

## **APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES CONVENTIONNELS À OUAGADOUGOU : CHOIX DE PROXIMITÉ ?**

OUEDRAOGO Odette, Attaché de Recherche, Institut des Sciences des Sociétés / Centre National de Recherche Scientifique et Technologique (INSS/CNRST), ouedetta@yahoo.fr

OUALI Malpoa Laetitia, chargé de Recherche, Institut des Sciences des Sociétés / Centre National de Recherche Scientifique et Technologique (INSS/CNRST), laetitiaouali@gmail.com

### **RÉSUMÉ**

L'agriculture urbaine dans les villes africaines a longtemps été dominée par le maraîchage qui joue un rôle important dans l'alimentation des citadins. Les légumes conventionnels produits sont écoulés à travers divers circuits de commercialisation. Les objectifs de cet article sont d'identifier les lieux d'achats des légumes conventionnels et d'analyser les déterminants d'achats dans ces lieux dans la ville de Ouagadougou.

La méthodologie privilégie une approche mixte. Elle combine des enquêtes quantitatives réalisées auprès de 483 consommateurs dans la ville de Ouagadougou. Elle a été couplée à une collecte de données qualitatives où 10 consommateurs ont été interviewés.

Les résultats montrent que si certaines caractéristiques socio-économiques tel l'âge et la zone de résidence influent peu sur la décision d'achat dans les lieux préétablis, d'autres facteurs comme le revenu et la taille du ménage ont une incidence sur ce choix.

La multiplication des lieux de vente est liée non seulement à la proximité géographique des zones de production qui permet aux revendeurs de faire leur approvisionnement, mais aussi à l'existence d'un fort potentiel de consommateurs urbains. Les populations aussi bien en zone lotie que non lotie quel que soit le revenu s'approvisionnent majoritairement dans les marchés de proximité. Très peu de citadins font leurs achats dans les alimentations, par livraison ou sur les sites de production. La décision d'achat dans ces lieux est liée à des critères de quantité, de prix, d'accessibilité, de qualité des légumes, de fraîcheur et de disponibilité.

**Mots clés :** Agriculture urbaine, légumes conventionnels, marchés de proximité, approvisionnement, Ouagadougou

## ABSTRACT

### *SUPPLY CONVENTIONAL VEGETABLES IN OUAGADOUGOU: CHOOSING PROXIMITY?*

Urban agriculture in African cities has long been dominated by market gardening, which plays an important role in the diet of city dwellers. Conventional vegetables are sold through a variety of outlets. The aim of this article is to show where conventional vegetables are purchased and the determinants of purchases in these outlets. The study was carried out in the city of Ouagadougou.

The methodology is based on a mixed-methods approach. It combines quantitative surveys of 483 consumers in the city of Ouagadougou. It was coupled with qualitative data collection, in which 10 consumers were interviewed.

The results show that, while certain socio-economic characteristics (age, area of residence, nationality) have little influence on the decision to buy in pre-established locations, other factors such as income and social status have a greater influence. Other factors, such as income and household size, do have an impact on the decision to buy vegetables.

The multiplication of sales outlets is linked not only to the geographical proximity of production zones, which enables retailers to obtain supplies, but also to the existence of a high potential of urban consumers. People in both housing and non-housing areas, whatever their income, buy most of their supplies at local markets. Very few cities dwellers shop in food stores, by delivery or at production sites. The decision to buy in these places is linked to criteria such as quantity, price, accessibility and quality of vegetables, their freshness and availability.

**Key words:** Urban agriculture, conventional vegetables, local markets, supplying, Ouagadougou

## INTRODUCTION

Dénommée sous les termes d'agriculture productiviste ou intensive, voire conventionnelle, ce type d'agriculture concerne une production dominante avec un recours important aux intrants chimiques pour l'obtention de rendements élevés (A. Le Campion et al., 2016, p. 44). Cette intensification se traduit par une modification profonde des pratiques agricoles basées sur une utilisation non maîtrisée des intrants chimiques de synthèse issus de l'industrie chimique et destinés à lutter contre les organismes vivants

## APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES CONVENTIONNELS À OUAGADOUGOU : CHOIX DE PROXIMITÉ ?

considérés comme nuisibles par le monde agricole (È. Bureau-Point, 2021, p. 3). Cette agriculture a pourtant permis un accroissement des quantités produites du fait de la réduction de la pression parasitaire, au développement de la fertilisation minérale ainsi qu'à une production étalée presque toute l'année (P. Dugué *et al.*, 2016, p. 2).

Au Burkina Faso, les pesticides ont d'abord été utilisés dans la production cotonnière avant de s'étendre aux autres cultures. Dans les villes, l'intensification est avant tout liée à l'urbanisation. En effet, celle-ci exigeait des accroissements accélérés de la productivité dans le secteur agricole urbain afin de satisfaire des prix bas pour une demande croissante de produits alimentaires de la part des citoyens (J. R Murua et A. Laajimi, 1995, p. 76).

L'agriculture urbaine est une activité très présente dans les agglomérations africaines (K. Kpan Kpan *et al.*, 2019, p. 6848). De nombreuses villes sont en effet, dépendantes des produits du maraîchage. Ce sont ces produits qui sont désignés ici comme légumes conventionnels en opposition aux produits agricoles biologiques à cause de l'usage contrôlé voir absent des intrants chimiques. Leurs approvisionnements sont assurés par les productions agricoles de proximité. Cependant, les dynamiques d'approvisionnement par les consommateurs dépendent de nombreuses variables. Pour se ravitailler régulièrement en légumes, ils optent pour de nombreux choix. Il est donc important de connaître les lieux d'approvisionnement en produits agricoles pour montrer que hormis les marchés formels où s'effectuent généralement les achats, d'autres initiatives émergent pour créer ou renforcer ce lien de proximité entre revendeur et consommateur.

