

MINISTERE DU COMMERCE,
DE L'INDUSTRIE ET DE L'ARTISANAT

.....
SECRETARIAT GENERAL

.....
DIRECTION GENERALE DES ETUDES ET
DES STATISTIQUES SECTORIELLES

.....
PROJET D'APPUI A LA TRANSFORMATION
DE L'ECONOMIE ET A LA CREATION DE L'EMPLOI
(PATECE)

BURKINA FASO

Unité-Progrès-Justice

ETUDE PROSPECTIVE DU SECTEUR DE L'HUILERIE ET LES LEVIERS D'ACTION AU BURKINA FASO

*Rapport d'analyse des facteurs agissants sur la consommation d'huile
alimentaire*

RAPPORT FINAL 2/4

août 2018

SOMMAIRE

SOMMAIRE	2
LISTE DES TABLEAUX.....	4
LISTE DES GRAPHIQUES.....	4
SIGLES ET ABREVIATIONS.....	4
RESUME EXECUTIF	5
INTRODUCTION	6
I. METHODOLOGIE.....	7
1.1. Revue documentaire.....	7
1.2. Champ de l'enquête et technique d'échantillonnage	7
1.3. Rencontre de cadrage.....	8
1.4. Elaboration des outils de collecte de données et formation des enquêteurs.....	9
1.5. Collecte, traitement et analyse des données.....	10
II. ANALYSE DESCRIPTIVE DES DETERMINANTS DE LA PRODUCTION, DE LA VENTE ET DE LA CONSOMMATION D'HUILE ALIMENTAIRE.....	10
2.1. Perception des producteurs sur les types de facteurs limitant l'offre nationale	10
2.2. Perception des vendeurs sur les facteurs limitant la vente d'huile alimentaire locale	11
2.3. Répartition des commerçants selon le type d'huile vendue par localité	12
2.4. Motivations des commerçants dans la vente d'huile importée	13
2.5. Répartition des consommateurs par région selon leur niveau de connaissance d'huile locale.....	14
2.6. Perception des consommateurs sur les critères de choix d'huile alimentaire	15
2.7. Perception des consommateurs sur les facteurs limitant leur consommation d'huile locale.....	16
2.8. Perception des consommateurs sur les qualités d'une bonne huile.....	17
2.9. Répartition des consommateurs selon leur préférence d'huile (type de matière première) ..	18
2.10. Quantité moyenne d'huile consommée par type d'acteur et par mois	18
III. MODELISATION DES FACTEURS DETERMINANTS LA CONSOMMATION D'HUILE LOCALE.....	19
3.1. Justification et choix du modèle économétrique.....	19
3.2. Présentation des variables du modèle	20
3.3. Technique d'estimation, présentation des résultats et interprétations.....	21
3.3.1. Technique d'estimation.....	21
3.3.2. Résultats et interprétations	21
CONCLUSION.....	23

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES 24
ANNEXES 25

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n° 1: Synthèse de la répartition de l'échantillonnage	8
Tableau n° 2: Répartition des commerçants en % selon le type d'huile vendue	13
Tableau n° 3: Répartition des consommateurs en % selon leur niveau de connaissance de l'huile locale	15
Tableau n° 4: Description des variables du modèle	20
Tableau n° 5: Présentation des principaux résultats de régression	21

LISTE DES GRAPHIQUES

Graphique n° 1: Principaux facteurs limitant la production d'huile alimentaire	11
Graphique n° 2: Facteurs limitant la vente d'huile alimentaire	12
Graphique n° 3: Motivations des commerçants dans la vente d'huile alimentaire importée	14
Graphique n° 4 : Perception des consommateurs sur leurs critères de choix d'huile alimentaire	16
Graphique n° 5 : Facteurs limitant la consommation d'huile locale	17
Graphique n° 6 : Perception des consommateurs sur les qualités d'une bonne huile	17
Graphique n° 7: Préférence des consommateurs selon le type de matière première utilisé	18
Graphique n° 8 : Quantité moyenne d'huile consommée (en litre) par mois et par type d'acteur	19

SIGLES ET ABREVIATIONS

GTPOB : Groupement des Transformateurs de Produits Oléagineux de Bobo

GHB-GIE : Groupement des Huileries de Bobo – Groupement d'Intérêt Economique

RGPH : Recensement général de la population et de l'habitat

SOFITEX : Société Burkinabè des Fibres Textiles

RESUME EXECUTIF

L'objectif de ce rapport est d'analyser les principaux facteurs qui agissent sur la consommation d'huile alimentaire locale. Pour atteindre cet objectif, une démarche méthodologique basée sur les analyses descriptives et économétriques est adoptée. Le modèle tobit a été choisi pour la conduite de la modélisation des déterminants de la consommation d'huile alimentaire. Les résultats des analyses descriptives montrent qu'au niveau des unités de production, la faible capacité des unités, la faiblesse de la matière première et la présence des huiles importées sont les principaux facteurs qui limitent la production d'huile locale. Au niveau des commerçants/vendeurs, les analyses montrent que le niveau élevé de prix des huiles locales, les mauvaises odeurs, la disponibilité de l'huile nationale sont autant de facteurs qui limitent la vente d'huile locale.

En ce qui concerne les consommateurs, les résultats des analyses descriptives montrent que les consommateurs ont une bonne connaissance des huiles locales. Cependant, la cherté des huiles locales, les mauvaises odeurs de ces huiles, la propreté et dans une moindre mesure les emballages des huiles locales sont autant de facteurs qui limitent la consommation des huiles locales.

Afin de mesurer l'effet d'une modification ou d'une amélioration des deux principaux facteurs, notamment le prix et le goût, sur la demande des consommateurs, une modélisation économétrique via le modèle tobit a été faite. Il ressort des analyses économétriques qu'une hausse de 10% du niveau actuel du prix des huiles locales entrainera une baisse de la demande des huiles locales de 0,6%. En revanche, une amélioration du goût des huiles locales de 10% par rapport à leur goût actuel, entrainera une hausse de la demande des huiles locales d'environ 4%.

Ces résultats appellent les huiliers à plus de rigueur dans la qualité des huiles produites, notamment le goût des huiles. Toute mesure de politique qui viserait à augmenter la demande des huiles alimentaires produites localement devrait accorder une attention particulière au goût en cherchant à éliminer les mauvaises odeurs.

INTRODUCTION

L'huile alimentaire fait partie de nos jours des produits de grande consommation. Son importance est apparue au grand jour suite aux manifestations de ce qui est désormais convenu d'appeler 'les émeutes de la faim' en 2008. Depuis, la surveillance de la disponibilité de l'huile sur le marché national, le contrôle de sa qualité ainsi que son prix font l'objet d'une attention particulière par les autorités nationales en charge du Commerce et de l'industrie.

C'est fort de la place importante qu'occupe l'huile alimentaire dans la ration alimentaire de la population burkinabè que des unités industrielles et semi industrielles ont vu le jour. La principale matière première utilisée par ces unités de production pour produire l'huile alimentaire est en grande partie constituée de la graine de coton. Il ressort de l'analyse diagnostique du secteur de l'huilerie au Burkina Faso que les huiles alimentaires produites localement au Burkina Faso font face à une concurrence accrue. En outre, les consommateurs ont très généralement recouru aux huiles importées.

Pour comprendre les principaux facteurs agissants sur la consommation d'huile locale, des études sont souvent conduites. C'est ainsi qu'en 2014, la chambre d'industrie et de commerce du Burkina Faso a commandité une étude de marché de l'huile de la graine de coton. Cependant, une des limites de cette étude est qu'elle n'a pas pu toucher le maillon de consommateurs d'huile alimentaire afin de déterminer les principaux facteurs agissants sur leur consommation. C'est afin de contribuer à combler cette insuffisance que la présente étude envisage explorer les principaux déterminants de l'huile alimentaire.

