

Etude de marché pour une unité de production d'arômes naturels pour les yaourts :

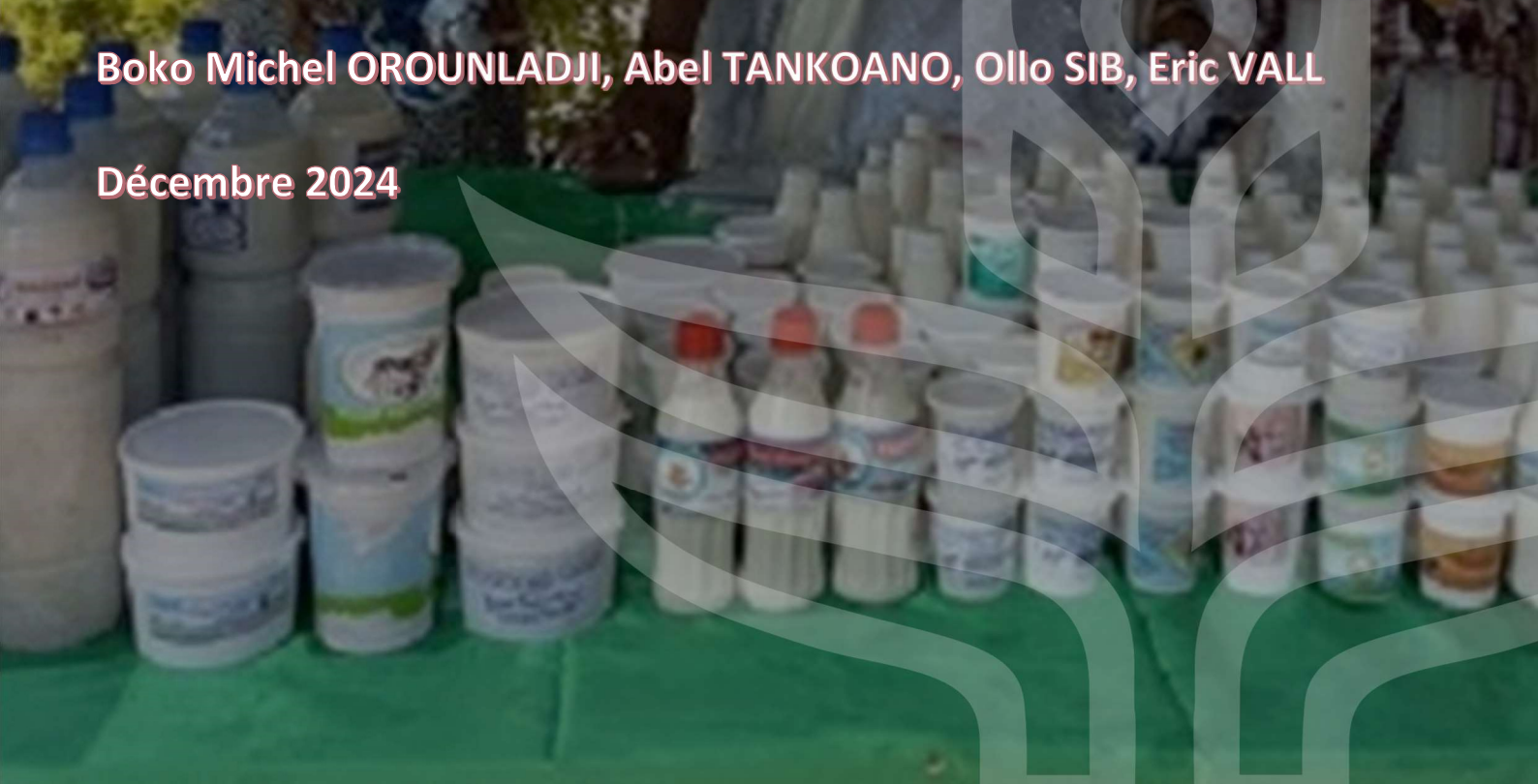


INITIATIVE ON
Agroecology

Partie 1. Attentes des consommateurs et des transformateurs

Boko Michel OROUNLADJI, Abel TANKOANO, Olo Sib, Eric VALL

Décembre 2024



Contents

1. Introduction.....	3
2. Méthodologie.....	4
2.1. Site de l'étude.....	4
2.2. Echantillonnage.....	4
2.3. Collecte de données.....	4
2.4. Analyse de données.....	5
3. Résultats et discussion.....	6
3.1. Résultats de l'enquête auprès des transformateurs de lait local en yaourt 6	
3.2. Synthèse des résultats de l'enquête transformateurs.....	14
3.3. Résultats de l'enquête auprès des consommateurs de yaourt.....	16
3.4. Synthèse des résultats de l'enquête consommateurs.....	20
4. Conclusion.....	21
5. Références.....	22
6. Annexes.....	23
6.1. Questionnaire pour les transformateurs de lait en yaourt.....	23
6.2. Questionnaire pour les consommateurs de yaourt.....	26

Etude de marché pour une unité de production d'arômes naturels pour les yaourts :

Partie 1. Attentes des consommateurs et des transformateurs

Boko Michel OROUNLADJI¹, Abel TANKOANO², Olo SIB¹, Eric VALL¹

Décembre 2024

(1) CIRAD, (2) IRSAT

1. Introduction

Au Burkina Faso, l'Initiative sur l'Agroécologie (Agroecology Initiative en anglais ; AEI) accompagne les acteurs de la Plateforme d'Innovation Lait (PIL) dans la transition agroécologique de la filière lait. L'objectif est de passer de la vision de la PIL, définie en 2020 durant Africa-Milk, revue et confirmé en 2023 au début de l'AEI (de par sa compatibilité avec les principes de l'agroécologie) à sa mise en action. En 2023 la PIL a été consolidée en intégrant de nouveaux partenaires susceptibles d'apporter des appuis utiles pour la transition agroécologique de la filière lait (Sib et al., 2023). Dans le cadre de l'AEI nous travaillons dans ce périmètre dénommé Agroecological Living Landscape (ALL) centré sur la filière lait (autrement dit le ALL correspond à la PIL consolidée par l'adhésion de nouveaux acteurs).

Ainsi pour les acteurs du ALL l'objectif ultime est « d'augmenter la part du lait local dans les produits laitiers fabriqués par les transformateurs laitiers de Bobo-Dioulasso à travers des Innovations au niveau des exploitations agricoles, au niveau de la collecte du lait, au niveau de la transformation laitière, mais aussi au niveau de la gouvernance de la chaîne de valeur laitière ».

En raison de la demande des consommateurs qui souhaitent de plus en plus consommer des produits laitiers de bonne qualité notamment le yaourt nature et ses variantes aux saveurs variées (Fayama et al., 2024), les transformateurs ont commencé à valoriser les produits locaux afin de produire des yaourts aromatisés aux extraits naturels de produits forestiers non ligneux (néré, mangue, moringa, etc.) et de produits agricoles (patate douce, banane, ananas, etc.) (Sib et al., 2024a). Ces produits locaux tels que les fruits, les feuilles et les écorces, représentent une ressource précieuse pour répondre à cette demande. En plus d'offrir des arômes naturels, leur utilisation dans la production de yaourts s'aligne parfaitement avec certains principes de l'agroécologie (biodiversité, diversification économique, co-création de savoirs, valeurs sociales et alimentaires - Wezel et al., 2020 ; Sib et al., 2024b) en valorisant des ressources locales et en favorisant une production durable.

Mais pour les transformateurs, un des problèmes qui se pose et l'accès à ces extraits naturels en termes de quantité, de qualité et régularité et de prix, comme cela a été mise en évidence dans l'analyse coût bénéfices sur l'agroécologisation de la filière lait (Sib et al., 2024 b).

La mise en place d'une unité de production d'arômes naturels pourrait être une réponse à cette demande accrue des transformateurs de lait local et des consommateurs en yaourts aromatisés aux extraits naturels de produits locaux. Elle présenterait plusieurs avantages :

- Renforcement de l'économie locale : En valorisant les produits locaux, cette unité pourrait créer des emplois et générer des revenus supplémentaires pour les communautés locales impliquées dans la collecte et la transformation des produits locaux en extraits aromatiques.
- Soutien à la filière lait : La disponibilité d'arômes naturels de qualité pourrait augmenter la compétitivité des yaourts produits localement, répondant ainsi aux attentes des consommateurs tout en soutenant les transformateurs de lait dans leur transition agroécologique.
- Impact environnemental positif : L'utilisation rationnelle des produits locaux aromatiques (forestiers non ligneux) contribue à la conservation de la biodiversité et à la gestion durable des ressources forestières, tout en réduisant la dépendance aux arômes artificiels importés.

Ainsi, cette étude de marché s'est proposée de déterminer la faisabilité et le potentiel de mise en place d'une unité de production d'extraits à base de produits locaux (PNFL, et divers produits agricoles) pour aromatiser les yaourts à base de lait local dans le bassin laitier de Bobo-Dioulasso. Plus spécifiquement, il s'agissait :

- D'analyser la demande des transformateurs de lait en yaourt
- D'identifier les préférences et attentes des consommateurs
- D'évaluer les défis techniques et logistiques
- D'Analyser les opportunités de marché

Ce rapport présente les résultats de l'étude relatifs au deux premiers points précédemment listés.

2. Méthodologie

2.1. Site de l'étude

L'étude a été menée à l'Ouest du Burkina Faso, plus spécifiquement dans la commune de Bobo-Dioulasso.

2.2. Echantillonnage

L'étude a impliqué un recensement exhaustif des transformateurs de lait local dans le bassin laitier de Bobo-Dioulasso. Un total de 16 transformateurs a été recensé, ce qui permet d'obtenir une vision représentative des besoins, des défis et des attentes des acteurs du secteur en ce qui concerne l'utilisation d'extraits naturels à base de produits forestiers non ligneux (PFNL) et de produits agricoles dans la production de yaourt aromatisés.

Concernant les consommateurs de yaourt, la méthode de sélection utilisée a été celle du choix raisonné. Cette approche a permis de cibler 220 consommateurs ayant des profils variés.

2.3. Collecte de données

La première étape a consisté à concevoir un outil de collecte des données permettant de recueillir des informations pertinentes auprès des transformateurs de lait en yaourt et des consommateurs de yaourt (confère annexes). L'outil retenu est un questionnaire structuré, comprenant des questions ouvertes et fermées et comporte les sections suivantes

Ainsi, deux questionnaires distincts et structurés, comprenant des questions ouvertes et fermées, ont été utilisés.