Pour ce faire, il est important de connaître les lieux d'approvisionnement pour comprendre l'importance de l'activité agricole.

Les objectifs de cet article sont d'identifier les lieux d'achats des légumes conventionnels et d'analyser les déterminants d'achats dans ces lieux. En effet, les populations n'ont ni la même facilité à s'orienter vers l'achat de légumes ni la même accessibilité aux lieux de commercialisation. On se pose alors la question de savoir : Qu'est-ce qui détermine l'achat dans les lieux de vente de proximité ? Est-ce dû à la disponibilité, à l'accessibilité ou à la quantité des légumes ?

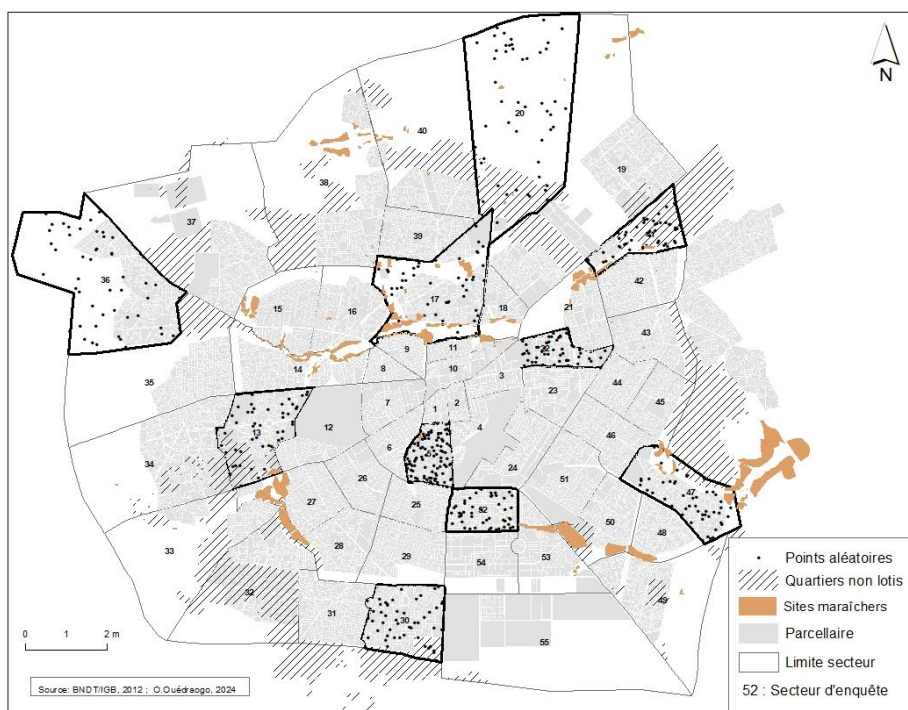
### 1. MATÉRIELS ET MÉTHODES

#### 1.1 Échantillon spatial

L'étude a été réalisée dans la ville de Ouagadougou (carte 1), située dans la région du centre. Cette région comprend une seule commune urbaine

(Ouagadougou) et six communes rurales. Plusieurs raisons ont prévalu au choix de la commune urbaine pour les enquêtes de consommation. Ouagadougou constitue le centre urbain de cette entité territoriale. La majorité des productions est destinée aux différents marchés de la ville. De plus, sa population estimée à 2.415.266 habitants (INSD, 2022, p. 37) constitue un véritable marché de consommation.

**Carte 1** : Localisation des secteurs d'enquête et des zones de production maraîchère



Dans cette ville, quatre critères ont été retenus pour le choix des zones d'enquête. Il s'agit du niveau de vie, du bâti constitué de zones loties et non loties, de la présence ou de l'absence de sites de production conventionnelle et de la présence ou de l'absence de marchés conventionnels.

Ce repérage a servi de support pour retenir les dix secteurs qui sur la base d'un questionnaire ont fait l'objet d'enquêtes.

### 1.2 Échantillon démographique

L'échantillon est un sous-ensemble ou une fraction de la population d'étude (O. Martin, 2017, p. 16) qui permet par extrapolation de connaître les caractéristiques de la totalité de la population (J. L. Loubet del Bayle, 2012, p. 92). Les achats des produits maraîchers se font de manière individuelle par

## APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES CONVENTIONNELS À OUAGADOUGOU : CHOIX DE PROXIMITÉ ?

un membre du ménage, mais la consommation est collective. Cette raison a prévalu au choix du ménage comme unité d'observation dans notre enquête. Des statistiques actualisées sur les ménages dans la ville de Ouagadougou étaient inexistantes au moment des enquêtes en 2021. Pour donc obtenir les données, dix secteurs ont été choisis sur les cinquante-cinq existants. Dans chaque secteur choisi, 50 ménages ont été enquêtés, soit un total de 500 ménages. Les ménages ont été choisis de manière aléatoire à l'aide du logiciel ArcGIS (carte 1). Après l'analyse statistique, 483 questionnaires ménages ont été validés.