Ce rapport est le deuxième d'une série de quatre rapports attendus de l'étude. Le présent rapport, conformément aux termes de références aborde essentiellement les facteurs explicatifs de la consommation d'huile alimentaire. Pour ce faire il s'articule autour des points suivants :

- l'approche méthodologique adoptée ;
- l'analyse descriptive des facteurs agissants sur la consommation d'huile alimentaire ;
- la modélisation des déterminants de la consommation d'huile alimentaire.

I. METHODOLOGIE

L'approche méthodologique retenue s'articule autour des étapes suivantes : i) revue documentaire, ii) champ de l'enquête et technique d'échantillonnage, iii) rencontre de cadrage, iv) élaboration des outils de collecte de données et formation des enquêteurs, collecte traitement et analyse des données.

1.1. Revue documentaire

Une documentation et des données portant sur le sujet de l'étude a été obtenue auprès des personnes ressources rencontrées au niveau du ministère en charge du commerce, auprès des huiliers sur le terrain (unités d'huilerie, GTPOB, Grappe des huileries, GHB-GIE), des fournisseurs de graine de coton (SOFITEX, Faso coton) et sur Internet. La liste des documents consultés est présentée à l'annexe 2. Ces documents ont permis une meilleure connaissance du cheminement des acteurs du secteur des huiles alimentaires au cours de ces dernières années.

1.2. Champ de l'enquête et technique d'échantillonnage

Le champ de la collecte des données a couvert sept villes du Burkina Faso. Ces villes sont : Ouagadougou, Bobo Dioulasso, Koudougou, Banfora, Ouahigouya, Pouytenga et Fada Gourma. La représentativité géographique et la population résidente projetée à partir de celles du Recensement général de la population et de l'habitat (RGPH) ont servi de critère pour le choix de ces villes.

Pour ce qui est des consommateurs et vendeurs, la méthode de sondage non probabiliste ou méthode à choix raisonné s'est imposée dans le cas présent en l'absence de base de sondage. Pour ce faire, la représentativité géographique de l'échantillon a couvert au moins sept (7) régions sur les treize (13) en raison d'un chef-lieu de province par région en tenant compte de la dispersion spatiale. Ainsi, l'option a été orientée sur le critère de l'importance de la population résidente étant donné que l'enquête concerne les consommateurs et des vendeurs. Les informations issues du RGPH de 2006 projetées, ont permis de déterminer les dix principales villes du Burkina Faso par ordre d'importance démographique parmi lesquelles, les sept villes ont été identifiées.

En ce qui concerne **la taille de l'échantillon**, il est préconisé une taille minimale de 30 vendeurs (commerçant) et deux (2) fois cette taille pour les consommateurs (ménages) dans

les villes de catégorie 2 soit au total **90 unités à enquêter** pour ces villes de taille moyenne retenues.

Pour ce qui est des villes de la catégorie 1, compte tenu de leur importance relative par rapport à la catégorie 2, on considère :

- cinq (5) fois cette taille minimale pour les consommateurs à Bobo Dioulasso soit 150 pour 75 vendeurs et ;
- sept (7) fois la taille minimale de 30 pour les consommateurs de Ouagadougou soit 210 pour 105 vendeurs. Le tableau ci-dessous fourni la synthèse de la répartition de l'échantillonnage.

En pratiquant une marge de plus de 5% pour tenir compte des non réponses, on a le tableau de répartition suivant.

Tableau n° 1: Synthèse de la répartition de l'échantillonnage.

Ville	Echantillon			Total
	Consommateur	Vendeurs	Unités	
Ouagadougou	221	110	20	351
Bobo-Dioulasso	158	79	10	246
Koudougou	60	30		95
Banfora	63	32		95
Ouahigouya	63	32		95
Pouytenga	63	32		95
Fada N'gourma	63	32		95
Total	693	347		1040

Source : auteur, juin 2018

Après saisie des données, ce sont au total, 660 consommateurs, 330 vendeurs qui ont été enquêtés.

1.3. Rencontre de cadrage

La réussite de la mission dépend pour une large part de la compréhension que l'ensemble des parties prenantes aura de la mission. Pour ce faire, l'équipe de la mission a tenu une rencontre avec le Commanditaire le mercredi 09 mai 2018 dans la salle de réunion de la Grappe d'huilerie de Bobo Dioulasso (GHB). Au cours de cette rencontre, les points suivants ont été examinés :

- la compréhension des termes de référence ;
- l'amendement des outils de collecte des données (méthodologie, questionnaire et échantillonnage) et le canevas de rédaction du rapport;
- les attentes de l'étude et visions directionnelles du commanditaire ;
- la définition et/ou confirmation, selon les centres d'intérêts des parties prenantes, des volets spécifiques à approfondir, du champ de l'étude, des sources d'informations ou personnes ressources recommandables ;
- le calendrier consensuel de déroulement de la mission ;
- les spécifications des normes techniques de production des livrables, la conformation et confirmation du nombre d'exemplaires des rapports à soumettre ;
- la remise par le commanditaire de la documentation de base complémentaire au consultant ;
- la rédaction et remise par le commanditaire d'une lettre d'accréditation au profit du consultant ;
- la discussion de tout sujet d'intérêt pour l'étude.

Cette rencontre a permis de répondre à des points de questionnement des consultants et leur a également fait des suggestions tendant à améliorer les résultats de l'étude : i) augmenter le nombre d'unités à enquêter en prenant en plus de Bobo des unités dans d'autres localités du pays, ii) utiliser les données de recensement de la population actualisée, et iii) faire des scénarii en lieu et place de recommandations.

1.4. Elaboration des outils de collecte de données et formation des enquêteurs

Deux questionnaires dont un pour les consommateurs et l'autre pour les vendeurs d'huile alimentaire ont été élaborés autour des aspects suivants :

- les caractéristiques socio-économiques et professionnelles des responsables d'unité de production ;
- la production d'huile locale ;
- les contraintes de la commercialisation d'huile;
- la consommation d'huile locale ;
- les contraintes et attente sur la qualité d'huile locale ;
- etc.

Suite à l'élaboration des outils, le recrutement et la mise à niveau des enquêteurs ont constitué une étape cruciale. Conformément aux enjeux de la mission exprimée à travers les

TDRs, le Consultant a mobilisé du personnel suffisant pour répondre aux exigences de la mission. En effet, dans un souci d'efficacité, une première sélection sur dossier de 18 agents (en tenant compte de la langue de la localité concernée par l'enquête) est faite pour s'assurer que les candidats et candidates répondent au profil voulu pour participer à la formation.

Une fois la formation terminée, une enquête pilote a été organisée pour tester l'ensemble du travail préparatoire avant de déployer l'ensemble des enquêteurs et superviseurs sur le terrain. À l'issue de ce test, les éventuelles insuffisances décelées ont été corrigées et l'on a retenu 16 enquêteurs pour la conduite de la collecte des données.

1.5. Collecte, traitement et analyse des données

La collecte des données s'est réalisée selon un plan de collecte et a été assurée par une équipe composée de deux (02) superviseurs et de seize (16) enquêteurs. L'équipe a été genre sensible dans la mesure où elle enregistrerait la participation des femmes comme des hommes ; cela, afin de répondre aussi de façon stratégique aux sensibilités qui seraient rencontrées sur le terrain.

Les données collectées ont été saisies à l'aide du logiciels CSPro, et traités et analysés à partir de Stata et SPSS. Un plan d'analyse des données a préalablement été établi en fonction des variables de l'étude, des instruments et des indicateurs retenus.

Les données qualitatives ont également été exploitées sur la base d'une méthode d'analyse de contenu. Cela a consisté à lire tous les textes, à en tirer les idées principales, à organiser ces idées en fonctions des thèmes de la mission.

