

**MINISTRE DE L'AGRICULTURE ET DES  
AMENAGEMENTS HYDRAULIQUES**

**SECRETARIAT GENERAL**

**DIRECTION GENERALE DES ETUDES ET  
DES STATISTIQUES SECTORIELLES**

**DIRECTION DE LA PROSPECTIVE ET DE  
LA PLANIFICATION OPERATIONNELLE**

**BURKINA FASO**

*Unité – Progrès – Justice*



**ANALYSE DES CONTRAINTES DE COMMERCIALISATION DU RIZ DU  
BURKINA**



En collaboration avec le Projet Riz Pluvial et la Direction Générale de la Promotion de  
l'Economie Rurale

*Version finale*

Mars 2017

## TABLES DES MATIERES

TABLES DES MATIERES .....	i
SIGLES ET ABREVIATIONS .....	iii
TABLE DES TABLEAUX .....	iv
TABLE DES FIGURES .....	v
RESUME DE L'ETUDE.....	vii
<b>INTRODUCTION .....</b>	<b>1</b>
<b>CHAPITRE 1 : APERÇU DE LA FILIERE RIZ DU BURKINA FASO .....</b>	<b>3</b>
<b>I. Facteurs influençant l'offre et la demande du riz (paddy et décortiqué).....</b>	<b>3</b>
1.1. Evolution de la production du riz paddy au cours des 5 dernières années .....	3
1.2. Structure de la production du riz par système de production.....	3
1.3. Analyse comparative de l'évolution de la production, de l'autoconsommation et des importations du riz.....	4
1.4. Croissance démographique et urbanisation.....	5
1.5. Evolution du prix du riz.....	5
<b>II. Acteurs de la filière riz et leurs rôles .....</b>	<b>6</b>
2.1. Acteurs directs .....	6
2.1.1. Producteurs .....	6
2.1.2. Collecteurs.....	7
2.1.3. Commerçants .....	7
2.1.4. Transformateurs.....	7
2.1.5. Consommateurs .....	8
2.2. Acteurs indirects.....	8
<b>CHAPITRE 2 : MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE .....</b>	<b>9</b>
<b>I. Finalisation de la méthodologie et des outils de collecte .....</b>	<b>9</b>
1.1. Echantillonnage .....	9
<b>II. Saisie, traitement et analyse des données collectées .....</b>	<b>13</b>
2.1. Saisie des données .....	13
2.2. Traitement des données .....	14
2.3. Analyse des données .....	14
<b>III. Rédaction du rapport.....</b>	<b>14</b>
3.1. Rédaction du rapport provisoire.....	14
3.2. Rédaction du rapport final .....	14
<b>CHAPITRE 3 : RESULTATS DE L'ETUDE.....</b>	<b>15</b>
<b>I. Niveau de commercialisation du riz du Burkina (paddy et décortiqué).....</b>	<b>15</b>

<b>II.</b>	<b>Modalités de fixation et saisonnalité des prix du riz du Burkina</b> .....	19
<b>2.1.</b>	<b>Modalités de fixation des prix du riz du Burkina</b> .....	19
<b>2.2.</b>	<b>Saisonnalité des prix</b> .....	20
<b>III.</b>	<b>Déterminants de la demande du riz du Burkina</b> .....	24
<b>3.1.</b>	<b>Caractérisation des préférences des consommateurs en riz</b> .....	24
<b>3.2.</b>	<b>Caractérisation du « bon riz » par les consommateurs ménages</b> .....	35
<b>3.3.</b>	<b>Déterminants socio-économiques de la demande du riz du Burkina</b> .....	37
<b>IV.</b>	<b>Créneaux d'amélioration et proposition d'actions</b> .....	39
<b>4.1.</b>	<b>Créneaux d'amélioration</b> .....	39
<b>4.2.</b>	<b>Proposition d'axes d'intervention</b> .....	46
	<b>CONCLUSION</b> .....	51
	<b>REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES</b> .....	52
	<b>ANNEXE</b> .....	I
	<b>TABLE DES ANNEXES</b> .....	I

## SIGLES ET ABREVIATIONS

**DDMPA** : Direction de Développement des Marchés des Produits Agricoles

**DGESS** : Direction Générale Des Etudes et des Statistiques Sectorielles

**DGPER** : Direction Générale de la Promotion de l'Economie Rurale

**DPPO** : Direction de la Prospective et de la Planification Opérationnelle

**EPA** : Enquête Permanente Agricole

**IAP** : Instrument Automatisé de Prévision

**INSD** : Institut Nationale de la Statistique et de la Démographie

**MAFAP/SAPAA** : Suivi et Analyse des Politiques Agricoles et Alimentaire

**MEF** : Ministère de l'Economie et des Finances

**PA/FR** : Plan d'Action pour la Filière Riz

**PABSO** : Programme d'Aménagement des Bas-fonds au Sud-Ouest

**PIB** : Produit Intérieur Brut

**PNDES** : Plan National de Développement Economique et Social

**PRP** : Projet Riz Pluvial

**RGPH** : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

**SIM** : Système d'Information sur les Marchés

**SNDR** : Stratégie Nationale de Développement de la Riziculture

**SONAGESS** : Société Nationale de Gestion des Stocks

**TEC** : Tarif Extérieur Commun

**UNERIZ** : Union Nationale des Etuveuses de Riz du Burkina

**UNPRB** : Union Nationale des Producteurs de Riz du Burkina

## TABLE DES TABLEAUX

<b>Tableau 1</b> : Répartition de l'échantillon des producteurs par région et selon le système de production du riz.....	10
<b>Tableau 2</b> : Répartition de l'échantillon des consommateurs ménages par région et selon le milieu de résidence.....	11
<b>Tableau 3</b> : Répartition de l'échantillon des consommateurs collectifs par région.....	12
<b>Tableau 4</b> : Répartition de l'échantillon des commerçants par région et selon le milieu de résidence .	13
<b>Tableau 5</b> : Part du riz du Burkina dans les quantités moyennes du riz consommées par les ménages au Burkina.....	16
<b>Tableau 6</b> : Proportion des ménages par consommation de type de riz. ....	17
<b>Tableau 7</b> : Principales source d'approvisionnement pour la consommation en riz des ménages.....	17
<b>Tableau 8</b> : Méthode de fixation des prix selon les producteurs.....	19
<b>Tableau 9</b> : Méthode de fixation des prix selon les transformateurs.....	20
<b>Tableau 10</b> : Méthode de fixation des prix selon les commerçants.....	20
<b>Tableau 11</b> : Résultats de la régression économétrique.....	24
<b>Tableau 12b</b> : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon la propreté.....	27
<b>Tableau 12a</b> : Proportion de consommateurs ménages ayant la propreté comme principal critère de choix du riz.....	27
<b>Tableau 13a</b> : Proportion de consommateur ayant le prix comme principal critère de choix du riz...	27
<b>Tableau 13b</b> : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le prix.....	27
<b>Tableau 14</b> : Proportion de consommateurs collectifs ayant la propreté comme principal critère de choix du riz.....	31
<b>Tableau 15</b> : Caractérisation du « bon riz » selon les consommateurs ménages.....	36
<b>Tableau 16</b> : <i>Caractérisation du « bon riz » selon les consommateurs collectifs</i> .....	36
<b>Tableau 17</b> : Résultat de l'estimation du modèle Tobit.....	38
<b>Tableau 18</b> : Principales raisons qui limites la consommation du riz du Burkina selon les consommateurs ménages par région.....	40
<b>Tableau 19</b> : Principales raisons qui limites la consommation du riz du Burkina selon les consommateurs collectifs.....	41
<b>Tableau 20</b> : Principal lieu de vente qui encouragerait les ménages à consommer le riz du Burkina selon les régions.....	43

## TABLE DES FIGURES

<b>Figure 1</b> : Evolution de la production du riz paddy au cours des cinq dernières années .....	3
<b>Figure 2a</b> : Structure de la production du riz par système de production.....	4
<b>Figure 2b</b> : Structure des superficies de riz par système de production .....	4
<b>Figure 3</b> : Evolution de la production, de l'autoconsommation et des importations du riz.....	5
<b>Figure 4</b> : Evolution de la population et du taux d'urbanisation .....	5
<b>Figure 5</b> : Evolution du prix domestique du riz importé et du cours du dollar .....	6
<b>Figure 6</b> : Proportion de ménages ayant acheté intentionnellement le riz du Burkina selon le lieu d'achat .....	18
<b>Figure 7</b> : Principaux lieux d'achat du riz.....	19
<b>Figure 8</b> : Méthode de fixation des prix selon les consommateurs collectifs .....	20
<b>Figure 9b</b> : Fortes baisses selon les consommateurs collectifs .....	21
<b>Figure 9a</b> : Fortes baisses selon les ménages .....	21
<b>Figure 10a</b> : Fortes hausses selon les consommateurs ménages .....	21
<b>Figure 10b</b> : Fortes hausses selon les consommateurs collectifs.....	21
<b>Figure 11</b> : Période de fortes baisses des prix du riz du Burkina pour les producteurs.....	22
<b>Figure 12</b> : Période de fortes hausses des prix du riz du Burkina pour les producteurs.....	22
<b>Figure 13</b> : Période de fortes baisses des prix du riz du Burkina pour les transformateurs.....	23
<b>Figure 14</b> : Période de fortes hausses des prix du riz du Burkina pour les transformateurs.....	23
<b>Figure 15</b> : Proportion des consommateurs pour chaque critère de choix du riz .....	25
<b>Figure 16a</b> : Proportion de consommateur ayant le goût comme principal critère de choix du riz.....	25
<b>Figure 16b</b> : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le goût.....	25
<b>Figure 17a</b> : Part des consommateurs dont le gonflement à la cuisson est le principal critère de choix du riz.....	26
<b>Figure 17b</b> : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le gonflement à la cuisson .....	26
<b>Figure 18b</b> : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le caractère tendre .....	28
<b>Figure 18a</b> : Proportion de consommateur ayant le caractère tendre comme principal critère de choix du riz.....	28
<b>Figure 19</b> : Principaux critères de choix des ménages selon le milieu de résidence .....	29
<b>Figure 20</b> : Principaux <b>critères</b> de choix des consommateurs collectifs en termes d'achat du riz. ....	29
<b>Figure 21</b> : Proportion des consommateurs collectifs selon les préférences de leurs clients. ....	30
<b>Figure 22</b> : Proportion de consommateurs collectifs ayant le goût comme principal critère de choix du riz.....	30
<b>Figure 23</b> : Proportion de consommateurs collectifs ayant le caractère tendre comme principal critère de choix du riz. ....	31
<b>Figure 24</b> : Proportion des commerçants selon les préférences de leurs clients.....	32
<b>Figure 25b</b> : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le goût comme critère de choix	32
<b>Figure 25a</b> : Proportion de commerçant ayant le goût comme critère de choix.....	32
<b>Figure 26b</b> : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le prix comme critère de choix	33
<b>Figure 26a</b> : Proportion de clients ayant le prix comme critère de choix du riz.....	33
<b>Figure 27b</b> : Appréciation entre le riz du Burkina et le riz importé selon le volume comme critère de choix .....	33
<b>Figure 27a</b> : Proportion de clients ayant le gonflement comme critère de choix du riz .....	33
<b>Figure 28b</b> : Appréciation entre le riz du Burkina et le riz importé selon la propreté comme critère de choix .....	34
<b>Figure 28a</b> : Proportion de clients ayant la propreté comme critère de choix du riz.....	34
<b>Figure 29b</b> : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le caractère tendre comme critère de choix .....	35

<b>Figure 29a</b> : Proportion de clients ayant le caractère tendre comme critère de choix du riz.....	35
<b>Figure 30</b> : Caractérisation du « bon riz » selon les consommateurs ménages .....	35
<b>Figure 31</b> : Principales raisons qui limitent la consommation du riz du Burkina selon les consommateurs ménages.....	39
<b>Figure 32</b> : Principales raisons limitant la consommation du riz du Burkina selon les consommateurs collectifs .....	41
<b>Figure 33</b> : Principaux facteurs limitant la commercialisation du riz du Burkina selon les commerçants .....	42
<b>Figure 34</b> : Principal lieu de vente qui encouragerait les ménages à consommer le riz du Burkina ....	42
<b>Figure 35</b> : Principal lieu de vente qui encouragerait à consommer le riz du Burkina .....	44
<b>Figure 36</b> : Appréciation de l’emballage du riz du Burkina par les consommateurs ménages .....	44
<b>Figure 37</b> : Possibilité ou non pour l’emballage de limiter le marché du riz du Burkina selon les consommateurs ménages.....	45
<b>Figure 38</b> : Appréciation de l’emballage du riz du Burkina par les consommateurs collectifs.....	45
<b>Figure 39</b> : Limite du marché selon l’appréciation de l’emballage du riz du Burkina par les consommateurs collectifs .....	46
<b>Figure 40</b> : Appréciation de l’emballage du riz du Burkina par les commerçants .....	46
<b>Figure 41</b> : Limite du marché selon l’appréciation de l’emballage du riz du Burkina par commerçants .....	46

## RESUME DE L'ETUDE

Cette étude sur la commercialisation du riz au Burkina Faso s'inscrit dans un contexte d'orientation du secteur agricole dans le cadre de l'atteinte des objectifs du PNDES.

Son objectif général est d'analyser les contraintes de commercialisation du riz du Burkina (paddy et décortiqué). Elle a été réalisée dans les treize régions du Burkina Faso auprès des producteurs, des consommateurs, des transformateurs et des ménages.

Les résultats de cette étude sont obtenus par la convergence des preuves utilisant à la fois des analyses descriptives et économétriques. Les principaux résultats issus de cette approche sont :

- la part du riz du Burkina dans l'ensemble de la consommation du riz des ménages enquêtés représente 41,9% ;
- les régions à forte production ont des parts de consommation du riz du Burkina les plus élevées ;
- la principale source de consommation du riz est le marché via les achats ;
- le lieu par excellence d'achat du riz est le marché de détail ;
- le goût, le gonflement à la cuisson, le caractère tendre, le prix et la propreté du riz sont les principaux critères de choix des consommateurs ;
- le goût et le caractère tendre du riz du Burkina sont plus appréciés tandis que le riz importé est plus prisé pour son gonflement à la cuisson, son prix et sa propreté ;
- l'indisponibilité, le prix, les impuretés et le gonflement à la cuisson sont les principaux facteurs qui limitent la commercialisation du riz du Burkina ;
- le milieu urbain reste un marché potentiel pour la commercialisation du riz du Burkina.

## INTRODUCTION

### Contexte et problématique

Le Burkina Faso regorge d'un potentiel important en matière de productions agricoles. Malgré ce potentiel, la part des produits agricoles dans les exportations reste encore relativement faible, soit moins de 15% en 2016 (MINEFID/IAP, 2016). Les maillons productions des filières agricoles portées par les organisations professionnelles sont peu compétitifs en termes de productivité, de qualité et de prix. De plus, la commercialisation des produits agricoles est largement dominée par des modes d'organisation informels portés par la spéculation et par un dispositif de transfert des produits des zones excédentaires vers les zones déficitaires au niveau national, régional et international. Ce dispositif informel accentue négativement une stratégie de vente précoce par des producteurs faiblement organisés et atomisés sur le territoire national. Le volume de la production commercialisable et celui des stocks paysans sont mal maîtrisés par les systèmes d'information sur les marchés. On estime à 25% le taux de mise en marché des produits agricoles sur la période 2005-2010, entraînant un faible approvisionnement des industries agroalimentaires. Un changement de la dynamique est important pour l'atteinte d'un taux de commercialisation des produits agricoles de 30% en 2018 dans le cadre de la mise en œuvre du Plan national de développement économique et sociale (PNDES 2016-2020).

Pour le cas spécifique du riz, à l'instar de nombreux pays en Afrique de l'Ouest, son niveau de consommation au Burkina Faso est en forte croissance depuis les années 1990. Cependant depuis près de deux décennies, des initiatives, notamment le Plan d'action pour la filière riz (PA/FR) initié en 1997, le Programme d'aménagement des bas-fonds au Sud-Ouest (PABSO) sur la période 2010-2016, le Projet riz pluvial (PRP) de 2003 à nos jours, ainsi que les subventions de l'Etat en intrants agricoles depuis la crise alimentaire de 2008 ont été entreprises afin d'améliorer l'autosuffisance en riz. Ces mesures ont entraîné un accroissement de la production du riz de 20,4% sur les cinq dernières années passant de 319 milles tonnes en 2012 à plus de 384 milles tonnes en 2016. Cet accroissement de la production nationale de riz s'est accompagné d'une augmentation de la facture des importations du riz qui pourrait atteindre 107 milliards en 2025 (DGESS/MAAH, 2016). Cette situation pourrait s'expliquer par l'urbanisation car elle s'accompagne souvent d'une consommation accrue d'aliments hors foyer, une tendance qui stimule la consommation du riz du fait de sa facilité de conservation, de préparation et de sa cuisson (AfricaRice, 2012). Sur le plan organisationnel, de nouveaux acteurs comme les étuveuses du riz, ont fait leur apparition dans le paysage rizicole et contribuent à accroître et diversifier l'offre du riz « made in Burkina Faso » aux consommateurs.

Le pays possède un marché domestique avec un réel potentiel de croissance. En effet, l'accroissement démographique, l'urbanisation (le taux d'urbanisation de 22,7% en 2006, pourrait atteindre 35% en 2026) et l'enrichissement national (augmentation du PIB/tête) offrent de bonnes perspectives de croissance de la demande du riz. Pour que cette potentialité puisse être effective, il est nécessaire d'identifier et de lever les contraintes majeures de mise en marché et de transformation du riz produit au niveau national. Une identification et une résolution des contraintes de commercialisation du riz pourront créer des effets incitatifs pour favoriser l'investissement dans le domaine de la production, de la transformation, de la commercialisation du riz du Burkina ; et contribuer à la réduction des sorties de devises et à la création d'emplois décents.

Cette étude sur la commercialisation du riz au Burkina Faso s'inscrit dans un contexte d'orientation du secteur agricole dans le cadre de l'atteinte des objectifs du PNDES.

## **Objectifs et résultats attendus de l'étude**

L'objectif général de cette étude est d'analyser les contraintes de commercialisation du riz du Burkina (paddy et décortiqué) au Burkina Faso. Il s'agira de façon spécifique de :

- déterminer les facteurs qui influencent la demande du riz du Burkina (paddy et décortiqué);
- comprendre le mode d'établissement des flux entre les acteurs de la commercialisation du riz du Burkina (paddy et décortiqué) ;
- caractériser les préférences du consommateur final en riz du Burkina décortiqué;
- connaître les modes de fixation des prix du riz du Burkina (paddy et décortiqué) et leur saisonnalité ;
- Faire une analyse comparative entre le riz importé et le riz du Burkina décortiqué (prix, volumes...);
- connaître le niveau d'appréciation du riz du Burkina par les acteurs ;
- étudier les créneaux d'amélioration de la commercialisation du riz du Burkina (paddy et décortiqué) ;
- définir des actions concrètes pour assurer une meilleure commercialisation du riz du Burkina (paddy et riz décortiqué) à l'intérieur du pays.

Ce document est structuré en trois chapitres. Le premier chapitre fait un aperçu de la filière au Burkina Faso. Le chapitre 2 présente la méthodologie de l'étude. Quant au dernier chapitre, il donne les résultats de l'étude tout en proposant des axes d'intervention pouvant permettre d'améliorer la commercialisation du riz du Burkina.

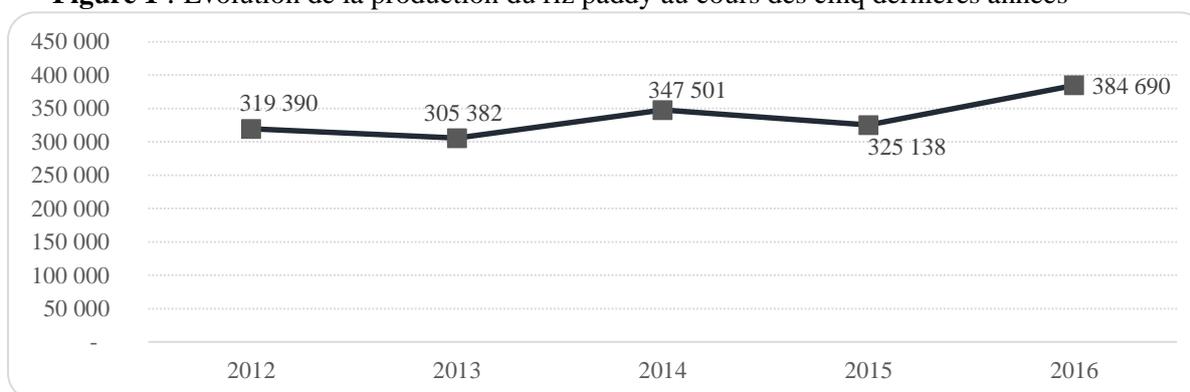
# CHAPITRE 1 : APERÇU DE LA FILIERE RIZ DU BURKINA FASO

## I. Facteurs influençant l'offre et la demande du riz (paddy et décortiqué)

### 1.1. Evolution de la production du riz paddy au cours des 5 dernières années

La production du riz paddy a connu une tendance à la hausse ces cinq dernières années. Elle est passée de 319 390 tonnes en 2012 à 384 690 tonnes en 2016, soit une croissance moyenne annuelle de 4,76%. La production moyenne annuelle a été de 336 420 tonnes au cours de cette période. L'augmentation de la production est due non seulement à la hausse des superficies, consécutive aux politiques d'aménagement de bas-fonds et de périmètres irrigués engagées depuis 2008, mais aussi à l'amélioration des rendements en lien avec l'utilisation des intrants (semences améliorées, fertilisants, ...) par les producteurs.

**Figure 1** : Evolution de la production du riz paddy au cours des cinq dernières années

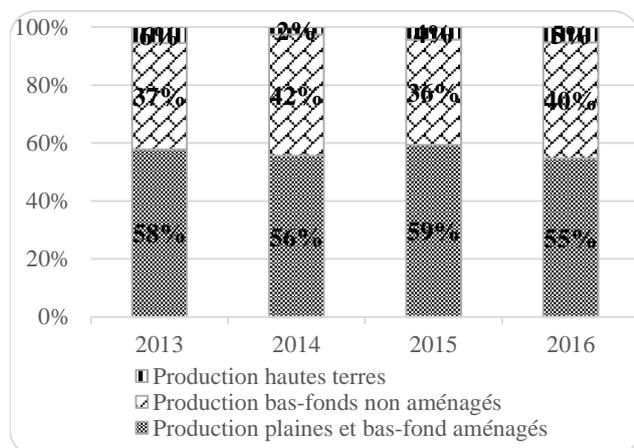


Source : DGESS/MAAH, 2017

### 1.2. Structure de la production du riz par système de production

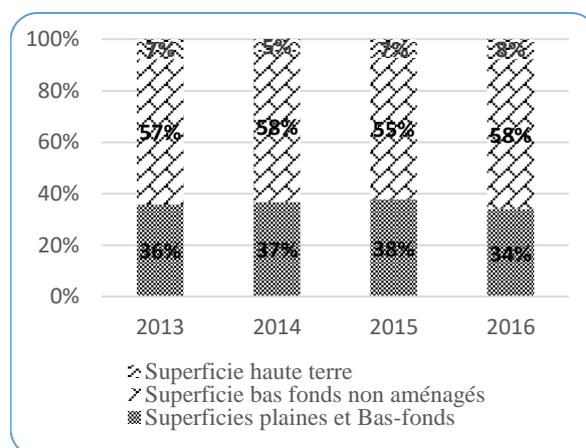
La production du riz au Burkina Faso est réalisée sur les hautes terres, sur les bas-fonds non aménagés et sur les plaines et bas-fond aménagés. Sur la période 2013-2016, On note une contribution moyenne de 57% de la production de la part des plaines et bas-fond aménagés, 39% pour les bas-fonds non aménagés et 4% pour les hautes terres (pluvial strict) dans la production totale du riz. Cette forte proportion contributive des plaines et bas-fonds aménagés s'explique par la possibilité d'une double production due à la disponibilité de l'eau, ce qui rend améliore la satisfaction des besoin en eau du riz .

**Figure 2a :** Structure de la production du riz par système de production



Source : DGESS/MAAH, 2017

**Figure 2b :** Structure des superficies de riz par système de production



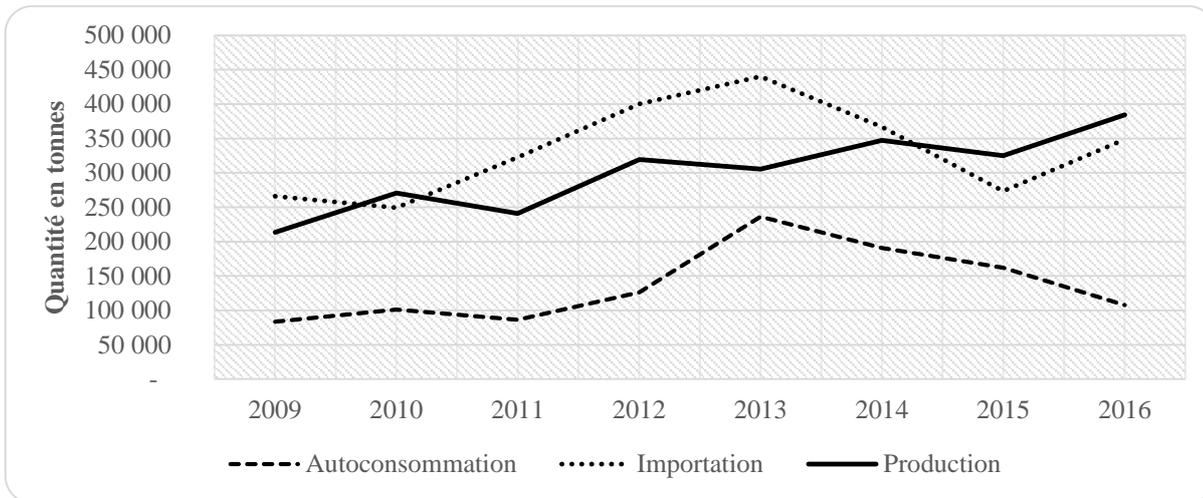
Source : DGESS/MAAH, 2017

### 1.3. Analyse comparative de l'évolution de la production, de l'autoconsommation et des importations du riz

La production du riz connaît depuis 2009, une tendance à la hausse en raison de l'accroissement des superficies cultivées et de la hausse des rendements. La hausse des superficies et des rendements s'explique par les politiques d'aménagement de bas-fonds et de périmètres irrigués, engagées depuis 2008 suite à la crise alimentaire ainsi que les mesures de subventions des intrants. Toutefois, la quantité des importations<sup>1</sup> du riz a continué à croître jusqu'en 2013. On note également jusqu'en 2013 une hausse de l'autoconsommation du riz qui peut s'expliquer par la réduction de la disponibilité du riz sur le marché et le recours aux importations.

<sup>1</sup> Les volumes des importations de 2015 et 2016 ne concernent que les 9 mois de l'année

**Figure 3 :** Evolution de la production, de l’autoconsommation et des importations du riz



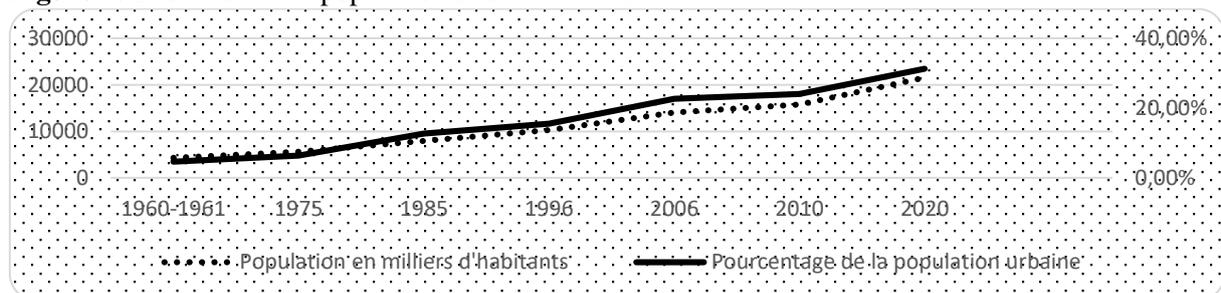
Source : INSD et DGESS/MAAH, 2017

#### 1.4. Croissance démographique et urbanisation

Estimée en 1960 à 4,3 millions d’habitants, la population du Burkina Faso est passée à 14,02 millions en 2006 (RGPH, 2006). Elle est aujourd’hui estimée à 19,63 millions et les projections prévoient pour 2020 une population de 21,51 millions. Cette croissance démographique est le fait de la baisse importante de la mortalité et d’une fécondité élevée qui est restée à une moyenne de six (06) enfants par femme depuis 1960.

