

# ENQUÊTE SUR LES HABITUDES DE CUISSON À OUAGADOUGOU

BES — Octobre 2022



## Contents

1	Résumé.....	3
2	Cadre de l'étude .....	5
2.1	Contexte .....	5
2.2	Objectifs de l'enquête.....	5
2.3	Profil des personnes enquêtées.....	5
3	Le foyer GPL est l'équipement le plus présent chez les ménages .....	9
3.1	Les trois quarts des ménages interrogés possèdent un foyer GPL.....	9
3.2	Il est majoritaire pour toutes les catégories de ménages hormis les plus modestes 10	
3.3	Il est très apprécié par les ménages.....	11
4	L'utilisation de foyers biomasse reste néanmoins importante .....	13
4.1	Le GPL reste hors de portée financière pour une partie de la population .....	13
4.2	La majorité des possesseurs de GPL continuent d'utiliser régulièrement un foyer biomasse .....	13
4.2.1	Plusieurs raisons structurelles expliquent cette pratique de stacking.....	13
4.2.2	Certains ménages pratiquent davantage le stacking .....	15
5	Malgré un contexte favorable, les foyers améliorés sont peu répandus car ils ne sont pas perçus comme une solution concrète par les ménages .....	16
5.1	Le contexte semble favorable à la diffusion de foyers améliorés .....	16
5.1.1	Peu d'inconvénients et d'avantages intrinsèques sont exprimés sur les foyers non CPE 16	
5.1.2	La hausse des prix des combustibles pèse sur le budget des ménages.....	17
5.2	Les foyers améliorés sont cependant peu répandus car ils ne sont pas perçus comme une solution concrète .....	18
5.2.1	Les foyers Roumdé sont peu connus concrètement.....	19
5.2.2	Cette faible connaissance concrète entraine une perception du prix élevé .....	21
5.2.3	La satisfaction vis-à-vis de ces foyers parmi les possesseurs est pourtant très importante .....	22
6	Recommandations .....	23
6.1	GPL : Augmenter la pénétration des foyers et l'usage parmi les possesseurs.....	23
6.2	Foyers améliorés : Faire de ces foyers une solution concrète et disponible pour les ménages.....	24

# 1 Résumé

*Dans le cadre du projet Bois Energie Sahel, 106 ménages ont été enquêtées à travers du porte-à-porte dans 7 quartiers de Ouagadougou et ses environs en septembre 2022 pour comprendre les motivations et freins à l'achat des solutions CPE (Cuisson Propre et Efficace).*

- **Le foyer GPL (Gaz de Pétrole Liquéfié) est l'équipement le plus présent chez les ménages**
  - Les trois quarts des ménages interrogés possèdent un foyer GPL
  - Il est majoritaire pour toutes les catégories de ménages hormis les plus modestes
  - Il est très apprécié par les ménages
    - Les ménages achètent principalement le foyer GPL pour sa rapidité
    - Tous les utilisateurs de GPL en sont satisfaits
    - Tous les ménages possédant un foyer GPL l'utilisent tous les jours
- **L'utilisation de foyers biomasse reste néanmoins importante : 72% des ménages interrogés utilisent un foyer biomasse plusieurs fois par semaine**
  - Le GPL reste hors de portée financière pour une partie de la population : le manque de moyens est l'unique raison citée par tous les ménages ne possédant pas de foyer GPL
  - La majorité des possesseurs de GPL continuent d'utiliser régulièrement un foyer biomasse. Plusieurs raisons structurelles expliquent cette pratique de stacking :
    - La praticité d'utiliser deux feux simultanément
    - Les ruptures de stock
    - La difficulté à mobiliser l'argent de la recharge
    - La cuisson longue de certains plats
- **Malgré un contexte favorable, les foyers améliorés sont peu répandus car ils ne sont pas perçus comme une solution concrète par les ménages**
  - Peu d'inconvénients et d'avantages intrinsèques sont exprimés sur les foyers non CPE
  - La hausse des prix des combustibles pèse sur le budget des ménages
    - Les prix des combustibles ont augmenté depuis un an selon la majorité des personnes interrogées
    - Malgré ces augmentations, plus d'une personne sur deux consommant de la biomasse n'a pas baissé sa consommation
    - La perception des dépenses en combustibles est donc élevée

- Le niveau des dépenses en biomasse actuelles permettrait de rentabiliser l'achat d'une solution CPE en à peine plus d'un mois
- Les foyers améliorés sont cependant peu répandus (8%) car ils ne sont pas perçus comme une solution concrète
  - Près de la moitié des ménages ne connaît pas les foyers Roumdé
  - La campagne *mass media* de FAFASO est le premier canal de connaissance de ces foyers (22%), canal qui ne débouche que sur peu d'achats s'il n'est pas complété par une connaissance plus concrète (action de proximité, proches ayant un foyer Roumdé, vendeurs)
  - Cette faible connaissance concrète entraîne une sous-estimation de la valeur et des avantages des foyers Roumdé et une perception du prix élevé
  - La satisfaction vis-à-vis de ces foyers parmi les possesseurs est pourtant très importante

## ■ Recommandations

- **GPL : Augmenter la pénétration des foyers et l'usage parmi les possesseurs**
  - Favoriser l'acquisition par des mécanismes de promotion et facilités de paiement
  - Augmenter l'usage avec une plus grande disponibilité et facilité de paiement des recharges
- **Foyers améliorés : Faire de ces foyers une solution concrète et disponible pour les ménages**
  - Démontrer aux ménages les avantages des foyers améliorés, notamment les économies en combustibles
  - Accroître la disponibilité des foyers améliorés
  - Cibler en priorité les ménages modestes et nombreux qui utilisent le plus de biomasse
  - Cibler en priorité les femmes qui sont en charge de l'achat des foyers biomasse même si les hommes pourraient être également importants à mobiliser

## 2 Cadre de l'étude

### 2.1 Contexte

Le projet BES (Bois-Energie Sahel) vise à freiner durablement la dégradation forestière au Sahel, en accélérant l'adoption des solutions CPE (Cuisson Propre et Efficace) au sein des ménages à bas revenus en zone urbaine et péri-urbaine. Pour ce faire, les habitudes et attentes de ces populations en termes de cuisson doivent être étudiées et analysées. C'est l'objet de la présente étude qui se concentre sur Ouagadougou.

