

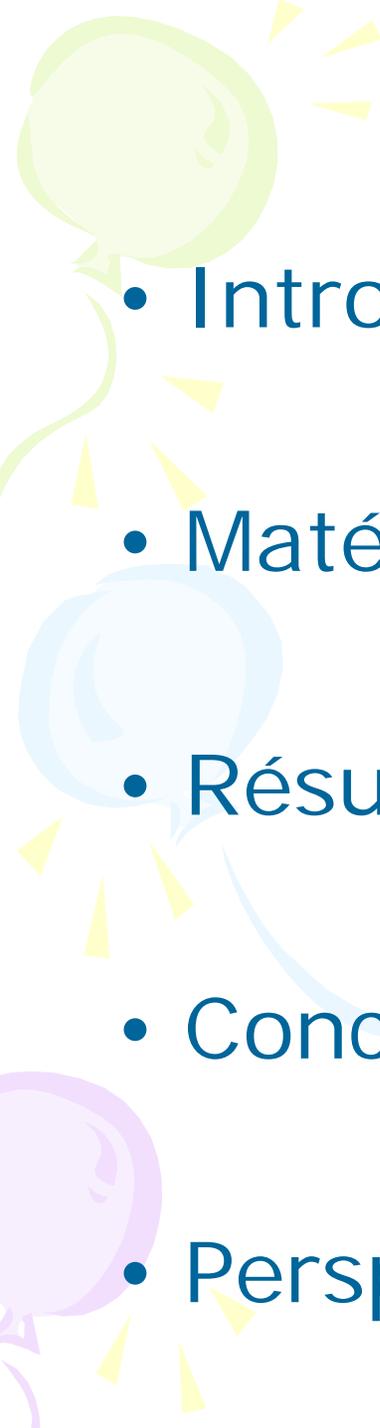


Analyse de consommation du lait et des produits laitiers dans la ville de Niamey au Niger



Atelier régional : Bamako, du 29 mai au 2 juin 2006

S.G. Vias Franck¹, M. GARBA¹, S. YEROU¹



Plan de l'exposé

- Introduction
- Matériels et méthode
- Résultats et discussion
- Conclusion
- Perspectives

Introduction

- Paradoxe
 - Cheptel important et varié
 - Déséquilibre entre l'offre et la demande en lait
- Raisons
 - Faiblesses de la collecte
 - Croît démographique élevé : 5 102 980 habitants en 1977 à 10.790.352 habitants
 - Croissance de la population urbaine
- Pôles de consommation très convoités
 - Importateurs de produits laitiers : *61 263 tonnes de produits laitiers par an*
 - Unités de transformations : *(1) en 1990 en un dizaine à l'heure actuelle*

Introduction

- Offre en produits laitiers variée
 - Émergence d'unités de transformation artisanale, semi-industrielle ou industrielle
 - Diversification des de produits locaux (artisanaux, manufacturés) et importés sur les marchés
 - Réseau de collecte de lait qui se développe autour des grandes villes au profit des laiteries
- Demande en produits laitiers mal connue
 - Les pratiques de consommation des produits laitiers...
 - Les types de produits consommés
 - Les caractéristiques des marchés de produits laitiers
 - D'où cette étude
- Cadre institutionnel :
 - Projet de recherche : Niger, Mali, Burkina, Sénégal

Matériels et Méthode

► Zone d'étude : Ville de Niamey

- Localisation : longitudes 10° et 16° , les latitudes $11^{\circ},43'$ et $11^{\circ} 23'$
- Superficie : $239,26 \text{ km}^2$ (contre 14 km^2 en 1970) dont $7\,500 \text{ ha}$ pour les habitations humaines
- Population : $674\,950$ (RGP/H, 2001)



► Choix de Niamey ?

- Consommation urbaine, diversité ethnique, pouvoir d'achat plus élevé...

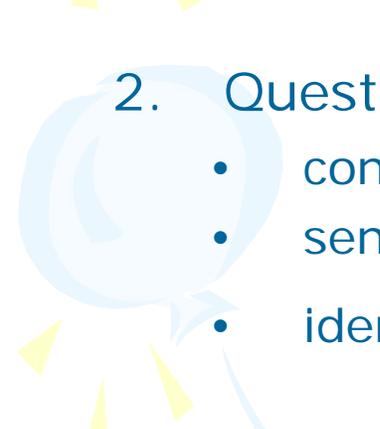




Matériels et Méthode



► Dispositif d'enquête

1. Enquête qualitative : Pratiques, les attributs, mode...
 2. Questionnaire structuré en 3 parties
 - consommation de produits laitiers,
 - sensibilité au prix des consommateurs
 - identification des personnes enquêtées
 3. Contrat avec l'INS : Validation du questionnaire, recrutement et formation de 10 enquêteurs, collecte des données du 2 au 6 avril 2006 auprès de 500 ménages
- 
- 



