

WP 5

Rapport de l'Etude sur les préférences de consommation du lait et des produits laitiers dans la ville de Bobo-Dioulasso



Tionyélé FAYAMA (1), Etienne SODRE (1), Ollo SIB (2), et Der Dabiré (3)
 (1) INERA, (2) CIRAD, (3) CIRDES

Mars 2024



The CGIAR Initiative Transformational Agroecology across Food, Land, and Water Systems develops and scales agroecological innovations with small-scale farmers and other food system actors in seven low- and middle-income countries. It is one of 32 initiatives of CGIAR, a global research partnership for a food-secure future, dedicated to transforming food, land, and water systems in a climate crisis.

www.cgiar.org/initiative/31-transformational-agroecology-across-food-land-and-water-systems/

Working Document

1	Introduction	3
2	Méthodologie.....	4
3	Résultats.....	5
3.1	Caractéristiques socio-démographiques de la population de consommateurs étudiée.....	5
3.1.1	Répartition par sexe.....	5
3.1.2	Répartition par âge	5
3.1.3	Répartition par secteur d’habitation	6
3.2	Connaissance et consommation des produits laitiers	7
3.2.1	Connaissance des différents produits laitiers.....	7
3.2.2	Préférences de consommation des produits laitiers	8
3.2.3	Préférences de consommation des produits laitiers selon le genre et l’âge.....	9
3.2.4	Dynamique de la consommation des produits laitiers	10
3.2.5	Raisons ou fondements de la consommation des produits laitiers.....	11
3.2.6	Facteurs de motivation du choix de consommer des produits laitiers.....	12
3.3	Sources d’approvisionnement des consommateurs en produits laitiers	13
3.3.1	Catégories de distributeurs des produits laitiers aux consommateurs	13
3.3.2	Qualité des produits laitiers issus des distributeurs	14
3.3.3	Choix d’un distributeur spécifique de produits laitiers et motifs	16
3.3.4	Influence de la proximité sur le choix des distributeurs par les consommateurs	17
3.4	Facteurs et critères de consommation des produits laitiers	17
3.4.1	Choix des marques de produits laitiers consommées	17
3.4.2	Capacité et moyens de reconnaissance de la matière première des produits laitiers.....	21
3.4.3	Préférence des produits laitiers selon l’origine de la matière première	22
3.4.4	Connaissance des sources des produits laitiers par les consommateurs	24
3.4.5	Fréquence et niveau de consommation de produits laitiers faits à base de lait local.....	25
3.4.6	Facteurs influençant la consommation des produits fabriqués à base de lait local.....	25
3.5	Fréquence et niveau de consommation des produits fabriqués à base de poudre de lait importée	26
3.5.1	Facteurs influençant la consommation des produits fabriqués à base de poudre de lait importée	27
3.5.2	Préoccupations particulières et contre-indication liées à la consommation des produits laitiers	28
4	Suggestions et recommandations sur la promotion et la consommation des produits laitiers à Bobo-Dioulasso.....	32
5	Conclusion.....	33
6	Références bibliographiques	34

Working Document

1 Introduction

D'une manière générale, le secteur de l'élevage connaît dans les pays du Sud une croissance sans précédent (Corniaux et al., 2005).

Les prévisions de l'OCDE et de la FAO sur la période de 2017 à 2026 indiquent que sous l'effet de l'accroissement des revenus et de la population, mais aussi de l'uniformisation des habitudes alimentaires dans le monde, les pays en développement devraient consommer davantage de produits laitiers.

En conséquence, la consommation par habitant devrait passer de 20.2 kg en 2014-16 à 21.4 kg en 2026 dans les pays développés, et de 10.9 kg à 13.2 kg dans les pays en développement. Toutefois, des disparités régionales seront constatées au sein de ces pays en développement où les produits laitiers frais resteront de loin les plus consommés. Par contre, dans les pays développés les consommateurs préfèrent les produits transformés (OCDE/FAO, 2017).

Au Burkina Faso, la production laitière est en moyenne de 110 litres pour une lactation de 180 jours et par vache comparativement aux 6,000 kg/an/vache en Europe. La faiblesse de la productivité laitière est due au mode extensif et traditionnel de l'élevage, mais également au potentiel génétique limité des animaux. Afin de répondre à la demande urbaine, des importations massives sont organisées, engendrant ainsi des pertes importantes de devises (Palé, 2006).

Le secteur laitier local a connu un certain dynamisme avec l'apparition de plusieurs mini-laiteries après plus d'une décennie d'actions gouvernementales. Cependant, les unités locales de production et de transformation laitières se trouvent aujourd'hui en difficulté face à la concurrence des produits laitiers en provenance des pays industrialisés, essentiellement de l'Union Européenne. Les contraintes de la filière locale sont liées en partie à un manque de connaissances du marché du lait et des produits laitiers qui pourraient permettre aux décideurs d'engager des actions pour que les produits laitiers locaux puissent reconquérir les marchés urbains (Ouedraogo et Doanio, 2007).

Le constat est donc établi que les importations de lait constituent non seulement une concurrence au lait local, mais aussi et surtout représentent un manque à gagner pour les économies des pays pauvres. Dans ces conditions, il est donc nécessaire de déterminer comment les populations opèrent le choix du type de lait à consommer. En d'autres termes, quelles peuvent être les logiques qui gouvernent les choix individuels et/ou collectifs de la consommation du lait et de ses produits dérivés. C'est cette préoccupation qui a guidé par la présente étude dont les objectifs et les résultats visés se déclinent comme suit.

L'étude sur les consommations de lait dans la ville de Bobo-Dioulasso visait à :

- Identifier les préférences des consommateurs entre le lait en poudre et le lait local ;
- Identifier les préférences des consommateurs sur les produits laitiers à base de lait en poudre ou à base de lait local ;
- Analyser les raisons qui guident les logiques ou les choix des consommateurs.

Working Document

2 Méthodologie

Pour caractériser les préférences de consommations de lait, nous avons opté pour une méthode mixte, c'est-à-dire à la fois quantitative et qualitative. Un questionnaire a été adressé aux consommateurs et un guide d'entretien catégoriel a été administré aux responsables des points de vente et aux distributeurs de lait et produits laitiers. Les points de vente ont été identifiés à partir d'un répertoire fourni par la plateforme d'innovation laitière de Bobo-Dioulasso, avec les distributeurs enquêtés étant ceux qui travaillent avec ces points de vente. En revanche les consommateurs ont été approchés directement au niveau des points de vente. Les données quantitatives ont donc été collectées à l'aide de Kobocollect et les entretiens ont été enregistrés et retranscrits. Au total, nous avons enquêté 103 consommateurs, conduit 19 entretiens au niveau des points de vente et 14 au niveau des distributeurs de produits laitiers.

3 Résultats

3.1 Caractéristiques socio-démographiques de la population de consommateurs étudiée

3.1.1 Répartition par sexe

L'échantillon de consommateurs enquêtés est constitué de 103 individus au total avec une plus grande proportion de femmes (54%) que d'hommes (46%) comme le montre la Figure 1. La forte présence des femmes pourrait s'expliquer par le fait qu'au niveau de la filière lait, elles sont quasi-présentes sur toute la chaîne de valeur. Par ailleurs, dans une conception populaire assez répandue, les femmes (la gent féminine) sont considérées comme de véritables consommatrices du lait et de ses produits dérivés.

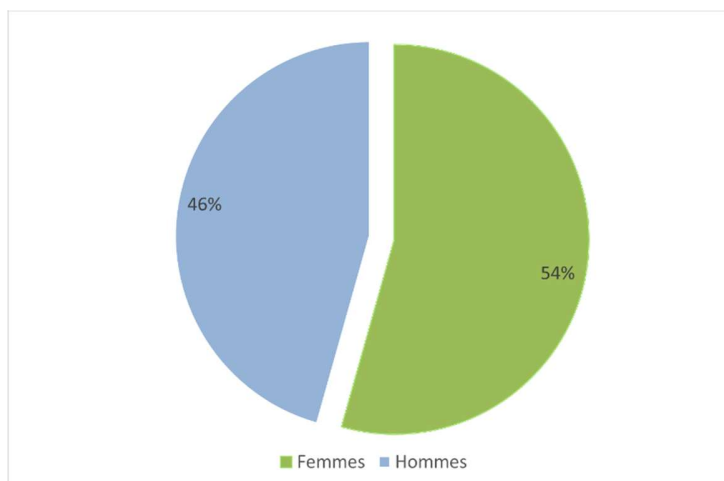


Figure 1 : Répartition des consommateurs enquêtés par sexe

3.1.2 Répartition par âge

La Figure 2 présente la distribution statistique des enquêtés par tranche d'âge. Il ressort que l'âge minimum est de 18 ans et celui maximum peut être estimé à 65 ans. La tranche d'âge la plus représentée est celle des 18 à 24 ans correspondant à la classe modale de cette distribution statistique. Ainsi, on peut noter que les jeunes (moins de 35 ans) sont suffisamment représentés (soit 39%) bien que les personnes adultes soient en proportion plus importante. L'autre aspect notable de cette répartition est qu'à mesure que la tranche d'âge augmente, la proportion des enquêtés diminue, à l'exception de la classe d'âge comprise entre 45 à 54 ans.

Working Document

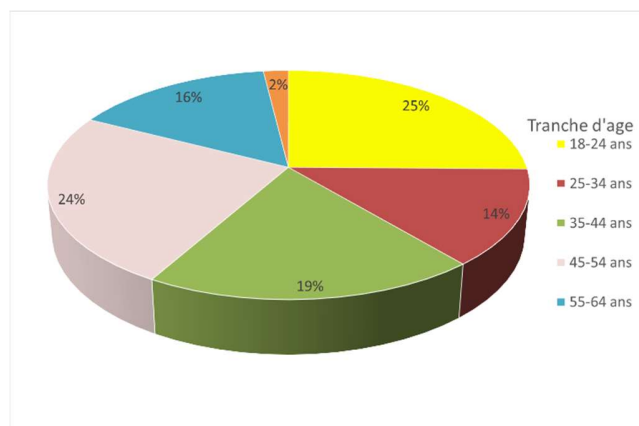


Figure 2 : Répartition des consommateurs enquêtés par tranche d'âge

3.1.3 Répartition par secteur d'habitation

Conduite dans la zone urbaine de Bobo-Dioulasso, l'enquête a couvert 16 secteurs de la ville les 33 au total. Les effectifs enquêtés restent cependant disparates d'un secteur à un autre. La Figure 3 montre que plus de la moitié de la population enquêtée appartient à quatre secteurs (18%, 14%, 11% et 10% respectivement pour secteur 17, secteur 22, secteur 11 et secteur 6).

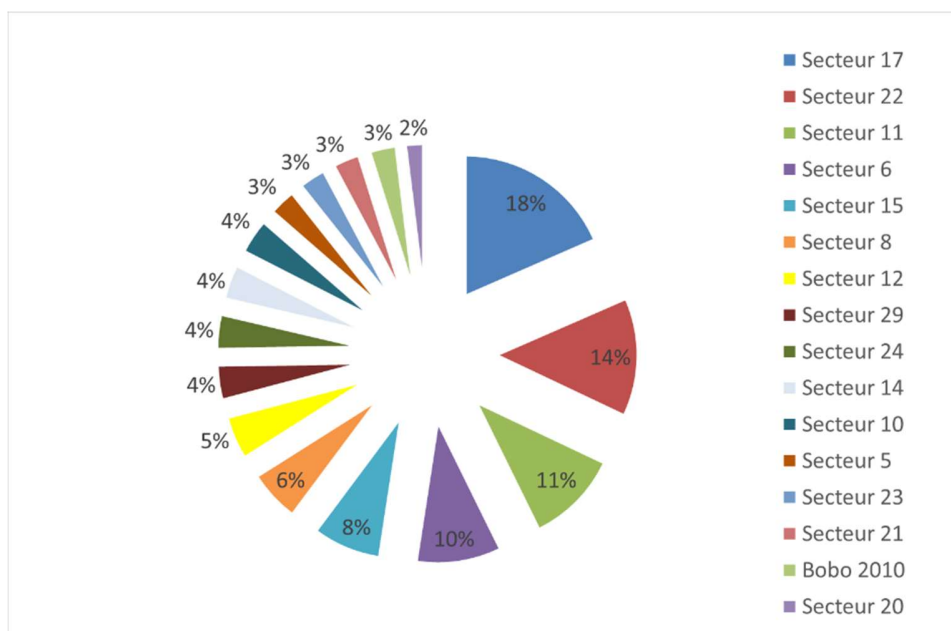


Figure 3 : Répartition des consommateurs enquêtés par secteur d'habitat de la ville de Bobo-Dioulasso

Working Document

3.2 Connaissance et consommation des produits laitiers

3.2.1 Connaissance des différents produits laitiers

A Bobo-Dioulasso, il existe sur le marché, une grande diversité de produits laitiers allant du lait frais aux yaourts spécifiques en passant par le lait frais pasteurisé, le yaourt nature, le fromage, la crème, le gapal (boisson à base de mil et de yaourt), le beurre, etc. Bien que certains produits laitiers semblent communs, les noms d'autres produits laitiers échappent à la connaissance de certains consommateurs enquêtés. Les résultats de l'enquête montrent que trois produits laitiers sont largement connus par la population de la zone d'étude : le lait frais pasteurisé, le yaourt et le dèguè (boisson à base de lait caillé/fermenté et de grumeaux de semoule de mil ou de couscous) avec un taux de reconnaissances respectifs de 96%, 96% et 95% parmi la population enquêtée.