II. ANALYSE DESCRIPTIVE DES DETERMINANTS DE LA PRODUCTION, DE LA VENTE ET DE LA CONSOMMATION D'HUILE ALIMENTAIRE

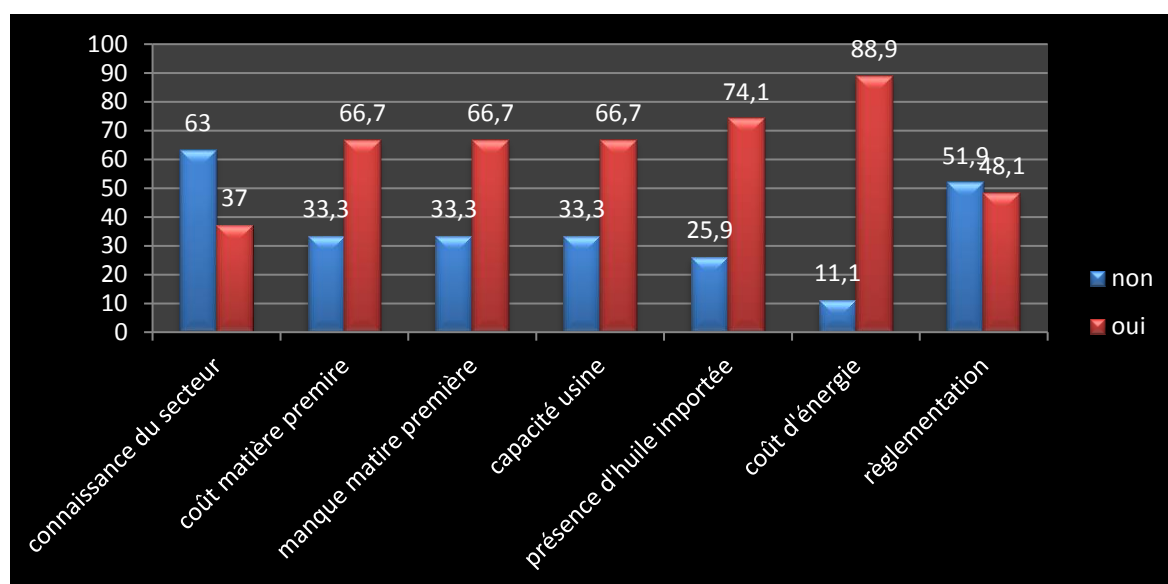
Cette section analyse à partir des statistiques descriptives les principaux facteurs qui rentrent en ligne de compte dans la vente et la consommation d'huile alimentaire au Burkina Faso.

2.1. Perception des producteurs sur les types de facteurs limitant l'offre nationale

La production de l'huile alimentaire est assujettie à plusieurs contraintes. Ces contraintes peuvent être d'ordre interne ou externe.

Le graphique suivant donne la perception des unités de production d'huile alimentaire sur les principaux facteurs qui limitent leur production.

Graphique n° 1: Principaux facteurs limitant la production d'huile alimentaire



Source : auteur à partir des données d'enquête, juin 2018

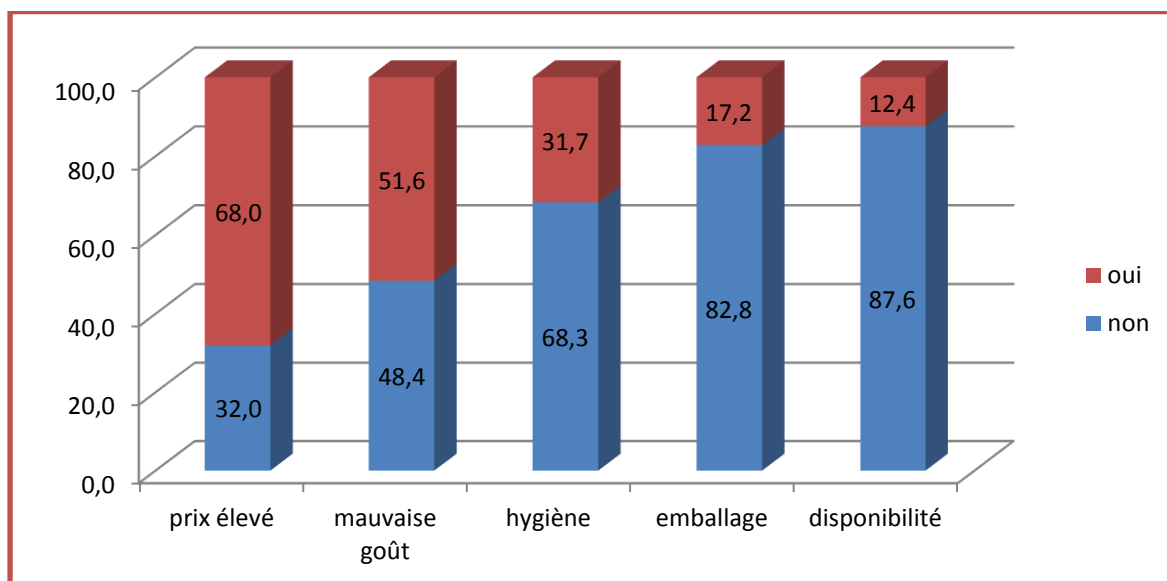
Le graphique ci-dessus montre que sur l'ensemble des unités de production d'huile alimentaire enquêtée, 88,9% d'entre eux estiment que le coût de l'énergie constitue une contrainte majeure qui limite leur production d'huile alimentaire. Pour ce qui est de la présence d'huile importée sur le marché nationale, 74,1% des unités de production estiment effectivement que la présence d'huile importée limite leur production par le jeu de la concurrence. En outre, la matière première, notamment sa disponibilité et son coût constitue une entrave majeure à l'augmentation de la production d'huile alimentaire par les unités de production. En effet, sur l'ensemble des unités de production enquêtées, 66,7% d'entre eux ont indexé la disponibilité de la matière première ainsi que son coût élevé comme une des raisons qui limite leur production.

Il convient cependant de noter qu'en dehors des facteurs externes suscités qui tirent l'offre nationale d'huile alimentaire par le bas, il existe des facteurs internes aux unités de production qui contribuent à limiter la production d'huile alimentaire. Parmi ces facteurs internes l'on peut citer la faible capacité de production dont disposent les unités de production. En effet, sur l'ensemble des unités enquêtées, 66,3% d'entre elles estiment que la faible capacité de leur usine limite leur capacité à produire suffisamment d'huile alimentaire.

2.2. Perception des vendeurs sur les facteurs limitant la vente d'huile alimentaire locale

A la suite des unités de production, l'on a capté la perception des vendeurs sur les facteurs qui limitent leur écoulement d'huile locale. Le graphique suivant présente ces contraintes.

Graphique n° 2: Facteurs limitant la vente d'huile alimentaire



Source : auteur à partir des données d'enquête, juin 2018

De l'analyse du graphique ci-dessus, il ressort que les prix élevés d'huile locale, le mauvais goût des huiles locales et l'hygiène sont les trois principaux facteurs qui influencent négativement sur la vente des huiles alimentaires produites localement. L'emballage ne constitue pas une grande contrainte dans la vente d'huile alimentaire.

En effet, parmi les vendeurs enquêtés, 68% d'entre eux estiment que le prix élevé des huiles alimentaires locales constitue une contrainte majeure de leur écoulement. Il convient de noter que les huiles locales font face à une concurrence accrue des huiles importées, qui se trouvent relativement moins chères sur le marché de consommation. Pour ce qui est du mauvais goût, plus de la moitié des vendeurs, soit 51,6%, pensent que ce facteur handicap la consommation d'huile locale. L'hygiène constitue un facteur limitant l'écoulement d'huile locale pour 31,7% des vendeurs d'huile alimentaire. L'emballage des huiles locales ne constitue pas une entrave majeure de la vente d'huile alimentaire pour 87,6% des vendeurs enquêtés.

2.3. Répartition des commerçants selon le type d'huile vendue par localité

Le tableau suivant donne la répartition des commerçants selon le type d'huile alimentaire vendue par région. Il ressort du tableau que c'est dans les régions des Cascades, Hauts Bassins et du Nord que le nombre de commerçants vendant uniquement l'huile locale est relativement important. Ce nombre représente 28,6%, 23,5% et 20% respectivement dans les régions des cascades, des Hauts Bassins et du Nord. Les vendeurs d'huile alimentaire s'intéressent plus à l'huile importée. En effet, dans toutes les régions où l'enquête s'est

déroulée, les vendeurs d'huile importée sont plus nombreux que les vendeurs d'huile locale. Il convient cependant de noter que certains vendeurs vendent à la fois l'huile locale et l'huile importée.

