmite avec environ 4 litres eau ;
- le riz paddy passé à la vapeur est séché au soleil pendant au moins 3 heures puis le séchage continue à l'ombre durant 1 à 2 jours ;
- enfin viennent le décorticage suivi du tri et du conditionnement.

Selon les données du MASA 2009, il y aurait au moins 16.500 femmes dans l'étuvage de riz au Burkina Faso. L'étuvage est organisé autour de l'Union nationale des Etuveuse de Riz du Burkina (UNERIZ-B)

Tableau 2 : Liste des unions membres de l'UNERIZ-B

Dénomination de l'union	Commune	Région	Nombre de groupement de base	Effectifs membre
Union des Groupements d'Etuveuse de Riz de Bama: UGER-B	Bama	Hauts-Bassins	09	630
Union départementale des Transformatrices et Etuveuses de Riz de Banzon: UDTER-B	Banzon	Hauts-Bassins	14	450
Union Connanet de Bagré	Bagré	Centre-Est	18	346
Union Benkadi du Sourou	Niassan	Boucle du Mouhoun	07	323
Union Départementale des Etuveuses de Riz de Founzan: UDER-F	Founzan	Hauts-Bassins	02	290
Union Départementale des Etuveuses de riz de Douna: UDER-D	Douna	Cascades	04	255
Union Wend Waogo de Mogtédou	Mogtédou	Plateau central	02	175
Union Départementale des Etuveuses de Riz de Karfiguela	Karfiguela	Cascades	04	125
TOTAL			60	2594

Source : (SANGARE, 2014)

3.1.1.1. Les besoins des étuveuses en riz paddy

Sur la base du traitement des informations et données collectées auprès des étuveuses :

- en moyenne 50% du riz paddy des plaines irriguées est acheté par les étuveuses. Cette proportion est obtenue en rapprochant la production des zones concernées aux quantités achetées par les étuveuses ;
- au cours de la dernière campagne, les ventes des organisations d'étuveuses se chiffrent en volume à 3.023 tonnes de riz décortiqué. Ce volume ne prend pas en compte les ventes faites individuellement par les femmes ;
- près de 43% du volume des ventes des étuveuses est destiné à la SONAGESS. Les autres clients des étuveuses pour le riz blanc sont essentiellement les commerçants revendeurs et certains particuliers qui s'approvisionnent directement dans les ateliers ou centres d'étuvage.

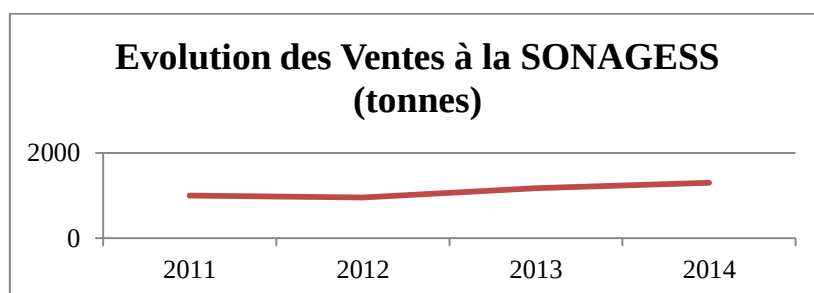
Pour la campagne à venir, ces organisations devraient être en mesure de produire plus car plusieurs unions viennent de recevoir (ou sont en phase d'en disposer) de nouveaux équipements. Toutefois, cette hypothèse de produire plus suppose l'existence d'une demande pour absorber l'offre.

Tableau 3 : Répartition des volumes de ventes des membres de l'UNERIZ

Dénomination de l'union	Effectif membre	Volume de riz vendu (T)	Volume vendu à la SONAGESS	% SONAGESS
Union des Groupements d'Etuveuse de Riz de Bama: UGER-B	630	633	450	71%
Union Départementale des Transformatrices et Etuveuses de Riz de Banzon: UDTER-B	450	1000	600	60%
Union Connanet de Bagré	346	1000	200	20%
Union Benkadi du Sourou	323	78	23	29%
Union Départementale des Etuveuses de Riz de Founzan: UDER-F	290	nd	ND	ND
Union Départementale des Etuveuses de riz de Douna: UDER-D	255	112,25	0	0%
Union Wend Waogo de Mogtédó	175	200	25	13%
Union Départementale des Etuveuses de Riz de Karfiguela	125	ND	ND	ND
Total	2.594	3.023,25	1.298	43%

Sources : Estimation sur la base des enquêtes

Figure 6 : Evolution des achats par SONAGESS du riz étuvé



Source : Référentiel technico-économique de l'étuvage du riz, 2014, actualisée selon nos enquêtes

3.1.1.2. La politique d'achat du riz paddy chez les étuveuses

Dans la pratique, les procédures d'achat du riz paddy sont de trois ordres : l'approche par l'organisation, l'approche individuelle et les achats «tout venant».

a. L'approche par l'organisation

Avec le développement des centres d'étuvage, les organisations d'étuveuses contractent avec des organisations de producteurs pour l'achat du riz paddy. Cette pratique est d'autant répandue que les étuveuses et les producteurs ont une longue tradition «d'entente» pour l'enlèvement du paddy. De ce fait, il y a une relation de confiance qui s'est construite et qui se poursuit jusqu'à présent. C'est donc le modèle le plus répandu dans l'étuvage. Dans ce modèle, il y a généralement des avances de trésorerie qui sont faites aux producteurs ou à leur organisation pour faciliter l'achat d'intrant pour la production.

Dans certains cas, la femme qui travaille à son compte peut, de manière individuelle, acheter le riz à son organisation pour sa propre activité d'étuvage.

b. L'approche individuelle

Ce modèle est privilégié surtout par les étuveuses qui travaillent à leur propre compte, qu'elles soient membres ou non d'une organisation d'étuveuses. En effet, beaucoup de femmes membres des organisations continuent de produire individuellement en dépit de la création des centres d'étuvage. La production collective est généralement destinée à fournir un marché ou une commande précise. En dehors de ce cas, chaque femme étuve son riz et l'écoulement peut être assuré par la productrice ou par son organisation. Les femmes qui sont dans cette dynamique disposent en général d'une capacité financière et sont en mesure de donner une avance sur leur commande si besoin est.

c. L'achat «tout venant»

Parfois, en cas de besoins d'une variété ou de pénurie de paddy ou encore par manque de fonds suffisants, les étuveuses s'approvisionnent (au détail) directement sur les marchés locaux ou aller sur les marchés d'autres localités.

Pour les étuveuses, les exigences en matière de qualité lors de l'achat du paddy se limitent aux points suivants :

- s'assurer que le paddy ne contient pas de «grains non mûrs» ou pas fermes ;
- le contrôle à vue de la présence d'impureté.

Les étuveuses « tolèrent » généralement ou ne sont pas en mesure de vérifier d'autres aspects de la qualité du paddy comme par exemple le taux d'humidité. Elles étuvent toutes variétés de riz. Seules les femmes de Mogtedo n'étuvent pas la variété TS2.

3.1.2. Les transformateurs

Les transformateurs sont ici des unités industrielles ou semi-industrielles qui ont pour activité principale le décorticage et/ou la commercialisation du riz décortiqué. Au Burkina Faso, on dénombre jusqu'à 25 unités industrielles ou semi-industrielles installées, mais toutes ne sont pas fonctionnelles. Le fait que ces unités ne soient pas

en activité s'explique soit par manque de paddy, soit par absence de moyens financiers soit encore faute de marché suffisant. A titre d'exemple, on peut citer les unités suivantes : Faso Dembé de Bama, l'unité de RWB de Mogtèdo et STPA de Dédougou.

3.1.2.1. L'évaluation des capacités des acteurs de la transformation

Les données des enquêtes et revue documentaire ont permis d'évaluer la capacité de production installée de l'ensemble des unités. Les unités de transformation ont une capacité théorique de 25 000 tonnes de riz décortiqué. Ce qui représente 41.250 tonnes de riz paddy si l'on considère que le taux moyen de rendement de ces unités est de 65%. Cependant, leur capacité réelle actuelle, si on s'en tient aux volumes moyens de ventes sur les 3 dernières années, est de 8473 tonnes de riz blanc. Ce chiffre concerne les six (06) premières entreprises qui ont une activité continue dans le domaine. Ce qui donne un taux d'activité de 33,892% (8473/25000).

Si on fait une évaluation pour ces six (06) unités pour lesquelles on a pu disposer de toutes les informations, la capacité moyenne de ces unités est de 4125 tonnes de riz blanc en capacité technique (rapport riz Cruz et entretiens). Par extrapolation, on peut estimer alors la capacité des différentes unités à plus de 90 000 tonnes de riz paddy (hypothèse de 65% de rendement).

L'estimation de la capacité technique des unités ne prend pas en compte le pouvoir d'achats des transformateurs qui ont généralement de faibles moyens pour le financement de leur fonds de roulement. Comme on peut le voir aussi dans le tableau ci-dessus, les achats de la SONAGESS représentent plus de 16,5% des capacités réelles de vente des unités de transformation.

