

LES INDICATIONS TERRITORIALES ET CULTURELLES DANS LES MARQUES ET PUBLICITES DES PRODUITS LAITIERS AU SENEGAL



Demba BAKHOUM

**UCAD, DEA Département de
Géographie**

INTRODUCTION

- **Contexte**
 - **Importations lait : niveau élevé depuis années 80**
 - **Augmentation depuis 2002 : actuellement + de 44 milliards de Fcfa, soit environ double production locale estimée à 114,2 millions litres**
 - **Importations dominées par poudre de lait : 75%**
 - **Poudre de lait utilisée dans unités artisanales, PME/PMI, industries de transformation/reconditionnement**

INTRODUCTION (2)

- Développement petites entreprises de pasteurisation : 40 en 2005, une dizaine en 2000
- Valorisation lait local
- Produits laitiers mis dans des emballages
- Pour attribuer des marques, arguments sanitaire, culturel, territorial
- Compétitivité produits locaux liée à leur capacité à se « différencier » des produits importés par signes d'origine

INTRODUCTION (3)

- **Objectifs**
 - **Identifier différentes indications territoriales et culturelles dans les marques et publicités des produits laitiers dans le pays**
 - **Comprendre impacts indications sur la consommation des produits laitiers**

INTRODUCTION (4)

- **Hypothèses**

- **Les marques et publicités qu'utilisent les entreprises laitières ne permettent pas toujours d'identifier la nature et l'origine géographique des produits laitiers au Sénégal**

- **Les indications territoriales et culturelles dans les marques et publicités des produits laitiers ne permettent pas toujours aux consommateurs de faire la distinction entre le lait naturel et le lait reconstitué à partir de la poudre de lait**

METHODOLOGIE

- **Enquêtes entreprises de transformation**
 - **Objectif : connaître la structure et fonctionnement des entreprises laitières, les messages véhiculés par les marques et publicités de leurs produits**
 - **Enquêtes : 5 mini-laiteries à Kolda, 2 à Dahra et 1 à Linguère**
 - **Informations : investissements, quantités transformées/jour, marques et emballages**

METHODOLOGIE (2)

- **Enquêtes affiches et emballages**
 - **Photos produits et emballages au niveau boutiques, épiceries et stations-service à Dakar, Kolda et Linguère**
 - **Photos panneaux publicitaires de produits et décorations de boutiques à Dakar et Kolda**

METHODOLOGIE (3)

- **Enquêtes consommateurs**
 - **Objectif : mesurer niveau connaissance des produits laitiers par les populations dans chaque localité**
 - **Enquêtes : Dakar, 100 consommateurs à Bargny, Rufisque, Yeumbeul, Médina, Plateau, dont 20 /quartier**
 - **Kolda, 50 consommateurs à Escale, Gadapara, Saré Moussa, Bouna et Sikilo dont 10/quartier**
 - **Linguère, 20 consommateurs**
 - **Echantillonnage : méthode empirique non probabiliste**

METHODOLOGIE (4)

- **Enquêtes distributeurs**
 - **Objectif : comprendre niveau distribution des produits laitiers dans les différentes localités**
 - **Echantillon : Dakar, 50 points de distribution (2 stations-service, 4 épiceries, 2 supermarchés, 42 boutiques) à Bargny, Rufisque, Yeumbeul, Médina, Plateau**
 - **Kolda, 19 boutiquiers et 1 gérant d'épicerie**
 - **Linguère, 10 boutiquiers**



RESULTATS



- **Entretiens entreprises**
 - **Différenciation produits par la marque adoptée par les laiteries : marques des unités de transformation font référence au terroir d'origine du produit ou du promoteur et à la culture peule**
 - **Le Fermier, Le Berger : référence activités de l'élevage, caractéristique région de Kolda**
 - **Noms du lait sous ses différentes formes + nom du terroir de production (fuladu, jolof) ou surnom propriétaire unité ou parent (Kosam pathe waare, feddande goulo balde, fedande jolof)**

RESULTATS (2)



- **Entretiens entreprises**

- **Les industries de reconstitution poudre pour lait caillé (yaourt, crème) : Mamelles Jaboot, Laiterie Dakaroise, ...**
- **Les industries de reconditionnement en produits emballés en sachets de lait en poudre : SATREC, SOSEPAL,...**
- **Laiterie Dakaroise : produits commercialisés sous marque «Daral», espace où on vend le bétail en wolof pour mieux sonner «sénégalais»**
- **SATREC, marque Vitalait pour faire référence à la santé**