L’analyse de la Figure 4 montre que le taux d’urbanisation a connu une évolution similaire à celle de la population. Il est passé de 4,7% en 1960 à 22,7% en 2006 et pourrait atteindre 31,27% en 2020. Cette situation s’explique en partie par le nombre de villes qui est passée de 2 en 1960 à 26 en 1996, puis à 49 depuis 2004. Ce taux est également accentué du fait de l’exode rural. La croissance rapide du taux d’urbanisation induit l’augmentation sans cesse de la demande en riz, cette céréale étant prisée dans les villes en raison de sa facilité et de sa rapidité de cuisson.

**Figure 4:** Evolution de la population et du taux d’urbanisation



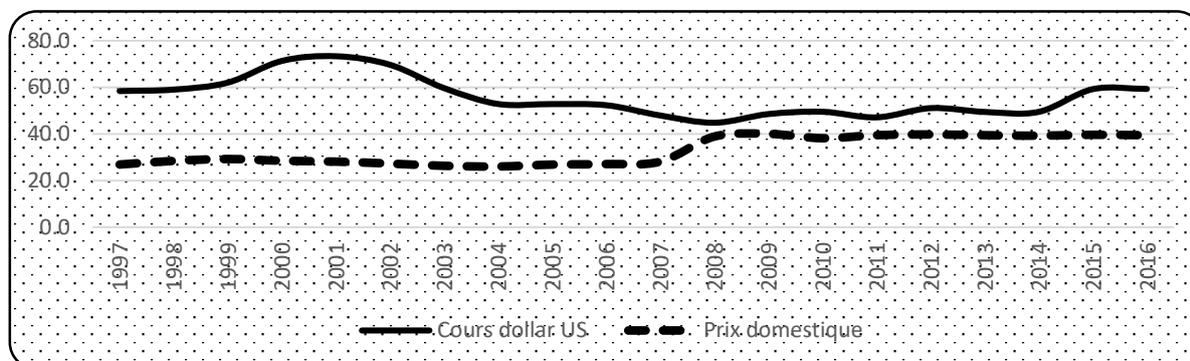
Source : INSD, 2017

#### 1.5. Evolution du prix du riz

Le prix domestique du riz a connu une tendance haussière sur la période 1997-2016. Quasi stable sur la période 1997 à 2007, le prix du riz a enregistré une hausse de 38 % entre 2007 et 2008 avant de se stabiliser à partir de 2009. La hausse brutale observée entre 2007 et 2008 serait la conséquence de la crise alimentaire de 2008. Quant à la stabilisation du niveau de prix à partir de 2009, elle serait due aux mesures gouvernementales visant à booster la production du riz à travers les aménagements et l’opération spéciale semence.

Malgré les mesures pour contenir la volatilité du prix du riz sur le marché, le prix reste tributaire du cours du dollar US qui est une monnaie importante dans les échanges internationaux. En effet, l'analyse de corrélation entre le prix domestique et le cours du dollar montre qu'ils sont corrélés.

**Figure 5:** Evolution du prix domestique du riz importé et du cours du dollar



Source : SONAGESS et IAP, 2017

## II. Acteurs de la filière riz et leurs rôles

Selon la Stratégie nationale de développement de la riziculture (2011), l'acteur économique est une cellule élémentaire intervenant dans l'économie, un centre autonome d'action et de décision. Il peut s'agir donc d'une personne physique (producteur, commerçant, consommateur, etc.) ou d'une personne morale (entreprise, organisation paysanne, organisme de développement, de recherche, de financement).

Deux grandes catégories d'acteurs interviennent dans la filière riz au Burkina Faso. Il s'agit des acteurs directs et des acteurs indirects.

### 2.1. Acteurs directs

Les acteurs directs sont ceux qui manipulent le produit et/ou se l'approprient par un acte d'achat et/ou de vente. Dans cette catégorie l'on a les producteurs, les coopératives ou organisations paysannes, les transformateurs, les commerçants (grossistes, demi-grossistes, détaillants) et les consommateurs.

#### 2.1.1. Producteurs

La production est assurée par un ensemble de producteurs dont les systèmes (temps d'occupation, niveau d'organisation, niveau d'intensification et main d'œuvre) sont différents et caractérisés surtout par le degré de maîtrise de l'eau. Ainsi, on distingue trois groupes de producteurs :

- **Les producteurs qui pratiquent la riziculture pluviale stricte** : Les performances de ces producteurs sont tributaires de la répartition et de la quantité de pluies tombées. Au Burkina Faso, ces producteurs occupent 10% des superficies dévolues au riz et fournissent 5% de la production (SNDR, 2011).
- **Les producteurs du riz de bas-fonds** : Ces producteurs pratiquent leur activité soit dans des sites sans maîtrise de l'eau (bas-fonds traditionnels), soient dans des sites avec maîtrise partielle de l'eau (bas-fonds simples améliorés et bas-fonds améliorés). Ce type de riziculture est généralement pratiqué le long des rivières et caractérisé par la remontée de nappe phréatique en milieu de saison pluvieuse. Avec 67% des superficies totales exploitées, les producteurs du riz de bas-fonds fournissent 42% de la production nationale (SNDR, 2011).

- **Les producteurs du riz en système irrigué** : Ces producteurs sont les plus performants avec des rendements variant de 4 à 7 tonnes/ha. Ils pratiquent leur activité dans des sites en maîtrise totale de l'eau, ce qui leur permet de produire en double campagne. Avec 23% des superficies rizicoles, ces producteurs fournissent 53% de la production nationale du riz (SNDR, 2011).

Dans l'ensemble, les producteurs assurent les tâches de préparation du sol, de réalisation des pépinières, de semis/repiquage des plants, d'entretien des parcelles, de récolte, de transport, de stockage/conservation et de vente.

### 2.1.2. Collecteurs

Les collecteurs du riz sont des acteurs importants du maillon de la transformation et de la commercialisation. Ils sont chargés des achats du riz auprès des producteurs, du transport et de la manutention au profit des grossistes ou des transformateurs. Ils sont parfois appelés « intermédiaires » et interviennent surtout à la période de récolte. On estime à moins de 5% la récolte nationale de paddy achetée par les collecteurs (SNDR, 2011).

### 2.1.3. Commerçants

Les commerçants sont des acteurs qui assurent la vente du riz au Burkina Faso. On peut les classer en trois catégories selon leur capacité de stockage : grossistes, demi-grossistes, détaillants.

- **Les grossistes** : Ils assurent le transfert des produits, des marchés ruraux vers les marchés de consommation où ils vendent aux revendeurs détaillants et aux consommateurs. Ces grossistes disposent de capacités de stockage du riz de plus de 500 tonnes. ;
- **Les demi-grossistes** : Ils sont caractérisés par la vente courante de volumes plus réduits du riz par opération d'approvisionnement qui n'implique pas nécessairement les grossistes. Ils ont des capacités d'entreposage modestes (inférieures à 100 tonnes) ;
- **Les détaillants** : Ils jouent un rôle de proximité et mettent à la disposition du consommateur des quantités désirées.

### 2.1.4. Transformateurs

La transformation primaire (transformation du paddy) constitue la principale alternative pour la valorisation du riz au Burkina Faso. Il existe deux types de transformation primaire. Il s'agit de l'étuvage et de l'usinage.

Concernant l'étuvage, il est essentiellement pratiqué par des femmes, dites étuveuses. Elles traitent 52% de la production nationale de paddy et leur effectif est estimé à 16 416 (SNDR, 2011). Certaines sont organisées en une union nationale des étuveuses du riz.

Quant à l'usinage du paddy, il est assuré par des unités semi industrielles et industrielles qui sont concentrées autour des grandes villes (Bobo-Dioulasso, Ouagadougou) et des grands sites de production (Banzon, Sourou, Bagré). Ces unités totalisent plus de 30 000 tonnes/an de capacité de transformation de la production nationale en riz blanchi (SNDR, 2011). En plus de ces unités, on dénombre des centaines d'unités artisanales de décorticage (moulins villageois ou de quartiers) qui sont des prestataires auxquels ont recours la majorité des étuveuses et certains producteurs.

Il convient de noter qu'en plus de la transformation primaire (usinage et étuvage), certains acteurs font de la transformation secondaire du riz. Les produits transformés qui en résultent sont essentiellement la Farine de riz et le couscous de riz.

### **2.1.5. Consommateurs**

Les consommateurs sont des acteurs qui assurent l'utilisation finale du riz et sont constitués des ménages, des restaurants, des hôpitaux, des cantines, des internats.

Dans le cadre de cette étude, ils sont regroupés dans deux catégories : consommateurs ménages et consommateurs collectifs (qui se résument aux restaurants, hôtels et kiosques).

En plus de ces acteurs directs, d'autres acteurs non moins importants interviennent dans le développement de la filière. Cependant, le focus est mis sur les acteurs directs dans le cadre de cette étude.

### **2.2. Acteurs indirects**

Les acteurs indirects de la filière riz interviennent pour transporter les produits, encadrer, conseiller, et financer les activités agricoles. Ils jouent également un rôle important tant au niveau de la production, de la transformation que de la commercialisation (recherche des débouchés et financement des activités commerciales). Ce sont les fournisseurs d'intrants et d'équipements, les institutions de crédit, les transporteurs, les institutions en charge de la recherche, de la vulgarisation, les partenaires techniques et financiers.

## CHAPITRE 2 : MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

L'analyse sur les contraintes de commercialisation du riz du Burkina (paddy et décortiqué) a une couverture nationale et concerne les acteurs clés (producteurs, transformateurs, commerçants, consommateurs ménages et consommateurs collectifs c'est-à-dire les restaurants, les kiosques et les hôtels) de la commercialisation.

Pour mener à bien l'étude sur les contraintes de la commercialisation du riz du Burkina (paddy et décortiqué), il est adopté une démarche participative, pratique et proactive intégrant, les cadres de la Direction générale des études et des statistiques sectorielles (DGESS), de la Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER) et du Projet riz pluvial (PRP). Les étapes qui ont été nécessaires à la réalisation de l'analyse se déclinent comme suit :

- a) Finalisation de la méthodologie et des outils de collecte
- b) Collecte de données
- c) Saisie des données
- d) Traitement et analyse des données collectées
- e) Rédaction du rapport provisoire
- f) Rédaction du rapport final

### I. Finalisation de la méthodologie et des outils de collecte

Afin d'anticiper l'exécution de l'analyse sur les contraintes de la commercialisation du riz du Burkina, la Direction de la prospective et de la planification opérationnelle (DPPO) a initié l'élaboration de la méthodologie et des outils de collecte. Ces documents ont été envoyés aux membres du comité technique préalablement mise en place pour validation. Ce comité technique a pris 7 jours comme convenu pour examiner la méthodologie et les outils de collecte. Dans cette section, il sera présenté la méthodologie de l'étude finalement retenue après son examen par le comité technique.

#### 1.1. Echantillonnage

L'échantillonnage consiste en la formalisation d'une méthode de sélection des acteurs à enquêter, afin de disposer des informations de bonne qualité, qui soient représentatives à l'échelle régionale. De façon pratique, pour chaque catégorie d'acteur, il est déterminé un échantillon représentatif.

##### 1.1.1. Echantillonnage des producteurs

En économie, le producteur est un agent économique qui utilise une combinaison jugée optimale de facteurs de production afin d'obtenir un output qu'il pourra mettre sur le marché dans le but de maximiser son profit. Dans cette étude, le producteur est une personne qui exploite un bas-fond aménagé, un périmètre irrigué ou une parcelle de riz pour produire du riz dans le but de l'autoconsommation et/ou de la commercialisation. Il est de ce fait un acteur clé de la commercialisation du riz en ce sens que ce dernier de par son comportement de production influence la disponibilité du riz paddy sur le marché. Par le biais de cette disponibilité, il influence les décisions des transformateurs en termes de quantité à transformer et in fine la disponibilité du riz décortiqué sur le marché. Pour déterminer le nombre de producteur de riz paddy à enquêter, la formule suivante a été utilisée :

$$n_j = \frac{k_\alpha^2 * N_j * (p_j(1 - p_j))}{k_\alpha^2 * (p_j(1 - p_j)) + e^2 * N_j}$$

$N_j$  = Nombre total de producteurs de riz de la région j

$n_j$  = Taille de l'échantillon dans la région j

$e$  = Niveau de précision (5% pour cette étude)

$p_j$  = Taux de commercialisation du riz paddy de la région  $j$

$k_\alpha$  = Statistique de student fixé à 1,96

Afin de tenir compte des systèmes de production (Haute-terre, Plaine et basfonds aménagés) du riz au Burkina Faso, l'échantillon de chaque région est réparti proportionnellement à la production de chaque système. Ainsi, la répartition de l'échantillon par région et par système de production est consignée dans le tableau 1.

**Tableau 1 :** Répartition de l'échantillon des producteurs par région et selon le système de production du riz

Régions	Nombre de producteurs	Producteurs des plaines et bas-fonds aménagés	Producteurs haute terre
Boucle du Mouhoun	84	43	41
Cascades	96	62	34
Centre	30	19	11
Centre-est	68	34	34
Centre nord	93	89	4
Centre ouest	70	43	27
Centre sud	89	47	42
Est	90	32	59
Hauts bassins	95	42	53
Nord	48	44	4
Plateau central	92	75	17
Sahel	30	30	0
Sud- ouest	47	35	12
<b>Burkina Faso</b>	<b>932</b>	<b>595</b>	<b>337</b>

*Source* : Nos calculs

La sélection des producteurs a été faite en deux étapes. Dans un premier temps, il s'est agi de tirer un échantillon de communes qui abritent les basfonds PRP. Dans un second temps un nombre fixe de producteurs est enquêté dans chaque site de la commune tirée de sorte à atteindre le nombre de producteur de basfonds souhaité dans la région.

Pour couvrir les producteurs de hautes terres et de périmètres irrigués, deux (2) villages qui disposent de ces systèmes de production sont enquêtés conformément à la répartition donnée dans le Tableau 1.

### 1.1.2. Echantillonnage des consommateurs

D'après la théorie du consommateur, le consommateur est un agent économique rationnel et il cherche à atteindre le panier optimal de consommation, étant donné le budget dont il dispose et les prix des biens sur les marchés. De ce fait, les consommateurs occupent une place déterminante dans la commercialisation du riz car ce sont eux qui créent la demande et conditionnent la maximisation du profit des fournisseurs. Pour cette étude, le consommateur renvoie à une personne physique ou morale qui achète le riz décortiqué et le cuisine pour sa propre consommation ou la consommation d'une clientèle. Ainsi, deux types de consommateurs sont considérés dans cette étude. Il s'agit des consommateurs constitués par des ménages et les consommateurs collectifs composés des restaurants, des hôtels et des kiosques.

- Consommateurs types ménages

Pour déterminer le nombre de consommateurs type ménage à enquêter par région, la formule suivante est utilisée, avec une confiance de 95% :

$$n_i = \frac{k_\alpha^2 * N_i * (p_i(1 - p_i))}{k_\alpha^2 * (p_i(1 - p_i)) + e^2 * N_i}$$

$N_i$  = Taille de la population dans la région i

$n_i$  = Taille de l'échantillon dans la région i

$e$  = Niveau de précision (5% pour cette étude)

$p_i$  = Taux de consommation du riz du Burkina dans la région i

$k_\alpha$  = Statistique de student fixé à 1,96

Le taux de commercialisation du riz dans chaque région étant inconnu, la valeur de 50% est prise par défaut pour le calcul de la taille de l'échantillon par région, tel que recommande la théorie des sondages. L'avantage de considérer une prévalence de 50% est qu'elle permet d'avoir une taille maximale de l'échantillon qui assure la convergence de l'indicateur d'intérêt. Ainsi, un échantillon de 100 consommateurs types ménages par région soit 1300 au total est concerné par cette étude.

Pour tenir compte de l'influence du milieu de résidence dans la consommation du riz, une répartition de l'échantillon a été faite proportionnellement à la part du riz consommé par les ménages de chaque milieu de résidence dans la consommation totale du riz de la région. Le Tableau 2 donne la répartition des consommateurs ménages enquêtés selon le milieu de résidence et par région.

**Tableau 2:** Répartition de l'échantillon des consommateurs ménages par région et selon le milieu de résidence

Régions	Rural	Urbain
Boucle du Mouhoun	55	45
Cascades	33	67
Centre	21	79
Centre-est	52	49
Centre nord	56	44
Centre ouest	47	53
Centre sud	60	40
Est	49	51
Hauts bassins	28	73
Nord	56	44
Plateau central	53	47
Sahel	56	44
Sud- ouest	35	66
Burkina Faso	599	701

**Source** : nos calculs à partir des projections démographiques de l'INSD

Tout comme au niveau producteur, les consommateurs ménages en milieu urbain ont été sélectionnés en deux étapes. A l'aide de la base des secteurs des chefs-lieux des régions, cinq (5) secteurs ont été tirés de façon aléatoire. Dans chaque secteur tiré, un nombre fixe de ménages

à sélectionner est obtenu par la méthode des itinéraires de sorte à couvrir l'échantillon de consommateurs prévus en milieu urbain. Pour résoudre le problème d'éloignement entre les unités enquêtées qui pourront rendre plus coûteux en temps et en ressources, une commune voisine de la commune concernée par l'enquête auprès des producteurs est identifiée pour l'enquête auprès des consommateurs ménages en milieu rural. Dans chacun des villages de ces communes, les ménages sont sélectionnés par la méthode des itinéraires.

➤ **Consommateurs type collectif**

Le nombre de consommateurs collectifs à enquêter est déterminé avec la méthode du strict minimum. Il s'agit de s'assurer que le nombre de restaurants à enquêter dans chaque région respecte la loi des grands nombre (30 au moins). Au regard de l'importance de consommation hors foyers en milieu urbain, les consommateurs collectifs sont enquêtés en milieu urbain. La répartition des consommateurs collectifs par région est donnée par le Tableau 3.

**Tableau 3:** Répartition de l'échantillon des consommateurs collectifs par région

Région	Consommateurs collectifs
Boucle du Mouhoun	30
Cascades	30
Centre	30
Centre-est	30
Centre nord	30
Centre ouest	30
Centre sud	30
Est	30
Hauts bassins	30
Nord	30
Plateau centrale	30
Sahel	30
Sud- ouest	30
<b>Ensemble</b>	<b>390</b>

**Source :** Nos calculs

Le tirage des consommateurs collectifs est aussi similaire à celui des consommateurs ménages. Dans chacun des 5 secteurs des 13 régions tirées, en moyenne 6 consommateurs collectifs ont été enquêtés en utilisant la méthode des itinéraires.

### 1.1.3. Echantillonnage des commerçant

Les commerçants sont responsables de la distribution du riz et de ses sous-produits. Ils constituent un maillon essentiel de relais entre le producteur et les autres usagers des produits et sous-produits du riz. Au Burkina Faso, ils sont constitués de grossistes, de demi-grossistes, de collecteurs et de détaillants. Le Système d'information sur les marchés (SIM) de la SONAGESS distingue trois types de marchés en fonction des acteurs présents : les marchés de collecte surtout fréquentés par des producteurs et des collecteurs ; les marchés de regroupement fréquentés par des collecteurs et des grossistes mais aussi par des producteurs ; les marchés de consommation surtout fréquentés par les détaillants, les semi-grossistes et les consommateurs (PAM-CIRAD, 2011). Les grossistes ou gros commerçants sont généralement installés dans les grands centres urbains (chefs-lieux des régions administratives). Ils emploient en amont de nombreux pisteurs ou collecteurs qui leur permettent de ramifier leur réseau de collecte dans les régions généralement excédentaires. Les collecteurs font leur travail de collecte auprès des

producteurs soit bord champ, à domicile ou sur les marchés de collecte. En aval, les demi-grossistes des centres urbains et des centres semi urbains (chefs-lieux de département) leur assurent un écoulement rapide des stocks. La grande majorité exerce le commerce du riz de manière permanente. Mais celui-ci n'est pas pour bon nombre, une activité exclusive.

Comme au niveau du consommateur collectif, c'est la méthode du strict minimum qui est utilisée pour déterminer la taille de l'échantillon par région. Cependant, compte tenu de la fonction de distribution qu'assure le commerçant, l'échantillon est reparti proportionnellement selon l'importance de chaque milieu de résidence dans la consommation totale du riz de la région. La répartition des commerçants par région et selon le milieu de résidence est donnée par le Tableau 4.

**Tableau 4:** Répartition de l'échantillon des commerçants par région et selon le milieu de résidence

Région	Rural	Urbain	Ensemble
Boucle du Mouhoun	16	14	30
Cascades	10	20	30
Centre	6	24	30
Centre-est	15	15	30
Centre nord	17	13	30
Centre ouest	14	16	30
Centre sud	18	12	30
Est	15	15	30
Hauts bassins	8	22	30
Nord	17	13	30
Plateau centrale	16	14	30
Sahel	17	13	30
Sud- ouest	10	20	30
Burkina Faso	180	210	390

**Source :** Nos calculs

Les enquêteurs ont visité toutes les catégories de commerçants par la méthode de la boule de neige.

#### 1.1.4. Collecte de données

La collecte des données s'est tenue dans les chefs-lieux des treize (13) régions à l'aide des questionnaires. Pour l'organisation de la collecte, trente-six (36) enquêteurs ont été recrutés pour une durée de dix (10) jours. A l'aide des quatre (04) questionnaires (producteurs, consommateurs ménages, consommateurs collectif, commerçants), les informations sont récoltées à travers des visites à domicile et dans les lieux de commerces. Des supervisions ont été réalisées par des équipes pour avoir une assurance-qualité des données collectées.

## II. Saisie, traitement et analyse des données collectées

### 2.1. Saisie des données

Après la collecte, la saisie des données est assurée par quinze (15) agents et un (01) contrôleur de saisie sur une durée de cinq (05) jours. Le logiciel CSPRO a été utilisé pour la conception du masque de saisie.

## **2.2. Traitement des données**

La formation des agents enquêteurs et la supervision sur le terrain permettent de réduire considérablement les erreurs. Cependant, d'autres erreurs peuvent toujours échapper à la chaîne de contrôle. Il s'agit essentiellement des erreurs de cohérences entre sections, questions, d'outliers, etc. Le dernier niveau de contrôle a consisté à utiliser des méthodes statistiques sous SPSS pour identifier les incohérences et les individus qui s'écartent trop de la tendance et apporter un traitement adéquat afin d'éviter qu'ils perturbent la tendance générale des individus.

## **2.3. Analyse des données**

Les analyses ont été faites avec les outils d'analyse univariée, bivariée et multivariée. Les outils univariés et bivariés (tableaux de fréquence, graphiques, tableaux croisés) ont permis de décrire les besoins du consommateur final en riz et les facteurs influençant la demande du riz. La caractérisation des besoins du consommateur final et l'identification des facteurs influençant la demande du riz ont été faites à l'aide de modèles économétriques.

# **III. Rédaction du rapport**

## **3.1. Rédaction du rapport provisoire**

La rédaction du rapport a été faite avec la participation de tous les membres de l'équipe technique.

## **3.2. Rédaction du rapport final**

La finalisation du rapport se fera après la prise en compte des amendements et recommandations des participants à l'atelier de validation.

Une note aux décideurs de trois (03) pages maximum sera rédigée et soumise à tous les membres du comité technique pour une relecture.

## CHAPITRE 3 : RESULTATS DE L'ETUDE

Ce chapitre présente les résultats de l'analyse sur les contraintes de commercialisation du riz du Burkina. Il est structuré en quatre (04) sections. La première section porte sur le niveau de commercialisation du riz du Burkina selon les différents types de consommateurs. La deuxième section est consacrée aux modalités de fixation des prix du riz du Burkina au niveau du producteur, du transformateur et du commerçant. Quant à la troisième section, elle donne les déterminants de la consommation du riz du Burkina en mettant en exergue les préférences des consommateurs et des commerçants. La dernière section identifie les principales contraintes de la commercialisation du riz du Burkina et propose des créneaux d'amélioration.

### **I. Niveau de commercialisation du riz du Burkina (paddy et décortiqué)**

Cette section est consacrée à l'analyse de la consommation du riz du Burkina par les ménages et les consommateurs collectifs notamment les restaurants et les hôtels.

#### **1.1. Consommation du riz par les ménages**

Cette sous-section s'attèle à déterminer la part du riz du Burkina dans la consommation totale du riz, le principal type de riz consommé, les principales sources d'approvisionnement en riz consommé et les principaux lieux d'achats des consommateurs.

##### **1.1.1. Consommation du riz du Burkina et riz importé et national pris en ensemble**

L'analyse du **Tableau 5** montre que la quantité moyenne du riz consommée par les ménages est de 28,83 kg/an pour le riz du Burkina et le riz importé pris ensemble et de 12,09 kg/an pour le riz du Burkina. Ce tableau montre également que la part du riz du Burkina dans l'ensemble de la consommation du riz des ménages se chiffre à 41,9% avec toutefois des disparités au niveau des régions. L'analyse montre que les parts les plus élevées sont enregistrées dans les régions de la Boucle du Mouhoun (61,5%), des Cascades (53,8%), du Centre-Sud (56,4%), du Plateau Central (51,7%), tandis que les plus faibles parts sont observées dans les régions du Centre Nord (24,2%) et du Sud-Ouest (24,3%). En dehors de la région du Sahel et du Nord, ces résultats semblent être en cohérence avec la structure régionale des données de production du riz et de la population. En effet, les régions de la Boucle du Mouhoun, des Cascades, de l'Est, du Plateau Central et du Centre-Est où la consommation moyenne du riz du Burkina est plus élevée, sont les plus grandes productrices du riz comparativement à la taille de leur population.

**Tableau 5 :** Part du riz du Burkina dans les quantités moyennes du riz consommées par les ménages au Burkina

Région	Quantité moyenne du riz (Kg)	Quantité moyenne du riz du Burkina (Kg)	Part du riz du Burkina
Boucle du Mouhoun	22,00	13,53	61,5%
Cascade	32,64	17,55	53,8%
Centre	27,36	7,31	26,7%
Centre Nord	32,62	7,88	24,2%
Centre Est	30,05	13,41	44,6%
Centre Ouest	23,51	5,96	25,4%
Centre Sud	20,61	11,62	56,4%
Est	35,70	15,65	43,9%
Haut Bassin	28,72	11,72	40,8%
Nord	33,08	16,06	48,6%
Plateau central	27,05	13,99	51,7%
Sahel	41,02	18,25	44,5%
Sud-Ouest	20,94	5,08	24,3%
Burkina Faso	28,83	12,09	41,9%

*Source :* Données de l'étude

### 1.1.2. Type de riz consommé

Le Tableau 6 fait ressortir la proportion des ménages qui consomment le riz du Burkina et le riz importé. L'examen de ce tableau indique que 56,4% et 74,6% des ménages enquêtés consomment respectivement le riz du Burkina et le riz importé soit exclusivement ou simultanément. Seulement 1,6% des ménages enquêtés ne savent pas identifier le type de riz qu'ils consomment. L'analyse suivant les régions montre que la plus forte proportion de ménages qui consomment le riz du Burkina est observée au Centre-Est (80,6%) tandis que la plus faible proportion est enregistrée au Centre-Ouest (27,2%). Pour la région du Centre-Est, cette proportion s'expliquerait par le fait qu'elle est l'une des plus grandes productrices de riz au niveau national avec un niveau de transformation plus élevé du fait de Bagré-Pôle. On note aussi l'importance du riz importé dans les habitudes de consommation des ménages dans toutes les régions. En effet, hormis la région du Centre-Sud où la proportion de ménages qui consomment le riz importé est de 54,6%, cette proportion est supérieure à 60% dans toutes les régions.