Le questionnaire pour les transformateurs de lait en yaourt a abordé les aspects ci-après :

- Les habitudes d'utilisation d'arômes.
- Les préférences pour les arômes naturels versus synthétiques.
- La faisabilité technique et économique de l'incorporation d'arômes à base d'extraits naturels de produits locaux (PFNL et divers produits agricoles).
- La sensibilité des transformateurs aux enjeux environnementaux et aux certifications.
- L'analyse SWOT

Quant au questionnaire destiné aux consommateurs qui vise à évaluer leur intérêt pour la consommation des yaourts aux arômes naturels d'extraits naturels de produits locaux, il comportait les sections suivantes :

- Les habitudes de consommation de yaourt.
- Les préférences pour les arômes naturels et synthétiques.
- La connaissance et la perception des arômes naturels (PFNL et autres produits agricoles).
- La faisabilité et l'acceptabilité des yaourts aux arômes naturels.
- La sensibilité des consommateurs aux enjeux environnementale et au respect de l'environnement.

Cet outil a été conçu sous format numérique et les réponses ont été enregistrées via la plateforme KoboToolbox et assurant une gestion efficace et sécurisée des données collectées.

Pour garantir la validité et la fiabilité de l'outil, un pré-test a été mené par l'équipe de coordination de l'étude. Ce pré-test a consisté à administrer le questionnaire au petit échantillon de trois (03) transformateurs et cinq (05) consommateurs représentatifs des groupes cibles. L'objectif était d'identifier les imperfections du questionnaire, telles que des questions mal formulées/ambiguës, ainsi que de déterminer la durée moyenne nécessaire pour répondre au questionnaire. Les retours des enquêteurs ont permis d'ajuster et améliorer l'outil avant sa mise en œuvre à grande échelle.

Une formation approfondie a été dispensée aux trois agents enquêteurs (2 femmes et 1 homme) retenus dans le cadre de la collecte de données par l'équipe de coordination de l'étude avant le démarrage de la collecte de données.

La formation a couvert les points suivants :

- Les objectifs de l'enquête : Les enquêteurs ont été sensibilisés à l'importance de l'étude, aux attentes et aux résultats attendus.

- La compréhension de l'outil de collecte : Chaque section du questionnaire a fait l'objet d'une formation détaillée, avec des explications sur la manière de poser les questions de façon neutre, sans influencer les réponses.

Une fois l'outil de collecte validé et les agents formés, la phase de collecte des données a débuté. Elle a duré deux semaines entre septembre et octobre 2024.

2.4. Analyse de données

Pour analyser les données recueillies, une approche méthodique combinant des techniques quantitatives et qualitatives ont été utilisées. Les données quantitatives ont été traitées à l'aide du tableur Excel et du logiciel SPSS. Parallèlement, les données qualitatives notamment les points forts, les points faibles, les opportunités et les menaces ainsi que les suggestions ont été soumises à une analyse thématique approfondie, facilitant une compréhension détaillée des perceptions, des attitudes et des opinions des répondants à l'égard des yaourt aromatisés aux extraits naturels de produits locaux.

3. Résultats et discussion

3.1. Résultats de l'enquête auprès des transformateurs de lait local en yaourt

3.1.1. Connaissance et utilisation des arômes naturels

Utilisation des arômes dans le yaourt

A la question de savoir si les transformateurs de lait local utilisent actuellement des arômes dans leurs yaourts (et autres produits laitiers), la plupart (94%) d'entre eux a répondu par l'affirmatif (Figure 1). Cette forte proportion suggère que l'ajout d'arômes est largement répandu et peut être considéré comme une norme ou une préférence parmi les transformateurs. Cela pourrait refléter une demande des consommateurs pour des yaourts au goût plus diversifié, ou bien une nécessité d'améliorer les propriétés organoleptiques des produits pour les rendre plus attractifs.

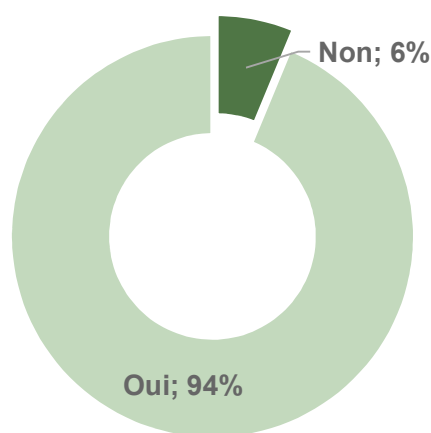


Figure 1. Répartition des transformateurs enquêtés selon leur utilisation des arômes dans les yaourts

Répartition par type d'arômes utilisés

Les transformateurs utilisent majoritairement des arômes artificiels (60% - Figure 2). Une minorité (20%) des transformateurs utilise des arômes naturels, et 20% utilise les deux types d'arômes. Ce qui signifie qu'en considérant ces 20% qui utilisent les arômes naturels et les 20% utilisant les deux types d'arômes, on se retrouve à 40% des transformateurs (soit 6 transformateurs) qui constituent des clients potentiels pour une unité de production d'arôme à base de produits locaux naturels (produits forestiers non ligneux, et produits agricoles). Ces résultats soulignent une opportunité significative pour le développement d'une unité de production d'arômes naturels basée sur les produits locaux. Les 40% des transformateurs identifiés comme utilisateurs actuels ou potentiels d'arômes naturels constituent un marché de départ prometteur. De plus, ces transformateurs pourraient être des acteurs clés pour promouvoir et valoriser les produits à base d'arômes naturels, notamment en répondant à une demande croissante pour des produits plus sains et respectueux de l'environnement.

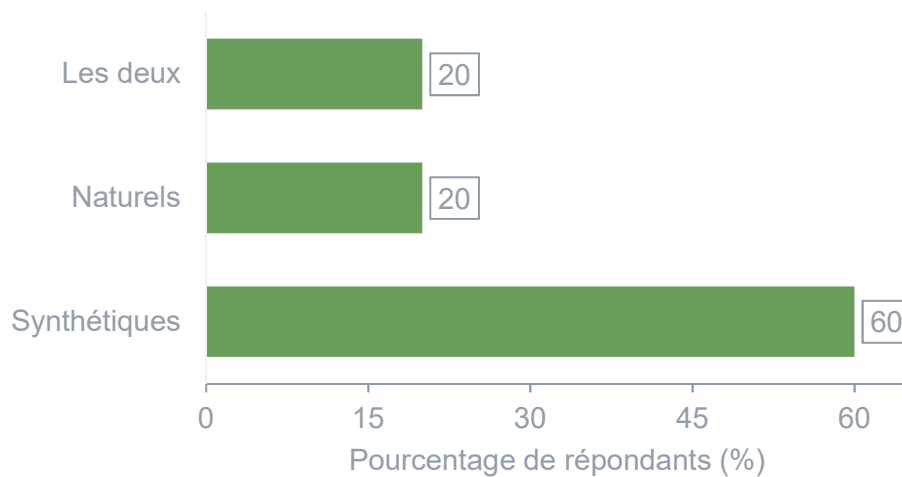


Figure 2. Répartition des transformateurs par type d'arôme utilisé

Utilisation de différents types d'arômes

Les transformateurs qui utilisent les arômes naturels font recours davantage aux arômes provenant du pain de singe (théodo - 37%) et du moringa (31% - Figure 3). Ces deux sources se distinguent par leur popularité, probablement en raison de leurs propriétés organoleptiques distinctives, de leur valeur nutritive ou de leur disponibilité relative dans le bassin laitier du Bobo-Dioulasso. Cependant, parmi les transformateurs, seulement 1/8 utilise les arômes provenant des produits locaux suivants : datte, kinkéliba, coco, ananas, horchata, néré, mangue et banane. Cette faible adoption pourrait être attribuée à divers facteurs, tels qu'une disponibilité limitée, un manque de connaissance sur leur potentiel aromatique, ou des coûts élevés liés à leur extraction et leur utilisation. Ces observations indiquent une double opportunité. D'une part, il serait pertinent de renforcer la valorisation et l'accessibilité à des arômes issus du pain de singe et du moringa, étant donné leur forte adoption actuelle. D'autre part, une stratégie de sensibilisation et de promotion pourrait être mise en place pour élargir l'utilisation des autres produits aromatiques naturels locaux. Cela pourrait inclure des campagnes d'information sur leurs avantages, des recherches pour optimiser leurs procédés d'extraction ou une réduction des coûts pour inciter les transformateurs à les adopter.

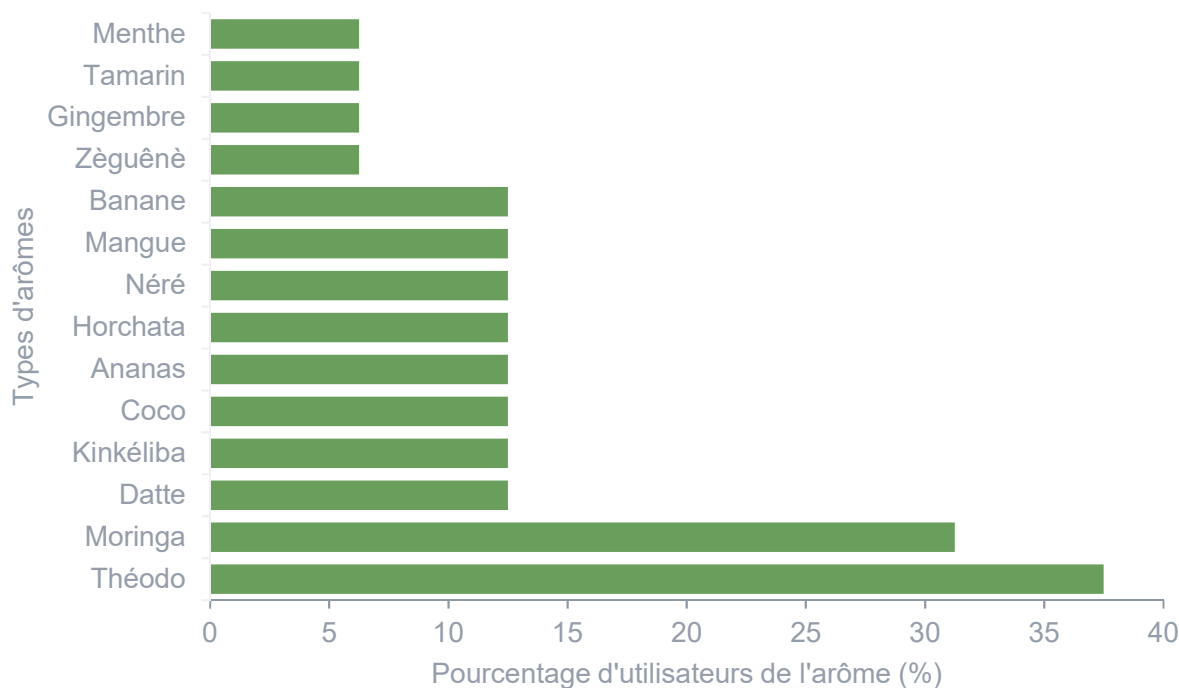


Figure 3. Répartition des transformateurs selon leur utilisation des différents types d'arômes naturels

3.1.2. Demande et préférences

Critères de choix des arômes

Les principaux critères utilisés pour le choix des arômes reposent sur la durabilité (38%), le prix (38%), les préférences des consommateurs (38%) et la qualité du yaourt produit avec l'arôme (38% - Figure 4). Cette parité souligne une prise de décision complexe et multifactorielle, où les transformateurs cherchent à concilier des impératifs économiques, des exigences de performance et des attentes du marché.