Tableau 4 : Evaluation de la capacité technique des unités semi-industrielles

Désignation Unité	Localité	capacité Annuelle (T)	Volume théorique Paddy (t)	Volume réel de riz (moyenne)	Volume SONAGESS (T)	% SONAGESS	Volume réel de Paddy (t)
RizerieWendKonta	Bagré	10000	16500	5000	800	16%	8 250
Faso Malo	Bama	1500	2475	317	166	52%	523
Faso Dembé		1000	1650	0		0%	0
Lafiasso	Banzon	2500	4125	156	0	0%	257
RWK		5000	8250	3000	425	14%	4 950
RWB	Mogtèdo	2500	4125	0		0%	0
Rizerie de Debe - (GMPPA)	Sourou	2500	4125	NP	NP	0%	0
SODERIZ	BOBO			1667	0	0%	2 751
SCTCPCA		NP	NP	156	156	100%	257
EDMAF				150	100	67%	248
KOUSSE-KOUSSE				153	100	65%	252
Capacité totale		25000	41250	10599	1747	16%	17 488

Source : Estimation sur la base des entretiens et rapport Cruz

3.1.2.2. La politiques d'achat du riz paddy

Les transformateurs achètent aussi bien du riz paddy que du riz décortiqué. En termes de politique d'achat, on peut en citer trois procédés courants :

- les achats de riz décortiqué avec les femmes ;
- les achats directs avec les producteurs à partir de contrats tacites mais non écrits et qui se matérialisent par des appuis multiformes à la production ;
- les achats directs avec les producteurs sans ententes préalables ni contacts avec les producteurs : approvisionnement occasionnelles.

a. Les achats de riz décortiqué avec les femmes

Certains transformateurs achètent le riz (blanc ou étuvé). La particularité de ce mode d'achat réside dans le fait que le riz paddy leur a été préalablement confié pour décortiquage. Autrement dit, le transformateur joue les prestataires de services et rachète aux femmes une partie du riz blanc ou étuvé. Ce modèle permet aux deux partenaires de bénéficier de l'expertise et des relations croisées. Ainsi, le transformateur «profite» non seulement de la connaissance que les femmes ont du terrain et de leur proximité avec les producteurs pour avoir accès au paddy, mais également de la connaissance que les femmes ont du riz. Quant aux femmes, elles bénéficient de la connaissance du marché qu'a le transformateur et des circuits et réseaux dans la commercialisation. Ce qui est considéré dans le milieu comme un partenariat gagnant-gagnant et une procédure souple de collaboration car le transformateur dans ce cas, n'a aucun contact avec les producteurs.

b. Les contrats tacites

Certains transformateurs s'appuient sur un réseau d'organisations et/ou d'individus (producteurs) pour s'assurer d'avoir du paddy au moment voulu. Une entente est généralement conclue entre les deux parties pour assurer la disponibilité du riz paddy au prix du marché au moment de l'enlèvement. Il s'agit en fait d'entente sur les prix car dans la pratique, la fixation de prix à termes a conduit à de nombreux contentieux. En effet, au moment de l'enlèvement du paddy, si le prix du marché est supérieur au prix à terme initialement fixé d'accords parties, le producteur ne veut plus respecter sa part de contrat. Ces ententes et contrats tacites comportent aussi des clauses sur les variétés, le taux d'humidité et la propreté du riz. Ce modèle peut être assortie d'appuis en direction du producteur comme : l'octroi avances de trésorerie, l'apport de semences, d'engrais, de pesticides, etc.

c. Les achats occasionnels

Dans cette configuration, il n'y a pas d'entente préalable entre acheteur et vendeurs et pas de contrat. Le transformateur achète le paddy disponible pour peu que certaines normes soient respectées :

- un taux d'humidité entre 13 et 14%,
- une faible présence d'impureté (grains immatures, cailloux, débris de feuilles-tiges, etc.)

Certains transformateurs veulent des variétés précises même en cas d'achat occasionnel. C'est le cas pour deux transformateurs qui ont fait le choix de transformer

la TS2. Tous les autres transformateurs achètent du paddy tout venant en fonction des besoins de leurs clients. Il y a toutefois unanimité sur le fait que le riz usiné soit d'une « blancheur irréprochable ».

3.1.3. L'Association Nationale des Commerçants de Riz du Burkina Faso (ANACOR-BF)

3.1.3.1. Présentation de l'ANACOR-BF

L'association Nationale des Commerçants de Riz du Burkina Faso (ANACOR-BF) est une association qui regroupe 182 membres répartis sur toute l'étendue du territoire. Les objectifs affichés de l'association sont entre autres:

- donner des agréments à des grossistes pour acheter le riz directement auprès des transformateurs et étuveuses de riz ;
- mettre en place un système d'accréditation qui permet aux commerçants membres de s'approvisionner auprès des grossistes transformateurs et étuveuses;
- réduire les achats directs de la SONAGESS auprès des organisations professionnelles non commerçantes ;
- assurer la qualité du riz commercialisé par un suivi quotidien, du décortiquage à l'utilisateur final, en mettant en place une traçabilité du riz vendu.

3.1.3.2. Les besoins de l'ANACOR-BF

Selon les responsables de l'ANACOR-BF, les besoins des membres en riz décortiqué se chiffrent au minimum à 12 tonnes par mois et par membre. Avec un effectif de 182 membres, les besoins théorique de l'organisation est de 26 208 tonnes de riz blanc par an soit l'équivalent de 43 243 tonnes de paddy si l'on prend pour base un rendement de 65%. Si le riz était disponible et que des accords clairs existaient entre les acteurs, les responsables de l'ANACOR-BF estiment que les 43.000 tonnes représentent un minimum et que l'hypothèse la plus optimiste serait d'estimer leur besoin à 86 000 par an au regard de la demande potentielle de leur clients et de leur capacité de distribution. En clair, cette quantité représente à peu près la totalité du riz produit dans les 7 plaines rizicoles du Burkina chaque année.

Figure7 : Evaluation des besoins de l'ANACOR-BF

Rubrique	Nombre acteurs	Besoin individuel mensuel (t)	Besoin individuel annuels	Besoin total annuel
Riz décortiqué	182	12	144	26.208
Equivalent en Riz paddy	182	19,8	237,6	43.243,2

Source : Calculs des auteurs sur la base des enquêtes

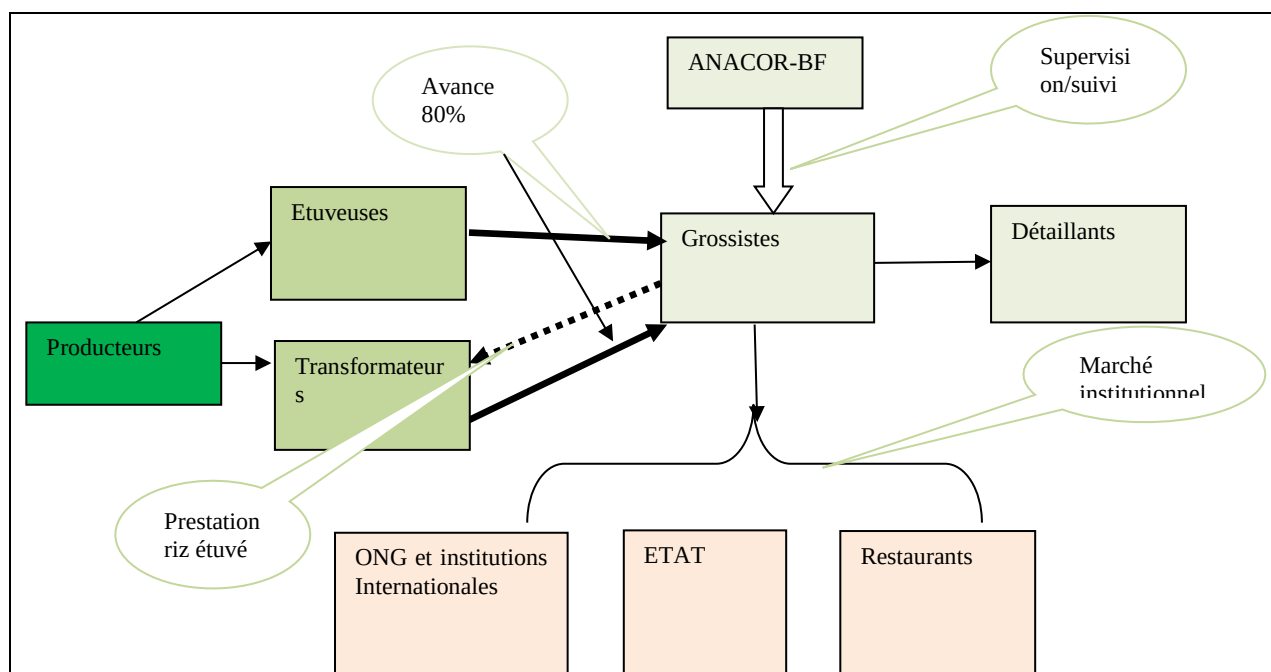
Il est à constater aujourd'hui que le canal des commerçants de riz est très peu exploré par les transformateurs et étuveuses. La vente à la SONAGESS constitue l'un des principaux débouchés privilégié par les étuveuses et les transformateurs. Pourtant, toutes les données tendent à démontrer que les marges obtenus dans le commerce avec la SONAGESS est faible. C'est du moins ce qui ressort des comptes d'exploitation (extrait de l'étude de Drissa SANGARE 2014), en annexe (tableau 8 et 9). Ce compte d'exploitation montre qu'en faisant affaire avec les commerçants, la marge

bénéficiaire par kg de riz est de 28 FCFA, alors qu'elle est pratiquement de Zéro (0) FCFA pour les affaires avec la SONAGESS.

3.1.3.3. La politique d'achat en gestion à l'ANACOR

A l'heure actuelle, l'ANACOR-BF ne dispose pas d'une procédure formelle encore moins de normes écrites. Toutefois, l'ANACOR-BF a engagé une réflexion sur la question et les idées fortes qui se dégagent portent sur :

- Mise en place d'un réseau de vente à deux niveaux. Il faudrait arriver à un système d'accréditation pour acheter le riz aux étuveuses et aux transformateurs. Ces grossistes agréés peuvent redistribuer le riz aux commerçants détaillants dans leur zone de rayonnement selon le schéma ci-dessous.
- Le suivi commercial. Dans chacune des zones de production, un bon suivi permettrait d'assurer le respect des engagements entre les parties et assurerait une traçabilité du riz.
- L'assurance qualité du riz. L'un des problèmes dans la commercialisation du riz national est la question liée à la présence d'impuretés dans le riz et au blanchiment approximatif du riz. Pour les commerçants, le riz étuvé particulièrement doit être traité par les transformateurs pour améliorer son aspect visuel.
- Les variétés de riz. Les commerçants pensent que la variété du riz n'est pas un frein à sa mise en marché. Toutes les variétés sont susceptibles d'intéresser les commerçants. L'important, c'est la traçabilité du produit, sa qualité et son aspect visuel.