### 2.2 Objectifs de l'enquête

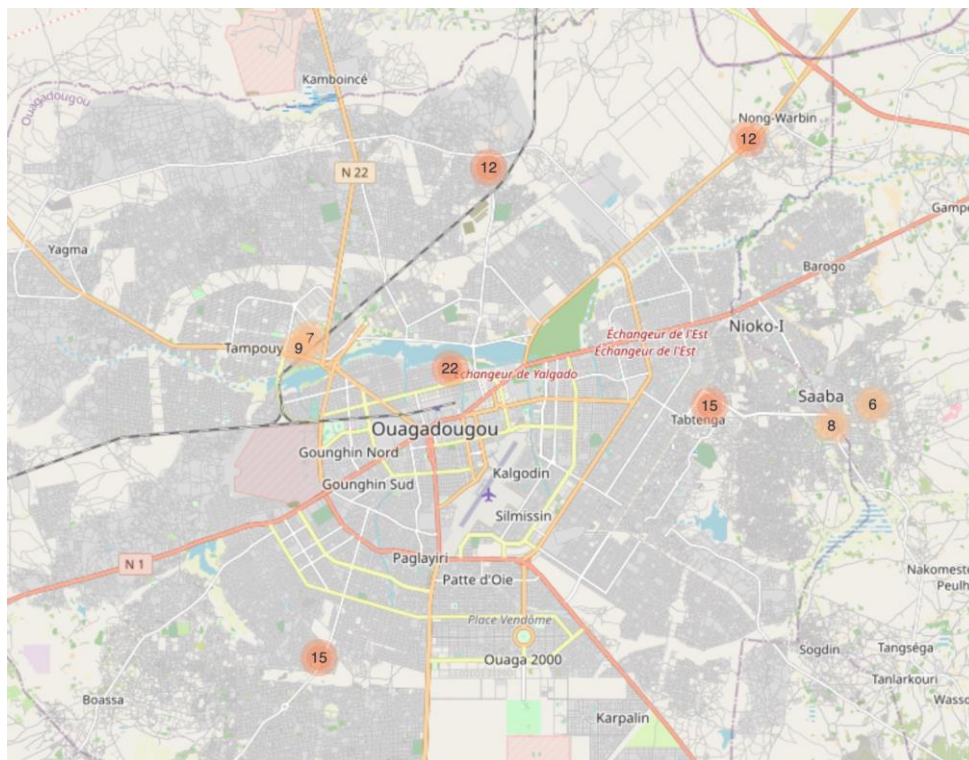
- Objectif général: comprendre les motivations et freins à l'achat des solutions CPE à Ouagadougou.
- Objectifs spécifiques
  - Comprendre les pratiques de cuisson actuelles
  - Les usages des CPE
    - Les taux de possession et d'usage principal des différents équipements
    - Leur fréquence d'achat
    - Le montant des dépenses pour les combustibles des ménages
  - Déterminer quels sont les facteurs d'achat des équipements de cuisson
  - Identifier les leviers marketing sur les facteurs d'achat
    - Les canaux de connaissance des solutions CPE
    - Les lieux de ventes
    - L'élasticité de la demande par rapport au prix
    - Les facteurs d'achat et de non achat
  - Évaluer la satisfaction vis-à-vis des solutions CPE et notamment la perception de leur coûts/bénéfices
  - Déterminer des profils de population plus susceptibles d'être intéressées par des solutions CPE

### 2.3 Profil des personnes enquêtées

L'enquête s'est déroulée pendant 4 jours, du 28 septembre au 3 octobre 2022. Deux équipes de deux enquêteurs ont effectué du porte-à-porte dans 7 zones de Ouagadougou et ses environs (Dapoya, Tampouy, Saaba, Bonheur Ville, Toodweogo, Tabtenga, Nioko 2). 106

personnes, quasiment exclusivement des femmes (104 femmes, 2 hommes), ont ainsi été interviewées à travers des entretiens d'une vingtaine de minutes.

Les zones ciblées correspondent à des zones populaires où les ménages à bas revenus ciblés par le projet sont davantage représentés. Une fois sur place, les enquêteurs avaient pour consigne de cibler davantage les portes « plus modestes » que celles de villas.

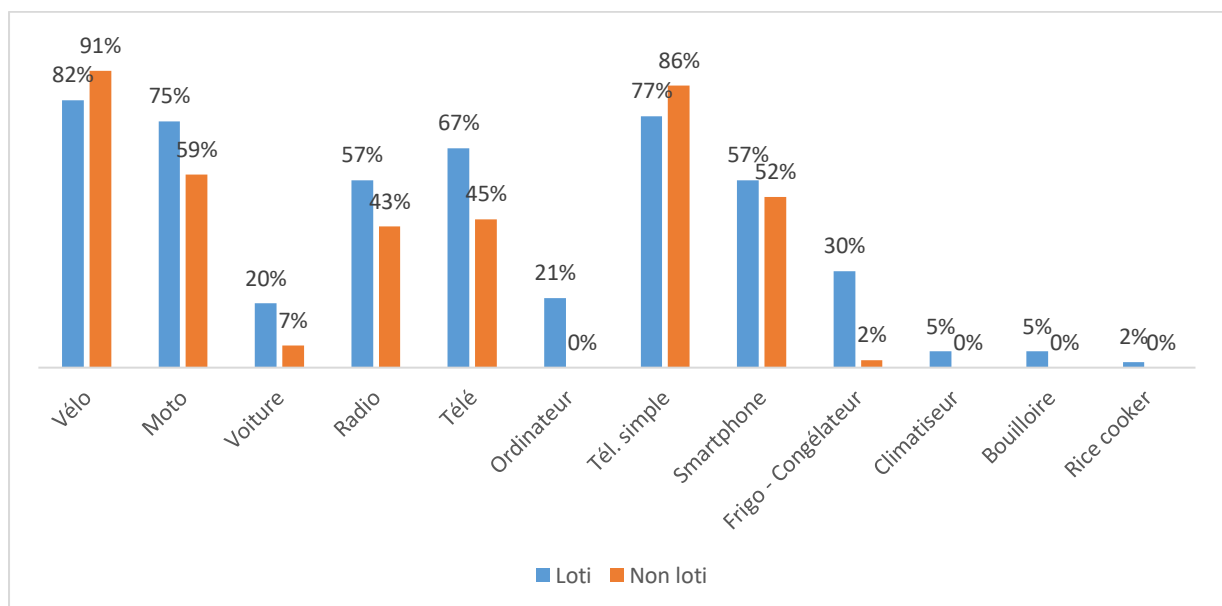


*Localisation des personnes enquêtées*

Une distinction peut être faite entre quartiers lotis (Dapoya, Tampouy, Bonheur Ville, une partie de Saaba) et non lotis (Toodweogo, Tabtenga, Nioko 2, l'autre partie de Saaba). Les quartiers lotis représentent 58% des enquêtées (62 personnes), les non lotis 42% (44 personnes).

- **L'enquêtée moyenne est une femme mariée de 26 à 45 ans vivant dans un ménage de 5 à 7 personnes**
  - 60% des enquêtées ont entre 26 et 45 ans
  - Les deux tiers sont mariées
    - 49% uniques épouses
    - 17% avec une co-épouse
    - 10% en concubinage
    - 7% veuves
    - 16% célibataires
  - 54% des ménages sont composés de 5 à 7 personnes

- 21% de 4 personnes ou moins
- 54% de 5 à 7 personnes
- 26% de 8 personnes ou plus
- La moitié (51%) travaille
  - Principalement comme commerçantes (39%)
  - 14% sont étudiantes
  - 35% sont ménagères
- Les ménages habitant dans les non lotis sont moins équipés que les autres (*Graphique 1*)
  - Ils ont davantage de vélo (+9 points par rapport aux lotis)
  - Moins de moto (-16) et de voiture (-13)
  - Moins de télévision (-22)
  - Quasiment jamais de frigo-congélateur (-28) ou d'ordinateur (-21)



*Graphique 1 : Part des personnes interrogées possédant ces équipements dans leur ménage (n=105)*

Dans la suite, nous avons établi quatre catégories de ménage en fonction de la possession d'équipements :

- Très modeste : ménages ne possédant ni voiture, ni moto, ni vélo (5 ménages)
- Modeste : ménages possédant un vélo (16 ménages)
- Moyen : ménages possédant une moto, TV ou frigo (63 ménages)

- Aisé : ménages possédant une voiture, un ordinateur ou un climatiseur (21 ménages)

Cette catégorisation est relative à l'échantillon de l'enquête qui a ciblé les personnes à bas revenus et est donc surement légèrement en-dessous des catégories que l'on pourrait établir sur l'ensemble de la ville de Ouagadougou.