En parallèle, l'attention portée aux fournisseurs (31%) met en lumière la dimension relationnelle et logistique du choix des arômes. Cela suggère que les transformateurs privilégient non seulement des produits adaptés à leurs besoins, mais également des partenaires fiables capables d'assurer un approvisionnement régulier et de qualité.

Ces observations indiquent que pour favoriser l'adoption d'arômes naturels, les initiatives devraient répondre à ces multiples critères. Une communication claire sur la durabilité et la qualité des arômes naturels, associée à des prix compétitifs et un service client efficace, pourraient convaincre davantage de transformateurs d'opter pour des produits locaux et durables. Cette approche intégrée garantirait un alignement optimal avec les attentes du marché et les priorités des transformateurs.

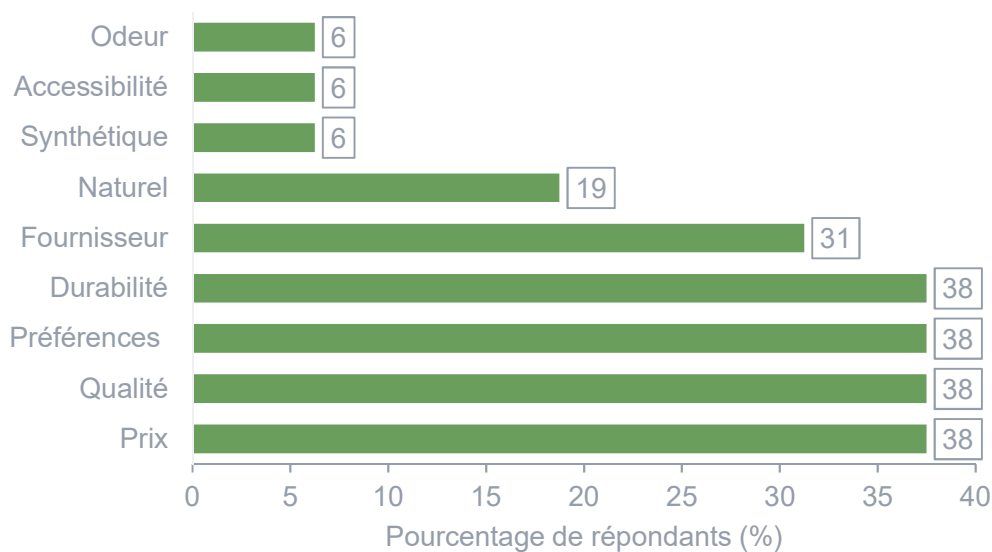


Figure 4. Critères de choix des arômes exprimés par les transformateurs

Intérêts pour les arômes de yaourt à base de produits aromatiques naturels locaux

La majorité des transformateurs (94%) sont intéressés par les arômes à base de produits aromatiques naturels locaux (Figure 5). Ce pourcentage élevé indique un potentiel d'acceptation très prometteur pour une unité de production dédiée à ces arômes. Cet engouement pourrait s'expliquer par plusieurs facteurs : la recherche d'une différenciation sur le marché, la volonté de répondre à une demande croissante des consommateurs pour des produits plus naturels, ou encore une prise de conscience des avantages environnementaux et économiques liés à l'utilisation de ressources locales. Toutefois, il est essentiel de noter que cet intérêt, à priori, devra être consolidé par une offre répondant aux attentes spécifiques des transformateurs.

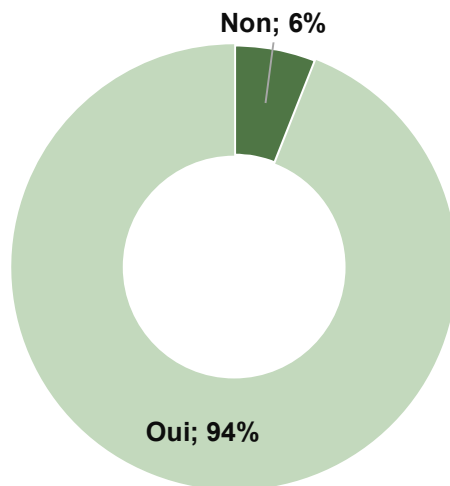


Figure 5. Répartition des transformateurs selon leurs intérêts pour les arômes naturels

Formes de présentation souhaitées pour les arômes à base de produits aromatiques naturels locaux

Les résultats montrent une préférence majoritaire des transformateurs pour des arômes sous forme liquide (53%), ce qui reflète probablement une facilité d'utilisation et une meilleure intégration dans les procédés actuels de fabrication du yaourt (Figure 6). La forme poudreuse, bien que moins prisée (33%), représente tout de même une alternative intéressante pour une partie des utilisateurs, peut-être en raison de sa conservation plus longue ou de sa praticité dans certains environnements de production.

La suggestion de produire certains arômes sous forme d'essence (comme la menthe par exemple), témoigne d'une réflexion pertinente sur les caractéristiques physico-chimiques des matières premières. Les essences, en raison de leur concentration et de leur stabilité, pourraient offrir une solution adaptée pour les produits aromatiques présentant des profils aromatiques délicats ou volatils, tout en répondant à des besoins spécifiques des transformateurs.

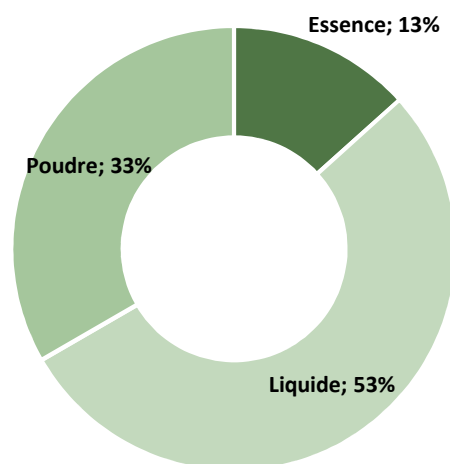


Figure 6. Répartition des transformateurs selon la forme de présentation souhaitée pour les arômes

3.1.3. Aspects techniques et qualité

Importance accordée aux aspects de la qualité

Une grande majorité (88%) des transformateurs privilégie une bonne durée de conservation, ce qui leur permettrait de stocker les arômes achetés en gros et de réduire leurs coûts grâce à des économies d'échelle. Par ailleurs, la pureté des arômes est un critère de qualité essentiel pour 75 % des répondants, reflétant leur exigence pour des produits fiables et exempts d'impuretés, garantissant la qualité des yaourts produits. Ces priorités soulignent l'importance d'offrir des arômes stables et de haute qualité pour répondre efficacement aux besoins du marché.

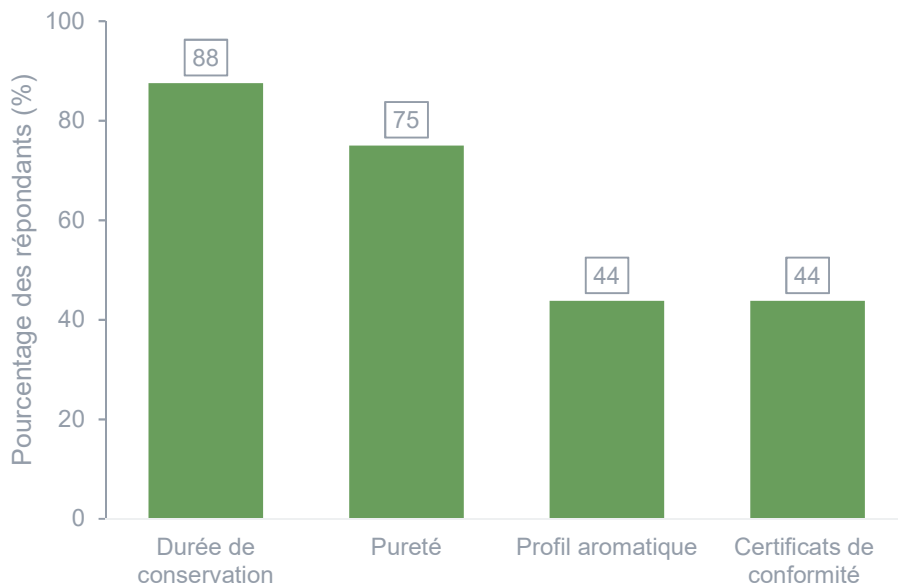


Figure 7. Répartition des aspects de la qualité selon le degré d'importance qui leur est accordé

Acceptation à payer plus pour des arômes naturels de haute qualité à base de produits aromatiques naturels locaux

La majorité des transformateurs (87%) sont prêts à payer plus pour s'approvisionner en arômes naturels locaux (Tableau 1). Toutefois, cette disposition à payer reste modérée, le surplus acceptable étant plafonné à 10% au-delà du prix des arômes synthétiques. Cela souligne une sensibilité au prix, même pour des produits perçus comme offrant une valeur ajoutée en termes de naturalité et de durabilité.