RESULTATS (3)



- **Affiches et emballages**
 - **Communication multi supports : panneaux d'affichage, télévision, ...**
 - **Août 2005, dépenses publicitaires brutes en télévision 38millions fCFA entre RTS et 2STV**
 - **Affiches publicitaires : en général slogan en wolof dans le but de « sénégaliser » un maximum de produits qui à l'origine pas sénégalais : Vitalait moko yor, Roi lait buuru meew yi, Halib daal mo nekh, ...**
 - **Unités agro-industrielles : terroir d'origine produit ou promoteur (Saloum Soow, lait de Niacoulrab,...)**
 - **indications culturelles : peul (Kaggu, Larogal, Fendirdé, Bilaame Pul Debbo,...)**

RESULTATS (4)

- Affiches et emballages





RESULTATS (5)



- **Consommateurs**
 - **Connaissance des marques des produits locaux par les consommateurs à Kolda et Linguère**

Marques	KOLDA		LINGUERE	
	<i>Nbr cons con</i>	<i>Nbr cons pré</i>	<i>Nbr cons con</i>	<i>Nbr cons pré</i>
LE FERMIER	23	8	0	0
LE BERGER	17	3	0	0
KOSSAM PATHE WAARE	20	2	0	0
PUL DEBBO	9	1	0	0
FEDANDE GOULO BALBE	12	2	0	0
KOSSAM NAI FULADU	5	1	0	0
FEDANDE JOLOF	0	0	3	1
KOSSAM NAI	0	0	4	2
HUNGER PROJECT	0	0	1	0
Total consommateurs	50		20	



RESULTATS (6)



- **Consommateurs**
 - **Connaissance des marques par les consommateurs dans les zones d'étude**

Marques	Dakar	KoLda	Linguère
	<i>Nbr de consommateurs</i>	<i>Nbr de consommateurs</i>	<i>Nbr de consommateurs</i>
Vitalait	100	48	20
Baralait	69	33	15
Laican	44	12	9
Roilait	37	12	9
Halib	29	27	7
Bondait	6	16	3
Nido	11	4	6
Bestlait	12	4	2
Jaboot	17	3	0
Sveltesse	2	0	0
Nestle	49	20	7
Bonnet Rouge	42	5	3
Bonnet Bleu	33	5	3
Baralait	25	2	1
Total	100	50	20
Consommateurs			



RESULTATS (7)



- Distributeurs

Marques	Dakar		Kolda		Linguère	
	Nbr de points de vente avec produits		Nbr de points de vente avec produits		Nbr de points de vente avec produits	
	<i>Nombre</i>	<i>Pourcent</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcent</i>	<i>Nombre</i>	<i>Pourcent</i>
Vitalait	49	98	17	85	10	100
Baralait	40	80	6	30	8	80
Laicam	33	66	1	5	5	50
Evolait	19	38	2	10	7	70
Halib	37	74	15	75	4	40
Bonlait	15	30	7	35	2	20
Nido	13	26	2	10	1	10
Bestlait	11	22	0	0	2	20
Jaboot	4	8	0	0	0	0
Sveltesse	2	4	0	0	0	0
Nestle	37	74	6	30	4	40
Bonnet Rouge	26	52	2	10	3	30
Bonnet Bleu	23	46	4	20	2	20
Baralait	20	40	3	15	1	10
Total	50	100	20	100	10	100

DISCUSSION

- **Culture peule**

- **Dans les publicités des produits laitiers, la culture peule est très sollicitée : femmes peules ou vaches laitières locales mises en scène**
- **La publicité de Roilait met en scène une femme peule qui porte unealebasse et venant du troupeau, celle de Baralait montre des vaches laitières locales**
- **Dès lors, difficile pour le consommateur de faire la différence entre produits issus du lait naturel et produits fabriqués à partir du lait en poudre**

DISCUSSION (2)

- **Réglementation**
 - **Toutes les marques et publicités ne reflètent pas la réalité notamment sur la nature, la qualité ou la provenance géographique du produit**
 - **Les informations fournies autour du lait réemballé n'édifient le consommateur de façon précise et exhaustive (emballage)**
 - **Décret 68-507 du 7 mai 1968, en ses articles 6 et 7, précise les informations devant figurer sur les emballages**



CONCLUSION



- **Stratégies de développement**
 - **Les indications d'origine, un support de campagne pour des actions futures en faveur des produits laitiers locaux ?**

Merci de votre attention