**Tableau 6 :** Proportion des ménages par consommation de type de riz.

Région	Riz nation	Riz importé	Ne sait pas
Boucle du Mouhoun	61,3%	67,7%	2,2%
Cascade	71,2%	69,2%	1,9%
Centre	45,1%	86,7%	2,7%
Centre Nord	71,0%	88,0%	1,0%
Centre Est	80,6%	72,8%	1,0%
Centre Ouest	27,2%	91,3%	0,0%
Centre Sud	73,1%	54,6%	2,8%
Est	57,1%	71,4%	0,0%
Haut Bassin	54,4%	78,6%	0,0%
Nord	59,4%	75,2%	2,0%
Plateau central	57,4%	66,3%	3,0%
Sahel	44,7%	61,2%	0,0%
Sud-Ouest	32,1%	84,9%	3,8%
Burkina Faso	56,4%	74,6%	1,6%

*Source :* Données de l'étude

### 1.1.3. Principales sources d'approvisionnement en riz pour la consommation

L'analyse du **Tableau 7** montre que l'approvisionnement des ménages en riz pour la consommation, est assuré conjointement par leurs propres productions et le marché. Au niveau national, 77,2% des ménages enquêtés indiquent que leur principale source de consommation du riz est le marché via les achats. Seulement 21% des ménages enquêtés consomment leur propre production. On constate dans les régions que le marché est la principale source d'approvisionnement en riz pour les ménages des régions abritant les grands centres urbains soient 99,1%, 92,2% et 84,5% respectivement pour les régions du Centre, du Centre-Ouest et des Hauts-Bassins.

**Tableau 7 :** Principales source d'approvisionnement pour la consommation en riz des ménages

Région	Propre production	Achat	Don/cadeau	Autres
Boucle du Mouhoun	33,3%	62,4%	0,0%	4,3%
Cascade	36,5%	62,5%	0,0%	1,0%
Centre	0,0%	99,1%	0,0%	0,9%
Centre Nord	24,0%	74,0%	2,0%	0,0%
Centre Est	15,5%	82,5%	1,9%	0,0%
Centre Ouest	7,8%	92,2%	0,0%	0,0%
Centre Sud	33,3%	65,7%	0,9%	0,0%
Est	8,2%	87,8%	2,0%	2,0%
Haut Bassin	10,7%	84,5%	1,0%	3,9%
Nord	28,7%	69,3%	1,0%	1,0%
Plateau central	28,7%	70,3%	1,0%	0,0%
Sahel	39,8%	60,2%	0,0%	0,0%
Sud-Ouest	8,5%	89,6%	1,9%	0,0%
Burkina Faso	21,0%	77,2%	0,9%	1,0%

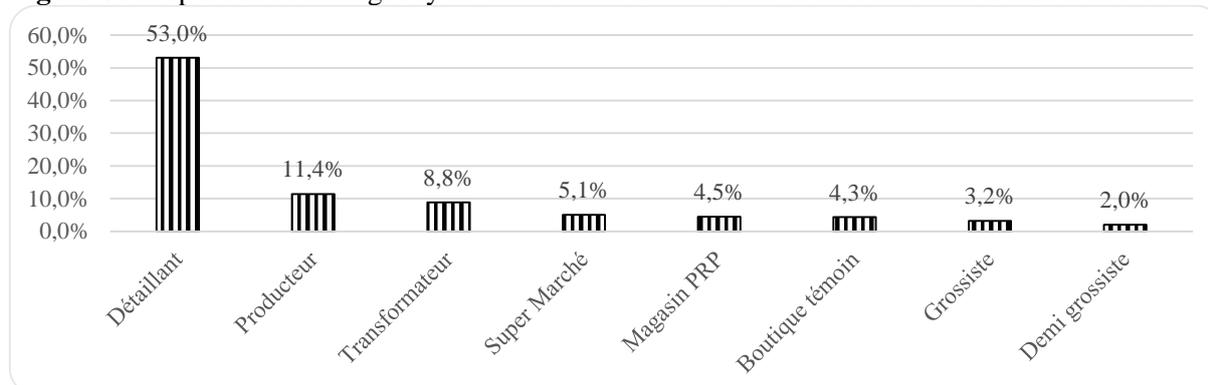
*Source :* Données de l'étude

### 1.1.4. Principaux lieux d'achat du riz du Burkina

Le principal lieu d'achat du riz du Burkina pour les ménages est le marché de détail (**Figure 6**). En effet, 53% des ménages enquêtés achètent préférentiellement le riz du Burkina chez les

détaillants. Parmi les ménages enquêtés, seulement 11,4% et 8,8% des ménages achètent le riz du Burkina respectivement auprès des producteurs et des transformateurs.

**Figure 6 :** Proportion de ménages ayant acheté intentionnellement le riz du Burkina selon le lieu d'achat



**Source :** Données de l'étude

## 1.2. Consommation du riz par les consommateurs collectifs

Dans la commercialisation du riz, les établissements de restauration peuvent jouer un rôle majeur à travers la proposition du riz sur leur menu. L'analyse ci-après fait ressortir le type de riz proposé aux clients par les consommateurs collectifs, leur lieu d'approvisionnement ainsi que les quantités moyennes qu'ils proposent par mois.

### 1.2.1. Consommation du riz

Selon les résultats de l'enquête auprès des consommateurs collectifs, la part du riz du Burkina qu'ils proposent à leurs clients ne représente que 17,07% de l'ensemble riz du Burkina et riz importé. Cela révèle un déséquilibre entre la consommation du riz du Burkina et le riz importé dans les établissements de restauration.

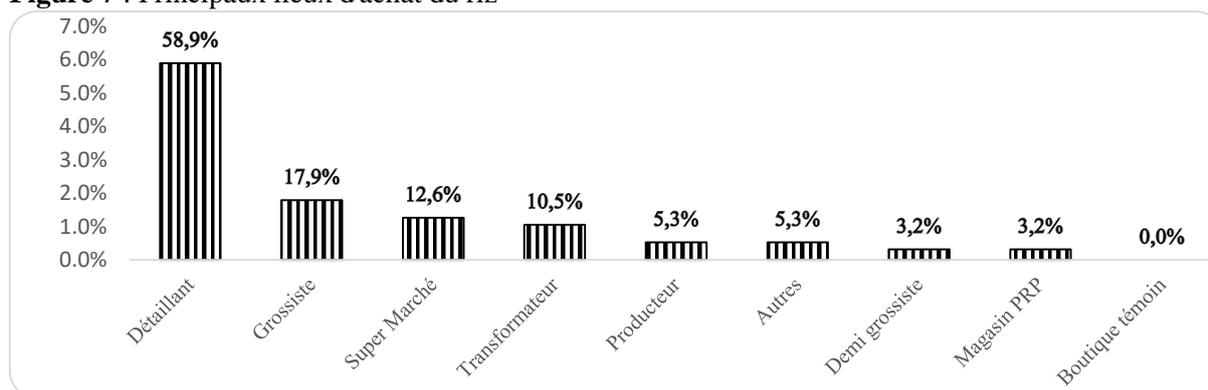
### 1.2.2. Type de riz proposé à la clientèle

Parmi les consommateurs collectifs enquêtés qui ont du riz dans leur menu, 73% et 7,6% proposent respectivement du riz importé et du riz du Burkina de façon exclusive. On note également que 19,4% des consommateurs collectifs enquêtés proposent les deux types de riz à leurs clients.

### 1.2.3. Principaux lieux d'achat du riz du Burkina

Tout comme chez les consommateurs ménages, les consommateurs collectifs s'approvisionnent principalement en riz du Burkina auprès des détaillants. En effet, 58,9% des consommateurs collectifs enquêtés achètent le riz du Burkina auprès des détaillants. Les grossistes et les supers marchés sont les autres principaux lieux d'achats du riz du Burkina des consommateurs collectifs, soient respectivement 17,9% et 12,6%. On note également qu'aucun consommateur collectif ne s'approvisionne dans les boutiques témoins.

**Figure 7** : Principaux lieux d'achat du riz



**Source** : Données de l'étude

## II. Modalités de fixation et saisonnalité des prix du riz du Burkina

### 2.1. Modalités de fixation des prix du riz du Burkina

#### 2.1.1. Modalité de fixation des prix producteurs

Au cours de la période 2008-2017, la filière riz au Burkina a bénéficié de mesures publiques générales et spécifiques en vue de soutenir la production d'une part et d'autre part de protéger les acteurs nationaux soumis à la concurrence du riz importé. Il s'agit entre autres de (i) la fixation d'un prix-plancher du riz ; (ii) la mise en place de boutiques témoins par la SONAGESS ; (iii) l'application de la taxation des importations du riz à 13,5% dans le cadre du tarif extérieur commun (TEC) ; (iv) les subventions aux intrants (MAFAP, 2017). Les données du **Tableau 8** donnent les modalités de fixation des prix au niveau des producteurs. La présente étude définit trois (03) principales modalités qui sont le prix plancher, le prix du vendeur et le prix négocié. Il ressort que 40,5% des producteurs estiment que les prix de vente fixés sont de type négocié et seulement 9,4% déclarent que les prix de vente fixés obéissent au principe de prix plancher.

**Tableau 8** : Méthode de fixation des prix selon les producteurs

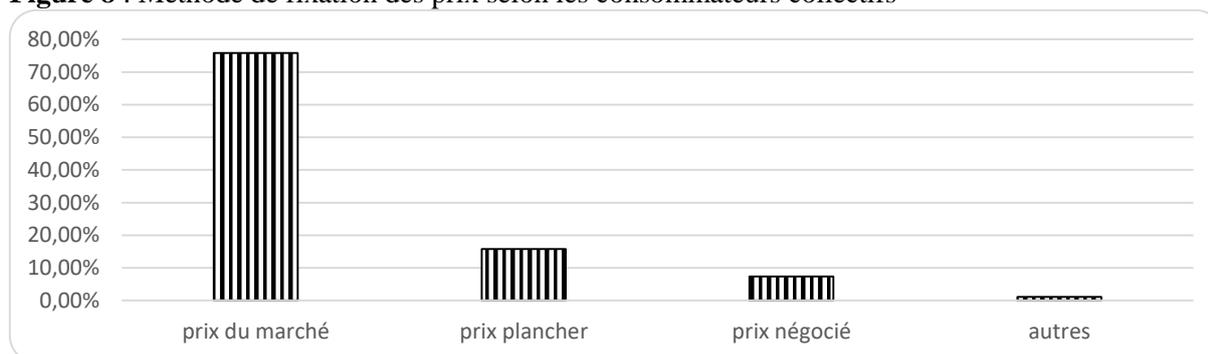
Méthode de fixation des prix	Proportion
Prix plancher	9,4%
Prix du vendeur	33,9%
Prix négocié	40,5%
Autres à préciser	16,3%
Total	100,0%

**Source** : Données de l'étude

#### 2.1.2. Modalités de fixation du prix du riz consommateurs

Les Consommateurs collectifs, assurent l'utilisation finale du riz et sont constitués des restaurants et les hôtels. La **Figure 8** montre que la fixation des prix au niveau des consommateurs collectifs obéit au prix du marché, comme le témoignent 75,8% des enquêtés.

**Figure 8 :** Méthode de fixation des prix selon les consommateurs collectifs



*Source :* Données de l'étude

### 2.1.3. Modalités de fixation des prix du riz au niveau des transformateurs

Au niveau des transformateurs, on retrouve presque les mêmes modes que chez les producteurs. Il existe également un prix plancher, lié à la fixation du prix plancher du paddy et incluant les charges inhérentes au transport et à la transformation, auxquelles s'ajoutent les marges bénéficiaires des transformateurs. Aussi, en fonction de l'offre et de la demande en riz du Burkina sur le marché, un prix négocié peut s'inviter entre les acteurs (transformateurs et commerçants surtout). Le Tableau 9 indique que le principal mode de fixation des prix est le prix du marché (61,7% des transformateurs) suivi du prix négocié. Le prix plancher ne représente que 11,7% selon des transformateurs.

**Tableau 9 :** Méthode de fixation des prix selon les transformateurs

Méthode de fixation des prix	Proportion
Prix plancher	11,7%
Prix du marché	61,7%
Prix négocié	25,0%
Autres	1,7%

*Source :* Données de l'étude

### 2.1.4. Modalités de fixation des prix du riz au niveau des commerçants

Les commerçants du riz paddy faisant partie des acteurs économiques directs sont constitués de grossistes, demi-grossistes et détaillants. Il ressort du Tableau 10, que 65,5% des commerçants affirment que les prix de vente du riz paddy est le prix du marché.

**Tableau 10 :** Méthode de fixation des prix selon les commerçants

Méthode de fixation des prix	Proportion
Prix plancher	10,7%
Prix du marché	65,5%
Prix négocié	21,8%
Autres	2,0%

*Source :* Données de l'étude

## 2.2. Saisonnalité des prix

Cette sous-section est consacrée à l'analyse de la saisonnalité des prix au producteur, consommateur, transformateur du riz.

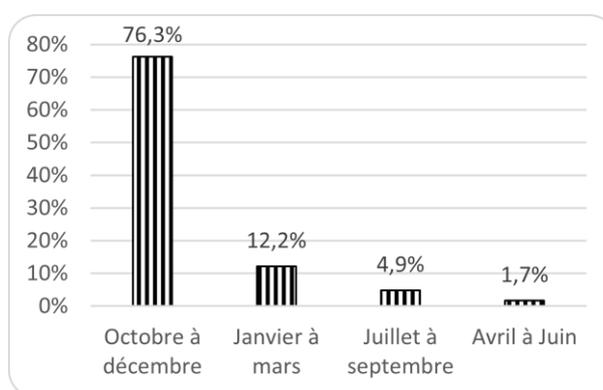
### 2.2.1. Saisonnalité du prix au consommateur

Les prix aux consommateurs du riz du Burkina connaissent une saisonnalité au cours de l'année. Cette saisonnalité se manifeste par des périodes de fortes baisses et des périodes de fortes hausses.

### 📊 Périodes de fortes baisses des prix du riz du Burkina

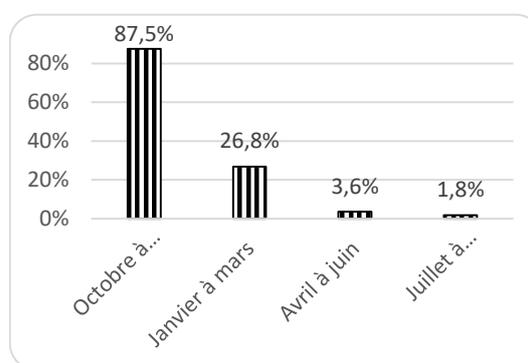
La saisonnalité du prix au consommateur est caractérisée en partie par des périodes de fortes baisses. En effet, sur la période d'octobre à décembre, 76,3% des consommateurs ménages du riz du Burkina trouvent que le prix du riz du Burkina connaît une forte baisse. Cette période correspondant à la période des récoltes est aussi considérée comme une période de forte baisse par 87,5% des consommateurs collectifs enquêtés. Pour 12,2% des ménages enquêtés, la période de janvier à mars est une période de forte baisse du prix du riz du Burkina. Cet avis est partagé par 26,8% des consommateurs collectifs enquêtés.

**Figure 9a :** Fortes baisses selon les ménages



Source : Données de l'étude

**Figure 9b :** Fortes baisses selon les consommateurs collectifs

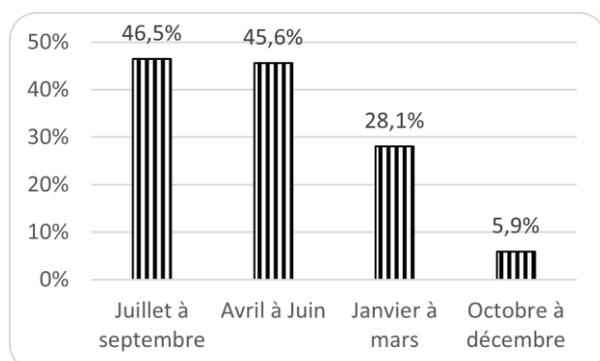


Source : Données de l'étude

### 📊 Périodes de fortes hausses des prix du riz du Burkina

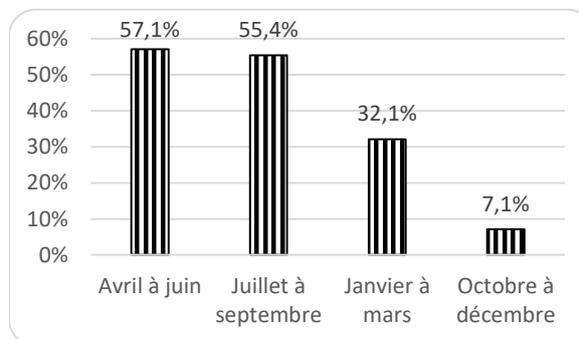
La saisonnalité des prix du riz du Burkina est aussi caractérisée par des périodes de fortes hausses. Parmi les consommateurs ménages, 46,5% et 45,6% indiquent que respectivement les périodes de juillet à septembre et d'avril à juin sont des périodes de forte hausse. Pour les consommateurs collectifs, respectivement 55,4% et 57,1% considèrent ces mêmes périodes comme des périodes de forte hausse. Ces périodes sont généralement caractérisées de périodes de soudure.

**Figure 10a :** Fortes hausses selon les consommateurs ménages



Source : Données de l'étude

**Figure 10b :** Fortes hausses selon les consommateurs collectifs



Source : Données de l'étude

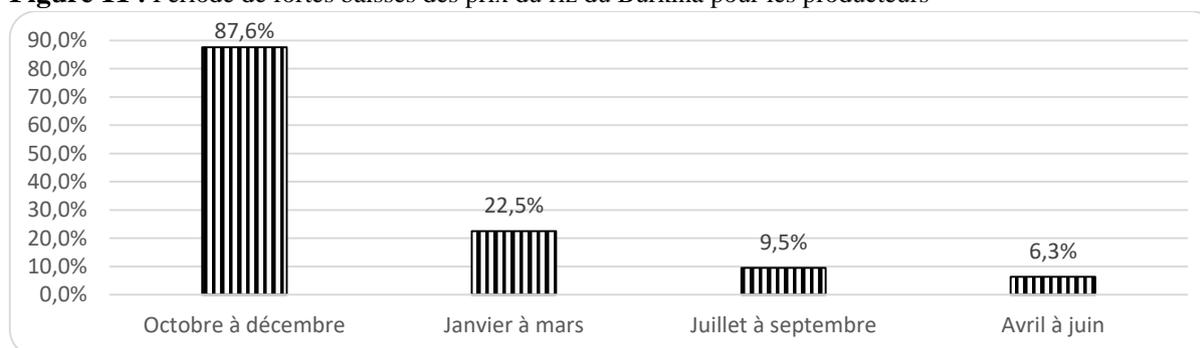
## 2.2.2. Saisonnalité du prix au producteur

Tout comme le prix au consommateur, la saisonnalité du prix au producteur est marquée par des périodes de fortes baisses et des périodes de fortes hausses des prix du riz.

#### 📊 Périodes de fortes baisses des prix

L'analyse de la *Figure 11* montre que la perception sur les différentes périodes de l'année concernant la baisse du prix du riz du Burkina reste quasiment la même pour le producteur que pour le consommateur. En effet, 87,6% des producteurs estiment que la période d'octobre à décembre est la période de forte baisse du prix du riz du Burkina. Pour la période de janvier à mars, 22,5% des producteurs la considèrent comme étant une période de forte baisse. Cela s'expliquerait par le fait que cette période correspond à la période de récolte du riz. Elle correspond aussi à une période où les producteurs ont le plus besoin de liquidité pour faire face à certaines dépenses telles que les frais de scolarité et des dépenses socio-culturelles (funérailles, fête de fin d'année ...).

**Figure 11** : Période de fortes baisses des prix du riz du Burkina pour les producteurs

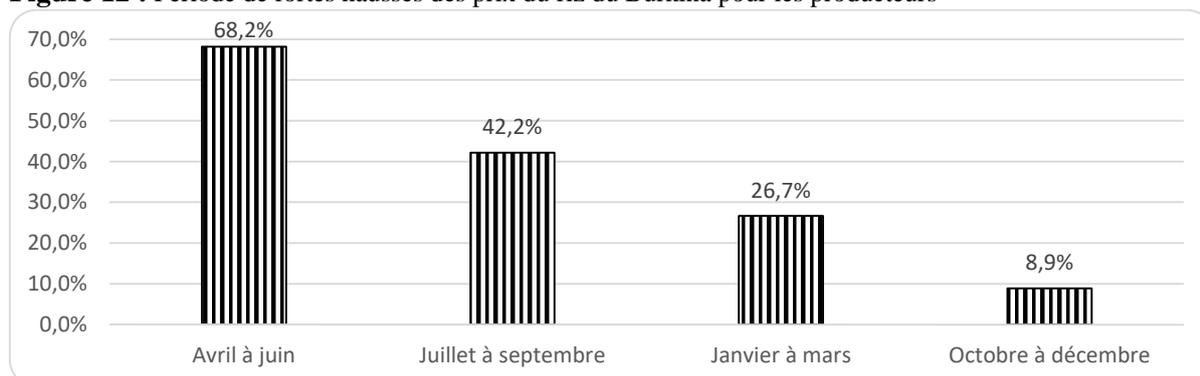


*Source* : Données de l'étude

#### 📊 Périodes de fortes hausses des prix du riz du Burkina

L'analyse de la saisonnalité du prix aux producteurs montre que certaines périodes de l'année sont perçues par les producteurs comme des périodes de fortes hausses du prix du riz du Burkina. La période d'avril à juin a été identifiée par 68,2% des producteurs comme période de forte hausse du prix du riz du Burkina. Sur la période de juillet à septembre 42,2% des producteurs estiment que le prix du riz du Burkina est en forte hausse.

**Figure 12** : Période de fortes hausses des prix du riz du Burkina pour les producteurs



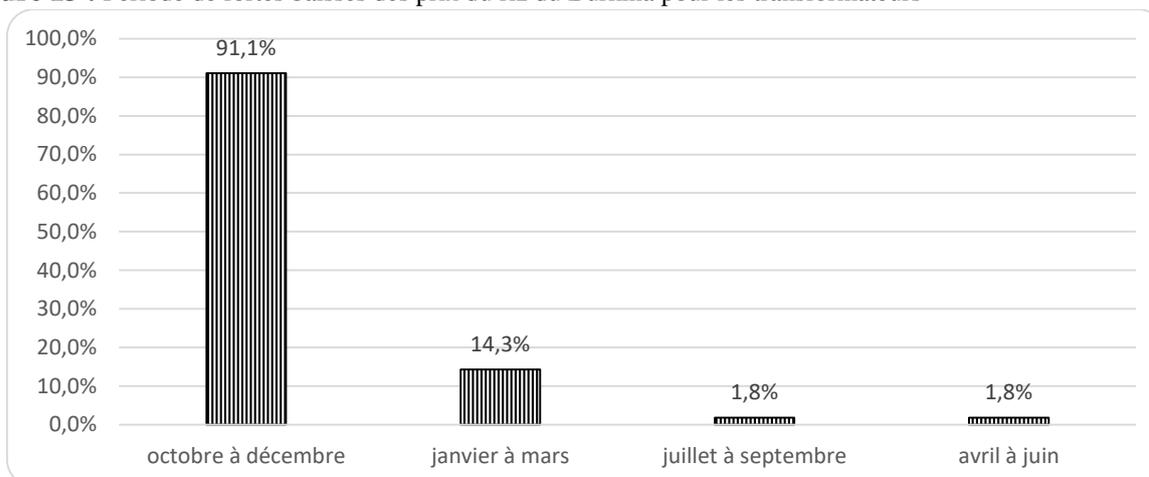
*Source* : Données de l'étude

### 2.2.3. Saisonnalité des prix aux transformateurs

#### 📊 Périodes de fortes baisses des prix

Selon les transformateurs, le prix au producteur subit des variabilités au cours de l'année. Il ressort de l'étude que les prix sont marqués par de fortes baisses sur la période d'octobre à décembre. En effet, 91,1% des transformateurs affirment que les prix au producteur du riz baissent entre octobre et décembre.

**Figure 13** : Période de fortes baisses des prix du riz du Burkina pour les transformateurs

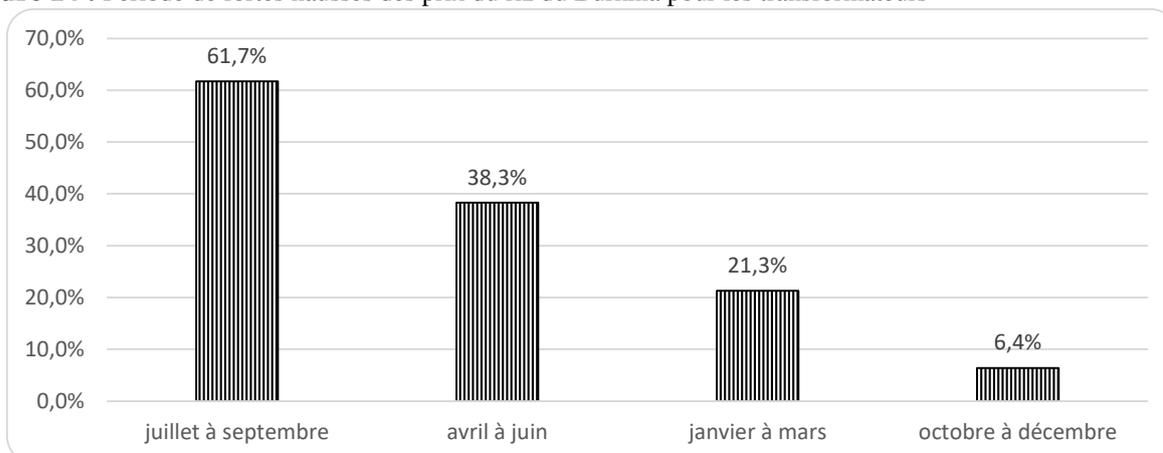


*Source* : Données de l'étude

#### Périodes de fortes hausses des prix

Les périodes de juillet à septembre et d'avril à juin sont perçues comme des périodes de fortes hausses des prix du riz paddy par les transformateurs. Ces périodes correspondent à une période de l'année où le riz paddy est rare sur le marché.

**Figure 14** : Période de fortes hausses des prix du riz du Burkina pour les transformateurs



*Source* : Données de l'étude

#### 2.2.4. Effet de la saisonnalité des prix sur la production du riz

L'étude a montré l'existence de la saisonnalité dans le prix producteur du riz qui se manifeste par des périodes de fortes hausses et des périodes de fortes baisses. Pour détecter l'effet de cette saisonnalité des prix sur la production, une modélisation économétrique est utilisée. Pour ce faire, en plus des données sur le prix, la superficie, la quantité de NPK, la quantité d'urée, la quantité de semences améliorées, le labour manuel et le labour attelé sur les parcelles emblavées en riz sont utilisés. Les prix considérés ici sont les prix moyens du troisième trimestre et du dernier trimestre de l'année précédente et les prix du premier et du second trimestre de l'année en cours. Les données sur le prix sont collectées par la SONAGESS entre 2009 et 2016 ; le reste des données provient de l'enquête permanente agricole sur la même période. Ces données concernent 12 des 13 régions du Burkina, la région du sahel ayant été retirée de l'étude pour sa faible pratique de la culture du riz.

Le modèle de panel a été retenu pour tenir compte des disparités au niveau régional en termes de prix, de techniques culturales et de la longueur de la série des données (2009-2016). Le test de Hausman a permis de sélectionner le modèle adéquat. Il ressort des résultats que le modèle à effets aléatoires est le plus adéquat pour la présente analyse. De plus, hormis les variables de labour, la fonction logarithmique a été utilisée sur les variables explicatives pour une meilleure interprétation des coefficients. L'option régression robuste a été utilisée pour lever l'hétéroscédasticité.

**Tableau 11 :** Résultats de la régression économétrique

Variables	Coefficients	z	P>z
Superficie	0,54	3,26	0,00
Quantité NPK	-0,15	-1,74	0,08
Quantité urée	0,30	1,84	0,07
Quantité fumure	0,04	0,87	0,38
Quantité semences améliorées	0,11	0,78	0,44
Part du labour manuel	-0,99	-0,51	0,61
Part du labour attelé	-1,21	-0,64	0,52
Prix premier trimestre année en cours	5,72	2,50	0,01
Prix second semestre année en cours	4,19	1,14	0,25
Prix troisième trimestre année précédente	-4,85	-3,80	0,00
Prix quatrième trimestre année précédente	-2,29	-1,28	0,20
Constante	-6,42	-0,43	0,67

*Source :* Données de l'EPA et de la SONAGESS

Il ressort des résultats que le modèle est globalement significatif à la lecture de la p-value du test de Fisher. La corrélation entre les variables explicatives et les erreurs est de 0, ce qui nous conforte dans le choix du modèle à effets aléatoires.

