

BURKINA FASO
Unité - Progrès - Justice

**MINISTRE DES ENSEIGNEMENTS SECONDAIRE, SUPERIEUR
ET DE LA RECHERCHE SCIENTIFIQUE
(MESSRS)**

**UNIVERSITE POLYTECHNIQUE DE BOBO-DIOULASSO
(UPB)**

**INSTITUT DU DEVELOPPEMENT RURAL
(IDR)**

**DEPARTEMENT DE SOCIOLOGIE ET
ECONOMIE RURALES**

**CENTRE INTERNATIONAL DE
RECHERCHE-DEVELOPPEMENT SUR
L'ELEVAGE EN ZONE SUBHUMIDE
(CIRDES)
UNITE DE RECHERCHE SUR L'ELEVAGE
ET L'ENVIRONNEMENT
(UREEN)**

MEMOIRE DE FIN D'ETUDES

Présenté en vue de l'obtention du

DIPLOME D'INGENIEUR DU DEVELOPPEMENT RURAL

OPTION : SOCIOLOGIE ET ECONOMIE RURALES

Thème :

**Analyse de la consommation du lait et des
produits laitiers :
Cas de la ville de Bobo-Dioulasso**

Directeur de mémoire
Dr Hébié DITALAMANE

Eric PALE

Maître de stage
Dr Seyni HAMADOU

Juin 2006

DEDICACE

*A mes parents,
recevez en cet écrit ma
reconnaissance pour
toutes les souffrances et
tous les efforts consentis
pour mon éducation !*

Remerciements

Au terme du stage de fin d'études à l'Institut du développement rural (IDR) que nous venons de faire au Centre international de recherche-développement sur l'élevage en zone sub-humide (CIRDES), nous tenons à exprimer nos sincères remerciements à tous ceux qui ont contribué à la réalisation effective du présent mémoire. Nous remercions donc :

- ?? Notre maître de stage, le Docteur Seyni HAMADOU, agroéconomiste, chercheur à l'Unité de recherche sur l'élevage et l'environnement (UREEN) pour la confiance accordée à notre personne, en nous confiant ce travail, pour ses précieux conseils, sa disponibilité et son esprit de compréhension pour les erreurs survenues dans nos premiers pas dans la recherche. Nous vous devons la rigueur scientifique de ce document et la mise à notre disposition de bonnes conditions pour la réalisation du travail. Soyez en énormément remercié!
- ?? Notre directeur de mémoire, Docteur Ditalamane HEBIE, enseignant-chercheur à l'Université polytechnique de Bobo-Dioulasso (UPB) pour son soutien, ses suggestions, son suivi et sa rigueur lors de ce stage.
- ?? Le Directeur du Centre international de recherche-développement sur l'élevage en zone subhumide (CIRDES), Professeur Abdoulaye S. Gouro qui a accepté de nous accueillir dans son centre comme stagiaire.
- ?? Tous les chercheurs du CIRDES pour leur aide et leurs conseils précieux
- ?? Tout le corps professoral de l'IDR pour notre formation et pour leurs conseils durant ces trois années passées à leur côté.
- ?? Tous les stagiaires du CIRDES pour leur sympathie, leur esprit d'ouverture et leur collaboration.
- ?? Tous les étudiants de la 30^e promotion de l'IDR et plus précisément de la 5^{ème} promotion de la sociologie et économie rurales.
- ?? Mr SANOGO Lassina, technicien de l'UREEN pour sa collaboration lors du stage.
- ?? Mes parents et mes frères et sœurs dont la pensée ne font que me motiver dans une perpétuelle continuation du travail.
- ?? Mlle Aïda Aliguéta Nafony TRAORE qui, de loin, m'a beaucoup soutenu et n'a cessé d'avoir confiance en moi.

Résumé

La démographie et l'urbanisation croissante dans les villes du Burkina Faso ont entraîné une forte augmentation de la demande en lait et produits laitiers. Face à l'insuffisance de la production locale, le pays recourt aux importations qui engendrent des sorties d'importantes devises indispensables pour le développement. Pour renverser cette tendance et contribuer à réduire la pauvreté en milieu rural, plusieurs actions ont été initiées. Cependant force est de reconnaître que ces actions ont essentiellement concerné l'amont de la filière, notamment l'amélioration génétique et la santé animale. Malgré ces efforts, la consommation des produits importés demeure toujours importante et la production locale a du mal à percer le marché. C'est donc pour améliorer la consommation des produits locaux que cette étude de la consommation de lait et des produits laitiers a été envisagée. Elle a été menée dans la ville de Bobo-Dioulasso, second pôle de consommation de produits laitiers au Burkina Faso. Elle a visé la quantification des flux du lait local, l'identification des principaux types de produits laitiers commercialisés dans la ville et l'étude des déterminants de la consommation du lait et des produits laitiers. Pour ce faire, nous avons procédé à une étude bibliographique pour la quantification des flux du lait local, puis à une enquête au niveau des circuits de distribution et des unités de transformation pour l'identification des produits laitiers et enfin, à une enquête « individus » pour l'étude des déterminants de la consommation. En ce qui concerne les flux, pendant la saison des pluies, 1 991 litres de lait frais et 126 litres de lait caillé, en moyenne, entrent quotidiennement dans la ville. En plus, 229 boules de beurre sont quotidiennement enregistrées durant cette saison. En saison sèche par contre, les flux baissent et passent quotidiennement à seulement 602 litres de lait frais et 126 litres de lait caillé en moyenne.

En ce qui concerne l'identification des produits sur le marché, nous avons pu constater une grande diversité de produits importés et locaux au rang desquels, du lait frais pasteurisé, du lait caillé et du yaourt.

En ce qui concerne les déterminants, l'étude révèle d'une part, la forte influence du revenu sur la consommation de lait et des produits laitiers avec des dépenses mensuelles moyennes en lait de 2 129 F CFA, 3 065 FCFA, 3 212 F CFA, 5 467 F CFA et 5 000 F CFA respectivement pour un revenu inférieur à 30 000 F CFA, compris entre 30 000 et 60 000 F CFA, entre 60 000 et 90 000 F CFA, entre 90 000 et 150 000 F CFA et supérieur à 150 000 F CFA. D'autre part, il ressort que la situation matrimoniale influence également la consommation du lait. Ainsi, les résultats ont montré que les mariés dépensent plus dans l'achat de produits laitiers que les célibataires, en moyenne 2 278 F CFA contre 2760 F CFA. L'étude a également permis d'identifier des critères de qualités importants pour les consommateurs et stimulant leurs achats. Il s'agit de l'hygiène évoquée par 26% des personnes enquêtées, du prix (22%), du goût (17%), de la disponibilité (10%), de l'emballage (10%), de la facilité d'usage (7%) et de la conservation (7%). En ce qui concerne le prix, l'analyse de la sensibilité révèle une fourchette de prix acceptables de 500 à 550 FCFA le litre pour le lait pasteurisé contre 1 000 à 1 400 F CFA le kilogramme de yaourt.

Mots clefs : Produits laitiers, consommation, déterminants, sensibilité au prix.

ABSTRACT

Demography and the increasing urbanization in the cities of Burkina Faso involved a strong increase in milk and dairy products demand. In this context of insufficiency of local production, the country resorts to the imports which generate exits of important currencies essential for the development of the country. To reverse this tendency and to contribute to reduce poverty in rural society, several actions were initiated. However, these actions are often related primarily to the upstream of the industry, in particular the genetic improvement and animal health. In spite of these efforts, the consumption of imported products remains always important and the local production has difficulty to break into the market. In order to improve consumption of the local products, we carried out this study on milk consumption and dairy products. It was conducted in Bobo-Dioulasso, a town considered in Burkina Faso as the second pole of consumption of dairy products. Thus, the aim of this work was to quantify the flows of local milk, to identify the main types of dairy products marketed in the city and to study the determinants of the consumption of milk and the dairy products.

For this purpose, we made a bibliographical synthesis for the quantification of flows of local milk, then an investigation at the distribution networks and transformation and manufacturing units to identify the dairy products and finally, with an investigation at “individuals” level for identification of determinants of consumption.

With regard to flows, 1.991 liters of unpasteurized milk and 126 liters of curd enter in the city daily during the rainy season. Moreover, 229 balls of butter are daily recorded during this season. On the other hand, flows drop and pass daily to only 601,91 liters of unpasteurized milk and 126 liters of curd during the dry season.

With regard to the identification of the products on the market, we could note a great diversity of imported and local products with the row of which, pasteurized fresh milk, curd and yoghurt. With concern of the determinants, the study reveals the strong influence of the income on the milk consumption and of the type of dairy products consumed with a range of expenditure of 2.129 F CFA, 3.065 FCFA, 3.212 F CFA, 5.467 F CFA and 5.000 F CFA respectively for an income lower than 30.000 F CFA, ranging between 30.000 and 60.000 F CFA, 60.000 and 90.000 F CFA, 90.000 and 150.000 F CFA and higher than 150.000 F CFA. In addition, matrimonial situation also influences the consumption of milk. Thus, the results showed that married people spend more money for dairy products than unmarried one, with an average of 2.761 F CFA against 2 2760 F CFA. The study also made it possible to emphasize important criteria for the consumers and stimulating their purchases. These criteria are hygiene evoked by 26% of the surveyed people, the price (22%), the taste (17%), the availability (10%), the packing (10%), the facility of use (7%) and the conservation (7%). With regard to the price, the analysis of the sensitivity reveals an acceptable price ranging from 500 to 550 FCFA the liter for pasteurized milk against 1.000 to 1.400 F CFA the kilogramme of yoghurt.

Key words: Dairy products, consumption, determinants, sensitivity to the price.

TABLE DES MATIERES

DEDICACE	I
REMERCIEMENTS.....	II
RESUME.....	III
ABSTRACT	IV
1. INTRODUCTION	1
2. MATERIEL ET METHODES	4
2.1. ZONE D'ETUDE.....	4
2.2. ECHANTILLONNAGE.....	4
2.3. COLLECTE DES DONNEES	5
2.4. DETERMINANTS DE LA CONSOMMATION	5
2.5. SENSIBILITE AUX PRIX.....	6
2.6. TRAITEMENTS DES DONNEES.....	6
3. RESULTATS ET DISCUSSION	7
3.1. OFFRE DU LAIT LOCAL	7
3.2. IDENTIFICATION DES PRODUITS SUR LE MARCHE.....	9
3.2.1. <i>Produits laitiers importés</i>	9
3.2.1.1. Poudre de lait.....	9
3.2.1.2. Lait concentré.....	10
3.2.1.3. Lait UHT.....	10
3.2.1.4. Yaourt.....	11
3.2.1.5. Beurre.....	11
3.2.1.6. Fromage	12
3.2.2. <i>Produits locaux</i>	12
3.2.2.1. Lait frais	12
3.2.2.2. Yaourt à base de lait local	12
3.2.2.3. Yaourt à base de lait en poudre	13
3.2.2.4. Lait caillé.....	14
3.2.2.5. Crème fraîche.....	14
3.2.2.6. Beurre.....	14
3.2.2.7. Fromage	15
3.3. MODES ET DETERMINANTS DE LA CONSOMMATION	15
3.3.1. <i>Modes de consommation</i>	15
3.3.1.1. Caractérisation de l'échantillon	15
3.3.1.2. Les produits laitiers consommés.....	16
3.3.1.3. Types de consommation	16
3.3.1.4. Modes de consommation	17
3.3.1.5. Types de consommateurs	17
3.3.1.5.1. Les consommateurs à faible fréquence de consommation.....	18
3.3.1.5.2. Les consommateurs à fréquence moyenne	18
3.3.1.5.3. Les consommateurs à fréquence élevée	18
3.3.1.5.4. Les non-consommateurs.....	18
3.3.2. <i>Déterminants de la consommation</i>	18
3.3.2.1. Le revenu.....	18
3.3.2.1.1. Dépenses en produits laitiers en fonction du revenu	18
3.3.2.1.2. Consommation des produits selon le revenu	20
3.3.2.2. L'ethnie	21
3.3.2.2.1. Dépenses en produits laitiers en fonction de l'ethnie	21
3.3.2.2.2. Consommation des produits en fonction de l'origine ethnique	22
3.3.2.3. Situation matrimoniale	23
3.3.2.3.1. Dépenses en produits laitiers selon la situation matrimoniale	23
3.3.2.3.2. Consommation des produits laitiers en fonction de la situation matrimoniale	24
3.3.2.4. Les attributs des produits.....	24
3.3.2.4.1. Hygiène.....	25
3.3.2.4.2. Prix.....	26
3.3.2.4.3. Goût	26
3.3.2.4.4. Disponibilité.....	27

3.3.2.4.5.	Emballage	28
3.3.2.4.6.	Sensibilité au prix des consommateurs.....	28
✍	Sensibilité au prix du Yaourt.....	29
✍	Sensibilité au prix du lait pasteurisé	29
4.	CONCLUSION	32
	BIBLIOGRAPHIE.....	34
	ANNEXES.....	37

TABLES DES ILLUSTRATIONS

Liste des tableaux

Tableau 1 : Répartition de l'échantillon enquêté selon le sexe, la tranche d'âge et le secteur de résidence	5
Tableau 2: Volume (litres/jour) et prix (F CFA/litre) des produits laitiers entrant à Bobo-Dioulasso pendant la saison sèche	8
Tableau 3: Volume (litres/jour) et prix (F CFA/litre) des produits laitiers entrant à Bobo-Dioulasso pendant la saison pluvieuse	8
Tableau 4 : Volume et prix des produits aux différents lieux de vente	9
Tableau 5 : Les différentes marques de poudre de lait.....	9
Tableau 6: Les différentes marques de lait concentré	10
Tableau 7 : Types de lait UHT	11
Tableau 8 : Les différentes marques de yaourt	11
Tableau 9: Les différentes marques de beurre.....	11
Tableau 10 : Types de fromages importés	12
Tableau 11 : Différentes marques lait frais pasteurisé.....	12
Tableau 12 : Yaourt à base de lait local	13
Tableau 13 : Différentes marques de yaourt à base de lait en poudre.....	13
Tableau 14 : Conditionnement et prix du lait caillé.....	14
Tableau 15 : Conditionnement et prix de la crème fraîche.....	14
Tableau 16: Prix et lieu de vente du beurre.....	14
Tableau 17 : Type de fromage.....	15
Tableau 18 : Caractéristiques socio-économiques des individus enquêtés.....	16
Tableau 19 : Types de consommation.....	17
Tableau 20 : Pourcentages des produits consommés suivant les différents moments de la journée	17
Tableau 21 : Dépense en produits laitiers en fonction du revenu.....	20
Tableau 22 : Résultats du test de comparaison des moyennes.....	20
Tableau 23: Dépenses mensuelles en fonction des origines (F CFA).....	22
Tableau 24 : Dépenses en produits laitiers en fonction de la situation matrimoniale (F CFA).....	23
Tableau 25: Perception de l'hygiène.....	25
Tableau 26 : Perception du prix.....	26
Tableau 27 : Comparaison du prix du lait reconstitué et prix du lait local	26
Tableau 28 : Perception du Goût.....	27
Tableau 29 : Perception de la disponibilité.....	27
Tableau 30 : Perception de l'emballage	28
Tableau 31 : Perception du prix du yaourt en sachet de 125 g	29
Tableau 32 : Perception du prix du ½ litre de lait pasteurisé.....	30

