



Perspectives de mise en Indication Géographique (IG) :

Evaluation du Consentement à Payer (CAP) de deux sous produits agroalimentaires Huile d'arachide (Agonlinmi) et les galettes (kluiklui) de la région Agonlin du Bénin

PAR Ir. Msc EULOGE VIDEGLA

NOVEMBRE 2014



INTRODUCTION

- L'huile d'arachide (Agonlimi) et les galettes (kluiklui) sont des sous-produits agroalimentaires issus de la transformation de l'arachide.
- Pas d'IG en Afrique en 2010 sur 10 000 dans le monde
- Ces deux produits présentent des caractéristiques qui ont des liens avec la région d'Agonlin (Bénin).
- Produit huile subit des contrefaçons

INTRODUCTION

- Le point de départ de l'approche hédonique : constat que les différents biens qui sont échangés sur les marchés ne sont pas recherchés pour eux-mêmes mais pour les quantités de différentes caractéristiques qui les définissent.

Méthodologie

Présentation de la zone d'étude

- **Carte**
- Départements du Littoral et de l'Atlantique
- Communes de Cotonou et Abomey-Calavi
- Marchés parcourus: Dantokpa, Saint Michel, Sainte Rita, Cocotomey, Fidjrossé, Gbégamey, Etoile rouge, etc.

Méthodologie

Echantillonnage

- Population cible = consommateurs de l'huile d'arachide Agonlinmi et/ou du Kluiklui d'Agonlin
- Echantillonnage aléatoire simple dans les marchés de Cotonou et environs
- Entretiens individuels avec 150 consommateurs (100 consommateurs d'huile et 50 consommateurs de kluiklui)

Méthodologie

Collecte et outils d'analyse

- Recherche documentaire
- Entretien semi-structuré avec questionnaire
- Statistique descriptive (Paramètres de position et de dispersion)
- Méthode des prix hédoniques de Rosen et Lancaster

Méthodologie

Collecte et outils d'analyse

- Les données ont été saisies au logiciel SPSS 21.0 et la régression multiple a été faite à l'aide du logiciel Stata 12.
- Modèle de régression linéaire multiple

Prix de l'huile d'Agonlimi = a1 Couleur + a2 Goût + a3 Arôme + a4 Ori + a5 Nutri + a6 Choles + a7 Age + a8 Sexe + a9 Foyer + a10 Revenu + a11 nat_Loc + μ_i

- Calcul des prix implicites de chaque variable $\beta_{it} = \frac{\partial P_t}{\partial X_{it}}$

Résultats et analyses

Cas de l'huile d'arachide Agonlinmi

- 100 consommateurs de l'huile d'Agonlinmi enquêtés (72% de femmes ; dans la tranche d'âge [30 – 45 ans [; et 80% d'instruits).
- les consommateurs les plus aisés(revenu > 200 000 FCFA) = hommes ; niveau d'étude supérieur et sont compris dans la tranche d'âge [30 – 45 ans [.

Résultats et analyses

Cas de l'huile d'arachide Agonlinmi

Variable dépendante (le prix d'achat de l'huile d'Agonlin)

Variables indépendantes	Coef.	Std. Err.	Z	P>z
COULEUR	-23.18035	52.19176	-0.44	0.657
AROME	220.7541	220.7541	1.58	0.114
GOUT	649.6593	209.5176	3.10	0.002
NAT LOC	4.151596	44.70208	0.09	0.926
ORI IG	92.3772	59.21554	1.56	0.119
NUTRI	105.3494	53.96345	1.95	0.051
CHOLE	43.5021	46.01737	0.95	0.344
AGE	3.403389	2.593397	1.31	0.189
SEXE	-40.93264	32.9289	-1.24	0.214
FOYER	-1.730323	9.611874	-0.18	0.857
REV MENS	-.0001229	.0001166	-1.05	0.292

Number of obs = 91 ; Wald chi2(11) = 7512.73 ;
 Prob> chi2 =0.0000 ; Adj R-squared = 0.9835

Résultats et analyses

Cas de l'huile d'arachide Agonlinmi

- Modèle significatif au seuil de 1%
- Sept variables déterminent le consentement des consommateurs à payer l'huile chère : l'arôme, le goût, l'origine, le caractère nutritif, l'âge, le sexe et le revenu mensuel.
- L'arôme, le goût, l'origine, le caractère nutritif et l'âge influencent positivement le prix de l'huile.
- Par contre, le revenu et le sexe influencent négativement le prix de l'huile.

