

CHEYNS E., LAMINE C. et BRICAS N., 2006. L'huile de palme rouge au Cameroun et en Côte d'Ivoire. Etude de cas. In EGG J., MOUSTIER P. et TALLEC F. (Eds), **Coordination et qualité dans les filières agricoles du Sud**. Montpellier, AgroM, Ciheam-IamM, Cirad, Inra, IRD, Série Cahier de Recherche UMR Moisa n° 04-2006, pp 69-88

L'huile de palme rouge au Cameroun et en Côte d'Ivoire

Emmanuelle Cheyns, Claire Lamine et Nicolas Bricas

Les résultats des études de cas sur l'huile de palme rouge sont présentés à travers 3 notes :

- une synthèse par Claire Lamine de l'étude Cameroun qu'elle a menée à Yaoundé et Douala dans le cadre d'un stage Cirad sous la direction d'E. Cheyns ;
- un complément d'Emmanuelle Cheyns à cette synthèse ;
- une synthèse des études de cas Cameroun et Côte d'Ivoire par Emmanuelle Cheyns et Nicolas Bricas, consistant à mettre en perspective les résultats de l'étude de cas à Yaoundé et Douala menée dans le cadre projet Cirad-Inra avec les résultats obtenus par ailleurs dans les enquêtes menées à Abidjan¹.

L'huile de palme rouge à Yaoundé et Douala :
usages culinaires, perception de la qualité et modes de
coordination entre consommateurs et vendeurs

A. Note de synthèse de l'étude : Claire Lamine (janvier 2004)

Ce texte reprend les principaux résultats d'un rapport rédigé à l'issue d'un stage sur l'huile de palme rouge au Cameroun, pour le CIRAD, entre juin et novembre 2003.

Le thème du stage³, la différenciation des modes de coordination des acteurs, consommateurs et vendeurs, liée à la nature des attributs de qualité de l'huile rouge recherchés par les consommateurs urbains au Cameroun, se décomposait en deux objectifs :

- tester l'existence d'une différenciation de ces modes de coordination en fonction de la nature des attributs de qualité recherchés (lorsque prédominent les attributs de croyance, il y a plus de proximité entre consommateurs et vendeurs) ;

¹ Cheyns E., Bricas N., Aka A., 2004. Attentes de qualité et structuration des filières alimentaires : la segmentation du marché urbain des huiles de palme rouges en Côte d'Ivoire. Cahiers Agricultures ; 13 :4, pp 135-141.

² Cf Lamine Claire, 2003.- L'huile de palme rouge à Yaoundé et Douala : usages culinaires, perception de la qualité et modes de coordination entre consommateurs et vendeurs. - Rapport de stage Cirad (juin-novembre 2003), décembre, 67p.

³ Qui faisait suite à des travaux menés auparavant en Côte d'Ivoire (cf Aka, 2002, Cheyns & al., 2002)

- tester un indice d'attachement des consommateurs par rapport au produit, et un indice de connaissance (les consommateurs connaisseurs, plus exigeants, donneraient priorité aux attributs de croyance et recourraient à des circuits courts, les moins connaisseurs à des attributs de connaissance et à des huiles plus standards).

Ces deux hypothèses sont en partie vérifiées, mais doivent être nuancées à la lumière des données recueillies sur les processus de qualification et les modes d'approvisionnement. Ces données montrent que le besoin de proximité et de fidélisation pour limiter l'incertitude est également fort pour l'huile industrielle « standard ». Elles permettent en outre d'identifier les types de conventions de qualité qui s'établissent dans l'interaction d'achat, c'est-à-dire dans l'opération de qualification située, menée par un consommateur face au produit et au vendeur. On verra alors que l'on peut compléter la notion de « type » d'attributs (de connaissance, d'expérience, de croyance), par celle de « nature » d'attribut (nature industrielle ou domestique, notamment).

Contexte

Le Cameroun est le 3ème producteur africain d'huile de palme rouge (après le Nigéria et la Côte d'Ivoire) et le 9ème mondial, avec 159 000 tonnes soit 0,7% de la production mondiale.

Le prix de revient de la tonne est de 500\$ au Cameroun, contre 320\$ en Asie. Des taxes à l'importation protègent le marché national.