Liste des figures

Figure 1 : Pourcentage des produits consommés selon le revenu.....	21
Figure 2 : Types de produits selon l'origine ethnique.....	22
Figure 3: Fréquence moyenne de consommation selon l'origine ethnique.....	23
Figure 4 : Types de produits consommés selon la situation matrimoniale.....	24
Figure 5: Détermination de la fourchette de prix acceptables du Yaourt : conditionnement de 125 g.....	29
Figure 6 : Détermination de la fourchette de prix acceptables du ½ litre de lait pasteurisé.....	30

Liste des annexes

Annexe 1 : Circuit de l'offre du lait local.....	38
Annexe 2 : Questionnaire d'enquête	39
Annexe 3 : Lait caillé (125 ml).....	44
Annexe 4 : Gamme de yaourt local	44
Annexe 5 : Yaourt local (125 g).....	44
Annexe 6 : Yaourt local en sachet de 125 ml.....	44
Annexe 7 : Lait frais pasteurisé (1/2 l).....	44
Annexe 8 : Yaourt local (500 g).....	44
Annexe 9 : Yaourt Local (1/4 l).....	44
Annexe 10 : Yaourt local.....	44
Annexe 11 : Lait en poudre en boîte métallique de 1kg	45
Annexe 12 : Lait concentré sucré (1kg) (Bonnet Rouge).....	45
Annexe 13 : Lait concentré non sucré	45
Annexe 14 : Lait en poudre en boîte métallique de 1kg (Bonnet Rouge).....	45
Annexe 15 : Lait concentré sucré (1kg) (Bonita).....	45
Annexe 16 : Yaourt importé.....	45

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATION

Eq L	Equivalent lait
FAO	Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture.
GRET	Groupe de recherche et d'échange technologique
INSD	Institut national des statistiques et de la démographie
MDCRA	Ministère délégué chargé des ressources animales
MRA	Ministère des ressources animales
PIB	Produit intérieur brut
PNUD	Programme des Nations Unies pour le développement
SP	Saison pluvieuse
RGP	Recensement général de la population
SPAI	Sous produits agro-industriels
SS	Saison sèche
TFL	Table filière lait
UE	Union Européenne
UEMOA	Union économique et monétaire ouest africaine
UEPL	Union des éleveurs producteurs de lait du Houet
UHT	Ultra haute température

1. Introduction

Pays enclavé de 274 000 km², le Burkina Faso est situé en Afrique de l'Ouest entre le Niger au Nord, le Mali à l'Est, le Ghana, le Togo, le Bénin et la Côte d'Ivoire au Sud. Sa population est estimée à 11 millions d'habitants en 2004 (Burkina Faso, 2004), soit une densité moyenne de 37,6 habitants au km². Le climat du pays est du type soudano-sahélien. Le pays figure parmi les plus pauvres de la planète. Avec un seuil de pauvreté fixé à 82 672 FCFA par adulte et par an, les statistiques nationales indiquent que 46,4% de la population burkinabé sont pauvres (Burkina Faso, 2004). L'économie du pays repose essentiellement sur l'agriculture et l'élevage qui occupent 93 % de la population active. Ces deux secteurs participent à la formation du PIB à hauteur de 30%, dont 20% pour l'agriculture et 10% pour l'élevage.

En ce qui concerne l'élevage, d'une part, il procure au pays 26 % des recettes d'exportation et d'autre part, près de 80% de la population active y tirent des revenus directs (MRA, 2006). Le cheptel burkinabé est estimé à près de 7,3 millions de bovins, 6,7 millions d'ovins, 10 millions de caprins, 1,9 millions de porcins et 30, 6 millions de volailles (MRA, 2004 (b), 2006). Les grandes caractéristiques de cet élevage sont sa faible productivité et la prédominance de la conduite extensive des animaux. Le poids moyen de la carcasse est de 110 kg pour le bovin, 9 kg pour l'ovin et 8 kg pour le caprin. La production laitière est en moyenne de 110 litres pour une lactation de 180 jours et par vache (MRA, 2000) comparativement aux 6 000 kg/an/vache en Europe (Oudet, 2005).

La faiblesse de la productivité laitière est due au mode extensif et traditionnel de l'élevage mais également au potentiel génétique limité des animaux. Aussi, le plus souvent, la vache est-elle traitée après la tétée du veau, ce qui entraîne un rendement de 3 litres dans le meilleur des cas, à un quart de litre en saison sèche. Cette situation confine la production dans une situation de déficit chronique et surtout de forte saisonnalité de l'offre. Egalement, la demande urbaine en lait est loin d'être satisfaite par la production locale car la majorité de la production est auto-consommée ; 80% du lait produit au Burkina est auto-consommé et seulement 20 % sont destinés à la commercialisation (MRA, 2006).

Afin de répondre à la demande urbaine, d'importations massives sont organisées, engendrant ainsi des pertes importantes de devises. En 2000, 24 739 tonnes d'EqL étaient importées (MESSRS, 2002) contre 30 310 tonnes d'EqL en 1998 et 30 866 tonnes d'EqL en 1996. Bien qu'elles tendent à régresser en quantité, il reste qu'en valeur, elles occasionnent une hémorragie de devises de plus en plus accentuée pour le pays du fait de la dévaluation du franc

CFA. En 2003, la FAO indiquait, selon Hamadou et Sanon (2005), 13 milliards de dollars US d'importation de lait et de produits laitiers pour le Burkina Faso. Ces importations massives se ressentent également sur le marché, vu qu'une grande partie du lait local n'est pas commercialisée et la tendance est à la consommation de produits importés. En effet, les statistiques de la FAO (FAO, 2003 *In* Hamadou et Sanon, 2005), font état pour l'année 2001, d'une consommation de 26 kg d'EqL par personne composée de 15 kg de lait importé (58%) et de 11 kg de lait local (42%). Pour les grands centres comme Ouagadougou et Bobo-Dioulasso, on a une consommation de 12,4 kg EqL par personne dont 85% (10,54 kg) proviennent des importations (MDCRA, 1995). Selon Faye et Alary (2001), la satisfaction des besoins des populations des pays en développement à l'horizon 2020 commande de porter la production à 220 millions de litres de lait et 100 millions de tonnes de viande. D'après Metzger et *al.* (1995), l'urbanisation est un phénomène commun à tous les pays africains. Elle engendre entre autres, des modifications importantes de comportement, dont celui relatif à l'alimentation. Au Burkina Faso, en 2002, le taux de croissance démographique est estimé à 2,64% contre 23,5% pour l'urbanisation, ce qui a contribué au développement non seulement de l'élevage autour des grandes villes telles Ouagadougou et Bobo-Dioulasso mais également, de la transformation laitière.

Selon le MRA (2004), il existe 11 unités de transformation sont recensées dans la seule ville de Bobo-Dioulasso. Malgré ce développement des unités de transformation, le marché laitier reste encore mal connu et les rares études pionnières sur les différents aspects de la consommation du lait et des produits laitiers au Burkina datent d'une dizaine d'années, rendant difficile toute transposition dans le contexte actuel.

Pour bien cerner les contours de la consommation, il s'avère intéressant de savoir quels sont les produits laitiers les plus consommés ? Qu'est-ce qui détermine la consommation de lait ? Quels sont les critères d'achat, de consommation et de non-consommation ? Enfin, comment sont consommés le lait et les produits laitiers dans la ville de Bobo-Dioulasso ? C'est dans cette optique que cette étude a été réalisée.

Elle a pour objectif global d'analyser la demande et les déterminants de la consommation. De façon spécifique, quatre objectifs sont visés.

- Etudier l'offre du lait, c'est-à-dire estimer les flux de lait local entrant dans la ville de Bobo-Dioulasso ;
- Identifier les différents types de produits laitiers, c'est à dire, les formes de présentation du lait et des produits laitiers ;

- Identifier les déterminants de la demande, autrement dit les facteurs influant sur la consommation du lait et des produits laitiers ;

- Identifier les modes de consommation afin de ressortir une typologie de consommateurs.

Pour atteindre ces objectifs, trois hypothèses sont formulées.

- H1 : La contribution du lait local dans la consommation du lait et des produits laitiers est non négligeable.

- H2 : Plusieurs critères socioculturels et économiques déterminent la consommation de lait et des produits laitiers.

- H3 : Il existe plusieurs usages faits par les consommateurs en fonction des différents produits laitiers.

Le présent document s'articulera sur quatre parties. La première est relative à l'introduction. La seconde décrira le matériel et les méthodes utilisés pour l'étude. La troisième partie sera consacrée à la présentation des résultats et discussion. Enfin, dans la dernière partie sera présentée la conclusion assortie de quelques recommandations.

2. Matériel et méthodes

2.1. Zone d'étude

L'étude a été réalisée dans la ville de Bobo-Dioulasso, deuxième ville et capitale économique du Burkina Faso. Chef lieu de la province du Houet, Bobo-Dioulasso est situé au Sud-Ouest du pays entre 11°10' de latitude Nord et 4°18' de longitude Ouest. Le climat est du type sud soudanien, caractérisé par une saison pluvieuse de 5 mois (juin à octobre) avec une pluviométrie moyenne de 1 200mm (INSD, 2000). Le réseau hydrographique est constitué de deux marigots à savoir, le Kou qui assure l'approvisionnement de la ville en eau potable et le Houet qui offre un ruban de sources pérennes en saison sèche (INSD, 2000).

Sur le plan administratif, la commune de Bobo-Dioulasso compte 25 secteurs répartis dans 3 arrondissements : Dafra, Konsa et Dô (Sanou, 1996). Le dernier Recensement général de la population (RGP) de 1996 fait état de 309 771 habitants dans la ville de Bobo Dioulasso. Tous les groupes ethniques sont représentés avec une prédominance des Dioula et apparentés et des Mossi (33%).

Sur le plan économique, tous les secteurs d'activités se retrouvent dans la commune (Sanou, 1996). En outre, 49% des ménages des Hauts Bassins (Région de Bobo-Dioulasso) tirent leurs ressources principalement des salaires et activités non agricoles (INSD, 2003). Plus de la moitié des ménages des Hauts Bassins tire donc leurs ressources de l'agriculture et l'élevage. Le niveau des dépenses annuelles moyennes par ménage s'élève à 8 291 F CFA pour le lait et les œufs contre 5 703 FCFA pour les produits laitiers (INSD, 2003).

2.2. Echantillonnage

De type « individu », l'enquête a été réalisée auprès de 250 personnes. Selon INSD (2000), au dernier recensement effectué en 1996, la ville de Bobo-Dioulasso comptait 309 771 habitants composés à 50,7% d'hommes et 49,3% de femmes. D'une part, cette population est répartie dans 25 secteurs et d'autre part, plus de la moitié a plus de 15 ans. Pour cette étude, l'échantillonnage est effectué selon la méthode des quotas en respectant les proportions de sexe et de lieu de résidence de la population totale. C'est une méthode utilisée dans les enquêtes d'opinion et les études de marché (Schöbi et Joye, 2001). Toutefois, pour être enquêté, l'individu doit être âgé de 15 ans au minimum. Il s'agit de l'âge à partir duquel un individu est susceptible de disposer d'argent et de procéder à des achats par lui-même. Le Tableau 1 donne

la configuration de l'échantillon selon le sexe, la tranche d'âge et le quartier de résidence.

Tableau 1 : Répartition de l'échantillon enquêté selon le sexe, la tranche d'âge et le secteur de résidence

Secteur	15 – 19 ans		20 – 64 ans		Plus de 65 ans		Total	
	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes	Hommes	Femmes
1	1	1	4	4	1	1	6	6
2	2	2	7	7	1	1	10	10
3	1	1	3	2	1	0	5	3
4	1	1	2	3	1	0	4	4
5	1	0	1	1	0	0	2	1
6	3	1	3	5	1	0	7	6
7	1	0	1	1	0	0	2	1
8	0	1	2	2	0	0	2	3
9	1	1	4	3	1	0	6	4
10	2	2	6	7	1	0	9	9
11	3	3	10	6	1	1	14	10
12	2	1	5	5	1	1	8	7
13	1	1	3	2	0	1	4	4
14	1	1	3	5	1	1	5	7
15	1	1	3	2	1	0	5	3
16	0	1	2	1	0	1	2	3
17	3	2	8	8	1	1	12	11
19	1	0	1	1	0	0	2	1
20	1	1	3	4	1	0	5	5
21	2	3	10	7	1	1	13	11
22	0	1	2	1	0	1	2	3
23	1	0	2	1	1	0	4	1
24	0	1	2	1	1	0	3	2
25	1	0	0	2	0	0	1	2
Total	30	26	87	81	16	10	133	117

2.3. Collecte des données

La collecte des données s'est effectuée à deux niveaux :

- Une recherche bibliographique afin d'estimer l'offre de lait local ;
- Une collecte de données primaires auprès a) des unités de transformation pour bien caractériser les produits locaux, b) des points de vente pour recenser les différents types de produits laitiers locaux et importés et c) des consommateurs pour cerner les déterminants de la consommation et leur sensibilité aux prix.

2.4. Déterminants de la consommation

D'après la littérature, ils sont de plusieurs ordres. Dans les études réalisées au Sénégal par exemple, Broutin et *al.* (2002) font état du lieu de résidence, du revenu, du prix des produits, de la variation saisonnière et des habitudes alimentaires. Quant à Corniaux et *al.*

(2005), ils font état du prix, du goût, de l'hygiène, du conditionnement, de la disponibilité et des coutumes alimentaires comme étant des critères de choix ou de non choix de certains produits laitiers offerts aux habitants de Ségou.

Afin de ressortir les déterminants de la consommation, nous avons procédé par la méthode statistique des tris croisés. Pour affiner nos résultats, des tests de khi 2 d'indépendance et des tests de comparaison des moyennes ont été effectués.