Matériels et Méthode



▶ Echantillonnage

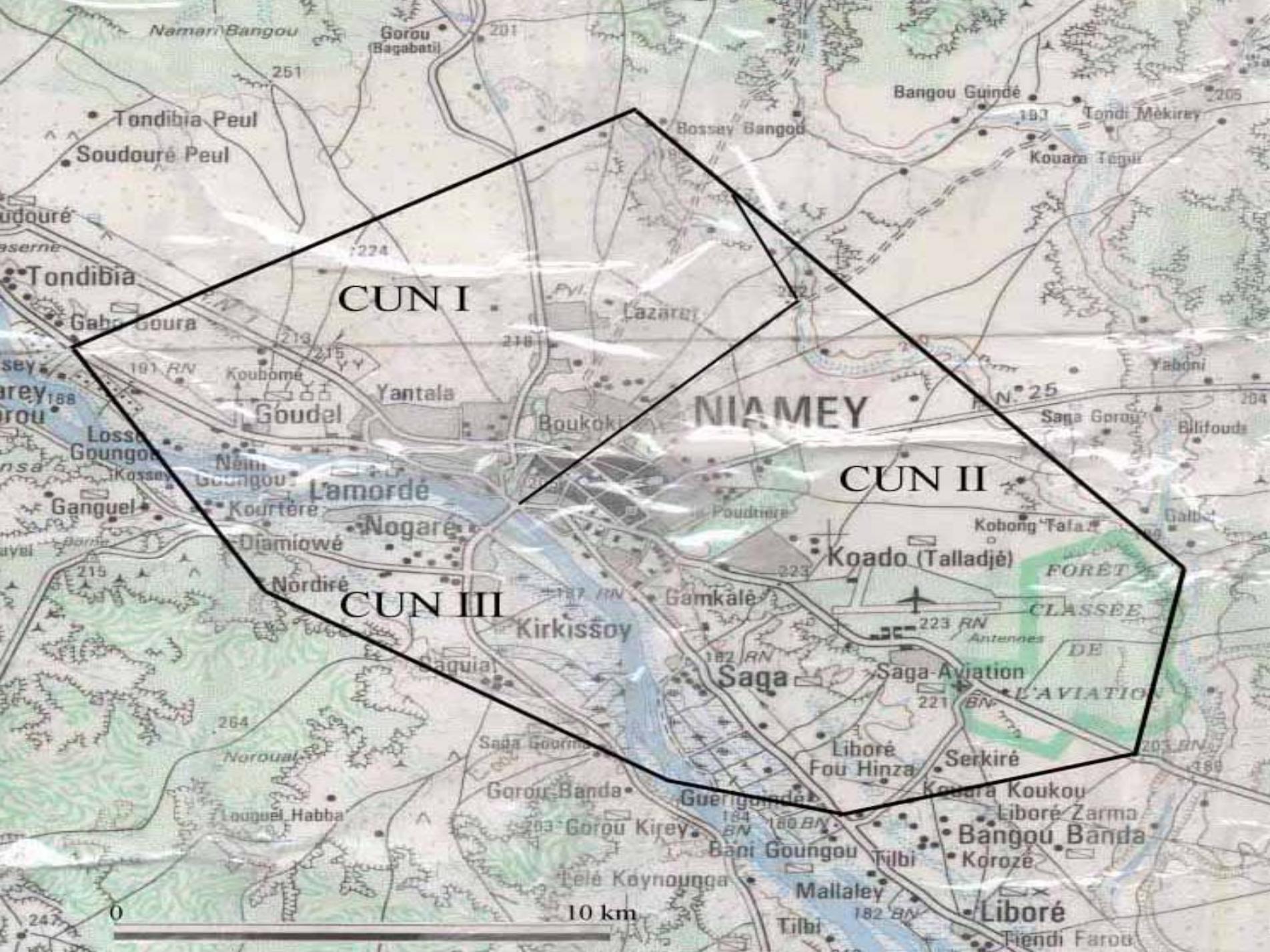
1. Groupe cible = ensemble des ménages résidant dans les communes de Niamey sur la base du RGP/H (2001)
 2. Sur les 3 communes urbaines, sélection de 25 ZD proportionnellement au nombre de ZD total dans chacune des 3 communes
 3. 500 ménages sélectionnés proportionnellement au nombre total de ménages dans chacune des 3 communes
- 
- 