Source : Construction de l'auteur

3.2. Répartition des marges dans la filière

Dans la chaîne, les producteurs ont les meilleures marges suivant les études sur les coûts de production du riz qui existent. En effet ces dernières estiment entre 85 et 110

FCFA le coût de production d'un kg de paddy. En supposant un prix de vente entre 130 et 150 FCFA, la marge est de 43,58% ($[(130+150)/2 - (85+110)/2] / (85+110)/2$).

Pourtant les étuveuses et les industriels ou sémi-industriels sont très loin d'espérer de tels niveaux de marges. En effet au niveau des étuveuses, la part de la marge avoisine 8%, $(350 - (340 + 314)/2) / (340 + 314)/2$. Au niveau des sémi-industriels, selon des enquêtes menées sur 3 unités, le coût de production d'une tonne est de 306 000 CFA, soit 306 FCFA le kg. Les taux de marge sont, pour un prix de vente de 350 FCFA le kg donc relativement autour de 14,37%. Cette différence de marge entre industriel et étuveuses tiennent à deux faits : le prix d'achat du paddy, souvent plus élevé au niveau des étuveuses, mais aussi les prix de vente qui sont meilleurs chez les industriels.

Il ressort de ces analyses que si l'impression est que se sont les transformateurs (étuveuses ou semi industriels) qui profitent de la filière, c'est parce que ces derniers ont des volumes d'affaires très importants, des centaines de tonnes, alors que le producteur qui est sur ½ hectare en général a un volume d'affaires faible. Pourtant, la compétitivité de la filière doit passer par une baisse des coûts de production, y compris de la baisse du prix du paddy avec une prime à la qualité : le meilleure paddy recevant un prix exceptionnels de 150 FCFA par exemple.

4. LES ACHETEURS INSTITUTIONNELS

4.1. *Société Nationale de Gestion du Stock de Sécurité (SONAGESS)*

4.1.1.1. *Brève de mission de la SONAGESS*

La Société Nationale de Gestion du Stock de Sécurité (SONAGESS) est l'une des quatre structures permanentes du dispositif de sécurité alimentaire du Burkina Faso. C'est une société d'Etat créée par décret N° 94-133/ PRES/MICM du 13 juin 1994.

La SONAGESS a pour mission de participer, en tant qu'instrument, de la politique céréalière, à la sécurisation alimentaire du Burkina Faso. Cette mission porte sur :

- la gestion du Stock National de Sécurité (SNS), de la collecte à la mise à la disposition en cas de crise alimentaire en passant par sa conservation et sa rotation technique ;
- la gestion du Stock d'Intervention (SI) destiné à la lutte contre la pauvreté et l'approvisionnement des zones déficitaires ou en rupture ; la gestion des aides alimentaires publiques y compris leur monétisation ;
- réaliser des prestations pour des tiers à titre lucratif notamment des activités commerciales comme les traitements phytosanitaires des stocks, la vente de céréales, les études, la location des infrastructures et équipements, le renforcement des capacités des acteurs des marchés agricoles, l'intermédiation et l'assistance à l'exportation... ;
- contribuer aux systèmes d'information sur la sécurité alimentaire par la gestion du Système d'information sur les marchés (SIM), la coordination sur les aides alimentaires aussi bien physiques que financières et l'appui aux banques de céréales.

Pour mener à bien cette mission, les tâches suivantes lui sont dévolues :

- la gestion du Stock National de Sécurité Alimentaire (SNS) ;
- le stockage et la conservation des aides alimentaires ;
- la gestion du Système d'Information sur le Marché Céréaliier (SIM).

A côté de ces tâches traditionnelles, la SONAGESS a reçu récemment, la mission de contribuer à la régulation des prix des produits agricoles et celle d'assurer tous les achats de produits alimentaires des structures étatiques.

4.1.1.2. La politique d'achat et volume des achats de la SONAGESS

La mission d'assurer « tous les achats publics de produits alimentaires » qui s'inscrit dans les préoccupations de la présente étude consiste en la fourniture du riz aux autres institutions de l'Etat, notamment les casernes, la population carcérale et les cantines scolaires. Cependant, certaines structures / institutions échappent encore au contrôle de la SONAGESS quant à leur approvisionnement. Ce qui limite ses capacités opérationnelles certaines années.

Suite à la crise alimentaire de 2008, le gouvernement a entrepris de travailler à accroître la production nationale du riz en subventionnant l'acquisition d'engrais par les producteurs. Cette action a eu pour effet de doubler la production pour la campagne 2008/2009. Il fallait ensuite trouver des réponses au problème d'écoulement de la production (qui se posait déjà avec acuité) né du fait de cet accroissement de la production. Le gouvernement a alors décidé de mettre à la disposition de la SONAGES la somme de 2 milliard de F CFA pour acheter la production et ainsi fournir les cantines scolaires, les prisons et les casernes. A l'origine, les producteurs devaient céder 20% de la production à la SONAGESS.

L'opérationnalisation de cette politique de soutien aux producteurs a débuté à la campagne 2009/2010. La SONAGESS a acheté pour cette campagne un peu plus de 1050 tonnes de riz.

Au cours des trois dernières années, les achats de la SONAGESS se présentent ainsi qu'il suit :

Tableau 5 : Evolution des achats SONAGESS

Nature du stock	Nature du riz	Unité	2012	2013	2014
Stock commercial	riz blanc	Tonne	3 067,00	7 730,29	1 050,00
		F CFA	977 801 500,00	2 471 528 360,00	336 000 000,00
	riz étuvé	Tonne	958,13	1 437,43	900,00
		F CFA	306 800 000,00	363 976 000,00	288 000 000,00
	riz paddy	Tonne	563,79	4 328,40	2 759,00
		F CFA	77 820 380,00	605 926 140,00	386 260 000,00
Achats de riz (boutiques témoins et CONASUR)	Riz décortiqué (étuvé et blanc)	Tonne	0,00	5 090,00	2 250,00
		F CFA	0,00	1 628 800 000,00	720 000 000,00
Total	Riz décortiqué	Tonne	4 025,13	14 257,72	4 200,00

	(étuvé et blanc)	F CFA	1 284 601 500,00	4 464 304 360,00	1 344 000 000,00
--	------------------	-------	------------------	------------------	------------------

Sources : Direction des Achats SONAGESS

On note un accroissement des volumes achetés par la SONAGESS en 2013 par rapport à 2012 (les achats se sont multipliés par trois) et une forte régression en 2014 (au 31 octobre 2014) où les achats sont revenus à leur niveau de 2012. Selon l'institution, la raison de cette baisse de l'approvisionnement réside dans le fait que les besoins des casernes et des cantines lui sont inconnus.

En rapportant les achats SONAGESS à la production (après conversion du riz transformé en paddy), on se rend compte que l'ensemble des achats SONAGESS représentent 2, 81% de la production en 2012, 8,22% de la production en 2013 et 3% de la production en 2014.

Selon les responsables de la SONAGESS, l'institution n'achète plus de riz importé. Tous ses besoins sont assurés par le riz local. Il n'y a pas à la SONAGESS de procédure particulière et formelle pour l'approvisionnement en riz local. Les achats se font soit par collette directe auprès des producteurs et transformateur, soit par une réponse aux propositions d'offres faites par les acteurs. Cela signifie qu'un acteur peut directement faire une offre à la SONAGESS pour la vente d'une quantité donnée de riz. Dans ce cas en général, l'institution prend les dispositions pour négocier avec le fournisseur et enlever le riz. Un contrat vient préciser les conditions et modalités d'achats.

Au regard de cette souplesse, la SONAGESS est ouverte à toutes les propositions qui tendraient à favoriser la vente du riz par les structures des acteurs. L'UNPRB peut donc approcher la SONAGESS pour des propositions dans ce sens sur des bases saines et transparentes notamment en ce qui concerne le choix des organisations bénéficiaires.

Pour le riz paddy acheté aux producteurs, la SONAGESS traite avec un certain nombre d'unités pour le décorticage. Ici aussi, il n'y a pas de procédure particulière pour la contractualisation de la prestation avec le transformateur. Le critère essentiel dans le choix du prestataire est la capacité de traitement de ce dernier. Autrement dit, il faut que l'unité dispose de matériels pour assurer la prestation. Actuellement, la SONAGESS traite avec les unités ci-après :

- Bobo : rizerie wend yam, SODERIZ
- Bagré : wend konta et le grenier du Faso.
- Manga : SOCOTRIM

Même s'il n'existe pas de procédures formelles d'achat, la SONAGESS dispose de normes de qualité du riz et ces normes sont précisées dans le contrat d'achat. Le tableau ci-après donne le contenu de cette norme.

Les normes SONAGESS

Tableau 6 : Normes de qualité SONAGESS

Nature	Critères	Valeur en %
Grains	Humidité	≤ 13
	Brisures	≤ 25
	Fine brisure	≤ 0,1
	Immatures ou mal formés	≤ 2
	Grains endommagés	≤ 3
Impuretés	Sable	≤ 0,5
	Organiques	≤ 0,5
	Paddy	≤ 0,3

Source : Convention de livraison de vivres N°2014-005/RE/SONAGESS

Malgré la définition de ses normes, le riz exposé par la SONAGESS dans les boutiques témoins (le riz local) est l'objet de beaucoup de critiques. Ce qui tend à faire dire que soit il y a un certain laxisme sur le respect des normes par les acteurs ou une absence de contrôle des dites normes. Dans tous les cas, cette situation est largement dommageable pour la promotion du riz du Burkina.

4.1.1.3. Les besoins des cantines scolaires

Les données connues concernent les années scolaires 2009-2010 et 2010-2011 qui se chiffrent respectivement à 11 293,25 et 16 932,3 tonnes. Les volumes exprimés en sacs de 50 kg sont surtout constitués de dons en nature des Etats Unis et du Japon.

Tableau 7 : Evolution du volume de riz destiné aux cantines scolaires (en tonnes)

Années	Unité	Stocks	reçu	détérioré	Quantité
2009-2010	Sacs de 50 kg	26 521	200 505	1 161	225 865
	Tonnes	1 326,05	10 025,25	58,05	11 293,25
2010-2011	Sacs de 50 kg	64 728	274 206	288	338 646
	Tonnes	3 236,4	13 710,3	14,4	16 932,3

Source: Public Expenditure Tracking Survey, 2012

4.2. Les casernes des forces armées, les maisons d'arrêt

4.2.1. L'importance de la consommation du riz dans les casernes

L'intendance militaire est une institution qui est chargée de la gestion administrative et financière du ministère de la défense. La gestion financière regroupe trois volets à savoir l'habillement, l'alimentation et l'approvisionnement en sacs mortuaires.