2.5. Sensibilité aux prix

Le prix est un indicateur du coût ou une information utilisée par les individus pour évaluer la qualité d'un bien (Lambey, 2000). Pour les consommateurs, un prix correspond à une dépense élevée mais peut également signifier un niveau de qualité élevée. De nombreuses études ont montré qu'il existe une relation entre le prix et la qualité, ce qui a pour conséquence, d'améliorer la valeur perçue (Dawar et Parker, 1994 *in* Lambey, 2000). Dans notre cas, l'approche « prix psychologique » ou méthode des fuseaux des prix a été utilisée pour analyser la sensibilité aux prix (Samson, 1999). C'est le prix fondé sur les attentes du consommateur en terme d'acceptabilité : un prix trop faible augure un produit de mauvaise qualité tandis qu'un prix trop élevé suppose un produit de bonne qualité. La démarche du prix psychologique s'appuie sur les travaux des psychologues selon lesquels, un client ne considère pas le prix lorsqu'il est trop faible (inférieur à p minimum) ou trop élevé (supérieur à p maximum). La méthode donne des informations sur la fourchette des prix acceptables pour les consommateurs pour chaque produit. Elle est déterminée par les intersections des courbes formées à partir des réponses des consommateurs à une série de 4 questions :

- « A quel prix pensez-vous que le produit est trop peu cher, à ce prix, le produit ne peut pas être de bonne qualité et vous ne l'achetez pas ? »
- « A quel prix pensez-vous que le produit est bon marché et vous l'achetez ? »
- « A quel prix pensez-vous que le produit est cher et vous l'achetez ? »
- « A quel prix pensez-vous que le produit est trop cher (à ce prix vous n'envisagez jamais de l'acheter) ? ».

2.6. Traitements des données

Afin de mettre en exergue les principaux déterminants et les modes de consommation, les statistiques descriptives simples ont été utilisées. Les données recueillies au cours de l'enquête ont été traitées avec les logiciels EXCEL et SPSS.

3. Résultats et discussion

3.1. Offre du lait local

D'après Aragrande (1997) et Goossens (1998), l'approvisionnement des villes d'Afrique saharienne en lait et produits laitiers est généralement assuré par trois circuits : a) un circuit formel d'importation, b) un circuit formel du lait local et c) un circuit informel du local. Ces différents circuits se retrouvent à Bobo-Dioulasso où le circuit formel du lait local est représenté par Faso Kossam. Il s'agit d'une unité de transformation semi-industrielle issue du projet de développement laitier financé par le PNUD / BKF / FAO (Bardolle, 2002). C'est l'unique laiterie semi-industrielle de la région de Bobo. Elle est fournie en lait frais par 13 groupements de producteurs répartis sur un rayon de 50 km autour de la ville et qui se sont fédérés en l'Union des Eleveurs Producteurs de Lait (UEPL). Faso Kossam fut conçu pour une capacité de 1000 litres par jour, mais la laiterie ne fonctionne pas à pleine capacité si ce n'est en saison pluvieuse (Marichatou et *al.*, 2002). Pendant la saison sèche, Faso Kossam ne peut satisfaire la demande ce qui n'est pas le cas en saison des pluies où des problèmes d'écoulement se posent.

Au niveau du circuit informel d'approvisionnement du lait local, les études menées en saison sèche (SS) - janvier à mai - et en saison pluvieuse (SP) - juillet à septembre - respectivement par Ouédraogo (2002) et Bardolle (2002) ont montré toute son importance dans l'approvisionnement de la ville de Bobo Dioulasso en lait et produits laitiers. Elles ont permis la quantification des flux de lait à partir des 7 axes desservant la ville, l'identification des lieux et des prix de vente.

Les principaux produits laitiers entrant par le circuit informel sont le lait frais ou lait cru, le lait caillé et le beurre. Le lait caillé est obtenu traditionnellement par fermentation naturelle ou par ensemencement avec le lait caillé de la veille. La fabrication du lait caillé traditionnel est une activité qui relève généralement des femmes d'éleveurs. Quant au beurre, c'est de la crème prélevée après caillage et barattage, et conditionnée en boules. La qualité du beurre dépend du savoir-faire de la transformatrice (Hima, 2005).

Les enquêtes montrent que pendant la saison sèche, en moyenne 601,91 litres de lait frais et 126 litres de lait caillé rentrent tous les jours dans la ville de Bobo Dioulasso (Tableau 2). Bobo-Vallée du Kou constitue l'axe le plus important avec 246,5 litres de lait frais par jour, soit 35,48 % des approvisionnements de la ville. Notons que l'axe Bobo-Nasso n'a enregistré

aucun collecteur pendant cette période d'où une entrée nulle en lait et produits laitiers par cet axe.

Tableau 2: Volume (litres/jour) et prix (F CFA/litre) des produits laitiers entrant à Bobo-Dioulasso pendant la saison sèche

Axes	Nombre de campements	Volume entrant		Prix du lait frais		Prix du lait caillé	
		Lait frais	Lait caillé	Collecte	Vente	Collecte	Vente
Bobo-Vallée du Kou	5	246,5	-	185	277	-	-
Bobo-Léguéma	3	63	-	183	283	-	-
Bobo-Banfora	3	50	97,5	200	300	200	250
Bobo-Dédougou	3	49,1	10	175	300	200	250
Bobo-Orodara	2	40	12	188	300	163	275
Bobo-Ouagadougou	3	153,3	6,5	160	275	125	275
Bobo-Nasso	-	-	-	-	-	-	-
Total/Moyenne	19	601,9	126	182	289	172	263

Source : Ouédraogo (2002).

En saison pluvieuse par contre, il entre par jour dans Bobo-Dioulasso, 1 991 litres de lait frais, 431 litres de lait caillé et 229 boules de beurre (Tableau 3). L'enquête a permis de recenser 105 collecteurs sur l'ensemble des axes (Bardolle, 2002).

Tableau 3: Volume (litres/jour) et prix (F CFA/litre) des produits laitiers entrant à Bobo-Dioulasso pendant la saison pluvieuse

Axes	Lait frais			Lait caillé			Beurre (Boules/jour)
	Quantité	Prix de collecte	Prix de vente	Quantité	Prix de collecte	Prix de vente	
Bobo-Vallée du Kou	500	157,5	245,2	72	130	213,8	20
Bobo - Dédougou	296	169,2	245,8	48	137,2	230,3	140
Bobo - Léguéma	105	158	250	15	150	250	0
Bobo - Ouagadougou	543	162,5	249,2	23	137,5	203,5	0
Bobo - Banfora	323	182,3	250	213	170,4	232,8	30
Bobo - Orodara	50	158	268,2	7	150	237,5	5
Bobo - Nasso	174	216,6	272,5	53	208	259,3	34
Total/Moyenne	1991	169,2	253,8	431	158,2	233,6	229

Source : Bardolle (2002).

Tout comme en saison sèche, les axes n'ont pas le même poids dans l'approvisionnement de la ville. Pour le lait frais, ce sont les axes Bobo-Ouagadougou et Bobo-Vallée du Kou qui approvisionnent le plus la ville de Bobo-Dioulasso avec respectivement 27,3% et 16,2% des volumes. Cet état de fait peut s'expliquer par la densité élevée des exploitations laitières sur ces axes ce qui facilite la fréquentation des campements par les collecteurs. Aussi, l'étude de Bardolle (2002) s'est-elle intéressée aux différents lieux de commercialisation ainsi qu'aux différents types de collecteurs. Ainsi, les principaux lieux de

commercialisation sont le marché central, les autres marchés, le porte à porte, l'abonnement et les boutiques de quartier (Tableau 4).

Tableau 4 : Volume et prix des produits aux différents lieux de vente

Lieu	Lait frais			Lait caillé		
	Prix de vente moyen (F CFA/litre)	Quantités collectées Litres	Quantités collectées (%)	Prix de vente moyen (F CFA/litre)	Quantités collectées Litres	Quantités collectées (%)
Marché central	250	280	14,1	236,5	240	55,7
Autres marchés	275	55	2,8	250	11	2,6
Porte à porte	259,2	1631	81,9	239,3	176	40,8
Abonnement	243,3	-	-	221	-	-
Boutique	300	25	1,2	250	4	0,9

Source : Bardolle (2002).

Au vu des résultats de ces deux études, il apparaît que le circuit informel n'est pas à négliger dans l'approvisionnement de la ville en lait et produits laitiers.

3.2. Identification des produits sur le marché

3.2.1. Produits laitiers importés

3.2.1.1. Poudre de lait

La poudre de lait est l'un des produits les plus répandus dans les lieux de ventes. Elle provient de différents pays, sous diverses marques et dans différents conditionnements comme nous le montre le tableau 5.

Tableau 5 : Les différentes marques de poudre de lait

Marques	Poids ou capacité (conditionnement)	Prix (FCFA)	Origine	Lieux de vente
Bridel	Sac de 25 kg	40 000	France	Boutiques
	Re-conditionnement de 1 kg	1 700		
Vivalait	Sac de 25 kg	38 500	Irlande	Boutiques
	Sachet de 20 g	50		
Kerrygold	Sac de 25 kg	43 000	Irlande	Boutiques
Lacstar	Sac de 25 kg	36 000	Irlande	Boutiques
Cowbell	Sac de 25 kg	39 000	Ghana	Boutiques
	Re-conditionnement de 1 kg	1 700		
Nido	Boîte métallique de 2 500 g	8 750	France	Boutiques, Supérettes
	Boîte métallique de 400 g	1 800		
France Lait	Boîte métallique de 2 500 g	8 700	France	Supérettes, supermarchés
	Boîte métallique de 400 g	1 500		
Bonnet Rouge	Boîte métallique de 400 g	1 600	Pays-bas	Boutiques, supérettes, supermarchés
Bonnet Rouge	Boîte métallique de 25g	100	Indonésie	Boutiques
Promex	Boîte métallique de 400 g	1 400	Malaisie	Boutiques

Source : Données d'enquêtes.

3.2.1.2. Lait concentré

La diversité des marques de lait concentré indique une consommation assez prisée. La consommation du lait concentré se fait le plus souvent dans les kiosques les matins au cours du petit déjeuner et le soir. Le lait concentré est aussi utilisé dans la consommation ou la préparation de certains mets comme la bouillie de riz ou de mil.

Tableau 6: Les différentes marques de lait concentré

Marques	Poids ou capacité (Conditionnement en boîte métallique)	Prix (F CFA)	Origine	Lieux de vente
Bonnet rouge (cs)	1 kg	1 500	Pays-Bas	Boutiques, supérettes
Bonnet rouge (cns)	400 g	600		
	170 g	300		
Bonnet Bleu (cs)	1 kg	1 200	Pays-Bas	Boutiques, supérettes
Russo (cs)	1 kg	850	Malaisie	Boutiques, supérettes
Bel Mona (cs)	1 kg	850	Malaisie	Boutiques, supérettes
Madara (cs)	1 kg	1000	Malaisie	Boutiques, supérettes
Me & My (cs)	1 kg	700	Angleterre	Boutiques, supérettes
Jaga (cs)	1 kg	800	Singapour	Boutiques, supérettes
Suisse Milk (cs)	1 kg	900	Suisse	Boutiques, supérettes
Nestlé (cs)	400 g	800	Suisse	Boutiques, supérettes, Supermarchés
Bonita (cs)	1 kg	750	Italie	Boutiques, supérettes
Maya (cs)	1 kg	750	Italie	Boutiques, supérettes

cs : Concentré sucré cns : concentré non sucré

Source : Données d'enquêtes.

3.2.1.3. Lait UHT

Le lait UHT est un produit consommé par la frange de la population assez aisée. Son coût et sa disponibilité ne permettent pas à un individu de revenu moyen d'en consommer régulièrement. Notons que ce produit est généralement vendu dans les supermarchés.

Tableau 7 : Types de lait UHT

Marques	Types	Prix (FCFA/litre)	Origine	Lieux de vente
Président	Demi écrémé	800	France	Supermarchés
Bridel	Ecrémé	800	France	Supermarchés
	Demi écrémé	800		
	Entier	900		

Source : Données d'enquêtes.

3.2.1.4. Yaourt

Le yaourt importé est également consommé par une population à haut revenu vu son coût et sa disponibilité. Plusieurs marques de yaourt sont rencontrées. Ils sont le plus souvent des yaourts brassés et fruités.

Tableau 8 : Les différentes marques de yaourt

Marques	Poids ou capacité	Prix (FCFA)	Origine	Lieux de vente
Danone	100 g	500	France	Supermarchés
Yaourt Flory	125 g	500	France	Supermarchés
Yoplait	100 g	300	Côte d'Ivoire	Boutique, Supermarchés

Source : Données d'enquêtes.

3.2.1.5. Beurre

Pour le beurre, les marques françaises sont les plus répandues. Cependant, leur consommation est limitée à la fraction aisée de la population. Beaucoup consomment en effet de la margarine, remarque également faite par Oudet (2005).

Tableau 9: Les différentes marques de beurre

Marques	Poids ou capacité	Prix (FCFA)	Origine	Lieux de vente
Bridel	250 g	650	France	Supermarchés
Paysan	200 g	500	France	Supérettes, Supermarchés
Président	200 g	600	France	Supérettes, Supermarchés

Source : Données d'enquêtes.

3.2.1.6. Fromage

Le fromage le plus commercialisé à Bobo est « La vache qui rit ». C'est du fromage fondu très prisé par la population. Compte tenu de leur coût très élevé, les autres marques de fromage ne sont consommées que par la population aisée, en particulier les expatriés (Oudet, 2005).

Tableau 10 : Types de fromages importés

Marques	Poids ou capacité	Prix (FCFA)	Origine	Lieux de vente
La vache qui rit	140 g (8 parts)	550	France	Boutiques, Supermarchés Supérettes,
Roquefort	1 kg	16 500	France	Supermarchés
Bleu d'Auvergne	1 kg	8 000	France	Supermarchés

Source : Données d'enquêtes.

3.2.2. Produits locaux

3.2.2.1. Lait frais

Le lait frais pasteurisé fait partie des produits laitiers locaux fabriqués dans les unités de transformation de la ville de Bobo-Dioulasso. Son coût est abordable mais peu d'unités de transformation en fabriquent.

Tableau 11 : Différentes marques lait frais pasteurisé.

Marques	Poids ou capacité	Prix (FCFA)	Lieux de vente
Faso Kossam	1/8 l (sachet)	70	Boutique, Supérettes, Supermarchés, Ambulants
	1/4 l (sachet)	150	
	1/2 l (sachet)	300	
Bonnet Vert	1/2 l (sachet)	200	Boutique, Télé centres, Supérettes
	1/2 l (sachet)		
Kossam de l'Ouest	1/2 l (sachet)	200	Boutiques, Télé centres, Supérettes
Adam yaourt	1/2 l (sachet)	250	Boutiques, Supérettes

Source : Données d'enquêtes.

3.2.2.2. Yaourt à base de lait local

Le yaourt à base de lait local n'est fabriqué que par très peu d'unités de transformation, comme le montre le tableau 12, bien qu'il soit beaucoup apprécié par les consommateurs.

Tableau 12 : Yaourt à base de lait local.