Au vu de cette catégorisation et du *Graphique 1*, il est logique de constater que l'on trouve moins de ménages aisés (7% vs 30%) et plus de ménages modestes (25% vs 8%) dans les non lotis que dans les lotis.

### 3 Le foyer GPL est l'équipement le plus présent chez les ménages

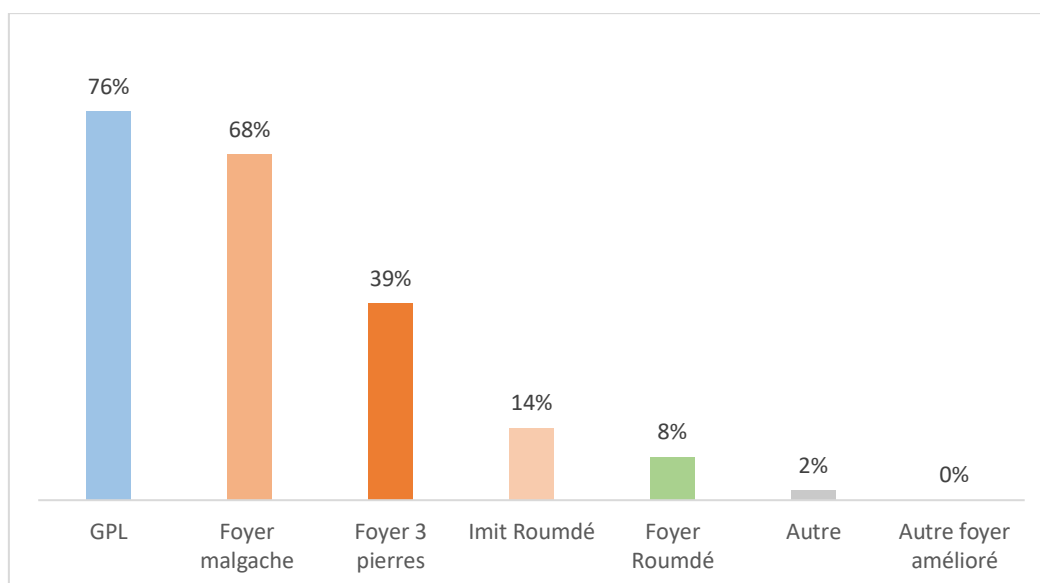
#### 3.1 Les trois quarts des ménages interrogés possèdent un foyer GPL

La première étape de l'interview a été de constater quels sont les équipements de cuisson chez les ménages.



*Photos d'un foyer 3 pierres, foyer malgache, imitation Roudé, foyer Roudé, GPL (de gauche à droite)*

- **Le foyer GPL est l'équipement le plus présent chez les ménages** (Graphique 2)
  - 76% des ménages possèdent un foyer GPL (Gaz de Pétrole Liquéfié)
  - 68% possèdent un foyer malgache
  - Plus d'un tiers ont un foyer 3 pierres (39%)
  - Les foyers Roudé sont rares (8%) et moins présents que leurs imitations (14%)
  - Nous n'avons pas observé d'autres foyers améliorés que les Roudé

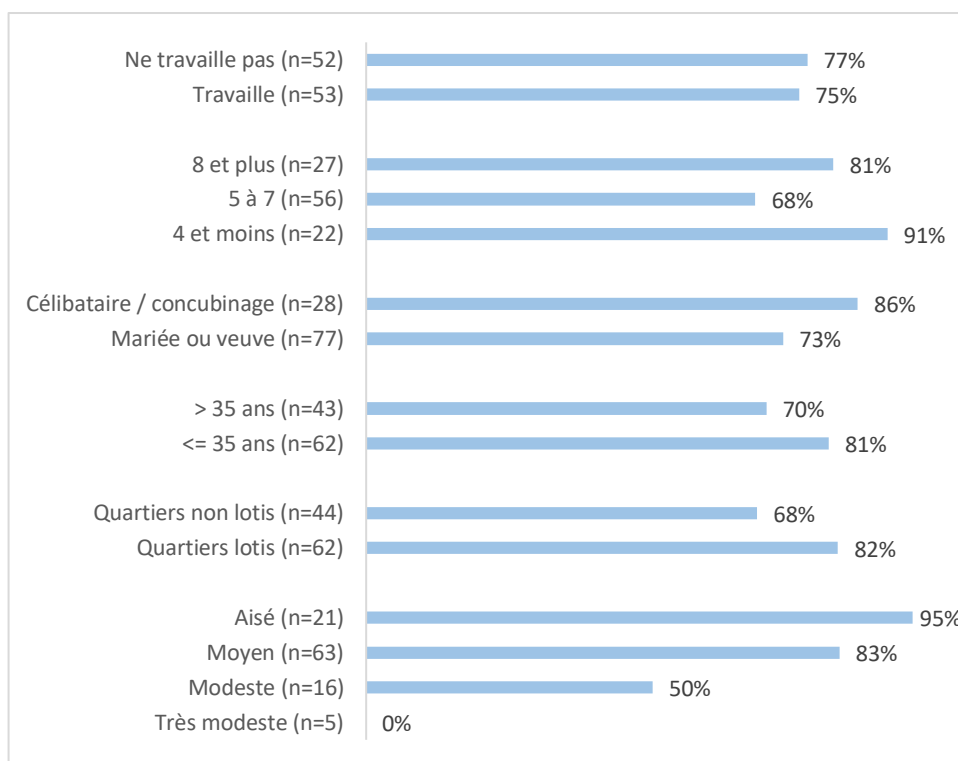


*Graphique 2 : Taux de présence des différents équipements de cuisson chez les ménages (n=106)*

- **La possession de GPL dans les ménages est ancienne** : 70% ont leur foyer GPL depuis plus de 5 ans
  - La possession est plus récente dans les non lotis où 57% des ménages ont un foyer GPL depuis plus de 5 ans contre 78% dans les quartiers lotis

### **3.2 Il est majoritaire pour toutes les catégories de ménages hormis les plus modestes**

- **Les ménages les plus modestes possèdent nettement moins souvent un foyer GPL que les ménages plus aisés (Graphique 3)**
  - Aucun des 5 ménages très modestes n'a de foyer GPL
  - 50% des ménages modestes ont un foyer GPL
  - 83% des ménages moyens
  - 95% des ménages aisés
- **Pour toutes les autres caractéristiques, plus des deux tiers des ménages ont un foyer GPL (Graphique 3)**
  - Même dans les quartiers non lotis, 68% des ménages enquêtés possèdent un foyer GPL
  - Les ménages plus jeunes ont légèrement plus le GPL que leurs aînés (81% pour les moins de 35 ans vs 70% pour les plus de 35 ans)
  - En lien avec ce résultat, les enquêtées pas encore mariées, plus jeunes, ont davantage le GPL que les enquêtées mariées ou veuves (86% vs 73%)
  - Les ménages nombreux ont le GPL autant que les autres (81% pour les ménages de plus de 8 personnes vs 68% pour les ménages de 5 à 7 personnes et 91% pour les ménages de 4 personnes et moins)
  - Le fait que la personne interrogée travaille ou non n'a pas d'influence