Pour donner une indication des besoins des casernes, l'indicateur le plus significatif est l'importance du régiment. Les régiments des Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso comptent à eux seuls un effectif de 15 000 hommes.

L'intendance militaire consomme annuellement, selon les responsables rencontrés, environ 600 à 800 tonnes de riz blanc en temps de paix, pour le régiment de Ouagadougou et à environ 1000 tonnes avec le régiment de Bobo et cela pour les 15000 personnes. L'armée étant un consommateur final de riz seul le riz blanc

l'intéresse. Jusqu'ici, elle s'approvisionne en riz blanc importé. Il ressort néanmoins qu'une réflexion est menée pour voir s'il n'y a pas d'opposition particulière à l'utilisation de ce riz.

4.2.2. Politique d'approvisionnement des casernes

Le volet alimentaire dans l'approvisionnement de l'armée est assuré par l'Etat sous forme de subvention. Chaque sections de corps s'approvisionne de manière indépendante et les procédures d'achats ne sont pas communiquée pour des raisons que l'on imagine aisément. On peut dire même qu'elles sont peu connues. Des entretiens, il ressort seulement les décisions d'achat (les volumes et le choix des fournisseurs) sont prises au niveau de la hiérarchie, puis l'intendance qui en est informé a pour rôle de veiller à la bonne mise en œuvre et à l'affectation interne des stocks. Cette démarche est aussi valable pour l'approvisionnement populations carcérales.

Il n'y a pas de normes précises, encore moins de procédures claires et seul le riz blanc intéresse aujourd'hui ces acteurs.

4.3. Le PAM

4.3.1. Présentation du PAM

Le Programme Alimentaire Mondial est un organisme d'aide alimentaire de l'ONU. Il est de ce fait la plus grande organisation humanitaire au monde. Le Programme Alimentaire Mondial a initié en 2009 un nouveau projet dénommé «Les Achats au service du Progrès (*Purchase for Progress* ou P4P) » pour une période de cinq ans (2009-2013). Le P4P a pour but de favoriser l'accès au marché des petits producteurs en leur accordant des marchés au niveau de l'approvisionnement du PAM. Cela se concrétise par des achats locaux et par le renforcement des petits producteurs dans le domaine de la vente collective des produits agricoles. L'objectif ultime visé par le P4P étant qu'en fin 2013, au moins 500 000 petits producteurs, à travers leurs organisations, puissent vendre leurs surplus et accroître ainsi leurs revenus. Le programme d'un budget total de 96 millions d'euros bénéficie à 20 pays dont le Burkina Faso. Les bénéficiaires des excédents ainsi collectés sont les personnes vulnérables (les victimes des malnutris, les réfugiés, les cantines scolaires, etc.)

4.3.2. La politique d'achat du PAM

Le PAM a développé deux modalités particulières pour les achats locaux dans le cadre du programme P4P. Il s'agissait du «contrat direct» et du «contrat avec livraison à terme». Selon le principe habituel de mise en concurrence pour l'attribution des marchés, le PAM lançait des appels d'offres auprès des OP participant à l'initiative P4P.

Selon les responsables rencontrés, l'important pour le PAM n'est pas de quantifier le volume de leur besoin car l'intervention du PAM dépend d'une situation donnée qui peut varier selon les années.

Ainsi, avant 2014 le programme P4P n'achetait pas du riz, mais le niébé, le maïs et le sorgho avec ses partenaires. Ce n'est que courant 2014, que l'organisation a commencé à s'intéresser au riz toujours auprès de ses partenaires.

Les partenaires du P4P sont des organisations de petits producteurs composés d'au moins 50% de femmes qui organisent des ventes collectives, qui sont encadrés par des institutions partenaires et qui sont capables de produire au moins 50 tonnes de la denrée sollicitée.

Les modes d'approvisionnement sont les contrats à termes conclus avec des partenaires et les appels d'offres pour les opérateurs.

Pour être partenaire du programme P4P, il suffit de contacter le PAM Burkina pour soumettre une demande de partenariat. Après la prise de contact, le service d'achat pour le progrès effectue une sortie sur le terrain pour discuter avec le potentiel fournisseur, vérifier et évaluer les réalisations de ce dernier. Si après la sortie sur le terrain, le service est satisfait, un contrat de partenariat peut être alors signé.

Concernant les achats de riz, il y a des normes que les partenaires doivent impérativement respecter. Elles concernent entre autre le taux d'humidité, le taux de brisure, et la propreté du riz *(voir les normes techniques après)*.

4.4. Les Restaurants Universitaires (BOBO, Ouaga, et Koudougou)

Les restaurants universitaires sont des structures gérées par des entreprises privées. Elles ont pour mission d'assurer la restauration aux étudiants. Le recrutement de ces prestataires privés se fait par le Centre des Œuvres Universitaires (CENOU) selon une procédure d'appels à candidature. Dans toutes les universités publiques du Burkina, il y a au moins un Restaurant Universitaire connu également sous le nom générique de «RU». Les universités de Ouagadougou comptent Sept (07) restaurants. L'échantillon d'enquête concerne les restaurants de trois (03) principales villes universitaires du Burkina Faso à savoir Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et Koudougou. Il est intéressant de noter que tous ces restaurants fonctionnent sur des bases identiques et que ce sont pratiquement les mêmes prestataires que l'on retrouve dans les trois villes : les plats servis au RU au tarif de 600 FCFA en moyenne. L'Etat subventionne pour 500 FCFA et l'étudiant contribue pour 100 FCFA.

En absence d'une quantification de données portant sur le volume de riz utilisé annuellement par les restaurants universitaires, nous avons procédé par une évaluation sur la base du nombre de plats servis. Les données dont on a pu disposer sont les suivantes : le nombre de plats servis par jour, 24.000 plats à Ouagadougou, 6.000 à Koudougou et 5.000 à Bobo Dioulasso. Sous l'hypothèse que chaque étudiant consomme 0,125 kg de riz par plat et que des 14 plats servis par semaine, 8 sont à base de riz, on arrive à la conclusion que les restaurants universitaires des trois villes devraient consommer 1540 tonnes de riz par années universitaire (44 semaines).

Figure 8 : Evaluation de la quantité de riz consommé dans les restaurants universitaires à Ouagadougou et Bobo-Dioulasso

Restaurant Universitaire	Nombre de	quantité par	Nombre de	Nombre	Total en
--------------------------	-----------	--------------	-----------	--------	----------

	repas/jours	étudiants (kg)	plats/semaine	de semaine	Kg
Restaurants/Ouagadougou	24 000	0,125	8	44	1 056 000
Restaurants de Koudougou	6 000	0,125	8	44	264 000
Restaurants de Bobo-Dioulasso	5 000	0,125	8	44	220 000
Total					1 540 000

Source : Estimation à partir de nos enquêtes

La plupart de ces restaurants utilisent principalement du riz importé. Un seul restaurateur achète régulièrement du riz étuvé au rythme de 5 tonnes par trimestre juste pour préparer du riz gras. Alors que les besoins mensuels des restaurants s'estiment à près de 40 tonnes de riz, le riz national dans la restauration universitaire ne représente que 4,16% de ce besoin.

Les achats des prestataires des restaurants universitaires se font par entente tacite avec le fournisseur. Il n'y a aucune procédure écrite ou un schéma de passation de marché. *La seule difficulté est que les paiements se font de manière très aléatoires en fonction des disponibilités du CENOU.* Les restaurateurs hésitent fortement à utiliser le riz national en raison du «taux élevé impuretés dans ce riz». Un restaurateur résume cette crainte en déclarant : «nous préparons 500 kg de riz par repas, il n'est donc pas imaginable qu'on puisse trier tout ce riz, il aurait fallu au moins 20 femmes».

4.5. Les restaurants des hôpitaux

L'entreprise SOGA (groupe fatim's) est une société gastronomique basée à Ouagadougou. SOGA gère les restaurants de l'hôpital Yalgado, de l'hôpital Blaise Compaoré et de l'hôpital de Kossodo. C'est une entreprise qui a une longue expérience dans le domaine de la restauration collective, particulièrement la restauration dans les hôpitaux.

SOGA annuellement environ 700 à 800 tonnes de riz dont 50 à 60 tonnes pour le restaurant de l'hôpital Yalgado. Le riz que la société utilise est exclusivement du riz importé. L'entreprise s'approvisionne régulièrement auprès des grossistes qu'elle consulte directement pour demander les prix. Il peut arriver qu'elle procède à un appel d'offre, mais vu le temps et les longues procédures, cette procédure très rarement utilisée.

SOGA achète du riz blanc de 5%, 25%, et 100% brisure. C'est le premier critère d'achat selon la gérante principale. Le second critère étant bien entendu le fait qu'il doit y avoir dans le riz le moins d'impureté possible. Et enfin le troisième critère est le prix proposé : «**un prix acceptable**». Elle s'approvisionne au comptant et très rarement à crédit après vérification des normes d'hygiène.

La société peut s'engager à consommer uniquement du riz local si la qualité, la propreté et la disponibilité sont pris garanti par les éventuels fournisseurs.

4.6. Le CRS

Le Catholique Relief Service est une ONG américaine qui intervient dans le domaine de l'aide alimentaire notamment l'appui aux cantines scolaires. *«Les Etats Unis sont de loin le principal pourvoyeur d'aide alimentaire fournissant plus de la moitié du volume total. Cette aide est distribuée et en partie monétisée dans le cadre des projets de développement mis en place par les ONG américaines, principalement CRS et en moindre mesure, Africare ».*

Les besoins sont très importants, même si notre interlocuteur s'est borné à nous dire qu'il n'y avait aucune possibilité d'acheter du riz Burkinabè par le CRS qui reçoit directement des Etats Unies tous le riz nécessaires pour le fonctionnement de ses activités.