Marques	Poids ou capacité	Prix (FCFA)	Lieux de vente
Faso Kossam	125 g (pot)	200	Boutiques, Supérettes, Supermarché, Ambulants
	500 g	600	
	125 g (sachet)	125	
Bonnet Vert	125 g (sachet)	100	Boutiques, Supérettes, Télé centres
	125 g (pot)	175	
	500 g (pot)	500	
	1/4 l (bidon)	300	
Kossam de l'Ouest	125 g (sachet)	100	Boutiques, Supérettes, Télé centres
	125 g (pot)	175	
	500 g (pot)	500	
	1/4 l (bidon)	300	
Adams Yaourt	125 g (pot)	175	Boutiques, Supérettes, Télé centres
	500 g (pot)	500	
	1/4 l (bidon)		

Source : Données d'enquêtes.

3.2.2.3. Yaourt à base de lait en poudre

La majorité des yaourts commercialisés dans la ville de Bobo-Dioulasso est à base de poudre de lait. Ces yaourts moins chers que ceux importés sont conditionnés en pots de 125 et 500 g, en bidons de 1/4 de litre et en sachets.

Tableau 13 : Différentes marques de yaourt à base de lait en poudre.

Marques	Poids ou capacité	Prix (FCFA)	Lieux de vente
Bon Yaourt	125 g (sachet)	100	Boutiques, Supérettes
	125 g (pot)	175	
	500 g (pot)	500	
	1/4 l (bidon)	300	
Amina Yaourt	125 g (sachet)	100	Boutiques, Supérettes
	125 g (pot)	150	
	500 g (pot)	500	
	1/4 l (bidon)	300	
Si Doux	125 g (sachet)	100	Boutiques, Supérettes
	125 g (pot)	150	
	500 g (pot)	500	
	1/4 l (bidon)	300	
Koumba Yaourt	125 g (sachet)	100	Boutiques, Supérettes
	125 g (pot)	150	
	500 g (pot)	400	
	1/4 l (bidon)	300	
Nap yaourt	125 g (sachet)	100	Boutiques, Supérettes
	125 g (pot)	150	
	500 g (pot)	400	
	1/4 l (bidon)	300	

Source : Données d'enquêtes.

3.2.2.4. Lait caillé

Parmi les unités de transformation, seule Faso Kossam produit du lait caillé de manière officielle avec un emballage étiqueté (Tableau 14). C'est un produit très rare dans les alimentations et les grandes surfaces. Il est le plus souvent vendu de façon informelle par les collecteurs et les femmes dans les marchés en micro dose sous forme traditionnelle et dans les kiosques et télécentres sous forme artisanale, c'est-à-dire, fabriqué au sein de certaines familles.

Tableau 14 : Conditionnement et prix du lait caillé.

Marque	Poids ou Capacité	Prix (F CFA)	Lieux de vente
Faso Kossam	1/8 l (sachet)	75	Boutiques, supérettes, Ambulants
	1/4 l (sachet)	200	

Source : Données d'enquêtes.

3.2.2.5. Crème fraîche

Ce produit est très rare et n'est vendu que dans certaines alimentations de la place. Une seule unité de transformation fabrique la crème fraîche, Faso Kossam.

Tableau 15 : Conditionnement et prix de la crème fraîche.

Marque	Poids ou capacité	Prix (F CFA)	Lieux de vente
Faso Kossam	1/4 l (sachet)	400	Supérettes

Source : Données d'enquêtes.

3.2.2.6. Beurre

Tout comme la crème fraîche, le beurre est uniquement fabriqué par Faso Kossam. Il est peu vendu dans les boutiques et on ne le trouve presque uniquement dans les alimentations (Tableau 16). C'est un produit consommé par une tranche aisée de la population. Le beurre local est aussi vendu, mais de façon informelle et sous forme de boules par les collecteurs de lait et les femmes peules. Ce beurre est utilisé dans l'alimentation mais aussi dans la cosmétique pour l'entretien de la peau et des cheveux.

Tableau 16: Prix et lieu de vente du beurre.

Marque	Poids ou capacité	Prix (F CFA)	Lieux de vente
Faso Kossam	200 g	350	Supérettes
	1 kg	1 500	

Source : Données d'enquêtes.

3.2.2.7. Fromage

Faso Kossam est le seul fabricant de fromage industriel comme indiqué dans le tableau 17. Son produit est réservé aux plus nantis vu son coût élevé et sa disponibilité. Il existe aussi du fromage local artisanal mais très peu ou pas commercialisé.

Tableau 17 : Type de fromage.

Marque	Poids ou capacité	Prix (F CFA)	Lieux de vente
Faso Kossam	1 kg	5 000	Supermarchés

Source : Données d'enquêtes.

3.3. Modes et déterminants de la consommation

3.3.1. Modes de consommation

3.3.1.1. Caractérisation de l'échantillon

L'échantillon enquêté est composé de 250 individus dont de 133 hommes (53%) et 117 femmes (47%). La moyenne d'âge des enquêtés est de 33 ans avec un minimum de 15 ans et un maximum de 79 ans. Sur le plan matrimonial, l'échantillon se compose de 53% de célibataires. Sur le plan religieux, l'échantillon est composé de 71,6% de musulmans 27,6% de chrétiens et 0,8% d'animistes. Les niveaux d'instruction diffèrent également au sein de l'échantillon : 27,6% de non instruits, 27,6% du niveau primaire, 35,2% du niveau secondaire, 1,6% du niveau supérieur, 6,4% de formation coranique et 1,6% d'alphabétisés en langues nationales.

Les enquêtés exercent plusieurs activités tant du secteur formel qu'informel. Ces différentes professions ont été scindées en deux catégories : professions salariales c'est-à-dire une profession donnant un revenu fixe régulier et professions non salariales, donnant un revenu non fixe et irrégulier. Ainsi, 72,4% de l'échantillon sont des non salariés contre seulement 27,6% de salariés. Aussi, 68,4% déclarent-ils un revenu mensuel inférieur à 30 000 F CFA, 21,6% entre 30 000 et 60 000 F CFA, 6,8% entre 60 000 et 90 000 F CFA, 2,8% entre 90 000 et 150 000 F CFA et 0,4%, soit un seul individu affirme avoir un revenu supérieur à 150 000 F CFA. Le tableau 18 ressort les caractéristiques de l'échantillon.

Tableau 18 : Caractéristiques socio-économiques des individus enquêtés.

Paramètres	Effectifs (N)	Pourcentage (%)
Sexe		
Hommes	133	53
Femmes	117	47
Situation matrimoniale		
Célibataires	132	52,8
Mariés	118	47,20
Religion		
Chrétien	69	27,6
Musulman	179	71,6
Animiste	2	0,8
Niveaux d'instruction		
Non instruit	69	27,6
Primaire	69	27,6
Secondaire	88	35,6
Supérieur	4	1,6
Coranique	16	6,4
Langues nationales	4	1,6
Origine ethnique		
Nordiste	106	42,4
Sudiste	144	57,6

3.3.1.2. Les produits laitiers consommés

Il existe plusieurs types de produits laitiers sur le marché de Bobo-Dioulasso. Contrairement à la revue de la littérature (Metzger et *al*, 1995, Le Troquer, 1994), nos données montrent que le lait caillé est très peu consommé. Il n'est cité que par 4% des enquêtés contrairement au yaourt cité par 27 % des enquêtés, suivi du lait en poudre (21%), du lait concentré sucré (14%), du lait frais (11%), du lait concentré non sucré (7%), du beurre (7%), du lait frais pasteurisé (5%) et du fromage (2%). Notons que parmi les 250 individus enquêtés, 8 ne consomment pas de produits laitiers. Ces derniers étant qualifiés par Metzger et *al* (1995) de non-consommateurs absolus de lait et produits laitiers.

3.3.1.3. Types de consommation

On distingue deux types de consommation : une hors foyer et une au foyer. Au cours de notre enquête, nous avons pu constater l'importance de la consommation hors foyer, vu que les études antérieures se sont intéressées à la consommation au foyer (Le Troquer, 1994, Metzger, 1995, MDCRA, 1995). En effet, les pourcentages de type de consommation (Tableau 19) donnent 25% de consommateurs hors foyer, 34% de consommateurs au foyer et 37% consommant aussi bien hors foyer qu'au foyer.

Tableau 19 : Types de consommation.

	Fréquence	Pourcentage (%)
Ne consomme pas	8	3,2
Foyer	86	34,4
Hors foyer	63	25,2
Les deux	93	37,2
Total	250	100

Source : Données d'enquêtes.

3.3.1.4. Modes de consommation

Le lait et ses dérivés sont consommés chaud ou froid selon le type de produit. Consommé chaud, le lait est pris le plus souvent le matin au petit déjeuner ou le soir au dîner. Les types de produits les plus consommés pendant ces périodes de la journée et très souvent dans les kiosques ou les petits cafés sont le lait en poudre, le lait concentré sucré. Le lait est également utilisé comme désaltérant aux moments chauds de la journée. Les produits consommés à ce titre sont le yaourt, le lait cru ou pasteurisé (Tableau 20). Certains produits laitiers tels que le yaourt, le lait caillé ou le lait cru sont utilisés dans la préparation d'aliments. L'aliment à base de lait le plus consommé est le *dèguè* (grumeaux de petit mil accompagné de lait). Sa consommation est très répandue dans la ville. On retrouve également des aliments lactés dans les pâtisseries et les salons de thé de la ville tels que les gâteaux, les glaces. Ces aliments à base de lait ne sont consommés que par une infime partie de la population.

Tableau 20 : Pourcentages des produits consommés suivant les différents moments de la journée

	Petit déjeuner (%)	Déjeuner (%)	Dîner (%)	Désaltérant (%)
Lait cru	5	6,6	5	10
Lait frais pasteurisé	0,5	2,3	3	7
Lait caillé	2,5	0,8	3	2,4
Lait en poudre	31	-	8	2,1
Lait concentré sucré	20	0,4	6	1,4
Lait concentré non sucré	10	-	3	1
Yaourt	0,8	3,5	24	38,3
Fromage	1,8	-	-	-
Beurre	11	0,4	0,7	-

Source : Données d'enquêtes.

3.3.1.5. Types de consommateurs

L'enquête effectuée dans le cadre de notre étude a permis de ressortir quatre types de consommateurs. Cette typologie de consommateurs est basée sur la fréquence de consommation de lait ou de produits laitiers.

3.3.1.5.1. Les consommateurs à faible fréquence de consommation

Ce type de consommateur a une fréquence de consommation inférieure à 4 fois par mois. Ils correspondent à 75 % des personnes enquêtées. Ce type de consommateur est présenté par Metzger (1995) comme des « consommateurs occasionnels ». Les occasions de consommation sont le plus souvent les fêtes et la période de jeun. Certains de ces consommateurs ne consomment le lait que pour des raisons de santé (fièvre typhoïde). Les produits consommés sont généralement le lait concentré sucré, le lait cru et le yaourt.

3.3.1.5.2. Les consommateurs à fréquence moyenne

Pour ce type de consommateur, la fréquence mensuelle de consommation est comprise entre 5 et 16 fois. Ils représentent 15 % des consommateurs. Ils consomment généralement tous les types de produits mais le plus souvent, le lait concentré, le lait en poudre, le beurre et le yaourt.

3.3.1.5.3. Les consommateurs à fréquence élevée

Ce type de consommateurs a une fréquence de consommation supérieure à 16 fois par mois et représente 2% des enquêtés. Les consommateurs de ce type ont généralement de hauts revenus. Leur gamme de produits consommés n'est pas étendue mais la fréquence de consommation est élevée. Ces produits sont le plus souvent le lait en poudre, le lait concentré, le beurre et le yaourt.

3.3.1.5.4. Les non-consommateurs

Ils représentent une petite portion de notre échantillon, soit 8 %. Ils sont qualifiés par Metzger (1995) de « non consommateurs absolus ». Cette non consommation est due soit à la faiblesse des revenus, soit au prix élevé des produits ou à des anomalies digestives. Les coutumes alimentaires n'ont pas été déclarées comme critère de non consommation, contrairement à l'étude réalisée à Ségou (Corniaux et al, 2005).

3.3.2. Déterminants de la consommation

3.3.2.1. Le revenu

3.3.2.1.1. Dépenses en produits laitiers en fonction du revenu

En Afrique, la consommation de lait local est fortement liée au revenu des ménages (Metzger, 1994). Pour Meyer et *al.* (1999), une augmentation des revenus appelle une augmentation de la consommation des produits laitiers. En milieu urbain par exemple, une augmentation des revenus de 10 % entraîne une augmentation de la consommation des produits laitiers de 8,5 %, soit une élasticité de 0,85. Inversement, une diminution du revenu ou une hausse des prix tirera la consommation à la baisse. Le Burkina Faso n'est pas exclu de ce cadre. Pour l'INSD (2003), la dépense moyenne annuelle des ménages pour le lait et les œufs, en milieu urbain, s'élève à 12 616 FCFA, soit 2,5 % des dépenses alimentaires. Pour les produits laitiers, la dépense moyenne annuelle serait de 8 651 FCFA soit 1,7% des dépenses alimentaires. Selon MDCRA (1995), en 1994/95, les dépenses mensuelles en lait et produits laitiers étaient de 1 174 F CFA pour la catégorie qui gagne moins de 30 000 F CFA. Elle augmente progressivement jusqu'à 9 908 F CFA pour la catégorie qui gagne plus de 250 000 F CFA.

Les résultats de notre enquête montrent également l'existence d'une relation entre le revenu et la dépense en produits laitiers : les individus à haut revenu consomment plus que ceux à bas revenu. En terme économique, nous pouvons dire que les produits laitiers sont des biens « normaux » (élasticité revenu positive, élasticité prix négative). Selon le niveau de revenu, la dépense pour la consommation de lait et de produits laitiers est différente : les individus ayant un revenu inférieur à 30 000 F CFA allouent en moyenne 2 128,94 F CFA ($\pm 1 857,56$ F CFA) par mois pour l'achat des produits laitiers avec une dépense minimale de 200 F CFA et un maximum de 9 000 F CFA. Pour ceux dont le revenu est compris entre 30 000 F CFA et 60 000 F CFA, la dépense moyenne est de 3 065,38 F CFA ($\pm 2 135,01$ F CFA) le mois. Les personnes dont le revenu est compris entre 60 000 et 90 000 F CFA dépensent en moyenne 3 211 F CFA ($\pm 1 873,46$ F CFA) pour l'achat du lait et des produits laitiers. La dépense moyenne en produits laitiers pour ceux ayant un revenu compris entre 90 000 et 150 000 F CFA est de 5 466,67 ($\pm 4 121,49$) F CFA. Ceux dont le revenu est supérieur à 150 000 F CFA dépensent en moyenne 5 000 F CFA pour l'achat des produits laitiers (Tableau 21). Il apparaît donc que plus le revenu augmente, plus la dépense en produits laitiers augmente également. Le test d'indépendance du khi 2 confirme nos résultats au seuil de 5 %, c'est à dire, qu'à ce seuil, nous pouvons rejeter l'hypothèse nulle d'indépendance entre le revenu et la dépense en produits laitiers.

Tableau 21 : Dépense en produits laitiers en fonction du revenu.