Graphique 3 : Part des ménages possédant un foyer GPL

### 3.3 Il est très apprécié par les ménages

#### ■ Les ménages achètent principalement le foyer GPL pour sa rapidité

- La rapidité est de très loin la première motivation d'achat des ménages possédant le GPL (62%)
- Devant sa facilité d'utilisation (14%)
- Et le fait de ne pas être gêné par la pluie (12%)
- L'argument économique est peu cité (9%)
- L'aspect « propre » du GPL (non salissant, pas de fumée par rapport au bois et au charbon) n'est que très rarement une motivation à son achat (4%)

#### ■ Tous les utilisateurs de GPL en sont satisfaits

- Les raisons de ces satisfactions sont globalement les mêmes que celles qui ont poussé à l'achat
  - La rapidité (66%)
  - La facilité d'utilisation (18%)
  - Le fait qu'il soit économique (9%)
  - Même après utilisation, le fait que le GPL soit plus économique n'est donc que peu cité comme un de ses avantages

- Lorsque la question est spécifiquement posée, 75% des utilisateurs de GPL estiment pourtant qu'utiliser le GPL leur permet de faire des économies en combustibles
- Moins de la moitié (42%) des utilisateurs de GPL a déjà recommandé le GPL à des proches, principalement parce qu'ils estiment que les personnes qui ne possèdent pas le GPL ne l'ont pas par manque de moyens et non par choix
  - Ce que confirme les réponses des non-possesseurs de GPL (4.1.)
  - Il serait donc assez malvenu de conseiller à quelqu'un quelque chose qu'il veut mais n'a pas les moyens de payer
- **Tous les ménages possédant un foyer GPL l'utilisent tous les jours**, 90% plusieurs fois par jour
- La majorité des utilisateurs de GPL (56%) compte acheter un autre foyer GPL sans toutefois avoir d'échéance claire pour cet achat (« quand j'aurai l'argent »)

## 4 L'utilisation de foyers biomasse reste néanmoins importante

**72% des ménages interrogés utilisent un foyer biomasse plusieurs fois par semaine.**

### 4.1 Le GPL reste hors de portée financière pour une partie de la population

Près d'un quart des ménages interrogés (24%) n'ont pas de foyer GPL.

**Le manque de moyens est l'unique raison citée par tous les ménages ne possédant pas de foyer GPL**, ce que confirme l'analyse par niveau de revenus (3.2).

Ces ménages connaissent tous quelqu'un qui utilise le GPL et 96% savent où l'acheter.

Le prix d'achat reste en effet élevé (autour de 25 000 F CFA mentionné par les possesseurs de GPL) et les facilités de paiement rares (93% des possesseurs d'un foyer GPL l'ont payé comptant).

### 4.2 La majorité des possesseurs de GPL continuent d'utiliser régulièrement un foyer biomasse

**63% des possesseurs de foyers GPL continuent d'utiliser un foyer biomasse plusieurs fois par semaine.**

#### 4.2.1 Plusieurs raisons structurelles expliquent cette pratique de stacking

Les principales raisons de cette pratique de stacking sont les suivantes :

- **La praticité d'utiliser deux feux simultanément**

- Il est pratique d'avoir deux marmites différentes lors de la préparation des repas, pour, par exemple, cuire le riz ou le to d'un côté et la sauce de l'autre
- La majorité des ménages n'ayant qu'une bouteille avec la possibilité de ne mettre qu'une seule marmite, ils ont donc à côté un autre foyer utilisant du bois ou du charbon

- **Les ruptures de stock**

- Les ruptures de stock et périodes où il est difficile de trouver le GPL sont fréquentes
- Les ménages plus aisés peuvent contourner cette difficulté en ayant plusieurs bouteilles de différents fournisseurs ou en allant chercher le GPL à moto ce qui leur

permet de se rendre dans d'autres lieux de recharge plus éloignés si le point de vente à côté de chez eux est en rupture

- 75% des ménages aisés vont recharger le gaz à moto
- 44% des ménages moyens
- 11% des ménages modestes

■ **La difficulté à mobiliser l'argent de la recharge**

- Pour les ménages à plus bas revenus, bien qu'ils reconnaissent en majorité (75%) que le GPL est plus économique que le bois ou le charbon, **il peut être difficile de mobiliser 2 000 ou 2 500 F CFA pour recharger le GPL quand il finit**
- Ces ménages reviennent alors temporairement à une solution charbon/bois en n'achetant que la consommation du jour de 300-400 F CFA en attendant d'avoir l'argent suffisant pour recharger la bouteille de GPL

**Les deux points précédents induisent des comportements « d'économie du gaz ».** Les ménages utilisent le bois ou le charbon pour des usages où la plus-value du GPL est moindre (cuire le riz ou le to) pour éviter que le GPL ne finisse trop vite et qu'ils se retrouvent totalement sans GPL pour les usages où il a une plus grande valeur ajoutée (réchauffer la nourriture, chauffer l'eau le matin pour le café/thé ou se laver, faire une omelette, cuisiner quand il pleut...).

- La cuisson longue de certains plats : près d'une personne sur cinq estime (spontanément) que pour préparer certains plats longs à cuire comme les haricots ou des plats traditionnels, il est plus économique d'utiliser du bois ou du charbon que du gaz
- Les avantages spécifiques des foyers biomasse pour certains usages
  - Les foyers 3 pierres permettent d'utiliser de plus grosses marmites et sont donc utiles lors de cérémonies ou de fêtes (11% des gens utilisant un 3 pierres le mentionne) ou pour le commerce (8%)
  - Une utilisation spécifique, quoique peu citée (chez moins de 5% des possesseurs de foyers à charbon), des foyers à charbon est de mieux griller les aliments, par exemple le maïs ou le poisson

Les arguments d'un meilleur goût des aliments lorsqu'ils sont cuits avec le bois ou le charbon ou de l'habitude, de la tradition de cuisiner avec les 3 pierres sont rares (moins de 5% des répondants).