Tableau 1. Consentement des transformateurs à payer plus pour des arômes naturels de haute qualité

Variables	Effectifs	Pourcentage (%)
Non	2	12,5
0-5%	2	12,5
Oui	14	87,5
6-10%	8	50,0
0-5%	3	18,8
11-20%	2	12,5
Plus de 20%	1	6,3

Source : Données de l'étude de marché, Bobo-Dioulasso, septembre-novembre 2024

Pour réussir à positionner les arômes naturels sur le marché, il est impératif de trouver un équilibre entre la valorisation de leurs caractéristiques distinctives et une tarification compétitive. Une communication efficace sur les avantages spécifiques de ces arômes (qualité, origine locale, durabilité) pourrait justifier cette légère hausse de prix auprès des transformateurs. Par ailleurs, des efforts visant à optimiser les coûts de production et de distribution seront nécessaires pour respecter cette contrainte tarifaire, tout en assurant la viabilité économique de l'unité de production.

Bien que ces résultats soient encourageants, ils appellent à une approche stratégique en matière de fixation des prix et de promotion, afin de maximiser l'acceptation tout en répondant aux attentes des transformateurs.

3.1.4. Faisabilité technique

Disponibilité d'équipements adéquats pour l'incorporation des arômes dans la production

La plupart des transformateurs (88%) ont déclaré qu'ils ne possèdent pas les équipements nécessaires pour l'incorporation des arômes naturels dans leur production actuelle (Figure 8). Cette contrainte pourrait freiner l'utilisation effective des arômes naturels, même si ces derniers sont disponibles sur le marché. Les 12% de transformateurs équipés mentionnent l'utilisation de mixeurs et d'écrémeuses, mais ces outils, bien qu'utiles, ne suffisent pas toujours pour des procédés d'incorporation optimaux.

Pour pallier ce défi, une stratégie pertinente consisterait à accompagner la mise en place de l'unité de production d'arômes naturels par une offre complémentaire de petits équipements adaptés. Cette démarche pourrait inclure des outils simples et abordables, spécifiquement conçus pour intégrer efficacement les arômes naturels dans le processus de production. Par ailleurs, des formations sur leur utilisation pourraient être proposées pour garantir une adoption efficace.

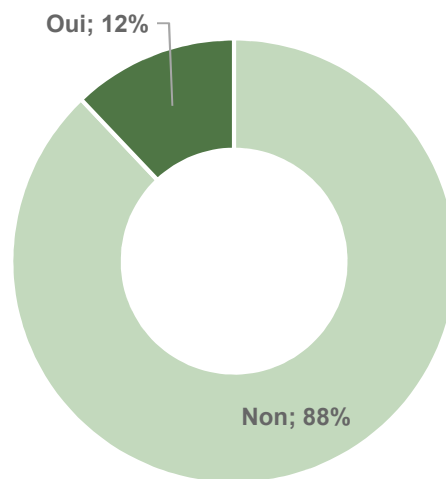


Figure 8. Répartition des transformateurs selon qu'ils disposent ou non des équipements pour l'incorporation des arômes

Principales préoccupations techniques concernant l'utilisation des arômes naturels dans la production du yaourt

Au rang des principales préoccupations techniques concernant l'utilisation des arômes naturels dans la production du yaourt, la formation du personnel (75%) arrive en tête (Figure 9). Ceci révèle l'importance d'avoir une équipe compétente et qualifiée pour garantir une utilisation efficace et optimale des arômes naturels dans la production de yaourts. Cette priorité souligne le besoin de renforcer les compétences pour s'adapter aux nouvelles exigences techniques et répondre aux attentes du marché.

La durée de conservation des arômes (56%), en deuxième position, traduit une exigence clé pour assurer une gestion efficace des stocks et limiter les pertes. Cela confirme l'importance d'une recherche approfondie sur la stabilisation des arômes naturels et leur conditionnement, afin d'optimiser leur durabilité.

L'adaptabilité des équipements (50%) constitue une préoccupation technique significative, en lien direct avec les limitations constatées dans l'infrastructure actuelle des transformateurs. Cela renforce l'idée d'accompagner l'introduction des arômes naturels par des solutions techniques adaptées.

Pour répondre à ces préoccupations, il serait judicieux de mettre en place des modules de formation personnalisés pour les entrepreneurs et leurs employés, axés sur la manipulation des arômes naturels, la gestion des stocks et l'utilisation d'équipements spécifiques. Ces initiatives contribueraient à surmonter les défis identifiés et à maximiser l'impact de l'utilisation des arômes naturels fait à base de produits locaux dans la production de yaourts, tout en renforçant la compétitivité des transformateurs sur le marché.

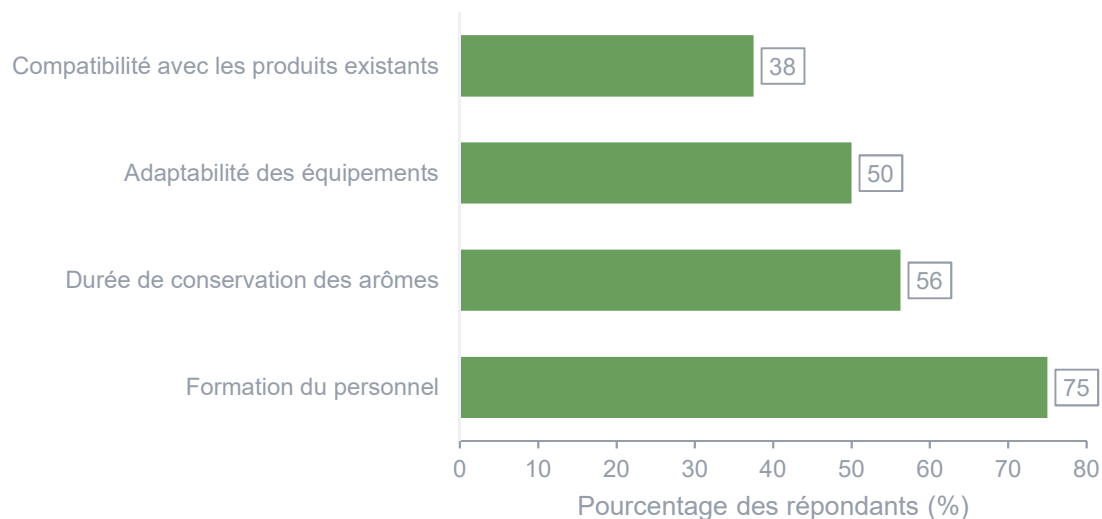


Figure 9. Principales préoccupations techniques en lien avec l'utilisation des arômes naturels

3.1.5. Faisabilité économique

Un peu plus de la moitié des transformateurs (56%) ont déclaré qu'ils sont en mesure d'allouer entre 10,000 et 49,999 FCFA pour l'achat d'arômes (Tableau 2). En considérant cette fourchette, si l'unité de production devait estimer ces chiffres d'affaires annuels, ils devraient moyennement être compris entre 90,000 et 450,000 FCFA. Ce qui montre qu'il ne faudra pas seulement miser sur le marché du bassin laitier de Bobo-Dioulasso pour l'écoulement des arômes, mais il faudra d'ores et déjà réfléchir aux stratégies marketing pour dénicher des clients dans les régions environnantes, à l'échelle nationale voire à l'extérieur du Burkina Faso. Pour la moitié (50%) des transformateurs, une augmentation des coûts des arômes pourrait avoir un impact modéré sur leur production. Ces impacts se traduiront par le recours à la méthode traditionnelle d'aromatization du yaourt selon 69% des transformateurs contre 39% pour l'utilisation des arômes artificiels.

Pour ce qui concerne les critères pour le choix d'un bon fournisseur d'arômes, 69% des transformateurs ont déclaré qu'il s'agira de la réduction faite sur l'achat des gros volumes. Pour 50% de ces transformateurs, le prix auquel les arômes leurs sont vendus est aussi très important pour le choix du fournisseur. Il faudra tout de même garder un œil sur les conditions de paiement (44%) en les rendant flexibles aux clients et en veillant à la stabilité des prix (44%).

Tableau 2. Incidence économique potentielle sur l'unité de production d'arômes naturels

Variables	Effectifs	Pourcentage (%)
Budget mensuel pour l'achat d'arômes		
10 000 - 49 999 FCFA	9	56
50 000 - 99 999 FCFA	4	25
Moins de 10 000 FCFA	2	13
Au moins 100 000 FCFA	1	6
Impact de l'augmentation des coûts des arômes sur la production		
Modéré	8	50
Faible	4	25
Elevé	4	25
En quoi pourrait se traduire ces impacts ?		
Recours à la méthode traditionnelle d'aromatization du yaourt	11	69
Utilisation des arômes artificiels	5	31
Principaux critères économiques pour le choix d'un fournisseur d'arômes		
Réduction accordée pour achat de gros volumes	11	69
Prix	8	50
Conditions de paiement	7	44
Stabilité des prix	7	44

Source : Données de l'étude de marché, Bobo-Dioulasso, septembre-novembre 2024

3.1.6. Sensibilité des transformateurs aux questions environnementales liées à l'emploi d'arômes naturels

Une majorité (81%) insiste sur l'importance des bonnes pratiques de récolte des produits aromatiques naturels locaux pour préserver les ressources forestières et la biodiversité, montrant un engagement envers une gestion responsable des ressources naturelles (Figure 10). Par ailleurs, 50% des transformateurs mettent en avant la nécessité d'un plan efficace de gestion des déchets issus de la production d'arômes, soulignant leur souci pour le bien-être des populations et la protection de l'environnement. Ces préoccupations appellent à intégrer des pratiques écoresponsables dans l'ensemble de la chaîne de production pour répondre à ces attentes tout en renforçant l'acceptabilité des arômes naturels.