Niveau de revenu	Dépense minimum (F CFA)	Dépense moyenne (F CFA)	Dépense maximale (F CFA)
< 30 000	200	2 128,94 (1 857,56)	9 000
30 000 < R < 60 000	400	3 065,38 (2 135,01)	10 000
60 000 < R < 90 000	1 000	3 211,76 (1 873,46)	7 500
90 000 < R < 150 000	1 800	5 466,67 (4121,49)	13 000
R > 150 000	5 000	5 000	5 000

Les chiffres entre parenthèses représentent les écarts types.

Source : Données d'enquêtes.

Afin de confirmer nos résultats, un test de comparaison des moyennes a été effectué. Notons que les moyennes de chaque niveau de revenu a été pris en compte, excepté le niveau 5 (R >150 000 F CFA). Ceci pour le fait qu'un seul individu a été enquêté dans cet intervalle. Le Tableau 22 donne les résultats du test de comparaison des moyennes.

Tableau 22 : Résultats du test de comparaison des moyennes

Niveau de revenu	Différence entre les moyennes
1 ~ 4	-3337,727***
1 ~ 3	-1082,825**
1 ~ 2	-936,445**
2 ~ 4	-2401,282**
2 ~ 3	-146,380*
3 ~ 4	-2254,902**

* = Significatif à 10 % ; ** = Significatif à 5 % ; *** = Significatif à 1 %.

Niveau 1 = < 30 000 ; Niveau 2 = 30 000 < R < 60 000 ; Niveau 3 = 60 000 < R < 90 000

Niveau 4 = 90 000 < R < 150 000

Le test de comparaison des moyennes indique une différence statistiquement significative entre les moyennes, tout au plus à 10 %. La dépense en lait et produits laitiers varie positivement avec le niveau de revenu.

Ces résultats permettent de nous rendre compte d'une hausse des dépenses en lait et produits laitiers par rapport aux résultats du MDCRA en 1995 et des résultats sur les dépenses des ménages (INSD, 2003). Cette hausse peut être imputée à une élévation du niveau de vie dans les centres urbains. A cela peuvent s'ajouter les habitudes alimentaires.

3.3.2.1.2. Consommation des produits selon le revenu

La dépense en produits laitiers augmente avec le revenu, mais nous constatons également que les types de produits consommés diffèrent d'un niveau de revenu à un autre. La Figure 1 met en évidence une diversification des produits pour les classes de revenu inférieur à 90 000 F CFA. Cette diversification décroît avec l'augmentation du revenu.

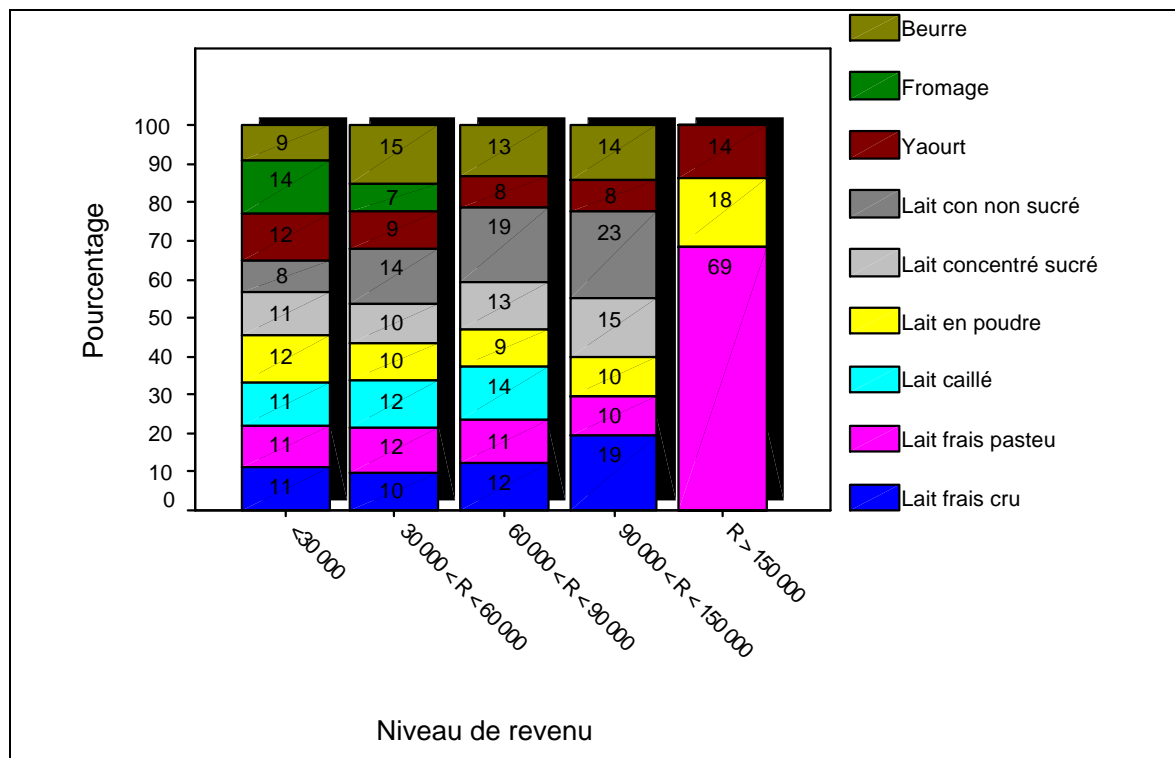


Figure 1 : Pourcentage des produits consommés selon le revenu.

3.3.2.2. L'ethnie

3.3.2.2.1. Dépenses en produits laitiers en fonction de l'ethnie

La population du Burkina Faso est constituée d'une soixantaine d'ethnies d'importance numérique inégale et qui n'occupent pas toujours des aires géographiques précises (Jeune Afrique, 2001). Quant à la population urbaine de Bobo-Dioulasso, elle est constituée surtout de Mossi (27,7%), Bobo (19,2%) et Peuls (4,6%). Selon Le Troquer (1994), les groupes ethniques du Nord consomment beaucoup plus de produits laitiers que ceux du Sud. Pour vérifier cette assertion, la vingtaine d'ethnies qui compose notre échantillon a été subdivisé en deux groupes : les ethnies originaires du Nord du pays où l'élevage bovin est traditionnellement développé et celles originaires du Sud où l'élevage bovin n'est pas ou peu développé. Ainsi, le groupe originaires de nord se compose des Bambara, Gourmantché, Gourounsi, Malinké, Marka, Mossi, Peul, Samo et Sonraï tandis que celui originaire du sud se composent des Bissa, Bobo, Bwaba, Dafing, Dagari, Dioula, Gouin, Karaboro, Kô, Lobi, Sembla, Siamou, Tiefo, Toussian et Turka.

Les résultats obtenus pour les dépenses en produits laitiers ressortent une moyenne de $3\,025,73 \pm 2\,378,22$ FCFA pour ceux du nord contre une moyenne de $2\,111,78 \pm 1\,751,51$ FCFA pour ceux du sud (Tableau 23). Au seuil de signification de 0,001, on peut rejeter

l'hypothèse nulle d'égalité entre les moyennes. Autrement dit, le test de comparaison des moyennes montre que la différence entre les moyennes est significative. Nous pouvons affirmer qu'un individu originaire du Nord aurait tendance à dépenser plus qu'un individu originaire du Sud pour l'achat de lait ou de produits laitiers. Ces résultats confirment ceux de Le Troquer (1994).

Tableau 23: Dépenses mensuelles en fonction des origines (F CFA)

Origine	Minimum	Moyenne	Maximum	Différence entre les moyennes
Nordiste	200	3 025,73 (2 378,22)	13 000	
Sudiste	200	2 111,78 (1751,51)	9 000	913,95***

*** = significatif à 1 %.

Les chiffres entre parenthèses représentent les écarts types.

Source : Données d'enquêtes.

3.3.2.2. Consommation des produits en fonction de l'origine ethnique

La consommation des types de produits diffère très peu entre nordiste et sudiste. Nous constatons néanmoins une légère préférence des produits laitiers importés tels que le lait en poudre, le lait concentré sucré et le fromage chez les sudistes (Figure 2). Par ailleurs, lorsque nous nous intéressons à la fréquence moyenne de consommation, la figure 3 ressort une fréquence moyenne plus élevée chez les nordistes que chez les sudistes.

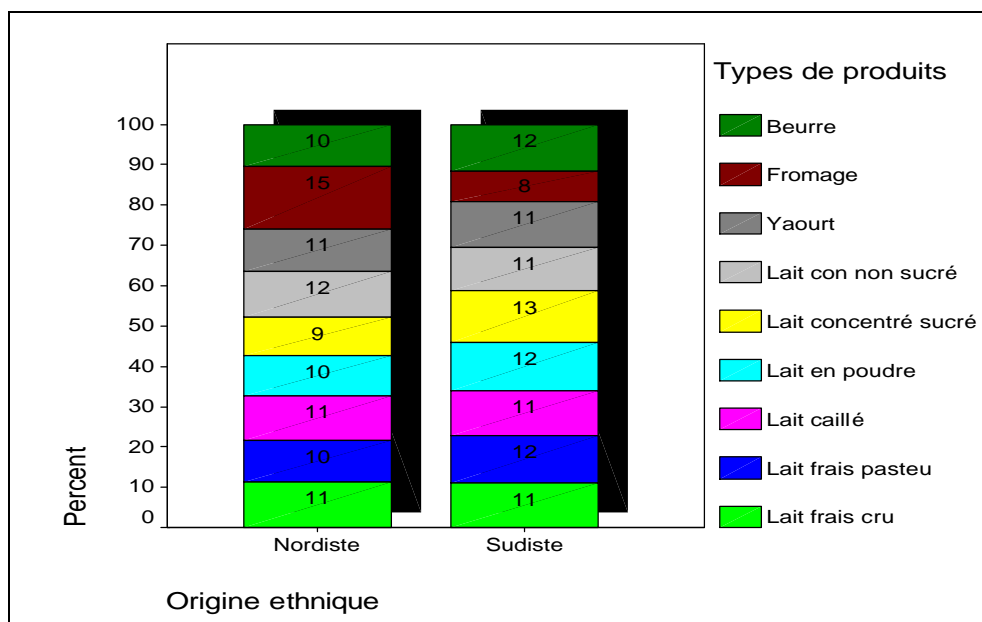


Figure 2 : Types de produits selon l'origine ethnique

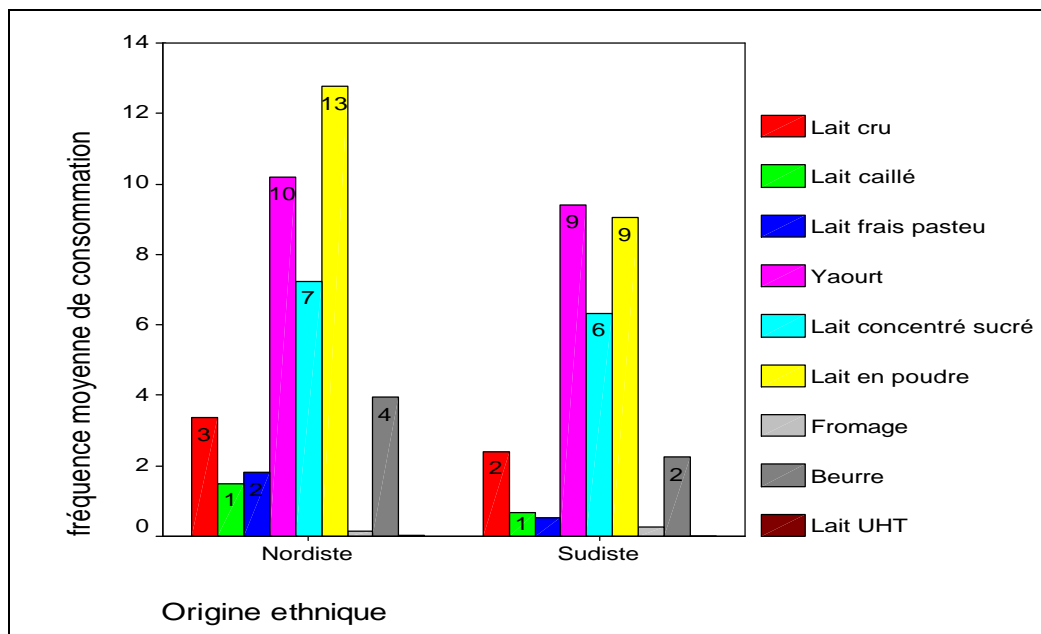


Figure 3: Fréquence moyenne de consommation selon l'origine ethnique

3.3.2.3. Situation matrimoniale

3.3.2.3.1. Dépenses en produits laitiers selon la situation matrimoniale

La situation matrimoniale joue un rôle non négligeable dans les dépenses en produits laitiers. Le tableau 8 ressort les dépenses moyennes selon que l'individu est célibataire ou marié. Les célibataires ont une dépense comprise entre 200 F CFA et 9 000 F CFA avec une moyenne de 2 278 F CFA. Quant aux mariés, leurs dépenses se situent entre 200 et 13 000 F CFA avec une moyenne de 2 760 F CFA. Au seuil de signification de 10%, on peut admettre une dépendance entre la situation matrimoniale et la dépense en produits laitiers grâce au test d'indépendance du khi 2. Le test de comparaison des moyennes indique également une différence significative au seuil de 10 %. Par conséquent, le mariage ou la vie en famille entraîne une augmentation des dépenses en produits laitiers.

Tableau 24 : Dépenses en produits laitiers en fonction de la situation matrimoniale (F CFA)

Situation matrimoniale	Minimum	Moyenne	Maximum	Différence entre les moyennes
Célibataire	200	2 278,10 (1 952,88)	9 000	
Marié	200	2 760,71 (2 214,48)	13 000	- 482,61*

* = significatif à 10 %.

Les chiffres entre parenthèses représentent les écarts types.

Source : Données d'enquêtes.

3.3.2.3.2. Consommation des produits laitiers en fonction de la situation matrimoniale

Tous les types de produits laitiers sont consommés autant par les célibataires que par les mariés. Le yaourt est le produit le plus apprécié par les célibataires compte tenu du fait que sa consommation est hors foyer et son coût, accessible. Sur les 164 enquêtés consommant du yaourt, 112 sont célibataires et 52 mariés. Chez les mariés, c'est le lait en poudre qui domine dans la consommation des produits laitiers. Sur les 128 enquêtés consommant le lait en poudre, 73 sont mariés et 55 célibataires. Le lait en poudre est donc généralement consommé en famille. La consommation du lait cru est assez importante aussi bien chez les mariés que chez les célibataires malgré le fait que sa consommation est délicate : il est plus souvent bouilli avant d'être consommé.