5. APPRECIATIONS DU RIZ BURKINABE PAR LES CONSOMMATEURS

5.1. Généralités sur l'enquête

L'objectif ultime de la présente étude est de comprendre les procédures d'achats du riz, ce qui revient également à parler des facteurs déterminants dans la consommation du riz. Au regard des données ci-dessus, il y a, à n'en pas douter, un marché potentiel pour le riz local au niveau des acheteurs institutionnels (restaurants universitaires, casernes, restaurants des hôpitaux, etc.). Cependant, ces professionnels doivent d'une certaine manière tenir compte des besoins de leur clients (consommateur final). Le développement du marché du riz national passe non seulement par la capacité des acteurs à faire des offres aux clients institutionnels, mais aussi et surtout par la prise en compte des attentes et besoins des consommateurs. Il est donc nécessaire et même indispensable pour une structure comme L'UNPRB d'avoir une idée précise sur la perception du riz burkinabè par les consommateurs afin de comprendre et prendre en compte les attentes.

Les analyses ci-dessous s'appuient sur une étude que SICAREX a réalisée sur la consommation du riz burkinabè dans les deux grandes villes du Burkina Faso (Ouagadougou et Bobo-Dioulasso). C'est une enquête qui visait à recueillir les avis de trois catégories de personnes :

- les professionnels de la restauration : principalement les restaurants universitaires et quelques restaurants de standing moyen ;
- les ménages urbains ;
- les clients des restaurants.

La qualité du riz commercialisée (le riz étuvé ou le riz blanc) a été prise en compte en se basant sur les variétés suivantes

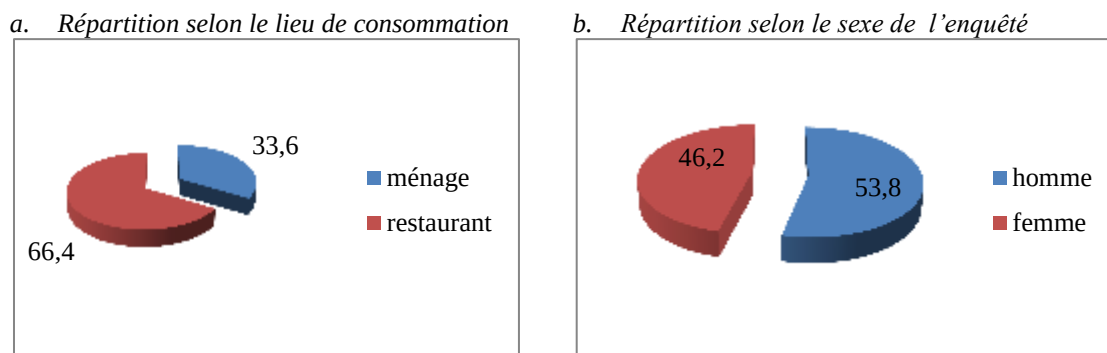
Tableau 8 : composition de l'échantillon selon les variétés de riz servi à la consommation

Variétés	Nombre	%
Nérica 60 N étuvé	33	27,7
Nérica 62 N étuvé	33	27,7
FKR 19 étuvé	31	26,1
Riz blanc (TS2/FK19)	22	18,5
Total	119	100

Source : Test de consommation

La répartition de l'échantillon est quasi-égalitaire sauf pour le riz blanc qui, pour des raisons de mauvaise cuisson, n'a pas été présenté aux étudiants pour la consommation. Le cuisinier du RU a en effet trouvé que ce riz était trop collant à la préparation.

Figure9 : Répartition des enquêtés selon le lieu de consommation et selon le sexe



Conformément au protocole d'enquête, 10 ménages et 3 restaurants ont été interviewés. Les consommateurs ont été interrogés après consommation effective de chaque qualité et variété de riz. Pour les trois restaurants, il y avait un restaurant de rue, un restaurant universitaire et un restaurant de moyen standing. Il a été prévu d'interroger 40 personnes dans les ménages, et dans les restaurants 5 à 10 personnes par variété de riz, soit au total 120 interviewés. Si le taux de réponse a été de 100% dans les ménages, au niveau des restaurants seuls 5 fiches par variétés ont été récoltées. Par ailleurs, une variété de riz, n'ayant pas été présentée aux étudiants au niveau du restaurant universitaire, le nombre de questionnaires dépouillés a été de 79. Toutefois, ce nombre est dans la fourchette estimée pour avoir une bonne indication après consommation du riz national.

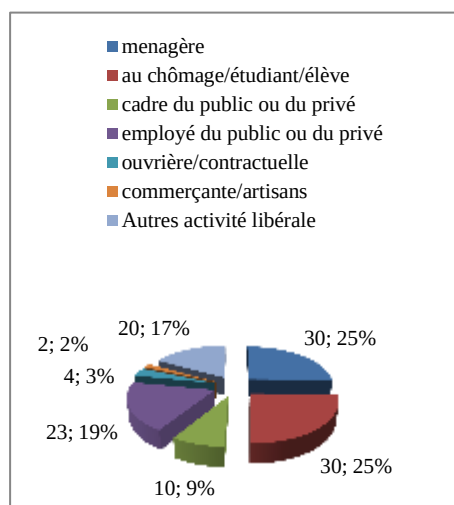
L'échantillon présente aussi un déséquilibre entre homme (52,8%) et femme (47,2%). Ce déséquilibre s'explique surtout par la sur-fréquentation des restaurants par les hommes (voir tableau suivant). Ce déséquilibre n'entame pas la crédibilité des données car certains commentaires spécifiques (comme ceux portant sur la cuisson) ne prennent en compte que les avis des spécialistes que sont les cuisiniers et cuisinières. Il est vrai que des clients de restaurants ou même des consommateurs dans les ménages peuvent avoir des avis intéressants, mais ne pouvant pas faire la part des choses, nous avons préféré être prudents en excluant leurs commentaires.

Tableau 9 : Répartition des enquêtés selon le genre et le lieu de l'enquête

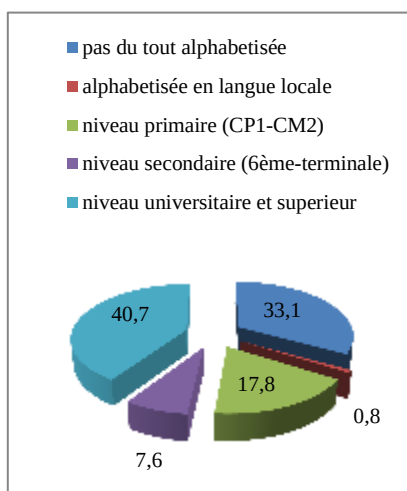
Sexe	Lieu de test		Total
	Domicile	restaurant	
Hommes	4	60	64
Femmes	36	19	55
Total	40	79	119

Sur le plan des catégories socioprofessionnelles (la répartition de l'échantillon selon les revenus et le niveau d'instruction) presque toutes les couches sociales sont représentées, (voir le graphique suivant).

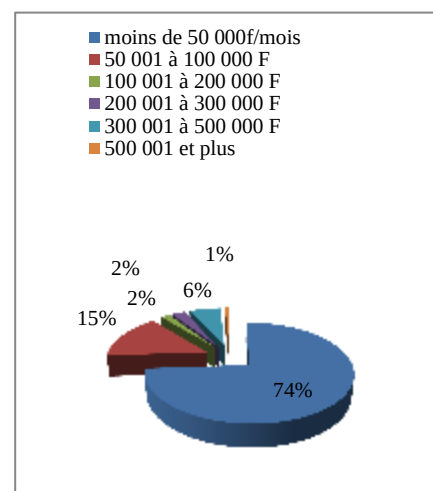
Répartition des enquêtés selon leur situation socioprofessionnelle



Répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction



Répartition des enquêtés selon leur niveau de revenu



En rappel, l'objectif de cette enquête n'était pas d'avoir une photocopie représentative de la population Burkinabè mais de recueillir les avis des différents consommateurs depuis les couches défavorisées jusqu'aux couches moyennes et éventuellement aisées.

5.2. Résumé des différents avis sur le riz produit au Burkina

5.2.1. La consommation du riz national

5.2.1.1. Les avis sur la consommation toute variété confondue

Il ressort de l'analyse des données (tableau suivant) que 64,1% des personnes interrogées ne connaissaient pas le riz national à fortiori le riz de tel ou tel plaine encore moins les variétés de riz produites au Burkina. Cela confirme les données de l'enquête sur la consommation du riz national, (CIRB 2010). En effet selon cette étude **seule 0,2% des 500 personnes interrogées connaissent par exemple le riz de Mogtado**. Dès lors qu'il faut mener une action de promotion du riz national, car c'est un produit très peu connu à Ouagadougou.

Connaissance du riz

Réponses	Fréquence
non	64,1
oui	35,9
Total	100,0

Consommation dans l'avenir

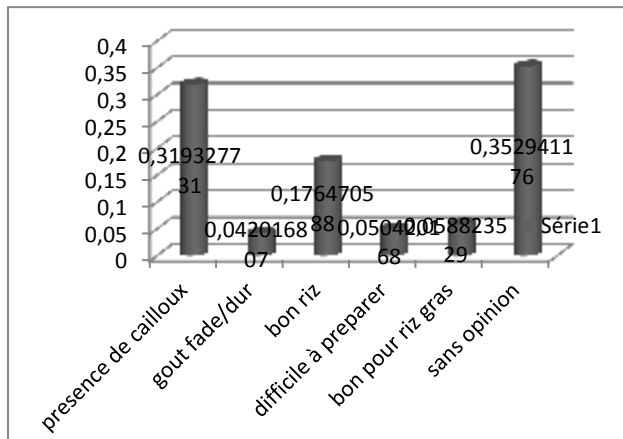
Réponse	Fréquence
non	8,5
oui	91,5
Total	100,0

Une fois que le consommateur a goûté au riz du Burkina, et malgré les griefs portés contre ce riz, il est intéressant de noter que 91,5% des enquêtés affirment souhaiter consommer ce riz à l'avenir.