Tableau n° 2: Répartition des commerçants en % selon le type d'huile vendue

Régions	Type d'huile vendue		
	locale	Importée	Les deux
CASCADES	28,6	34,3	37,1
CENTRE	9,8	47,5	42,6
CENTRE OUEST	2,9	25,7	71,4
EST	4,3	54,3	41,4
HAUTS BASSINS	23,5	30,9	45,7
NORD	20,0	54,3	25,7

Source : auteur à partir des données d'enquête, juin 2018

2.4. Motivations des commerçants dans la vente d'huile importée

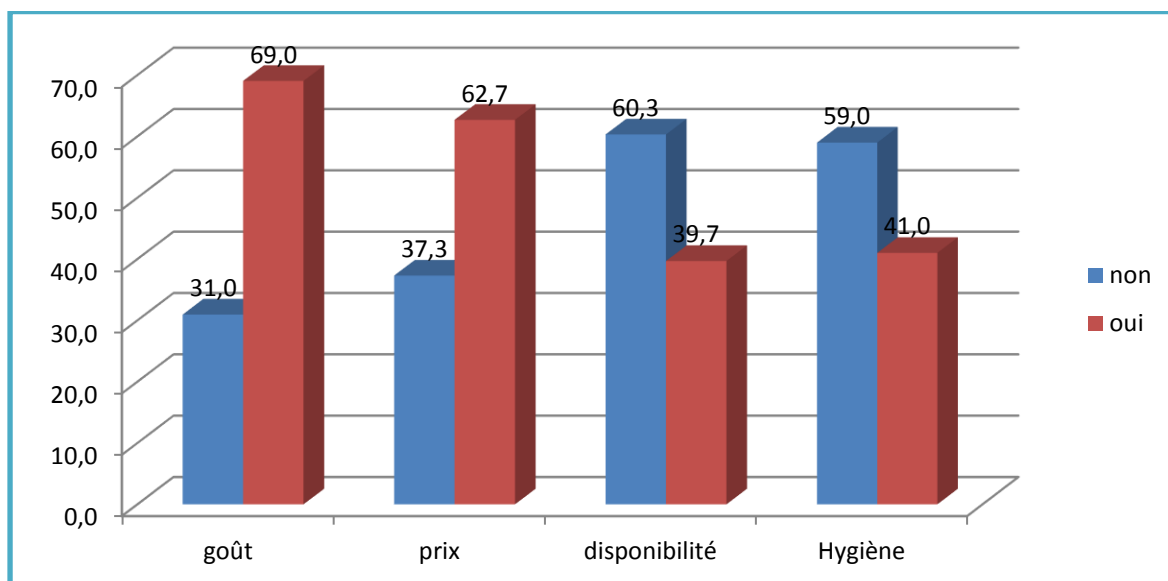
Les informations consignées dans le tableau ci-dessus montraient que quelle qu'en soit la localité, les commerçants sont plus motivés dans la vente d'huile alimentaire importée que celle produite localement. Il convient alors que l'on explore les principales raisons qui motivent ce choix. Le graphique suivant dresse les principales motivations des commerçants dans la vente d'huile alimentaire importée.

Le goût et le prix sont les deux principaux facteurs qui motivent les commerçants dans leur choix de vente d'huile alimentaire. En effet, 69% des vendeurs d'huile estiment que le bon goût d'huile alimentaire importée les motive dans la vente de ce type d'huile, en ce sens qu'il attire davantage les consommateurs. Pour ce qui est du prix, 62,7% des commerçants d'huile alimentaire enquêtés estiment que c'est le fait que les huiles importées soient moins chères par rapport aux huiles locales qui les motive à vendre ce type d'huile.

Outre ces deux principaux facteurs motivant la vente d'huile importée, l'hygiène constitue également un élément déterminant. En effet, pour 41% des commerçants enquêtés, l'hygiène des huiles importées est un des éléments motivant de la vente d'huile importée.

Au regard de ces statistiques sur les facteurs déterminants de la vente d'huile importée, il convient que des efforts soient consentis par les unités de production d'huile alimentaire locale afin d'améliorer le goût des huiles locales.

Graphique n° 3: Motivations des commerçants dans la vente d’huile alimentaire importée



Source : auteur à partir des données d’enquête, juin 2018

2.5. Répartition des consommateurs par région selon leur niveau de connaissance d’huile locale

Après avoir analysé les facteurs explicatifs de la vente et de la commercialisation des huiles alimentaires au niveau des commerçants, il convient qu’une investigation soit faite au niveau des consommateurs afin de déterminer les facteurs qui agissent sur leur choix. Pour ce faire, il importe au préalable d’apprécier le niveau de connaissance des huiles alimentaires par les consommateurs et par région. Le tableau suivant donne la répartition des consommateurs selon leur niveau de connaissance des huiles alimentaires produites localement par localité.

Du tableau ci-dessous, il ressort que quelle qu’en soit la localité, les consommateurs ont une bonne connaissance des huiles produites localement. Cette bonne connaissance constitue un atout majeur pour le secteur de l’huilerie au Burkina Faso. En effet, sur les six régions où s’est déroulée l’enquête, c’est seulement dans la région de l’Est que plus de la moitié des consommateurs enquêtés méconnaissent les huiles alimentaires locales. En effet, dans cette région 59,5 % des consommateurs ne connaissent pas les huiles locales.

Les régions des Hauts Bassins, des Cascades et du Centre sont les trois principales régions où les consommateurs ont une très bonne connaissance des huiles alimentaires locales. En effet, dans ces régions 77,8%, 70,3% et 66,1% connaissent les huiles alimentaires locales respectivement dans les régions des Hauts Bassins, des Cascades et du Centre. Cette bonne

connaissance des huiles alimentaires produites localement pourraient s'expliquer en grande partie par le fait que c'est dans ces régions que sont implantées la quasi-totalité des unités de production des huiles alimentaires.

Tableau n° 3: Répartition des consommateurs en % selon leur niveau de connaissance de l'huile locale

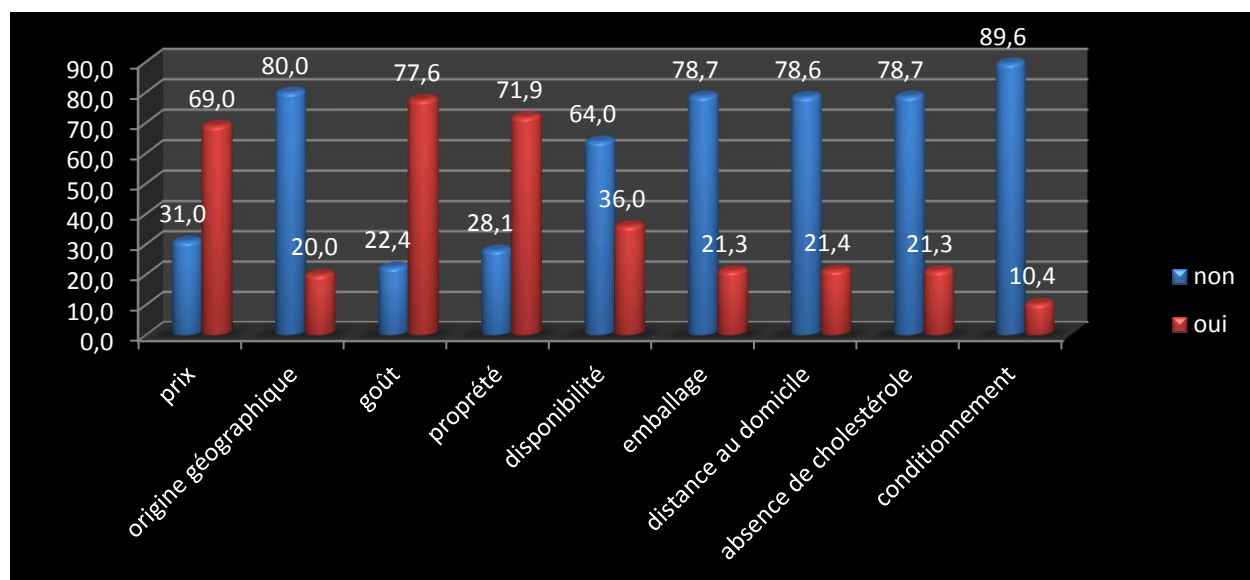
	Niveau de connaissance des consommateurs de l'huile locale	
	Non	Oui
CASCADES	29,7	70,3
CENTRE	33,9	66,1
CENTRE OUEST	46,7	53,3
EST	59,5	40,5
HAUTS BASSINS	22,2	77,8
NORD	48,4	51,6