Les produits laitiers comme le gapal, le beurre, la crème et le fromage se placent en deuxième rang, connus respectivement par 89%, 82%, 70% et 66% des enquêtés. En revanche, le troisième groupe, celui des produits laitiers peu connus est minoritaire (mentionné par moins d'1/4 des enquêtés) et constitué des différentes variétés de yaourt (yaourt au kinkéliba, yaourt au moringa, yaourt au néré et yaourt non sucré), du lait caillé et de la boisson lactée (yaourt très léger). Ces chiffres reflètent le niveau de connaissance des produits laitiers par les consommateurs, mais également la diversité des produits laitiers distribués et disponibles dans les points de vente des différents secteurs de la ville. L'histogramme de la Figure 4 donne de plus amples indications quant à la connaissance des répondants sur les différentes variétés de lait à Bobo-Dioulasso.

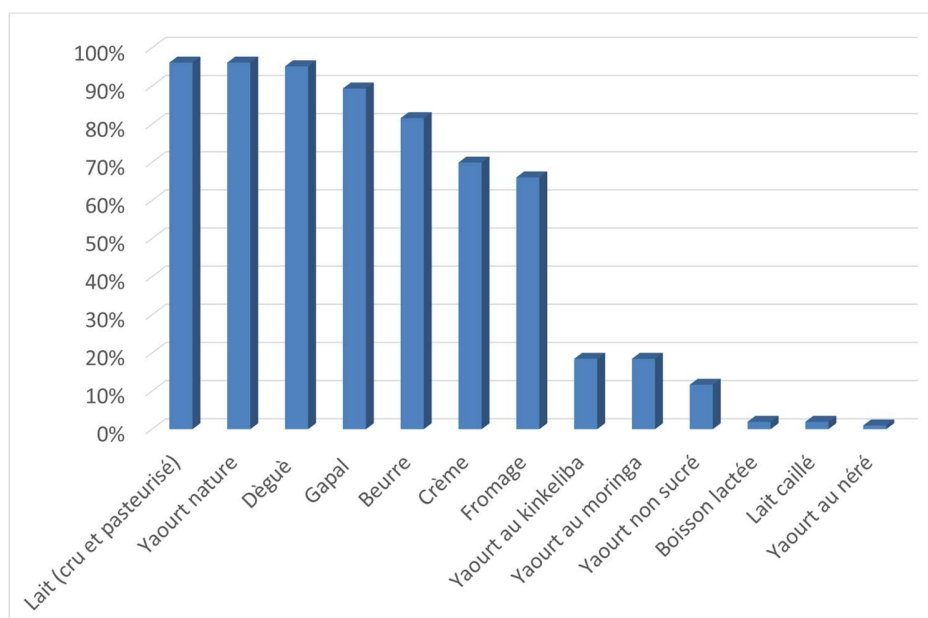


Figure 4 : Niveau de connaissance des différents produits laitiers par les consommateurs dans le bassin laitier de Bobo-Dioulasso

Working Document

En effet, la connaissance des produits tels que le yaourt, le dèguè et le gapal par la quasi-totalité des consommateurs résulte principalement de leur présence constante dans les points de vente ayant fait l'objet d'interviews dans cette étude. Par contre, le lait cru pasteurisé, en raison de son ancrage culturel dans certaines communautés et de ses valeurs hautement nutritionnelles enseignées dans les écoles, reste un produit laitier largement connu par les consommateurs malgré sa faible disponibilité dans les points de ventes. En effet, sur les dix-neuf (19) points de vente enquêtés, seulement sept (07) ont régulièrement du lait frais. Cette rareté du lait frais pasteurisé semble être un phénomène persistant depuis au moins 2018 comme l'indiquait déjà une étude de référence sur la filière laitière datant de cette année-là, qui avait répertorié 31 UTLs, dont seulement 12 fournissaient régulièrement des produits laitiers à base de lait frais de vache (Duteurtre et Vidal, 2018)

3.2.2 Préférences de consommation des produits laitiers

Les résultats de l'étude montrent que les consommateurs ont une préférence marquée pour le yaourt nature (25% des préférences de consommation) et de ses variantes (yaourt non sucré, yaourt au kinkéliba, et yaourt au moringa). Le lait frais pasteurisé arrive en deuxième position (22%), suivi par le gapal (16%) et le dèguè (15%). Les produits les moins consommés sont le beurre, le lait caillé, le fromage et la boisson lactée. Ces préférences respectives sont influencées par la connaissance de ces produits par les consommateurs et leur disponibilité sur la place du marché. Cependant, d'autres facteurs de type subjectif influencent ces préférences. D'après les informations recueillies auprès des gestionnaires de points de vente interviewés, l'attrait pour le yaourt est due au fait qu'il peut s'accompagner d'autres mets consistants tels que le pain et les gâteaux. Il y a donc un choix rationnel qui est opéré par les clients. De même, il ressort avec récurrence dans les entretiens que l'avantage que les consommateurs trouvent avec le gapal est que ce produit peut se substituer aux plats de résistance. Quant au lait frais pasteurisé, sa préférence repose sur le fait qu'il est exclusivement issu de la transformation du lait local. Le yaourt, traduit ici comme le produit laitier le plus consommé peut être produit à base du lait local ou à base de lait en poudre importé. Une réalité à noter est qu'en termes de préférence de consommation, les produits laitiers issus du lait local prennent le dessus sur ceux issus du lait en poudre importé. En effet, il ressort de la quasi-totalité des interviews que le consommateur préfère les produits issus du lait local, mais peut y renoncer au profit de ceux du lait en poudre à cause du prix. Pourtant Mamine et al. (2018, p.50) affirment que : « *le prix n'est plus le seul indicateur de la qualité qui guiderait la décision d'achat des consommateurs* ». Ainsi, il faut considérer que le produit le plus consommé ne traduit pas nécessairement la préférence des clients. Il y a des facteurs sous-jacents tels que le prix et la disponibilité qui peuvent voiler la réalité de la préférence de consommation. A ce sujet, Albarka Yaourt, qui se rabat sur le lait en poudre dans son activité de transformation se justifie en ces termes : « *Le lait local n'est pas accessible, voilà pourquoi nous n'en transformons pas* ».

Working Document

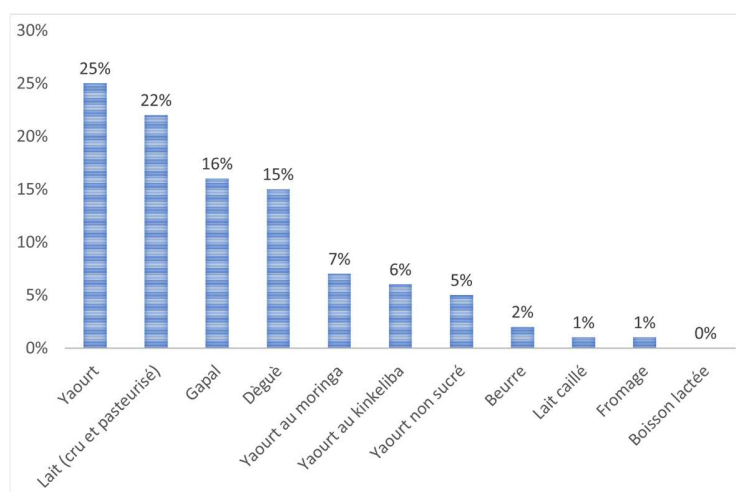


Figure 5 : Préférences des consommateurs pour les différents produits laitiers dans la ville de Bobo-Dioulasso

3.2.3 Préférences de consommation des produits laitiers selon le genre et l'âge

Selon le genre (Figure 6), on note que les femmes ont une préférence poussée pour le yaourt (28% des femmes) tandis que les hommes préfèrent le lait frais (29%). Cependant cette différenciation ne tiendrait plus lorsque l'on regroupe les différentes variantes de yaourt avec le yaourt nature ; et dans ce cas, la préférence aussi bien des hommes que celle des femmes serait le yaourt.

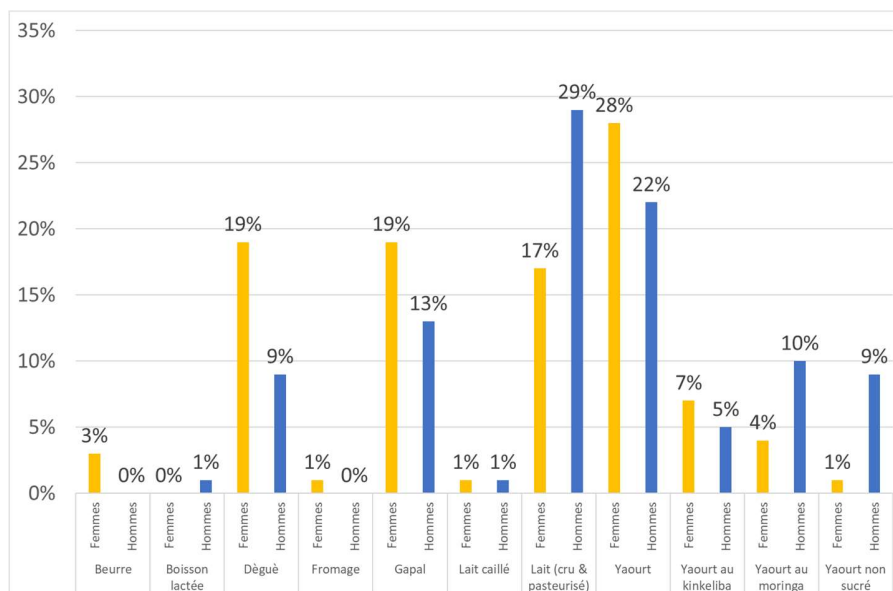


Figure 6 : Préférence de consommation des différents produits laitiers selon le sexe dans le bassin laitier de Bobo-Dioulasso

Working Document

Selon l'âge (Figure 7), il s'avère que les jeunes (moins de 35 ans) ont une préférence pour le yaourt nature tandis que les adultes préfèrent le lait frais pasteurisé. Cette différence pourrait s'expliquer par des préoccupations d'ordre sanitaire. En effet, à un certain âge l'ampleur des maladies chroniques telles que le diabète limite la consommation de certains produits dérivés du lait par les adultes. Toutefois, si l'on regroupe les variantes de yaourt avec le yaourt nature, jeunes comme adultes ont une préférence pour le yaourt, puis pour le lait frais pasteurisé.

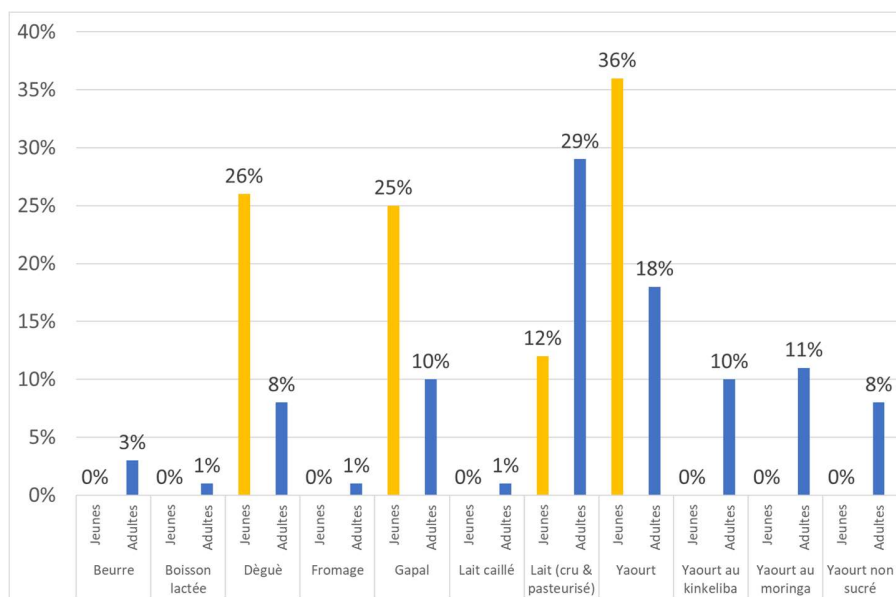


Figure 7 : Préférence de consommation des différents produits laitiers selon l'âge dans le bassin laitier de Bobo-Dioulasso

3.2.4 Dynamique de la consommation des produits laitiers

La Figure 8 montre que 50% des consommateurs de produits laitiers ont adopté cette habitude alimentaire il y a moins de 5 ans. Ainsi, la consommation des produits laitiers est en progrès avec l'évolution socio-économique. La consommation du lait entre de plus en plus dans les habitudes alimentaires des citoyens de Bobo-Dioulasso au regard de cette dynamique qui semble avoir triplé ces dix (10) dernières années. Il s'avère important de noter que cette dynamique semble aller de pair avec l'urbanisation avec ses corollaires de changement d'habitude alimentaire. Bien que le lait soit un aliment anciennement connu, ses produits dérivés restent une offre de consommation relativement récente, consécutivement au développement de l'industrie agro-alimentaire. Ce regain d'intérêt pour la consommation des produits laitiers pourrait aussi inverser une tendance ancienne, entre 2010 et 2016 qui était pourtant théoriquement en baisse à l'échelle nationale (Vias Franck, 2018).