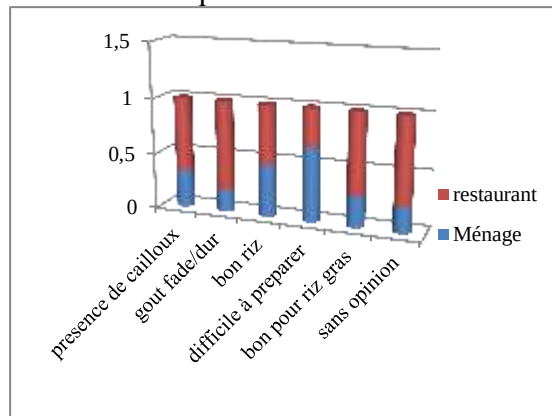
Les griefs des personnes interrogées sur le riz du Burkina portent surtout sur la présence d'impuretés notamment la présence de cailloux dans le riz. 31,9% des personnes enquêtées trouvent que c'est le problème majeur du riz national. **Ce**

problème est surtout soulevé dans les restaurants. Cela montre que les cuisiniers / cuisinières ont du mal nettoyer le riz avant la cuisson. Cette situation est un sérieux désavantage quant à l'introduction du riz dans les restaurants.

a. Commentaires sur le riz toute variété confondue



b. Commentaire sur le riz selon le lieu de l'enquête



Le second problème soulevé dans les commentaires porte sur les difficultés de préparation du riz national. Cette difficulté qui comporte deux dimensions concerne aussi bien le temps de cuisson du riz que la qualité de la cuisson du riz (le riz devient pâteux). **A ce niveau, les ménages ont eu plus de problèmes que les restaurants.** 66,6% de ceux qui trouvent le riz local difficile à préparer sont surtout des personnes enquêtées dans les ménages. Notons tout de même qu'un restaurant n'a pu servir le riz blanc aux clients parce que la cuisson a été totalement ratée. Le riz a été transformé en bouillie.

La «prescription» de cuisson a donc été souhaitée par les ménagères et les professionnels de la restauration qui pensent **«qu'il est important, surtout pour le riz blanc, de montrer comment on peut mieux faire cuire le riz national»**.

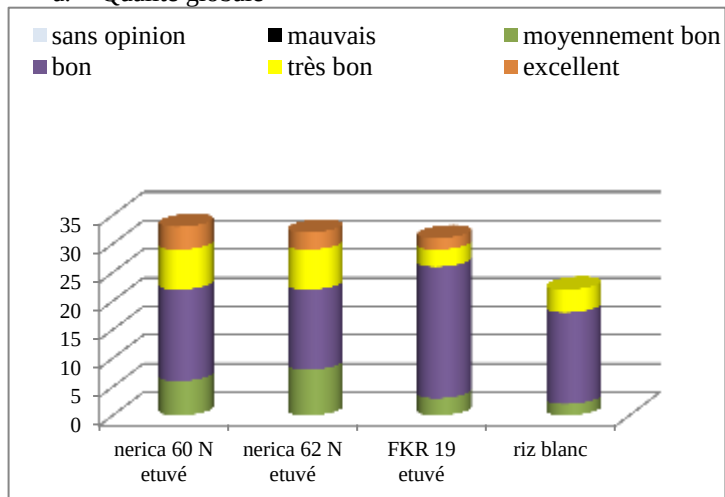
Plus de 17% seulement des enquêtés trouvent que le riz est de bonne qualité (appréciation globale).

5.2.1.2. Les avis de consommation selon les variétés de riz

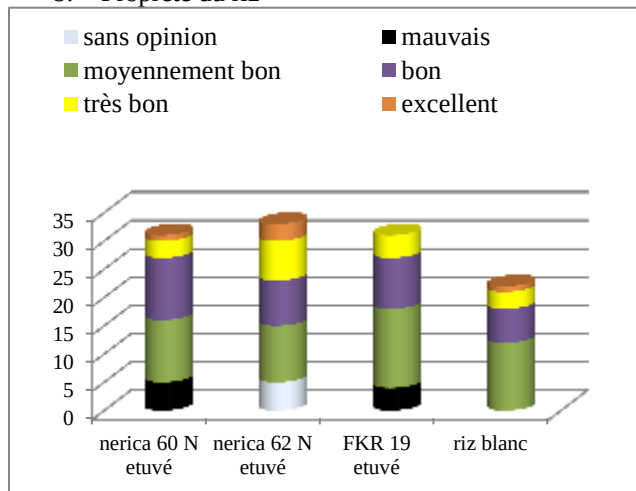
Il apparaît difficile au vue des données d'établir une différence entre variétés de riz proposé. Des échanges avec les cuisinières et responsables de restaurants, il semble exister une pointe de préférence pour le FK19 parce que cette variété ne «devient pas aussi dur» (sec à la rigueur) quand le riz cuit se refroidit. Mais les données récoltées ne permettent pas de façon nette de faire ressortir cela.

En second lieu, sur la propreté du riz, la préférence va aux NERICA (60 N ou 62 N) ; mais ici aussi, les données ne dégagent pas une tendance nette.

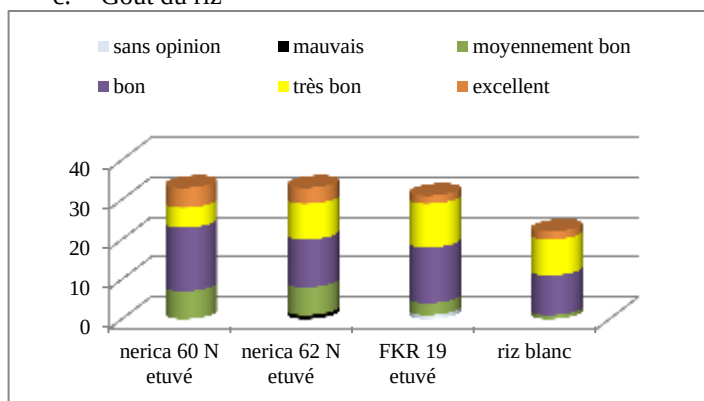
a. Qualité globale



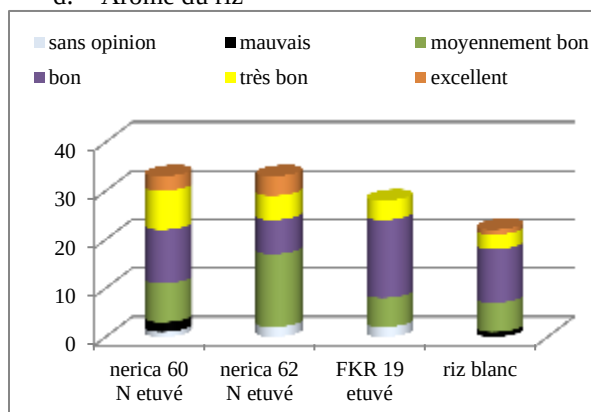
b. Propreté du riz



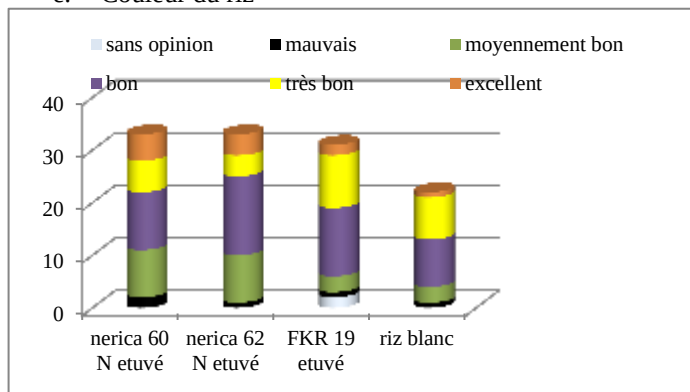
c. Goût du riz



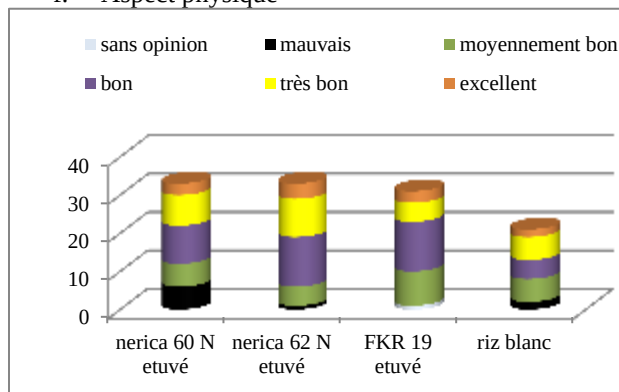
d. Arome du riz



e. Couleur du riz



f. Aspect physique



NB : La taille total des tuyaux n'est pas essentiel car elle indique le nombre d'enquêtes pour la variété concernée

5.2.1.3. Les avis sur les mécanismes de cuisson

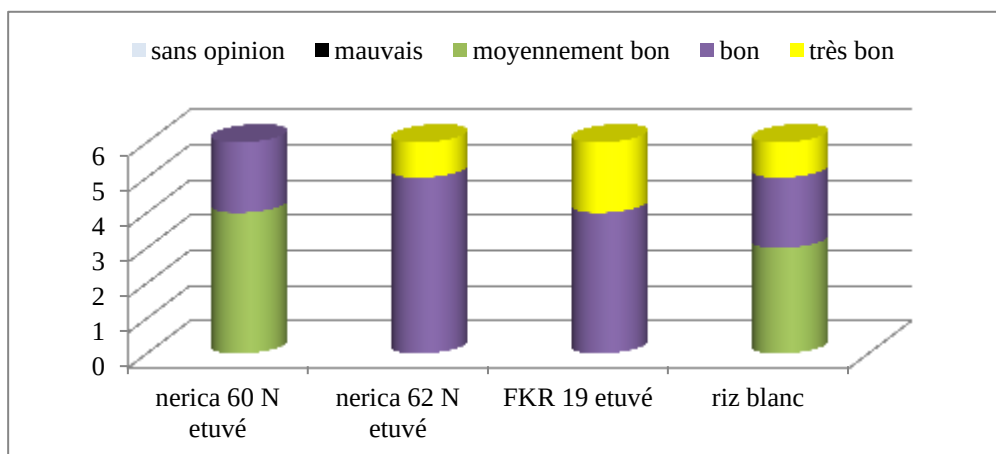
Pour la cuisson, les données indiquent que le NERICA 62 N et le FK19 sont préférés au riz blanc et au NERICA 60 N. Toutefois, dans les discussions les restaurateurs estiment que le riz blanc devrait se cuire avec très peu d'eau. La difficulté majeure est de pouvoir déterminer à priori la quantité exacte d'eau nécessaire. Les cuisiniers professionnels ne se donnent pas tant de mal quand il s'agit de la cuisson du riz importé car il y a toujours la possibilité de réduire l'eau du riz au cours de la cuisson. Ce qui ne serait pas le cas pour le riz blanc national, et cela pour deux raisons :

- premièrement, ce riz cuit vite. Avant même de s'en rendre compte (10 mn selon certains) ;
- la seconde raison est que le riz blanc produit au Burkina est très collant ; une fois en ébullition, il devient difficile d'extraire l'excédent d'eau.