### **1.3 Approche méthodologique**

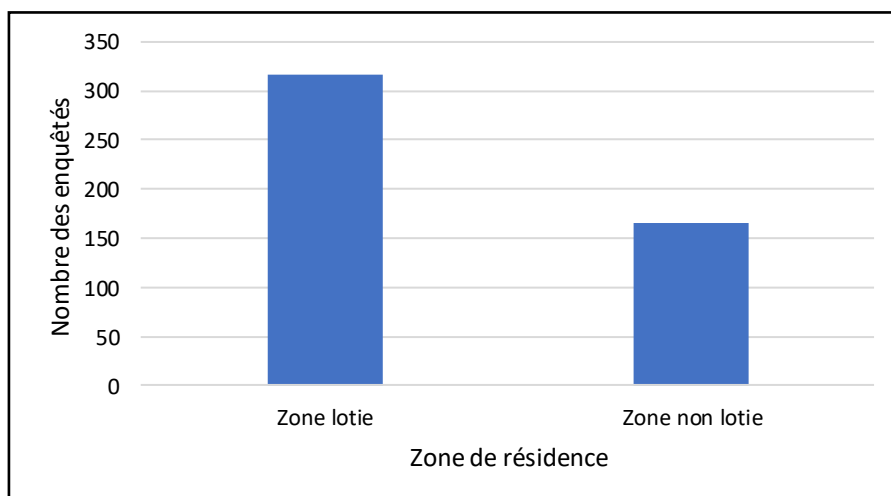
Dans cette collecte de données, la méthode mixte a été utilisée. Cette méthode de recherche emploie conjointement les données quantitatives et qualitatives afin de tirer profit de leur complémentarité (Q. N Hong *et al.*, 2018, p. 51). À cet effet, une collecte de données quantitatives a été réalisée auprès des ménages du 18 juillet au 22 août 2021. L'enquête quantitative a été complétée avec des entretiens. Ces derniers se sont déroulés avec dix consommateurs soit un par secteur. Le but était de déterminer les lieux d'achat des légumes, de mieux comprendre les problèmes de disponibilité, d'accessibilité (physique et économique) des produits maraîchers. Les données collectées ont été analysées avec le logiciel Excel et ARCGIS. Quant aux entretiens, ils ont été retranscrits et analysés selon le contenu.

## **2. RÉSULTATS**

### **2.1 Caractéristiques sociodémographiques de la population d'étude**

De façon globale, la population enquêtée réside aussi bien dans les zones loties que non loties. Elle est constituée de 85% de femmes et 15% d'hommes (Figure 1).

**Figure 1 : Zone de résidence des enquêtés**



Source : enquête de terrain, 2021

Parmi les enquêtés, 66% vivent en zone lotie et 34% en zone non lotie (figure 1). Les zones de résidence expliquent les options d'achat des consommateurs. La taille des ménages varie entre 1 et 10 personnes. Les ménages de grande taille c'est-à-dire ceux qui ont au moins 8 personnes sont surtout situés dans les anciens quartiers lotis ou dans les zones non loties. Lors des enquêtes seulement 35% des répondants ont indiqué leurs revenus<sup>1</sup>. Ce refus constitue quelque peu un biais dans l'analyse des résultats, car les revenus déclarés ne permettent pas de faire un traitement plus approfondi et ils doivent donc être pris comme un ordre de grandeur. Les revenus mensuels varient de 30.000 FCFA à 500.000 FCFA. La moyenne est estimée à 188.198 FCFA.

Les revenus des consommateurs influent pour la majorité sur les choix de consommation. Ainsi, de nombreux ménages à revenu faible ou intermédiaire consomment les produits agricoles conventionnels, comme le souligne ici S. M., « *ma situation financière ne me permet pas de faire un choix* », « *dans le marché, j'achète ce qui est abordable et à ma portée même si ce n'est pas bon* », « *le manque de moyens financiers nous amène à consommer conventionnel, car on se cherche* ».

<sup>1</sup>Il s'agit le plus souvent du revenu individuel du membre du ménage. Au départ, nous avions voulu estimer le revenu total du ménage, mais face aux nombreux refus, nous n'avons retenu que le revenu du chef de ménage ou de son épouse.

## APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES CONVENTIONNELS À OUAGADOUGOU : CHOIX DE PROXIMITÉ ?

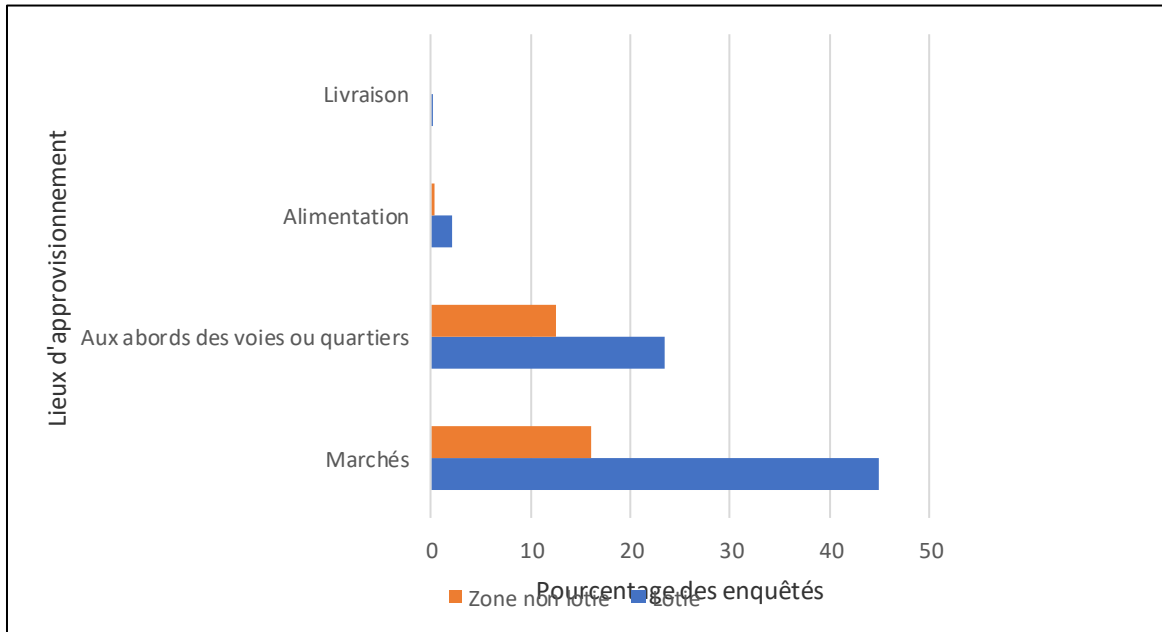
L'absence ou l'insuffisance de moyens financiers obligent certains ménages à consommer les légumes conventionnels.