Source : auteur à partir des données d'enquête, juin 2018

2.6. Perception des consommateurs sur les critères de choix d'huile alimentaire

Le graphique suivant présente la perception des consommateurs sur leurs critères de choix de l'huile alimentaire. Les principaux critères sur lesquels les consommateurs font leur choix dans la consommation d'huile alimentaire sont le prix, le goût, la propreté et la disponibilité. En effet, pour 69% des consommateurs, le prix constitue un critère majeur dans leur consommation d'huile alimentaire. Pour ce qui est du goût, 77,6% des consommateurs estiment qu'il est un critère important dans leur consommation d'huile alimentaire. En ce qui concerne la propreté 71,9% des consommateurs pensent qu'il est déterminant dans leur consommation d'huile alimentaire. Outre, ces trois principaux critères, la disponibilité d'huile s'avère importante dans la consommation pour 36% des consommateurs.

Graphique n° 4 : Perception des consommateurs sur leurs critères de choix d'huile alimentaire



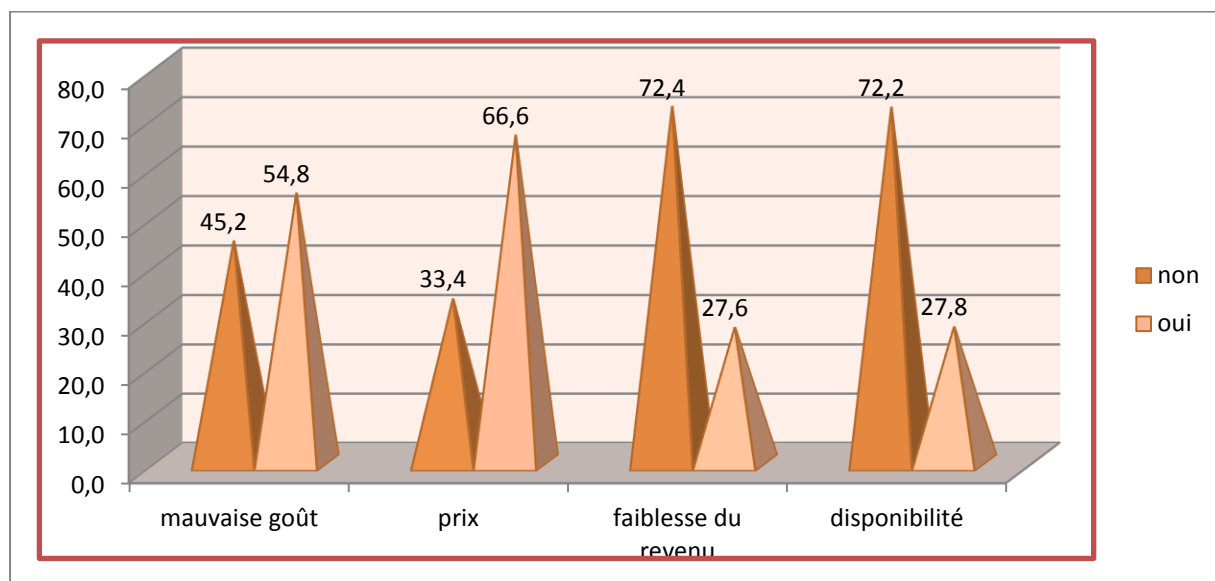
Source : auteur à partir des données d'enquête, juin 2018

2.7. Perception des consommateurs sur les facteurs limitant leur consommation d'huile locale

Les critères de choix des huiles alimentaires par les consommateurs déterminent-ils la consommation ? Pour répondre à cette question, nous avons analysé les facteurs qui limitent la consommation d'huile locale.

Le prix et le mauvais goût des huiles alimentaires locales sont les deux principaux facteurs qui limitent la consommation d'huile alimentaire au Burkina Faso. En effet, 66,6 % des consommateurs estiment que le niveau de prix élevé des huiles alimentaires produites localement comparativement à celles importées constitue un facteur de blocage de l'achat d'huile locale. Pour ce qui concerne le mauvais goût des huiles locales, plus de la moitié des consommateurs estiment qu'il constitue un facteur limitant la consommation d'huile. En effet, 54,8% des consommateurs en pensent ainsi. Outre ces deux principaux facteurs, la faible disponibilité de l'huile locale explique sa faible consommation pour 27,8% des consommateurs. Le graphique suivant présente ces facteurs.

Graphique n° 5 : Facteurs limitant la consommation d'huile locale

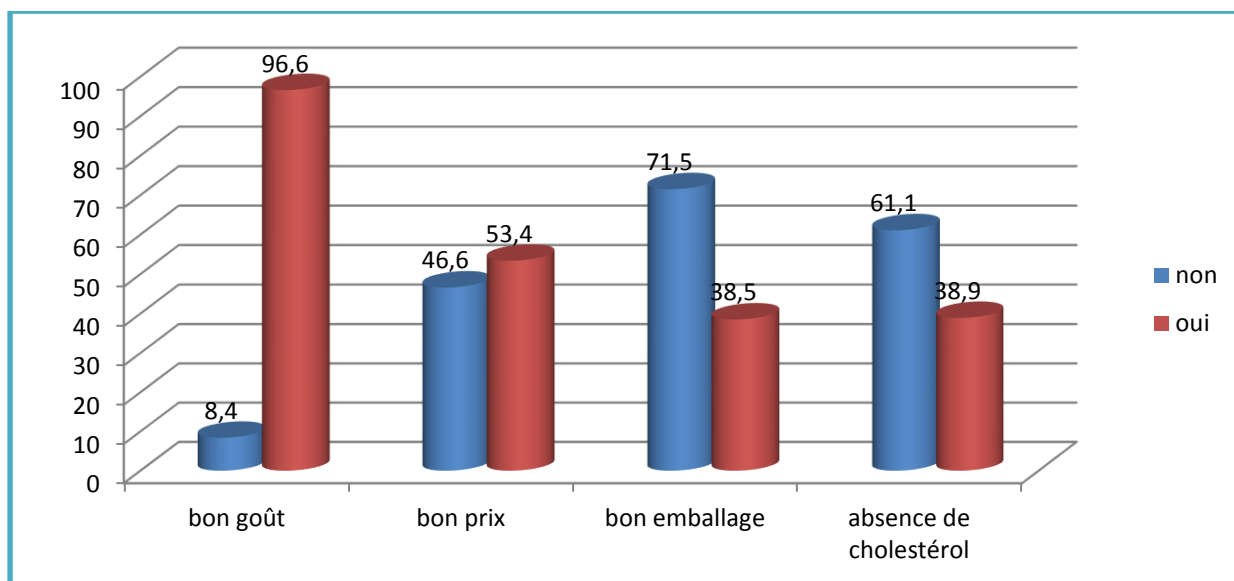


Source : auteur à partir des données d'enquête, juin 2018

2.8. Perception des consommateurs sur les qualités d'une bonne huile

Le graphique suivant donne la perception des consommateurs sur les qualités d'une bonne huile. Il ressort du graphique que pour les consommateurs la bonne huile est celle qui a un bon goût. En effet, le bon goût est cité par 91,6% des consommateurs comme un élément qui caractérise la bonne huile. Moins de la moitié des consommateurs estiment que l'emballage et l'absence de cholestérol ne sont pas des éléments qui déterminent la bonne huile.