La superficie des **plantations villageoises est de 43 000 ha** plantés en matériel sélectionné, les superficies de plantations en matériel non sélectionné, le « tout-venant » (palmiers naturels ou descendance libre de palmiers sélectionnés), n'étant pas connues (cf Hirsch, 1999 ; Raffleau, Ndigui, 2001). Mais le secteur artisanal connaît un succès certain, tant en termes de production que de transformation. Il a pu se développer grâce à l'équipement en presses mécaniques, qui permettent d'atteindre des taux d'extraction rentables (Delluc, Lalau Keraly, 1986). Mais ces équipements coûtent cher et supposent un certain seuil de production. La pérennité de ce secteur artisanal pose aussi la question du fonctionnement des filières de commercialisation, et plus largement de l'attachement des ménages camerounais à l'huile rouge, et notamment artisanale.

Les consommateurs trouvent sur les marchés urbains **trois types d'huile rouge : huile artisanale, huile brute industrielle, et huile Mulapalm**. Seule cette dernière est embouteillée en usine et étiquetée.

La consommation annuelle d'huile de palme est de 10,1 kg/personne à Yaoundé (dont 8,3kg d'huile rouge et 1,8 kg d'huile de palme raffinée) et environ 16,5 kg/personne à Douala (dont 11,3kg d'huile rouge et 5,2 kg d'huile de palme raffinée) (Enquête Urbanfood de 2001, cf Dury, 2001 ; Dury, 2002). **L'huile rouge représente donc 70 à 80% de la consommation totale d'huile de palme, et 60% environ de la consommation d'huile totale**. Elle représente aussi 2,5% du budget alimentaire des ménages, et leur 7^e poste budgétaire (après le bœuf-pain-bière-plantain-riz-maquereau).

Méthodologie

Sur une période de deux mois, le terrain a combiné plusieurs **outils de recueil de données** :

- entretiens exploratoires auprès de ménagères, observation de pratiques culinaires
- entretiens compréhensifs auprès de 30 ménagères à Yaoundé, 10 à Douala, sur les pratiques alimentaires, le choix et les usages de l'huile de palme

- entretiens auprès des professionnels (grossistes, détaillants, usine, producteurs) - 12 à Yaoundé (ainsi qu'un groupe de discussion avec 5 vendeurs) et 10 à Douala
- 5 groupes de discussion avec des jeunes gens, des hommes, des femmes, à Douala et Yaoundé (environ 40 personnes en tout)
- 200 observations d'interactions d'achat sur les marchés à Yaoundé et Douala
- enquête auprès de 100 consommateurs sur les marchés à Yaoundé
- animation de réunions avec des producteurs villageois
- visite de sites de production
- test sur des échantillons de différentes huiles rouges.

Avant d'aborder les modes de coordination et les processus de qualification, et parce que l'on parle d'un produit alimentaire, il m'est apparu nécessaire de commencer par comprendre **la place de ce produit dans les usages alimentaires**. Les pratiques culinaires de ces consommateurs citadins nous intéresseront donc ici en tant qu'elles influent sur la consommation d'huile de palme rouge et en tant qu'il s'agit d'usages différenciés d'huiles rouges dotées d'attributs de qualité spécifiques. Une telle approche m'a permis de mesurer la présence d'une **différenciation**, en fonction des usages culinaires, **entre les différentes huiles** (huile rouge et autres huiles), **mais aussi entre les différentes huiles rouges (industrielle et artisanale)**.

Usages alimentaires de l'huile de palme rouge

Le croisement de l'analyse des plats cuisinés par les ménages et de l'analyse de l'usage de l'huile rouge en fonction des types de plats permet d'évaluer la « résistance pratique » de l'huile rouge.

De l'analyse de l'évolution des pratiques culinaires que je ne développerai pas ici, il ressort que **les plats camerounais résistent bien dans les pratiques culinaires des ménages**. Cette analyse montre aussi **l'importance des échanges culinaires entre les différents groupes ethniques**, avec des fortes différences dans le degré d'ouverture de la cuisine aux recettes d'autres régions. **Les Bamiléks et les Bassas adoptent beaucoup plus les plats bétis que les Bétis n'adoptent les plats bamiléks et bassas**, ce qui semble logique dans la mesure où la région d'accueil (le centre) est à dominante bétie. On peut donc parler d'une intégration via les pratiques culinaires et alimentaires.