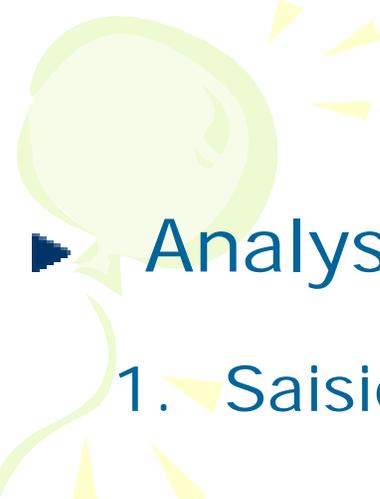
Répartition des ZD par communes (RGPH-2001)

Communes	Nombre de ZD	Nombre de ménages	Population	Pourcentage de la population
CUN 1	176	51 996	32 3753	45,7
CUN 2	149	44 708	28 9213	40,9
CUN 3	44	14 505	949 85	13,4
Ensemble	369	111 209	707 951	100

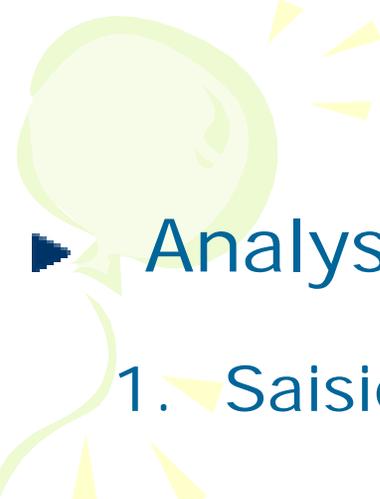
Répartition des ménages à tirer par commune

Communes	ZD par CUN	ZD à sélectionner	Ménages à sélectionner
CUN1	176	12	234
CUN2	149	10	201
CUN3	44	3	65
Ensemble	369	25	500

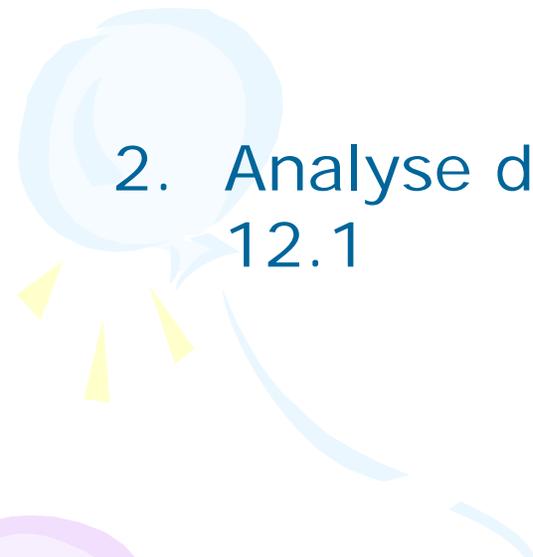




Matériels et Méthode



► Analyse statistique

1. Saisie des données sur le logiciel IMPS version 3.1
 2. Analyse descriptive par le logiciel SPSS version 12.1
 3. Analyse des croisements par Stata : Statistical Data Analysis
- 
- 



Résultats

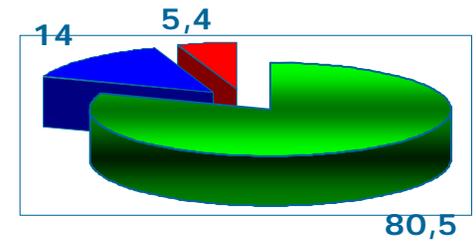
1. Caractéristiques de l'échantillon enquêté

- Age du chef de ménage, Ethnique, Niveau d'instruction, Taille du ménage et niveau de vie