Graphique n° 6 : Perception des consommateurs sur les qualités d'une bonne huile

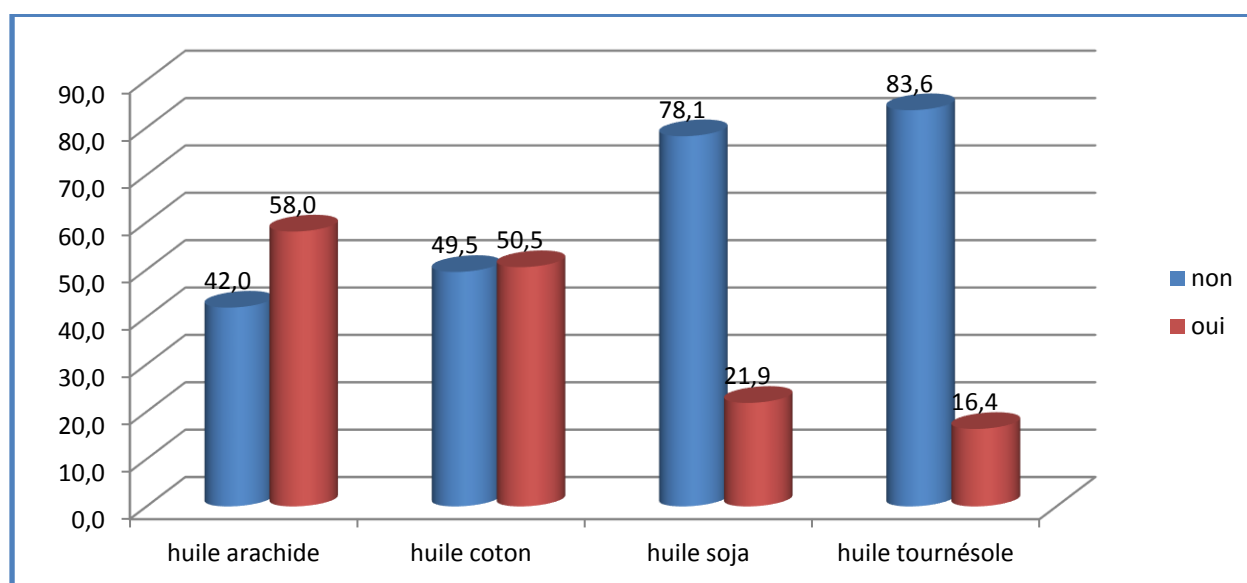


Source : auteur à partir des données d'enquête, juin 2018

2.9. Répartition des consommateurs selon leur préférence d'huile (type de matière première)

Le type de matière première utilisé pour produire l'huile constitue également un facteur explicatif du choix des consommateurs. Le graphique suivant présente le choix des consommateurs d'huile locale en fonction du type de matière première utilisé. Ainsi, il ressort que les consommateurs préfèrent plus les huiles produites à base de l'arachide suivie de l'huile produite à base de la graine de coton. En effet, 58% des consommateurs préfèrent l'huile produite à base de l'arachide contre 50,5% pour ce qui est de l'huile produite à base de la graine de coton. Très peu de consommateurs préfèrent les huiles produites à base de soja et de tournesol.

Graphique n° 7: Préférence des consommateurs selon le type de matière première utilisé



Source : auteur à partir des données d'enquête, juin 2018

2.10. Quantité moyenne d'huile consommée par type d'acteurs et par mois

Il ressort du graphique ci-dessous que la quantité d'huile consommée varie en fonction du type d'acteurs. Elle est estimée en moyenne à 67,6 litres par mois pour les hôtels, à 23,5 litres en moyenne pour les restaurants et à 5,825 litres en moyenne pour les ménages. Ainsi, les principaux consommateurs d'huile en termes de quantité sont les hôtels et les restaurants. Quels sont les déterminants de ces consommations ? Les différentes analyses ci-dessus ont permis de mettre en évidence ces déterminants d'un point de vue statistique.

Graphique n° 8 : Quantité moyenne d’huile consommée (en litre) par mois et par type d’acteur



Source : auteur à partir des données d’enquête, juin 2018

III. MODELISATION DES FACTEURS DETERMINANTS LA CONSOMMATION D’HUILE LOCALE

La section précédente nous a permis d’analyser de manière descriptive les principaux facteurs agissant sur la consommation d’huile alimentaire, notamment l’huile locale. Il importe alors d’affiner l’analyse à travers une modélisation économétrique afin de confirmer ou d’infirmes ces présomptions pour une meilleure prise de décision. Cette section s’attèle à cette analyse économétrique des déterminants de la consommation d’huile locale.

3.1. Justification et choix du modèle économétrique

Le modèle économétrique retenu pour analyser les déterminants de la consommation d’huile locale est le modèle Tobit. Le choix du modèle Tobit vient du fait que la consommation d’huile locale, variable expliquée dans le modèle, est censurée à gauche. En effet, la quantité moyenne d’huile consommée est toujours supérieure ou égale à zéro, mais jamais inférieure à zéro. Cette variable n’est observable que sur un intervalle bien donné. Ainsi, le recours à l’économétrie des variables qualitatives se justifie par l’estimation de la probabilité que la variable à expliquer, la demande en consommation d’huile alimentaire, se trouve à l’intérieur de l’intervalle pour lequel elle est observable. Les valeurs observées de la variable explicative

$$y_i \text{ sont données par } \begin{cases} y_i = y_i^* \text{ si } y_i^* > 0 \\ y_i = 0 \text{ si } y_i^* < 0 \end{cases}$$

Lorsque les valeurs de y_i sont nulles ou négatives, y_i est égale à 0 mais l'on connaît néanmoins les valeurs des variables explicatives. Les données dans ce type de modèle sont dites censurées à gauche, y_i suit alors une loi normale censurée. C'est le cas dans notre étude.

3.2. Présentation des variables du modèle

Les variables du modèle sont de deux natures : la variable expliquée et les variables explicatives. Les analyses descriptives faites plus haut ont mis en évidence les principaux facteurs qui limitent la consommation d'huile alimentaire produites localement. En effet, il est ressorti de ces analyses que le prix et le goût des huiles alimentaires locales sont les deux principaux facteurs qui limitent la consommation d'huile alimentaire au Burkina Faso. En effet, 66,6 % des consommateurs estiment que le niveau de prix élevé des huiles alimentaires produites localement comparativement à celles importées constitue un facteur de blocage de l'achat d'huile locale. Il convient alors de quantifier l'effet de ces facteurs sur la demande de l'huile. Dans cette logique, le prix et le goût des huiles locales sont les principales variables explicatives de la demande des huiles locales.

Le tableau suivant décrit les différentes variables du modèle.

Tableau n° 4: Description des variables du modèle

Variables	Nature	Description
Demande	Quantitative	Elle représente la variable expliquée. Elle mesure la consommation moyenne d'huile par mois.
Prix	Quantitative	Elle mesure le coût d'un litre d'huile
Goût	Qualitative	Elle cherche à savoir si c'est le goût qui explique la consommation d'huile locale ou pas. Elle est une variable muette (1=oui, 0=non)

Source : Construction de l'auteur

3.3. Technique d'estimation, présentation des résultats et interprétations

Sont présentés ici la technique d'estimation, les principaux résultats de la régression et leurs interprétations

3.3.1. Technique d'estimation

La méthode des moindres carrés ordinaires n'est pas adaptée du fait de l'apparition fréquente, dans les observations de la variable à expliquer, des valeurs seuils. L'estimation des paramètres (α et σ) du modèle est effectuée à l'aide d'un algorithme de maximisation de la fonction de la Log-vraisemblance. Les résultats d'estimation s'apprécient directement par la significativité des coefficients à l'aide des ratios appelés z -Statistique. Les valeurs des coefficients du modèle estimé sont directement interprétables en termes de propension marginale du fait de la continuité dans l'intervalle des seuils de la variable à expliquer.