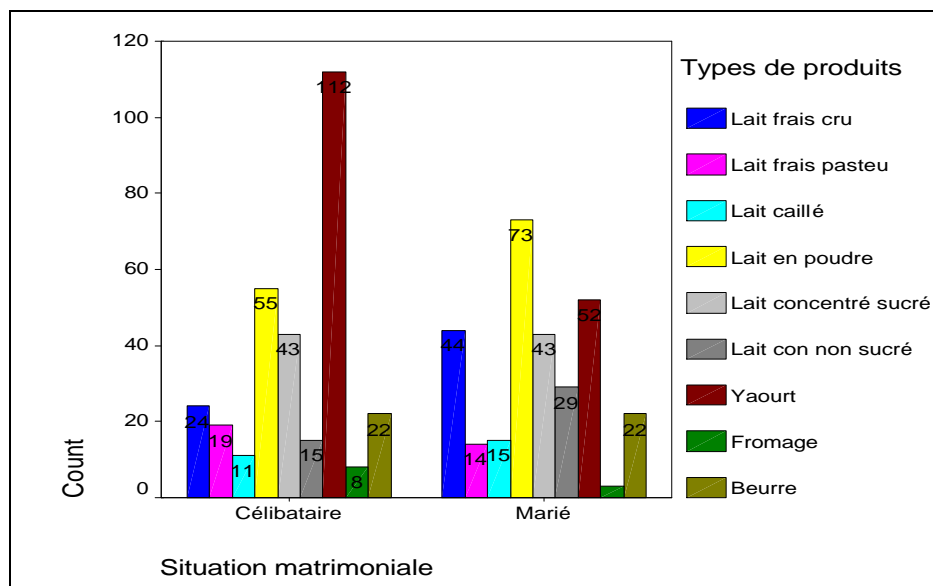


Figure 4 : Types de produits consommés selon la situation matrimoniale.

3.3.2.4. Les attributs des produits

L'achat ou la consommation d'un produit est fonction de ces attributs, c'est-à-dire, des critères sur lesquels se basent les consommateurs pour le consommer ou pas. Plusieurs critères ont alors été recensés lors de cette étude. Il s'agit du prix, de l'hygiène, de la disponibilité, du goût, de la facilité d'usage, de l'emballage et de la facilité de conservation. D'après nos enquêtes, l'hygiène est le premier attribut sur lequel se basent les consommateurs pour acheter leurs produits, elle est mise en avant par 26% des consommateurs. Le deuxième critère est le prix mis en avant par 22% des enquêtés. Viennent ensuite le goût (17%), la disponibilité (10%), l'emballage (10%) et enfin, la facilité d'usage et la conservation des produits (7%).

3.3.2.4.1. Hygiène

Les produits laitiers locaux sont de type traditionnel, artisanal ou semi-industriel. Les produits traditionnels sont généralement le lait cru, le lait caillé et le beurre. L'hygiène de ces produits est souvent mise en doute par les consommateurs par rapport aux produits laitiers importés. D'une manière globale, l'hygiène est plus appréciée positivement pour les produits importés que les produits locaux. En effet, 44,1 % des consommateurs déclarent être satisfaits de l'hygiène du lait cru contre 90,9 % pour le lait en poudre (Tableau 25). Le lait frais pasteurisé est le seul produit fabriqué à base de lait frais local dans les unités de transformations artisanales et semi-industrielles. Ce qui lui donne une certaine crédibilité sur le plan hygiénique par rapport aux autres produits locaux ; 72,2 % des individus qui le consomment lui trouvent une hygiène satisfaisante, contre 46 % pour le lait caillé par exemple. Le lait stérilisé UHT est très peu consommé mais ceux qui en consomment sont satisfaits de l'hygiène. Pour Hima (2005), les unités de transformation se heurtent à différents problèmes concernant le contrôle et la qualité des produits. La qualité, ajoute cet auteur, est affectée par l'absence de normes et de pratiques non standardisées de fabrication. Son étude sur le marché laitier à Ouagadougou, a ressorti que par rapport à l'hygiène, le port de la blouse et des chaussures, la protection des cheveux ne sont connus et pratiqués que par 21 % (6/21) des opérateurs. A cet effet, un « guide de bonnes pratiques d'hygiène » a été élaboré en 2005 par le Ministère des Ressources Animales (MRA), la Chambre de Commerce, le Ministère de l'Industrie et de l'Artisanat et le Groupe de Recherche et d'Echange Technologique (GRET). Ce guide explique les différentes pratiques afin d'assurer un lait sain aux consommateurs. Ces bonnes pratiques d'hygiène concernent la production, le transport, la transformation et la distribution du lait.

Tableau 25: Perception de l'hygiène.

	Lait local (%)			Lait importé (%)		
	Lait pasteurisé	Lait caillé	Lait cru	Lait en poudre boîte métallique	Lait poudre re-conditionné	Lait frais stérilisé (UHT)
Pas bon	2,8	14,3	13,2	0	0	0
Moyennement bon	25	39,3	42,6	9,1	22,6	0
Bon, satisfaisant	72,2	46,4	44,1	90,9	77,6	100
Total	100	100	100	100	100	100

Source : Données d'enquête.

3.3.2.4.2. Prix

Le prix est un critère essentiel dans la décision d'achat. Globalement, le prix des produits laitiers est jugé moyennement bon par les consommateurs urbains excepté le lait stérilisé trouvé trop cher (83,3 %). Les prix des produits laitiers importés sont par contre jugés moins abordables par les consommateurs. Ainsi, le prix du lait pasteurisé est trouvé moyennement bon par 63,9 % consommateurs contre 44,5 % pour le prix du lait en poudre en boîte métallique et 52,2 % pour le prix du lait en poudre re-conditionné comme l'indique la tableau 26. Ces résultats devraient montrer un engouement pour les produits laitiers locaux par rapport aux produits laitiers importés, ce qui n'est pas le cas. Mais notons que la majorité des produits locaux (yaourt, lait caillé) sont faits à base de lait importé reconstitué. De ce fait, les produits locaux à base de lait importé reconstitué deviennent moins chers et plus abordables que le lait local (Oudet, 2005) (Tableau 27).

Tableau 26 : Perception du prix.

	Lait local (%)			Lait importé (%)		
	Lait pasteurisé	Lait caillé	Lait cru	Lait en poudre boîte métallique	Lait poudre re-conditionné	Lait frais stérilisé (UHT)
Pas bon	13,9	7,2	27,9	27,3	15,6	83,3
Moyennement bon	63,9	60,7	47,1	44,5	52,2	0
Bon, satisfaisant	22,2	32,1	25	27,3	32,2	16,7
Total	100	100	100	100	100	100

Source : Données d'enquêtes.

Tableau 27 : Comparaison du prix du lait reconstitué et prix du lait local

Produits	Prix du litre
Lait reconstitué à partir d'un sac de lait en poudre de 25 kg	200
Lait frais produit localement et livré à la laiterie	300
Lait reconstitué à partir de lait en poudre à usage familial (boîte métallique de 1 kg et 3 kg)	400
Lait produit localement et pasteurisé à la laiterie	500
Lait reconstitué à partir d'une boîte de lait concentré	600

Source : Oudet (2005)

3.3.2.4.3. Goût

Le goût est relativement bien apprécié autant pour les produits laitiers locaux que pour les produits laitiers importés. Mais cette satisfaction est plus accentuée au niveau des produits

importés que des produits locaux. Comme le ressort dans le tableau 28, le goût du lait en boîte métallique est jugé satisfaisant par 90,9 % des consommateurs contre 72,2 % pour le goût du lait pasteurisé. L'appréciation négative du lait cru vient de seulement de 1,5% de consommateurs. Ce rejet pourrait s'expliquer par le fait que les enquêtés ne sont pas habitués à consommer le lait cru.

Tableau 28 : Perception du Goût

	Lait local (%)			Lait importé (%)		
	Lait pasteurisé	Lait caillé	Lait cru	Lait en poudre boîte métallique	Lait poudre re-conditionné	Lait frais stérilisé (UHT)
Pas bon	0	0	1,5	0	0	0
Moyennement bon	27,8	50	19,5	9,1	37,4	50
Bon, satisfaisant	72,2	50	79,4	90,9	62,6	50
Total	100	100	100	100	100	100

Source : Données d'enquêtes

3.3.2.4.4. Disponibilité

La disponibilité des produits laitiers est liée aux circuits de distribution. Elle est globalement satisfaisante autant pour les produits locaux qu'importés. Ces types de produits se retrouvent dans presque tous les lieux de vente de la ville. L'appréciation négative du lait caillé et du lait cru, par 7,1 % et 17,9 % (Tableau 29) des consommateurs respectivement, est due à leur mode de distribution. Le lait caillé et le lait cru issu du circuit traditionnel sont vendus de porte en porte, par abonnement ou par les femmes peules se promenant (Bardolle, 2002). Ces types de ventes sont plus axés aux secteurs périphériques de la ville par lesquels rentent les collecteurs ou les éleveurs. La saisonnalité est aussi un facteur limitant la disponibilité du lait local à certaine période de l'année.

Tableau 29 : Perception de la disponibilité

	Lait local (%)			Lait importé (%)		
	Lait pasteurisé	Lait caillé	Lait cru	Lait en poudre boîte métallique	Lait poudre re-conditionné	Lait frais stérilisé (UHT)
Pas bon	0	7,1	17,9	2,3	0,9	0
Moyennement bon	41,7	64,3	52,2	75	17,4	83,3
Bon, satisfaisant	58,3	28,6	29,9	22,7	81,7	16,7
Total	100	100	100	100	100	100

Source : Données d'enquêtes

3.3.2.4.5. Emballage

L'emballage joue un rôle important dans la commercialisation des produits laitiers. Dans son étude sur les marchés des produits laitiers à Ouagadougou, Hima (2005) ressort que 60 % des personnes enquêtées pensent que l'emballage a des incidences sur l'acte d'achat des consommateurs. Certes, l'emballage est généralement promoteur de l'hygiène, mais le *design* de l'emballage favorise l'attraction du consommateur. En effet, la forme et les motifs de l'emballage sont estimés importants par les consommateurs. Pour les produits laitiers importés, les consommateurs sont satisfaits de l'emballage qui prône une bonne hygiène et un bon *design*. Dans notre étude, d'une façon globale, l'emballage des produits locaux est moyennement apprécié par les consommateurs. Les emballages les plus courants sont en effet, le sachet plastique et le pot pour le lait pasteurisé, le lait caillé et le yaourt. Le lait cru est généralement vendu dans des bidons par les collecteurs ou les producteurs ou au détail à la louche par les femmes Peules. On note que 52,8 % des consommateurs de lait pasteurisé apprécient bien l'emballage contre 47,2 % qui le trouve moyennement bon. Pour le lait caillé, 57,2 % des consommateurs sont assez satisfaits de l'emballage contre 10,7 % qui le trouvent « pas bon ». Quant aux produits importés, l'emballage est très bien apprécié dans l'ensemble.

Tableau 30 : Perception de l'emballage

	Lait local			Lait importé		
	Lait pasteurisé	Lait caillé	Lait cru	Lait en poudre boîte métallique	Lait poudre re-conditionné	Lait frais stérilisé (UHT)
Pas bon	0	10,7	6	0	4,34	0
Moyennement bon	47,2	57,2	56,7	4,6	26,95	0
Bon, satisfaisant	52,8	32,1	37,3	95,4	68,6	100
Total	100	100	100	100	100	100

Source : Données d'enquêtes

3.3.2.4.6. Sensibilité au prix des consommateurs

L'étude de la sensibilité des prix vise à ressortir, pour les produits locaux les plus consommés, la fourchette des prix acceptables par les consommateurs notamment. Ainsi, la sensibilité des prix a été étudiée pour le lait frais pasteurisé et le yaourt et cela, pour les conditionnements les plus achetés que sont respectivement les sachets de ½ litre pour le lait frais pasteurisé et de 125 g pour le yaourt.

↳ Sensibilité au prix du Yaourt

Le yaourt en sachet de 125 g est vendu en moyenne à 100 F CFA. Ce prix est estimé « acceptable » par 69,8 % des consommateurs, « trop cher » par 12,3 % et « peu cher » par 17,9 % (Tableau 32).

Tableau 31 : Perception du prix du yaourt en sachet de 125 g.

	Minimum (F CFA)	Moyenne (F CFA)	Maximum (F CFA)	Pourcentage des consommateurs
Peu cher	100	102,63 ($\pm 11,47$)	150	17,9
Acceptable	50	102,70 ($\pm 14,07$)	175	69,8
Trop cher	50	101,92 ($\pm 21,56$)	150	12,3

Les chiffres entre parenthèses représentent les écarts types.

Source : Données d'enquêtes.

Au niveau de la Figure 6, les courbes « trop cher » et « peu cher » se coupent pour un prix de 175 F CFA et les courbes « trop peu cher » et « cher » au prix de 125 F CFA. La zone de prix acceptable pour le consommateur est donc située entre 125 et 175 F CFA soit entre 1 000 et 1 400 F CFA le kilogramme. Cette fourchette de prix est confirmée par le prix acceptable moyen qui de $102,7 \pm 14,07$ F CFA.

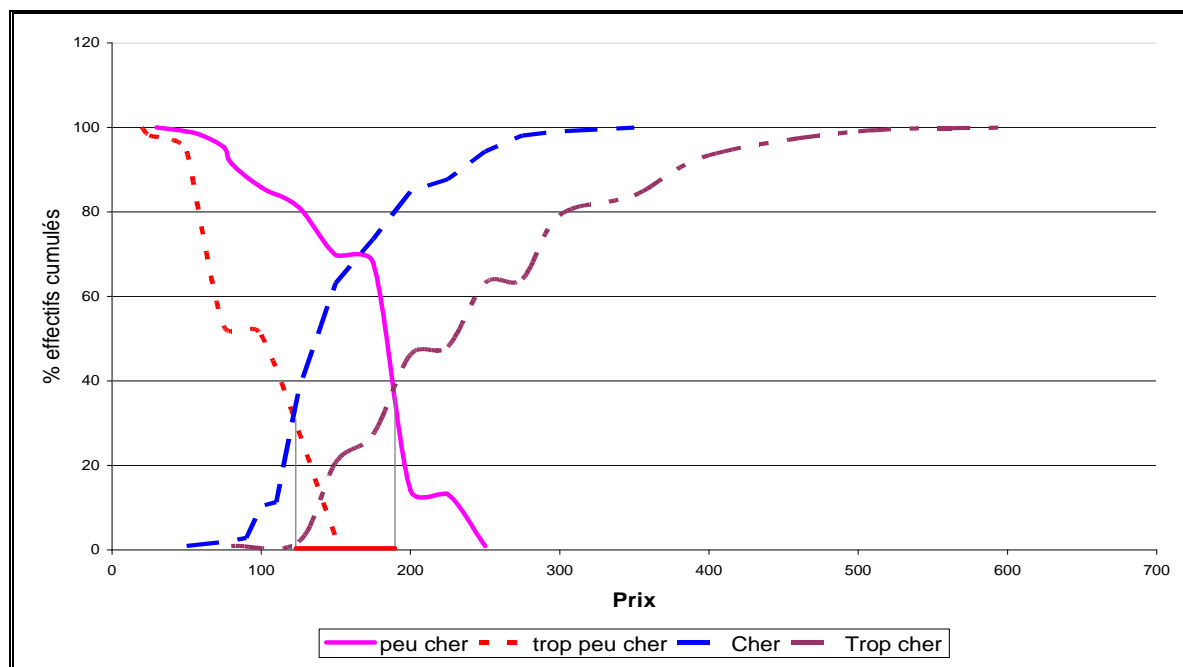


Figure 5: Détermination de la fourchette de prix acceptables du Yaourt : conditionnement de 125 g

↳ Sensibilité au prix du lait pasteurisé

Le ½ litre de lait frais pasteurisé est vendu sur le marché entre 200 F CFA et 250 F CFA. Ce prix est estimé acceptable par 59,1% des enquêtés qui le consomment (Tableau 31). Quant à la fourchette des prix, une extrapolation faite à partir de la Figure 5 permet de la chiffrer entre 175 et 250 F CFA le demi-litre, soit entre 350 F CFA à 500 F CFA le litre. Ces prix restent dans la fourchette des prix jugés acceptables par des consommateurs.