De même, la taille est vécue comme une contrainte à la consommation des légumes conventionnels pour certains ménages. Ainsi, H.C. s'exprime en ces termes « *on n'a pas le choix quand on est nombreux dans la famille* ». Les familles de grande taille (8.5 personnes par ménage) sont considérées comme des ménages pauvres (M. Sanou et E. Ouedraogo, 1998, p. 35).

### 2.2 Des lieux préétablis pour les achats des légumes

Les consommateurs des légumes conventionnels logent tant dans les zones loties (66%) que dans les quartiers non lotis (34%). Cela montre que ce type de produits agricoles est consommé par toute la population, quelle que soit la zone de résidence. Le choix de s'approvisionner en légumes conventionnels est lié à la multitude et à la proximité géographique des lieux de vente (figure 2).

**Figure 2** : Fréquentation des lieux d'approvisionnement en légumes conventionnels



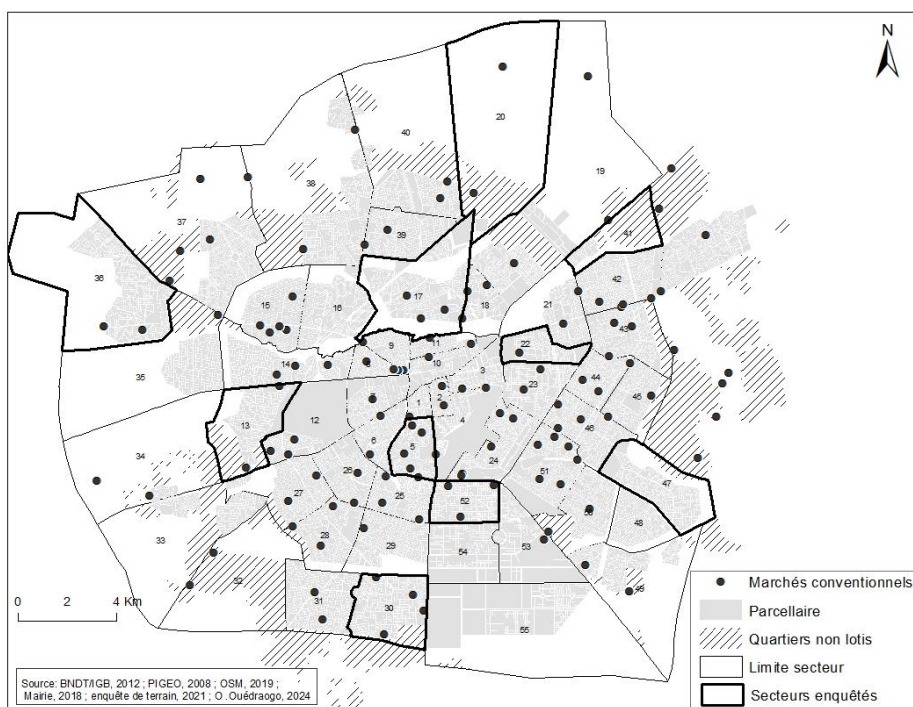
Source : enquête de terrain, 2021

#### 2.2.1 La proximité géographique et organisationnelle des marchés : un motif pour l'achat des légumes conventionnels

Les marchés conventionnels sont les lieux de commercialisation des produits maraîchers conventionnels. Ils constituent les lieux d'achat des légumes destinés à la consommation. De nombreux ménages s'y rendent pour l'achat quotidien, hebdomadaire ou mensuel de leurs légumes.

Dans la ville de Ouagadougou, les marchés conventionnels sont nombreux (carte 2) et se retrouvent dans presque tous les quartiers. Le consommateur n'a donc pas besoin de parcourir une longue distance pour acheter des légumes.

**Carte 2 : Les lieux de vente des légumes conventionnels**



La proximité des marchés est l'un des critères les plus cités pour l'approvisionnement en légumes conventionnels. 61% des consommateurs affirment faire des achats dans ces lieux. Ils expliquent leur choix d'achat : « *J'ai fait le choix d'acheter dans le marché qui est proche de moi.* » (S. A. au secteur 17). Tout comme lui, S. R. résidente au secteur 20 soutient que « *c'est la proximité du marché qui m'envoie là-bas* ». Quant à V. I. habitant au secteur 36 « *j'achète au marché de Bassinko qui est à proximité et quelquefois au marché de Bissighin qui n'est pas éloigné ou dans le quartier* ».

Il existe également des lieux de vente situés le long de certaines voies bitumées très fréquentées. Ils sont généralement aménagés par les vendeurs



## APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES CONVENTIONNELS À OUAGADOUGOU : CHOIX DE PROXIMITÉ ?

détaillants, les populations s'y approvisionnent le plus souvent le soir. « *Cette méthode de vente permet de nous dépanner* » affirme O. M. En effet, « *lorsque le matin, tu n'arrives pas à t'approvisionner au marché ou que tu constates le manque de certains légumes même la nuit, tu peux rapidement acheter auprès de ces femmes* », témoigne K. N.