Les variables superficie, prix troisième trimestre de l'année précédente, prix premier trimestre de l'année en cours sont significatives au seuil de 5% et les variables quantité de NPK et quantité d'urée sont significatives au seuil de 10%.

Le coefficient associé au prix producteur du troisième trimestre de l'année précédente est significatif mais négatif. Par conséquent il a un effet négatif sur la production. Ainsi, l'accroissement de 1% du prix troisième trimestre de l'année précédente entrainerait une baisse de la production de 4,85%. A contrario, le prix du premier trimestre de l'année en cours a un effet bénéfique sur la production puisqu'une augmentation de 1% de ce prix entrainerait une hausse de la production de 5,72%. Cette période correspond à la période indiquée pour la vente de la production pour les ménages producteurs autonomes. Le niveau des prix est donc bien scruté par les producteurs et est une variable déterminante dans le choix de la superficie à emblavée.

Les prix du dernier trimestre de l'année précédente et du deuxième trimestre de l'année en cours n'ont pas a priori d'impact sur la production. Le dernier trimestre de l'année en cours correspond généralement à la période de récolte, par conséquent le niveau des prix à cette période (faible à normal) n'est pas intéressant pour les producteurs. Quant à la période correspondant au deuxième trimestre de l'année en cours, c'est une période où la majorité des producteurs ne disposent plus de quantité de riz destiné à la vente sur le marché, hormis les collecteurs. Le niveau des prix peut alors ne pas avoir un impact sur ceux-ci.

### III. Déterminants de la demande du riz du Burkina

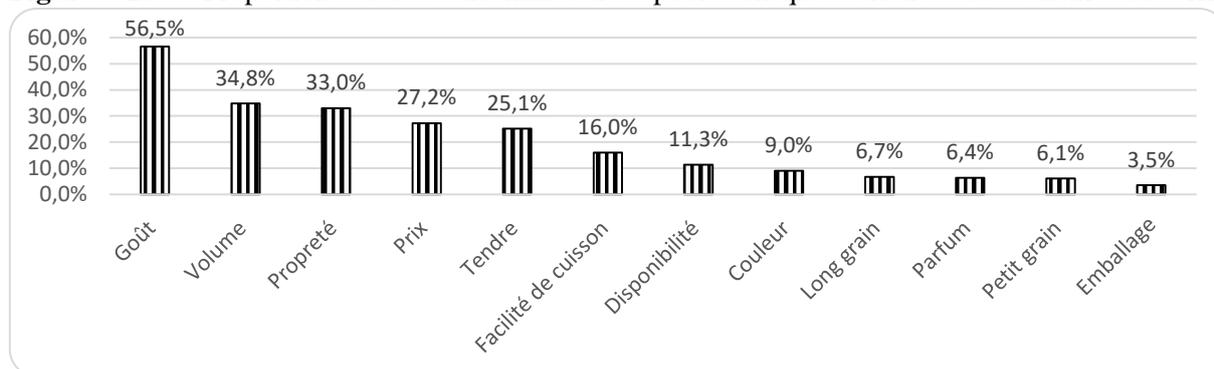
#### 3.1. Caractérisation des préférences des consommateurs en riz

##### 3.1.1. Consommateur ménages

### ✚ Principaux critères de choix du riz des ménages

La **Figure 15** montre que les principaux critères de choix du riz des ménages enquêtés sont le goût du riz (56,5%), le gonflement à la cuisson (34,8%), la propreté du riz (33%), le prix (27,2%) et le caractère tendre à la cuisson (25,1%). Ces résultats corroborent ceux trouvés par Intermon-Oxfam et UNPRB en 2011 qui ont trouvé que le premier critère de choix des consommateurs est le goût du riz, suivi du gonflement à la cuisson. Ces principaux critères ont été analysés au niveau régional afin d'appréhender les disparités.

**Figure 15 :** Proportion des consommateurs pour chaque critère de choix du riz.



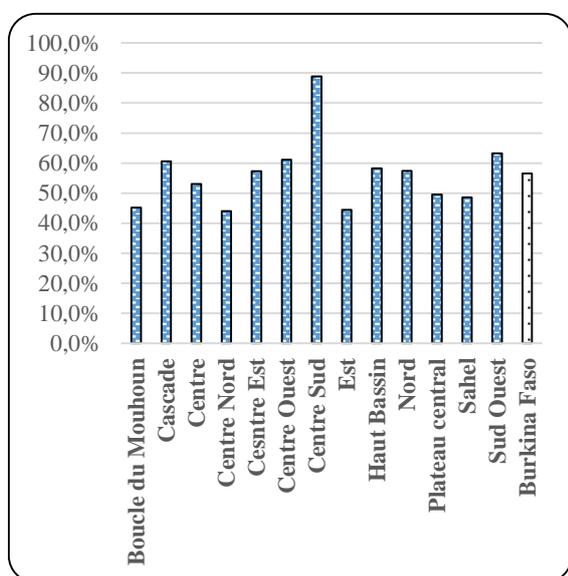
**Source :** Données de l'étude

### ✚ Principaux critères de choix du riz par les ménages au niveau régional

#### • Le goût

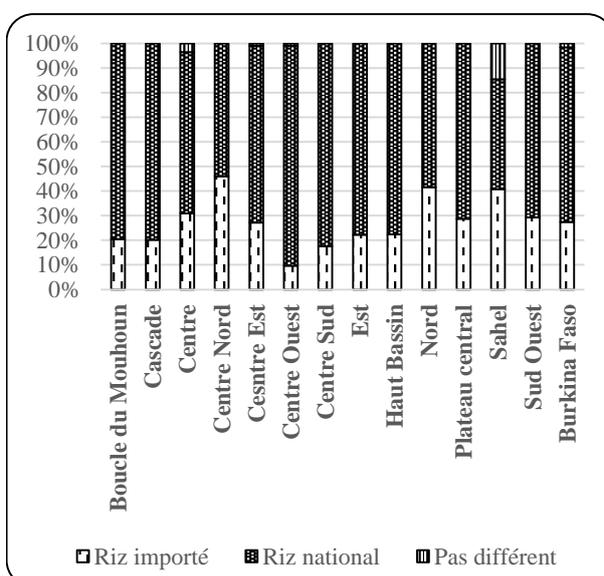
Le goût représente un critère essentiel de choix entre le riz du Burkina et le riz importé pour les ménages. Ce critère de choix est perceptible dans toutes les régions avec toutefois des proportions différentes variant de 44,4% à l'Est à 88,9% au Centre-Sud (**Figure 16a**). En termes de goût, le riz du Burkina est beaucoup plus apprécié par les ménages par rapport au riz importé. En effet, près de 71% des ménages enquêtés au niveau national apprécient davantage le goût du riz du Burkina par rapport à celui du riz importé (**Figure 16b**). La même tendance d'appréciation du riz du Burkina s'observe au niveau régional avec une forte proportion au Centre-Ouest (89,3%) et une faible proportion au Sahel (44,7%). Cependant, au Sahel, 14,6% des ménages n'arrivent pas à départager les deux types de riz en matière de goût.

**Figure 16a :** Proportion de consommateur ayant le goût comme principal critère de choix du riz



**Source :** Données de l'étude

**Figure 16b :** Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le goût

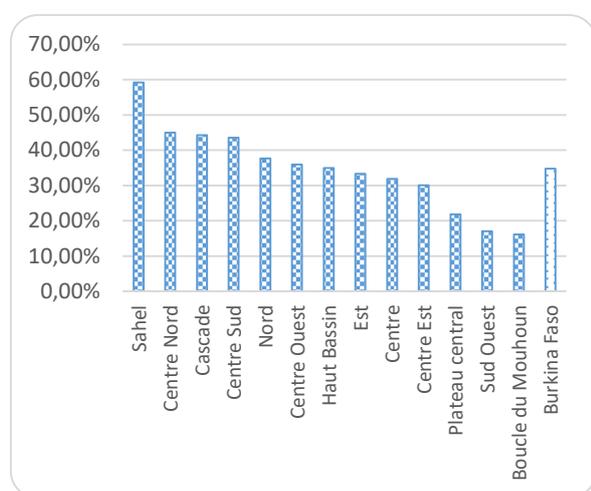


**Source :** Données de l'étude

- **Le gonflement à la cuisson**

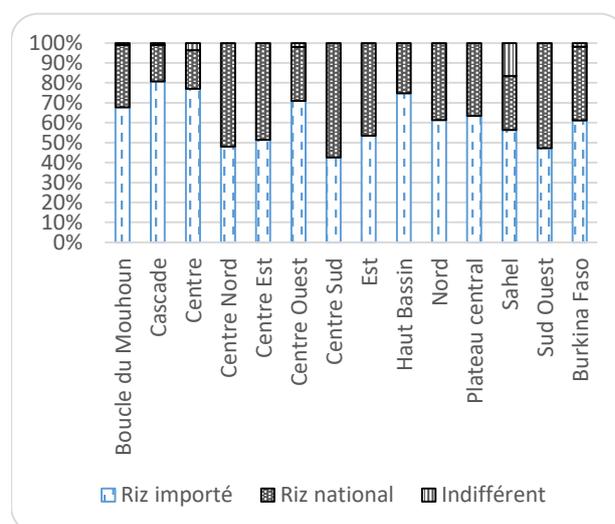
Le gonflement à la cuisson représente le deuxième critère de choix du riz par les ménages au niveau national. On note toutefois que l'appréciation des ménages par rapport à ce critère est variable selon les régions. Le gonflement à la cuisson est donc considéré comme un critère essentiel par plus de ménages résidents au Sahel que ceux qui sont dans la Boucle du Mouhoun ou au Sud-Ouest. Toujours par rapport à ce critère, les ménages enquêtés préfèrent plus le riz importé que le riz du Burkina. En effet, près de 61,18% des ménages au niveau national apprécient le riz importé en terme de volume au détriment du riz du Burkina. Cependant, les ménages du Centre Nord, du Centre Sud et du Sud-Ouest trouvent que, contrairement aux ménages des autres régions, le riz du Burkina a un volume plus important à la cuisson que le riz importé.

**Figure 17a** : Part des consommateurs dont le gonflement à la cuisson est le principal critère de choix du riz



Source : Données de l'étude

**Figure 17b** : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le gonflement à la cuisson



Source : Données de l'étude

- **La propreté**

La propreté est le troisième critère de choix du riz des ménages comme l'a révélé l'analyse au niveau national. Ce constat pourrait être relativisé (Erreur ! Source du renvoi introuvable.) car c'est seulement dans les régions du Centre-Nord, Centre-Est, Centre-Sud et l'Est que la proportion des ménages qui ont la propreté comme critère de choix est supérieur à celle de la moyenne nationale.

Globalement, 58,9% des ménages trouvent le riz importé plus propre que le riz du Burkina. Cette appréciation diffère selon les régions (Erreur ! Source du renvoi introuvable.). Par contre, dans les régions du Sud-Ouest, de l'Est et du Centre Nord, plus de 50% des ménages trouvent le riz du Burkina plus propre que le riz importé.

**Tableau 12a** : Proportion de consommateurs ménages ayant la propreté comme principal critère de choix du riz

Région	Pas la propreté	Propreté
Boucle du Mouhoun	77,4%	22,6%
Cascade	82,7%	17,3%
Centre	71,7%	28,3%
Centre Nord	50,0%	50,0%
Centre Est	48,5%	51,5%
Centre Ouest	78,6%	21,4%
Centre Sud	42,6%	57,4%
Est	52,5%	47,5%
Hauts Bassins	61,2%	38,8%
Nord	75,2%	24,8%
Plateau central	75,2%	24,8%
Sahel	73,8%	26,2%
Sud-Ouest	82,1%	17,9%
Burkina Faso	67,0%	33,0%

Source : Données de l'étude

**Tableau 12b** : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon la propreté

Région	Importé	National	Pas différent
Boucle du Mouhoun	59,1%	40,9%	0,0%
Cascade	71,2%	27,9%	1,0%
Centre	58,4%	38,1%	3,5%
Centre Nord	39,0%	61,0%	0,0%
Centre Est	84,5%	14,6%	1,0%
Centre Ouest	65,0%	34,0%	1,0%
Centre Sud	52,8%	47,2%	0,0%
Est	49,5%	50,5%	0,0%
Haut Bassin	56,3%	43,7%	0,0%
Nord	72,3%	27,7%	0,0%
Plateau central	50,5%	49,5%	0,0%
Sahel	70,9%	13,6%	15,5%
Sud-Ouest	36,8%	63,2%	0,0%
Burkina Faso	58,9%	39,3%	1,7%

Source : Données de l'étude

### • Le prix

Le prix du riz est l'un des principaux critères de choix après le goût, le gonflement à la cuisson et la propreté pour 27,23% des ménages. Il est un critère relativement plus important dans les régions du Plateau central, du Nord, du Centre Nord, de l'Est, du Centre-Sud, du Centre-Ouest et du Centre-Est où la proportion des ménages qui considèrent le prix comme principal critère est supérieure à la moyenne nationale.

Une grande partie des ménages (53,4%) trouvent le riz importé plus abordable que le riz du Burkina. Au niveau régions, les ménages du Centre-Est ; de l'Est, des Hauts Bassins et du Sud-Ouest trouvent le riz du Burkina relativement moins couteux que le riz importé. En dehors de la région du Sud-Ouest, on constate que les ménages des fortes zones de production de riz du Burkina trouvent le riz du Burkina plus abordable.

**Tableau 13a** : Proportion de consommateur ayant le prix comme principal critère de choix du riz

Région	Pas le prix	Prix
Boucle du Mouhoun	89,25%	10,75%
Cascade	81,73%	18,27%
Centre	84,96%	15,04%
Centre Nord	59,00%	41,00%
Centre Est	68,93%	31,07%
Centre Ouest	65,05%	34,95%
Centre Sud	61,11%	38,89%
Est	66,67%	33,33%
Haut Bassin	88,35%	11,65%
Nord	54,46%	45,54%
Plateau central	56,44%	43,56%
Sahel	75,73%	24,27%
Sud Ouest	93,40%	6,60%
Burkina Faso	72,77%	27,23%

Source : Données de l'étude

**Tableau 13b** : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le prix

Région	Importé	National	Indifferent
Boucle du Mouhoun	55,91%	44,09%	0,00%
Cascade	80,77%	17,31%	1,92%
Centre	83,19%	13,27%	3,54%
Centre Nord	70,00%	30,00%	0,00%
Centre Est	16,50%	82,52%	0,97%
Centre Ouest	55,34%	43,69%	0,97%
Centre Sud	62,96%	37,04%	0,00%
Est	42,42%	57,58%	0,00%
Haut Bassin	21,36%	78,64%	0,00%
Nord	56,44%	43,56%	0,00%
Plateau central	61,39%	38,61%	0,00%
Sahel	38,83%	42,72%	18,45%
Sud Ouest	46,23%	53,77%	0,00%
Burkina Faso	53,40%	44,58%	2,02%

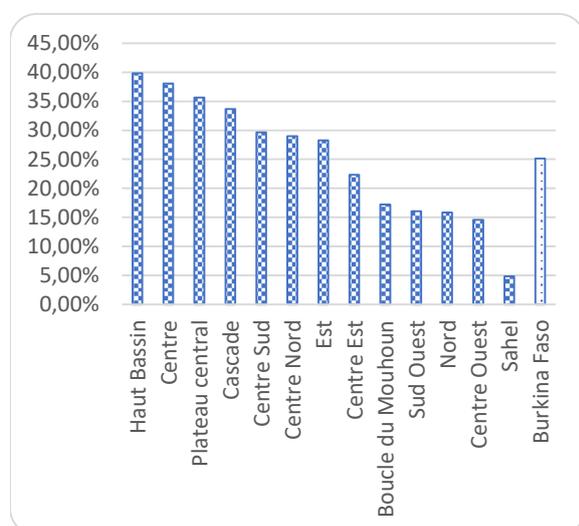
Source : Données de l'étude

- **Caractère tendre**

Le caractère tendre représente le 5<sup>ème</sup> critère de choix de riz pour les ménages (25,1%). L'analyse de la **Figure 18a**, révèle une disparité entre les régions pour le critère de choix de riz par les ménages. La proportion des ménages qui considère le caractère tendre comme un critère de choix du riz varie entre 4,85% au Sahel et 39,81% dans les Hauts Bassins.

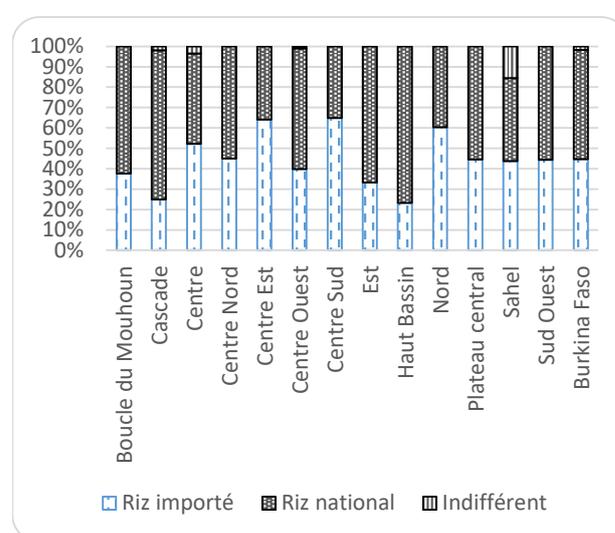
Au niveau national, la majeure partie des ménages (53,63%) trouvent le riz du Burkina plus tendre que le riz importé. Cette appréciation du caractère tendre du riz n'est pas uniforme dans toutes les régions. Les ménages du Centre, du Centre Est, du Centre Sud et du Nord trouvent majoritairement (plus de 50%) le riz importé plus tendre que le riz du Burkina. Il est à noter que près de 15,53% des ménages du Sahel sont indifférent entre le riz du Burkina et le riz importé.

**Figure 18a** : Proportion de consommateur ayant le caractère tendre comme principal critère de choix du riz



Source : Données de l'étude

**Figure 18b** : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le caractère tendre

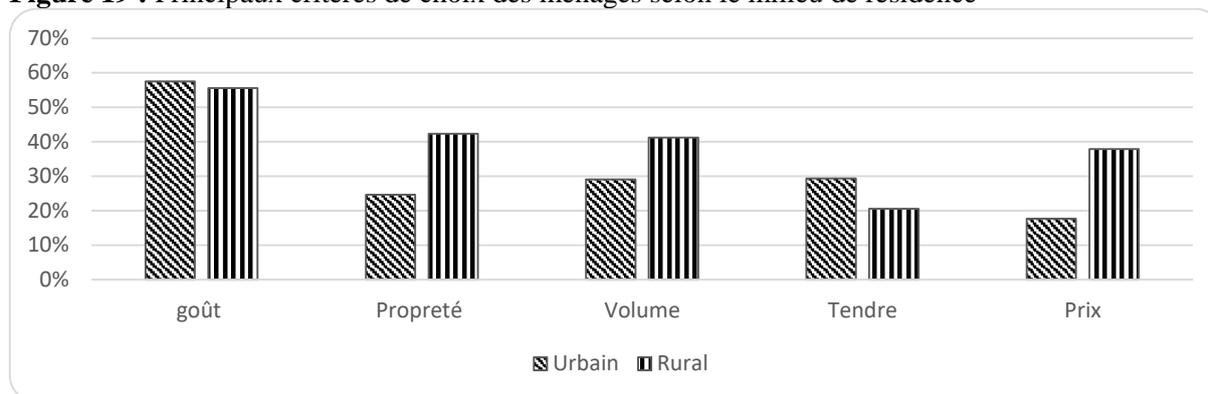


Source : Données de l'étude

### ✚ Principaux critères de choix du riz par les ménages selon le milieu de résidence

Selon le milieu de résidence, les principaux critères de choix du riz ont une tendance générale similaire, c'est-à-dire que les ménages ruraux autant que les ménages urbains définissent les mêmes critères de choix du riz pour leur consommation, bien que dans des proportions différentes. En effet, pendant que les ménages en milieu rural citent dans une plus grande proportion les critères tels que la propreté, le gonflement à la cuisson (volume) et le prix, ceux en milieu rural citent plutôt le goût et le caractère tendre dans une plus grande proportion. Cela s'expliquerait par le fait qu'en milieu urbain, la proportion des ménages ayant un pouvoir d'achat leur permettant de considérer des critères autres que le prix et la quantité, est plus importante que celle en milieu rural.

**Figure 19 :** Principaux critères de choix des ménages selon le milieu de résidence



Source : Données de l'étude

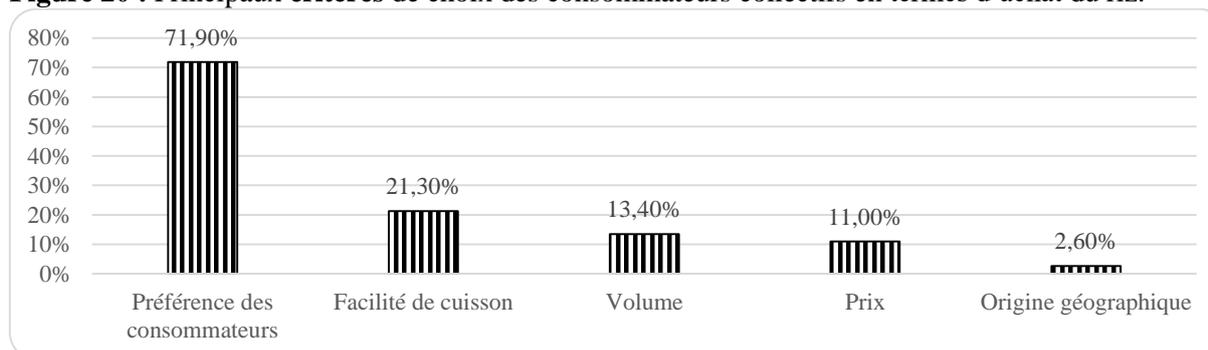
### 3.1.2. Consommateur collectif

Les résultats de l'enquête indiquent qu'une proportion importante d'établissements de restauration (environ 70%), proposent du riz importé à leurs clientèles. Parmi ces établissements, environ 20% proposent en plus du riz importé, le riz du Burkina. On note que seulement 8% des établissements de restauration offrent uniquement le riz du Burkina à leurs clients.

#### Principaux critères de choix des consommateurs collectifs.

L'analyse de la *Figure 20* révèle que les établissements de restauration (71,9%) se basent principalement sur les préférences de leurs clients pour les achats du riz. En plus des préférences de leurs clients, ils sont guidés par la facilité de cuisson du riz (21,3%). Les autres critères de choix tels que le gonflement à la cuisson, le prix et l'origine géographique ne présentent pas une très grande importance pour les établissements de restauration. Il est donc important de connaître les préférences de la clientèle des consommateurs collectifs.

**Figure 20 :** Principaux critères de choix des consommateurs collectifs en termes d'achat du riz.

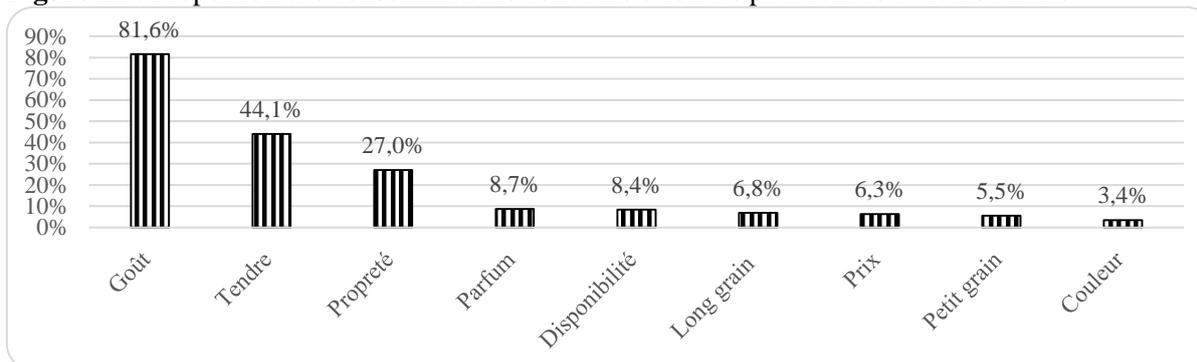


Source : Données de l'étude

#### Principaux critères de choix du riz des clients

Les principaux critères de choix des clients selon les consommateurs collectifs enquêtés sont le goût (81,6%), le caractère tendre (44,1%) et la propreté (27%) (*Figure 21*). Ces principaux critères seront analysés au niveau régional afin d'appréhender les disparités.

**Figure 21** : Proportion des consommateurs collectifs selon les préférences de leurs clients.

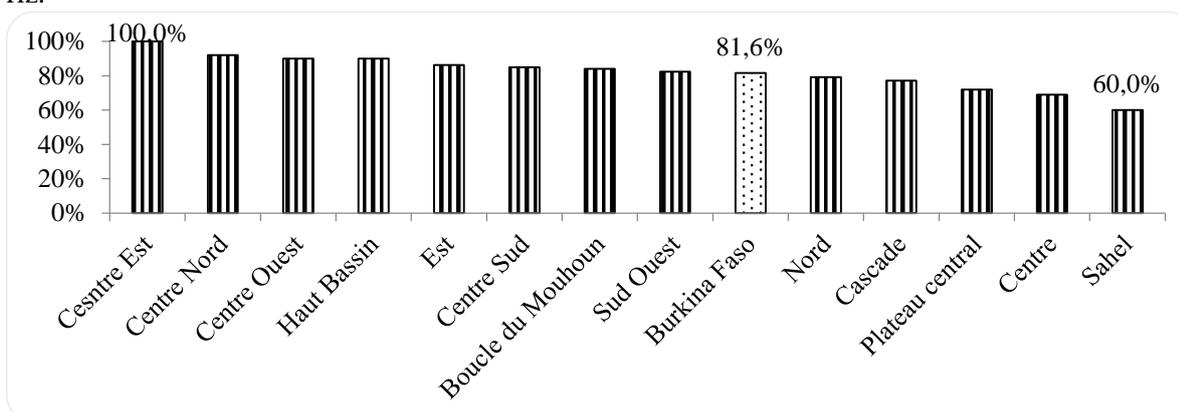


*Source* : Données de l'étude

- **Le goût**

Les consommateurs collectifs interviewés révèlent que le goût est le principal critère de choix du riz de leurs clients. Comme l'indique la **Figure 22**, plus de 60% des consommateurs collectifs considère le goût comme un critère déterminant dans le choix du riz des clients dans toutes les régions.

**Figure 22** : Proportion de consommateurs collectifs ayant le goût comme principal critère de choix du riz.

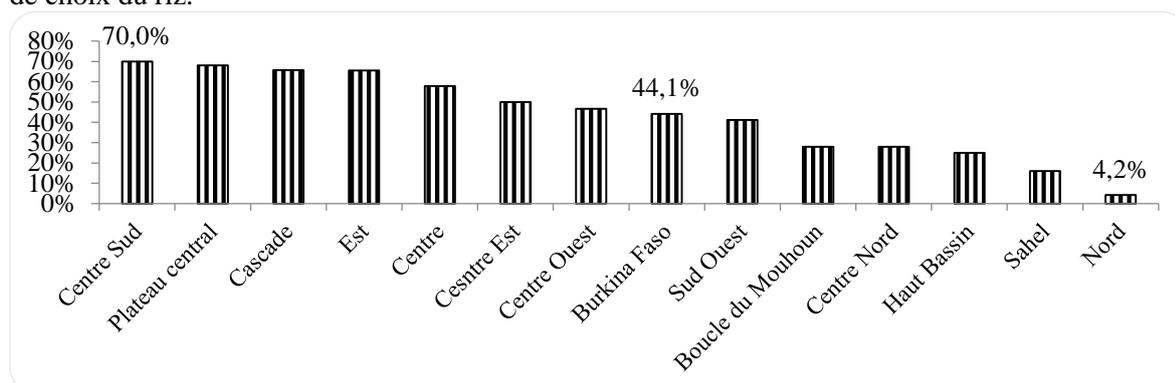


*Source* : Données de l'étude

- **Le critère tendre**

Le critère tendre est le deuxième critère de choix du riz des clients selon les consommateurs collectifs enquêtés. Dans les régions du Centre-Sud, du Plateau Central, des Cascades, de l'Est, du Centre et du Centre-Est, le critère tendre est prépondérant dans le choix du riz des clients selon plus de 50% des consommateurs collectifs.