Working Document

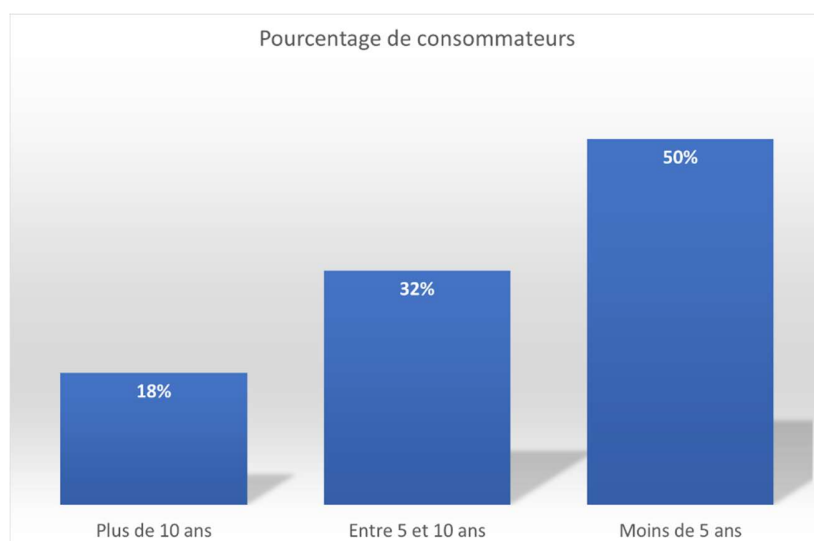


Figure 8 : Evolution des consommateurs des produits laitiers dans la zone d'étude

3.2.5 Raisons ou fondements de la consommation des produits laitiers

Dans la ville de Bobo-Dioulasso, pour la plupart des consommateurs enquêtés (78%), la consommation des produits laitiers est un choix personnel fondé sur la liberté de consommer tout produit alimentaire (Figure 9). Pour d'autres enquêtés (22%) cette consommation des produits laitiers est une habitude alimentaire qui s'est forgée et perpétuée dans leur régime alimentaire. Ces habitudes alimentaires tirent leurs fondements principalement des valeurs culturelles/ethniques (30% de fréquence de ce facteur), de la proximité des points de production, de transformation ou de vente (24%). L'étude de Corniaux et al. (2005) réalisée au Mali a montré que sur le plan ethnique : « *les populations d'origine pastorale, les Peuls et les Songhaïs, consomment beaucoup de lait, respectivement 89 et 60 kg/an/pers. A l'inverse, les Bozos, les Mossis et les Bobos en consomment peu (9, 20 et 21 kg/an/pers)* ».

Selon plusieurs gestionnaires de points de vente, le lait local reste globalement peu disponible, voire assez rare, tandis que le lait en poudre quant à lui inonde le marché. Ce dernier type de lait parvient aux consommateurs à travers diverses origines internationale (d'Europe et d'ailleurs). Cette abondance croissante du lait en poudre influence la consommation des produits laitiers dans le Bassin laitier de Bobo Dioulasso. Dès lors, le choix de consommer les produits laitiers sur la base de la liberté tel qu'exprimé par une frange importante des consommateurs enquêtés devrait être pris avec prudence.

Working Document

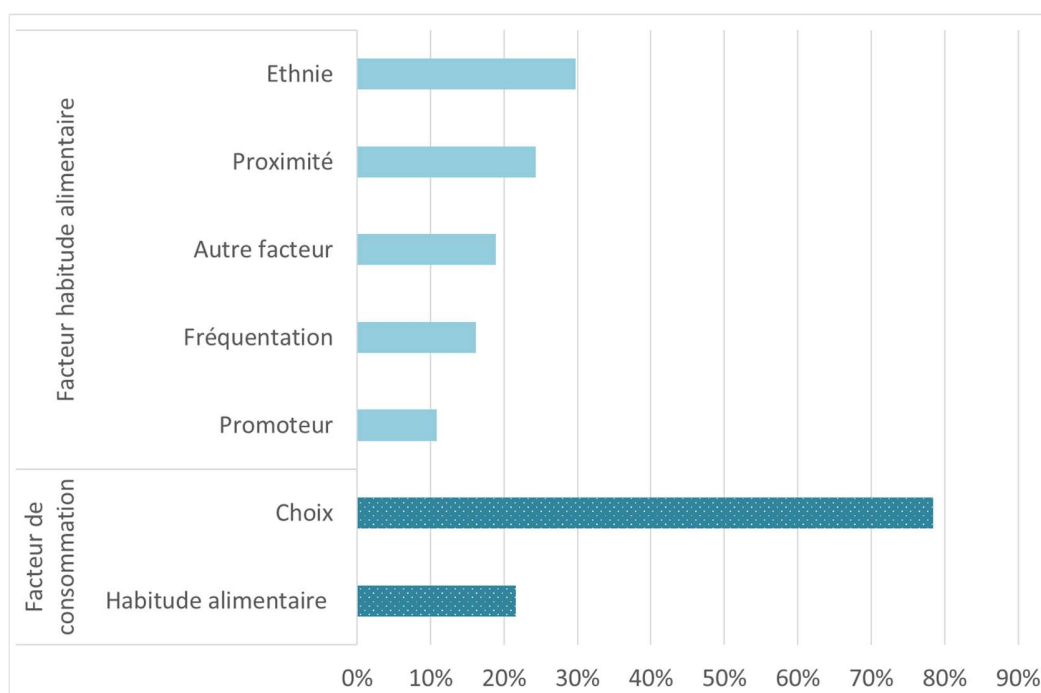


Figure 9 : Facteurs déterminants la consommation habituelle des produits laitiers dans la zone d'étude

3.2.6 Facteurs de motivation du choix de consommer des produits laitiers

Le Tableau 1 énumère les différents facteurs de motivation de la population enquêtée à la consommation des produits laitiers. Le premier facteur de motivation est relatif au rôle positif des produits laitiers sur la santé du consommateur (46%). Le deuxième facteur de motivation met en avant le rôle énergisant des produits laitiers pour booster les performances de l'organisme (20%). Cela est renforcé par l'avis d'un autre groupe de consommateurs qui qualifie le lait d'un aliment complet et donc très nourrissant (19%).

Tableau 1: Facteurs de motivation de la consommation des produits laitiers

Facteurs de choix de la consommation des produits laitiers	Fréquence du facteur
Les produits laitiers procurent de la bonne santé	46%
Les produits laitiers boostent les performances de l'organisme	20%
Le lait un aliment complet et très nourrissant	19%
Le lait donne une bonne saveur	8%
Les produits laitiers améliorent la digestion des aliments	7%

Working Document

3.3 Sources d'approvisionnement des consommateurs en produits laitiers

Dans les familles de tradition pastorale, le lait était surtout exploité par les femmes qui en tiraient l'essentiel de leurs revenus. A la faveur de l'organisation d'un système de collecte du lait pour approvisionner les unités de transformation laitière de certaines grandes villes comme Banfora, Bobo-Dioulasso et Ouagadougou, certains éleveurs de ces systèmes exploitent des noyaux laitiers. Il s'agit de vaches en lactation qui, notamment, ne partent pas en mobilité avec le reste du troupeau dont le lait est traité pour l'autoconsommation et la vente (Sodré, 2022).

La filière laitière locale au Burkina Faso empruntait des circuits courts et se résumait bien souvent à une vente directe du producteur au consommateur rural. Un circuit plus formel, basé sur la collecte des laiteries s'est développé rapidement. Il ne concerne néanmoins qu'un créneau relativement étroit et une valorisation limitée des produits transformés. Ces laiteries sont localisées autour des villes ou des petits centres urbains où elles écoulent localement leur production.

De nos entretiens, il ressort que la majeure partie des points de vente ont pour livreurs les Centres de collecte de lait (CCL) de Yegueresso, Satiri et Bama. Quelques-uns ont des livreurs particuliers. Cela témoigne de l'organisation du circuit de collecte à Bobo-Dioulasso.

3.3.1 Catégories de distributeurs des produits laitiers aux consommateurs

La distribution du lait et des produits laitiers au Burkina Faso suit le schéma classique en passant à travers les différents maillons d'une chaîne de commercialisation : vente de gros, de demi-gros, de détail et de micro détail, et cela, à travers les boutiques, kiosques, cafétérias, marchés, vente ambulante pour arriver finalement dans l'assiette du consommateur.

Cette enquête a permis d'identifier au total 6 catégories de distributeurs de produits laitiers dans la zone d'étude de la ville de Bobo-Dioulasso. Les plus grands distributeurs se distinguent dans le maillon de la commercialisation des produits laitiers. Il s'agit essentiellement des alimentations, des boutiques et kiosques et des unités de transformation laitières (UTL) où s'approvisionnent respectivement 42%, 31% et 19% des consommateurs (Figure 10). Les autres sources d'approvisionnement en produits laitiers des consommateurs sont les producteurs, des collecteurs indépendants et des grossistes.

Working Document

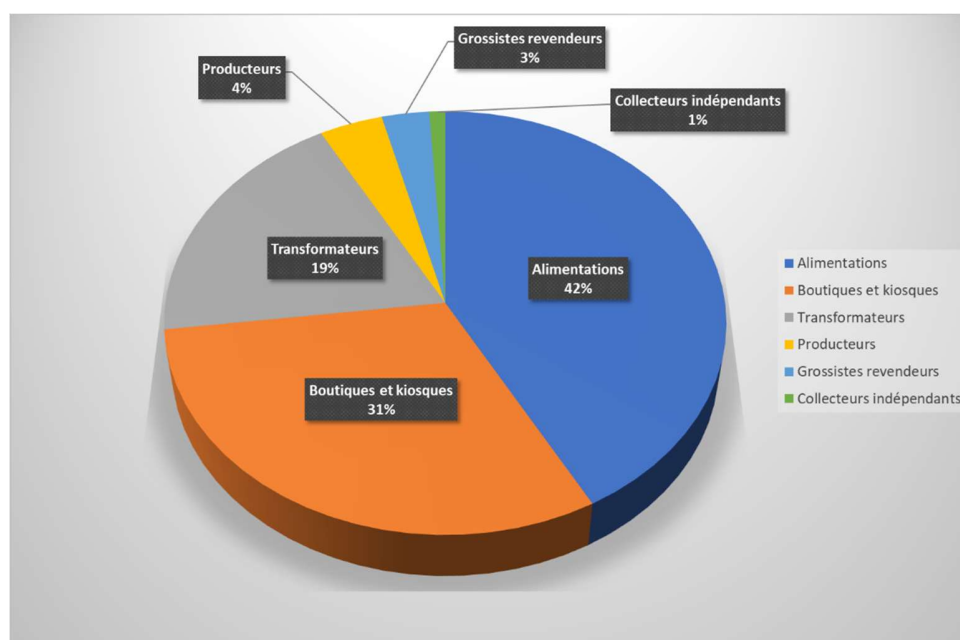


Figure 10 : Répartition des distributeurs en produits laitiers à Bobo-Dioulasso

3.3.2 Qualité des produits laitiers issus des distributeurs

Les consommateurs enquêtés dans leur majorité affirment consommer des produits laitiers de qualité bonne (49%) à très bonne (30%) (Figure 11). En plus des consommateurs, les gestionnaires de points de vente et les distributeurs sont pour la plupart satisfaits de la qualité de leur produit. Cependant, quelques plaintes sont constatées à travers les interviews et sont liées à une chaîne d’approvisionnement erratique (irrégularité des approvisionnements, rupture de la chaîne du froid, contrôle de la qualité superficiel) qui affecte parfois la qualité du lait local. Sur cette question de la qualité des produits laitiers, le patron de « *Bonheur Yaourt* » déplore : « *Souvent, le lait local est fourni en retard, cela fait que souvent, nous perdons une quantité importante du lait qui nous est livré. Les produits que nous transformons sont tous livrés, cela fait que nous ne connaissons pas trop de méventes. Le goût est bien apprécié par les clients, mais il y a certains qui trouvent que le prix est élevé* ». Ces dysfonctionnements dans la chaîne d’approvisionnement impactent souvent la qualité du lait fourni, et cette situation contraste avec des études récentes sous d’autres cieux, montrant une chaîne d’approvisionnement locale beaucoup plus fluide et performante dans des contextes économiques comparables (petites unités de production atomisées) (Aubron, 2016).