Hormis ces marchés, ils existent des lieux de vente dans les ruelles des quartiers, devant les portes des concessions et souvent les soirs au bord des voies bitumées.

### 2.2.2 Des formes de vente répandues dans les quartiers périphériques

Les ventes dans les ruelles des quartiers sont surtout fréquentes dans les quartiers périphériques. Ce type de vente est initié généralement par les femmes qui y résident. Elles s'approvisionnent très tôt dans les marchés de grossistes. Elles revendent aux ménages qui fréquentent rarement ou pas du tout les marchés. Le plus souvent, les légumes sont exposés devant leur porte (Figure 3) ou à l'intérieur de la concession.

**Figure 3** : Commerce de légumes devant les portes dans les zones non loties et loties



Source : enquête de terrain, 2021

36% des consommateurs font leurs achats dans les ruelles de leurs quartiers. Souvent, ce sont des achats complémentaires. En effet, V. I. explique : « *lorsque je constate le manque de certains condiments, j'envoie rapidement*

*les enfants prendre dans les quartiers* ». Quant à S. A., il achète « *généralement les oignons, la tomate en tout cas tout ce qui rentre dans la préparation d'une sauce en fait* ».

Quelquefois, les achats s'effectuent dans les alimentations<sup>2</sup> (2.5%) et très rarement par livraisons. Seulement 0.1% des consommateurs se font livrer leurs légumes à domicile ou au service. Ces faibles proportions s'expliquent aussi par le fait que certains consommateurs comme S. A. croient que « *ces lieux sont réservés aux personnes "riches"* ». Par contre pour S. R. « *les légumes vendus dans ces endroits coûtent relativement plus cher. On peut avoir payé un poivron à 50FCFA dans les supermarchés* ». Outre cela, ce sont aussi des lieux où la vente des légumes est très récente. Ils sont donc très peu appropriés par les consommateurs qui optent plutôt pour les circuits classiques.

Également, un type d'achat très peu développé est la vente directe aux consommateurs sur le site de production. Seuls quelques consommateurs se rendent dans les exploitations conventionnelles pour les achats en grande quantité pour les cérémonies ou à des périodes particulières (pendant la forte production de la laitue par exemple). Cette pratique est réservée aux populations riveraines assez proches des sites de production.

## **2.3 Les déterminants des pratiques d'approvisionnement en légumes conventionnels**

La décision d'acheter les légumes dans les marchés est liée à la quantité et au prix des légumes, à l'accessibilité du lieu et à la qualité des légumes.

### **2.3.1 La quantité et le prix des légumes : des facteurs incitatifs à la consommation**

Bien que la disponibilité et la proximité soient fréquemment évoquées par les consommateurs, la quantité et le coût des produits apparaissent également comme des éléments de choix de la consommation des légumes. Lorsque les prix sont abordables, ils sont à la portée de toutes les couches sociales, quel que soit le revenu. Les prix varient généralement de 25FCFA<sup>3</sup> pour un oignon, une aubergine, un poivron (Figure 3) et 100FCFA pour la tomate (le

---

<sup>2</sup> C'est comme une supérette mais de plus petite dimension pour fournir des produits de consommation courante, alimentaires et non alimentaires

<sup>3</sup> Les légumes conventionnels comme le concombre, la courgette, le poivron, l'aubergine importée, l'oignon etc. se vendent à l'unité tandis que les légumes feuilles se vendent par tas

## APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES CONVENTIONNELS À OUAGADOUGOU : CHOIX DE PROXIMITÉ ?

tas de 4 tomates pendant la période de forte productivité), la courgette, etc. De même, S. R. explique sa décision d'achat par le fait que « *le prix qui est moins cher, surtout dans le marché de grossiste. Au même prix dans un autre marché tu as de plus petits tas*<sup>4</sup> ». Quant à S. C. « *il fréquente le marché de Napou parce que là-bas c'est moins cher par rapport au marché de Pissy* ». Par ailleurs, certains consommateurs ne fréquentent pas les marchés de "Nabi yaar" ou de Zogona parce qu'ils trouvent que les légumes y coûtent extrêmement chers. Ils lient cette cherté à la présence des quartiers résidentiels comme les 1200 logements et la Zone du bois. Des entretiens, il ressort également des considérations en lien avec la fraîcheur des produits. Comme l'indique L. Y. résidente au secteur 22 « *De plus les produits sont frais parce que les femmes les ramènent directement du jardin*<sup>5</sup> ». Également, les critères comme l'accessibilité et la qualité conditionnent la consommation des légumes conventionnels.

### 2.3.2 L'accessibilité et la qualité : des critères de choix des achats

Les légumes sont le plus souvent vendus à proximité des zones de résidence des consommateurs. Ils sont donc faciles d'accès. De même, la situation géographique des lieux de vente est aussi un atout. Pour V. I., « *c'est surtout lié à l'accès, de fois de passage sur la voie bitumée tu peux voir des légumes frais et tu t'arrêtes payer* ». Cependant, l'accessibilité citée par 97% n'est pas que physique. En effet, la disponibilité de certains légumes dans les marchés oriente les consommateurs comme L. Y. qui s'approvisionne au marché de la cité AN II, car « *à tout moment, on peut avoir tous les légumes même ceux qu'on ne trouve pas dans les autres marchés* ». Cette disponibilité conditionne des prix de vente plus élevés. À certaines périodes de l'année, certains légumes connaissent des baisses de production. Par conséquent, ils deviennent inaccessibles à toutes les franges sociales, car ils coûtent très chers. Seuls quelques ménages aisés ou à niveau de vie moyen peuvent se procurer ces légumes.