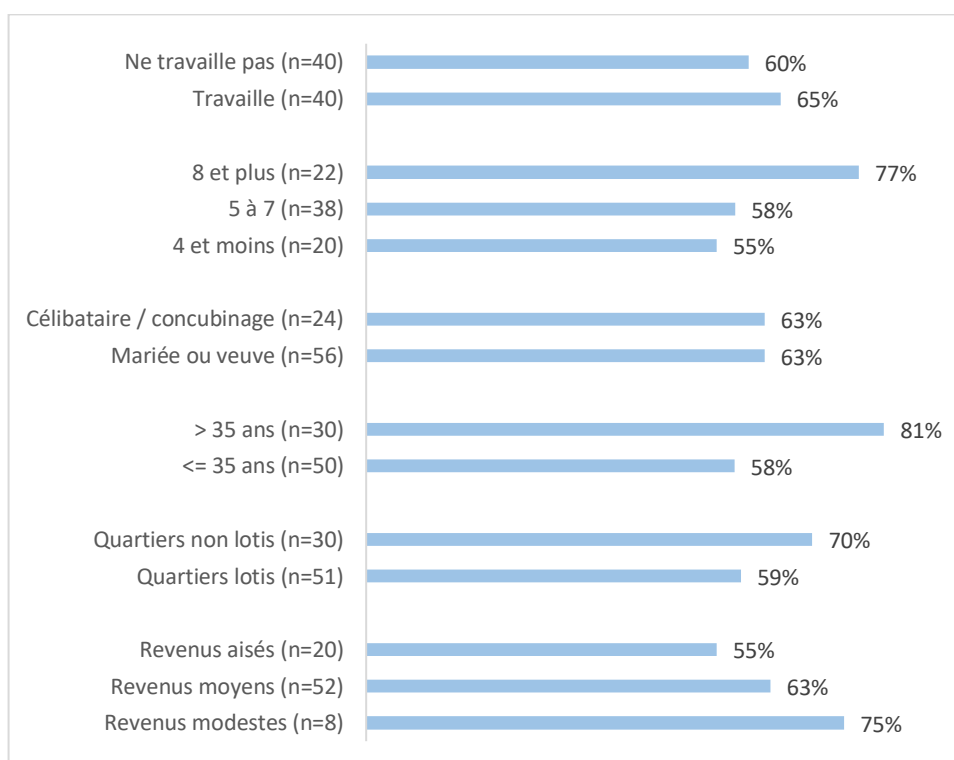
La saison peut également influencer l'utilisation des différents foyers. 39% des personnes interrogées disent changer leurs habitudes de cuisson en fonction de la saison, principalement en saison pluvieuse selon le schéma suivant :

- Ceux qui utilisent seulement du bois et du charbon utilisent davantage le charbon car il est plus facile de cuisiner à l'intérieur avec le charbon qu'avec le bois
- Ceux qui ont le GPL l'utilisent davantage lors de la saison pluvieuse pour les mêmes raisons

#### 4.2.2 Certains ménages pratiquent davantage le stacking

En lien avec les explications données en 4.2.1, il n'est pas surprenant de constater que certains ménages continuent davantage d'utiliser fréquemment un foyer biomasse alors qu'ils possèdent un foyer GPL (*Graphique 4*) :

- Les ménages les moins aisés qui ont pour la plupart une seule bouteille de GPL et se déplacent moins à moto
- Les ménages dans les quartiers non lotis, plus pauvres et dont la densité de points de recharge est probablement inférieure aux quartiers lotis
- Les ménages plus nombreux dont le coût d'usage du GPL est plus important
- Pour les ménages plus âgés, il pourrait s'agir d'une habitude qui perdure de la cuisson sur des foyers biomasse



*Graphique 4 : Part des possesseurs de foyer GPL qui utilisent un foyer biomasse plusieurs fois par semaine*

## **5 Malgré un contexte favorable, les foyers améliorés sont peu répandus car ils ne sont pas perçus comme une solution concrète par les ménages**

### **5.1 Le contexte semble favorable à la diffusion de foyers améliorés**

#### **5.1.1 Peu d'inconvénients et d'avantages intrinsèques sont exprimés sur les foyers non CPE**

Toutes les réponses de cette partie sont spontanées.

##### **■ La fumée des 3 pierres est un irritant mais ne déclenche pas d'achat de substitution**

- Près d'une personne sur deux (47%) utilisant un foyer 3 pierres se plaint de la fumée dégagée
  - L'absence de fumée n'est cependant quasiment pas citée comme avantage ou motivation à l'achat des autres foyers, y compris le GPL
  - Même si c'est un facteur de pénibilité du 3 pierres, la fumée dégagée ne semble donc pas être une motivation à l'achat d'équipements plus propres
- La difficulté à utiliser le 3 pierres en saison pluvieuse (21%) ou à l'allumer (13%) sont les autres inconvénients cités du 3 pierres
- Seuls 5% des ménages utilisant un 3 pierres jugent qu'il consomme beaucoup de bois, 20% l'estimant même économique
- 21% ne voient pas d'inconvénients à leur foyer 3 pierres, en majorité des ménages n'ayant pas le GPL
- L'avantage le plus cité pour le foyer 3 pierres est sa rapidité (26%), en majorité par des ménages n'ayant pas le GPL

##### **■ Peu d'inconvénients et d'avantages sont cités pour les foyers malgaches et imitations Roundé**

- La majorité (57%) des possesseurs de foyers malgaches n'y voient pas d'inconvénients
- Les principales critiques sont sa lenteur (15%), la difficulté à l'allumer (7%), son utilisation plus chère (7%, tous ayant le GPL) et la fumée qu'il dégage (6%)
- Si les ménages voient peu d'inconvénients à leur foyer malgache, ils y voient aussi peu d'avantages intrinsèques, les plus cités étant comme déjà évoqué les ruptures de GPL, la volonté d'économiser le GPL, d'avoir un deuxième foyer pour faciliter la cuisine et la cuisson de certains aliments longs à cuire.
- 16% des utilisateurs l'estiment malgré tout économique
- Le constat est similaire sur les imitations Roundé

**Les ménages expriment donc assez peu de *pain points* et d'inconvénients concernant leurs équipements non CPE. Ils y voient aussi peu d'avantages intrinsèques.**

### **5.1.2 La hausse des prix des combustibles pèse sur le budget des ménages**

- **Les prix des combustibles ont augmenté depuis un an selon la majorité des personnes interrogées**
  - Bois : Si la moitié des consommateurs n'estime l'augmentation des prix qu'à travers la baisse de la quantité vendue pour un prix constant, ceux qui ont un référentiel de prix font état d'une hausse de 100% depuis un an
  - Charbon :
    - Constat similaire sur la baisse de la quantité
    - Augmentation estimée de 28% (sac en moyenne passé de 5 500 F CFA à 7 000 F CFA)
  - GPL :
    - Les ménages font majoritairement (81%) état d'une augmentation des prix de 2 000 à 2 500 F CFA (+25%) pour la bouteille de 6 kg, de loin la plus utilisée par les ménages interrogés (près de 90%)
    - Si cette augmentation n'est pas officielle, le tarif chez les revendeurs agréés restant à 2 000 F CFA, elle montre que les ménages s'approvisionnent en majorité dans l'informel où les prix peuvent ainsi augmenter en fonction de la demande
- **Malgré ces augmentations significatives, plus d'une personne sur deux consommant de la biomasse n'a pas baissé sa consommation**
  - Plus de la moitié des ménages sont dans l'incapacité de baisser leur consommation de biomasse malgré l'augmentation des prix (« On va faire comment ? », sous-entendu qu'ils ne peuvent pas utiliser moins de combustibles, étant la réponse spontanée la plus donnée à la question de savoir si la hausse des prix d'un combustible avait poussé le ménage à baisser sa consommation de ce combustible)
  - Les baisses de la consommation de bois-énergie se font majoritairement par une réduction de la consommation en combustibles, le transfert vers le GPL restant minoritaire du fait également de l'augmentation du GPL
  - La baisse de consommation est moindre pour le GPL
    - Seuls 29% des consommateurs de GPL ont réduit leur consommation de GPL du fait de l'augmentation du prix
    - Cette réduction s'effectue toujours par une réduction de la consommation en combustibles, jamais par un transfert vers la biomasse

Ces augmentations interviennent dans un contexte général de forte inflation au Burkina Faso (plus de 10% par mois depuis février 2022, 18% en juin, juillet et août selon *l'Institut national de la statistique et de la démographie* soit la plus forte inflation de l'UEMOA).