Working Document

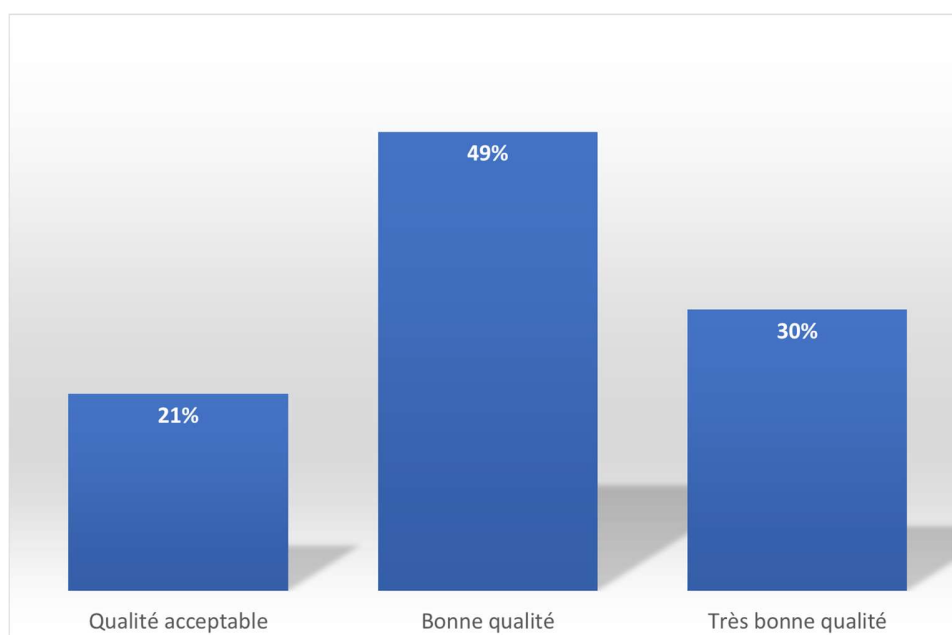


Figure 11 : Appréciation de la qualité des produits laitiers par les consommateurs

Cette appréciation garde les mêmes tendances, quelle que soit la nature du fournisseur à l'exception des produits laitiers fournis par les collecteurs indépendants (Tableau 2).

Tableau 2 : Appréciation de la qualité des produits laitiers par les consommateurs selon le type de distributeurs

	Qualité acceptable	Bonne qualité	Très bonne qualité	Total
Producteur fournisseur (n = 6)	17%	67%	17%	100%
Collecteur indépendant (n = 2)	50%	50%	0%	100%
Transformateurs (n = 33)	9%	55%	36%	100%
Grossistes-revendeurs (n = 6)	17%	17%	67%	100%
Boutiques et kiosques (n = 33)	15%	53%	32%	100%
Alimentations (n = 72)	24%	56%	21%	100%

Working Document

3.3.3 Choix d'un distributeur spécifique de produits laitiers et motifs

Une proportion assez importante des consommateurs enquêtés (43%) choisit un ou des distributeurs spécifiques capables de satisfaire leurs besoins en produits laitiers. Pour ce choix, les consommateurs mettent en avant des critères dont les plus importants sont la qualité sanitaire (28% des consommateurs), l'hygiène (22%) et l'origine locale du lait transformé (21%) (Figure 12).

En outre, le choix des distributeurs spécifiques associe quelques fois les conditions de conservation des produits, la recherche de qualité organoleptique particulière du produit ou de la recherche de meilleur prix (Figure 12). A travers les interviews auprès des points de vente, le prix apparaît comme un critère important du choix des fournisseurs. Bien que la préférence des consommateurs pèse plus sur les produits laitiers issus du lait local selon les propos recueillis chez les distributeurs, un prix trop élevé peut réorienter un consommateur vers un autre fournisseur.

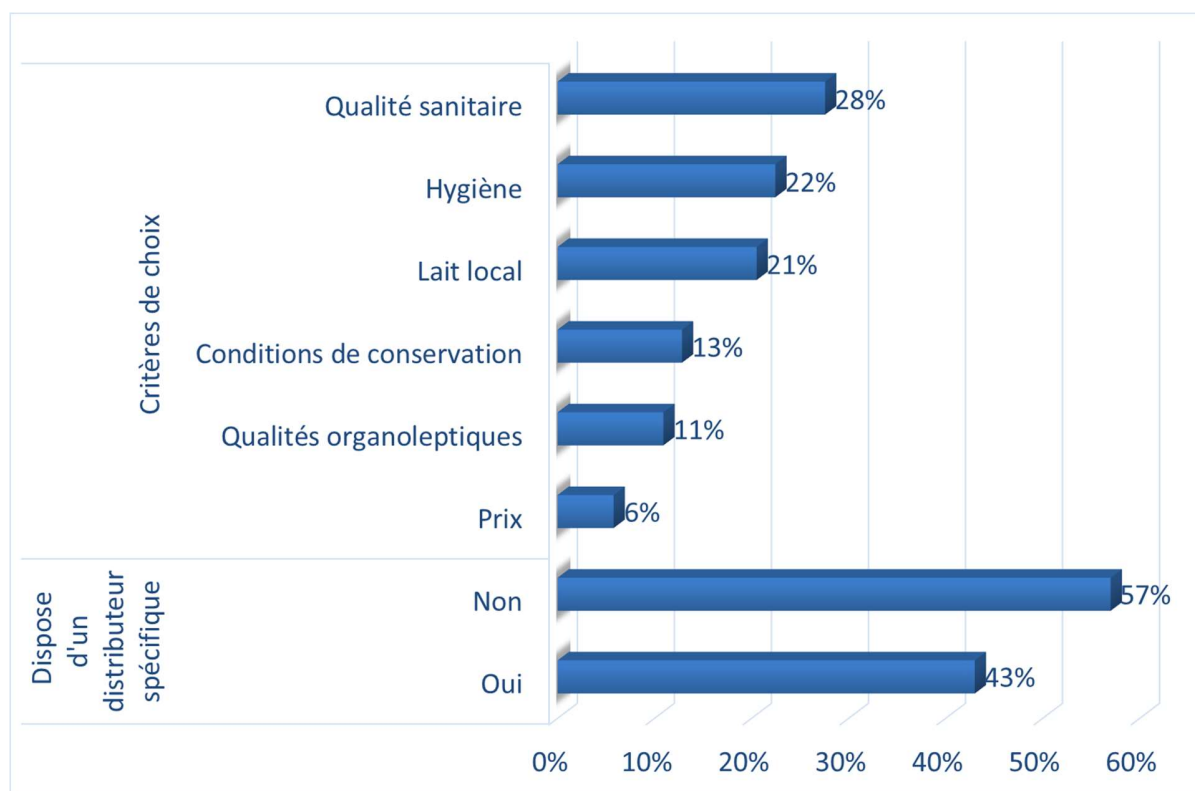


Figure 12 : Proportion des consommateurs disposant d'un distributeur spécifique en produits laitiers et les critères de choix du distributeur

Working Document

3.3.4 Influence de la proximité sur le choix des distributeurs par les consommateurs

Si les facteurs cités ci-dessus ont été considérablement pris en compte dans les critères de choix de distributeur spécifique en produits laitiers chez certains consommateurs, il est capital de souligner le facteur proximité entre le distributeur et le consommateur (Figure 13). En effet l'enquête a révélé que presque la moitié des consommateurs des produits laitiers (46%) sont localisés au voisinage de leurs distributeurs spécifiques (moins de 500 mètres). On enregistre cependant des consommateurs de produits laitiers (29%) qui s'approvisionnent chez des distributeurs spécifiques très éloignés (au-delà d'1 km). La pertinence des données concernant l'influence de la proximité du point de vente sur le choix d'un distributeur spécifique est relative, car des consommateurs sont encore nombreux à être prêts à se déplacer même sur de longues distances pour satisfaire à leurs propres critères de préférence.

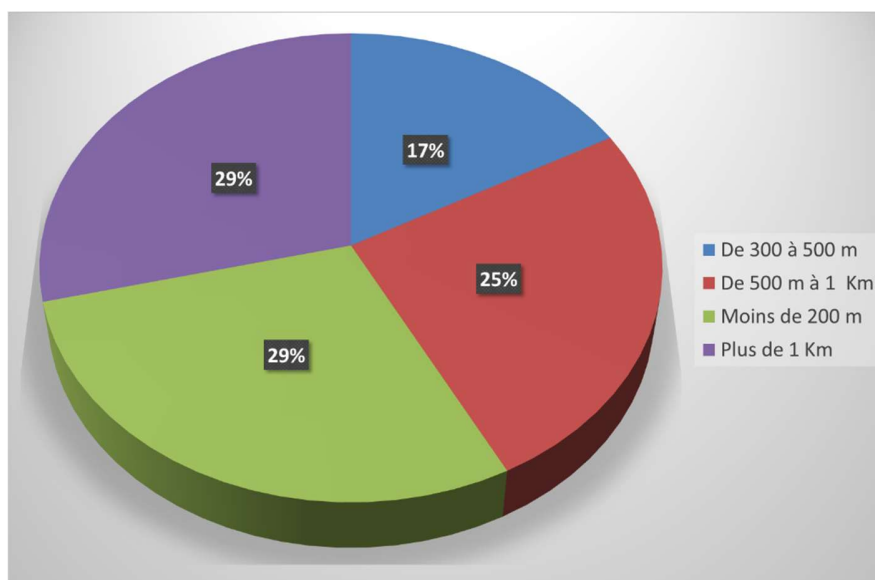


Figure 13 : Distance entre le consommateur et le point d'achat des produits laitiers

3.4 Facteurs et critères de consommation des produits laitiers

3.4.1 Choix des marques de produits laitiers consommées

L'enquête a permis de répertorier une dizaine de marques de produits laitiers consommés préférentiellement par la population de la zone d'étude. La question était à choix multiples avec deux choix maximums de manière ordonnée. Par ordre de préférence, les premières marques ciblées par les consommateurs sont la marque Dia Yaourt et la marque Shalom qui enregistrent respectivement 20% et 15% des consommateurs (

Working Document

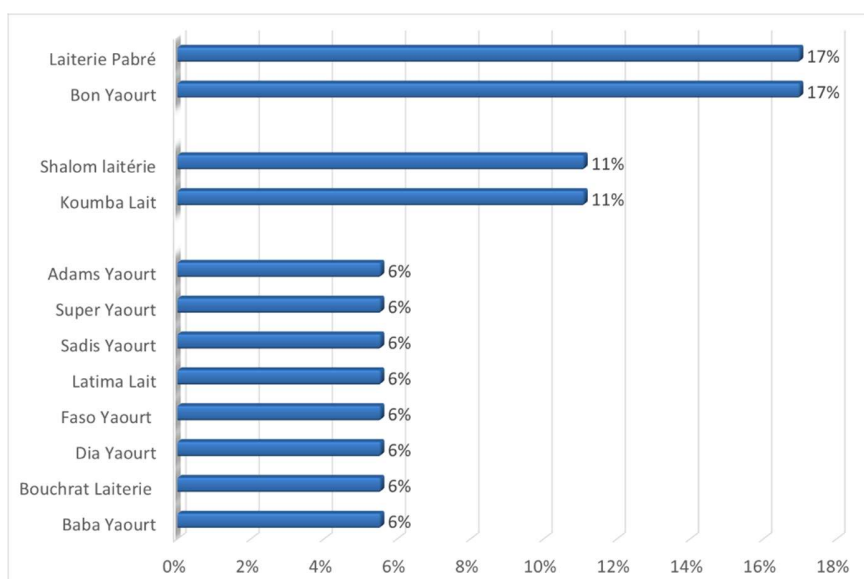
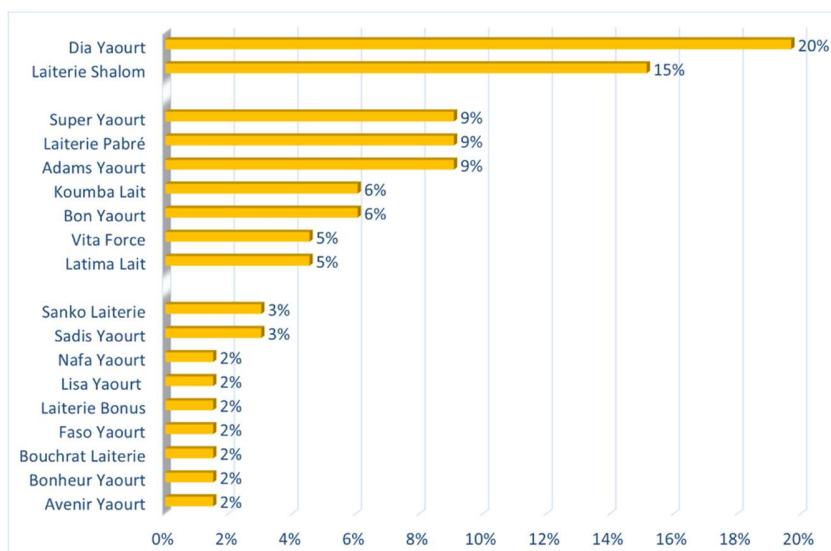


Figure 14, partie en jaune). En dehors de ces deux premières marques, les consommateurs préfèrent consommer secondairement les produits de la marque Pabré Yaourt, la marque Bon Yaourt (17% des consommateurs), mais également les produits de la marque Koumba Lait (11% des consommateurs) (