Pour 3% des consommateurs par contre, l'achat dans certains marchés est lié au fait que dans ces lieux on trouve « *des légumes de bonne qualité* ». La qualité signifie que « *les légumes contiennent peu de produits chimiques, de saletés, ou encore des légumes pourris* » (O. M. au secteur 30). Selon K. N. au secteur 5, « *c'est ce qui paraît bien, joli à voir et frais. Frais c'est parce*

---

<sup>4</sup> Les légumes sont vendus par des petits tas (Figure 3) et non au kilogramme

<sup>5</sup> Le jardin représente ici le site de maraichage

*que c'est joli à voir, ce qu'il y a au-delà je n'ai pas les moyens de vérifier* ». Elle fait aussi référence à la physionomie du produit et à la couleur parce que dit-elle, « *il y a des produits qui donnent l'impression d'avoir duré* ». La qualité n'est donc pas liée au goût ni à la valeur nutritionnelle. Elle renvoie plutôt à l'aspect des légumes.

## DISCUSSION

La consommation des légumes conventionnels est surtout liée à la disponibilité qui s'apprécie à travers la diversité et la multiplicité des lieux de vente dans tous les secteurs. Les légumes sont également disponibles aux abords des voies et même dans les rues transversales non bitumées à l'intérieur des quartiers également appelées « six mètres » (F. Fournet *et al.*, 2008, p. 13). Les résultats montrent que les circuits d'approvisionnement en légumes, utilisés majoritairement par les ménages aussi bien en zone lotie que non lotie sont les marchés. Nos propos sont confortés par les travaux de A. Ba et P. Moustier, (2010, p. 924) qui montrent que le marché est le lieu privilégié d'achat des produits agricoles par les populations de Dakar. Ces résultats sont conformes à ceux de K. Konan (2019, p. 25) qui démontre aussi qu'à Bouaké, les achats des légumes se font prioritairement dans les marchés. Quant à la vente des légumes le long des voies bitumées, elle n'est pas uniquement l'apanage de Ouagadougou. En effet, dans d'autres pays comme le Niger, la vente se fait au bord des boulevards (H. Djibo, 2019, p. 86).

La proximité est la facilité, du point de vue du consommateur, de se rendre dans son magasin (M. Bergadaà et C. Del Bucchia, 2009, p. 125). Cette proximité recherchée par les consommateurs n'est pas identique au Nord et au Sud.

Dans le sud, elle est appréhendée généralement en termes de distance kilométrique entre le lieu d'achat et le domicile. En effet, dans les villes africaines, les consommateurs font leurs achats sur le trajet qu'ils parcourent entre le domicile et le lieu de travail, dans le marché le plus proche ou encore dans les quartiers. Cette pratique n'est pas exclusivement réservée aux villes africaines, car, P. Moustier, (2010, p. 34) a montré qu'à Ho Chi Minh (Vietnam) également, les ménages qui achètent dans les marchés traditionnels citent la proximité comme premier facteur de choix. Pour les consommateurs, c'est un réel atout, car elle induit de faibles coûts liés au transport et donc des trajets réduits.

L'accessibilité au lieu de vente a été définie comme critère de choix des achats. Cependant, l'accès n'est pas que géographique, il ne fait pas

## APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES CONVENTIONNELS À OUAGADOUGOU : CHOIX DE PROXIMITÉ ?

seulement référence à la distance physique qui sépare l'acheteur de son lieu d'achat de prédilection (*op.cit.*), mais plutôt à la perception de cet accès. Le consommateur s'approvisionne parce que selon lui, le magasin est « sur mon chemin », « à côté d'un endroit où je vais souvent » ou bien « encore rapidement accessible depuis chez moi ou mon lieu de travail » (C. Herault-Fournier, 2014, p. 84),

Dans les pays du Nord, l'achat des légumes à proximité est plutôt lié à la recherche de proximité relationnelle (à l'instauration d'une relation entre producteur et consommateur) et à la possibilité de traçabilité du producteur. Il renvoie aussi à une plus-value économique pour le producteur. Pour les consommateurs, les lieux de vente de proximité sont à la fois un moyen de renouer un contact direct avec le producteur et plus largement avec le monde agricole (*op.cit.*, p. 3). La décision d'achat dans ces lieux est aussi liée à la traçabilité du producteur pour s'assurer de l'absence de risque sanitaire et phytosanitaire (C. Hutin et V. Sené, 2017, p. 74).

Afin de faciliter l'accès aux légumes, chaque pays en fonction des besoins des consommateurs développe des formes de vente de proximité. C'est ainsi qu'à Bouaké, un autre type de vente de proximité est développé par les détaillantes pour mieux répondre aux attentes des consommateurs. Dans cette ville ivoirienne, lorsque les légumes ne sont pas totalement vendus dans les marchés, les revendeuses sillonnent tout le quartier ou d'autres zones voisines pour proposer les produits à d'autres personnes (K. Konan, 2019, p. 25). À Niamey, la vente de proximité est pratiquée par les vendeurs ambulants qui se déplacent à longueur de journée dans la perspective d'écouler la marchandise à des prix relativement faibles (H. Djibo, 2019, p. 86). Selon K. Konan (2019, p. 25), cette méthode de vente de proximité permet de rapprocher davantage les produits des consommateurs. À Tunis, cette vente ambulatoire contribue surtout à commercialiser les excès de production pour certaines cultures comme le persil, les blettes ou la coriandre, dont la vente au marché de gros est moins intéressante (S. Toumi et R. Vidal, 2011, p. 4). Par ailleurs, à Ouagadougou, cette forme de vente ne se fait pas uniquement en cas de mévente. Elle est surtout pratiquée par les revendeuses qui n'ont pas assez de moyens financiers pour acheter en quantité, elles achètent de petites quantités qu'elles écoulent au sein des marchés. On remarque aussi cette pratique chez les parents désireux d'initier leurs enfants au métier du commerce, cette implication des enfants permet de les occuper sagement, leur évitant ainsi les mauvaises fréquentations.