**Figure 23 :** Proportion de consommateurs collectifs ayant le caractère tendre comme principal critère de choix du riz.



Source : Données de l'étude

- **La propreté**

Après le goût et le critère tendre, la propreté est mise en exergue par les consommateurs collectifs comme critère de choix du riz de leurs clients. Ce critère a une importance capitale dans les régions du Centre-Ouest et du Sud-Ouest où respectivement 66,7% et 47,1% des consommateurs collectifs ont indiqué que celui-ci est un critère de choix pour leurs clients.

**Tableau 14 :** Proportion de consommateurs collectifs ayant la propreté comme principal critère de choix du riz.

Région	Pas la propreté	Propreté
Boucle du Mouhoun	84,0%	16,0%
Cascade	85,7%	14,3%
Centre	84,4%	15,6%
Centre Nord	76,0%	24,0%
Centre Est	66,7%	33,3%
Centre Ouest	33,3%	66,7%
Centre Sud	65,0%	35,0%
Est	58,6%	41,4%
Haut Bassin	90,0%	10,0%
Nord	87,5%	12,5%
Plateau central	64,0%	36,0%
Sahel	92,0%	8,0%
Sud-Ouest	52,9%	47,1%
Burkina Faso	73,0%	27,0%

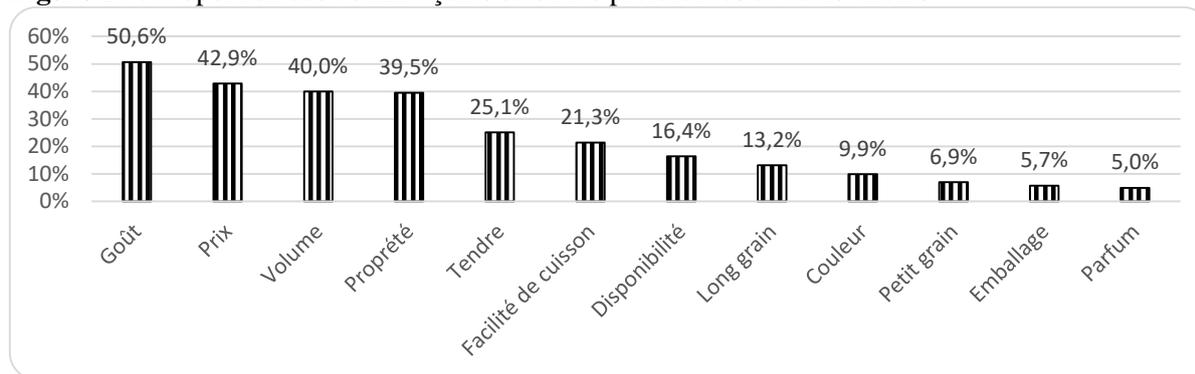
Source : Données de l'étude

### 3.1.3. Commerçant

#### 🚦 Principaux critères de choix du riz des clients

Le goût, le prix, le volume, la propreté et le caractère tendre sont les cinq principaux critères de choix du riz des clients selon les commerçants comme le montre la **Figure 24**. Ces principaux critères sont analysés au niveau des régions afin de cerner les disparités. Les critères qui sont faiblement révélés par les commerçants comme étant déterminants dans le choix de leurs clients sont le parfum, l'emballage, la taille du grain et la couleur.

**Figure 24 :** Proportion des commerçants selon les préférences de leurs clients.



Source : Données de l'étude

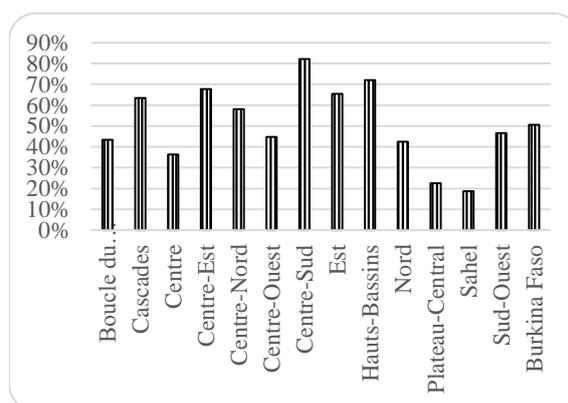
### Principaux critères de choix du riz des clients selon les commerçants par régions

- **Le goût**

La préférence en terme de goût est l'un des critères qui guide l'achat du riz auprès des commerçants comme le démontre la **Figure 25a**. Dans les régions du Centre Sud, des Hauts-Bassins, du Centre Est, des Cascades et du Centre Nord, plus 50% des commerçants affirment que leurs clients se basent sur le goût pour leur achat du riz.

La comparaison du riz du Burkina au du riz importé en terme de goût montre que 66,7% des commerçants enquêtés estiment que le riz du Burkina a meilleur goût que le riz importé. Au niveau régional, on note qu'à l'exception des régions du Sahel, du Nord et du Centre, ils sont plus de 62% à déclarer que le goût du riz du Burkina est meilleur à celui du riz importé. Les régions du Sahel et du Centre présentent chacune une spécificité. Dans la région du Centre 51,2% des commerçants préfèrent plus le goût du riz importé ; au Sahel 43,8% sont indifférents aux goûts du riz importé et du riz du Burkina.

**Figure 25a :** Proportion de commerçant ayant le goût comme critère de choix



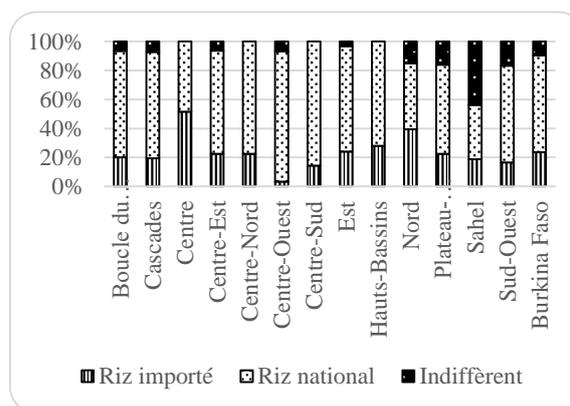
Source : Données de l'étude

- **Le prix**

Le prix est un indicateur d'accessibilité et influe sur le choix du riz à l'achat. Dans les régions de la Boucle du Mouhoun, du Centre Nord, du Centre Ouest, du Nord et du Plateau centrale le prix dicte le choix du client selon plus de 52% des commerçants.

Si l'on s'en tient au critère prix, 47,4% des commerçants préfèrent le riz importé au riz du Burkina. Au niveau régional, on note une disparité dans la préférence entre le riz du Burkina et le riz importé. En effet, dans les régions de la Boucle du Mouhoun, du Centre, du Centre-Ouest

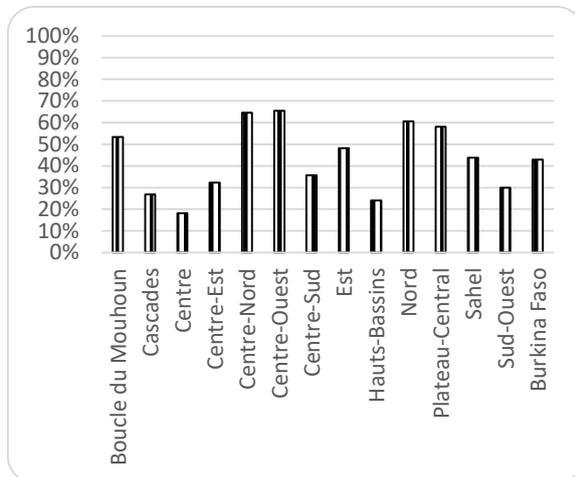
**Figure 25b :** Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le goût comme critère de choix



Source : Données de l'étude

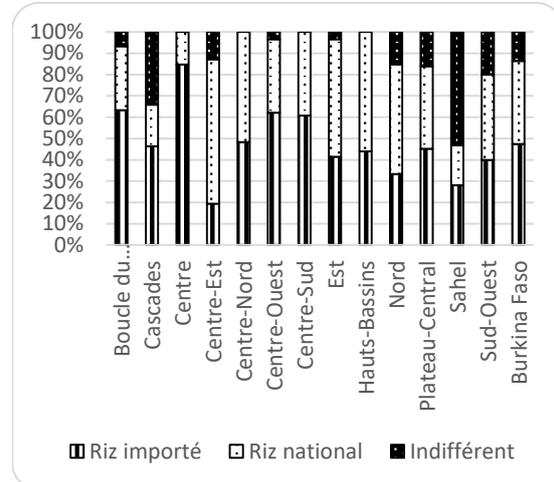
et du Centre-Sud, la majorité des commerçants (Plus de 60%) trouvent que le prix du riz importé est plus abordable que celui du riz du Burkina. Par contre selon ceux des régions du Centre-Est, du Centre-Nord, de l'Est et des Hauts-Bassins le riz du Burkina est moins couteux que le riz importé :

**Figure 26a** : Proportion de clients ayant le prix comme critère de choix du riz



Source : Données de l'étude

**Figure 26b** : Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le prix comme critère de choix



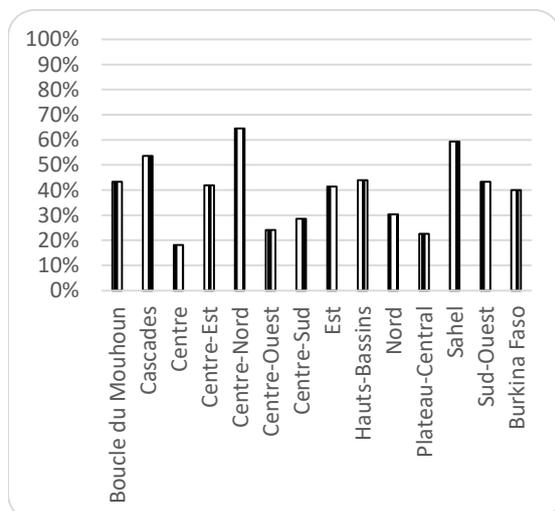
Source : Données de l'étude

- **Le gonflement à la cuisson**

Les clients prennent en considération le gonflement du riz après cuisson dans leur choix lors de l'achat, selon plus de 50% des commerçants dans les régions des Cascades, du Centre-Nord du sahel.

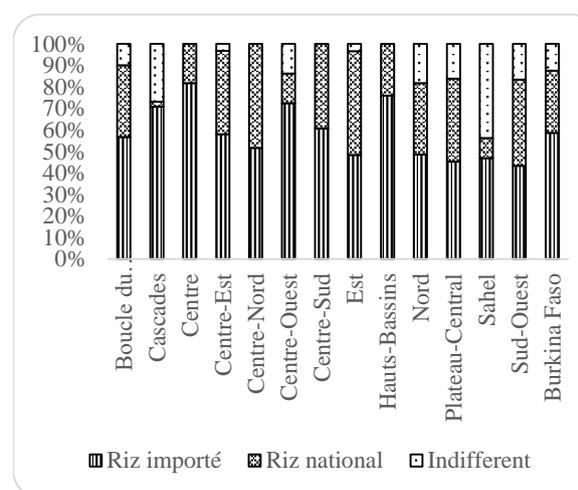
Pour plus de la moitié (58,6%) des commerçants enquêtés, le riz importé est plus volumineux après cuisson que le riz du Burkina. L'analyse de la situation par région montre que dans les régions abritant les grands centres de consommation (Centre, Hauts Bassins et Centre-Ouest) plus de 70% des commerçants préfèrent le riz importé au riz du Burkina du fait que le riz importé gonfle plus.

**Figure 27a** : Proportion de clients ayant le gonflement comme critère de choix du riz



Source : Données de l'étude

**Figure 27b** : Appréciation entre le riz du Burkina et le riz importé selon le volume comme critère de choix



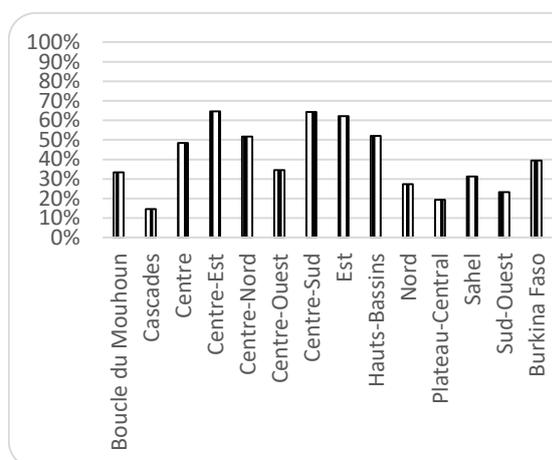
Source : Données de l'étude

- **La propreté**

Plus de 50% des commerçants des régions du Centre Est, du Centre Sud, de l'Est, et des Hauts Bassins affirment que leurs clients tiennent compte de la propreté du riz dans leur choix.

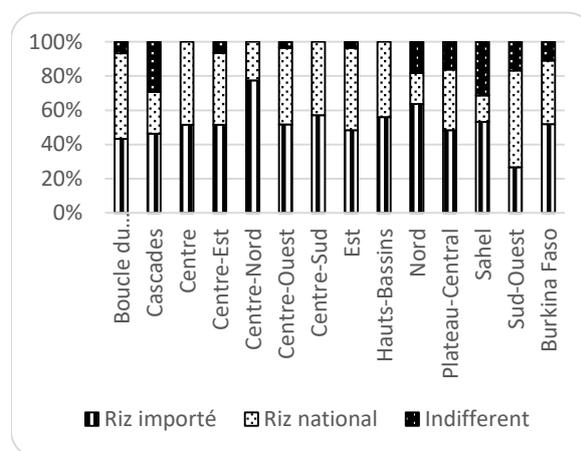
Au niveau national, le riz importé contient moins d'impureté que le riz du Burkina selon 51,9% des commerçants. Les commerçants des régions de la Boucle du Mouhoun et du Sud-Ouest, respectivement 50% et 56,7%, trouvent que le riz du Burkina est plus propre que le riz importé. Ces résultats sont similaires à ce que les ménages ont affirmé et cela peut s'expliquer pour la région de la Boucle de Mouhoun où les unités de transformation du riz proposeraient du riz décortiqué avec moins d'impureté.

**Figure 28a :** Proportion de clients ayant la propreté comme critère de choix du riz



Source : Données de l'étude

**Figure 28b :** Appréciation entre le riz du Burkina et le riz importé selon la propreté comme critère de choix



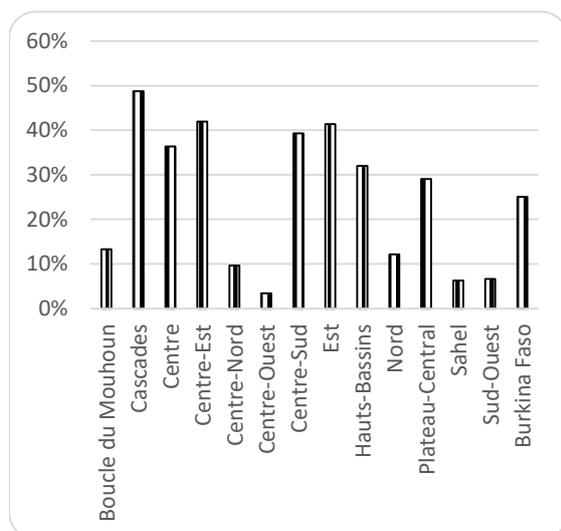
Source : Données de l'étude

- **Tendre**

Dans toutes les régions du pays, moins de 50% des commerçants enquêtés pensent que le caractère tendre du riz intéresse leurs clients.

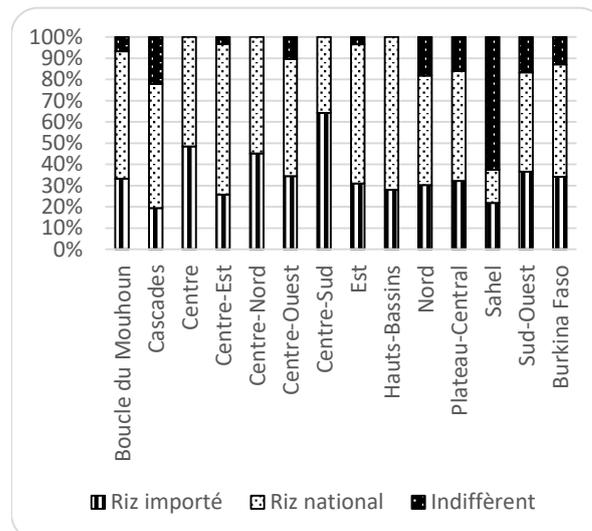
La comparaison des deux types de riz, montre que 52,9% des commerçants pensent que le riz du Burkina est plus tendre que le riz importé. L'analyse par région révèle que plus de 60% des commerçants des régions de la Boucle du Mouhoun, du centre-Est, de l'Est et des Hauts-Bassins, confirment que le riz du Burkina est plus tendre que le riz importé. Par contre, 64,3% des commerçant de la région du Centre-Sud déclarent que le riz importé est plus tendre que le riz du Burkina.

**Figure 29a :** Proportion de clients ayant le caractère tendre comme critère de choix du riz



Source : Données de l'étude

**Figure 29b :** Appréciation du riz du Burkina et du riz importé selon le caractère tendre comme critère de choix



Source : Données de l'étude

### 3.2. Caractérisation du « bon riz » par les consommateurs ménages

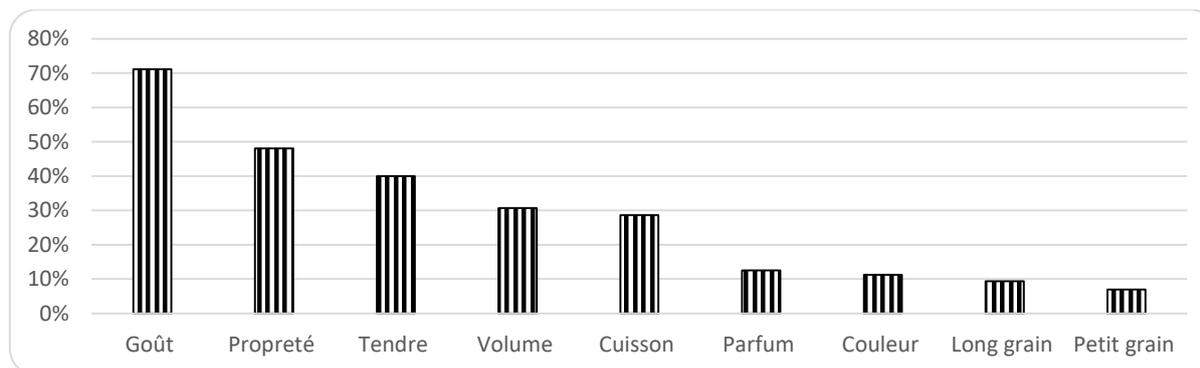
Cette section s'intéresse aux critères qui caractérisent le « bon riz » du point de vue des consommateurs ménages et collectifs en vue de formuler des recommandations.

#### 3.2.1. Consommateurs ménages

- **Caractérisation du bon riz au niveau national**

Dans l'ensemble, les consommateurs ménages estiment que le « bon riz » est un riz qui a un bon goût (71,1%), dépourvu de corps étrangers (48,1%), qui est tendre dans la bouche (40%), qui a un coefficient d'absorption en eau très élevé (30,7%) et dont la cuisson est facile (28,6%).

**Figure 30 :** Caractérisation du « bon riz » selon les consommateurs ménages



Source : Données de l'étude

- **Caractérisation du bon riz au niveau régional**

Dans toutes les régions, les quatre premiers éléments caractéristiques du « bon riz » du point de vue des ménages sont relatifs au goût, à la facilité de cuisson, au caractère tendre du riz dans la bouche et au coefficient d'absorption en eau (pouvoir gonflant du riz à la cuisson). Toutefois, l'ordre d'appréciation peut varier selon les régions en fonction de l'importance que l'on accorde à telles ou telles propriétés organoleptiques du riz. En effet, dans les régions des Cascades, du

Centre, du Plateau central et des Hauts bassins, le bon riz se caractériserait principalement par son bon goût et son caractère tendre dans la bouche du consommateur.

**Tableau 15 :** Caractérisation du « bon riz » selon les consommateurs ménages

Région	Goût	Propreté	Volume	Cuisson	Tendre	Couleur	Parfum	Long grain	Petit grain
Boucle du Mouhoun	69,9%	32,3%	24,7%	20,4%	26,9%	9,7%	6,5%	4,3%	1,1%
Cascade	85,6%	41,3%	32,7%	29,8%	64,4%	7,7%	28,8%	17,3%	1,9%
Centre	63,7%	38,9%	22,1%	16,8%	43,4%	3,5%	3,5%	2,7%	,9%
Centre Nord	60,0%	61,0%	38,0%	31,0%	40,0%	6,0%	12,0%	19,0%	19,0%
Centre Est	73,8%	59,2%	27,2%	27,2%	39,8%	13,6%	12,6%	6,8%	1,0%
Centre Ouest	75,7%	40,8%	26,2%	17,5%	34,0%	5,8%	12,6%	13,6%	0,0%
Centre Sud	91,7%	69,4%	41,7%	42,6%	38,9%	6,5%	5,6%	4,6%	25,0%
Est	66,7%	59,6%	29,3%	35,4%	50,5%	30,3%	21,2%	17,2%	17,2%
Haut Bassin	63,1%	45,6%	18,4%	32,0%	52,4%	15,5%	13,6%	15,5%	6,8%
Nord	84,2%	60,4%	46,5%	28,7%	33,7%	21,8%	19,8%	8,9%	5,0%
Plateau central	67,3%	44,6%	30,7%	39,6%	61,4%	13,9%	4,0%	4,0%	2,0%
Sahel	64,1%	35,9%	54,4%	28,2%	14,6%	4,9%	15,5%	1,9%	6,8%
Sud-Ouest	57,5%	35,8%	8,5%	22,6%	19,8%	8,5%	7,5%	7,5%	3,8%
Burkina Faso	71,1%	48,1%	30,7%	28,6%	40,0%	11,2%	12,5%	9,4%	7,0%

Source : Données de l'étude

### 3.2.2. Consommateur collectif

Les caractéristiques du « bon riz » selon les consommateurs collectifs sont presque identiques à celles des consommateurs ménages.

La qualité du riz offert par les consommateurs collectifs est fonction des possibilités de réaliser des économies et des exigences des clients. Les consommateurs collectifs enquêtés indiquent que plusieurs aspects caractérisent le bon riz.

Il s'agit :

- du goût (67,7%);
- du caractère tendre (44,6%);
- de l'absence d'impureté (35,4%);
- de la facilité de cuisson (28,1%), ;
- du volume à la cuisson (16%).

Ces critères d'appréciation pourraient varier selon les régions. Dans les régions du sahel, du Centre-Sud, de l'Est et du Nord, hormis les critères de goût, de facilité de cuisson et de propreté du riz, les consommateurs collectifs estiment dans leur majorité que le « bon riz » se caractérise par sa disponibilité. En effet, pour eux, le riz peut être qualifié de « bon riz » s'il ne connaît pas de rupture de stock de sorte à permettre de satisfaire continuellement les clients.

**Tableau 16 :** Caractérisation du « bon riz » selon les consommateurs collectifs

Région	Goût	Propreté	Volume	Cuisson	Tendre	Couleur	Parfum	Long grain	Petit grain	Prix	Disponibilité
Boucle du Mouhoun	48,0%	20,0%	16,0%	12,0%	28,0%	16,0%	8,0%	12,0%	4,0%	4,0%	0,0%
Cascade	80,0%	28,6%	5,7%	31,4%	57,1%	20,0%	8,6%	5,7%	0,0%	0,0%	2,9%
Centre	60,0%	42,2%	8,9%	33,3%	60,0%	2,2%	6,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Centre Nord	68,0%	40,0%	32,0%	28,0%	40,0%	4,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%
Centre Est	70,8%	75,0%	12,5%	50,0%	37,5%	12,5%	20,8%	8,3%	4,2%	16,7%	0,0%
Centre Ouest	83,3%	46,7%	10,0%	33,3%	53,3%	10,0%	6,7%	0,0%	0,0%	6,7%	6,7%

Centre Sud	70,0%	15,0%	60,0%	25,0%	85,0%	25,0%	0,0%	20,0%	5,0%	20,0%	25,0%
Est	65,5%	48,3%	20,7%	17,2%	41,4%	24,1%	20,7%	10,3%	0,0%	13,8%	24,1%
Haut Bassin	55,0%	37,5%	12,5%	7,5%	32,5%	7,5%	7,5%	10,0%	2,5%	5,0%	0,0%
Nord	79,2%	12,5%	20,8%	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	12,5%	20,8%
Plateau central	88,0%	36,0%	12,0%	36,0%	76,0%	16,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%
Sahel	48,0%	28,0%	16,0%	44,0%	8,0%	4,0%	8,0%	8,0%	0,0%	20,0%	44,0%
Sud-Ouest	70,6%	23,5%	5,9%	29,4%	35,3%	2,9%	2,9%	5,9%	0,0%	5,9%	2,9%
Burkina Faso	67,7%	35,4%	16,0%	28,1%	44,6%	10,5%	7,1%	5,8%	1,6%	7,3%	8,4%

*Source* : Données de l'étude

### 3.3. Déterminants socio-économiques de la demande du riz du Burkina

#### 3.3.1. Validation du modèle tobit et significativité globale et individuelle

Les résultats consignés dans le **Tableau 17** montrent que le modèle est globalement significatif. L'examen du tableau indique que les variables « taille du ménage », « sexe du chef de ménage », « milieu de résidence », « disponibilité, comme principal critère de choix » et « couleur, comme principal critère de choix » et dans une moindre mesure « situation matrimoniale » influencent la consommation du riz du Burkina car les coefficients associés sont significatifs avec un risque d'erreur de 5%.

#### 3.3.2. Interprétation des résultats

L'indisponibilité du riz du Burkina joue négativement sur la consommation du riz du Burkina. Les ménages qui ont la disponibilité comme principal critère de choix consomment moins le riz du Burkina comparé à ceux qui n'ont pas la disponibilité comme principal critère de choix. Ces résultats concordent avec les analyses descriptives qui ont conclu que la principale contrainte de la commercialisation du riz du Burkina est la disponibilité.

Le caractère tendre est un critère de choix favorable à la consommation du riz du Burkina. Au risque de 10%, les ménages ayant comme principal critère de choix le caractère tendre du riz consomment plus le riz du Burkina par rapport à ceux qui n'en font pas un critère de choix.

Tout comme le caractère tendre, la couleur du riz du Burkina est une force pour sa consommation. Les ménages qui s'attachent principalement à la couleur du riz au moment de l'achat ont une consommation du riz du Burkina plus élevée que ceux qui ne se préoccupent pas de la couleur du riz.

Par rapport aux ménages résidents en milieu rural, ceux du milieu urbain ont une propension plus faible de consommer le riz du Burkina. La population urbaine reste donc un marché potentiel pour le riz du Burkina.

Les ménages dont les chefs ont une principale activité autre que l'agriculture et en dehors des chômeurs ont tendance à consommer moins le riz du Burkina par rapport aux ménages dont l'autorité relève d'un individu ayant l'agriculture comme activité principale. Ce qui signifie que le riz du Burkina est moins orienté vers le marché car la source de consommation d'un ménage dont l'autorité relève d'un individu ayant l'agriculture comme activité principale est plus dominée par l'autoconsommation.

Le sexe du chef de ménage ressort aussi comme déterminant dans la consommation du riz du Burkina. Comparé aux ménages dont l'autorité relève d'un homme, les ménages dirigés par des femmes consomment plus le riz du Burkina.

La taille du ménage est très déterminante dans la consommation du riz du Burkina. Plus la taille du ménage augmente plus la consommation du ménage en riz du Burkina augmente. Ce résultat est tout à fait logique car l'augmentation de la taille du ménage est synonyme d'une

augmentation du nombre de personnes à nourrir. Il est donc évident que pour les biens alimentaires, les ménages de grande taille aient des consommations plus importantes que ceux de petite taille.