■ **La perception des dépenses en combustibles est donc élevée**

- Pour tous les combustibles, les dépenses sont en majorité jugées élevées par les ménages
- Elles le sont davantage pour le bois (86%) et le charbon (80%) que pour le GPL (60%)
- La perception des dépenses est liée au niveau de revenu (les catégories à plus faible revenu trouvent davantage leurs dépenses élevées) mais **toutes les catégories estiment en majorité leur dépense élevée et ce pour tous les combustibles**

■ **Le niveau des dépenses en biomasse actuelles permettrait de rentabiliser l'achat d'une solution CPE en à peine plus d'un mois**

- La dépense mensuelle médiane en biomasse déclarée par les ménages est de 8 646 F CFA. Elle est plus importante pour les ménages :
  - Les plus modestes (+45% pour les ménages modestes et très modestes par rapport à la moyenne)
  - De plus de 35 ans (+38%)
  - De plus de 8 personnes (+28%)
  - Des quartiers non lotis (+14%)
- Elle permettrait de rentabiliser l'achat d'un foyer amélioré en à peine plus d'un mois<sup>1</sup>

**Ce contexte suggère qu'il y a un fort besoin, quoique peu exprimé, d'une solution de cuisson efficace capable de faire baisser les dépenses des ménages en combustibles, et en biomasse en particulier.**

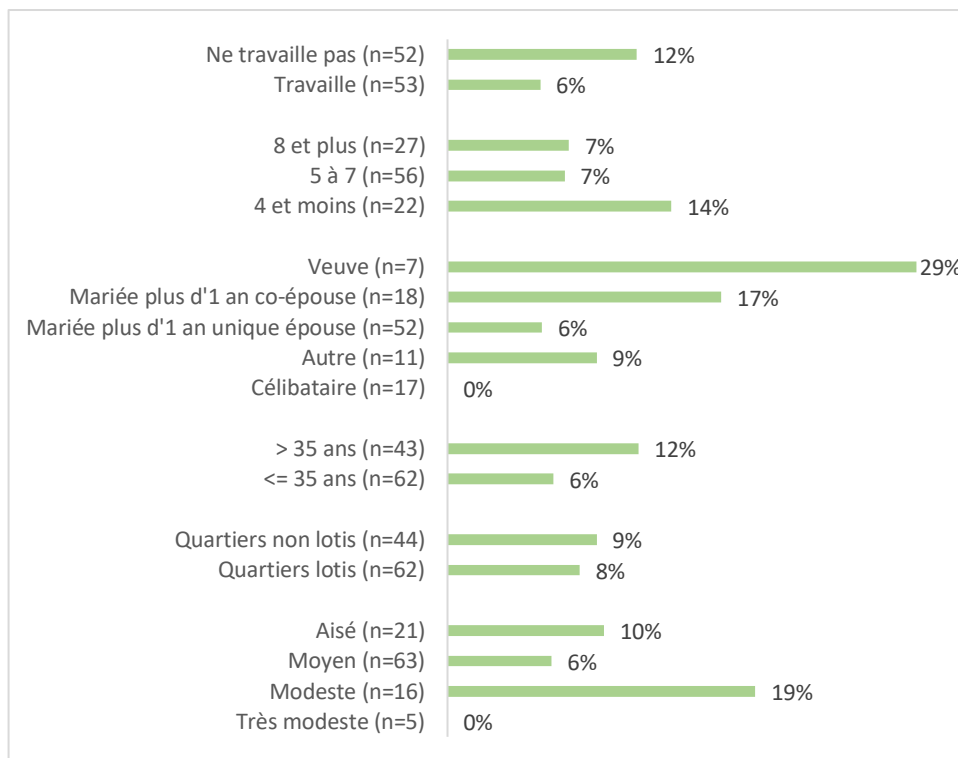
## **5.2 Les foyers améliorés sont cependant peu répandus car ils ne sont pas perçus comme une solution concrète**

Seuls 8% des ménages possèdent un foyer Roumdé, seul foyer amélioré observé.

S'ils sont légèrement plus possédés par certaines catégories de ménages (peu nombreux, plus âgés et légèrement plus modestes) (Graphique 5), ils restent globalement peu présents.

---

<sup>1</sup> Sur la base d'un foyer amélioré coûtant 3 000 F CFA et permettant de réaliser 30% d'économies en combustibles ( $3\,000 / (8\,646 \times 30\%) = 1,2$ )

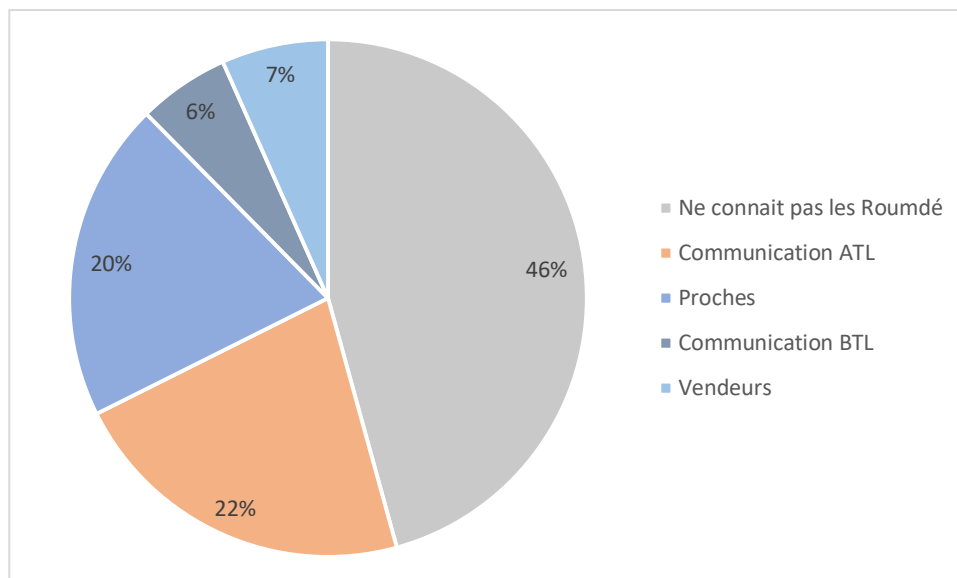


Graphique 5 : Part des ménages possédant un foyer Roudé

Les foyers Roudé étant les seuls foyers améliorés possédés et connus par les ménages, les parties suivantes portent uniquement sur les foyers Roudé.