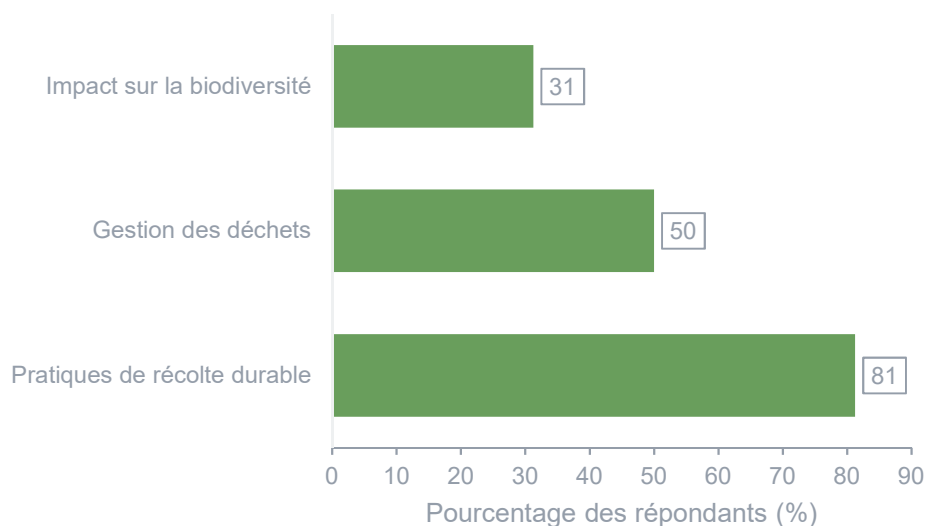


Figure 10. Principales préoccupations environnementales des transformateurs

3.1.7. Analyse SWOT

Les forces, faiblesses, opportunités et menaces liées à la mise en place de l'unité de production selon les transformateurs enquêtés sont présentées dans le Tableau 3.

Tableau 3. Matrice SWOT de l'unité de production d'arômes naturels pour les transformateurs de lait

	Positif	Négatif
	Forces	Faiblesses
Interne	<ul style="list-style-type: none"> - Diversification des saveurs et amélioration continue de la qualité des arômes. - Valorisation des produits locaux et respect des valeurs agroécologiques. - Expansion durable de l'entreprise. 	<ul style="list-style-type: none"> - Non durabilité des arômes. - Difficulté de conservation des arômes naturels. - Coût élevé de la production. - Faible sensibilisation de la clientèle à l'égard du nouveau produit. - Coûts élevés pour la formation des employés. - Non pureté des produits aromatiques naturels locaux. - Augmentation du prix des arômes. - Rareté ou indisponibilité de certains arômes à certaines périodes. - Problèmes d'hygiène dans le processus de production.
Externe	<ul style="list-style-type: none"> - Reconnaissance accrue des produits et de l'entreprise. - Augmentation de la production et de la clientèle. - Attractivité des arômes naturels. - Santé des consommateurs et valorisation des produits locaux. - Élargissement du marché/clientèles - Augmentation de la demande. - Appréciation positive par les consommateurs et attrait pour les produits naturels. - Réduction de la concurrence. - Attirance pour de nouvelles clientèles grâce à la dimension santé et environnement. 	<ul style="list-style-type: none"> - Non appréciation des nouveaux arômes par les consommateurs - Inaccessibilité croissante aux produits aromatiques naturels locaux. - Risque de dénaturation du produit en cas d'utilisation d'arômes de mauvaise qualité. - Indisponibilité des produits nécessaires à la production d'arômes. - Manque de lait pendant la saison sèche. - Coût élevé du yaourt, entraînant une baisse de la clientèle. - Non maîtrise du dosage - Risque de baisse économique si des arômes de mauvaise qualité sont utilisés. - Concurrence accrue sur le marché. - Difficulté d'adaptation du goût par la clientèle. - Coût élevé du produit entraînant une baisse de la clientèle. - Non acceptation des arômes par la clientèle, pouvant mener à une baisse de la production. - Risque d'impact négatif sur la texture des produits à cause des arômes.

Source : Données de l'étude de marché, Bobo-Dioulasso, septembre-novembre 2024

3.2. Synthèse des résultats de l'enquête transformateurs

Les résultats de l'enquête révèlent un intérêt marqué des transformateurs pour les arômes naturels, notamment ceux issus des produits forestiers non ligneux (PFNL). La majorité des transformateurs (94%) utilise déjà des arômes dans leur production, et une grande proportion d'entre eux (40%) serait disposée à adopter des arômes naturels, notamment à base de PFNL. Cela indique un potentiel de marché favorable pour les arômes naturels, particulièrement si ceux-ci répondent à des critères de qualité, de prix et de durabilité. La forme liquide est largement préférée par les transformateurs, suivie de près par la forme poudreuse, et la possibilité de produire des arômes sous forme d'essence pour certains arômes spécifiques, comme la menthe, est également perçue comme pertinente.

Les critères déterminants dans le choix des arômes sont principalement la durabilité, le prix, les préférences des consommateurs et la qualité du produit final. Ainsi, pour qu'une unité de production d'arômes naturels soit viable, elle devra offrir des produits

répondant à ces exigences tout en étant compétitifs sur le plan économique. De plus, la majorité des transformateurs (88%) ne dispose pas des équipements nécessaires pour l'incorporation des arômes dans leur production actuelle. Cette lacune pourrait être comblée en proposant, en complément des arômes, des équipements spécifiques qui faciliteraient leur intégration, et constituerait ainsi un argument supplémentaire pour encourager l'adoption de ces arômes naturels.

Par ailleurs, des préoccupations techniques importantes ont été soulevées, principalement concernant la formation du personnel, la durée de conservation des arômes et l'adaptabilité des équipements existants. Il est donc impératif d'accompagner les transformateurs avec des formations adaptées, ainsi que de développer des solutions techniques qui répondent aux défis identifiés. La gestion des ressources forestières et l'impact environnemental de la production d'arômes constituent également des préoccupations majeures pour les transformateurs. Une grande majorité d'entre eux (81%) souligne l'importance de garantir une récolte durable des PFNL, afin de préserver la biodiversité et les ressources forestières. De plus, un bon plan de gestion des déchets est jugé essentiel par 50% des répondants pour minimiser l'impact environnemental de la production.

Ainsi, la mise en place d'une unité de production d'extraits naturels à base de produits locaux pour aromatiser les yaourt doit prendre en compte l'ensemble de ces éléments. En plus d'une offre d'arômes diversifiée et d'équipements d'incorporation adaptés, un accompagnement technique et une gestion durable des ressources seront cruciaux pour répondre aux attentes des transformateurs et garantir le succès du projet.

“ Une approche intégrée, axée sur la qualité, la durabilité et l'accompagnement des transformateurs, permettra de positionner efficacement ces arômes sur le marché.

3.3. Résultats de l'enquête auprès des consommateurs de yaourt

3.3.1. Habitudes de consommation de yaourt

Considérant les chiffres qui se dégagent de l'enquête, le yaourt à base du lait local est consommé au moins une fois par semaine par 39% des consommateurs enquêtés (Figure 11). A ce groupe, viennent s'ajouter les enquêtés qui consomment le yaourt fait à base du lait local plusieurs fois par semaine (30%) et ceux qui en consomment moins d'une fois par semaine (26%). Seulement 5% des consommateurs enquêtés consomment du yaourt tous les jours. Ces chiffres suggèrent une opportunité de croissance pour le yaourt à base de lait local. Une stratégie marketing axée sur la mise en avant de ses avantages, tels que sa fraîcheur, son caractère naturel ou son rôle dans le soutien à l'économie locale, pourrait inciter à une consommation plus régulière. Par ailleurs, des actions visant à élargir l'offre et à améliorer la distribution pourraient également favoriser une adoption quotidienne par un plus grand nombre de consommateurs.

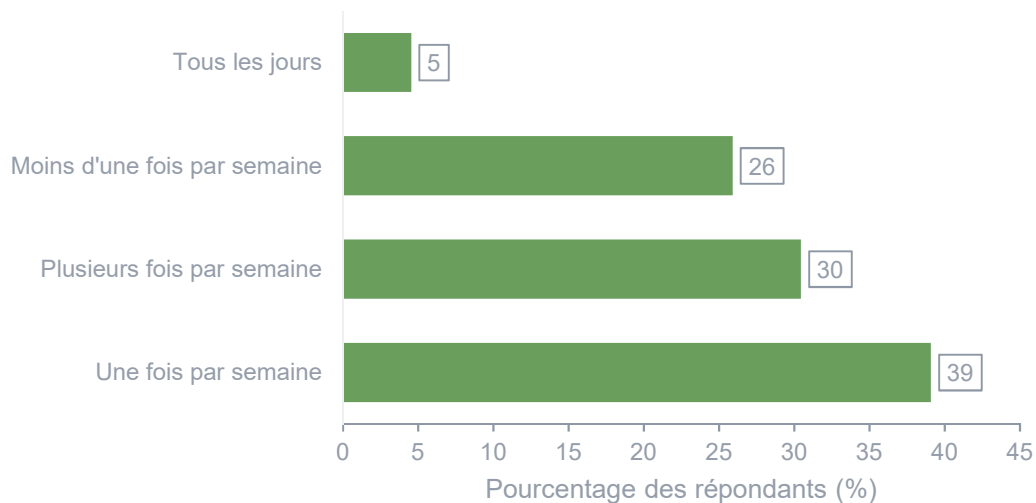


Figure 11. Fréquence de consommation du yaourt

3.3.2. Préférences en matière d'arômes

Mode d'acquisition des yaourts consommés

Lorsque l'on s'intéresse au mode d'acquisition des yaourts consommés, on s'aperçoit que 85% des consommateurs de yaourt les achètent chez les transformateurs de lait en yaourt, les distributeurs ou dans les boutiques, etc. (Figure 12). Seulement 15% des consommateurs ont déclarés qu'ils produisent eux-mêmes les yaourts qu'ils consomment.

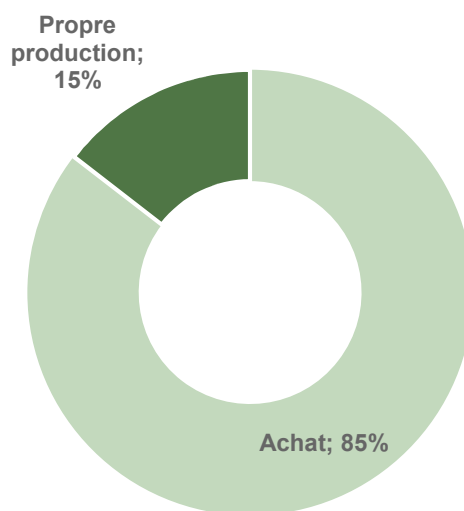


Figure 12. Mode d'acquisition des yaourts consommés

Types de yaourt consommés

Parmi les types de yaourt consommés, le yaourt nature vient en première position en comptabilisant 50% des consommateurs enquêtés (Figure 13). Cette préférence marquée reflète probablement une recherche de simplicité, de naturalité et d'authenticité dans le choix des yaourts. Le yaourt nature est souvent perçu comme plus sain et polyvalent, pouvant être consommé tel quel ou agrémenté selon les goûts de chacun, ce qui pourrait expliquer sa popularité. Quant aux yaourts aux arômes vanille et aux fruits, ils sont consommés respectivement par 36% et 30% des consommateurs enquêtés. Ces résultats révèlent une segmentation claire des préférences des consommateurs, avec un fort attrait pour la naturalité d'un côté et des arômes familiers et sucrés de l'autre. Cela souligne l'importance de maintenir une gamme variée de yaourts, tout en mettant en avant les bénéfices associés à chaque type pour répondre aux attentes de chaque segment.