**Tableau 17 :** Résultat de l'estimation du modèle Tobit

Régression du Tobit		Nombre d'observations = 1336	
Variable dépendante : Quantité du riz consommée		LR chi2(17) = 213,96	
		Prob > chi2 = 0,0000	
Log vraisemblance : -4224,7831		Pseudo R2 = 0,0247	
Variables explicatives	Coef,	t	P>t
<b>Masculin</b>	Réf.		
Féminin	4,242001	2,04	0,041
<b>Marié</b>	Réf.		
Célibataire	-5,654523	-1,6	0,109
Divorcé/Union libre/Veuf	-8,155969	-2,75	0,006
<b>Agriculteur</b>	Réf.		
Artisan/commerçant	-5,265099	-2,18	0,030
Ménagère	-6,479963	-2,14	0,032
Salarié	-10,26337	-4,39	0,000
Chômeur	0,9704714	0,14	0,887
Autres	-10,55226	-4,3	0,000
Taille du ménage	1,002211	7,23	0,000
<b>Urbain</b>	Réf.		
Rural	5,337144	3,23	0,001
<b>Pas facilité de cuisson</b>	Réf.		
Facilité de cuisson	-2,741999	-1,37	0,171
<b>Pas tendre</b>			
Tendre	3,04983	1,84	0,065
<b>Pas couleur</b>	Réf.		
Couleur	4,939654	1,98	0,048
<b>Pas disponibilité</b>	Réf.		
Disponibilité	-4,667315	-2,03	0,043
_cons	-7,326388	-2,12	0,034
/sigma	23,72826		

**Source :** Données de l'étude

Il ressort de l'analyse économétrique que l'indisponibilité du riz du Burkina constitue un frein à sa commercialisation. Aussi, le milieu urbain est un marché potentiel encore inexploité en terme de commercialisation du riz du Burkina. Rendre disponible le riz du Burkina et l'adapter aux préférences des ménages en milieu urbain sont des éléments essentiels pour acquérir des parts de marché.

L'analyse montre également que le caractère tendre et la couleur du riz du Burkina sont des acquis qu'il convient de capitaliser. Conserver la couleur et le caractère du riz du Burkina après la cuisson pourrait le rendre plus compétitif.

## IV. Créneaux d'amélioration et proposition d'actions

### 4.1. Créneaux d'amélioration

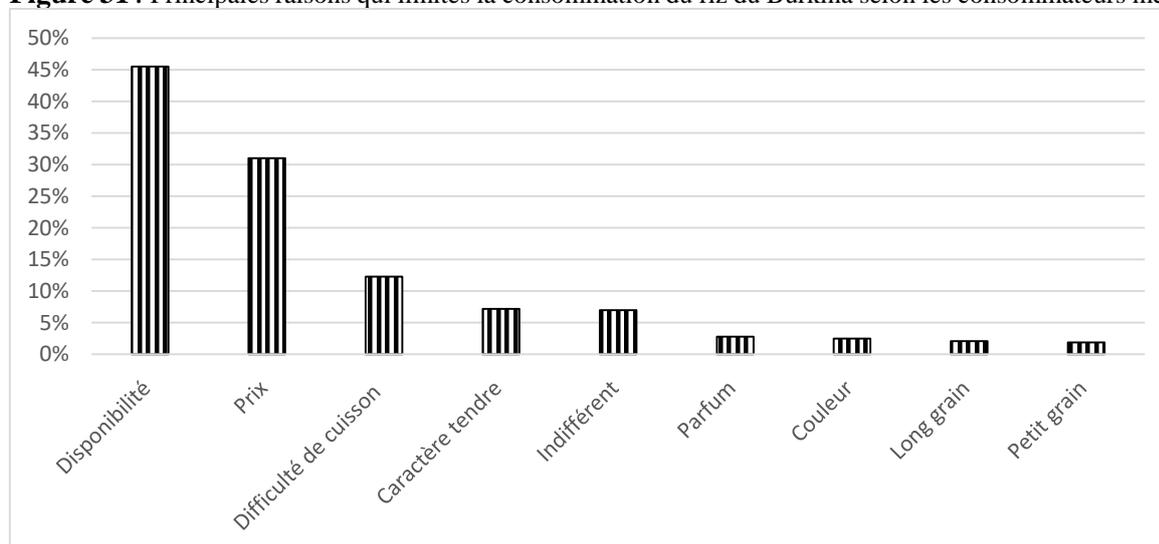
#### 4.1.1. Disponibilité, accessibilité et qualité du riz du Burkina

##### Consommateur ménage

Le travail de collecte de données a permis d'identifier plusieurs facteurs limitant la consommation du riz du Burkina par les ménages. Parmi ces différents facteurs limitant, la faible disponibilité et le prix élevé sont les plus décriés par les ménages consommateurs enquêtés avec respectivement 46% et 31%. Hormis la faible disponibilité et le prix, les impuretés, le gonflement à la cuisson et la difficulté de cuisson ont été également cités par respectivement 28%, 16% et 12% des consommateurs ménages comme facteurs limitant la consommation du riz du Burkina.

D'autres facteurs limitant, mais de moindre importance selon l'appréciation des consommateurs ménages ont été cités. Il s'agit du goût (11%), du caractère peu tendre (7%), du parfum et de la couleur (3%), ainsi que la longueur des grains (2%).

**Figure 31** : Principales raisons qui limitent la consommation du riz du Burkina selon les consommateurs ménages



*Source* : Données de l'étude

L'importance des principaux facteurs limitant la consommation du riz du Burkina varie d'une région à une autre. Ainsi, la faible disponibilité du riz du Burkina est le premier facteur limitant dans toutes les régions à l'exception de celles du Centre-Nord, du Centre-Est, du Centre-sud et des Hauts Bassins, où l'impureté est le premier facteur limitant selon les consommateurs ménages. Ceux de la région du Sahel semblent être particulièrement touchés par la faible disponibilité du riz du Burkina, pour avoir été près de 70% à citer ce facteur limitant et à peine 10% pour tout autre facteur limitant leur consommation du riz du Burkina.

Le prix, quant à lui, a été cité comme deuxième facteur limitant la consommation du riz du Burkina par les consommateurs ménages, suivi des impuretés et du caractère peu gonflant après cuisson.

Tous ces résultats sont étroitement similaires à ceux de l'étude de marché sur le riz du Burkina de Intermon-Oxfam menée en 2011, qui ressortaient que 51% et 69% de l'échantillon des ménages retenus déploraient respectivement la faible disponibilité et le prix élevé du riz du Burkina. L'étude révélait par ailleurs que la présence d'impuretés dans le riz du Burkina, ainsi que son caractère peu gonflant et collant après cuisson le rendaient moins attrayant à l'achat par les consommateurs.

**Tableau 18 :** Principales raisons qui limitent la consommation du riz du Burkina selon les consommateurs ménages par région

Région	Goût	Impureté	Volume	Cuisson	Tendre	Couleur	Parfum	Long grain	Petit grain	Prix	Disponibilité
Boucle du Mouhoun	1,1%	3,2%	9,7%	6,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	21,5%	33,3%
Cascade	12,5%	17,3%	32,7%	9,6%	3,8%	0,0%	4,8%	0,0%	1,0%	27,9%	47,1%
Centre	6,2%	17,7%	10,6%	10,6%	7,1%	,9%	1,8%	,9%	2,7%	31,0%	56,6%
Centre Nord	21,0%	46,0%	26,0%	6,0%	17,0%	3,0%	8,0%	12,0%	12,0%	40,0%	44,0%
Centre Est	2,9%	71,8%	21,4%	18,4%	4,9%	3,9%	1,9%	1,9%	0,0%	22,3%	14,6%
Centre Ouest	3,9%	21,4%	5,8%	17,5%	2,9%	0,0%	1,0%	2,9%	0,0%	41,7%	68,9%
Centre Sud	28,7%	57,4%	23,1%	21,3%	21,3%	6,5%	2,8%	2,8%	1,9%	46,3%	21,3%
Est	8,1%	27,3%	9,1%	14,1%	5,1%	5,1%	6,1%	1,0%	0,0%	25,3%	39,4%
Haut Bassin	13,6%	35,0%	30,1%	25,2%	14,6%	2,9%	4,9%	2,9%	1,9%	23,3%	25,2%
Nord	8,9%	17,8%	11,9%	3,0%	4,0%	4,0%	3,0%	1,0%	3,0%	43,6%	68,3%
Plateau central	13,9%	27,7%	4,0%	12,9%	10,9%	4,0%	0,0%	0,0%	2,0%	38,6%	49,5%
Sahel	10,7%	9,7%	8,7%	1,9%	1,0%	0,0%	1,0%	0,0%	0,0%	8,7%	68,9%
Sud-Ouest	5,7%	12,3%	7,5%	11,3%	0,0%	2,8%	,9%	1,9%	0,0%	31,1%	52,8%
Burkina Faso	10,6%	28,2%	15,5%	12,3%	7,2%	2,5%	2,8%	2,1%	1,9%	31,0%	45,5%

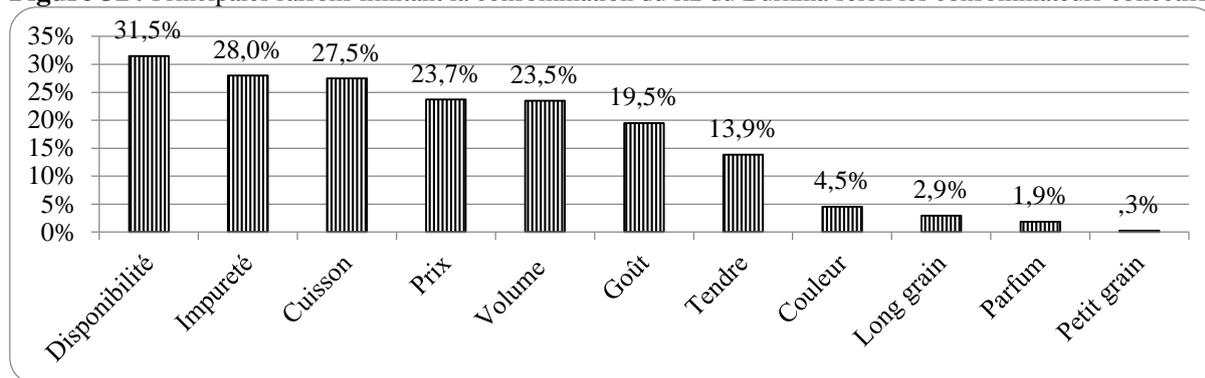
**Source :** Données de l'étude

En définitive, les principaux facteurs qui limitent la consommation du riz du Burkina par les ménages sont observés dans toutes les régions du pays, quoique dans un ordre différent, mais la faible disponibilité du riz semble être le facteur le plus important avant la présence d'impuretés et le prix élevé. Ce dernier facteur limitant est étroitement lié au caractère peu gonflant également déploré par les consommateurs, qui entendent dépenser moins pour une quantité importante du riz après la cuisson.

#### **Consommateur collectif**

Les consommateurs collectifs considèrent que la consommation du riz du Burkina est principalement limitée par sa faible disponibilité (31,5%), la présence d'impureté (28%), sa difficulté de cuisson (27,5%), son prix élevé (23,7%), sa faible capacité d'absorption d'eau (23,5%) et son goût (19,5%). Ces mêmes limites sont observées au niveau des consommateurs ménages qui sont des consommateurs finaux et potentiels clients des consommateurs collectifs.

**Figure 32 :** Principales raisons limitant la consommation du riz du Burkina selon les consommateurs collectifs



**Source :** Données de l'étude

Une situation disparate s'observe dans les régions quant aux limites de la consommation du riz du Burkina. Si pour les consommateurs collectifs des régions de l'Est, du Plateau Central, du Sahel et du Sud-Ouest, la limite principale est la disponibilité, ceux des régions du Centre-Nord, Centre-Est et Centre-Sud considèrent que la présence d'impureté est l'entrave principale. Les consommateurs des autres régions considèrent soit la faible capacité d'absorption d'eau (la Boucle du Mouhoun, des Cascades et des Hauts-Bassins), soit le prix (Centre et Centre-Ouest), soit le goût (Nord) comme principale limite de la consommation du riz du Burkina.

**Tableau 19 :** Principales raisons qui limitent la consommation du riz du Burkina selon les consommateurs collectifs

Région	Goût	Impureté	Volume	Cuisson	Tendre	Couleur	Parfum	Long grain	Petit grain	Prix	Disponibilité
Boucle du Mouhoun	0,0%	17,4%	34,8%	21,7%	4,3%	8,7%	0,0%	4,3%	0,0%	26,1%	30,4%
Cascade	5,9%	20,6%	35,3%	29,4%	2,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	11,8%	20,6%
Centre	13,3%	13,3%	13,3%	22,2%	15,6%	0,0%	2,2%	0,0%	2,2%	28,9%	26,7%
Centre Nord	44,0%	60,0%	36,0%	8,0%	8,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	12,0%	24,0%
Centre Est	16,7%	91,7%	25,0%	50,0%	20,8%	4,2%	0,0%	0,0%	0,0%	4,2%	29,2%
Centre Ouest	0,0%	30,0%	33,3%	30,0%	10,0%	3,3%	0,0%	3,3%	0,0%	56,7%	43,3%
Centre Sud	30,0%	60,0%	15,0%	35,0%	55,0%	15,0%	0,0%	5,0%	0,0%	10,0%	20,0%
Est	34,5%	31,0%	17,2%	27,6%	24,1%	20,7%	17,2%	10,3%	0,0%	31,0%	41,4%
Haut Bassin	22,5%	25,0%	35,0%	30,0%	5,0%	2,5%	0,0%	0,0%	0,0%	30,0%	5,0%
Nord	43,5%	4,3%	21,7%	34,8%	4,3%	0,0%	0,0%	8,7%	0,0%	26,1%	30,4%
Plateau central	25,0%	12,5%	12,5%	20,8%	37,5%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	37,5%	50,0%
Sahel	20,0%	16,0%	16,0%	8,0%	0,0%	0,0%	4,0%	0,0%	0,0%	16,0%	64,0%
Sud-Ouest	12,1%	9,1%	9,1%	39,4%	9,1%	3,0%	0,0%	6,1%	0,0%	9,1%	39,4%
Burkina Faso	19,5%	28,0%	23,5%	27,5%	13,9%	4,5%	1,9%	2,9%	0,3%	23,7%	31,5%

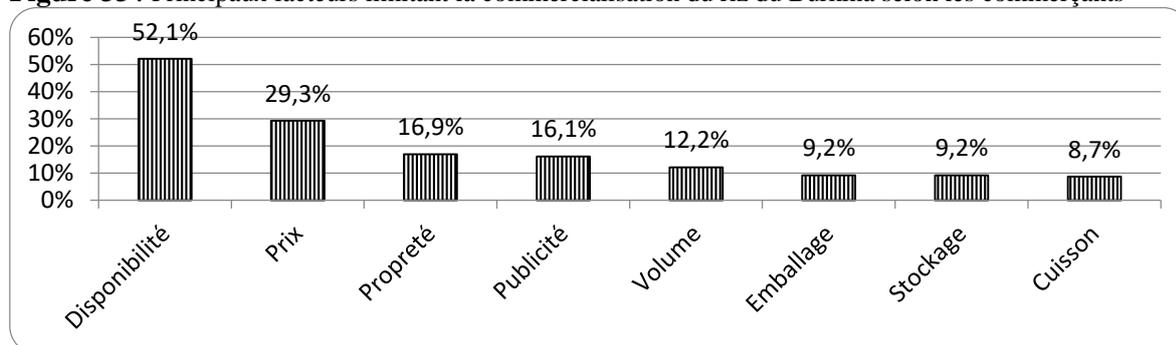
**Source :** Données de l'étude

### **Commerçant**

Les facteurs limitant la commercialisation du riz du Burkina selon les commerçants sont principalement la disponibilité (52,1%) et le prix (29,3%). Ces mêmes facteurs sont jugés

également limitant pour la commercialisation du riz du Burkina dans toutes les régions par les commerçants.

**Figure 33** : Principaux facteurs limitant la commercialisation du riz du Burkina selon les commerçants



*Source* : Données de l'étude

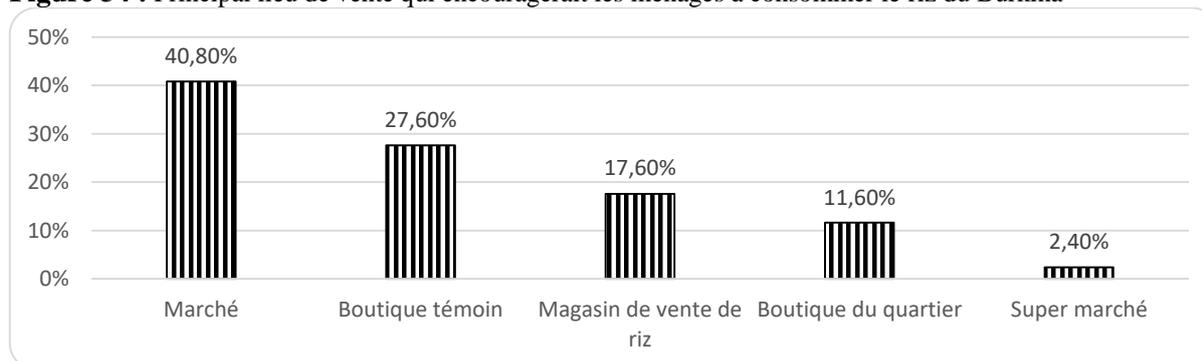
#### 4.1.2. La distribution

##### Consommateur ménage

Le mode de distribution qui serait le plus apprécié des ménages consommateurs du riz est la mise à disposition du riz du Burkina dans les marchés où ils se rendent pour leurs emplettes quotidiennes. En effet, 41% des ménages enquêtés déclarent qu'ils seraient mieux encouragés à acheter du riz du Burkina s'ils pouvaient s'en procurer au marché. La présence du riz du Burkina dans les boutiques témoins serait également un facteur encourageant son achat par les ménages (selon 28% des ménages). Après le marché et les boutiques témoins, les magasins spécifiques de vente du riz ont également été cités (18% des ménages) comme lieu de vente qui inciterait les ménages à consommer le riz du Burkina. Hormis le marché dont la proximité est généralement observée, l'incitation à la consommation du riz du Burkina par les ménages dans les boutiques témoins et les magasins spécifiques de vente du riz serait effective si ceux-ci sont suffisamment proches des ménages.

Peu de ménages (2%) seraient encouragés à consommer le riz du Burkina s'ils devaient se rendre dans des supermarchés pour s'en procurer.

**Figure 34** : Principal lieu de vente qui encouragerait les ménages à consommer le riz du Burkina



*Source* : Données de l'étude

L'incitation à la consommation du riz du Burkina est différemment appréciée selon les régions. La préférence des lieux de vente du riz par les ménages pour les encourager à la consommation du riz semble liée à la fréquence dans laquelle les lieux sont fréquentés (pour les ménages préférant le marché et les boutiques de quartier) et au caractère spécifique du lieu de vente (pour ceux qui préfèrent les boutiques témoins et les magasins de vente du riz). Ainsi, si le marché est le lieu de vente du riz du Burkina qui encouragerait davantage sa consommation par les ménages pour toutes les régions en dehors des Cascades, du Centre-Ouest, du Sahel, Sud-Ouest

et le Nord. Il vient par exemple en quatrième position après les boutiques de quartier, les magasins de vente du riz et les boutiques témoins dans la région du Centre-Ouest.

**Tableau 20 :** Principal lieu de vente qui encouragerait les ménages à consommer le riz du Burkina selon les régions

	Supermarché	Marché	Boutique témoin	Magasin de vente du riz	Boutique du quartier
Boucle du Mouhoun	1%	29%	29%	12%	29%
Cascade	2%	34%	41%	16%	8%
Centre	3%	51%	28%	14%	4%
Centre Nord	2%	57%	23%	13%	5%
Centre Est	2%	57%	25%	15%	2%
Centre Ouest	1%	21%	23%	24%	31%
Centre Sud	6%	41%	37%	17%	0%
Est	5%	55%	14%	9%	17%
Hauts-Bassins	1%	42%	39%	15%	4%
Nord	2%	40%	45%	4%	10%
Plateau central	4%	51%	33%	6%	7%
Sahel	1%	29%	13%	45%	13%
Sud-Ouest	2%	24%	11%	35%	28%
Burkina Faso	2%	41%	28%	18%	12%

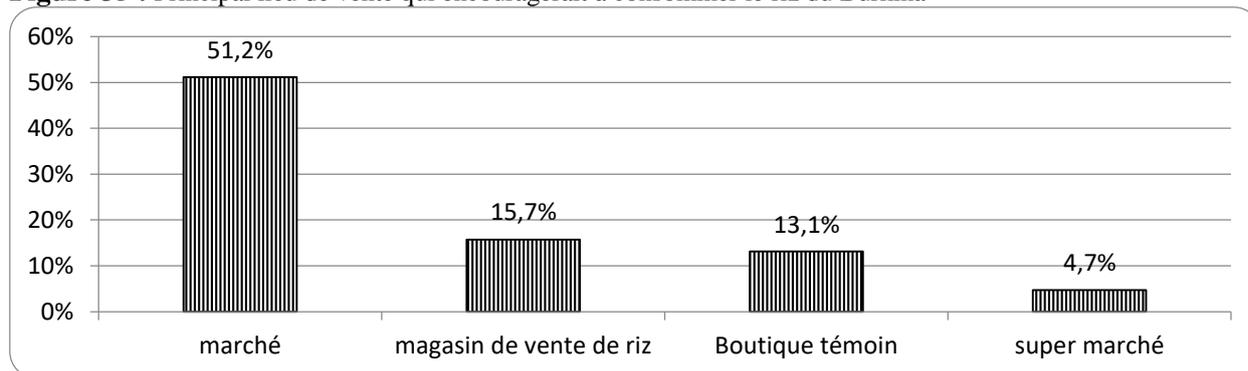
*Source : Données de l'étude*

En somme, la préférence liée à la proximité et au niveau de fréquentation des lieux semble l'emporter sur le caractère spécifique des lieux de vente dans l'incitation des ménages à consommer le riz du Burkina. Un accent sur un meilleur approvisionnement des marchés en riz du Burkina et une sensibilisation des commerçants détaillants de produits divers (boutiquiers de quartier) pour la vente du riz du Burkina au kilogramme à l'image du riz importé permettrait, de répondre dans une certaine mesure à la question de disponibilité du riz.

#### **Consommateur collectif**

Tout comme il a été constaté au niveau des ménages, le lieu de vente qui encouragerait la consommation du riz du Burkina selon les consommateurs collectifs est principalement le marché (51,2%). Le super marché quant à lui serait le lieu le moins encouragé pour la consommation du riz du Burkina (4,7%). La même situation est observée dans toutes les régions avec des proportions différentes.

**Figure 35 :** Principal lieu de vente qui encouragerait à consommer le riz du Burkina



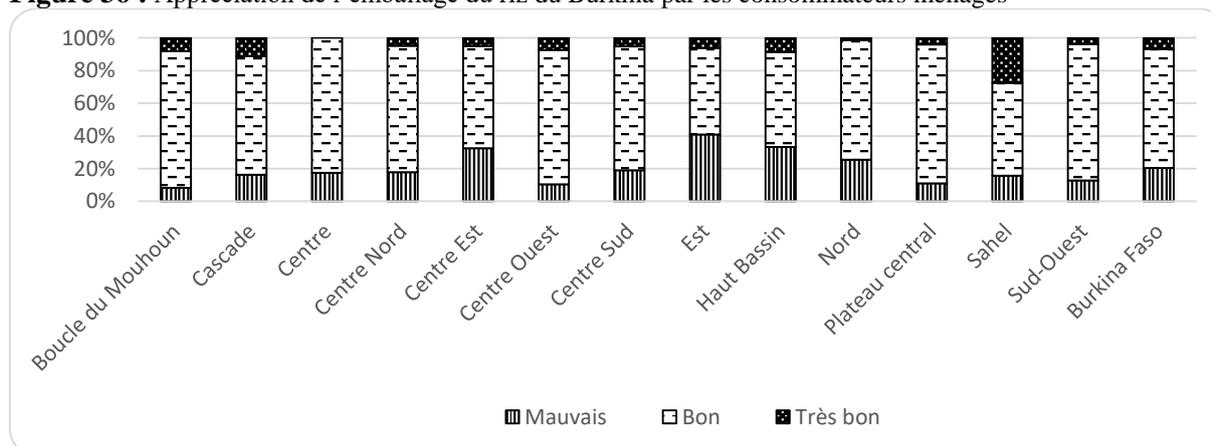
*Source :* Données de l'étude

### 4.1.3. Emballage

#### ✚ Consommateur ménage

Les emballages dans lesquels sont conditionnées les différentes variétés du riz du Burkina sont globalement bien appréciés par les ménages. Au total, 73% des ménages enquêtés estiment que l'emballage est bien appréciable. Des pistes d'amélioration des emballages sont toutefois à explorer, puisqu'une part non négligeable des ménages (20%) en ont une mauvaise appréciation.

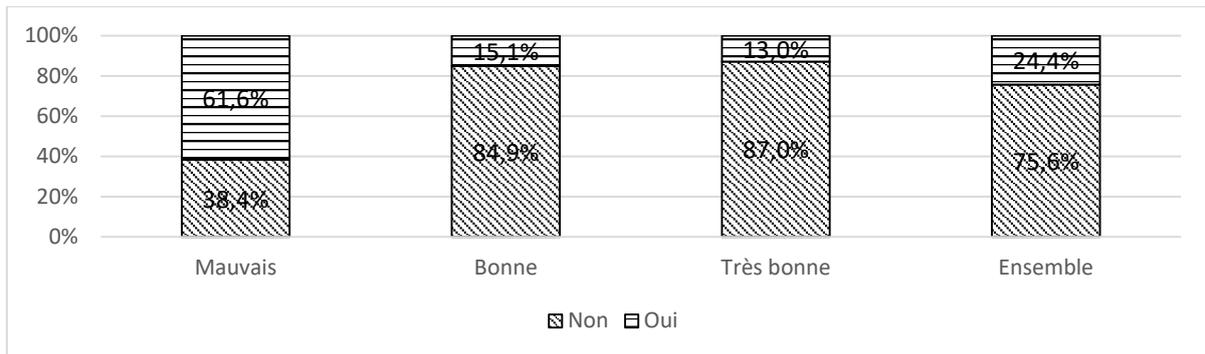
**Figure 36 :** Appréciation de l'emballage du riz du Burkina par les consommateurs ménages



*Source :* Données de l'étude

Parmi les ménages enquêtés, 76% estiment que les emballages utilisés pour le conditionnement du riz ne constituent pas de limite au marché du riz du Burkina. Afin de conquérir une grande part des ménages dans la commercialisation du riz, il serait opportun de travailler davantage afin de toucher les 24% restant, bien que tous ceux qui affirment avoir une mauvaise appréciation des emballages ne pensent pas tous que cela constitue un facteur limitant.

**Figure 37 :** Possibilité ou non pour l’emballage de limiter le marché du riz du Burkina selon les consommateurs ménages

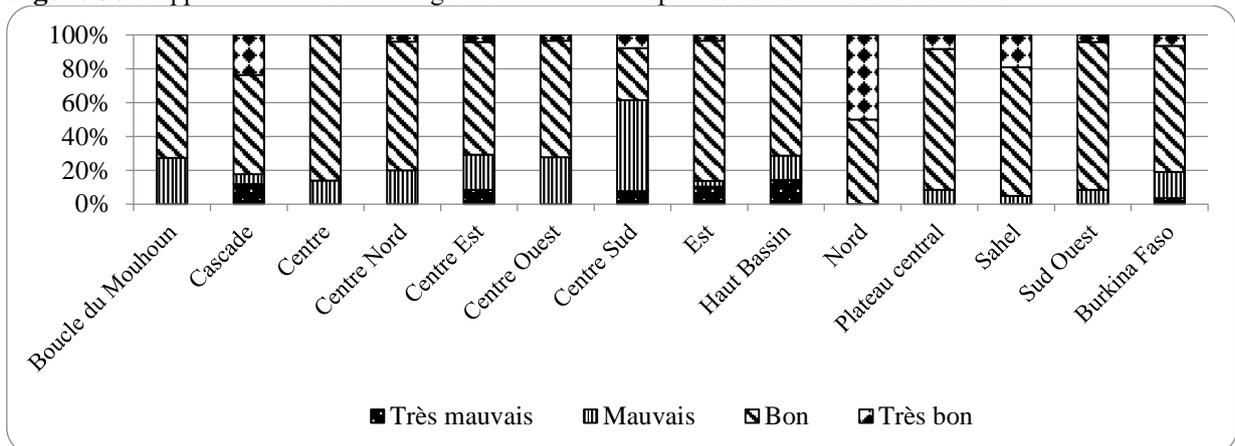


Source : Données de l’étude

#### 👤 Consommateur collectif

Les consommateurs collectifs ont une bonne appréciation de l’emballage du riz du Burkina. En effet, plus de 70% des consommateurs collectifs enquêtés estiment que le riz du Burkina a un bon emballage. Ce constat est aussi fait dans toutes les régions sauf dans la région du Centre-Sud.