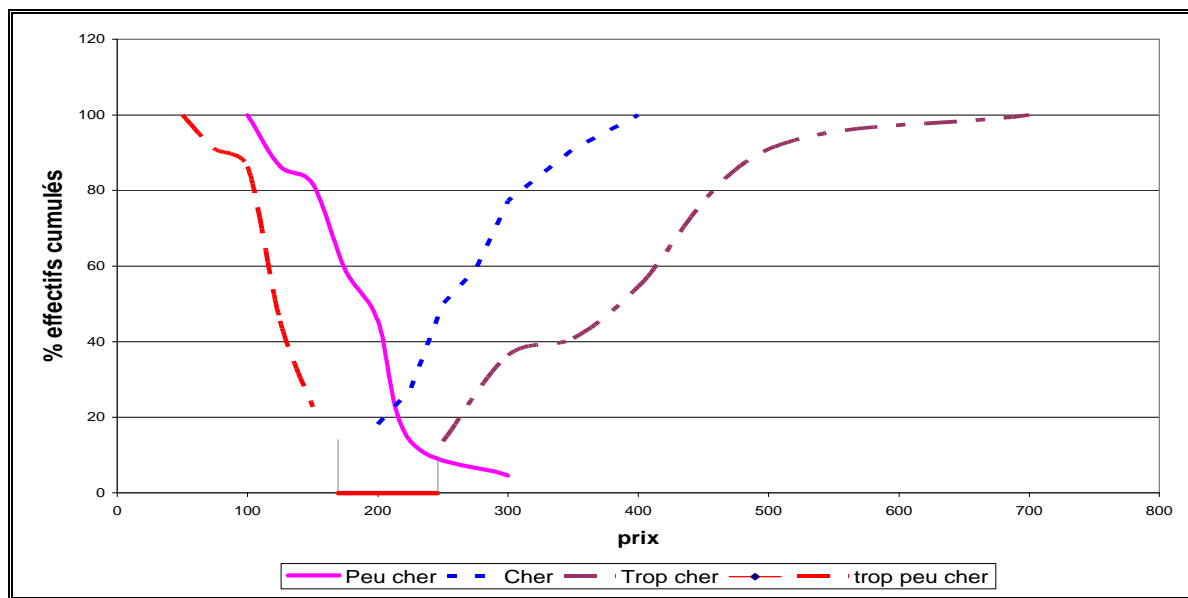


Figure 6 : Détermination de la fourchette de prix acceptables du ½ litre de lait pasteurisé.

Le tableau de la perception confirme les résultats de la sensibilité au prix car le prix moyen « peu cher » est égal à 200 ± 50 F CFA et le prix moyen « trop cher » à $241,67 \pm 34,16$ F CFA. Ces résultats nous amènent à supposer qu'une hausse du prix supérieure à 250 F CFA entraînera une baisse d'achat tandis qu'une baisse en dessous de 175 F CFA laisserait planer un doute sur la qualité du produit.

Tableau 32 : Perception du prix du ½ litre de lait pasteurisé.

	Minimum (F CFA)	Moyenne (F CFA)	Maximum (F CFA)	Pourcentage des consommateurs
Peu cher	150	200 (50)	250	13,6
Acceptable	175	228,85 (37,98)	275	59,1
Trop cher	200	241,67 (34,16)	300	27,3

Les chiffres entre parenthèses représentent les écarts types.

Sources : Données d'enquêtes.

La consommation de lait et des produits laitiers dépendent des facteurs socioéconomiques tels que le niveau de revenu, l'origine ethnique et la situation matrimoniale. En plus de ces facteurs nous avons pu constater la sensibilité des consommateurs aux différents attributs des produits, qu'ils soient locaux ou importés. Ces attributs influencent la

consommation et donnent ici les différents critères de choix dans l'achat des produits laitiers. Ainsi, la préférence des consommateurs est basée sur la qualité hygiénique du produit, son prix abordable, son goût, sa disponibilité, l'état et le design de l'emballage.

4. Conclusion

Malgré un cheptel important, le Burkina Faso importe encore une grande quantité de lait et de produits laitiers. L'étude de l'offre du lait et des produits laitiers dans la ville de Bobo-Dioulasso a permis de nous rendre compte de sa saisonnalité. En saison sèche, il rentre dans la ville, 602 litres de lait cru par jour contre 1991 litres par jour en saison des pluies. Sur le marché de Bobo-Dioulasso, l'importance des importations se ressent à travers les différents produits laitiers offerts aux consommateurs. On distingue alors deux catégories de lait et produits laitiers sur le marché : les produits laitiers importés et les produits locaux.

Les premiers sont plus importants et sont de gamme très variée (poudre de lait, lait concentré sucré et non sucré, lait UHT, yaourt, beurre, fromage). Ils sont vendus dans presque tous les lieux de vente. Très diversifiés, ces produits sont consommés par la majorité de la population.

Parmi les produits locaux, on distingue ceux traditionnels (lait cru, lait caillé, beurre artisanal) et les produits laitiers issus des unités de transformation (lait frais pasteurisé, lait caillé, yaourt). L'analyse a permis d'identifier le revenu, l'origine ethnique, la situation matrimoniale et les attributs des produits comme étant des déterminants majeurs de la consommation. De par les résultats de notre étude, nous avons constaté que la dépense en produits laitiers est fonction du revenu : plus le revenu augmente, plus la dépense (la consommation) en lait et produits laitiers augmente. De même, l'origine ethnique joue un rôle important dans la consommation. Les individus d'origine nordiste consomment plus de lait que ceux du Sud, cause que nous avons rapportée à l'élevage traditionnellement développé dans le Nord du pays et de leurs habitudes alimentaires.

En ce qui concerne la situation matrimoniale, elle influe sur la consommation, en ce sens que la consommation de lait et de produits laitiers est plus élevée chez les personnes mariées que chez les célibataires. Les attributs des produits influent également sur les décisions d'achat des consommateurs. Les principaux attributs cités sont par ordre d'importance l'hygiène, le prix, le goût, la disponibilité, la facilité d'usage, l'emballage et la conservation. Enfin, l'étude de la sensibilité aux prix a permis de ressortir une fourchette de prix compris entre 350 et 500 FCFA pour le litre de lait pasteurisé contre entre 1000 et 1400 F CFA le kg de yaourt.

Au terme de notre étude, il nous est également possible de noter un certain manque de connaissance des produits locaux. La faible consommation des produits laitiers locaux est

certes due à la concurrence des importations, mais elle est également imputable à un manque de promotion et de valorisation du lait et des produits laitiers locaux. La promotion du lait local est quasi inexistante. Ce qui entraîne un manque d'informations sur les produits laitiers des unités de transformations locales.

Ainsi, au vu des résultats de cette étude, quelques recommandations peuvent être formulées.

En amont, pour une augmentation quantitative et qualitative du lait, des suppléments pourraient être réalisés au niveau de l'alimentation du bétail et surtout pendant la saison sèche. Pendant cette saison, où les pâturages manquent, une facilitation d'accès aux SPAI (Sous Produits Agro-Industriel) permettraient une meilleure alimentation et éviterait ainsi la saisonnalité de l'offre dans les villes.

Au niveau des différents maillons de la filière lait, la formation des acteurs aux bonnes pratiques d'hygiène permettrait la mise en place de produits de qualité sur le marché et ainsi, renforcerait la confiance des consommateurs, sur le plan qualité, pour les produits locaux. Concernant toujours la qualité hygiénique des produits, l'adoption et la vulgarisation comme norme de qualité du « guide de bonnes pratiques d'hygiène » par la TFL (Table Filière Lait), pourraient être un atout. En effet, une adoption du guide rendrait plus de crédibilité aux produits locaux sur le plan qualité hygiénique. Cette adoption passerait également par des contrôles et des sanctions pour le non-respect des normes d'hygiène du guide, appliquées par des autorités compétentes.

Comme dernière recommandation, nous proposons une promotion et une valorisation des produits locaux. Cette promotion pourrait se faire par le biais du marketing, des publicités à la radio, à la télévision, en passant par des affiches publicitaires, permettant une meilleure connaissance des produits locaux qui stimulera les achats.

Bibliographie

- ADENAIKE B. 2000.** *Le développement des produits laitiers en Afrique sub-saharienne. Dossier lait.* Partenariat n°47. Bulletin d'Information du Centre pour le Développement Industriel. Bruxelles : CDI ;1-4 pp.
- ARAGRANDE M. 1997.** *Les approches disciplinaires de l'analyse des SADA.* Programme FAO : Approvisionnement et distribution alimentaire des villes. Collection « Aliment dans les villes ». Dakar-FAO ; 6 p
- BARDOLLE A. 2002.** *Approvisionnement de la ville de Bobo-Dioulasso en produits laitiers, issus du bassin périurbain, par les collecteurs informels et circuits de commercialisation.* Bobo-Dioulasso : CIRDES-ISARA ; 39 p.
- BROUTIN C., FRANCOIS M., NDOYE F., SOKONA K., MARPEAU G. 2002.** *Analyse de la consommation des produits laitiers à Kolda.* Programme INCO MPE agroalimentaires. Synthèse des résultats. Dakar : GRET – Enda GRAF ; 21 p.
- BROUTIN C., SOKONA K., TANDIA A., BA/DIAO M. 2000.** *Paysage des entreprises et environnement de la filière lait au Sénégal.* Dakar : GRET- Enda GRAF, IFAN/UCAD; 56 p.
- BURKINA FASO (2004).** **Cadre stratégique de lutte contre la pauvreté (CSLP).** Ouagadougou : Ministère de l'Economie et du Développement ; 124 p.
- CORNIAUX C., NIAFO Y., POCCARD CHAPUIS R., COULYBALY D. 2005.** *Consommation de lait et de produits laitiers dans les ménages de Ségou.* Ségou : Projet FSP Lait ; 21 p.
- DUTEURTRE G., OUDANAG K. M., LETEUIL H. 2000.** *Une méthode d'analyse des filières.* Document de travail. Synthèse de l'atelier du 10- 20 avril 2000. N'Djaména : LRVZ ; 36 p.
- FAO 2004.** *Base de données agricoles.* FAOSTAT. www.faostat.fao.org/foostat (25-09-2005)
- FAYE B. et ALARY V. 2001.** *Les enjeux des productions animales dans les pays du sud.* INRA Productions Animales n°14 : 3-13 pp.
- GOOSSENS F. 1998.** *Commercialisation des vivres locaux. Le secteur informel dans une perspective dynamique.* Programme « Approvisionnement et distribution alimentaire des villes ». Collection « aliments dans les villes ». Rome: FAO; 80p.
- GRET 2005.** *Guide de bonnes pratiques d'élevage : maîtrise de la qualité dans la transformation laitière au Burkina Faso.* Dakar : GRET ; 96 p.
- HAMADOU S., KAMUANGA M., MARICHATOU H., KANWE A., SIDIBE G.A. et PARE J. 2002.** *Diagnostic des élevages périurbains de production laitière : typologie des exploitations de la périphérie de Bobo-Dioulasso.* PRODORDEL. Etude socioéconomique. Document de travail n°1. Bobo-Dioulasso : CIRDES- INERA-DRRA ; 72 p.

HAMADOU S. et KIENDREBEOGO T. 2004. *Production laitière à la périphérie de Bobo-Dioulasso (Burkina Faso) et amélioration des revenus des petits producteurs.* RASPA vol.2, N°3-4, 245-250 pp.

HAMADOU S., MARITACHOU H., KAMUANGA M. 2004. *Croissance désordonnée des élevages périurbains et approvisionnement de la ville de Bobo-Dioulasso : problématique de l'hygiène du lait.* *Etudes et Recherches Sahéliennes* n°8 et n°9 ; 107-117.

HAMADOU S. et SANON Y. 2005. *Diagnostic de la filière lait au Burkina Faso : état des connaissances scientifiques disponibles et identification des besoins en recherche.* Bobo-Dioulasso: CIRDES, MRA, 49 p.

HIMA A. 2005. *Développement de marchés laitiers à Ouagadougou (Burkina Faso).* Mémoire d'Ingénieur en Agronomie Tropicale (DIAT) : option VALOR ; Montpellier : CNEARC, 74 p + annexes.

INSD 2000. *Renseignement Général de la Population et de l'habitat- 1996.* Fichiers des villages du Burkina Faso. Vol 3; 315 p.

INSD 2003. *Analyse des résultats de l'enquête burkinabé sur les ménages.* Rapport final. Ouagadougou, Ministère de L'Economie et du Développement ; 223 p + annexes

LAMBHEY C. 2000. *Price as an indicator of sacrifice. Le prix dans son rôle négatif.* « Le Tendenze Del Marketing in Europa ». Venezia : Universita Ca'Foscari ; 20 p.

LE TROQUER Y. 1994. *L'approvisionnement de la ville de Bobo Dioulasso en produits laitiers.* Montpellier: GRET- AFVP- CNEARC, 80 p.

JEUNE AFRIQUE 2001. *Atlas du Burkina Faso.* Paris : Les Editions Jeune Afrique ; 62 p.

MARICHATOU H., KAMUANGA M., RICHARD D., KANWE A. et SIDIBE A. 2002. *Synthèse des études et travaux de recherche-développement sur les filières laitières de Bobo-Dioulasso ; production, distribution et consommation des laits et produits laitiers.* PROCORDEL. URPAN. Document de travail n°1. Bobo-Dioulasso : CIRDES ; 40 p.

MDCRA 1995. *Etude des marchés du lait et des produits laitiers de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso.* Rapport provisoire. Ouagadougou : Coordination du Programme Sectoriel d'Appui à l'Elevage (PSAE-VII^{ème} FED), Secrétariat Permanent de la Coordination de la Politique de développement de l'Elevage ; 224 p.