Le principal grief porté contre le NERICA et précisément le NERICA 60 N, c'est qu'après cuisson il durcit au refroidissement. En d'autres termes il faut le manger quand il est chaud. Cette spécificité constatée est un désavantage car :

- beaucoup de familles dans les villes cuisinent une fois : à midi (pour les familles dont l'un au moins des parents est salarié) ou le soir pour les familles de commerçants. Il faut donc réchauffer la nourriture cuisinée pour assurer le second repas de midi ou du soir. Si le riz change de consistance une fois refroidi, cela pose problème;
- peu de restaurants sont en mesure de cuisiner les mets à la commande du client. Dès lors, cette variété de riz apparaît comme inappropriée pour la restauration.

g. Cuisson du riz selon les cuisiniers et cuisinières



5.2.1.4. Les avis sur gains induits comparativement au riz importé

Parce que le riz local « ne gonfle pas assez » et qu'il « est difficile à cuire », il présente peu d'intérêt car ces éléments caractéristiques permettent aux restaurateurs de se faire de l'argent et aux familles nombreuses d'en économiser. De l'avis des personnes enquêtées, le riz local a par contre un meilleur goût et il est bien parfumé..

En résumé on peut retenir que :

1. les consommateurs ne font pas de différence nette entre les différentes variétés de riz, même s'il semble se dégager une préférence peu marquée pour la FKR 19 et le NERICA 60 N ;
2. La TS2 (riz de BAGRE) est de loin la variété la plus connue à Ouagadougou et celle que les consommateurs préfèrent,

3. la gamme de NERICA est jugée dur/sec quand elle se refroidit après cuisson. Ce qui pose un problème de conservation à certains consommateurs et aux restaurants au regard des habitudes et pratiques culinaires ;
4. la présence d'impuretés telles que les cailloux dans le riz local constituent les désagréments les plus récurrents dans les commentaires.
5. en matière de cuisson, les cuisiniers trouvent que le riz blanc est très difficile préparer et qu'il faudrait à la rigueur une notice de cuisson ;
6. Le prix du riz n'est pas apparu comme un handicap selon les acteurs. Il y a eu parfois un problème d'information qui fait que les prix actuels du riz national ne soient pas connus par la majorité des consommateurs.

6. PRINCIPALES CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

6.1. Principales conclusions

1. L'étuvage est sans conteste un moteur important dans les affaires du riz burkinabè. Il tire la production car il enlève près de 50% de la production dans les plaines.
2. La capacité de transformation des unités est importante mais sous utilisée. Sur près de 25 unités recensées, seulement 6 sont en état de fonctionnement effectif. Pour une capacité installée de 25.000 tonnes de riz blanc, les unités ne produisent que 8.700 tonnes (33% de la capacité installée).
3. Après les étuveuses, la transformation industrielle est le second moteur de la production car elle achète entre 15 à 25% de la production des plaines. Les unités de transformation possèdent des moyens de transformation et sont bien organisées au niveau technique. Mais au niveau commercial, elles contentent pour beaucoup d'entre elles de clients connus et de la publicité de «bouche à oreilles».
4. La répartition des marges et les besoins de compétitivité de la filière ne militent pas pour un accroissement continu du prix du paddy
5. Les achats de la SONAGESS sont importants en tant qu'unique client, mais à y regarder de près, cette société n'a pu acheter que 4% de la production nationale de paddy (moyenne des achats des 3 dernières années) alors qu'elle ambitionnait prendre 20% de la production.
6. Il y a un potentiel important sur le marché professionnel du riz dans la restauration collective en générale (universités, hôpitaux, casernes, univers carcérale). Ce secteur d'activité est aujourd'hui géré par des entreprises privées qui, en plus de savoir ce qu'elles veulent en terme de produits, ont des procédures d'approvisionnement plus souple et une certaine régularité dans les achats. Cependant, il y a peu ou pas de réelle connexion entre ces entreprises et les acteurs de la filière riz. Cette connexion reste à faire dans toutes les structures d'achats institutionnels, car il y a une relative souplesse quant aux procédures et les institutions restent ouvertes aux propositions et à la négociation. Il en est de même pour les commerçants riz qui pourraient jouer un important rôle dans la commercialisation du riz, allant même jusqu'au préfinancement.
7. Le riz national reste encore peu connu du consommateur potentiel. On note cependant, une bonne disposition de ce dernier pour la consommation du riz national pour peu qu'un effort soit fait pour mieux l'informer et assurer la présence du riz local dans la grande distribution.

8. Il y a enfin un effort global qui est fait, surtout dans les centres de BAMA, de Banzon, de Mogtedo, de Bagré et de Niansan, sur la qualité du riz mais la perception ou la réalité de cette amélioration laisse à désirer car il semble que la présence d'impuretés est toujours stigmatisée par toutes les catégories d'acheteurs.

6.2. Recommandations

A l'endroit du CIR-B

1. Elaborer et mettre en œuvre une stratégie de plaidoyer en direction des acheteurs institutionnels actuels ou potentiels dans les domaines suivants :
 - * **L'accroissement du volume des achats SONAGESS et la prise en compte du riz local dans d'autres institutions (population carcérale, casernes, cantines scolaires).** La SONAGESS est l'acheteur institutionnel actuel qui influence le marché du paddy et du riz blanc et aussi qui achète du service à certaines unités de transformation. Les acteurs ont intérêt à travailler avec cette institution car les volumes d'affaires sont importants et ces affaires procurent de la trésorerie aux producteurs, étuveuses et transformateurs. Initialement, l'objectif de la SONAGESS était d'enlever 20% de la production. Or, on se rend compte aujourd'hui que la SONAGESS est loin d'atteindre cette proportion. Au cours des trois dernières années, elle n'a acheté en moyenne que 4% de la production nationale de paddy. Le plaidoyer doit non seulement viser à relever cette proportion mais aussi à faire en sorte que les besoins des casernes, des cantines scolaires et des prisons soient pris en compte pour intégrer une proportion de riz national car cela n'est pas le cas à l'heure actuelle. De ce point de vue, le plaidoyer devra se faire au-delà de la SONAGESS : soit pour augmenter la capacité d'intervention de la SONAGESS qui fournira ensuite les autres institutions, soit viser directement les le MENA (cantines scolaires) ou l'intendance militaire et les services en charges des prisons pour l'introduction du riz local dans leur politique d'approvisionnement.
 - * **Saisir l'ouverture faite par la SONAGESS pour peser sur sa politique d'achat.** Les procédures d'achat actuelles de la SONAGESS sont souples et la société est ouverte aux propositions des acteurs. L'UNPRB doit saisir cette opportunité pour réfléchir sur des propositions à soumettre en discussion avec les services de la SONAGESS.
 - * **Renégocier ou outiller les acteurs à mieux négocier les prix avec les SONAGESS.** Le coût de production moyen d'un kg de riz étuvé est compris entre 314 FCFA et 340 FCFA suivant que le taux d'usinage soit de 67% ou 62%. A ce coût, la tonne de riz étuvé à 310 400 FCFA est vendue à perte. Ce constat qui provient de plusieurs études (étude du marché du riz local, enquêtes SICAREX, etc.). Pourquoi donc les acteurs continuent-ils à vendre des volumes importants à la SONAGESS ? Les étuveuses rencontrées dans tous les centres disent «que c'est moins le gain que la certitude du débouché qui les incitent à vendre à la SONAGESS». En plus, «le fait que le montant total soit versé en une fois», même si ça prend du temps est un gage de sérénité à leur niveau. Le

prix d'achat du paddy constitue une charge importante dans l'usinage et cela influe sur les marges des étuveuses et des transformateurs. La négociation doit prendre en compte la spécificité des zones, les coûts indicatifs de production, la variété et la qualité du riz ainsi que les modalités de livraison et les délais de paiement.