Working Document

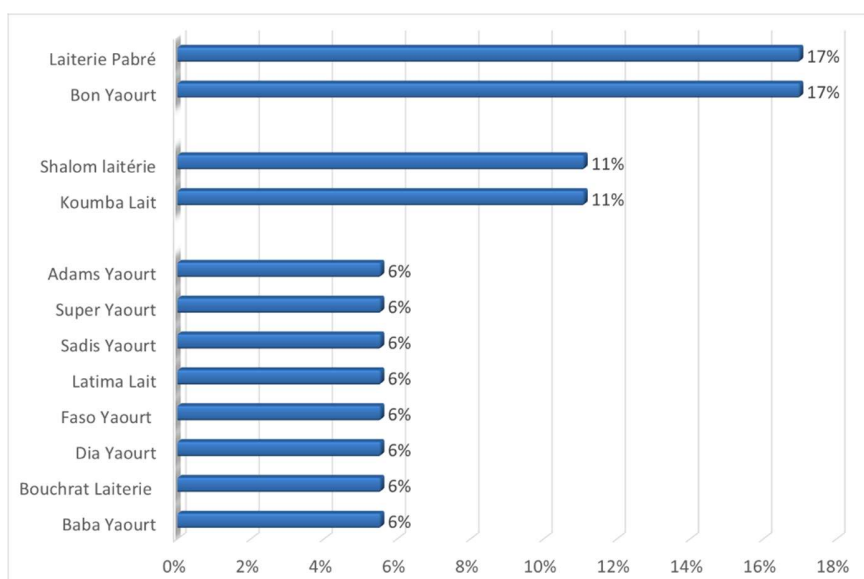
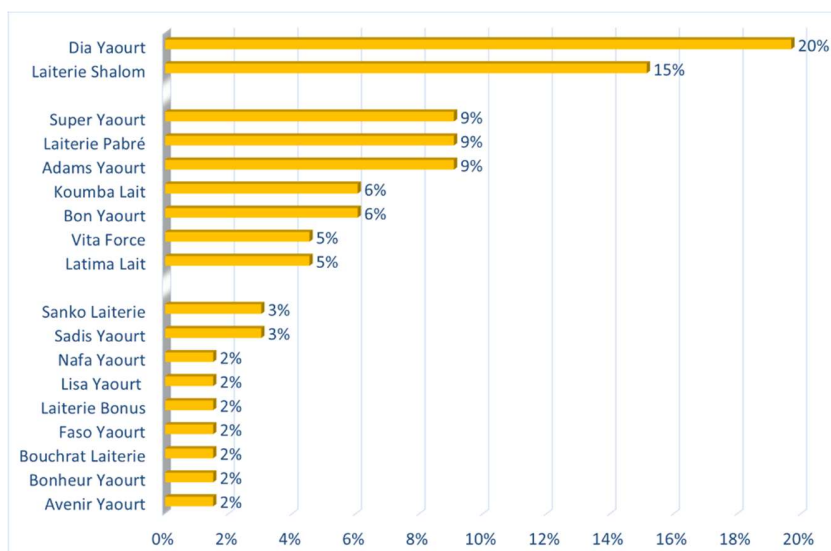


Figure 14, partie en orange). En termes de couverture, ces cinq marques affichent leur renommée dans plus de 4 secteurs de la ville. Les autres marques s'approprient certes plus de consommateurs dans quelques zones, mais restent cependant des marques très localisées ne couvrant pas au-delà de deux secteurs de la zone d'étude.

Working Document

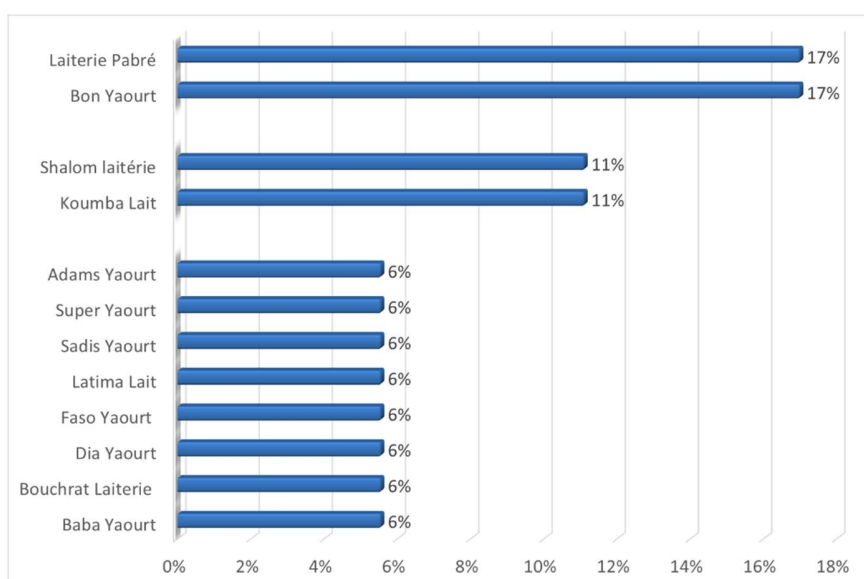
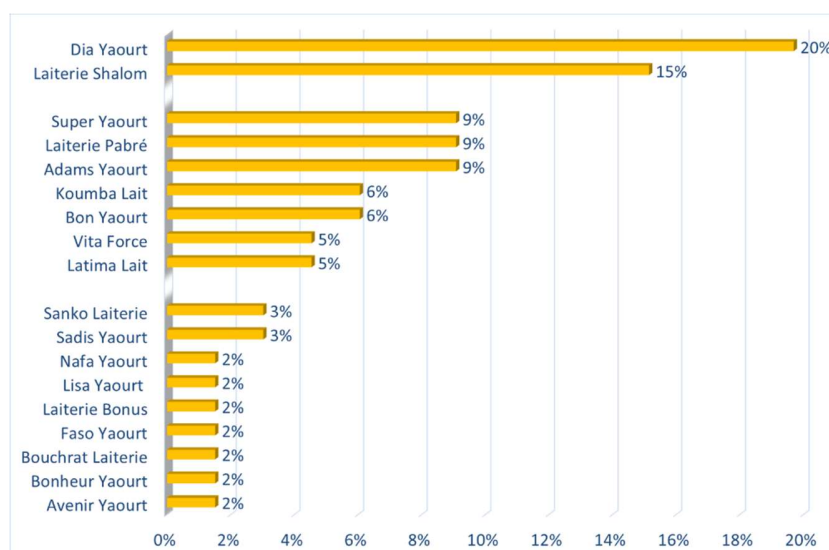


Figure 14 : Marques de produits laitiers consommées de préférence en premier (liste du haut) ou en second (liste du bas) dans la zone d'étude

La préférence de certaines marques de produits laitiers au niveau des consommateurs se justifie principalement par la recherche de :

- Produits laitiers à base du lait local ;
- Produits disponibles sur le marché ;
- Un goût agréable ;
- Une hygiène alimentaire garantie du produit ;

Working Document

- Produits très nourrissants ;
- Produits sains/bien conservés ;
- Produits de bonne qualité.

3.4.2 Capacité et moyens de reconnaissance de la matière première des produits laitiers

Aujourd'hui, la production locale est en plein essor et l'offre se compose à la fois de produits laitiers traditionnels fabriqués en milieu villageois (lait cru, lait caillé écrémé, beurre et huile de beurre ou ghee), de produits issus, des laiteries artisanales et semi-industrielles (yaourt en pot, lait caillé en sachet ou en bouteille, lait pasteurisé et fromage) et de produits laitiers importés (poudre de lait, lait condensé, lait concentré sucré ou non, yaourt, beurre, fromage). En ville, ce sont les produits laitiers importés qui dominent le marché. Les gestionnaires de point de vente attestent effectivement la cohabitation de ces deux types de lait. Certains produits comme le yaourt, le galpal et le dèguè peuvent être obtenus à base de l'un ou l'autre de ces laits.

La Figure 15 rend compte du niveau des capacités des consommateurs à connaître l'origine du lait dans les produits consommés (produits à base de lait local et en poudre importée). Il ressort que la majeure partie des consommateurs (77%) ont la capacité d'identifier la matière première utilisée dans les produits laitiers.

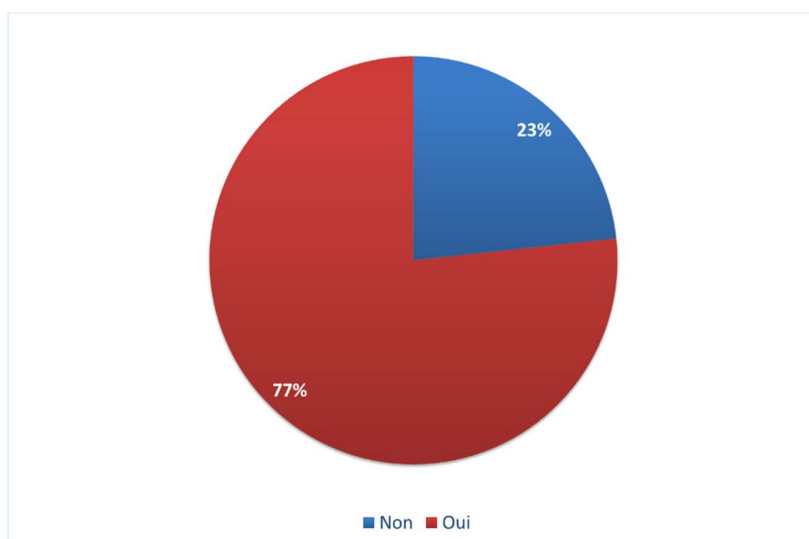


Figure 15 : Proportion des consommateurs capables de déterminer la matière première dans les produits laitiers consommés

Pour reconnaître l'origine de ces produits laitiers, les consommateurs ont tendance à utiliser plusieurs critères sensoriels (Figure 16). Ces critères sont le goût (47% des réponses), et l'odeur du produit (23%). L'observation de l'aspect général (clarté, consistance, etc.) du produit laitier constitue également un critère de reconnaissance mentionné par 17% des consommateurs. En dernier recours, le consommateur se réfère à l'inscription sur l'emballage du produit pour reconnaître son origine ou se confie simplement

Working Document

au vendeur du produit pour le savoir. La Figure 16 permet d'avoir une idée globale sur ces différents éléments leur permettent de reconnaître l'origine de la matière première des produits laitiers.

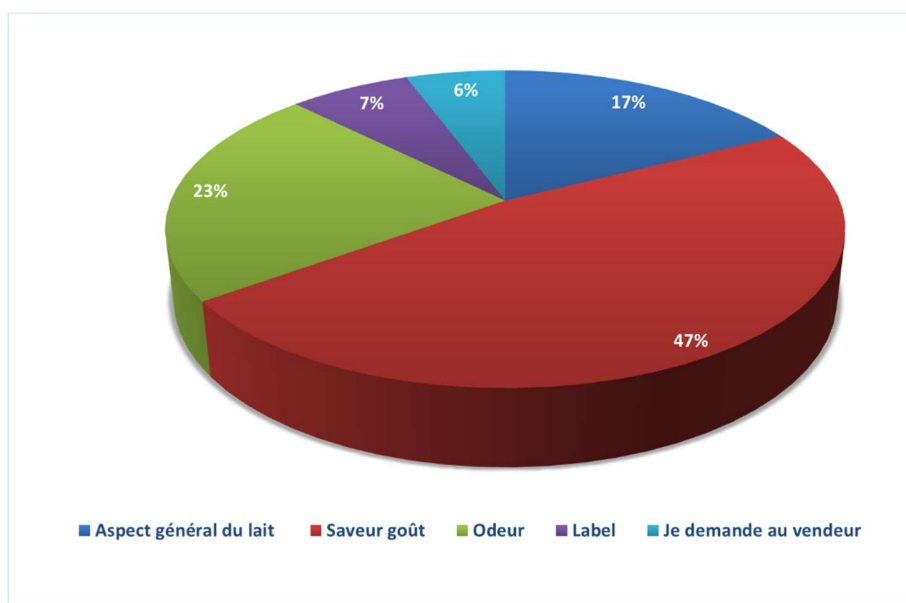


Figure 16 : Moyens utilisés pour identifier la matière première des produits laitiers (lait frais local ou poudre de lait)

3.4.3 Préférence des produits laitiers selon l'origine de la matière première

L'offre en lait local se compose de produits laitiers traditionnels fabriqués (lait cru, lait caillé écrémé, beurre et huile de beurre ou ghee) et de produits issus, des laiteries artisanales et semi-industrielles (yaourt en pot, lait caillé en sachet ou en bouteille, lait pasteurisé et fromage). Quant aux produits laitiers importés, ils se composent plus de poudre de lait, de lait condensé, de lait concentré sucré ou non, du yaourt, du beurre, du fromage. Même si de nombreuses études révèlent l'envahissement des produits laitiers importés (Hamadou et Sanon, 2005 ; Gouin et al., 2006) dans les marchés urbains, la population enquêtée semble être davantage intéressée par les produits laitiers faits à base de lait local. La Figure 17 montre un intérêt presque unanime de la population enquêtée porté vers la consommation des produits laitiers à base de lait local. Selon un distributeur des produits de " Diama lait ", « nous sommes satisfaits de la qualité des produits, mais le lait local est cher et n'est pas assez disponible sur le terrain. Les clients nous félicitent tout le temps par rapport à la qualité ». Les résultats révèlent en effet que 91 % des consommateurs des produits laitiers préféreraient consommer des produits à base de lait local. Cependant, cette préférence théorique pourrait voiler la réalité de consommation. Les consommateurs reconnaissent que les produits laitiers fabriqués à partir de lait local offrent plus d'avantages nutritionnels et sanitaires. Mais son indisponibilité et son inaccessibilité en termes de prix peuvent engendrer un écart entre les préférences et la réalité du marché. C'est ce qu'avance Bornstein (1989) dans ces recherches en sciences alimentaires. Il constate l'effet de la familiarité sur les préférences et explore les mécanismes affectifs et cognitifs qui pourraient expliquer ce lien entre familiarité et préférence, tout en laissant une place aux mécanismes d'adoption de produits nouveaux (Ton Nu, 1993). Pour Steenkamp (1996), les choix

Working Document

alimentaires individuels sont conditionnés par trois types de facteurs (les propriétés de l'aliment, les effets physiologiques et les perceptions sensorielles), les facteurs individuels (biologiques, psychologiques et socio-démographiques) et, enfin, les facteurs de l'environnement (culturels, économiques et de marketing). Arrault et al. (1998) note pour leur part que le goût fait partie des valeurs montantes utilisées par les industriels pour relancer leurs ventes, en particulier parce que son contrôle constitue un facteur déterminant de ré-achat (Teil, 1995).