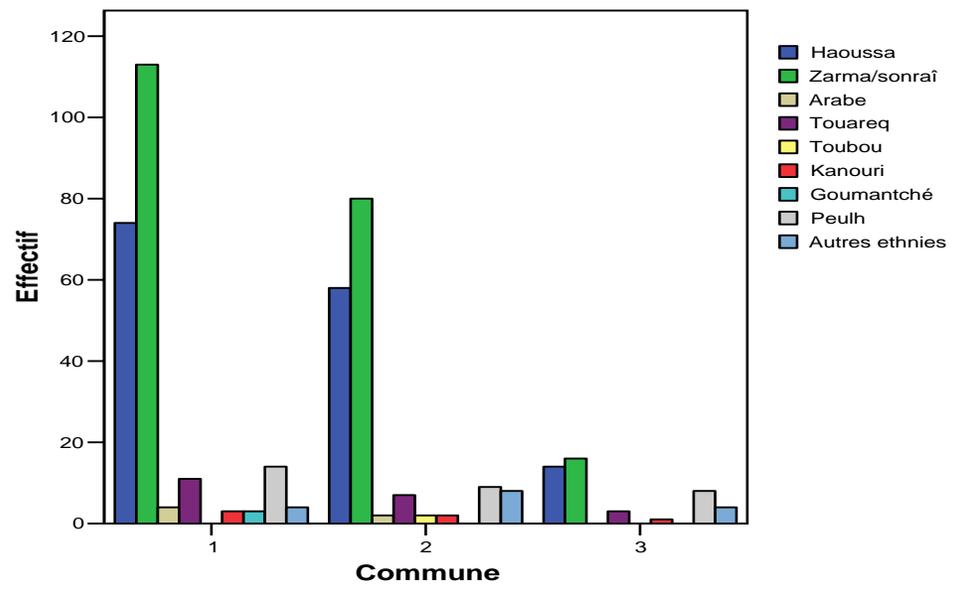
► Age moyen = 37 ans ,
[de 16 à 80 ans]
[21 à 55 ans] = 87,5%
[16 à 20 ans] = 4,6%
[56 à 80 ans] = 7,9%

► La taille des ménages
Taille moyenne est de 7,63 personnes (moyenne nationale = 8).
70,2% ont cette moyenne nationale,
24% possèdent un ménage de 9 à 14 personnes.
5,8% ont plus de 15 personnes.

► Diversité ethnique



■ Sédentaire ■ Eleveur ■ Autre



► Catégories socio-professionnelles

- Hétérogénéité
- Relatif équilibre entre les groupes 2, 3 et 5

► Catégorie socioprofessionnelle	Pourcentage
1. Éleveur – pêcheur - agriculteur	5,6
2. Artisan – vendeur – petit commerçant	21,4
3. Ouvrier, manœuvre, gens de service	23,9
4. Cadre moyen	14,7
5. Cadre supérieur - grand commerçant	21,2
6. Cadre retraité	1,9
7. Chômeur, saisonnier, étudiant, autres retraités	11,6

► Niveau d'instruction

- Très variable
- Forte proportion des non instruits = 47,6%
- Niveau primaire ou secondaire = 39,1 %
- Niveau supérieur = 9,1 %
- Autres = 4,2 %

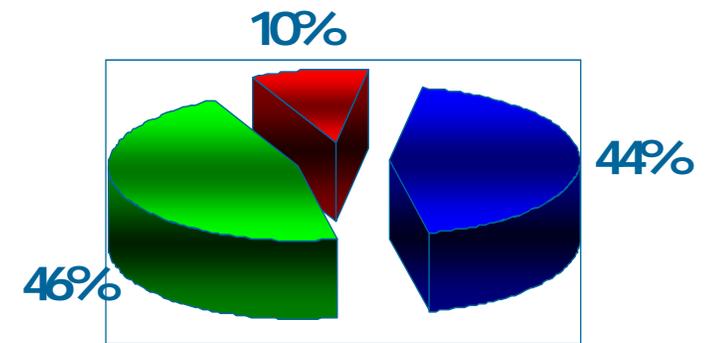
► Niveau de vie

- Dépenses mensuelles = 70 206 FCFA
- 12,4% dépenses moins de 25 000 FCFA
- 49,3 % entre 25 000 et 70 000 FCFA
- 38,3% dépensent plus de 70 000 FCFA Autres = 4,2 %

Niveau d'équipement des ménages enquêtés

	Oui		Non	
	Effectif	Pourcentage	Effectif	Pourcentage
Ventilateur	<u>234</u>	46,8	266	53,2
Radio cassette	<u>306</u>	61,2	194	38,8
Télévision couleur	<u>248</u>	49,6	252	50,4
Antenne TV5	48	9,6	452	90,4
Réfrigérateur	145	29,0	355	71,0
Téléphone	126	25,2	374	74,8
Voiture	98	19,6	402	80,4

Statut du chef de ménage par rapport au logement et par commune



■ Locataire
 ■ Propriétaire
■ Logés gratuitement

2. Caractéristiques de la consommation

► Consommation par type de produit

	L P	L C	Yt	L F
Pourcentage	90,2	97	87,3	50

► Rythme de consommation

	L P	L C	Yt	L F
Régulier	53	49	49	54,3
Irrégulier	17	28	24	20,1
Occasionnel	16	23	27	25,2
Ne sait pas	14			0,4