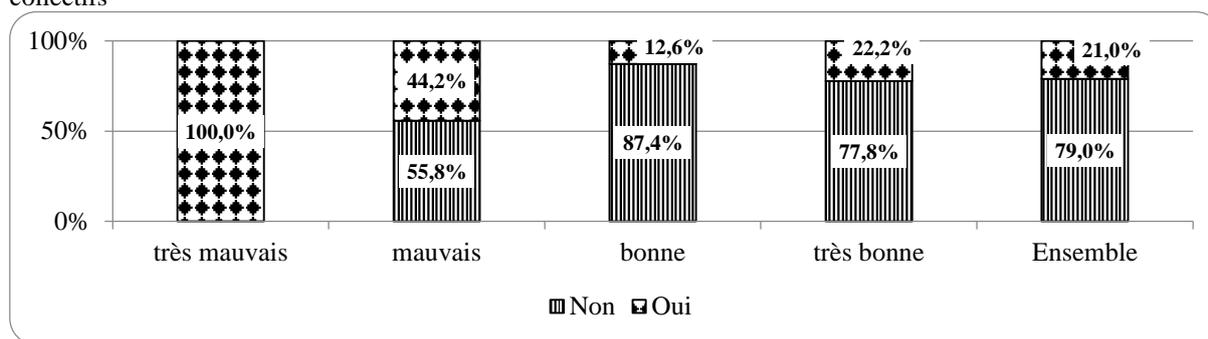
**Figure 38 :** Appréciation de l’emballage du riz du Burkina par les consommateurs collectifs



Source : Données de l’étude

En plus d’avoir dans l’ensemble une bonne appréciation de l’emballage du riz du Burkina, les consommateurs collectifs considèrent pour 79% que l’emballage ne limite pas son marché. On note également que plus les consommateurs collectifs apprécient positivement l’emballage du riz du Burkina, moins ils trouvent que celui-ci limite son marché.

**Figure 39 :** Limite du marché selon l'appréciation de l'emballage du riz du Burkina par les consommateurs collectifs

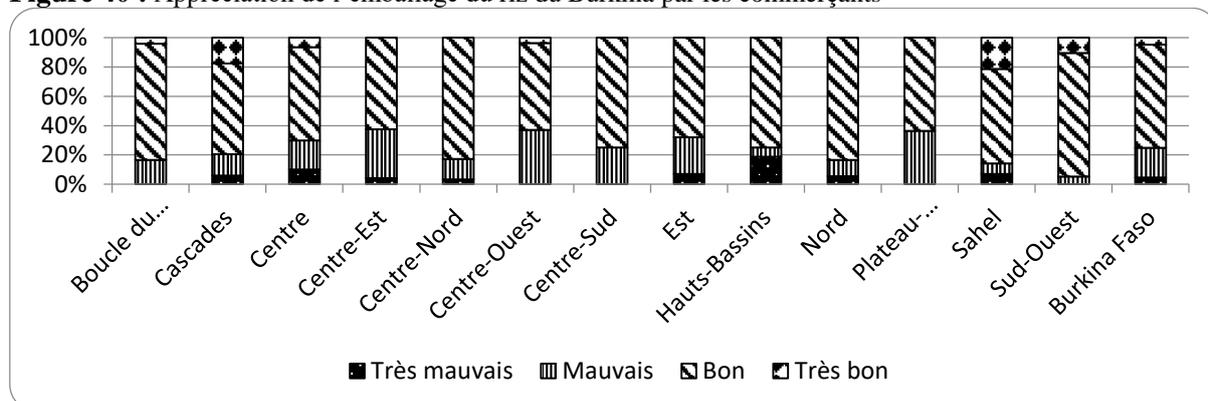


Source : Données de l'étude

#### Commerçant

L'emballage du riz du Burkina est de bonne qualité pour la majorité des commerçants. En effet, 70,2% ont une bonne appréciation à l'endroit de l'emballage du riz du Burkina. Cette appréciation est valable au niveau régional où plus de 60% des commerçants trouvent l'emballage du riz du Burkina de bonne qualité.

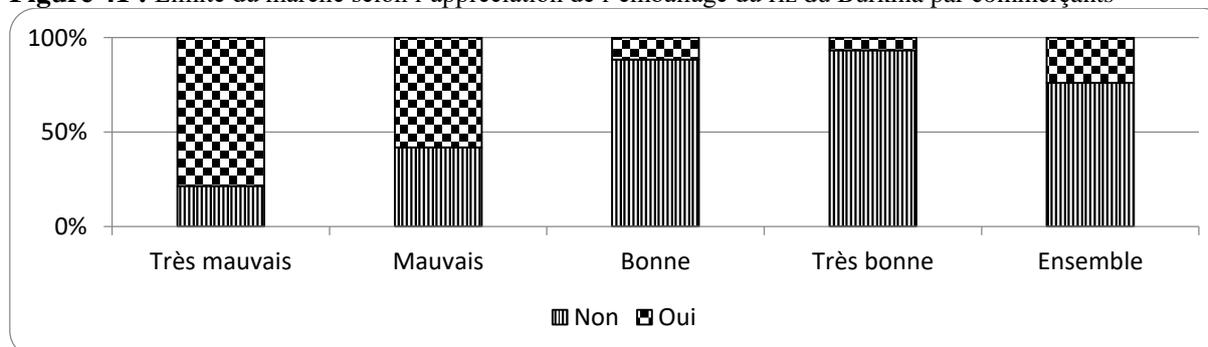
**Figure 40 :** Appréciation de l'emballage du riz du Burkina par les commerçants



Source : Données de l'étude

Comme pour les consommateurs collectifs, les commerçants dans leur grande majorité estiment que l'emballage ne constitue pas un frein au marché du riz du Burkina. Cette appréciation est plus approuvée par ceux qui pensent que l'emballage du riz du Burkina est de bonne qualité.

**Figure 41 :** Limite du marché selon l'appréciation de l'emballage du riz du Burkina par commerçants



Source : Données de l'étude

#### 4.2. Proposition d'axes d'intervention

De la présente étude, il ressort qu'un certain nombre de facteurs (disponibilité, goût, propreté, prix, ...) limitent la commercialisation du riz. Sur la base du diagnostic ci-dessus, trois axes

stratégiques d'intervention ont été proposés. Ces axes sont complémentaires et devraient contribuer à améliorer l'image et le positionnement du riz du Burkina sur le marché.

❖ *Axe 1 : Accroître la production et améliorer la qualité du riz paddy*

Pour résoudre le problème de goût et de disponibilité du riz, il est nécessaire de disposer d'une variété du riz ayant un bon goût et de promouvoir la production à grande échelle. Cet axe vise donc à améliorer la disponibilité du riz paddy pour la transformation qui répond aux attentes des consommateurs en matière de goût. Pour cet axe les actions suivantes sont proposées :

- Exploiter les plaines aménagées en saison pluvieuse et en saison sèche ;
- Réaliser de nouveaux aménagements et réhabiliter les aménagements dégradés ;
- Optimiser l'utilisation de l'eau sur les périmètres ;
- Réduire les variétés du riz pour ne retenir que les meilleurs en termes de rendement et de goût ;
- Choisir les variétés à l'aide des tests de dégustation ;
- Disponibiliser des engrais spécifiques recommandés pour la culture du riz ;
- Vulgariser des bonnes techniques de production.

❖ *Axe 2 : Améliorer la qualité du riz décortiqué*

Dans le but d'améliorer sur la propreté et le gonflement à la cuisson, cet axe vise la modernisation des unités de transformation du riz paddy afin d'offrir aux consommateurs un riz de meilleure qualité et compétitif sur le marché. Pour ce faire, les actions suivantes pourront être menées :

- Organiser et former les acteurs de transformation du riz paddy ;
- Mettre en place un mécanisme de dotation (subvention, crédit, don) d'équipements modernes de transformation du riz paddy ;
- Elaborer une charte de qualité pour offrir sur le marché une qualité correspondante aux attentes des consommateurs ;
- Faire la promotion du respect des normes et qualités dans la transformation du riz paddy ;
- Renforcer le contrôle de la qualité (propreté) du riz décortiqué.

❖ *Axe 3 : Améliorer le circuit de commercialisation du riz du Burkina*

Ce dernier axe a pour objectif d'améliorer le circuit de distribution du riz du Burkina et d'accroître ses parts de marché. En effet, il ressort de l'analyse que le riz du Burkina n'est pas toujours disponible auprès des détaillants alors qu'ils sont les principaux fournisseurs des consommateurs surtout les ménages. Les actions ainsi déclinées pourront permettre de rendre le riz du Burkina disponible sur les différents maillons de la chaîne de commercialisation. Il s'agit de :

- Mettre en place un système de contractualisation entre les producteurs et les transformateurs du riz paddy d'une part et entre les transformateurs et les commerçants d'autre part ;
- Créer et dynamiser des cadres de concertation entre les acteurs de la filière riz ;
- Renforcer les capacités d'accès au riz paddy des transformateurs ;
- Inciter les acteurs à la promotion du riz du Burkina ;

- Faciliter l'accès au riz du Burkina en améliorant sa disponibilité chez les détaillants et au niveau du marché.

De façon concrète, le circuit de commercialisation pourrait s'inspirer un des systèmes de contractualisation à petites échelle tel qu'expérimenté sur la plaine de Banzon par la Société coopérative agricole de Banzon (SCAB) et la Rizerie Wendyam de Bobo (RWB). Selon le contrat qui lie les deux entités, le riz produit par la SCAB est entièrement vendu à la RWB. Un tel contrat résout d'emblée le problème de mévente pour les producteurs et d'indisponibilité pour les transformateurs.

La mise à l'échelle d'un tel type de contrat peut se présenter ainsi qu'il suit :

### **Acteurs impliqués**

Producteurs, transformateurs de paddy, transformateurs de riz décortiqué, commerçants distributeurs y compris les importateurs, institutions financières, interprofession riz (CIR-B).

**Prérequis :** (i) Opérationnalisation de la filière riz à travers la redynamisation de l'interprofession riz (CIR\_B) qui devra intervenir comme facilitateur entre les différents acteurs ; (ii) comptes ouverts dans les livres d'une institution financière (I.F).

### **Fonctionnement**

- Discussion entre les acteurs (groupements ou associations de producteurs, pool de transformateurs selon le produit final, commerçants distributeurs (y compris les importateurs), institutions financières (IF) et CIR-B) des différentes chaînes de valeur du riz (produit spécifique X destiné au marché Y) ;
- Signature de contrats entre acteurs des différentes chaînes de valeur ;
- Assistance technique aux producteurs par le CIR-B ;
- Appui intrants aux producteurs sur la base des contrats sous forme de crédit intrant auprès de l'IF (le contrat définit les différentes caractéristiques des intrants).
- Vente de la part convenue au pool de transformateurs de paddy par les groupements de producteurs
- Vente de la part convenue aux commerçants distributeurs et transformateurs de riz décortiqué par le pool de transformateurs de paddy ;
- Intervention de l'I.F. pour le recouvrement des crédits intrants et le transfert de fonds entre les différents acteurs (sur la base du contrat) ;
- Intervention du CIR-B comme facilitateur en cas de litiges entre les acteurs liés par les contrats ;
- Imposition d'un quota du riz du Burkina aux distributeurs membres du CIR-B.

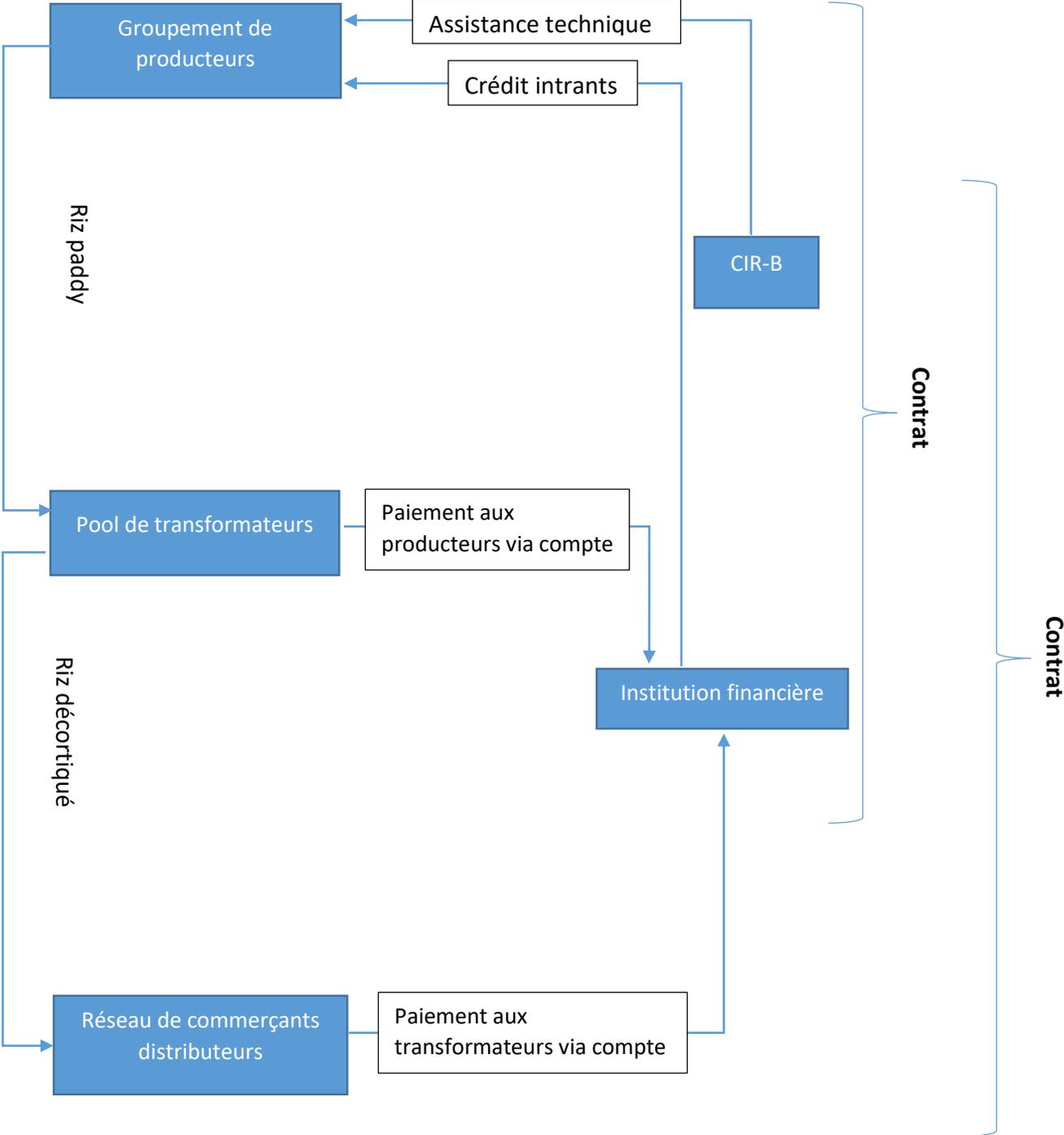
**NB :** l'idée est que le CIR-B mette en place au sein de la filière, un ensemble de chaînes de valeur pour chaque produit spécifique du riz, afin de réunir les acteurs rigoureusement impliqués.

Par exemple, la chaîne de valeur riz étuvé impliquera les producteurs, les étuveuses, les unités de décorticage de riz étuvé, le CIR-B (une entité incontournable), les institutions financières et les distributeurs qui s'intéressent au riz étuvé. Les contrats pourraient indiquer entre autres, les prix, les quantités, les variétés, la couleur, la qualité, qui devraient être validés par le CIR-B avant les échanges.

La chaîne de valeur riz décortiqué serait différente, ainsi que la chaîne de valeur farine de riz par exemple, qui pourraient avoir des acteurs, ainsi que des marchés cibles différents.

Schéma

Le schéma ci-dessous présenté est un cas standard à répliquer et adapter pour chaque chaîne de valeur (riz décortiqué, blanchi, poli, étuvé, produits issus de la transformation du riz décortiqué, etc.), car les destinations et les acteurs sont différents.



## CONCLUSION

Cette étude est réalisée dans l'optique d'identifier les contraintes de commercialisation du riz du Burkina afin de proposer des créneaux d'amélioration.

Elle s'est réalisée dans les 13 régions par la Direction générale des études et des statistiques sectorielles (DGESS) en collaboration avec le Projet riz pluvial (PRP) et la Direction générale de la promotion de l'économie rurale (DGPER).

Son opérationnalisation s'est faite à travers des entretiens auprès des consommateurs (collectifs et individuels), des producteurs, des transformateurs et des commerçants du riz

Ces entretiens ont permis de tirer des enseignements qui peuvent être résumés ainsi qu'il suit :

- la part du riz du Burkina dans l'ensemble de la consommation du riz des ménages enquêtés représente 41,9% ;
- les régions à forte production ont des parts de consommation du riz du Burkina les plus élevées ;
- la principale source de consommation du riz est le marché via les achats ;
- le lieu par excellence d'achat du riz est le marché de détail ;
- le goût, le gonflement à la cuisson, le caractère tendre, le prix et la propreté du riz sont les principaux critères de choix des consommateurs ;
- le goût et le caractère tendre du riz du Burkina sont plus appréciés tandis que le riz importé est plus considéré en terme de gonflement à la cuisson, de prix et de propreté ;
- La disponibilité, le prix, l'impureté et le gonflement à la cuisson sont les principaux facteurs qui limitent la commercialisation du riz du Burkina ;
- le milieu urbain reste un marché potentiel pour la commercialisation du riz du Burkina.

A partir de ces résultats, les recommandations suivantes peuvent être formulées

### ➤ **A l'endroit de l'Etat et de ses partenaires**

- Soutenir la transformation du riz du Burkina dans le but d'avoir un riz répondant aux attentes des consommateurs ;
- Soutenir la production à grande échelle du riz afin d'approvisionner les unités de transformation en riz paddy.
- Affecter une part des recettes douanières et fiscales tirées du riz importé au profit de la filière riz pour un appui supplémentaire à la production (en termes d'aménagements) dans le but de parer à l'insuffisance du riz produit au niveau national.
- Adopter une loi règlementant les importations du riz au Burkina Faso, de sorte que les quantités importées combleraient uniquement la demande non satisfaite par la production nationale.

### ➤ **A l'endroit des acteurs de la filière riz**

- Développer une stratégie de distribution et de promotion du riz du Burkina.

## REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

Achy. L. (2016), Analyse économétrique de l'offre du riz local en Côte d'Ivoire, *International Journal of Innovation and Applied Studies*, Vol. 17 No. 1 Jul. 2016, pp. 291-305.

Comité interprofessionnel du riz (2015), Perception et priorisation des acteurs de la filière riz du Burkina sur les politiques et stratégies mises en œuvre, *Rapport d'étude*

IntermonOxfam et UNPR-B. (2011), Commercialisation du riz local, Avril 2011.

Kinkpe. A. T. et al. (2016), Déterminants de la consommation du riz local en Afrique de l'ouest : cas du Benin, Invited paper presented at the 5th International Conference of the African Association of Agricultural Economists, September 23-26, 2016, Addis Ababa, Ethiopia

Kola N.P. (2016), Etude de faisabilité pour la mise en place d'une unité pilote dans l'une des trois régions bénéficiaires : Centre-ouest, centre-nord et cascades, *rapport diagnostic*

MAFAP/FAO. (2016), Analyse des incitations par les prix pour le riz au Burkina Faso. Série de notes techniques, MAFAP, Rome.

Programme de développement de l'agriculture (PDA) (2016), *Rapport de collecte d'information sur les points de vente du riz blanc et étuvé national à Ouagadougou et à Bobo-Dioulasso*

Sawadogo S. (2017), Contribution à l'analyse des performances technico-économiques des unités de décorticage de riz installées dans la région des Hauts-Bassins, *Rapport de mémoire*

Veco West Africa (2011), *Etude filière riz du Burkina*

Veco West Africa (2017), *Etude diagnostic de référence du tissu industriel dans la filière riz au Burkina Faso, Rapport d'étude*

## ANNEXE

### TABLE DES ANNEXES

<b>Annexe 1</b> : Liste des communes qui abritent les basfonds PRP sélectionnées .....	II
<b>Annexe 2</b> : Liste des secteurs sélectionnées pour l'enquête consommateurs (collectifs et individuels) et commerçant en milieu urbain .....	II
<b>Annexe 3</b> : Questionnaire producteurs.....	V
<b>Annexe 4</b> : Questionnaire commerçant.....	VIII
<b>Annexe 5</b> : Questionnaire consommateurs collectifs.....	XIV
<b>Annexe 6</b> : Questionnaire consommateurs ménages .....	XIX
<b>Annexe 7</b> : Questionnaire transformateurs .....	XXIV

**Annexe 1** : Liste des communes qui abritent les basfonds PRP sélectionnées

Région	Province	Commune
BOUCLE DU MOUHOUN	Balé	Fara
BOUCLE DU MOUHOUN	Sourou	Tougan
Cascades	Comoe	Moussoudougou
Cascades	Leraba	NKRDDG
Centre	Kadiogo	Komsilga
CENTRE NORD	NAMENTAGA	BOULSA
CENTRE NORD	Sanmatenga	Mané
CENTRE EST	Boulgou	Komtoega
CENTRE EST	KOURITENGA	KOUELA
CENTRE-OUEST	SANGUIE	TENADO
CENTRE-OUEST	SISSILI	BIEHA
Centre-Sud	Nahouri	Pô
Centre-Sud	Zoundwéogo	Gogo
EST	Gourma	Bilanga
EST	Kompienga	Kompienga
HAUTS BASSIN	TUY	FOUZAN
HAUTS BASSIN	Houet	Fô
Nord	Louroun	Titao
Nord	Yatenga	Thiou
Plateau Central	Ganzourgou	Mogtédo
Plateau Central	Kourwéogo	Sourgoubila
SAHEL	SOUM	Arbinda
SUD OUEST	Bouguiriba	Iolonioro

**Annexe 2** : Liste des secteurs sélectionnés pour l'enquête consommateurs (collectifs et individuels) et commerçant en milieu urbain

Région	Secteur
Boucle du Mouhoun	Dédougou-Secteur 7
Boucle du Mouhoun	Dédougou-Secteur 4
Boucle du Mouhoun	Dédougou-Secteur 3
Boucle du Mouhoun	Dédougou-Secteur 2
Boucle du Mouhoun	Dédougou-Secteur 5
Cascades	Banfora-Secteur 13 (Kiribina)
Cascades	Banfora-Secteur 7
Cascades	Banfora-Secteur 3
Cascades	Banfora-Secteur 9
Cascades	Banfora-Secteur 15
Centre	Ouagadougou-Secteur 35
Centre	Ouagadougou-Secteur 55
Centre	Ouagadougou-Secteur 14
Centre	Ouagadougou-Secteur 53
Centre	Ouagadougou-Secteur 22
Centre est	Tenkodogo-Secteur 6
Centre est	Tenkodogo-Secteur 1

Région	Secteur
Centre est	Tenkodogo-Secteur 5
Centre est	Tenkodogo-Secteur 2
Centre est	Tenkodogo-Secteur 4
Centre nord	Kaya-Secteur 1
Centre nord	Kaya-Secteur 6
Centre nord	Kaya-Secteur 2
Centre nord	Kaya-Secteur 3
Centre nord	Kaya-Secteur 7
Centre ouest	Koudougou-Secteur 1
Centre ouest	Koudougou-Secteur 4
Centre ouest	Koudougou-Secteur 5
Centre ouest	Koudougou-Secteur 8
Centre ouest	Koudougou-Secteur 10
Centre sud	Manga-Secteur 5
Centre sud	Manga-Secteur 1
Centre sud	Manga-Secteur 2
Centre sud	Manga-Secteur 3
Centre sud	Manga-Secteur 4
Est	Fada-Ngourma-Secteur 3
Est	Fada-Ngourma-Secteur 2
Est	Fada-Ngourma-Secteur 11
Est	Fada-Ngourma-Secteur 10
Est	Fada-Ngourma-Secteur 8
Hauts Bassins	Bobo-Dioulasso-Secteur 20
Hauts Bassins	Bobo-Dioulasso-Secteur 2
Hauts Bassins	Bobo-Dioulasso-Secteur 14
Hauts Bassins	Bobo-Dioulasso-Secteur 6
Hauts Bassins	Bobo-Dioulasso-Secteur 12
Nord	Ouahigouya-Secteur 11
Nord	Ouahigouya-Secteur 5
Nord	Ouahigouya-Secteur 8
Nord	Ouahigouya-Secteur 7
Nord	Ouahigouya-Secteur 13
Plateau central	ZiniarÚ-Secteur 4
Plateau central	ZiniarÚ-Secteur 1
Plateau central	ZiniarÚ-Secteur 5
Plateau central	ZiniarÚ-Secteur 3
Plateau central	ZiniarÚ-Secteur 2
Sahel	Dori-Secteur 1
Sahel	Dori-Secteur 3
Sahel	Dori-Secteur 4
Sahel	Dori-Secteur 8
Sahel	Dori-Secteur 6
Sud Ouest	Gaoua-Secteur 1

<b>Région</b>	<b>Secteur</b>
Sud Ouest	Gaoua-Secteur 3
Sud Ouest	Gaoua-Secteur 4
Sud Ouest	Gaoua-Secteur 6
Sud Ouest	Gaoua-Secteur 7 (Tonkar)



## Section 1 : Caractéristiques sociodémographiques

	Questions	Réponses
1.1	<b>Sexe</b> (1=masculin ; 2=féminin)	__
1.2	<b>Âge</b>	__ __
1.3	<b>Situation matrimoniale</b> (1=marié ; 2=célibataire ; 3=divorcé ; 4=veuf/veuve ; 5=union libre)	__
1.4	<b>Principale activité</b>	
1.5	<b>Niveau d'instruction</b> (1=non alphabétisé ; 2=alphabétisé ; 3=école primaire ; 4=école rurale ; 5=medersa ; 6=secondaire ; 7=supérieure)	__
1.6	<b>Taille de ménage</b>	__ __

## Section 2 : Production de riz

2.1 : Produisez-vous de riz destiné à la commercialisation?

\_\_\_\_\_ |\_\_|  
(0=non; 1=oui)

2.2 : Quelle quantité de riz en kg, produisez-vous en moyenne par an?

\_\_\_\_\_ |\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|,|\_\_|\_\_|

2.3 : A qui vendez-vous cette production? (0=non; 1=oui)

1=ONG \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=collecteur \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=détaillant \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=grossiste \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=demi grossiste \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=transformateur \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

2.4 : Quelle quantité de riz paddy en kg, arrivez-vous en moyenne à vendre par an?

\_\_\_\_\_ |\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|,|\_\_|\_\_|

2.5 : Arrivez-vous à écouler toute la production souhaitée?

(0=non ; 1=oui)

\_\_\_\_\_ |\_\_|

2.6 : Si oui, arrivez-vous à satisfaire la demande de votre clientèle ?