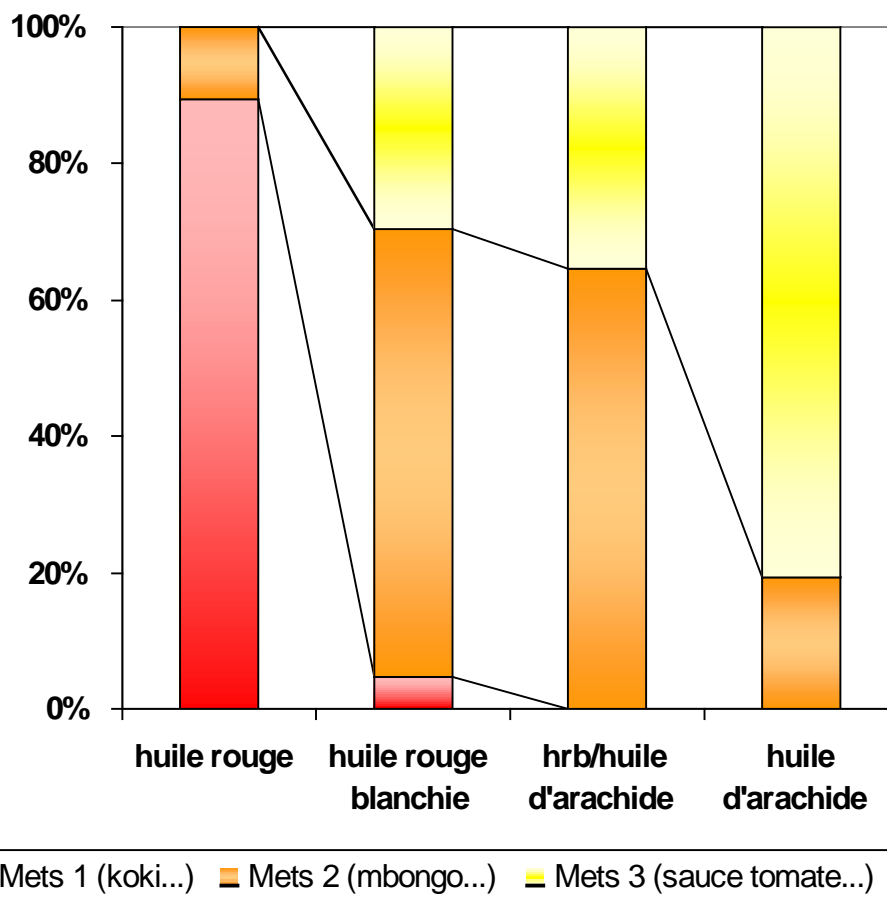
L'usage des différentes huiles est différencié en fonction des types de plats. On peut construire trois catégories de plats, en fonction de la matière grasse privilégiée et du degré de substitution possible :

- les plats à l'huile rouge, sans substitution possible (*koki, taro, macabo, malaxé, pilé*) ;
- les plats « traditionnels substituables », à l'huile rouge (en général blanchie) mais à substitution par l'huile raffinée possible, parfois désirable (*mbongo, sauce arachide, sauce gombos, condré, ndolè*) ;
- les plats « urbains modernes », à l'huile raffinée mais à substitution par l'huile rouge en général possible (*sauce tomate, poisson frit, viande rôtie, frites*)

Parmi les plats traditionnels, on a en outre les **plats à noix**, avec substitution possible par l'huile rouge (okok, kwem, zom etc.).

Le graphe figure ces différentes catégories en comptabilisant le nombre de ménagères citant le plat en fonction du type d'huile qu'elles utilisent.

Graphe 1 : Types de plats en fonction de l'huile utilisée



On peut substituer l'huile raffinée (appelée par les ménagères « huile d'arachide ») à l'huile rouge pour certains plats, mais pas pour d'autres : la **substituabilité est très faible pour les plats traditionnels « à huile rouge »**. La substituabilité est plus forte pour les plats dans lesquels l'huile rouge est en général blanchie. De même peut-on plus ou moins substituer l'huile rouge à l'huile raffinée pour les plats « urbains modernes ».

Par rapport à l'huile « d'arachide » (huile raffinée), l'huile rouge présente des avantages différents, comme le montre le cas du ndolè, pour lequel les ménagères peuvent utiliser l'une ou l'autre huile ou un mélange des deux. Le motif de recours à l'huile d'arachide est plutôt la **texture** du plat (ne dort pas, fluide, ne colle pas), tandis qu'elles recourent au moins en mélange à l'huile de palme pour son goût et pour son caractère économique.