Sites	Prix moyen du paddy par période (FCFA/kg)		Prix du riz étuvé par période (FCFA/kg)	
	Abondance	Pénurie	Abondance	Pénurie
Mogtédo	160	225	308,3	333
Bagré	150	150	340	400
Bama	135	150	280	400
Banzon	130	150	340	360
Sourou	140	175	240	360
Fouzan	128	150	250	350
Karfiguéla	100	112.5	350	350
Douna	128	128	375	375

Source : Idrissa SANGARE 2014

- * **Favoriser la présence du riz dans les points de ventes.** Pour cela il est souhaitable que les acteurs des différents maillons de la chaîne de valeur riz, (producteurs, transformateurs et distributeurs) à travers leurs organisations respectives travaillent à la mise en place d'un véritable circuit commercial qui favorise un accès plus facile au riz national en rapprochant le riz des consommateurs. Ce qui en facilitera les actions de promotion et d'information.
2. Sensibiliser les acteurs à la mise en place d'une force de vente dans les centres d'étuvage et à l'élaboration de politiques commerciales. Dans tous les sites où les étuveuses possèdent un centre équipé, il y a une personne chargée surtout de la gestion mais pas de la commercialisation. Aucun centre ne mène une vraie prospection commerciale auprès des clients potentiels et la notion de marketing se limite aux emballages qui du reste ne donnent pas toujours une information vraie. Par exemple à Mogtédo, nous avons vu lors de notre passage que les sacs portaient la mention, NERICA étuvé alors que les sacs contenaient en réalité du FK19 parce qu'il avait une rupture de stock de sacs. Autre exemple, les secteurs de la restauration collective est peu connu des étuveuses et des transformateurs.
 3. Travailler de manière progressive à la mise en place d'une charte qualité qui engagerait tous les acteurs de la production à la commercialisation. Au niveau institutionnel, le riz Burkinabè peut avoir sa place auprès des consommateurs finaux si la chaîne commerciale permettait de rapprocher le produit du consommateur. Pour y arriver, il faut une connexion et un vrai plaidoyer avec les commerçants qui peuvent jouer ce rôle. Le marché professionnel des cantines scolaires, des restaurants universitaires et des hôpitaux méritent une vraie prospection et la mise en place d'une vraie stratégie de conquête. Les achats de la SONAGESS viendront en plus de ce véritable business à développer. Auparavant, certaines conditions devraient être remplies :

- il faut absolument que le riz soit sans impureté. 0,5% d'impureté (cailloux) serait un niveau minimum de tolérance mais pour certains consommateurs cela est encore important ;
 - le riz doit être très propre en général et très blanc (même le riz étuvé). Si possible garder le riz décortiqué, bien blanchi avec 0,5% au plus de cailloux en stock pendant 6 mois au moins afin d'accroître sa dessiccation et améliorer son taux d'absorption d'eau pendant la cuisson
 - information sur la préparation. Par exemple, le riz étuvé n'est pas uniquement destiné à la préparation du riz gras, l'information sur la préparation de certaines variétés : organisation des journées de dégustation dans les milieux professionnels de la restauration.
4. Être un cadre de négociation entre les différents acteurs de la filière afin de mettre en place d'un dispositif qui va garantir un minimum de confiance entre les acteurs afin de faciliter les contrats et les transactions.

A l'endroit de l'UNPR-B

1. Sensibiliser les producteurs sur le fait que le prix n'est qu'une résultante d'une combinaison de la qualité et des besoins du marché. Il y a donc lieu que le prix soit fixé avec les gens qui paient réellement le riz, plutôt qu'un acteur qui a une vision politique ;
2. Le plaidoyer de l'UNPR-B doit aller dans une optique de réduction des coûts de production (avec l'appui du CIR-B) ;

Aux deux acteurs (CIR-B et UNPR-B)

Rechercher un mécanisme de financement du sommet à la base.

7. ANNEXE

A. Liste des organisations d'éleveuses interviewées selon les plaines

N°	Nom	Prénom	Localité	Région	Fonction	Numéro téléphone
1	SAWADOGO	Mariam	Bama	Hauts-Bassins	Présidente	76 89 50 31
2	SANON	Salimata	Banzon	Hauts-Bassins	Secrétaire	76 29 64 60
3	PARE	Solange	Niassan	Boucle du Mouhoun	Présidente	70 54 03 02
4	NANA	Mariam	Bagré	Centre Est	Présidente	75 36 05 94/70 62 19 67
5	OUEDRAOGO	Lizeta	Founzan	Hauts-Bassins	Présidente	78 10 93 00/74 95 98 01
6	HIE	Sita	Douna	Cascades	Secrétaire	63 72 44 86/74 89 24 13
7	TOU	Assiata	Karfiguela	Cascades	Secrétaire	74 24 48 02/78 23 03 97
8	KABORE	Mariam	Mogtédou	Plateau central	Présidente	71 26 91 06

B. Situation des unités industrielles et semi industrielles de riz au Burkina Faso

Nom de l'unité et du responsable	Localisation	Contact
CTRB/Nikiema K.P. Olivier	Bagré	71 57 80 33
OCADES /Abbe Gérard YOUNGUBARE		71 30 21 34/70 26 71 23
Grenier du Faso/Tarnagda Salam		70 25 49 42/78 17 24 20
RizerieWendKonta/ Zakané Mahamoudou		70 70 64 42/78 18 06 46
SANDIA (Faso Malo)/Diakité Mamadou	Bama	70 25 07 57
Faso Dembé/Seydou Konaté	Bama et Bagré	70 24 60 27/76 77 63 62
ETSAF /Sawadogo Abdoulaye	Bama et Bagré	70 25 56 12
Lafiasso/ Tanou Lacina	Banzon	70 25 55 34
SIFOMA/Sermé Malik		76 48 46 51
KI-SIDA/Ouedraogo Marcel		76 32 73 15
Rizerie Bass Wonsa/Koussoubé Mamadou	Bobo	70 26 97 92
RWK/Traoré Boukari		70 25 25 12
Soderiz /Sidiki Gnimi		70 23 56 14
STPA/Ky Albert	Dédougou	70 26 97 11
Green Goupil /Somé Dieudonné	Gaoua	70 78 45 48
Unité de décorticage de Riz de Kompienga - M. Yonli	Kompienga	70 92 55 19
(SOCOTRI/M), coopérative rizicole	Manga	76 58 18 23
RWB/Bikienga Salif	Mogtédou	70 24 54 82
Sokimex - Kouma industrie/Abdoulaye Koama	Ouagadougou	70 80 69 89/70 21 34 28
Rizerie Koussé Koussé (Sinissigui -UTVS)/Koussé Abdoulaye	Sourou	70 42 32 69/77 57 67 91
Rizerie de Debe - (GMPPA) /Traoré Koflan	Sourou	76 61 25 51

C. Liste des Acheteurs actuels et potentiel

Noms	Prénom	Structure	Fonction	Téléphone
Kabore	Issaka	CRS		70101494
Aklamavo	Yves	PAM	coordonnateur P4P	75630061
Lieutenant Sagnon	Ronald	Intendance Militaire	Intendant Adjoint	50306010
SORA	Haoua	ESA	Gérante principale/responsable des achats	74986123
Yaméogo	Raïssa	EOS (RU)	Responsable des achats	72232306
Nana	Salimata	SOGA	Gérante principale/responsable des achats	78351045
Gnanou	Moumouni	GEA	Gérant/responsable des achats	75088643
OUEDRAOGO	Jacob	SONAGESS	Responsable des achats	70684382

D. Compte d'exploitation pour la vente aux particuliers

Compte d'exploitation de 80kg de riz paddy à étuver				
A. CHARGES	Unité	Prix unitaire	Quantité	Montant (FCFA)
Paddy				13 262
Achat de paddy	kg	150	80	12 000
Frais de crédit (intérêt et frais de bancaires)	Kg	8,9	80	712
Transport et manutention du paddy	Sac	250	1	250
Emballage pour paddy	Sac	300	1	300
Étuvage				950
Balle de riz (combustible)	Sac	100	2	200
Main d'œuvre	Sac	750	1	750
Décorticage				1 200
Frais de décorticage	Kg	15	80	1 200
Conditionnement				614
Emballage (250 FCFA/25kg étuvé)	Kg étuvé	10	53,6	536
tri- Conditionnement- pesée/Soudure/Manutention	Kg étuvé	1,45	53,6	78
Frais du centre				815
Frais de fonctionnement	Kg étuvé	8,5	53,6	455
Amortissement du matériel	Kg étuvé	6,7	53,6	359
Dépenses totales				16 840
Taux au décorticage				67%
Coût de revient d'un kg de riz étuvé				314
B. PRODUITS	Unité	Prix unitaire	Quantité	Montant (FCFA)
Riz étuvé grande consommation	Kg	340	53,6	18 224
Son de riz	Kg	10	12	120
Balle de riz	Kg	2	8	16
PRODUITS TOTAUX				18 360
MARGE BRUTE/Kg				28
Son de riz	Kg	10	12	120
Balle de riz	Kg	2	8	16
PRODUITS TOTAUX				18 360
MARGE BRUTE/Kg				28

Basée sur une hypothèse optimiste de 67% de rendement alors que dans beaucoup de cas, c'est 65% qui est idéale.

E. Compte d'exploitation pour la vente à la SONAGESS

Compte d'exploitation de 80kg de riz paddy à étuver				
A. CHARGES	Unité	Prix unitaire	Quantité	Montant (FCFA)
Paddy				13 262
Achat de paddy	kg	150	80	12 000
Frais de crédit (intérêt et frais de bancaires)	Kg	8,9	80	712
Transport et manutention du paddy	Sac	250	1	250
Emballage pour paddy	Sac	300	1	300
Étuvage				950
Balle de riz (combustible)	Sac	100	2	200
Main d'œuvre	Sac	750	1	750
Décorticage				1 200
Frais de décorticage	Kg	15	80	1 200
Conditionnement				356
Emballage et transport (260 FCFA/50kg étuvé)	Kg étuvé	5,2	53,6	279
Conditionnement-Pesée/Soudure/Manutention	Kg étuvé	1,45	53,6	78
Frais du centre				840
Frais de fonctionnement	Kg étuvé	9,0	53,6	481
Amortissement du matériel	Kg étuvé	6,7	53,6	359
Frais de commercialisation				675,36
Frais de traitement (1500 FCFA/T)	Kg étuvé	1,5	53,6	80,4
Impôt (3%)	Kg étuvé	9,6	53,6	514,56
Transport/Manutention	Kg étuvé	1,5	53,6	80,4
Frais dépense SONAGESS	Kg étuvé	0,705		
Autofinancement (non prise en compte)				0
Autofinancement de la faïtière	Kg étuvé	0	0	0
Dépenses totales				17 284
Taux au décorticage				67%
Coût de revient d'un kg de riz étuvé				323
	Unité	Prix unitaire	Quantité	Montant (FCFA)
B. PRODUITS				
Riz étuvé vente SONAGESS	Kg	320	53,6	17152
Son de riz	Kg	10	12	120
Balle de riz	Kg	2	8	16
PRODUITS TOTAUX				17 288
MARGE BRUTE/Kg				0

*Frais de décorticage (Frais de fonctionnement, salaire meunier et amortissement).

*Frais de fonctionnement : Salaire du personnel, électricité, Communication, fournitures de bureau, déplacement, restauration.