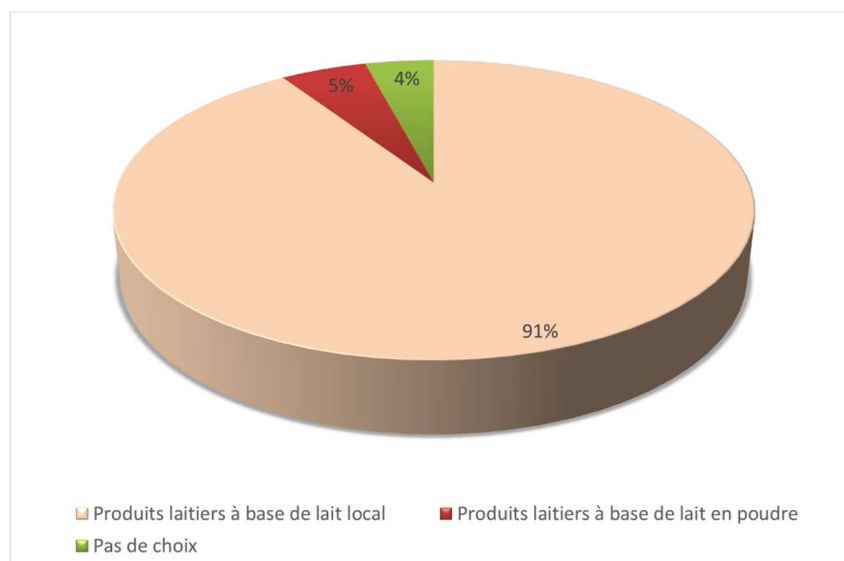


Figure 17 : Préférence des produits laitiers selon l'origine de leur matière première (lait frais local, poudre de lait)

Au nombre des raisons qui justifient le choix porté sur les produits laitiers à base de lait local par la population enquêtée, on retient principalement :

- La qualité et le goût agréable des produits locaux qui restent une garantie pour les consommateurs ;
- L'objectif de la mise en pratique des conseils incitant à la consommation des produits naturels locaux ;
- Le caractère très nourrissant du lait local et les avantages de sa consommation pour la santé ;
- La connaissance de la source de provenance de la matière première dont ces produits sont issus.

Le choix de consommer des produits laitiers à base de lait importé pour certains consommateurs serait lié à des barrières économiques ou à des intolérances au lait local. Ces derniers soutiennent que les produits laitiers importés sont plus abordables et compétitifs sur le marché par rapport aux produits laitiers locaux. De plus, des cas d'intolérance aux produits laitiers locaux ont été retenus comme motifs limitant la consommation des produits fabriqués avec du lait local.

Working Document

Tableau 3 : Récapitulatif des raisons des consommateurs sur le choix des produits laitiers selon la source de leur matière première (lait frais local, poudre de lait)

Matière première	Critères ou raisons spécifiques
Lait frais local	Aliment complet Bon pour la santé Goût agréable Meilleure qualité Produit conseillé Produit naturel
Lait en poudre importé	Prix accessible Intolérance au lait local (nausée, mauvaise sensation de l'odeur)

3.4.4 Connaissance des sources des produits laitiers par les consommateurs

La Figure 18 décrit la capacité des consommateurs à reconnaître la source des produits laitiers qu'ils consomment en distinguant ceux fabriqués à partir de lait local de ceux fabriqués à partir de lait en poudre importé. Selon les données d'enquêtes menées auprès des consommateurs, plus de la moitié des répondants (61%) déclarent que les produits laitiers qu'ils consomment proviennent à la fois du lait local de vache et du lait en poudre importé tandis que 34% mentionnent uniquement le lait local de vache. Cependant, une minorité (5%) déclare consommer que des produits laitiers provenant exclusivement du lait en poudre importé. Cette étude révèle en définitive qu'en plus de pouvoir différencier la source des produits laitiers, les consommateurs préfèrent le lait qu'ils ont l'habitude de consommer, c'est-à-dire le lait local.

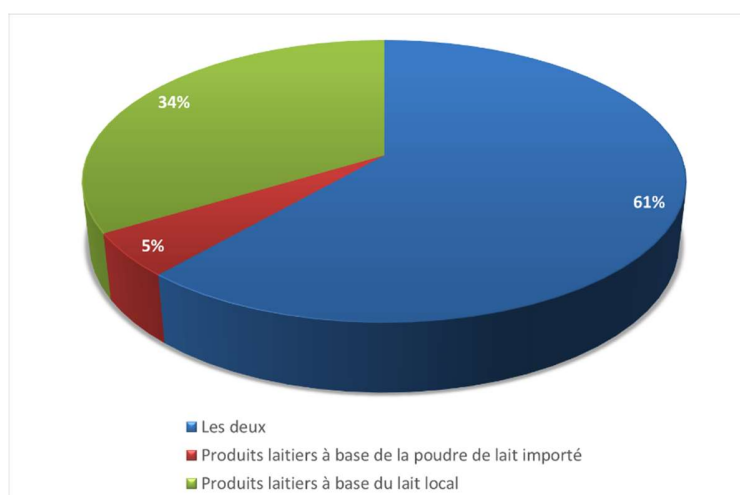


Figure 18 : Capacité des consommateurs à distinguer matière première de base dans les produits laitiers consommés

Working Document

3.4.5 Fréquence et niveau de consommation de produits laitiers faits à base de lait local

Considérant plusieurs facteurs combinés, la Figure 19 montre la fréquence et le niveau de consommation des produits laitiers fabriqués base de lait local (dénommés dans le texte “produits laitiers locaux”). Au regard des chiffres qui se dégagent de l’étude, les produits laitiers locaux sont consommés quotidiennement par environ un tiers des consommateurs enquêtés (29%). A cette catégorie de consommateurs vient s’ajouter celle de la plus importante frange des enquêtés, ceux qui ont fait des produits laitiers locaux leur objet de consommation plus d’une fois par semaine (62%). Enfin, ce sont seulement 9% qui consomment assez faiblement les produits laitiers locaux (une fois par semaine).

Lorsque l’on s’intéresse aux produits laitiers locaux spécifiques, il ressort que le yaourt et le lait cru pasteurisé sont les produits laitiers à base de lait local les plus consommés, pour respectivement 29% et 26% des enquêtés. Ensuite viennent les produits laitiers à base de lait local, moyennement consommés, qui représentent 17% et 15%, respectivement pour le dèguè et le gapal. Enfin, les produits laitiers à base de lait local comme le fromage, la crème, le beurre et autres demeurent faiblement consommés et ne représentent ensemble que 13% de consommateurs de ceux enquêtés.

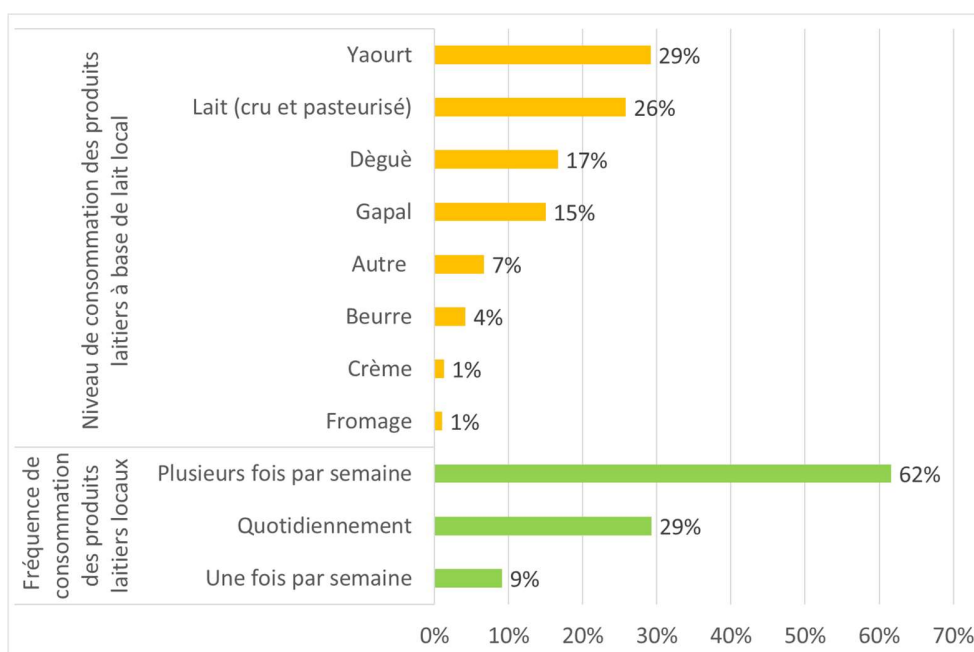


Figure 19 : Fréquence de consommation des produits fabriqués à base de lait local

3.4.6 Facteurs influençant la consommation des produits fabriqués à base de lait local

Plusieurs facteurs d’ordre organoleptique et économique influencent le choix à la consommation des produits laitiers locaux dans la ville de Bobo-Dioulasso. Une attention particulière est depuis longtemps accordée à la qualité de ces produits, ce qui contribue à la construction de leur valeur marchande et à la satisfaction des consommateurs. C’est ce qui justifie sans doute que la qualité soit identifiée comme étant le principal facteur influençant la consommation des produits laitiers à base de lait local (43%). La qualité

Working Document

est associée au caractère naturel du lait local utilisé dans la fabrication des produits laitiers. De plus, pour ces produits fabriqués localement, le consommateur dispose facilement d'informations sur le lait utilisé, le procédé de fabrication, la composition des produits finis, ce qui renforce leur confiance dans la qualité des produits laitiers locaux.

En deuxième lieu, le choix de la consommation des produits laitiers locaux est influencé par la préférence gustative de ces produits (28%). En effet, une étude réalisée sur les préférences à la dégustation de deux produits laitiers (yaourt) faits à base de lait local et de lait d'origine importé a révélé la préférence des consommateurs aux produits laitiers locaux par rapport aux produits fabriqués à partir de lait importé (Table filière lait / Iprolait, 2019). Toutefois, des améliorations doivent être faites surtout pour l'emballage, car le consommateur non averti a toujours tendance à se tourner vers la présentation la plus attrayante.

Enfin « Consommer des produits laitiers locaux » est considéré par de nombreux consommateurs comme étant un encouragement substantiel en faveur de la production locale (12%). En dehors de ces facteurs déterminants dans la consommation des produits laitiers à base de lait local, d'autres facteurs minoritaires interviennent comme le prix du lait local (9%), les préoccupations environnementales (2%) et d'autres facteurs non identifiés.