3.3.2. Résultats et interprétations

Les résultats de la régression sont les suivants.

Tableau n° 5: Présentation des principaux résultats de régression

Idemande	Coef.	Std.Err	t	P> t 	[95% Conf. Interval]	
Prix	-.059551	.108997	-0.55	0.585	-.2735571	.154455
Goût	.401081	.1306734	3.07	0.002	.1445153	.6576468
Constante	1.854893	.1237183	14.99	0.000	1.611983	2.097803
				Prob> chi2	=	0.0090

Source : Auteur à partir des résultats des estimations

○ Interprétations des résultats

Les résultats des estimations consignés dans le tableau ci-dessus montrent que le modèle est globalement bien spécifié au seuil de 1%. En effet, au seuil de 1% le test de chi2 montre que le modèle est bien adéquat. Ainsi, les résultats des estimations peuvent être interprétés et utilisés à des fins d'analyse économique.

Le prix : Le coefficient associé à la variable prix est de -0,059551. Ce coefficient montre qu'une augmentation de 10% du prix des huiles locales entrainera une baisse de la demande des huiles locales de 0,6%. Ce résultat est conforme à la théorie économique. En effet, sur le plan économique, il existe une relation inverse entre le niveau de prix des biens et le niveau de la demande. Une hausse du niveau des prix entraine une baisse du niveau de la consommation. Cependant, il convient de noter que la baisse du niveau de la demande n'est toujours pas proportionnelle à l'augmentation du niveau des prix. En ce qui concerne les

huiles alimentaires produites localement, il serait nécessaire qu'une politique de suivi des prix soit mise en place afin que le niveau des prix ne soit pas augmenté de façon exagérée, surtout dans un contexte de forte présence d'huile étrangère. Dans cette logique, les unités de production d'huile alimentaire devraient davantage travailler à maîtriser leurs facteurs de production afin de rendre leurs huiles plus concurrentielles.

Le goût : le coefficient associé à cette variable est significatif au seuil de 1%. Une amélioration du goût des huiles alimentaires produites localement entrainera une hausse de la demande de ces huiles de 4%. Ce résultat montre clairement que les consommateurs accordent une importance particulière au goût. Les mauvais goûts des huiles alimentaires produites localement expliquent fortement la faible demande de ces huiles. Ce résultat appelle à la mise en place d'une politique qualité au niveau des unités de production d'huile alimentaire. En outre, toute unité de production d'huile alimentaire qui n'accorderait pas une attention à la qualité de son huile, notamment les odeurs verrait sa demande baissée fortement.

CONCLUSION

L'objectif de ce rapport était d'analyser les principaux facteurs qui agissent sur la consommation d'huile alimentaire locale. Pour atteindre cet objectif, une démarche méthodologique basée sur les analyses descriptives et économétriques a été adoptée. Le modèle tobit a été choisi pour la conduite de la modélisation des déterminants de la consommation d'huile alimentaire. Les résultats des analyses descriptives ont montré qu'au niveau des unités de production, la faible capacité des unités et la présence des huiles importées sont les principaux facteurs qui limitent la production d'huile locale. Au niveau des commerçants/vendeurs, les analyses ont montré que le niveau élevé du prix des huiles locales, les mauvaises odeurs, la disponibilité de l'huile nationale sont autant de facteurs qui limitent la vente d'huile locale.

En ce qui concerne les consommateurs, les résultats des analyses descriptives ont montré que les consommateurs ont une bonne connaissance des huiles locales. Cependant, la cherté des huiles locales, les mauvaises odeurs de ces huiles, le mauvais goût, la propreté et dans une moindre mesure les emballages des huiles locales sont autant de facteurs qui limitent la consommation des huiles locales.

Afin de mesurer l'effet d'une modification ou d'une amélioration des deux principaux facteurs, notamment le prix et le goût, sur la demande des consommateurs, une modélisation économétrique via le modèle tobit a été faite. Il est ressorti des analyses économétriques, qu'une hausse de 10% du niveau actuel du prix des huiles locales entrainera une baisse de la demande des huiles locales de 0,6%. En revanche, une amélioration du goût des huiles locales de 10% par rapport à leur goût actuel, entrainera une hausse de la demande des huiles locales d'environ 4%.

Ces résultats appellent les huiliers à plus de rigueur dans la qualité des huiles produites, notamment le goût des huiles. Toute mesure de politique qui viserait à augmenter la demande des huiles alimentaires produites localement devrait accorder une attention particulière au goût en cherchant à éliminer les mauvaises odeurs.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

BOAD (2008). Etude sur la promotion et le développement de la filière oléagineuse dans l'espace UEMOA, rapport final

Chambre de commerce et d'industrie du Burkina Faso (2014). Etude du marché de l'huile de coton au Burkina Faso, rapport définitif

Ministère de l'économie et des finances (2007). Diagnostic de la filière coton et identification d'axes stratégiques.

Ministère du Commerce, de l'industrie et de l'artisanat (2017). Balance commerciale et commerce extérieure, décembre 2017

Monitoring African Food and Agricultural Policies, MAFAP (2013). Analyse des incitations et pénalisations pour l'huile de coton au BURKINA FASO, rapport final

Paragamme de renforcement du secteur coton en Afrique de l'Ouest et du Centre (2010). La prise en compte des coproduits du coton dans le mécanisme de fixation du prix de coton graine au Burkina Faso, rapport final

Projet Centres d'innovations Vertes du secteur agro-alimentaire (2016). Analyse de la filière/ chaînes de valeur ajoutée « Sésame », rapport final

ANNEXES

RESULTATS D'ESTIMATION

```
Tobit regression                               Number of obs   =       691
                                                LR chi2(2)      =         9.41
                                                Prob > chi2     =       0.0090
Log likelihood = -1200.438                    Pseudo R2      =       0.0039
```

ldemande	Coef.	Std. Err.	t	P> t	[95% Conf. Interval]	
prix	-.059551	.108997	-0.55	0.585	-.2735571	.154455
goût	.401081	.1306734	3.07	0.002	.1445153	.6576468
_cons	1.854893	.1237183	14.99	0.000	1.611983	2.097803
/sigma	1.413214	.0395932			1.335477	1.490952

```
36 left-censored observations at ldemande <= 0
655 uncensored observations
0 right-censored observations
```

end of do-file

QUESTIONNAIRE CONSOMMATEUR

SECTION 1 : éléments d'identification et caractéristiques sociodémographique du responsable

Q1.1	Région	<input type="text"/>
Q1.2	Ville	<input type="text"/>
Q1.3	Secteur/quartier	<input type="text"/>
Q1.4	Nom de l'enquêteur	<input type="text"/>
Q1.5	Code de l'enquêteur	<input type="text"/>
Q1.6	Date de passage	<input type="text"/>
Q1.7	Nom & prénom du responsable/répondant	<input type="text"/>
Q1.8	Sexe	<input type="text"/>
Q1.9	Age	<input type="text"/>
Q1.10	Situation matrimoniale (1=marié ; 2=célibataire ; 3=divorcé ; 4=veuf/veuve ; 5=union libre)	<input type="text"/>
Q1.11	Niveau d'instruction (1=analphabète, 2=primaire, 3=secondaire ou plus)	<input type="text"/>
Q1.12	Contact	<input type="text"/>
Q1.13	Principale activité	<input type="text"/>
Q1.14	Type de consommateur (1=restaurant ; 2=hôtel, 3=ménage)	<input type="text"/>

SECTION 2 : Consommation d'huile locale

Q2.1	Distinguez-vous l'huile fabriquée localement de l'huile importée ? (0=non, 1=oui)	<input type="text"/>
Q2.2	Consommez-vous l'huile locale (0=non, 1=oui)	<input type="text"/>