- Consommation régulière et généralisée des produits laitiers
 - Lait frais : 1 ménage sur 2 en consomme
- Consommation essentiellement familiale : lait caillé (**96,6**), lait frais (46,8 %)

Quantités moyennes consommées variables

Yaourt = 250 ml

Lait frais = **540 ml**

Moins d'1 litre = 32,2% ;

28,5%

1 à 2 litres = 26,6 % ; **26,6%**

3 à 5 litres = 19,7 % ; **26,6%**

6 à 8 litres = 5,7 % ; **6,1%**

Plus de 8 litres = 5,7 % ; **4,6%**

2. Caractéristiques de la consommation

- ▶ Mode de consommation variable selon les produits
 - Le lait en poudre consommé au petit-déjeuner (36%)
 - Le lait caillé consommé au déjeuner (99,3%) et dîner (99,3%)
 - Le yaourt consommé sous forme de boisson au petit-déjeuner (26%), déjeuner (10,6), dîner (11,6)
 - Aucune tendance ne se dégage pour le lait frais
- ▶ Marques des produits consommées variables
 - Prédominance de marques importées pour le lait en poudre et le lait frais
 - Prédominance de produits locaux pour le lait caillé et le yaourt
 - Le yaourt consommé sous forme de boisson au petit-déjeuner (26%), déjeuner (10,6), dîner (11,6)
 - Aucune tendance ne se dégage pour le lait frais

Types de produits laitiers consommés

Lait en poudre

	Lahada	Fanamilk	Nido	France lait	Belle Hollandaise	Lacstar
Achat régulier	<u>63,2</u> n = 316	10,8 n = 54	<u>28,4</u> n = 142	<u>33,6</u> n = 168	10,6 n = 53	<u>33</u> n = 165
Préférence	<u>47,6</u> n = 238	1,2 n = 6	11,6 n = 58	18,6 n = 93	2,2 n = 11	17,4 n = 87

Lait caillé

- Solani : 63,6%
- Niger lait : 54,8 %

Yaourt

- Yaourt aromatisé Solani : 50,8 %
- Yaourt aromatisé Niger -lait : 51,6 %
- Yaourt nature Solani 46,4 %
- Yaourt aromatisé CLN : 14,4 %

Lait frais

- Lait naturel de vache : 36,6%
- Lait pasteurisé : 23,6%
- Lait reconstitué : 24 %
- Lait UHT: 19,4 %

2. Caractéristiques de la consommation

► Marques des produits consommées variables

- Les analyses stat. ont montré que la qualité, l'hygiène, le conditionnement et le prix n'influencent pas la consommation
- Goût et bon pour la santé deux raisons qui motivent la consommation de certains produits laitiers

	L P	L C	Yt (Lait nat)
Goût	55,2%	56,6%	37,6%
Bon pour la santé	46%	40,4%	32%

► Lieux d'achat

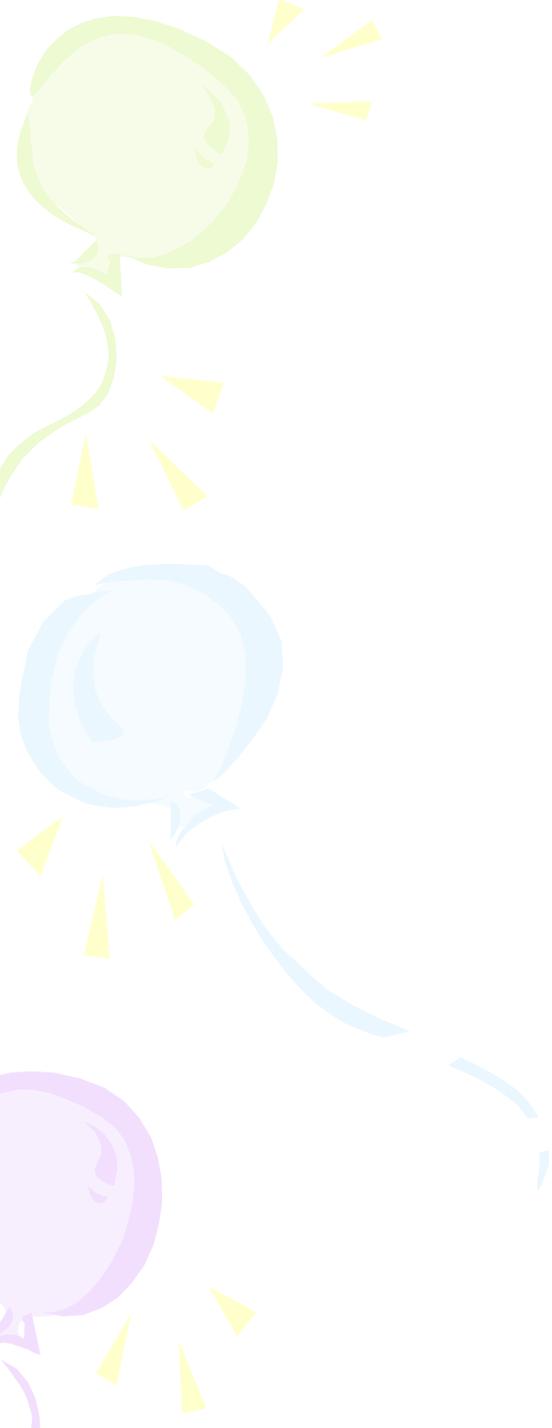
- Les boutiques de quartiers sont les lieux d'achat privilégiés des consommateurs : LP (72,2%), L C (99,4%)