Le choix d'un magasin au Vietnam se justifie par la fraîcheur, les prix raisonnables et la familiarité avec le vendeur (P. Moustier et N. Loc, 2013, p.

8). Ces déterminants incitent également les consommateurs de la ville de Ouagadougou dans leur choix d'approvisionnement, il en est de même pour les consommateurs béninois d'après l'étude de S. Adétonah et *al.* (2011, p. 31).

À Ouagadougou, les légumes les moins chers sont prisés par les populations, quel que soit le milieu de résidence. À Tunis par contre, les populations les moins favorisées et résidants majoritairement dans les quartiers périurbains et la clientèle à proximité des lieux de production sont celles intéressées par les offres les moins chères (S. Toumi et R. Vidal, 2011, p. 3). D'autres raisons peuvent encore expliquer l'achat dans ces points de vente.

En effet, la recherche d'aliments de qualité peut être aussi un facteur motivant, même s'il demeure un critère mineur. La qualité conforte le consommateur à acheter les légumes dans les lieux de vente de proximité.

En général pour lui, la qualité sanitaire est liée à la faible présence d'intrants chimiques et à l'intégration de facteurs comme l'aspect physique et la couleur des légumes.

Ce résultat est en contradiction avec l'étude de M-H. Dabat et *al.*, (2012, p. 109) qui montre qu'à Antananarivo (Madagascar), la bonne qualité sanitaire est associée à des lieux périurbains ou plus éloignés. Au Vietnam, le consommateur cherche à diminuer son incertitude sur la qualité sanitaire par le contact avec le producteur, le développement d'une relation de confiance, à côté d'autres modalités de garantie de qualité, comme le signe de qualité ou la certification.(P. Moustier et N.Loc, 2013, p. 9). Toutefois, en parlant des légumes-feuilles dans les pays d'Afrique et d'Asie, (P. Moustier, 2010, p. 11) reconnaît aussi que : « la fraîcheur est un important critère de choix pour les consommateurs, qui disposent rarement de réfrigérateurs ».

Si des caractéristiques comme la proximité, la capacité financière, le lieu de résidence, la qualité sanitaire influencent l'achat dans les lieux préétablis, d'autres comme le revenu et la taille du ménage impactent les quantités et les types de légumes achetés. L'étude de M. Plessz et S. Gojard, (2010, p. 8) corrobore nos propos. Ces auteurs montrent aussi que les quantités de légumes achetées et consommées à domicile dépendent en premier lieu de la situation démographique du ménage, en particulier sa composition et l'âge de ses membres. Cependant, le facteur âge a peu d'impact sur les achats.

## **CONCLUSION**

L'alimentation d'une ville à partir d'une production locale oblige à s'interroger sur la capacité des citoyens à accéder à cette production. Cet

## APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES CONVENTIONNELS À OUAGADOUGOU : CHOIX DE PROXIMITÉ ?

article apporte des éléments de réponse en mettant en avant les profils socio-économiques des ménages de Ouagadougou.

Les consommateurs de produits agricoles conventionnels sont répartis dans toute la ville. Majoritairement, les achats de légumes sont tournés vers ceux issus du mode conventionnel. La décision d'achat est liée à la multiplicité et à la proximité géographique des lieux de vente. Ce choix, voire ce non-choix, est dicté par différents critères, bien évidemment, la question du prix est prégnante. Elle conduit à une segmentation de la population, dont seulement un petit fragment, les ménages les plus aisés ont accès aux légumes quel que soit le prix et la période. Des critères tels que la disponibilité des légumes sur l'année, l'accessibilité, la quantité ont aussi été relevés. La qualité a été très rarement citée alors qu'elle constitue un facteur de choix pour la consommation dans de nombreux pays. Il aurait fallu plus d'attention sur ce sujet à cause des intoxications déjà notifiées dans le pays ou dans la ville.

En définitive, malgré les efforts de sensibilisation et d'information déployés par certains acteurs, dont des ONG, les pratiques conventionnelles perdurent dans l'espace urbain alors que diverses études mettent en avant des risques sanitaires non négligeables pour l'ensemble des consommateurs, qu'ils soient consommateurs ou producteurs.

### REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- ADETONAH Sounkoura, KOFFI-TESSIO Egnonto, COULIBALY Ousmane, SESSOU Eric, et MENSAH Guy Appolinaire, 2011. « Préférences et consentement à payer des consommateurs pour les légumes sains en zone urbaine et péri-urbaine au Bénin et au Ghana » in Bulletin de la Recherche Agronomique du Bénin, N°70, pp.25-34.
- BA Awa, et MOUSTIER Paule, 2010. « La perception de l'agriculture de proximité par les résidents de Dakar » in Revue d'Économie Régionale et Urbaine, N° 5, pp.913-936.
- BERGADAÀ Michelle, et DEL BUCCHIA Celine, 2009. « La recherche de proximité par le client dans le secteur de la grande consommation alimentaire » in Revue Management et Avenir, N°1, Vol. 21, pp.121-135.
- BUREAU-POINT Ève, 2021. « Pesticides et récits de crise dans le monde paysan cambodgien ». in Revue Anthropologie et Santé, N°22, 28 p.
- DABAT Marie-Hélène, ANDRIANARISOA Blandine, AUBRY Christine, TRÈCHE Serge, RAMANAMIDONANA Jean-Yves et DUBBELING Marielle, 2012. « Le cresson à Antananarivo (Madagascar) entre intérêts

alimentaires et risques » in *Courrier de l'environnement de l'Inra* N°62, pp. 99-112.

DJIBO Hassoumi, 2019. « Approvisionnement de Niamey en fruits et légumes : Acteurs de production et commercialisation » in *Annales de l'Université de Moundou*, N°1, vol., pp. 79-92.

DUGUÉ Patrick, KETTELA Victor, MICHEL Isabelle, et SIMON Serge, 2016. « Diversité des processus d'innovation dans les systèmes maraîchers des Niayes (Sénégal) : Entre intensification conventionnelle et transition agroécologique » in *OpenScience*, 16 p.

FOURNET Florence, MEUNIER-NIKIEMA Aude, et SALEM Gérard (dirs.), 2008. *Ouagadougou, 1850-2004 : Une urbanisation différenciée. Petit atlas urbain*, Paris, 148 p.

HÉRAULT-FOURNIER Catherine, 2014. « La proximité perçue par les consommateurs vis-à-vis d'un circuit de distribution : Conceptualisation et application à la vente directe de produits alimentaires ». Thèse de doctorat en Sciences de Gestion, Centre international d'études supérieures en sciences agronomiques, 193 p.

HONG Quan Nha, PLUYE Pierre, BUJOLD Mathieu et WASSEF Maggy, 2018. « Les défis des revues systématiques mixtes : devis de synthèse convergents et séquentiel », in BUJOLD Mathieu, HONG Quan Nha, RIDDE Valéry, BOURQUE Claude Julie, DOGBA Maman Joyce, VEDEL Isabelle et PLUYE Pierre (dirs) : *Oser les défis des méthodes mixtes en sciences sociales et sciences de la santé. Cahiers Scientifiques*, pp. 49-63.

HUTIN Christian et SENÉ Valérie, 2017. « Évolution des valeurs et attentes des consommateurs » in *Innovations Agronomiques*, N° 61, pp. 61-75

INSD, 2022. *Cinquième Recensement Général de la Population et de l'Habitation du Burkina Faso. Synthèse des résultats définitifs*, INSD Ouagadougou, 136 p.

JANIN Pierre, 2019. « Les défis de l'approvisionnement alimentaire : Acteurs, lieux et liens ». in *Revue internationale des études du développement*, Vol.237, pp. 7-34.

KONAN Kouakou Attien Jean-Michel, 2019. « La commercialisation des légumes cultivés dans l'espace urbanisé de Bouaké : Une réorganisation des intermédiaires commerciaux » in *Géocarrefour*, N° 2, Vol. 93, 30 p.



APPROVISIONNEMENT EN LÉGUMES CONVENTIONNELS À  
OUAGADOUGOU : CHOIX DE PROXIMITÉ ?

- KPAN KPAN Kouadio, YAO Brou Lazare, DIEMELEOU Chantal Assouh, N'GUETTIA Roland Kossonou, TRAORÉ Karim et DEMBELÉ Ardjouma, 2019. « Pratiques phytosanitaires en agriculture périurbaine et contamination des denrées par les pesticides : Cas des maraîchers de Port-Bouët (Abidjan) » in *Journal of Animal et Plant Sciences*, N° 1, Vol. 41, pp. 6847-6863.
- LOUBET DEL BAYLE Jean-Louis, 2012. *Initiation aux méthodes des sciences sociales*. Les Classiques des sciences sociales, Édition électronique, 272 p.
- MARTIN Olivier (dir.), 2017. *L'analyse quantitative des données*. 4<sup>e</sup> édition, Armand Colin, 125 p.
- MOUSTIER Paule, 2010. « Organisation et performance des filières alimentaires dans les pays du sud : Le rôle de la proximité », Dossier de candidature pour l'Habilitation à Diriger des Recherches, Montpellier I, 82 p.
- MOUSTIER Paule et LOC Nguyen Thi Tan, 2013. « Le circuit court, mode de certification sanitaire des légumes au Vietnam », proposition de communication au colloque SFER, 12 et 13 décembre 2013, Angers, Agrocampus Ouest, Session « sécurité sanitaire des aliments », 12 p.
- MURUA J. R et LAAJIMI, A. (1995). Transition de l'agriculture conventionnelle vers l'agriculture durable : Quelques réflexions in Zekri S. et Laajimi A. (dirs) : *Agriculture, durabilité et environnement*. Zaragoza : CIHEAM, N°9, pp. 75-86.
- PLESSZ Marie et GOJARD Severine, 2010. « La consommation de légumes des ménages français : Préparation domestique ou achats de produits transformés » in *Sociologie de l'alimentation*, 29p.
- SANOU Mathias et OUEDRAOGO Eloi, 1998. « Profil de pauvreté urbaine et accès aux services sociaux de base », INSD, 60 p.
- TOUMI Saloua et VIDAL Roland, 2011. « Proximité entre ville et agriculture au Nord et au Sud de la Méditerranée » in *Revue scientifique sur la conception et l'aménagement de l'espace*, N°5, 13 p.