### 5.2.1 Les foyers Roudé sont peu connus concrètement

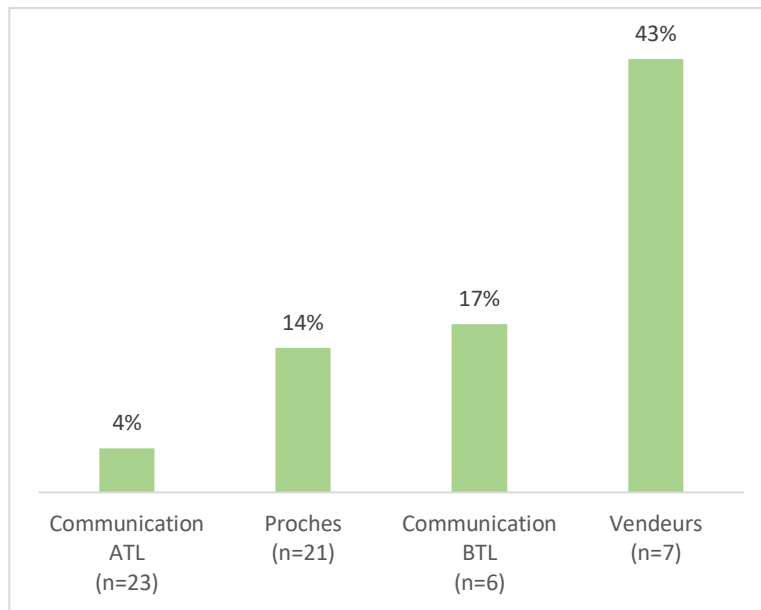
- **Près de la moitié des ménages (46%) ne connaît pas les foyers Roudé** (Graphique 6)
- **La campagne *mass media* de FAFASO est le premier canal de connaissance de ces foyers** (Graphique 6)
  - 22% des ménages ont connu les foyers Roudé à travers la campagne *mass media* (*Above the line* – ATL) du projet FAFASO
    - La publicité à la télévision (19%)
    - Les spots radio (3%)
  - 20% à travers des proches (voisin(e), ami(e), famille) qui avaient des foyers Roudé
  - 7% ont vu des foyers Roudé chez des vendeurs et les ont connus par ce canal
  - 6% grâce à des actions de proximité (*Below the Line* – BTL) : promotion ou sensibilisation



Graphique 6 : Canal de connaissance des Roumdé (n=105)

■ **La connaissance des foyers Roumdé reste trop abstraite pour déclencher l'achat**

- Moins d'une personne sur deux (42%) connaissant les foyers Roumdé mais n'en possédant pas connaît une personne qui utilise un foyer Roumdé
- De même, seules 44% de ces personnes savent où elles pourraient acheter un foyer Roumdé
- Le ratio « personnes connaissant les Roumdé via un canal ayant acheté un Roumdé » sur « personnes connaissant les Roumdé via ce canal » est nettement inférieur pour le canal Communication ATL (*Graphique 7*)
- Ceci suggère que si la communication ATL a été utile pour faire connaître le produit au plus grand nombre, puisque c'est le canal par lequel le plus de personnes ont connu les Roumdé, **elle ne débouche seule que sur peu d'achats. Les ménages ont besoin de voir, via une activité BTL, des proches ou des vendeurs, le produit concrètement pour envisager son achat.**
- **Or, moins d'un tiers des ménages a cette connaissance concrète des foyers Roumdé**



Graphique 7 : Nombre de personnes connaissant les Roumdé via un canal ayant acheté un Roumdé / nombre de personnes connaissant les Roumdé via ce canal

### 5.2.2 Cette faible connaissance concrète entraîne une perception du prix élevé

- **Le manque de moyens est la principale raison invoquée pour le non-achat d'un Roumdé**
  - 61% des personnes connaissant les Roumdé n'en possédant pas justifient leur non-achat par un manque de moyens
  - 11% invoquent le fait de ne pas savoir où ils sont vendus
  - 7% de ne pas connaître les avantages de ces foyers
- **La perception du prix des Roumdé est en effet élevée, qu'il soit connu ou non**
  - 85% des ménages connaissant les foyers Roumdé mais n'en possédant pas ne connaissent pas leur prix
  - La majorité (60%) évoque pourtant un manque de moyens, 38% les estimant même chers
  - Tous ceux qui connaissent le prix des foyers Roumdé mais n'en possèdent pas les estiment chers
- **Cela montre une sous-estimation de la valeur et des avantages des foyers Roumdé**
  - 71% des ménages qui invoquent un manque de moyens pour justifier le non-achat d'un Roumdé possèdent un foyer GPL qui coûte plus de 8 fois plus cher qu'un foyer Roumdé (en moyenne 3 000 vs 25 000 F CFA)

- C'est donc que la perception de la valeur et des avantages d'un foyer GPL est nettement supérieure à celle d'un foyer Roumdé

### 5.2.3 La satisfaction vis-à-vis de ces foyers parmi les possesseurs est pourtant très importante

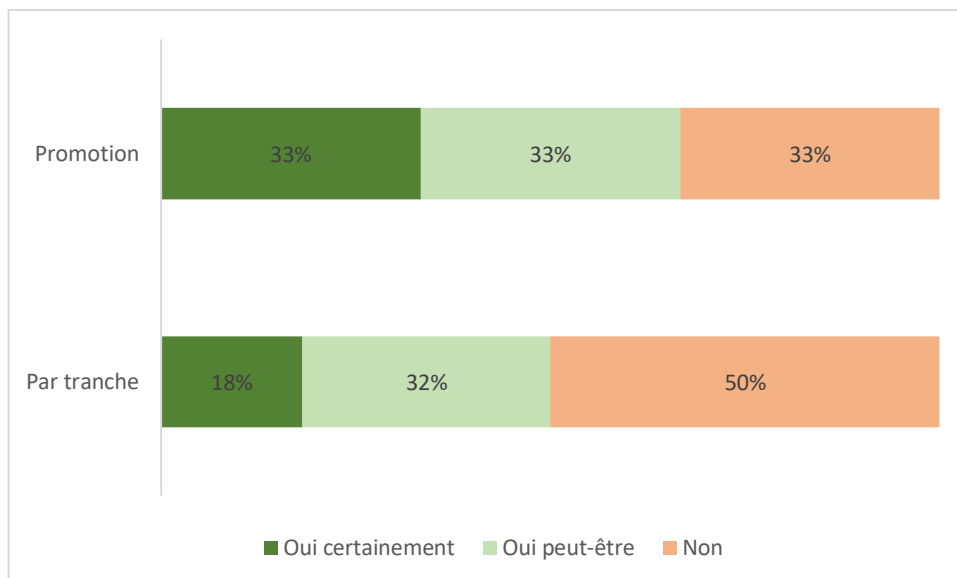
- Les 9 possesseurs de foyers Roumdé en sont satisfaits
  - 3 personnes le jugent utile pour la cuisson de certains repas (sous-entendus des repas longs à cuire où le GPL est moins intéressant, ces 3 personnes ayant le GPL)
  - 2 qu'il fait faire des économies
  - **La majorité (6/9) estime que leur foyer Roumdé leur a permis de faire des économies en combustibles** lorsqu'on leur pose spécifiquement la question
- Les foyers Roumdé sont en majorité utilisés plusieurs fois par jour, pour tous les besoins du ménage
- Sur les 9 personnes, 7 ont déjà recommandé leur foyer Roumdé à des proches (voisines, amies ou famille) : **nous pouvons donc estimer le NPS à 78** (7 promoteurs et 0 détracteurs sur 9 personnes)