2. Caractéristiques de la consommation

► Perspectives de consommation

- Lait caillé : 95,9% de ménages souhaitent consommer plus du lait caillé
Raison principale de non consommation est le cherté des produits (45,2%)
- Lait frais de vache : 37%, cherté (19,2%)
- Nette préférence pour le yaourt manufacturé : 83,2 % contre 14,1 % pour le Y fabriqué artisanalement

Caractéristiques	Pourcentage
Avec sucre	70,1
Compact	83,1
Sans grumeau	83,1



Discussion

- Quelques études font le point de la consommation des produits laitiers en Afrique
 - Analyse de la consommation des produits laitiers à Kolda : Broutin et al. 2002
 - Consommation de lait et de produits laitiers dans les ménages de Ségou : Corniaux et al. 2005
 - Analyse de la consommation des produits laitiers à Dakar : Broutin et al. 2003
 - Le marché du lait et des produits laitiers au Sénégal : Ba Diao, 2003
 - Baisse de la consommation des produits laitiers en Afrique subsaharienne : mythe o réalité ? Duteurtre et al. 2003

Discussion

- **Consommation régulière et généralisée des produits laitiers**
 - Lait intègre bien les habitudes alimentaires des ménages urbains
 - Urbanisation engendre de nouveaux modes de consommation
 - Résultats confirment ceux de **Broutin et al, 2002** ; «tendance à l'accroissement de la consommation des produits laitiers en Afrique de l'Ouest»
- **Modes de consommation variables en fonction des produits laitiers**
 - Inquiétudes par rapport aux raisons de consommation «qualité moi s'en fou, moins cher moi ça préfère»
 - Paradoxes : Ménages sans instruction consomment plus de lait
- **Deux types de produits :**
 - Produits laitiers avec une forte prédominance de marques importées tels que le lait en poudre, le lait frais
 - Produits laitiers avec prédominance de marques locales
 - Diversification de produits laitiers a été rapportée par Corniaux et al (2005) à Ségou, par **Yacouba** (2005) à Niamey et **Broutin** (2003) à Kolda, Duteurtre (2003)
 - Diversification semble continuer

• Consommation variable selon les marques

- Forte consommation des produits locaux notamment le lait caillé, le yaourt et le lait de vache : prix, conditionnement, habitudes alimentaires
- Possibilités d'acquisition de part de marché sont possible si le goût est travaillé, stratégie de vente qui privilégient les boutiques de quartiers
- Pour le lait en poudre, la marque la plus appréciée est lahada, Vitalait à Kolda et à Dakar

	Ségou	Kolda	Dakar	Niamey
Lait en P	<u>90%</u>	<u>93%</u>	<u>98%</u>	<u>90,2 %</u>
Lait caillé	58%		90%	97%
Yaourt	10%		50%	87,3%
Lait frais	58%		90%	53,6%



Conclusion

- Intérêt des consommateurs urbains pour les produits locaux
- Possibilités d'acquisition des parts de marché
- Faut-il encore améliorer la qualité des produits commercialisés



Perspectives

- Qualité microbiologique et nutritive des produits manufacturés
 - Chaîne de contamination
 - Partenariat avec l'association des consommateurs sur la notion de qualité
- 



• Produits de consommation courante : le lait en poudre, le lait caillé et le yaourt