(0=non ; 1=oui)

\_\_\_\_\_ |\_\_|

**2.7 :** Comment apprécier la proximité de ce lieu de vente avec votre domicile ?

\_\_\_\_\_ |\_\_|

(1= très proche ; 2=proche ; 3=éloigné; 4=très éloigné)

**2.8 :** A quelle distance se situe le lieu d'achat de riz du Burkina par rapport à votre domicile?

\_\_\_\_\_ |\_\_|

(1=moins de 0,5 km; 2=0,5 km à 1 km; 3=1 km à 2 kms; 3=2 kms à 5 kms; 4=plus de 5 km)

**2.9 :** Comment les prix sont-ils fixés à la vente ? \_\_\_\_\_ |\_\_|

(1=prix plancher ; 2=prix du vendeur ; 3=prix négocié ; 4=autres à préciser)

**2.10 :** Comment évoluent ces prix au cours de l'année ? \_\_\_\_\_ |\_\_|

(1=stables ; 2=variables)

**2.11 :** Quelles sont les périodes de fortes baisses des prix de vente dans l'année ?

(0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_|

**2.12 :** Quelles sont les périodes de flambées des prix de vente dans l'année ?

(0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_|

### **Section 3 : Contraintes et attentes sur la commercialisation de riz**

**3.1 :** Quelles sont les principales raisons qui limitent la commercialisation du riz paddy?

(0=non ; 1=oui)

1=prix \_\_\_\_\_ |\_\_|

2= Moyen transport \_\_\_\_\_ |\_\_|

3= Etat de la route \_\_\_\_\_ |\_\_|

4= Coût de transport \_\_\_\_\_ |\_\_|

5= Distance \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

**3.5 :** Un groupe d'acteurs à votre connaissance a-t-il engagé une publicité sur le riz (paddy et décortiqué) national? \_\_\_\_\_ |\_\_|

(0=non; 1=oui)

## Questionnaire commerçant

PERIODE DE COLLECTE : Octobre 2017

### Section 0 : Eléments d'identification

N°	Eléments d'identification	Nom	Code
0.1	Région		_ _ _ _
0.2	Province		_ _ _ _
0.3	Commune		_ _ _ _
0.4	Village / secteur		_ _ _ _ _ _
0.5	Nom et prénom		
0.6	Contact téléphonique	_ _ _ _ _ _ _ _ _	

Nom de l'enquêteur : \_\_\_\_\_ |\_E\_|\_|\_|\_|

Date de passage :                   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|  
   *Jour*               *Mois*               *Année*

Nom du contrôleur : \_\_\_\_\_ |\_C\_|\_|\_|\_|

Date de contrôle :                   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|  
   *Jour*               *Mois*               *Année*

Nom et visa du superviseur : \_\_\_\_\_

Nom de l'agent de saisie A : \_\_\_\_\_|\_|\_|\_|\_|

Nom de l'agent de saisie B: \_\_\_\_\_|\_|\_|\_|\_|

## Section 1 : Caractéristiques sociodémographiques

N°	Questions	Réponses
1.1	<b>Sexe</b> (1=masculin ; 2=féminin)	__
1.2	<b>Âge</b>	__ __
1.3	<b>Situation matrimoniale</b> (1=marié ; 2=célibataire ; 3=divorcé/séparé ; 4=veuf/veuve ; 5=union libre)	__
1.4	<b>Principal produit vendu</b> (1=vente de riz ; 2=vente d'autres céréales ; 3= articles divers ; 4=autres à préciser)	__
1.5	<b>Niveau d'instruction</b> (1=non alphabétisé ; 2=alphabétisé ; 3=école primaire ; 4=école rurale ; 5=medersa ; 6=secondaire ; 7= supérieure)	__
1.6	<b>Type de commerçant</b> (1=grossiste; 2=demi-grossiste; 3=collecteur; 4=détaillant)	__
1.7	<b>Durée dans l'activité</b> (nombre d'années)	__ __

## Section 2 : Commercialisation de riz du Burkina

2.1 : Quels types de riz commercialisez-vous? \_\_\_\_\_ |\_\_|

1=riz paddy \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=Riz du Burkina décortiqué \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=riz importé \_\_\_\_\_ |\_\_|

2.2 : Quelles sont vos motivations dans la commercialisation de riz du Burkina (paddy et décortiqué)?

(0=non ; 1=oui)

1=patriotisme \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=demande \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=naturel et bonne qualité \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=aucune explication \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=accessibilité \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=marge bénéficiaire \_\_\_\_\_ |\_\_|

8=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

2.3 : Quels sont vos principaux lieux d'approvisionnements? (0=non ; 1=oui)

1=producteur \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=étuveuses \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=marché de collecte \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=marché de regroupement \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

5=magasins d'OP \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

6=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**2.4 :** Comment les prix sont-ils fixés à l'approvisionnement ? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

(1=prix plancher ; 2=prix du marché ; 3=prix négocié ; 4=autres à préciser)

**2.5 :** Comment évoluent ces prix ? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

(1=stables ; 2=variables)

**2.6 :** Quelles sont les périodes de fortes baisses des prix d'approvisionnement dans l'année ? \_\_\_\_\_ (0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**2.7 :** Quelles sont les périodes de flambées des prix d'approvisionnement dans l'année ? \_\_\_\_\_ (0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**2.8 :** A qui vendiez-vous le riz du Burkina ? \_\_\_\_\_ (0=non ; 1=oui)

1=demi grossistes \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

2=détaillants \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

3=consommateurs \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

4=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**2.9 :** Comment les prix sont-ils fixés à la vente? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

(1=prix plancher ; 2=prix du marché ; 3=prix négocié ; 4=autres à préciser)

**2.10 :** Comment évoluent ces prix de vente ? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

(1=stables ; 2=variables)

**2.11 :** Quelles sont les périodes de fortes baisses des prix de vente dans l'année ? \_\_\_\_\_ (0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**2.12 :** Quelles sont les périodes de flambées des prix de vente dans l'année ?  
(0=non ; 1=oui)

- 1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**2.13 :** Quels sont les critères de choix de vos clients en termes de riz ? (0=non ; 1=oui)

- 1=goût \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 2=propreté \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 3=volume \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 4= facilité de cuisson \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 5=tendre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 6=couleur \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 7=parfum \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 8= long grain \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 9=petit grain \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 10=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 11=prix \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 12=emballage \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 13=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**2.15 :** Comment appréciez-vous l'emballage du riz du Burkina? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
(1= très mauvais ; 2=mauvais; 3=bonne; 4=très bonne)

**2.16 :** Pensez-vous que l'emballage du riz du Burkina limite son marché? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
(0=non; 1=oui)

### **Section 3 : Contraintes de la commercialisation de riz du Burkina**

**3.1 :** Quels sont les facteurs qui limitent la commercialisation du riz du Burkina?  
(0=non ; 1=oui)

- 1=volume \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 2=prix \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 3=cuisson \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 4=publicité \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 5=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 6=emballage \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 7=propreté \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

8=stockage \_\_\_\_\_ |\_\_|

9=autres à préciser \_\_\_\_ |\_\_|

**3.2 : Quelles appréciations faites-vous entre le riz du Burkina et le riz importé?**  
(0= riz importé; 1= riz du Burkina)

1=goût \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=propreté \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=volume \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=cuisson \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=tendre \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=couleur \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=parfum \_\_\_\_\_ |\_\_|

8= long grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

9= petit grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

12=prix \_\_\_\_\_ |\_\_|

13=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_|

14=emballage \_\_\_\_\_ |\_\_|

15=marge bénéficiaire élevée \_\_\_\_\_ |\_\_|

16=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

**3.3 : Quelles sont les difficultés que vous rencontrez au niveau de l'approvisionnement du riz du Burkina (paddy et décortiqué) ?** (0=non ; 1=oui)

1= Insuffisance de riz paddy \_\_\_\_\_ |\_\_|

2= Moyen transport \_\_\_\_\_ |\_\_|

3= Etat de la route \_\_\_\_\_ |\_\_|

4= Coût de transport \_\_\_\_\_ |\_\_|

5= Distance \_\_\_\_\_ |\_\_|

6= prix de riz paddy \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

**3.4 : Quelles sont les difficultés que vous rencontrez au niveau de la vente du riz du Burkina ?** (0=non ; 1=oui)

1=faible marge \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=faible demande \_\_\_\_\_ |\_\_|

3= prix élevé \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

**3.6 : Quelles sont les suggestions pour faire face à ces difficultés ?**

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## Questionnaire consommateurs collectifs

PERIODE DE COLLECTE : Octobre 2017

### Section 0 : Eléments d'identification

N°	Eléments d'identification	Nom	Code
0.1	Région		_ _ _ _
0.2	Province		_ _ _ _
0.3	Commune		_ _ _ _
0.4	Village / secteur		_ _ _ _ _
0.5	Nom de la structure		
0.6	Nom et prénom du responsable de la structure		
0.7	Contact téléphonique	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _	

Nom de l'enquêteur : \_\_\_\_\_ |\_E\_|\_|\_|\_|\_|

Date de passage :                   |\_|\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|\_|  
   *Jour*                   *Mois*                   *Année*

Nom du contrôleur : \_\_\_\_\_ |\_C\_|\_|\_|\_|\_|

Date de contrôle :                   |\_|\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|\_|  
   *Jour*                   *Mois*                   *Année*

Nom et visa du superviseur : \_\_\_\_\_

Nom de l'agent de saisie A : \_\_\_\_\_|\_|\_|\_|\_|\_|

Nom de l'agent de saisie B: \_\_\_\_\_|\_|\_|\_|\_|\_|

## Section 1 : Caractéristiques sociodémographiques

N°	Questions	Réponses
1.1	<b>Sexe</b> (1=masculin ; 2=féminin)	__
1.2	<b>Âge</b>	__ __
1.3	<b>Situation matrimoniale</b> (1=marié ; 2=célibataire ; 3=divorcé ; 4=veuf/veuve ; 5=union libre)	__
1.4	<b>Principale activité</b>	
1.5	<b>Niveau d'instruction</b> (1=non alphabétisé ; 2=alphabétisé ; 3=école primaire ; 4=école rurale ; 5=medersa ; 6=secondaire ; 7=Université ou des écoles techniques supérieures)	__
1.6	<b>Type de consommateur collectif</b> (1=restaurant; 2=hôtel;)	__
1.7	<b>Durée dans l'activité</b> (nombre d'années)	__ __

## Section 2 : Consommation de riz

2.1 : Proposez-vous le riz à votre clientèle? \_\_\_\_\_ |\_\_|  
(0=non; 1=oui)

2.2 : Quel type de riz s'agit-il? \_\_\_\_\_ |\_\_|  
(1=riz du Burkina; 2=riz importé, 3=les deux)

2.3 : Quels sont vos principaux critères de choix lorsque vous achetez le riz? \_ |\_\_|

1=prix \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=facilité de cuisson \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=origine géographique \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=préférence des consommateurs \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=autres (à préciser) \_\_\_\_\_ |\_\_|

2.4 : Quels sont les critères de choix de vos clients en termes de riz ? (0=non ; 1=oui)

1=goût \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=propreté \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=volume \_\_\_\_\_ |\_\_|

4= facilité de cuisson \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=tendre \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=couleur \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=parfum \_\_\_\_\_ |\_\_|

8= long grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

9=petit grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

10=disponibilité \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

11=prix \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

12=emballage \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

13=autres à préciser \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

**2.5 :** Avez-vous déjà proposé le riz du Burkina à votre clientèle? (0=non; 1=oui)  
\_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

**2.6 :** Comment vos clients ont-ils apprécié le riz du Burkina que vous les avez proposé? \_\_\_\_|\_\_\_\_|  
(1= très mal ; 2=mal; 3=bien; 4=très bien)

**2.7 :** Quelle quantité de riz en kg, proposez-vous par mois à votre clientèle?

2.7.1. Quantité totale \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|

2.7.2. Quantité de riz du Burkina \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|\_\_\_\_|

**2.8 :** Où effectuez-vous vos achats de riz du Burkina? \_\_\_\_\_  
|\_\_\_\_|

1=super marché \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

2=détaillant \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

3=grossiste \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

4=demi grossiste \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

5=magasin PRP \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

6=boutique témoin \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

7=producteur \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

8=transformateur \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

9=autres à préciser \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

**2.9 :** Comment apprécier la proximité de ce lieu de vente avec votre domicile ?  
\_\_\_\_\_|\_\_\_\_|  
(1= très proche ; 2=proche ; 3=éloigné; 4=très éloigné)

**2.10 :** A quelle distance se situe le lieu d'achat de riz du Burkina par rapport à votre domicile? \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|  
(1=moins de 0,5 km; 2=0,5 km à 1 km; 3=1 km à 2 kms; 3=2 kms à 5 kms; 4=plus de 5 km)

**2.11 :** Comment les prix sont-ils fixés à l'achat ? \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|  
(1=prix plancher ; 2=prix du marché ; 3=prix négocié ; 4=autres à préciser)

**2.12 :** Comment évoluent ces prix ? \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|  
(1=stables ; 2=variables)

**2.13 :** Quelles sont les périodes de fortes baisses des prix d'achat dans l'année ?  
(0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_|\_\_\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_|

**2.14 :** Quelles sont les périodes de flambées des prix d'achat dans l'année ?  
(0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_|

### **Section 3 : Contraintes et attentes sur la qualité de riz**

**3.1 :** Quelles sont les principales raisons qui limitent la consommation du riz du Burkina dans votre lieu de vente? \_\_\_\_\_  
|\_\_|

1= mauvais goût \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=impureté \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=volume moindre \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=cuisson difficile \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=non tendre \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=couleur \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=mauvais parfum \_\_\_\_\_ |\_\_|

8= long grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

9= petit grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

10=prix \_\_\_\_\_ |\_\_|

11=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_|

12=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

**3.2 :** Pour vous, quel est le lieu de vente qui vous encouragerait à consommer le riz du Burkina? \_\_\_\_\_ |\_\_|

(1=super marché; 2=marché; 3=Boutique témoin; 4=magasin de vente de riz ; 5=autres à préciser)

**3.3 :** Comment pouvez-vous caractériser le "bon riz" ? \_\_\_\_\_ |\_\_|

1= mauvais goût \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=impureté \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=volume moindre \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=cuisson difficile \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=non tendre \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=couleur \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=mauvais parfum \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

8= long grain \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

9= petit grain \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

10=prix \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

11=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

12=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

**3.4 :** Comment appréciez-vous l'emballage du riz du Burkina? \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|  
(1= très mauvais ; 2=mauvais; 3=bonne; 4=très bonne)

**3.5 :** Pensez-vous que l'emballage du riz du Burkina limite son marché? \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|  
(0=non; 1=oui)

**3.6:** Avez-vous déjà entendu, lu ou regardé une publicité sur le riz? \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|  
(0=non; 1=oui)

**3.7 :** Cette publicité concernait-elle le riz du Burkina? \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|  
(0=non; 1=oui)

## Questionnaire consommateurs ménages

PERIODE DE COLLECTE : Octobre 2017

### Section 0 : Eléments d'identification

N°	Eléments d'identification	Nom	Code
0.1	Région		_ _ _ _
0.2	Province		_ _ _ _
0.3	Commune		_ _ _ _
0.4	Village / secteur		_ _ _ _ _ _
0.5	Nom et prénom		
0.6	Contact téléphonique	_ _ _ _ _ _ _ _ _	

Nom de l'enquêteur : \_\_\_\_\_ |\_E\_|\_|\_|\_|

Date de passage :                   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|  
   *Jour*           *Mois*           *Année*

Nom du contrôleur : \_\_\_\_\_ |\_C\_|\_|\_|\_|

Date de contrôle :                   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|  
   *Jour*           *Mois*           *Année*

Nom et visa du superviseur : \_\_\_\_\_

Nom de l'agent de saisie A : \_\_\_\_\_|\_|\_|\_|\_|

Nom de l'agent de saisie B: \_\_\_\_\_|\_|\_|\_|\_|

## Section 1 : Caractéristiques sociodémographiques

	Questions	Réponses
1.1	<b>Sexe</b> (1=masculin ; 2=féminin)	__
1.2	<b>Âge</b>	__ __
1.3	<b>Situation matrimoniale</b> (1=marié ; 2=célibataire ; 3=divorcé ; 4=veuf/veuve ; 5=union libre)	__
1.4	<b>Principale activité</b>	
1.5	<b>Niveau d'instruction</b> (1=non alphabétisé ; 2=alphabétisé ; 3=école primaire ; 4=école rurale ; 5=medersa ; 6=secondaire ; 7=supérieure)	__
1.6	<b>Taille de ménage</b>	__ __

## Section 2 : Consommation de riz

2.1 : Votre ménage a-t-il consommé le riz ces 12 derniers mois? \_\_\_\_\_ |\_\_|  
(0=non; 1=oui)

2.2 : Si oui, à quelle occasion ? \_\_\_\_\_ |\_\_|  
(1=jour de fête; 2=jours ordinaires)

2.3 : Quelle est la principale source d'approvisionnement ? \_\_\_\_\_ |\_\_|  
(1=propre production; 2=achat ; 3=don/cadeau ; 4=autre (à préciser))

2.4 : Quel type de riz s'agit-il? (0=non; 1=oui)  
1=riz du Burkina \_\_\_\_\_ |\_\_|  
2=riz importé \_\_\_\_\_ |\_\_|  
3=ne sait pas) \_\_\_\_\_ |\_\_|

2.5 : Quels sont vos principaux critères de choix lorsque vous achetez le riz? (*ne pas suggérer les réponses*) (0=non; 1=oui)

1=goût \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=propreté \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=volume \_\_\_\_\_ |\_\_|

4= facilité de cuisson \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=tendre \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=couleur \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=parfum \_\_\_\_\_ |\_\_|

8= long grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

9=petit grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

10=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_|

11=prix \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

12=emballage \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

13=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

**2.6 :** Avez-vous déjà acheté intentionnellement de riz du Burkina pour la consommation du ménage? \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|  
(0=non; 1=oui ; 2=ne sait pas)

**2.7 :** Quelle quantité de riz en kg, votre ménage consomme-t-il par mois?

2.7.1. Quantité totale \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_| |\_\_\_\_| |\_\_\_\_| |\_\_\_\_| |\_\_\_\_| |\_\_\_\_|

2.7.2. Quantité de riz du Burkina \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_| |\_\_\_\_| |\_\_\_\_| |\_\_\_\_| |\_\_\_\_| |\_\_\_\_|

**2.8 :** Où effectuez-vous vos achats de riz du Burkina? (0=non; 1=oui)

1=super marché \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

2=détaillant \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

3=grossiste \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

4=demi grossiste \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

5=magasin PRP \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

6=boutique témoin \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

7=producteur \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

8=transformateur \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

9=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

**2.9 :** Comment apprécier la proximité de ce lieu de vente avec votre domicile ? \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|  
(1= très proche ; 2=proche ; 3=éloigné; 4=très éloigné)

**2.10 :** A quelle distance se situe le lieu d'achat de riz du Burkina par rapport à votre domicile? \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|  
(1=moins de 0,5 km; 2=0,5 km à 1 km; 3=1 km à 2 kms; 3=2 kms à 5 kms; 4=plus de 5 km)

**2.11 :** Comment les prix sont-ils fixés à l'achat ? \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|  
(1=prix plancher ; 2=prix du vendeur ; 3=prix négocié ; 4=autres à préciser)

**2.12 :** Comment évoluent ces prix au cours de l'année ? \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|  
(1=stables ; 2=variables)

**2.13 :** Quelles sont les périodes de fortes baisses des prix d'achat dans l'année ?  
(0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_\_\_|

**2.14 :** Quelles sont les périodes de flambées des prix d'achat dans l'année ?  
(0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_|

**2.15 :** Si vous devez choisir entre le riz du Burkina et le riz importé en cas disponibilité, lequel choisirez-vous? \_\_\_\_\_ |\_\_|

(1=riz du Burkina; 2=riz importé)

**2.16 :** Quelles appréciations faites-vous entre le riz du Burkina et le riz importé?

(0= riz importé; 1= riz du Burkina)

1=goût \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=propreté \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=volume \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=cuisson \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=tendre \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=couleur \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=parfum \_\_\_\_\_ |\_\_|

8= long grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

9= petit grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

12=prix \_\_\_\_\_ |\_\_|

13=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_|

14=emballage \_\_\_\_\_ |\_\_|

15=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

**2.17 :** Comment pouvez-vous caractériser le "bon riz" ? (0=non ; 1=oui)

1=goût \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=propreté \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=volume \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=cuisson \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=tendre \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=couleur \_\_\_\_\_ |\_\_|

7=parfum \_\_\_\_\_ |\_\_|

8=long grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

9=petit grain \_\_\_\_\_ |\_\_|

10=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

### Section 3 : Contraintes et attentes sur la qualité de riz

**3.1 :** Quelles sont les principales raisons qui vous empêchent d'acheter ou d'acheter plus le riz du Burkina? (0=non ; 1=oui)

- 1= mauvais goût \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 2=impureté \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 3=volume moindre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 4=cuisson difficile \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 5=non tendre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 6=couleur \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 7=mauvais parfum \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 8= long grain \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 9= petit grain \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 10=prix \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 11=disponibilité \_\_\_\_\_ |\_\_\_|
- 12=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**3.2 :** Pour vous, quel est le lieu de vente qui vous encouragerait à consommer le riz du Burkina? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

(1=super marché; 2=marché; 3=Boutique témoin; 4=magasin de vente de riz ; 5=autres à préciser)

**3.3 :** Comment appréciez-vous l'emballage de riz du Burkina? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
(1=mauvais; 2=bonne; 3=très bonne)

**3.4 :** Pensez-vous que l'emballage de riz du Burkina limite son marché? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
(0=non; 1=oui)

**3.5 :** Avez-vous déjà entendu, lu ou regardé une publicité sur le riz? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
(0=non; 1=oui)

**3.6 :** Cette publicité concernait-elle le riz du Burkina? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
(0=non; 1=oui)

<b>Questionnaire transformateur</b>
-------------------------------------

PERIODE DE COLLECTE : Octobre 2017

**Section 0 : Eléments d'identification**

N°	Eléments d'identification	Nom	Code
0.1	Région		_ _ _ _
0.2	Province		_ _ _ _
0.3	Commune		_ _ _ _
0.4	Village / secteur		_ _ _ _ _
0.5	Nom et prénom transformateur		
0.6	Contact téléphonique	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _	

Nom de l'enquêteur : \_\_\_\_\_ |\_E\_|\_|\_|\_|

Date de passage :                   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|  
*Jour*                   *Mois*                   *Année*

Nom du contrôleur : \_\_\_\_\_ |\_C\_|\_|\_|\_|

Date de contrôle :                   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|   |\_|\_|\_|\_|  
*Jour*                   *Mois*                   *Année*

Nom et visa du superviseur : \_\_\_\_\_

Nom de l'agent de saisie A : \_\_\_\_\_|\_|\_|\_|\_|

Nom de l'agent de saisie B: \_\_\_\_\_|\_|\_|\_|\_|

## Section 1 : Caractéristiques sociodémographiques

N°	Questions	Réponses
1.1	<b>Sexe</b> (1=masculin ; 2=féminin)	__
1.2	<b>Âge</b>	__ __
1.3	<b>Situation matrimoniale</b> (1=marié ; 2=célibataire ; 3=divorcé ; 4=veuf/veuve ; 5=union libre)	__
1.4	<b>Principale activité</b>	
1.5	<b>Niveau d'instruction</b> (1=non alphabétisé ; 2=alphabétisé ; 3=école primaire ; 4=école rurale ; 5=medersa ; 6=secondaire ; 7=Université ou des écoles techniques supérieures)	__
1.6	<b>Type de transformateur</b> (1=étuveuse; 2=semi industriel)	__
1.7	<b>Durée dans l'activité</b> (nombre d'années)	__ __
1.8	<b>Statut</b> (1=privé; 2=collectif; 3=ONG; 4=Autres à préciser)	__

## Section 2 : Infrastructures disponibles

N°	Infrastructures	Réponses (0=non; 1=oui)
2.1	<b>Hangar</b>	__
2.2	<b>Moulin</b>	__
2.3	<b>Moteur</b>	__
2.4	<b>Glacis</b>	__

## Section 3 : Approvisionnement de la matière première

3.1 : A quelle période approvisionnez-vous le riz paddy? \_\_\_\_\_ |\_\_|  
(1=octobre à janvier; 2=février à septembre)

3.2 : Auprès de qui achetez-vous le riz paddy? \_\_ |\_\_|  
(1=producteur; 2=collecteur; 3=OP; 4=commerçant; 5=autres à préciser)

3.3 : Quelle est la quantité de riz paddy achetez-vous en moyenne par an?  
\_\_\_\_\_ |\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|,|\_\_|\_\_|

3.4 : Quelle est la quantité en kg de riz paddy transformé dans l'année?  
\_\_\_\_\_ |\_\_|\_\_|\_\_|\_\_|,|\_\_|\_\_|

**3.5 :** Quelle est la quantité en kg de riz décortiqué obtenu après transformation?

\_\_\_\_\_ |\_\_| |\_\_| |\_\_| |\_\_|, |\_\_| |\_\_|

**3.3 :** Comment les prix sont-ils fixés à l'achat ? \_\_\_\_\_ |\_\_|

(1=prix plancher ; 2=prix du marché ; 3=prix négocié ; 4=autres à préciser)

**3.4 :** Comment évoluent ces prix ? \_\_\_\_\_ |\_\_|

(1=stables ; 2=variables)

**3.5 :** Quelles sont les périodes de fortes baisses des prix d'achat dans l'année ?

(0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_|

**3.6 :** Quelles sont les périodes de flambées des prix d'achat dans l'année ?

(0=non ; 1=oui)

1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_|

**3.7 :** Quels sont les problèmes rencontrés dans le cadre de l'achat de riz paddy?

(0=non ; 1=oui)

1= Insuffisance de riz paddy \_\_\_\_\_ |\_\_|

3= Moyen transport \_\_\_\_\_ |\_\_|

4= Etat de la route \_\_\_\_\_ |\_\_|

5= Coût de transport \_\_\_\_\_ |\_\_|

6= Distance \_\_\_\_\_ |\_\_|

7= prix de riz paddy \_\_\_\_\_ |\_\_|

8=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|

**3.6 :** Quels sont les problèmes rencontrés dans le cadre de l'achat de riz paddy?

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

## Section 4 : Transformation et vente

**4.1 : A qui vendez-vous le produit transformé?**

- 1=grossistes \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
2=demi grossistes \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
3=détaillants \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
4=consommateurs \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
5=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**4.2 : Où vendiez-vous le riz décortiqué? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|**  
(1=au niveau national ; 2=à l'extérieur ; 3=les deux)

**4.3 : Comment les prix sont-ils fixés à la vente? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|**  
(1=prix plancher ; 2=prix du marché ; 3=prix négocié ; 4=autres à préciser)

**4.4 : Comment évoluent ces prix de vente ? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|**  
(1=stables ; 2=variables)

**4.5 : Quelles sont les périodes de fortes baisses des prix de vente dans l'année ?**  
(0=non ; 1=oui)

- 1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**4.6 : Quelles sont les périodes de flambées des prix de vente dans l'année ?**  
(0=non ; 1=oui)

- 1=juillet à septembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
2= octobre à décembre \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
3=janvier à mars \_\_\_\_\_ |\_\_\_|  
4=avril à juin \_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**4.7 : Arrivez-vous à écouler toute votre production transformée ?**  
(0=non ; 1=oui)

\_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**4.8 : Si oui, arrivez-vous à satisfaire la demande de votre clientèle ?**  
(0=non ; 1=oui)

\_\_\_\_\_ |\_\_\_|

**4.9 : Faites-vous la promotion de votre riz décortiqué? \_\_\_\_\_ |\_\_\_|**  
(1= Oui; 0=non)

**4.10** : Quels sont les problèmes rencontrés avec le riz décortiqué?

1=Problème d'écoulement \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=Disponibilité de riz paddy \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=Prix des équipements adaptés \_\_\_\_\_ |\_\_|

5=Disponibilité des équipements adaptés \_\_\_\_\_ |\_\_|

6=Personnel qualifié \_\_\_\_\_ |\_\_|

**4.11** : Y'a-t-il des difficultés d'écoulement du riz décortiqué issu de votre transformation? \_\_ |\_\_|

(0=non; 1=oui)

**4.12** : Si oui, quels sont ces difficultés? (0=non; 1=oui)

1=prix non rémunérateur \_\_\_\_\_ |\_\_|

2=faible demande \_\_\_\_\_ |\_\_|

3=concurrence avec le riz importé \_\_\_\_\_ |\_\_|

4=autres à préciser \_\_\_\_\_ |\_\_|