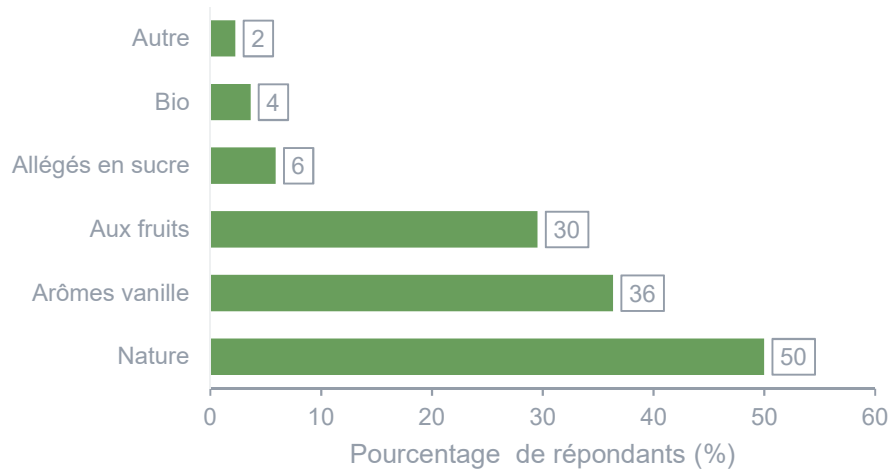


Figure 13. Types de yaourt consommés

3.3.3. Connaissance et perception des arômes naturels

Types d'arômes préférés dans le yaourt

A la question de savoir le type d'arôme préféré par les consommateurs dans le yaourt, 74% ont déclaré leur préférence pour les arômes naturels c'est-à-dire issus des produits naturels aromatiques locaux (Figure 14). Cette forte proportion traduit une sensibilité croissante envers les produits perçus comme plus sains, authentiques et ancrés dans un contexte local. Cela démontre également une opportunité commerciale pour les yaourts enrichis avec des saveurs naturelles provenant des produits aromatiques locaux, qui pourraient répondre à une demande claire et potentiellement fidéliser une large part du marché. Par contre, 25% de ces consommateurs ne présentent aucune préférence pour un quelconque type d'arôme. Pour ce groupe, l'essentiel est de consommer du yaourt, indépendamment de sa composition aromatique. Ce constat est intéressant, car il suggère que même sans un intérêt explicite pour les arômes naturels, ces consommateurs restent ouverts à consommer des yaourts intégrant des arômes issus des PFNL. Ils représentent donc une cible potentiellement réceptive, surtout si les efforts marketing soulignent d'autres aspects attractifs, tels que la qualité globale, le goût ou les bénéfices pour la santé.

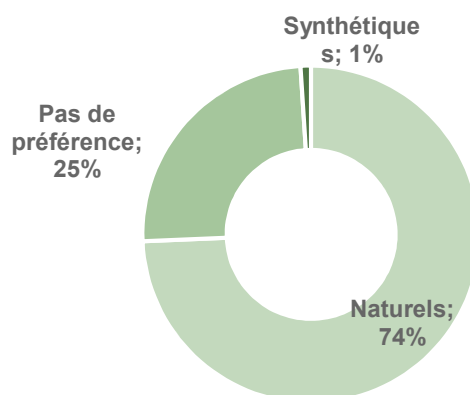


Figure 14. Types d'arômes préférés dans le yaourt

Consommation actuelle des yaourts aromatisés aux arômes naturels

Les consommateurs enquêtés consomment une gamme variée de yaourt aromatisés aux extraits de produits locaux (Figure 15). On remarque que les yaourts aux saveurs fruitées dominent largement les préférences. En tête, le yaourt à la datte se démarque comme étant le plus apprécié, avec 33% des répondants qui le consomment. Il est suivi de près par le yaourt à la papaye (25%) et celui à la mangue (22%), ce qui confirme l'attrait des consommateurs pour des goûts sucrés et tropicaux, associés à des fruits locaux.

Les saveurs intermédiaires, comme celles du coco (10%) et de la fraise (7%), trouvent également un certain nombre de consommateurs, mais leur popularité reste en deçà des saveurs dominantes. D'autres goûts, tels que le yaourt zèguène (Balanites) et le yaourt au moringa, parviennent à séduire respectivement 16% et 13% des consommateurs enquêtés, indiquant un intérêt modéré pour des options un peu moins classiques mais toujours enracinées dans des produits locaux.

En revanche, certaines saveurs semblent susciter peu d'intérêt parmi les consommateurs. C'est le cas du yaourt à la menthe (5%), au néré (3%), ainsi que des yaourts au kinkéliba, au théodo (pain de singe) et à l'ananas, qui obtiennent chacun 2% de consommateurs.

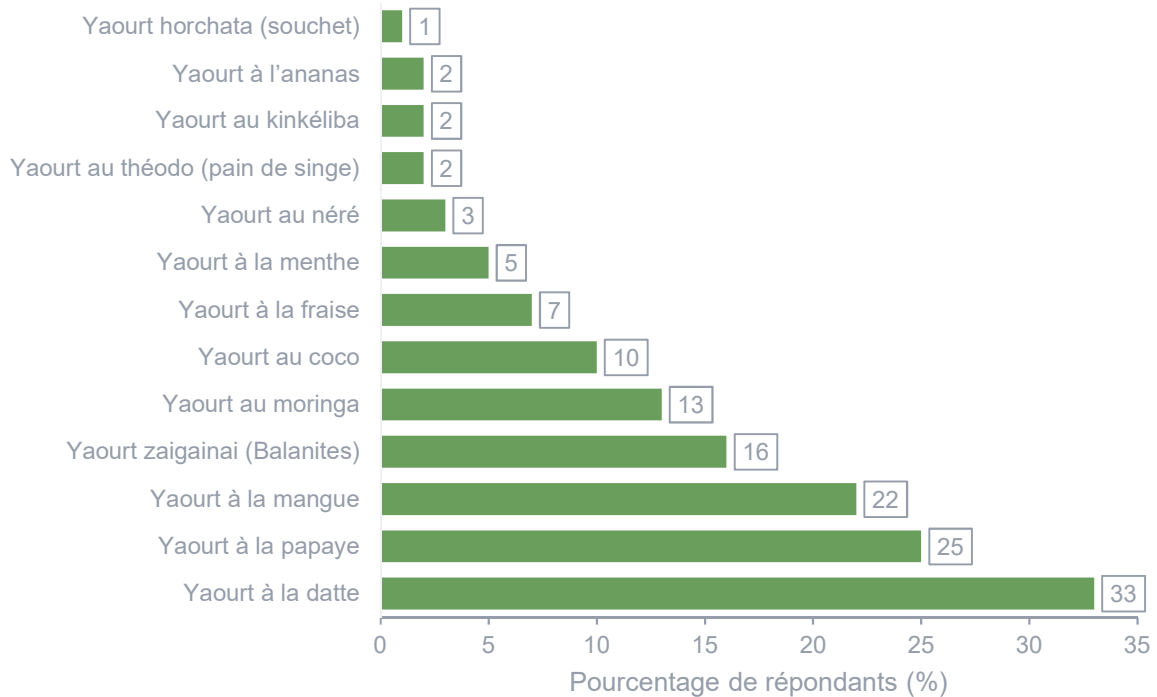


Figure 15. Types de yaourt actuellement consommés

Disposition à payer plus pour yaourts aromatisés extraits de produits locaux

La Figure 16 illustre les réponses des consommateurs de yaourts enquêtés dans le bassin laitier de Bobo-Dioulasso concernant leur volonté de payer un prix plus élevé pour des yaourts aromatisés avec des produits aromatiques locaux. Les résultats révèlent qu'une large majorité, soit 75% des consommateurs, se dit prête à payer davantage. Cela traduit un fort intérêt pour des produits valorisant les saveurs locales, souvent perçus comme authentiques, naturels ou bénéfiques.

Environ 24% des consommateurs interrogés restent indécis, répondant "Peut-être". Ce groupe pourrait être influencé par divers facteurs tels que le prix final, la perception de la qualité des produits ou encore leur familiarité avec ces saveurs spécifiques. Il représente une cible intéressante pour explorer leurs attentes et lever leurs éventuelles hésitations.

Ces résultats montrent que l'idée d'aromatiser yaourts avec des extraits de produits locaux est largement accueillie de manière favorable par les consommateurs, offrant un potentiel commercial prometteur si les aspects de prix et de positionnement sont bien gérés.

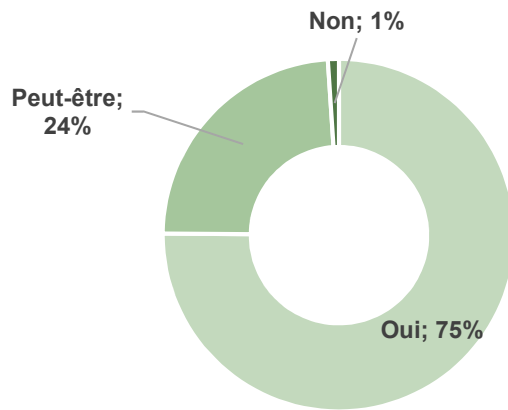


Figure 16. Propension des consommateurs à payer plus pour des yaourts aux arômes naturels

3.3.4. Faisabilité et acceptabilité

La Figure 17 présente l'importance accordée par les consommateurs à différents critères lors de l'achat de yaourts (Figure 17). Les résultats montrent des priorités distinctes parmi les différents aspects évalués. Le **goût** arrive en tête avec 78% des consommateurs le considérant comme un facteur déterminant, confirmant que l'expérience sensorielle est primordiale dans le choix des yaourts. Les **ingrédients naturels** suivent de près, recueillant 73% d'opinions favorables, ce qui reflète une forte préférence pour des produits perçus comme sains et authentiques. La **marque** est également un critère significatif, avec 71% des consommateurs y attachant de l'importance, traduisant une recherche de confiance et de qualité associée à des noms reconnus. À noter que le **prix** arrive juste derrière, avec 69% des répondants le considérant comme un critère clé, montrant une sensibilité au coût tout en valorisant d'autres aspects qualitatifs. L'**emballage**, considéré comme important par 66% des répondants, joue un rôle modéré, surtout en raison de ses aspects pratiques et esthétiques. La **certification bio**, avec 63%, souligne un intérêt croissant pour les normes environnementales et éthiques, bien que ce critère reste secondaire pour une partie des consommateurs. Enfin, la **couleur** est le critère le moins prioritaire, avec seulement 44% des consommateurs lui accordant une grande importance, ce qui montre que l'apparence visuelle reste moins décisive par rapport aux autres facteurs. Les consommateurs valorisent d'abord les qualités intrinsèques des yaourts, telles que le goût et les ingrédients naturels, suivis par des considérations externes comme le prix et la marque. Ces préférences offrent des indications clés pour orienter la production et la commercialisation des produits en fonction des attentes les plus fortes.