- Le lait en poudre pour toutes les régions
- Le yaourt se comporte autrement

	Ségou	Kolda	Dakar	Niamey
Lait en P	<u>90%</u>	<u>93%</u>	<u>98%</u>	<u>90,2 %</u>
Lait caillé	58%		90%	97%
Yaourt	10%		50%	87,3%
Lait frais	58%		90%	53,6%





Niamey



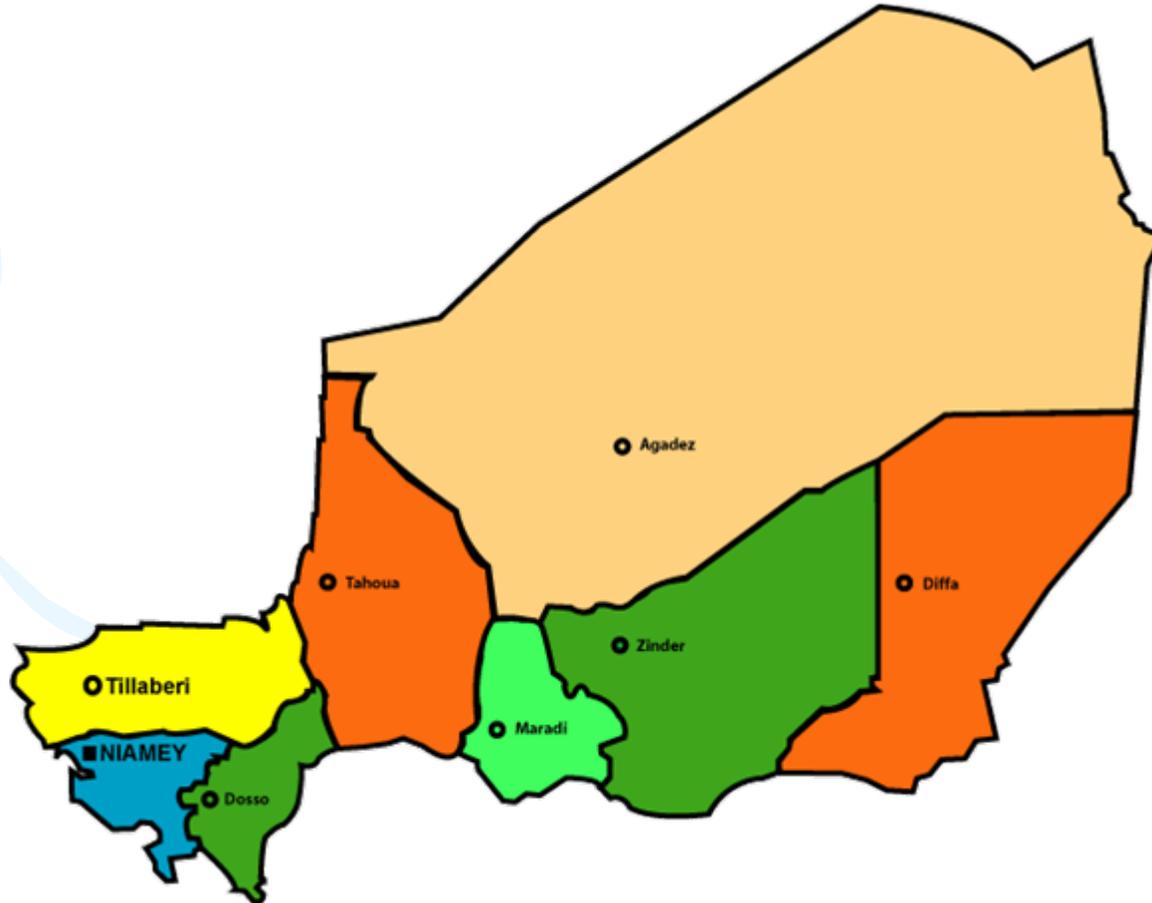
Niamey



Niamey



Niamey



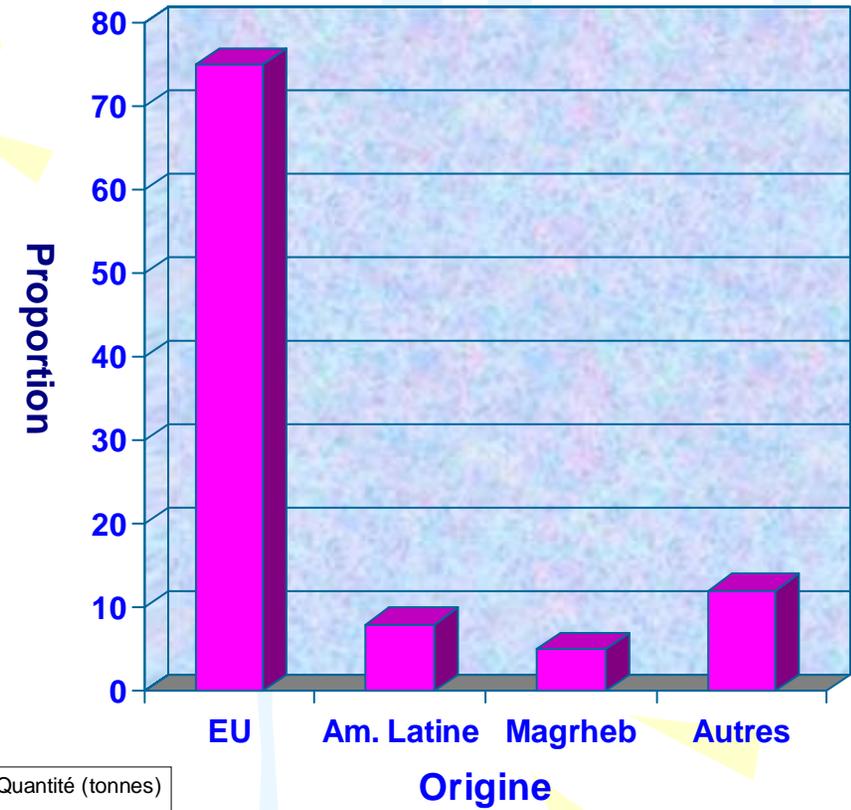
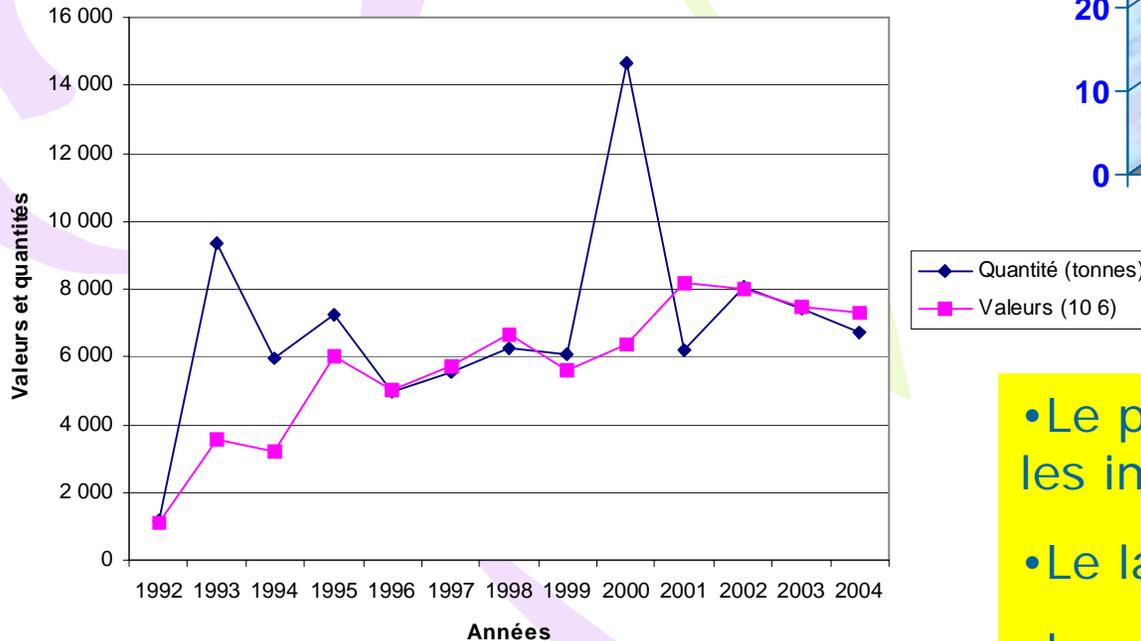
Niamey



Niamey

Évolution des importations des produits laitiers au Niger

- 551 368 tonnes de produits laitiers importés de 1996 à 2004 (61 368 tonnes par an)
- Entre 1992 et 2004 la valeur des importations a été multipliée presque par 4.



- Le poids du lait en poudre dans les importations est de 31%
- Le lait pharmaceutique 4%
- Les produits non identifiés 63%

1. Secteur industriel

Fortes utilisations de lait en poudre importé (plus de 90% du volume total transformé)



2. Secteur semi industriel

Fortes utilisations de lait frais produit localement



3. Secteur artisanal

Utilisation exclusive de lait produit localement