## 6 Recommandations

### 6.1 GPL : Augmenter la pénétration des foyers et l'usage parmi les possesseurs

#### ■ Favoriser l'acquisition par des mécanismes de promotion et facilités de paiement

- Le manque de moyens est l'unique frein à l'achat du GPL, le coût d'acquisition d'une bouteille (autour de 25 000 F CFA) restant élevé pour une partie des ménages ouagalais
- Des périodes de promotion sont parfois organisées par les marketeurs mais pourraient être intensifiées
  - 66% des non-possesseurs de foyers GPL déclarent qu'ils achèteraient « certainement » ou « peut-être » un foyer GPL en cas de promotion (*Graphique 8*)
  - Une fois un foyer GPL acheté, les ménages sont captifs et doivent recharger leur bouteille de GPL de la même marque que celle qu'ils ont achetée. Il y a donc un enjeu pour les marketeurs a essayé d'acquérir les derniers ménages n'ayant pas encore le GPL quitte à réduire leur marge sur le foyer pour vendre davantage de recharges.
  - A noter qu'il ne semble pas y avoir de période particulière d'achat d'un foyer GPL, 80% des possesseurs n'ayant pas acheté leur GPL pour une occasion ou lors d'une période particulière, 8% pour leur mariage, 6% lors d'une offre spéciale (promotion ou paiement par tranche)
- Des facilités de paiement pourraient également permettre aux ménages les moins aisés d'acquérir un foyer GPL
  - 93% des possesseurs ont acheté leur foyer GPL comptant, ce qui semble montrer que les facilités de paiement sont peu développées sur ce produit
  - La moitié des non-possesseurs de foyers GPL déclarent qu'ils achèteraient « certainement » ou « peut-être » un foyer GPL s'ils avaient la possibilité de payer par tranche (*Graphique 8*)
- Elles devraient cibler les hommes, qui sont majoritairement ceux qui achètent le foyer GPL autant que les femmes, qui seront les principales utilisatrices. Les foyers GPL ont été achetés dans :
  - 54% des cas par l'homme
  - 34% des cas par la femme
  - 10% des cas par un autre membre de la famille
- Elles devraient cibler les quartiers plus populaires où la part de possesseurs de GPL est la plus faible



Graphique 8 : « Achèteriez-vous un foyer GPL si vous pouviez payer par tranche/s'il y avait une promotion ? » parmi les ménages n'ayant pas de foyer GPL (n=22)

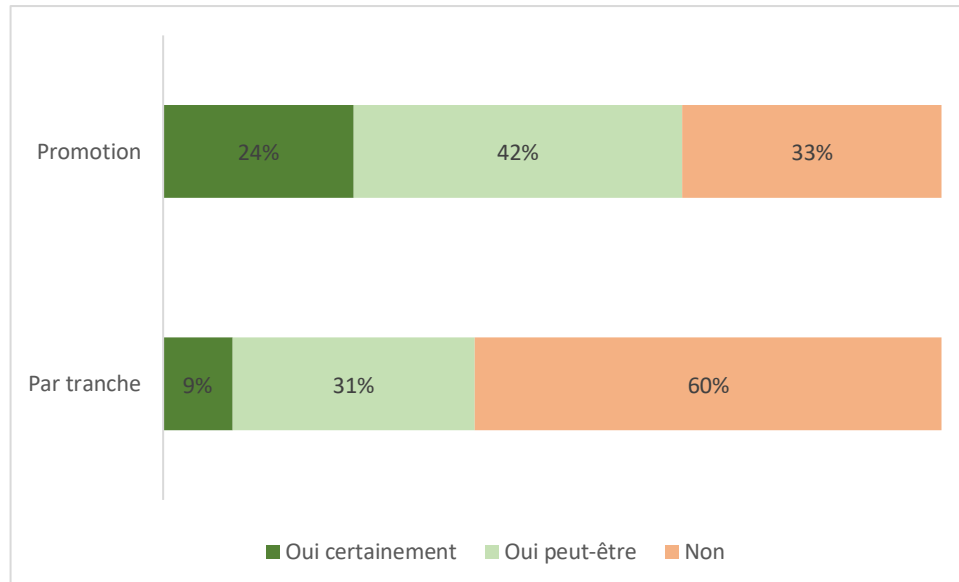
■ **Augmenter l'usage avec une plus grande disponibilité et facilité de paiement des recharges**

- Améliorer la disponibilité des recharges dans les points de vente permettrait de limiter un facteur important de stacking
- Permettre aux ménages d'obtenir leur recharge sans nécessairement avoir la totalité du montant demandé également
  - Des modèles type *Pay-as-you-cook* développés en Afrique de l'Est sont intéressants
  - Ils semblent néanmoins complexes à mettre en place et à rentabiliser
  - Des modèles plus simples pourraient être testés dans un premier temps afin d'évaluer le frein réel que constitue la mobilisation de l'argent de la recharge
- Les dépenses en combustibles sont assez bien réparties entre hommes et femmes
  - L'homme les assume dans 35% des cas
  - La femme dans 28%
  - Les deux dans 30%
  - Un autre membre de la famille dans 8%
- Les possibilités d'actions sur les autres facteurs de stacking (possibilité d'avoir 2 feux, cuisson longue durée et autres usages spécifiques des foyers biomasse) semblent plus limitées

**6.2 Foyers améliorés : Faire de ces foyers une solution concrète et disponible pour les ménages**

■ **Démontrer aux ménages les avantages des foyers améliorés, notamment les économies en combustibles**

- La faible connaissance concrète des foyers améliorés est leur principal frein à l'achat et contribue à la perception élevée de leur prix
- Des actions de proximité sont nécessaires pour améliorer cette connaissance concrète et montrer aux ménages les avantages concrets des foyers améliorés, notamment les économies en combustibles
  - L'économie en combustibles semble être le premier argument à mettre en avant dans un contexte d'importantes dépenses en combustibles
  - Rendre tangible ces économies via des démonstrations ou en leur permettant par exemple de tester les foyers apparaît nécessaire pour convaincre les ménages de payer le surcoût par rapport par un foyer malgache ou une imitation
  - Des mécanismes de garantie pourraient faire baisser la perception du risque
  - Des promotions groupées avec d'autres produits (ustensiles de cuisine, foyer GPL etc...) pourraient permettre de limiter les comparaisons avec les foyers non CPE (*Graphique 9*)
  - Des facilités de paiement pourraient permettre aux ménages plus modestes d'acquiescer un foyer amélioré (*Graphique 9*)
  - La plupart des possesseurs de foyers Roumdé ne l'ont pas acquis lors d'un événement ou une période particulière



*Graphique 9 : « Achèteriez-vous un foyer Roumdé si vous pouviez payer par tranche/s'il y avait une promotion ? » parmi les personnes connaissant les foyers Roumdé et n'en ayant pas (n=45)*

- **Accroître la disponibilité des foyers améliorés**
  - Globalement, un quart des ménages (28%) sait ce qu'est un foyer Roumdé et où il pourrait en acheter un
  - Cette connaissance est encore plus faible dans certains quartiers non lotis (17% à Nioko 2, 13% à Taabtenga) où le besoin pour ces foyers est pourtant le plus important
  - Cette méconnaissance des points de vente participe à la faible perception par les ménages des foyers améliorés comme une solution concrète à leurs problèmes quotidiens
  
- **Cibler en priorité les ménages modestes et nombreux qui utilisent le plus de biomasse**
  
- **Cibler en priorité les femmes qui sont en charge de l'achat des foyers biomasse même si les hommes pourraient être également importants à mobiliser**
  - Les femmes ont été à l'initiative de l'achat des foyers Roumdé dans 89% des cas
  - C'est aussi majoritairement le cas pour les autres foyers biomasse (64% pour les imitations Roumdé et 70% pour les foyers malgaches)
  - L'économie en combustibles concernera cependant aussi bien l'homme que la femme, la prise en charge de ces dépenses étant plutôt répartie entre les deux
  - Mobiliser l'homme pourrait donc permettre son implication pour aider sa femme dans le surcoût à l'achat du foyer amélioré