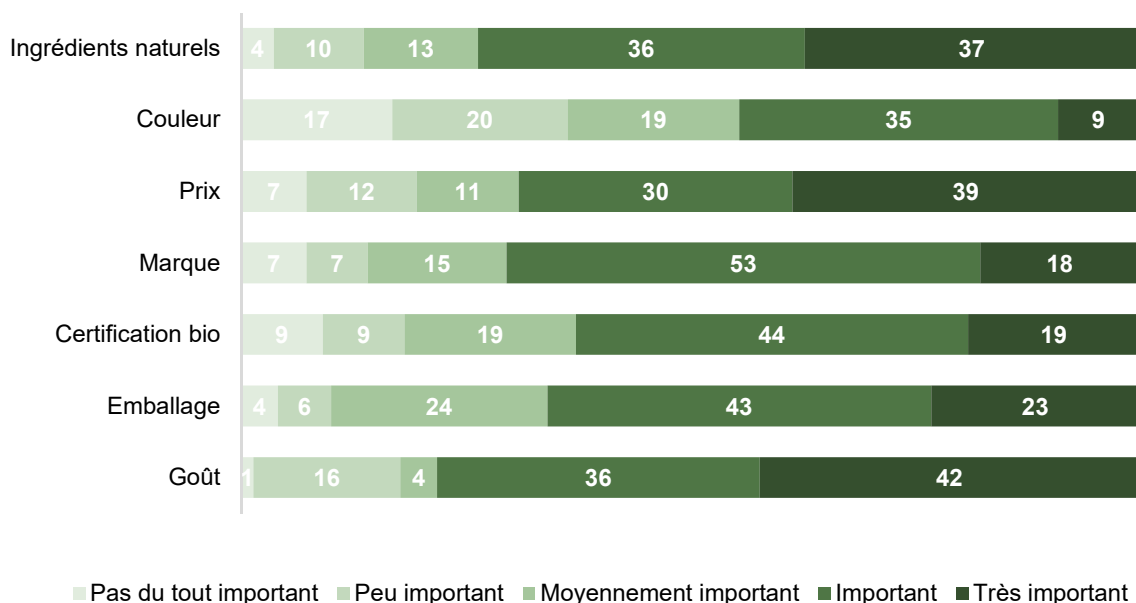


Figure 17. Importance des critères des consommateurs lors des achats de yaourts

3.4. Synthèse des résultats de l'enquête consommateurs

L'enquête menée auprès des consommateurs de yaourt dans le bassin laitier de Bobo-Dioulasso révèle des opportunités intéressantes pour la mise en place d'une unité de production d'arômes à base de produits naturels locaux pour les yaourts faits à base de lait local. Une majorité des consommateurs (74%) préfère des arômes naturels, ce qui ouvre la voie à l'introduction d'arômes fait à base de produits naturels locaux, d'autant plus que 39 % consomment déjà du yaourt à base de lait local.

Les résultats montrent que le goût et les ingrédients naturels sont les critères de choix les plus importants pour les consommateurs, ce qui souligne l'importance d'assurer une qualité gustative irréprochable pour les arômes produits. De plus, 75% des consommateurs sont prêts à payer plus pour des yaourts aromatisés aux extraits naturels faits à base de produits locaux, ce qui constitue un atout pour positionner ces arômes comme des produits premium.

La demande pour des produits locaux et naturels est forte, et l'ouverture des consommateurs à de nouvelles saveurs, couplée à leur volonté de soutenir les produits locaux, soutient la faisabilité économique d'une telle unité de production. Il sera crucial de produire des arômes naturels savoureux à des prix compétitifs pour répondre aux attentes des consommateurs et promouvoir les arômes naturels locaux comme une alternative de valeur.

4. Conclusion

Cette première partie de l'étude sur les attentes des transformateurs et des consommateurs sur des yaourts aromatisés à base de produits naturels locaux (faits à base de produits forestiers non ligneux et de divers produits agricoles) montre qu'il y a certainement une opportunité pour développer une unité de production de ces types d'arômes. L'enquête a bien révélé un intérêt croissant des transformateurs et des consommateurs pour des produits naturels, locaux et authentiques. La demande croissante en produits plus naturels dans le secteur alimentaire suggère qu'il existe bien une opportunité prometteuse pour l'introduction de ces arômes sur le marché pour développer de nouvelles gammes de yaourts.

Toutefois, plusieurs conditions doivent être remplies pour garantir le succès d'un tel projet. Il est essentiel de répondre aux attentes des transformateurs en matière de qualité, de coûts et de durabilité. Le développement d'une offre diversifiée de formats d'arômes, notamment sous forme liquide, poudreuse ou d'essence, ainsi que la mise à disposition d'équipements adaptés pour l'incorporation des arômes dans la production de yaourts, sont des éléments clés pour faciliter l'adoption de ces produits. Par ailleurs, une attention particulière doit être portée à la formation des transformateurs et de leur personnel pour assurer une utilisation optimale des arômes naturels et garantir la qualité des produits finaux.

En outre, le succès de ce projet dépendra également de l'adoption d'une approche écoresponsable, en intégrant des pratiques de récolte durable des produits locaux à partir desquels seront extraits les arômes et une gestion efficace des déchets. Cela répondra non seulement aux préoccupations environnementales des transformateurs mais aussi à une exigence croissante des consommateurs pour des produits respectueux de l'environnement.

Une stratégie de sensibilisation à l'importance des produits aromatiques naturels locaux, tant sur le plan gustatif que nutritionnel, s'avérera cruciale pour accroître l'adhésion des consommateurs. Cela contribuera à soutenir les filières locales et à valoriser les ressources naturelles du bassin laitier de Bobo-Dioulasso, tout en renforçant l'attractivité des yaourts à base de lait local intégrant des arômes naturels.

5. Références

- Fayama T, Sodr  E, Sib O, and Dabir  D, 2024. Study report on consumer preferences for milk and dairy products in the city of Bobo-Dioulasso. Working document, 30 p.
- Sib O, Orounladji B M, and Ouattara S D, 2023. Work Package 1. Formalization of the Burkina Faso agroecological living landscape (based on the actors of the local dairy value chain). Bobo-Dioulasso, 28-30 March 2023. s.l. : CGIAR Initiative on Agroecology-CIRAD, Working document, 14 p.
- Sib O, Orounladji B M, Ouattara S D, Traor  I, Sanogo S, and Vall E, 2024a. Cost-Benefit Analysis of Agroecological Packages for Producers, Collectors and Processors in the Bobo-Dioulasso Milk Value Chain. Working document, 35 p.
- Sib O, Ouattara S D, Orounladji B M, Sodr  E, Traor  A, Sanogo S, Corniaux C et Vall E, 2024b. Agroecological characteristics of dairy value chain stakeholders' business models in Bobo-Dioulasso. Working document, 21 p.
- Wezel A, Gemmill Herren B, Bezner Kerr R, Barrios E, Rodrigues Gonçalves A L, Sinclair F, 2020. Agroecological principles and elements and their implications for transitioning to sustainable food systems. A review. *Agron Sustain Dev* 40: 40. doi.org/10.1007/s13593-020-00646-z

6. Annexes

6.1. Questionnaire pour les transformateurs de lait en yaourt

Bonjour. Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce questionnaire. Vos réponses nous aideront à évaluer la rentabilité d'une unité de production d'arômes naturels à base des produits forestiers non ligneux.

Acceptez-vous de répondre à nos questions ? 1 - oui, 2 - non

Acceptez-vous que ces données puissent être publiées mais, bien sûr, sans vos informations personnelles ? 1 - oui, 2 - non

Section 1 : Informations Générales

1. Nom de l'entreprise/personne :
2. Secteur d'activité :
 - Industrie agroalimentaire
 - Producteur de yaourts
 - Autre (précisez)
3. Localisation géographique (coordonnées GPS) :
4. Position dans l'entreprise (optionnel):
 - Responsable/ Direct(eur)rice
 - Responsable des achats
 - Responsable de la production
 - Autre (précisez)

Section 2 : Connaissance et utilisation des arômes naturels

5. Utilisez-vous actuellement des arômes dans vos produits ?
 - Oui
 - Non
6. Si oui, quels types d'arômes utilisez-vous ?
 - Synthétiques
 - Naturels
 - Les deux
7. Quels sont les arômes naturels que vous utilisez déjà ?
 - Datte
 - Théodo (pain de singe)
 - Kinkéliba
 - Moringa
 - Coco
 - Ananas
 - Horchata
 - Néré
 - Mangue
 - Banane
 - Zèguènè
 - Autre (précisez)
8. Quelle est l'importance des arômes naturels dans votre production ?
 - Très important
 - Important
 - Peu important
 - Pas important
9. Connaissez-vous les produits forestiers non ligneux (PFNL - feuilles, fruits, écorces, etc.) comme source d'arômes naturels ?
 - Oui
 - Non

Section 3 : Demande et préférences

10. Quels sont les principaux critères pour le choix des arômes que vous utilisez ? (Classez par ordre d'importance)
 - Prix

- Qualité
 - Naturel
 - Synthétique
 - Durabilité
 - Fournisseur
 - Autre (précisez)
11. Seriez-vous intéressé par des arômes de yaourt à base de PFNL ?
- Oui
 - Non
12. Si non, pourquoi ? (plusieurs choix possibles)
- Manque de connaissance sur les PFNL
 - Préférence pour les arômes synthétiques
 - Préoccupations concernant la qualité
 - Autre (précisez)