Résultats et analyses

Cas de l'huile d'arachide Agonlinmi

- Les prix implicites des variables significatives

Tableau...: Significativité des coefficients des attributs de l'huile d'arachide Agonlinmi

Variabiles indépendantes	Prix implicite ou valeur économique
COULEUR	-23.18035 ^{ns}
AROME	220.7541 *
GOUT	649.6593 **
NAT LOC	4.151596 ^{ns}
ORI IG	92.3772 *
NUTRI	105.3494 *
CHOLE	43.5021 ^{ns}

ns : non significatif, ** significatif au seuil de 1%, * significatif au seuil de 5%

Résultats et analyses

Cas des galettes Kluiklui d'Agonlin

- 50 consommateurs de l'huile d'Agonlinmi enquêtés (51% de hommes ; dans la tranche d'âge [30 – 45 ans [et 84% d'instruits).
- Majorité des consommateurs ont revenu < 50 000 FCFA, sont instruits et appartiennent à la tranche d'âge [15 - 30 ans [.

Résultats et analyses

Cas des galettes Kluiklui d'Agonlin

Variable dépendante (le prix d'achat du Kluiklui d'Agonlin)				
Variabiles indépendantes	Coef.	Std. Err.	Z	P>z
GOUT	4.430627	1.714114	2.58	0.010
ORI IG	-0.0694811	1.401789	-0.05	0.960
NAT LOC	0.9377911	1.37034	0.68	0.494
ASSAI	1.581777	0.7210488	2.19	0.028
REV MENS	0.0000167	0.0000109	1.53	0.126
FOYER	0.634435	0.1993405	3.18	0.001

Number of obs = 38 ; Wald chi2(6) = 1367.13 ;

Prob> chi2 =0.0000 ; Adj R-squared = 0.9667

Résultats et analyses

Cas des galettes Kluiklui d'Agonlin

- Modèle significatif au seuil de 1%
- Trois variables déterminent le consentement des consommateurs à payer le kluiklui d'Agonlin: le goût, le caractère assaisonné et le nombre de personne au foyer.
- Toutes ces variables influencent positivement le prix de l'huile.

Prix du kluiklui d'Agonlin = 4,43 Goût - 0,07 Origine géographique + 0,93 Caractère naturel et local + 1,58 Assaisonné + 0,63 Foyer + 0,000017 Revenu mensuel

Résultats et analyses

Cas des galettes Kluiklui d'Agonlin

Les prix implicites des variables significatives

Tableau...: Significativité des coefficients des attributs du kluiklui Agonlin

Variabiles indépendantes	Prix implicite ou valeur économique
GOUT	4.430627**
NAT LOC	0.9377911 ^{ns}
ORI IG	-0.0694811 ^{ns}
FOYER	0.634435**
ASSAI	1.581777*
REV_MENS	0.0000167 ^{ns}

ns : non significatif, ** significatif au seuil de 1%, * significatif au seuil de 5%

Discussions

- Les principaux attributs qui déterminent le consentement des consommateurs à payer le « Agonlinmi » et « Kluiklui » : L'arôme, le goût, l'origine et le caractère nutritif.
- Variable revenu est négativement corrélée et l'âge positivement corrélée
- Les résultats obtenus par Sirieix, 1999 et Glé, 2010 traduisent la même tendance
- Sirieix estime que les produits dont les caractéristiques organoleptiques dominant, tiennent une place importante dans l'évaluation de leur qualité par les consommateurs.

Discussions

- Quant à l'origine du produit, Obermiller et Spangenberg, 1989 ; Verlegh et Steenkamp, 1999 ; Van Ittersum, 2001 ont estimé que la région constitue une source importante de sentiment affectif liée au produit régional.
- Région d'origine d'un produit évoque : sentiments de plaisir et de joie basée sur expérience.
- En théorie de consommation, plus le revenu d'un individu augmente, plus il est prêt à consentir à payer plus pour une consommation de qualité alors que ce cas nous montre le contraire.

Conclusion

- Les deux produits présentent des attributs qui sont positivement corrélés avec les prix.
- La variable origine en ce qui concerne l'huile est positif et significatif, ainsi, plus le consommateur est rassuré du lieu de provenance de l'huile Agonlinmi, plus il est prêt à payer.
- Les perspectives pour la mise en place d'une Indication Géographique pour ce produit sont prometteuses



Merci de votre aimable attention