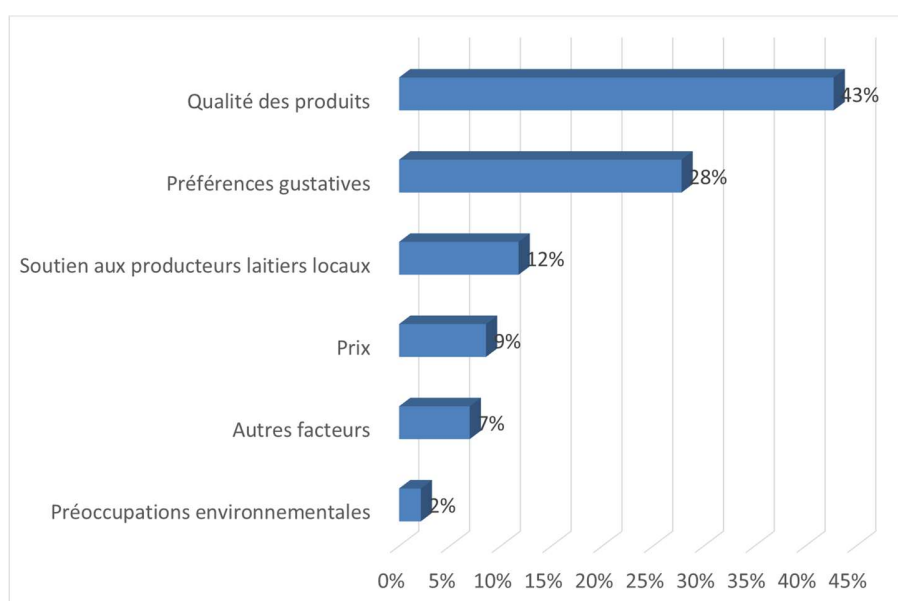


Figure 20 : Principaux facteurs influençant la consommation des produits laitiers faits à base de lait local

3.5 Fréquence et niveau de consommation des produits fabriqués à base de poudre de lait importée

Les produits laitiers faits à base de poudre de lait occupent une place de plus en plus importante dans la consommation alimentaire, surtout en milieu urbain et particulièrement dans la ville de Bobo-Dioulasso.

Working Document

Les résultats de l'enquête montrent que 75% des personnes enquêtées consomment de la poudre de lait plusieurs fois par semaine, et 12% quotidiennement. En ce qui concerne les autres produits laitiers fabriqués à base de poudre de lait, 42 % des personnes enquêtées ont déclaré consommer quotidiennement ce type de yaourt (42%), 28% du gapal et du dèguè, et enfin 1% du lait frais pasteurisé et de la crème (Figure 21).

Ainsi, on peut déduire que les produits laitiers à base de la poudre de lait importé sont de plus en plus vendus et consommés.

Ces préférences de consommation des produits laitiers, quelle que soit la matière première utilisée (lait frais local ou poudre de lait) ne traduisent pas un phénomène récent, dans la mesure où une étude menée sur la filière laitière dans la ville de Bobo-Dioulasso révélait pratiquement les mêmes tendances (Duteurtre et Vidal, 2018).

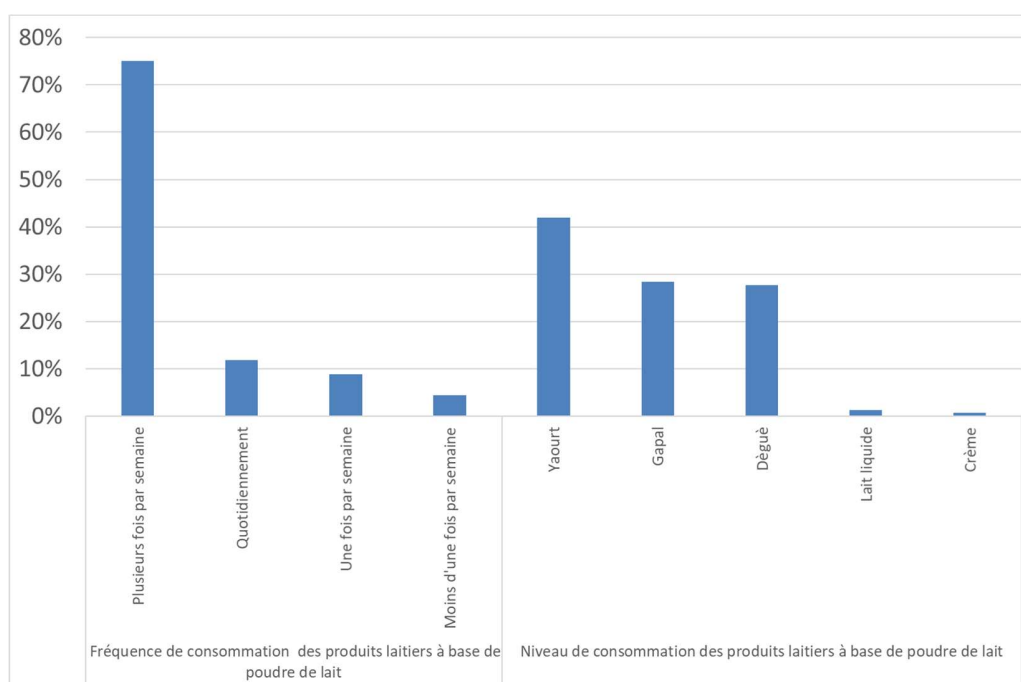


Figure 21 : Fréquence et niveau de consommation des produits laitiers fabriqués à base de poudre de lait

3.5.1 Facteurs influençant la consommation des produits fabriqués à base de poudre de lait importée

Plusieurs facteurs influencent les choix de consommation des produits laitiers faits à base de poudre de lait (Figure 22). Les plus significatifs sont les préférences gustatives (38%), le prix (24%) et la qualité du produit (19%). A cela s'ajoutent les autres facteurs non spécifiés (17%) et les préoccupations environnementales (2%).

Working Document

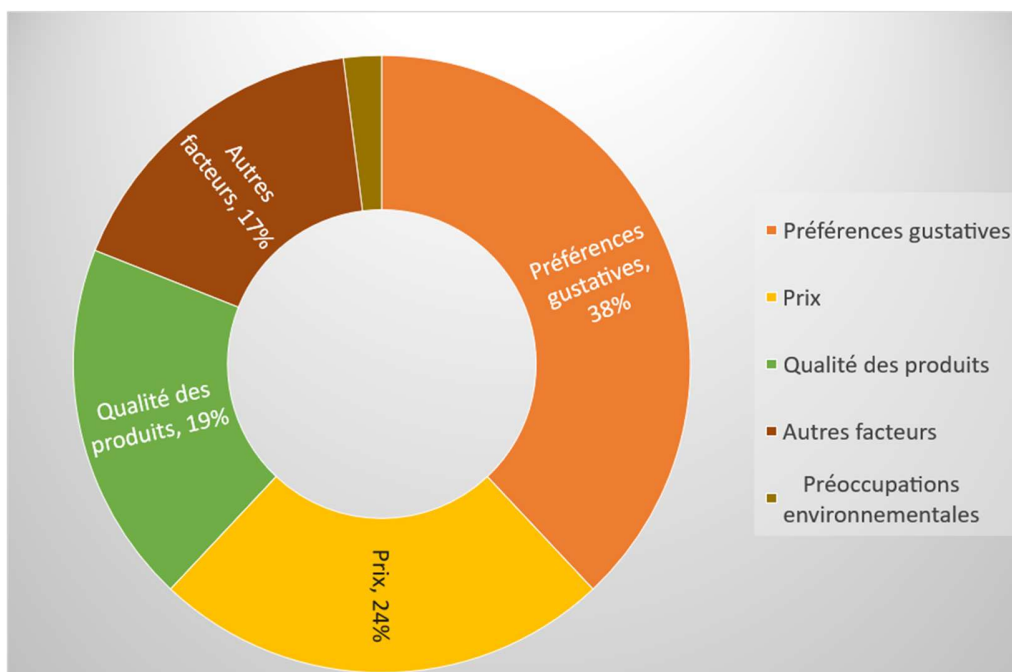


Figure 22 : Facteurs influençant la consommation des produits fabriqués à base de poudre de lait importée

3.5.2 Préoccupations particulières et contre-indication liées à la consommation des produits laitiers

La majorité des consommateurs n'évoquent pas de préoccupations particulières en ce qui concerne la consommation des produits laitiers (87%). Une minorité de consommateurs enquêtés (8%) évoque cependant des intolérances pour les produits fabriqués à base de lait de vache local, et 5% évoquent des préoccupations diététiques pour ce qui est du lait en poudre.

Du côté des gestionnaires des points de vente et des distributeurs, les préoccupations évoquées tournent autour de l'indisponibilité croissante du lait local dont les produits sont pourtant très appréciés par les consommateurs. A cela, il faudra ajouter la variabilité de la consommation du lait d'une saison à l'autre. Comme le déclarait l'un des distributeurs enquêtés : *"En période de la fraîcheur, le marché est un peu lent, mais on arrive à écouler, mais pas en quantité comme il y a un ou deux mois en période de chaleur"*.

L'indisponibilité du lait local a des répercussions sur les unités de transformations de lait (UTL). Cet état de fait a conduit certaines UTLs, spécialisées dans la transformation du lait local, à se résoudre à utiliser du lait en poudre pendant les périodes critiques où le lait local manque cruciallement (saison sèche chaude) afin d'assurer la continuité de leur activité.

Par ailleurs, les enquêtes montrent que la filière lait est confrontée à un problème de conservation du lait et des produits laitiers. C'est ce qui ressort des propos de « Avenir yaourt » qui pointe un doigt accusateur sur les boutiquiers en ces termes : *« Il y a souvent des boutiquiers ou gérants d'alimentation qui*

Working Document

conservent mal nos produits. Cela occasionne souvent des pertes ; mais reconnaissons que c'est assez rare quand même. ... Et la conservation des produits dans certains points de vente laisse à désirer' ». Lorsque ces négligences sont aggravées par les fréquents délestages des quantités importantes de produits deviennent impropres à la consommation.

En outre, la communication et la mise en visibilité des produits issus de la filière lait local ne sont pas assez fortes pour espérer contrer l'envahissement du marché local par les produits à base de poudre de lait importé qui utilisent des signes et un étiquetage ambigu sur la provenance de la matière première.

Le sous-équipement des UTL, et les problèmes liés à la production de lait (alimentation des vaches, etc.) sont des handicaps qui limitent la valorisation du lait local dans la zone urbaine et péri urbaine de Bobo-Dioulasso.

Enfin, d'autres préoccupations non moins importantes ont été signalées lors des échanges avec les acteurs de la filière. C'est ainsi que la cherté du lait local et les retards dans sa fourniture ne sont pas passés inaperçus dans les dires de nos interlocuteurs. Le coût du lait local entraîne les consommateurs vers le lait importé pendant que les retards de fournitures occasionnent d'énormes pertes pour les acteurs.

Tableau 4 : Préoccupations des consommateurs concernant les produits laitiers à base de lait local ou de poudre de lait importée

Préoccupations	Nombre de cas	Proportion
Intolérance concernant le lait de vache local	5	8%
Préoccupations diététiques du lait en poudre	3	5%
Aucune	53	87%
Total	61	100%

3.5.2.1 Canaux d'informations des consommateurs sur les produits laitiers

Dans cette partie, l'étude a permis de préciser les canaux par lesquels les enquêtés s'informent sur la source des produits laitiers. Les modalités retenues comme sources d'informations des enquêtés sont principalement le bouche-à-oreille, suivis de l'étiquetage et de la recherche en ligne (Figure 23).

Working Document

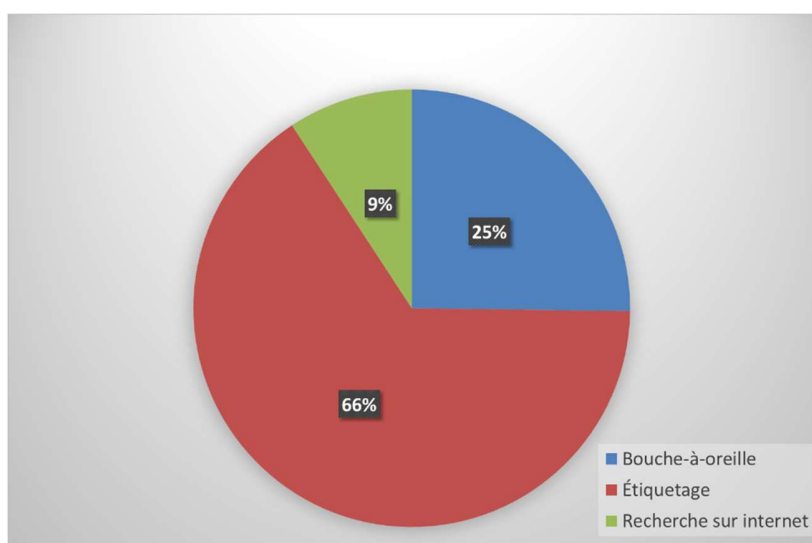


Figure 23 : Sources d'informations des consommateurs sur les produits laitiers

Les personnes interrogées s'informent principalement (66%) à travers l'étiquetage, suivi de 25 % par le bouche-à-oreille et enfin 9% à travers la recherche en ligne. Cette forte proportion des enquêtés qui obtiennent ce type d'informations à grâce à l'étiquetage et à la recherche en ligne témoignent d'un niveau d'instruction plus élevé que les autres.

De plus, ces informations permettent aux consommateurs de prendre des précautions en ce qui concerne la consommation des produits laitiers en accédant à divers types de signes permettant de détecter les produits laitiers périmés et ainsi de prévenir les intoxications alimentaires. Cette analyse va en droite ligne avec la réflexion de Mamine et al. (2018) dans une étude réalisée en Algérie dans la localité de Souk Ahras et qui écrivaient ceci : *“Le consommateur ne peut en aucun cas évaluer la différence d'apport nutritionnel (lait entier, partiellement écrémé, écrémé, lait de vache ou de chèvre, un mélange, lait mouillé...). Il mise donc soit sur la « recherche » dans le cas des produits industriels (notices et étiquettes des standards), soit sur la « croyance » et la confiance dans le cas des produits artisanaux non étiquetés (aucune indication sur la composition)”*.