Section 4 : Aspects techniques et qualité

13. Quels aspects de la qualité sont les plus importants pour vous ? (plusieurs choix possibles)
- Profil aromatique
 - Pureté
 - Durée de conservation
 - Certificats de conformité (Bio, ISO, etc.)
 - Autre (précisez)
14. Seriez-vous prêt à payer plus pour des arômes naturels de haute qualité à base de PFNL ?
- Oui
 - Non
15. Quel serait, selon vous, le surcoût acceptable pour des arômes naturels (en pourcentage par rapport aux arômes synthétiques) ?
- 0-5%
 - 5-10%
 - 10-20%
 - Plus de 20%

Section 5 : Faisabilité technique

16. Disposez-vous des équipements nécessaires pour l'incorporation des arômes naturels dans votre production actuelle ?
- Oui
 - Non
17. Si oui à la question précédente, quels sont les équipements dont vous disposez ?
-
 -
18. Seriez-vous prêt à investir dans de nouveaux équipements si nécessaire ?
- Oui
 - Non
19. Quelles seraient vos principales préoccupations techniques concernant l'utilisation des arômes de PFNL dans la production du yaourt ? (plusieurs choix possibles)
- Adaptabilité des équipements
 - Formation du personnel
 - Compatibilité avec les produits existants
 - Durée de conservation des arômes
 - Autre (précisez)

Section 6 : Faisabilité économique

20. Quel est votre budget annuel pour l'achat d'arômes ?
- Moins de 100 000 FCFA
 - 100 000 - 500 000 FCFA
 - 500 000 - 1 000 000 FCFA
 - Plus de 1 000 000 FCFA
21. Quel impact aurait une augmentation des coûts des arômes sur votre production ?
- Faible
 - Modéré
 - Élevé
22. En quoi pourraient se traduire ces impacts ?

- Recours à la méthode traditionnelle d'aromatization du yaourt
 - Utilisation des arômes synthétiques
 - Autre (précisez)
23. Quels sont vos principaux critères économiques pour le choix d'un fournisseur d'arômes ? (plusieurs choix possibles)
- Prix
 - Conditions de paiement
 - Réduction pour gros volumes
 - Stabilité des prix
 - Autre (précisez)

Section 7 : Faisabilité environnementale

24. Quelle importance accordez-vous aux aspects durables et environnementaux dans votre choix d'arômes ?
- Très important
 - Important
 - Peu important
 - Pas important
25. Seriez-vous intéressé par des certifications environnementales pour les arômes à base de PFNL ?
- Oui
 - Non
26. Si non à la question précédente, quelles sont les raisons qui expliquent votre point de vue ?
- Processus fastidieux
 - Coût supplémentaire induit dans la production d'arômes
 - Autre (précisez)
27. Quelles seraient vos principales préoccupations environnementales concernant l'utilisation des arômes de PFNL ? (plusieurs choix possibles)
- Impact sur la biodiversité
 - Pratiques de récolte durable
 - Empreinte carbone
 - Gestion des déchets
 - Autre (précisez)

Section 8 : Analyse SWOT

28. Quels sont, selon vous, les principaux points forts (forces) des arômes de PFNL pour votre production ?
-
 -
 -
29. Quels sont les principaux points faibles (faiblesses) des arômes de PFNL pour votre production ?
-
 -
 -
30. Quelles opportunités voyez-vous dans l'utilisation des arômes de PFNL pour votre entreprise ?
-
 -
 -
31. Quels sont les principaux risques ou menaces liés à l'utilisation des arômes de PFNL pour votre entreprise ?
-
 -
 -

Section 9 : Avis et suggestions

32. Quels autres facteurs ou préoccupations considérez-vous lors de l'achat d'arômes pour vos produits ?
-
 -
 -
33. Avez-vous des suggestions ou des commentaires concernant l'utilisation des PFNL pour la production d'arômes ?
-
 -
 -

Section 10 : Contact pour Suivi

34. Accepteriez-vous d'être contacté pour des discussions plus approfondies ou des partenariats potentiels ?
- Oui
 - Non

35. Si oui, veuillez fournir vos coordonnées :

- Nom :
- Email (si possible) :
- Téléphone

6.2. Questionnaire pour les consommateurs de yaourt

Bonjour. Merci de prendre quelques minutes pour répondre à ce questionnaire. Vos réponses nous aideront à mieux comprendre les préférences des consommateurs concernant les yaourts aux arômes naturels disponibles dans le bassin laitier de Bobo-Dioulasso.

- Acceptez-vous de répondre à nos questions ? 1 - oui, 2 - non
- Acceptez-vous que ces données puissent être publiées mais, bien sûr, sans vos informations personnelles ? 1 - oui, 2 - non

Section 1 : Informations générales

1. Âge
 - Moins de 18 ans
 - 18-25 ans
 - 26-35 ans
 - 36-45 ans
 - 46-55 ans
 - Plus de 55 ans
2. Genre
 - Féminin
 - Masculin
 - Préfère ne pas dire
3. Localisation géographique :

Section 2 : Habitudes de consommation de yaourt

4. À quelle fréquence consommez-vous du yaourt ?
 - Tous les jours
 - Plusieurs fois par semaine
 - Une fois par semaine
 - Moins d'une fois par semaine
5. Quels types de yaourts consommez-vous le plus souvent ? (plusieurs choix possibles)
 - Nature
 - Aux fruits
 - Arômes vanille, chocolat, etc.
 - Allégés en sucre
 - Bio
 - Autre (précisez)

Section 3 : Préférences en matière d'arômes

6. Préférez-vous les yaourts avec des arômes naturels ou synthétiques ?
 - Naturels
 - Synthétiques
 - Pas de préférence
7. Quels yaourts aux arômes naturels consommez-vous actuellement ? (plusieurs choix possibles)
 - Yaourt à la datte
 - Yaourt au théodo (pain de singe)
 - Yaourt au kinkéliba
 - Yaourt au moringa
 - Yaourt au coco
 - Yaourt à l'ananas
 - Yaourt horchata (souchet)
 - Yaourt au néré
 - Yaourt à la mangue
 - Yaourt à la banane
 - Yaourt zaigainai (Balanites)

- Autre (précisez)
8. Seriez-vous prêt à payer plus pour des yaourts avec des arômes naturels ?
- Oui
 - Non
 - Peut-être

Section 4 : Connaissance et perception des arômes naturels

9. Connaissez-vous les arômes naturels provenant des produits forestiers non ligneux (PFNL) ?
- Oui
 - Non
10. Si oui à la question précédente, où peut-on en trouver ?
-
 -
11. Quelle importance accordez-vous aux aspects suivants lors de l'achat de yaourt ?

	Pas du tout important (1)	Peu important (2)	Moyennement important (3)	Important (4)	Très important (5)
Goût					
Ingrédients naturels					
Prix					
Marque					
Certification bio					
Emballage					

Section 5 : Faisabilité et acceptabilité

12. Si des yaourts aux arômes naturels de PFNL étaient disponibles, seriez-vous intéressé à les essayer ?
- Oui
 - Non
 - Peut-être
13. Quel(s) facteur(s) pourrait/pourraient vous convaincre d'acheter des yaourts aux arômes naturels de PFNL ? (plusieurs choix possibles)
- Meilleur goût
 - Ingrédients naturels
 - Avantages pour la santé
 - Respect de l'environnement
 - Autre (précisez)

Section 6 : Sensibilité aux aspects environnementaux et de durabilité

13. Quelle importance accordez-vous aux produits respectueux de l'environnement ?
- Très important
 - Important
 - Moyennement important
 - Peu important
 - Pas du tout important
14. Seriez-vous plus enclin à acheter des yaourts aux arômes naturels si vous saviez qu'ils sont produits de manière durable ?
- Oui
 - Non
 - Peut-être

Section 7 : Avis et suggestions

15. Quels autres facteurs ou préoccupations considérez-vous lors de l'achat de yaourt ?
-
16. Avez-vous des suggestions ou des commentaires concernant les yaourts aux arômes naturels ?
-

Section 8 : Contact pour suivi

17. Accepteriez-vous d'être contacté pour des discussions plus approfondies ou des partenariats potentiels ?
- Oui
 - Non
18. Si oui, veuillez fournir vos coordonnées :
- Nom :
 - Email (si possible) :
 - Téléphone :



Boko Michel Orounladji, Agronome Zootechnicien, michel.ouroladji@gmail.com

Abel Tankoano, Technologue alimentaire, tankoanoabel@gmail.com

Olo Sib, Zootechnicien, ollo.sib@cirad.fr

Éric Vall, Zootechnicien, eric.vall@cirad.fr

CGIAR is a global research partnership for a food-secure future. CGIAR science is dedicated to transforming food, land, and water systems in a climate crisis. Its research is carried out by 13 CGIAR Centers/Alliances in close collaboration with hundreds of partners, including national and regional research institutes, civil society organizations, academia, development organizations and the private sector. www.cgiar.org

We would like to thank all funders who support this research through their contributions to the CGIAR Trust Fund: www.cgiar.org/funders.

To learn more about this Initiative, please visit [this webpage](#).

To learn more about this and other Initiatives in the CGIAR Research Portfolio, please visit www.cgiar.org/cgiar-portfolio

© 2023 CGIAR System Organization. Some rights reserved.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International Licence (CC BYNC 4.0).



INITIATIVE ON
Agroecology

Boko Michel Orounladji, Agronome Zootechnicien, michel.orounladji@gmail.com

Abel Tankoano, Technologue alimentaire, tankoanoabel@gmail.com

Olo Sib, Zootechnicien, ollo.sib@cirad.fr

Eric Vall, Zootechnicien, eric.vall@cirad.fr

CGIAR is a global research partnership for a food-secure future. CGIAR science is dedicated to transforming food, land, and water systems in a climate crisis. Its research is carried out by 13 CGIAR Centers/Alliances in close collaboration with hundreds of partners, including national and regional research institutes, civil society organizations, academia, development organizations and the private sector. www.cgiar.org

We would like to thank all funders who support this research through their contributions to the CGIAR Trust Fund: www.cgiar.org/funders.

To learn more about this Initiative, please visit [this webpage](#).

To learn more about this and other Initiatives in the CGIAR Research Portfolio, please visit www.cgiar.org/cgiar-portfolio

© 2023 CGIAR System Organization. Some rights reserved.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International Licence (CC BYNC 4.0).



INITIATIVE ON
Agroecology