MESSRS 2002. *Atelier national d'analyse et de validation des enjeux. Contraintes et besoins de recherche de la filière lait dans la zone périurbaine et pastorale aménagée du Burkina Faso.* Document de synthèse. Ouagadougou: CNRST, 39 p.

METZGER R., CENTRES J.M., THOMAS L. et LAMBERT J.C. 1995. *L'approvisionnement des villes africaines en lait et produits laitiers.* Etudes FAO, Production et santé animale n°124. Rome: FAO; 101 p.

MEYER C. et DENIS J. P. 1999. *Elevage de la vache en zone tropicale.* Montpellier, CIRAD ; 314 p.

MRA 2000. *Plan d'actions et programme d'investissement du secteur de l'élevage au Burkina Faso*, Résumé. Ouagadougou : MRA ; 54 p.

MRA 2004 (a). *Deuxième Enquête Nationale sur les Effectifs du Cheptel. Tome II. Résultats et Analyses*. Ouagadougou : Ministère de l'Economie, du Développement et des Ressources Animales, 85 p

MRA 2004 (b). *Les statistiques du secteur de l'élevage au Burkina Faso*. Ouagadougou : Ministère des Ressources Animales, Services de statistiques Animales ; 55 p.

MRA 2006. *Plans d'action pour le développement de la filière laitière au Burkina Faso*. Rapport provisoire. Ouagadougou : Fonds d'Observation Economique et Sociale du Monde Rural (FOESMR) -AGRER- SERT ; 159 p.

OUDET M. 2005. *La révolution blanche est-elle possible au Burkina Faso et plus largement en Afrique de l'Ouest ?* Aachen ; MISEREOR ; 30 p.

OUEDRAOGO T. 2002. *Ravitaillement de la ville de Bobo-Dioulasso en lait et produits laitiers par les collecteurs informels et circuits de commercialisation*. Bobo Dioulasso : CIRDES-ISARA ; 35 p.

SANOUB. 1996. *Commune de Bobo-Dioulasso: les racines du futur*. Bobo-Dioulasso : Edition du CAD ; 264 p.

SAMSON V. 1999. *Lancement d'un nouveau produit de la société des eaux du nord*. Mémoire en Marketing – vente. Lille-IUP; 43 p <http://mvmemoire.free.fr/titrenew.htm> (21-11-2005).

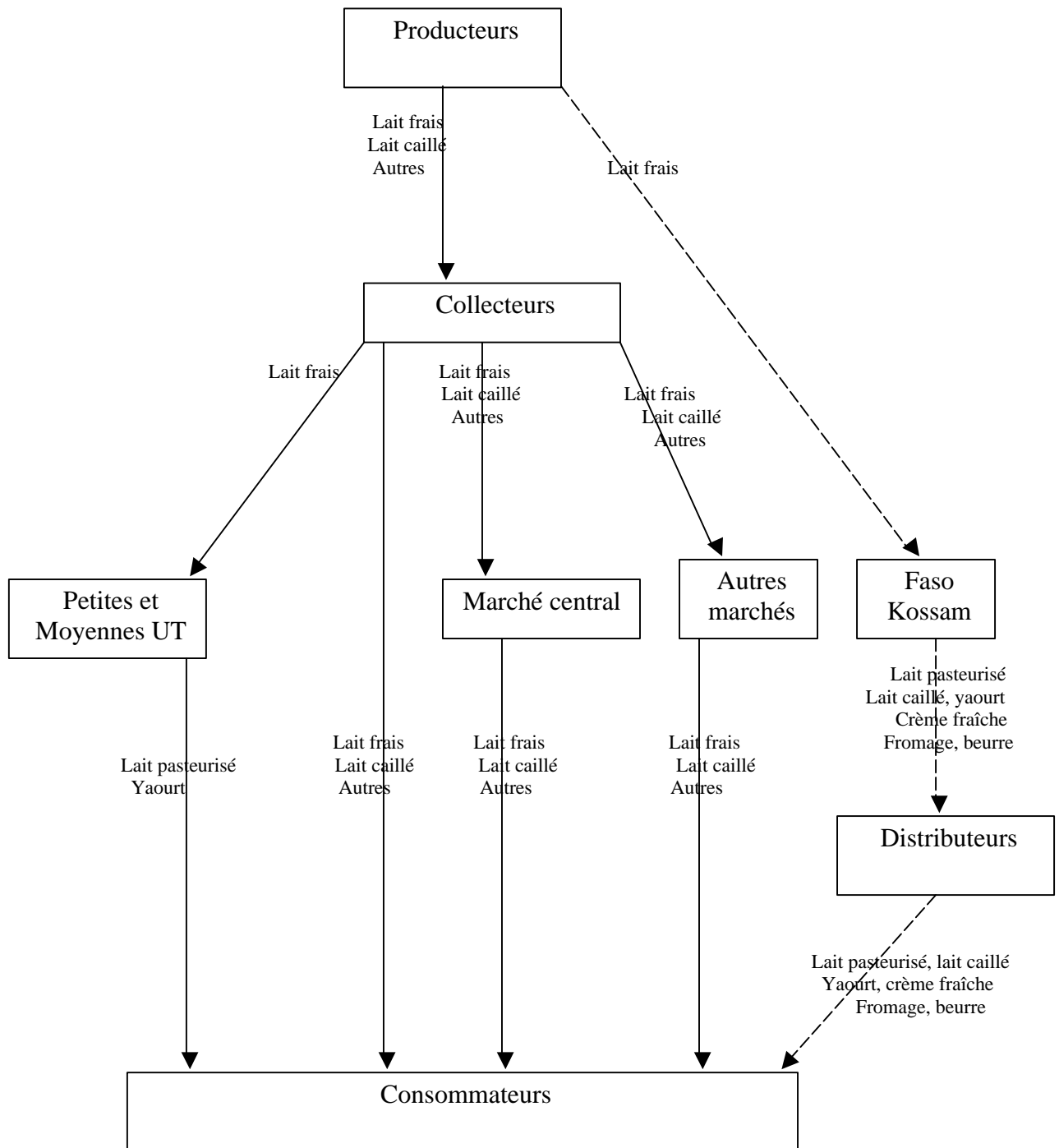
SCHÖBI N. et JOYE D. 2001. *A la recherche du bon échantillonnage : Comparaison des résultats entre méthodes de quotas et aléatoires*. SIDOS, Neuchatel. 21 p.

SIDIBE M., BOLY H., LAKOUE TENE T., LEROY P. et BOSMA R. H. 2004. *Elevage laitier périurbain : Aspect typologique et sanitaire à Bobo-Dioulasso (Burkina Faso)*. Bobo-Dioulasso; 10p

UEMOA 2002. *Appui à la mise en œuvre de la politique agricole de l'Union en matière de sécurité alimentaire. Programme régional de sécurité alimentaire. Burkina Faso*. Proposition d'investissement dans le domaine de la sécurité alimentaire. Version préliminaire. Rome : FAO-UEMOA ; 19 p + annexes.

Annexes

Annexe 1 : Circuit de l'offre du lait local



———▶ Circuit informel
 - - - -▶ Circuit formel

Annexe 2 : Questionnaire d'enquête

Centre International de Recherche-Développement sur l'Élevage en zone Sub-humide (CIRDES)

Projet Politiques Laitières (PPL)

Enquêteur : _____ Superviseur : _____

Date : _____ Numéro du questionnaire : _____

Introduction

L'objectif global de cette étude est d'analyser la consommation du lait et des produits laitiers dans la ville de Bobo Dioulasso. De façon spécifique, trois objectifs sont visés :

- Identifier les différents produits se trouvant sur le marché ;
- Identifier les déterminants de la consommation à travers les critères socio-économiques et culturels de la population ;
- Analyser la sensibilité des consommateurs face aux prix des produits laitiers.

Pour atteindre ces objectifs, nous avons opté pour une enquête « individu ». La taille de l'échantillon sera de 250 individus. Il a été déterminé selon la méthode des quotas. La feuille ci-jointe donne sa répartition selon le sexe, les secteurs et les tranches d'âge.

Analyse de la consommation du lait et des produits laitiers

I. Généralités

1-Nom et prénom : _____

2- Sexe: ... 1 = H Age: _____
 2 = F

3-Profession : _____ Quartier : _____

4-Situation matrimoniale : \...../
(1) Célibataire (2) Marié

Si marié, nombre de personne dans le ménage: \...../

Composition du ménage

- (1) - moins de 15 ans \..... /
- (2) -15 à 18 ans \..... /
- (3) – plus de 18 ans \..... /

5-Ethnie : \...../
(1) Mossi (2) Bobo (3) Peul (4) Autres (à préciser): \...../

6- Religion : \...../

- (1) Chrétien (2) Musulman (3) Autres (à préciser)

7- Niveau d'instruction: \..... /

- (1) Non instruit (2) Primaire (3) Secondaire (4) Supérieur (5) Ecole coranique
(6) Alphabétisé en langue nationale

8- Revenu (FCFA)/ mois :

<30 000 (1)	
[30 000-60 000[(2)	
[60 000-90000[(3)	
[90 000-150 000] (4)	
>150 000 (5)	

9- Consommez-vous du lait ? \...../

- (1) Oui (2) Non

Si non pourquoi ?.....
.....

10- A combien de franc estimez-vous votre dépense pour la consommation de lait ou de produit laitier ?

Par jour	
Par semaine	
Par mois	

II. Modes de consommation et déterminants de la consommation

11- Quels types de produits laitiers consommez-vous ? (Plusieurs réponses sont possibles)

Lait frais cru (1)	
Lait frais pasteurisé (2)	
Lait caillé (3)	
Lait en poudre (4)	
Lait concentré sucré (5)	
Lait concentré non sucré (6)	
Yaourt (7)	
Fromages (8)	
Beurre (9)	

12- Pour le lait frais, est-ce du lait local ou du lait frais importé ? \...../

- (1) Lait local (2) Lait importé (3) Les 2

13-Pour le Yaourt, est-ce du yaourt : \...../

- (1) Yaourt nature (2) Yaourt importé (3) Yaourt local à base de lait en poudre
(4) Aucune idée

14- Quel(s) type(s) de produit(s) laitier(s) consommez-vous d'habitude au :

	Lait frais cru (1)	Lait frais pasteurisé (2)	Lait caillé (3)	Lait en poudre (4)	Lait concentré sucré (5)	Lait concentré non sucré (6)	Yaourt (7)	Fromages (8)	Beurre (9)
Petit déjeuner									
Au déjeuner									
Dessert									
Au dîner le soir									

15- Où achetez-vous vos produits laitiers ?

Marché (1)	
Abonnement (2)	
Boutiques (3)	
Restaurants (4)	
Supers marchés (5)	
Kiosques (6)	
Vendeurs ambulants (7)	

15- Fréquence de consommation :

	Par jour	Par semaine	Par mois	Par an
Lait frais cru				
Lait frais pasteurisé				
Lait caillé				
Lait en poudre				
Lait concentré sucré				
Lait concentré non sucré				
Yaourt				
Fromages				
Beurre				
Lait frais UHT (importé)				

16-A quel période de l'année consommez-vous le plus le lait ?

Période chaude (1)	
Période froide (2)	
A tout moment (3)	

17- Où consommez-vous le lait ? \...../

(1) Foyer (2) Hors foyer (3) Les 2

18- Consommez-vous des aliments faits à base de lait ? \...../

(1) Oui (2) Non

Si oui,
lesquels ?.....
.....

19- Sur quel(s) critère(s) vous basez-vous pour acheter le lait ?(plusieurs réponses possibles)

Critères	Prix (1)	Hygiène (2)	Disponibilité (3)	Goût (4)	Facilité d'usage (5)	Emballage (6)	Conservation (7)

20- Donnez votre appréciation des produits selon les différents critères :

(1) Pas bon (2) moyennement bon (3) Bon, satisfaisant

	Lait en poudre		Lait frais		Lait Caillé	Lait Cru
	En vrac	Boîtes métalliques	Pasteurisé	Stérilisé (UHT)		
Prix						
Goût						
Hygiène						
Emballage (conditionnement)						
Disponibilité						
Qualité						

III. Sensibilité au prix

21-Pensez-vous que le prix du lait frais local est : \...../

(3) Cher (2) Acceptable (1) Peu cher

22-Pensez-vous que le prix du lait en poudre est : \...../

(3) Cher (2) Acceptable (1) Peu cher

23-Pensez-vous que le prix du lait concentré est : \...../

(3) Cher (2) Acceptable (1) Peu cher

24-Perception des prix par le consommateur

Lait Frais local Pasteurisé.

	Sachet 1/8 l	Sachet 1/4 l	Sachet 1/2 l
A combien achetez-vous le produit laitier (PL) ?			
Que pensez-vous de ce prix ? 1=Peu cher ; 2=Acceptable ; 3=Trop cher			
A quel prix pensez-vous que le PL est trop peu cher auquel cas, vous ne l'achetez pas car vous doutez de sa qualité ?			
A quel prix, pensez-vous que le PL est peu cher auquel cas, vous l'achetez ?			
A quel prix, pensez-vous que le PL est cher et vous l'achetez quand même ?			
A quel prix, pensez-vous que le PL est trop cher auquel cas, vous n'envisagerez jamais de l'achetez ?			

Yaourt nature.

	Sachet 125 g	Pot 125g	Pot 500 g	Bidon 1/4 l
A combien achetez-vous le produit laitier (PL) ?				
Que pensez-vous de ce prix ? 1=Peu cher ; 2=Acceptable ; 3=Trop cher				
A quel prix pensez-vous que le PL est trop peu cher auquel cas, vous ne l'achetez pas car vous doutez de sa qualité ?				
A quel prix, pensez-vous que le PL est peu cher auquel cas, vous l'achetez ?				
A quel prix, pensez-vous que le PL est cher et vous l'achetez quand même ?				
A quel prix, pensez-vous que le PL est trop cher auquel cas, vous n'envisagerez jamais de l'achetez ?				

Annexe 3 : Lait caillé (125 ml)



Annexe 7 : Lait frais pasteurisé (1/2 l)



Annexe 4 : Gamme de yaourt local



Annexe 8 : Yaourt local (500 g)



Annexe 5 : Yaourt local (125 g)



Annexe 9 : Yaourt Local (1/4 l)



Annexe 6 : Yaourt local en sachet de 125 ml



Annexe 10 : Yaourt local



Annexe 11 : Lait en poudre en boîte métallique de 1kg



Annexe14 : Lait en poudre en boîte métallique de 1kg (Bonnet Rouge)



Annexe 12 : Lait concentré sucré (1kg) (Bonnet Rouge)



Annexe 15 : Lait concentré sucré (1kg) (Bonita)



Annexe 13 : Lait concentré non sucré (Bonnet Rouge)



Annexe 16 : Yaourt importé (Yoplait)