3.5.2.2 Estimation des dépenses des consommateurs pour l'achat des produits laitiers

La Figure 24 montre le niveau de dépenses quotidiennes effectuées par certains consommateurs enquêtés selon la source des produits laitiers. Sur un total de 44 consommateurs ayant répondu à cette question sur l'estimation des dépenses pour l'achat des produits laitiers, 11 consommateurs ont déclaré dépenser quotidiennement entre 5000-7500 FCFA, 10 autres ont déclaré entre 8000-12500 FCFA par jour. Les dépenses quotidiennes les plus élevées (entre 15000 et 20000 FCFA/jour) ont été rapportées par 5 consommateurs. Ces dépenses importantes sont affectées principalement pour l'achat des produits laitiers à base de lait local. Les consommateurs moyens se situent entre 2500 et 3500 FCFA (6 consommateurs) et entre 1000 et 2000FCFA (5 consommateurs). Au niveau des produits à base de la poudre de lait importé, 1 seul consommateur a déclaré dépenser entre 50000 et 7500 FCFA pour l'achat des produits laitiers.

Working Document

La consommation de produits laitiers est étroitement liée au revenu des ménages, comme le montre une étude similaire menée au Mali par Corniaux et *al.* (2005, p. 8). Selon cette étude, chaque foyer consacre en moyenne 155 000 Fcfa par an à la consommation de lait. Toutefois, d'importantes disparités existent derrière ces chiffres globaux. Par exemple, la consommation annuelle de lait varie considérablement en fonction du revenu mensuel des ménages, s'élevant à environ 270 kg pour des revenus mensuels inférieurs à 50 000 Fcfa, 570 kg pour des revenus compris entre 50 000 et 100 000 Fcfa, et 700 kg pour des revenus dépassant 100 000 Fcfa.

Contrairement au milieu rural où les revenus des ménages sont bas, en milieu urbain, le revenu moyen par ménage est plus élevé, la consommation des produits laitiers augmente à condition que leurs prix restent abordables (notamment grâce à des emballages simples et donc pas chers), qu'ils soient faciles à conserver (sans réfrigérateur), qu'ils soient disponibles en petites unités et aux points de vente fréquentés par la majorité de la population, c'est-à-dire, à travers le secteur informel.

L'urbanisation est perçue comme un facteur favorisant la consommation du lait et des produits laitiers. En effet, il est généralement admis que l'urbanisation s'accompagne d'une amélioration des revenus des populations, ce qui favorise la consommation du lait et des produits laitiers. Dans le même ordre d'idée, il ressort qu'à Sikasso la consommation de produits locaux est plus importante dans les quartiers périphériques et le long des axes routiers alors que la consommation de lait en poudre s'élève quand on se rapproche du centre urbain (Corniaux et *al.*, 2005, p. 13).

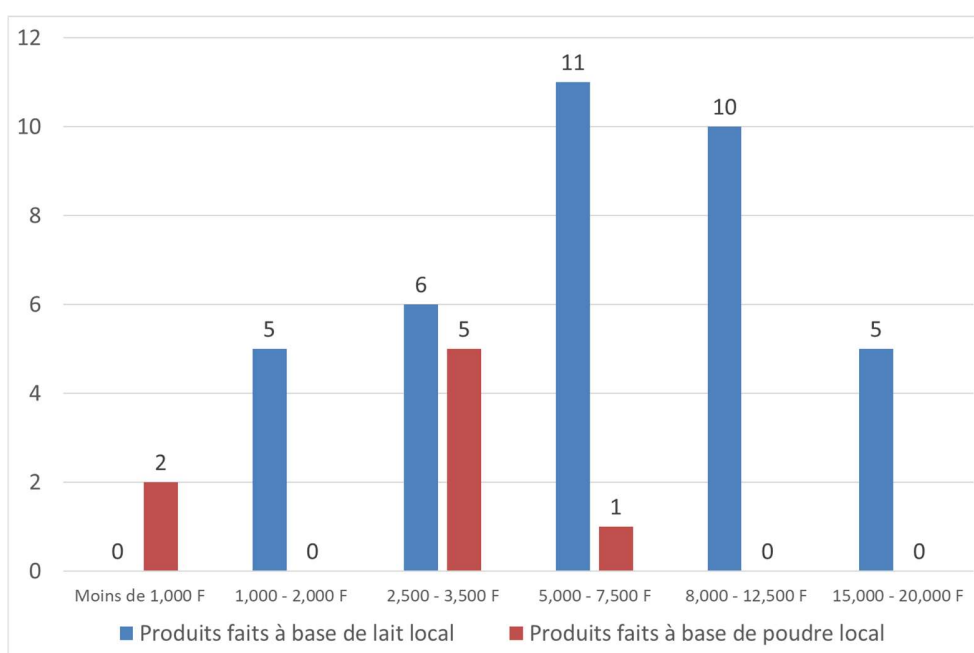


Figure 24 : Estimation des dépenses quotidiennes des ménages enquêtés pour l'achat des produits laitiers

Working Document

4 Suggestions et recommandations sur la promotion et la consommation des produits laitiers à Bobo-Dioulasso

La question de l'alimentation des vaches ressort comme un facteur important pour améliorer la productivité des vaches laitières pour la majorité des acteurs de la filière lait local du bassin de production de Bobo-Dioulasso. D'où l'importance de la subvention de l'aliment bétail évoqué par un distributeur de Koumba Yaourt : *"il faut aider les éleveurs dans leur tâche, c'est-à-dire fournir ou les aider à produire l'aliment bétail afin que nous ayons beaucoup de lait. Après cela, il faudra organiser des cadres où on parlera des bienfaits du lait local sur le plan économique et aussi sur le plan sanitaire"*.

Pour les UTL, les équipements pour la transformation demeurent une préoccupation majeure. Un appui adéquat sur ce plan, couplé à une politique laitière affirmée à travers la multiplication des Journées promotionnelles du lait local a été clairement sollicitée par une grande partie des responsables d'UTL et des points de vente.

En somme, il s'agira d'améliorer l'appui gouvernemental aux acteurs de la filière lait local. Cet appui permettra aux acteurs de privilégier le lait local si toutefois la disponibilité du produit de base est garantie et les coûts de production maîtrisés.

Dans le Bassin laitier de Bobo-Dioulasso, l'accompagnement des acteurs de la filière par la Recherche (INERA, IRSAT, CIRDES, CIRAD et Université Nazi Boni notamment) est déjà considérable. Néanmoins, les gestionnaires des UTL enquêtées suggèrent que cet accompagnement se pérennise et se renforce à travers des formations à la production fourragère au profit des producteurs laitiers.

Voici en quelques points résumés les suggestions et recommandations pour améliorer la consommation de produits laitiers faits à base de lait local :

- Renforcer la production du lait local en accompagnant les CCL dans la production de l'aliment bétail et la promotion des fourrages de qualité ;
- Aider les producteurs à acquérir les espaces pour le pâturage pour l'alimentation des vaches ;
- Subventionner les UTLs avec du matériel, surtout du matériel roulant pour la livraison des produits dans de bonnes conditions ;
- Octroyer du matériel adéquat (matériel de transformation, de transport et de conservation du lait et des produits laitiers) ;
- Accorder des subventions pour l'acquisition de matériel et de fonds de roulement ;
- Organiser des journées promotionnelles ainsi que des foires pour la promotion des produits laitiers.

Working Document

5 Conclusion

Au Burkina Faso, le secteur de la production laitière a fait l'objet de beaucoup de travaux tant dans le domaine scientifique que des actions de développement. Cependant, force est de constater que dans la majorité des cas, la problématique a été perçue sous l'angle d'un simple processus de substitution de la production locale aux importations oubliant que la filière est un tout, c'est-à-dire un ensemble de maillons de l'amont de la production à l'assiette du consommateur.

La préoccupation fondamentale de cette étude était de déterminer les logiques qui gouvernent la préférence des consommateurs de la ville de Bobo-Dioulasso entre les produits faits à base de lait frais local ou bien faits à base de poudre de lait importée. Des informations collectées, il ressort que plusieurs facteurs rentrent en ligne de compte. On peut citer entre autres la disponibilité du produit, le coût, l'accessibilité, la qualité, le goût, les préoccupations environnementales, le soutien aux produits locaux. Il ressort également que les produits laitiers sans distinction sont couramment consommés. Ils font partie intégrante des habitudes alimentaires des populations, même si certains sont plus prisés que d'autres.

Nonobstant ces atouts, l'on note que la filière lait est confrontée à d'énormes défis qui sont d'ordre sanitaire, de conservation, de visibilité (insuffisance de promotion), de rareté du lait local. Il importe donc que des solutions idoines soient trouvées à ces préoccupations en vue d'une consommation plus accrue du lait local.

Working Document

6 Références bibliographiques

- Arrault J, Esterni V, Frances C, Maurice J, 1998. Le consommateur. In: Systèmes, marchés et filières agro-alimentaires, Di- mier-Vallet V, Jacquemin V, Joncour A, Rastoin J-L, (Dir.), Graal, Montpellier, 188 p.
- Aubron C, 2016. La filière laitière tournée vers le marché intérieur. L'agriculture Indienne. Séance du 10 février. Académie d'Agriculture de France. https://hal.inrae.fr/hal-02795745/file/2016_Aubron_AgriculIndienne_2.pdf
- Bornstein, R F, 1989. Exposure and Affect: Overview and Meta-Analysis of Research, 1968-1987. Psychological Bulletin, 106, 265-289. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.106.2.265>
- CFSI, 2019. Au Burkina Faso lait local contre poudre de lait importée. Programme promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'ouest. Fiche CAPI PAFAO # 119, Table filière lait / IPROLAIT, GRET, 6 p.
- Corniaux C, Niafo Y, Pocard-Chapuis R, Coulibaly D, 2005. Consommation de lait et de produits laitiers dans les ménages de Ségou (Mali). Document de travail, Projet FSP Lait, IER, Mali, octobre 2005. 21p.
- Duteurtre G, Vidal A, 2018. La filière laitière à Bobo-Dioulasso. Rapport final, étude réalisée à la demande d'Afdi, CIRAD Montpellier, 38 p. + annexes
- Gouin D M, Proulx Y, Ouédraogo M, 2014. Analyse de la problématique de l'importation de la poudre de lait au Burkina Faso et son effet sur le développement de la filière lait. Groupe AGEKO, Rapport de mission, 69p.
- Hamadou S, Sanon Y, 2005. Synthèse bibliographique sur les filières laitières au Burkina Faso. Série Document de travail, Repol. 50 p. + annexes.
- Mamine F, Montaigne É, Boutonnet J-P, 2018. Perception de la qualité des produits laitiers et comportement du consommateur algérien. Économie rurale, 355. doi.org/10.4000/economierurale.4994
- OCDE/FAO, 2017. Perspectives agricoles de l'OCDE et de la FAO 2017-2026. Aperçu par produit : lait et produit laitiers : 129-131. <https://www.fao.org/3/i7465fr/i7465fr.pdf>
- Ouedraogo S, Doanio H, 2007. Déterminants de la consommation de lait frais pasteurisé local à Ouagadougou au Burkina Faso. Revue Élev. Méd. vét. Pays trop., 60, 1-4 : 59-65. doi.org/10.19182/remvt.9978
- Palé E, 2006. Analyse de la consommation du lait et des produits laitiers : Cas de la ville de Bobo-Dioulasso, Mémoire de fin d'études à l'Institut du développement Rural (IDR), Université Polytechnique de Bobo-Dioulasso, 54p. <https://beep.ird.fr/collect/upb/index/assoc/IDR-2006-PAL-ANA/IDR-2006-PAL-ANA.pdf>

Working Document

- Sodré E, 2022. Co-conception en cascades d'innovations technologiques dans l'alimentation des vaches traites pour une augmentation durable de la production laitière de saison sèche à l'Ouest du Burkina Faso. Sciences agricoles. Montpellier SupAgro. <https://theses.hal.science/tel-04249684>
- Steenkamp J-B, 1996. Dynamics in Consumer Behavior with Respect to Agricultural and Food Products. In Agricultural Marketing and Consumer Behavior in a Changing World. Proceedings of the 47th Seminar of the European Association of Agricultural Economists, Wierenga B, Grunert K, Steenkamp J B, Wedel M, van Tilburg A (Eds), Wageningen, The Netherlands.
- Teil G, 1995. Entre l'entreprise et le marché, le jury de consommateurs. In Agroalimentaire: une économie de la qualité, Nicolas F, Valceschini E, (Dir.), Inra, Economica, Paris, p. 75.
- Ton Nu C, 1993. Préférences et néophobie alimentaire à l'adolescence. Thèse de doctorat en Génie Bio Industriel. ENGREF, Paris.
- Vias Franck G, 2018. État des filières laitières dans les 15 pays de la CEDEAO, de la Mauritanie et du Tchad. Annexe 2, fiche Burkina Faso. Le Hub Rural, OXFAM,CARE, RBM, 44 p.