Q2.3	Quels sont vos principaux critères de choix lorsque vous achetez l'huile? (0=non, 1=oui) A. prix du produit B. origine géographique C. préférence (goût) D. Propreté E. Disponibilité F. Emballage G. distance au domicile H. Absence de cholestérol I. Type de conditionnement J. autres (à préciser)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Q2.4	Quel type d'huile locale préférez-vous ? (0=non, 1=oui) A. Huile d'arachide B. Huile de coton C. Huile de soja D. tournesol	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Q2.5	Si oui en Q2.2, Comment appréciez-vous l'huile locale que vous consommez ? (1= très mal ; 2=mal ; 3=bien; 4=très bien)	<input type="checkbox"/>
Q2.6	Quelle quantité d'huile (en litre), consommez-vous en moyenne par mois ?	<input type="text"/>
Q2.7	Où effectuez-vous vos achats d'huile locale ? (0=non, 1=oui) A. super marché B. détaillant C. grossiste D. demi-grossiste E. usine de transformation F. autres à préciser :	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Q2.8	Comment appréciez-vous la proximité de ce lieu de vente avec votre domicile ? (1= très proche ; 2=proche ; 3=éloigné ; 4=très éloigné)	<input type="checkbox"/>
Q2.9	Comment les prix sont-ils fixés à l'achat ? (1=prix plancher ; 2=prix du marché ; 3=prix négocié ; 4=autres à préciser)	<input type="checkbox"/>
Q2.10	Comment évoluent ces prix ? (1=stables ; 2=variables)	<input type="checkbox"/>
Q2.11	Comment jugez-vous le prix de l'huile locale (0=non, 1=oui) A. Très élevé B. Elevé C. Accessible D. bas	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

SECTION 3 : Contraintes et attentes sur la qualité d'huile locale

Q3.1	Quelles sont les principales raisons qui limitent votre consommation d'huile locale ? (0=non, 1=oui) mauvais goût _ _ _ prix _ _ _ faiblesse du revenu _ _ _ disponibilité _ _ _ éloignement des points de vente _ _ _ autres à préciser _ _ _ 	
Q3.2	Comment pouvez-vous caractériser la bonne huile ? (0=non, 1=oui) bon goût _ _ _ bon prix _ _ _ bon emballage _ _ _ Absence de cholestérol _ _ _ autres à préciser _ _ _ 	
Q3.3	Comment appréciez-vous l'emballage d'huile locale ? (1= très mauvais ; 2=mauvais ; 3=bon ; 4=très bon)	_ _ _
Q3.4	Pensez-vous que les types d'emballage d'huile locale limitent son marché ? (0=non ; 1=oui)	_ _ _
Q3.5	Avez-vous déjà entendu, lu ou regardé une publicité sur une huile locale ? (0=non ; 1=oui)	_ _ _
Q3.6	Selon vous, quelles sont les actions réglementaires à mener par l'Etat afin d'assurer une meilleure efficacité du marché des huiles alimentaires ?	
Q3.7	Selon vous, pour le secteur d'huilerie au Burkina Faso, quelles sont : a) Les forces : b) Les faiblesses : c) Les opportunités : d) Les menaces :	

QUESTIONNAIRE VENDEURS

SECTION 1 : éléments d'identification et caractéristiques sociodémographique du responsable

Q1.1	Région	_____
Q1.2	Ville	_____
Q1.3	Secteur	_____
Q1.4	Dénomination du vendeur	_____
Q1.5	Nom de l'enquêteur	_____
Q1.6	Code de l'enquêteur	_____
Q1.7	Date de passage	_____
Q1.8	Nom & prénom du répondant	_____
Q1.9	Sexe	_____
Q1.10	Age	_____
Q1.11	Situation matrimoniale (1=marié ; 2=célibataire ; 3=divorcé ; 4=veuf/veuve ; 5=union libre)	_____
Q1.12	Niveau d'instruction (1=analphabète, 2=primaire, 3=secondaire ou plus)	_____
Q1.13	Contact	_____
Q1.14	Principale activité	_____

SECTION 2 : Activité de commercialisation de l'huile

Q2.1	Types d'huile commercialisés 1=local 2=Importé 3=Les deux	_____
Q2.2	Avez-vous des préférences entre les huiles locales ((0=non ; 1=oui))	_____
Q2.3	Quantité d'huile (en Kg) commercialisée en litre par an	_____
Q2.3a	Quantité d'huile (en Kg) commercialisée en 2015	_____ _____ _____ _____ _____ _____
Q2.3b	Quantité d'huile (en Kg) commercialisée en 2016	_____ _____ _____ _____ _____ _____
Q2.3c	Quantité d'huile (en Kg) commercialisée en 2017	_____ _____ _____ _____ _____ _____
Q2.4	Quantité d'huile (en Kg) importée et vendue	_____ _____ _____ _____ _____ _____
Q2.4a	Quantité d'huile(en Kg) importée vendue en 2015	_____ _____ _____ _____ _____ _____
Q2.4b	Quantité d'huile (en Kg) importée vendue en 2016	_____ _____ _____ _____ _____ _____
Q2.4c	Quantité d'huile (en Kg) importée vendue en 2017	_____ _____ _____ _____ _____ _____

SECTION 3 : Clients, contraintes et autres facteurs explicatifs de la commercialisation d'huile locale

Q3.1	Durée dans l'activité (en année)	_____
Q3.2	Quels types d'huile rendez-vous? 1=Locale ; 2 =importée=3 Les deux	_____
Q3.3	Quelles sont vos motivations dans la vente d'huile alimentaire locale ? (1=Oui/ 0=non) A. demande forte B. naturelle et bonne qualité C. disponibilité	_____ _____ _____

	D. marge bénéficiaire E. aucune explication F. autres à préciser	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Q3.4	Comment les prix sont-ils fixés à l’approvisionnement au niveau des unités de transformation ? (1=prix plancher ; 2=prix du marché ; 3=prix négocié ; 4=autres à préciser)	<input type="checkbox"/>
Q3.5	Comment évoluent ces prix ? (1=stables ; 2=variables)	<input type="checkbox"/>
Q3.6	Quels sont les critères de choix (influence sur la demande) de vos clients en termes d’huile alimentaire? (0=non ; 1=oui) A. goût B. propreté C. disponibilité D. prix du marché E. autres à préciser	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Q3.7	Quelles sont les principales raisons qui limitent la vente d’huile alimentaire locale? (0=non ; 1=oui) A. Influence du prix B. Présence des huiles d’origine étrangère sur le marché national C. Goût D. Hygiène E. Coût de transport F. Emballage G. Disponibilité H. Autres à préciser :	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Q3.8	En quoi l’huile locale est-elle moins préférable à l’huile importée? (0=non ; 1=oui) A. goût B. prix C. disponibilité D. Hygiène E. emballage F. marge bénéficiaire faible G. autres à préciser	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Q3.9	Si Q2.1=1 ou 3; Quelles sont les difficultés que vous rencontrez au niveau de l’approvisionnement d’huile locale ? (0=non ; 1=oui) A. Insuffisance d’huile locale B. Coût de transport C. Distance D. prix d’huile locale E. autres à préciser	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Q3.10	Si Q2.1=1 ou 3; Quelles sont les difficultés que vous rencontrez au niveau de la vente d’huile locale? (0=non ; 1=oui) A. faible marge B. faible demande C. prix élevé D. fiscalité élevée E. Concurrence déloyale (concurrents frauduleux) F. autres à préciser	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Q3.11	Quelles sont les suggestions pour faire face à ces difficultés ?	
Q3.12	Quels sont vos canaux de distribution ? (0=non, 1=oui) A. Dépôt dans les alimentations B. Ventes dans les marchés et yaar C. Salons et foires D. Livraison dans les restaurants E. Autres (préciser)	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

Q3.13	Selon vous, quelles sont les actions réglementaires à mener afin d'assurer une meilleure efficacité du marché des huiles alimentaires ?
Q3.14	Selon vous, pour le secteur d'huilerie au Burkina Faso, quelles sont : a) Les forces b) Les faiblesses c) Les opportunités d) Les menaces

TERMES DE REFERENCES