Tableau 1 : Les motifs de recours à différentes huiles dans le plat ndolè

Motifs	ça ne colle pas	le met ne dort pas	c'est léger, fluide	goût meilleur	plus économique	TOTAL
huile rouge blanchie			1		5	6
huile « d'arachide »	25	35	20	32	1	113
mélange huile rouge/huile arachide	8	6	5	37	7	64
Total	33	41	26	70	13	184

(question à choix multiples, le dernier critère, « plus économique », est cité spontanément)

En cuisine, l'huile a donc **deux fonctions** :

- une fonction de condiment, lorsqu'elle donne un goût spécifique (traditionnel) aux plats traditionnels ;

- - une fonction de matière grasse de cuisson, lorsqu'elle sert à faire cuire ou frire et peut être remplacée par de l'huile raffinée, ce qui est souvent préféré (car ça "présente mieux", "ça brille plus", "ça donne un bon goût", et surtout, "ça ne dort pas"). L'huile rouge apparaît alors comme un substitut meilleur marché, et la bonne huile rouge sera un bon substitut : « *quand on la blanchit, elle devient comme l'huile d'arachide* ». On peut donc parler d'un bon goût traditionnel et d'un bon goût raffiné, au double sens du terme raffiné !

Si l'huile résiste d'évidence dans la consommation des ménages grâce à son moindre coût, peut-on tout de même parler d'un attachement au produit indépendamment de ce moindre coût financier ? Une première manière de tester cet attachement est de demander aux ménages comment leur consommation évoluerait si leurs revenus augmentaient. Dans l'enquête quantitative, **seuls 11% des ménages cesseraient de consommer l'huile rouge si leurs revenus augmentaient**. Les entretiens confirment que les ménagères la conserveraient pour des plats particuliers, des plats *traditionnels*, mais aussi parce qu'elles y sont habituées, par *tradition*.

Une seconde manière de tester l'attachement au produit, plus proche des pratiques réelles car mettant en œuvre une projection dans une situation non plus fictive mais vécue chaque année, est de voir comment les ménagères réagissent **lorsque le prix de l'huile rouge se rapproche de celui des huiles raffinées voire l'atteint**, chaque année, en période de pénurie d'huile rouge (*cf infra*). Les comportements sont alors partagés, puisque 52% des interviewés continuent à consommer l'huile rouge de la même manière, tandis que **42% diminuent leur consommation au profit de l'huile « d'arachide »**.

L'enquête quantitative confirme donc **l'attachement des consommateurs à l'huile rouge**. **Cet attachement est quasi-absolu puisque l'huile rouge n'est presque jamais totalement abandonnée**, cela tenant aux plats traditionnels dans lesquels elle n'est pas substituable. **Mais cet attachement est subordonné, en terme de quantité consommée, au coût relatif de l'huile rouge par rapport aux autres huiles⁴**.

Une **seconde différenciation** s'ajoute à celle entre huile rouge et huile raffinée, dans les usages culinaires : au sein des huiles rouges, certaines ménagères préfèrent l'huile artisanale à l'huile industrielle pour certains plats (notamment la sauce jaune et le koki), car elles veulent une huile "qui pèse".

Le choix de l'huile de palme rouge

La typologie des huiles de palme est assez homogène chez les consommateurs, et en général binaire : dans l'enquête quantitative, **80% des ménagères citent également une typologie binaire (Dizangué/Bassa surtout**, puis industrielle / du village, ou industrielle / artisanale).

Seules 7% parlent de trois types d'huile, et 13% ne distinguent pas différents types d'huile.

Les préférences se portent à **70% de l'échantillon sur l'huile industrielle** et à 22% sur l'huile artisanale.

Ceux qui préfèrent l'huile artisanale parlent pour la plupart d'huile du village ou d'huile bassa du village, associant les deux qualificatifs. Lorsque l'huile bassa est appréciée, elle est souvent assimilée à l'huile du village, qui est quant à elle toujours vue positivement : quand les ménagères parlent négativement de l'huile artisanale, elles emploient systématiquement le terme « huile bassa » (et non « huile du village »), alors que si elles en parlent positivement, elles l'appelleront plus fréquemment « huile du village ».

⁴ Comme le montre le niveau d'élasticité revenu de la consommation d'huile de palme rouge, très forte : les ménages les plus riches consomment certes 1,5 fois plus d'huile rouge brute que les pauvres, mais consomment 3,7 fois plus de Mulapalm et 5,7 fois plus d'huiles raffinées (Dury, 2001).

Il y a une forte incertitude dans les opérations de qualification : rappelons que l'huile rouge, hormis la Mulapalm (peu consommée), est vendue en vrac et sans attestation officielle de sa provenance ni de son mode de fabrication. Tous les consommateurs reconnaissent qu'on peut se tromper dans le choix de l'huile.

Comment la choisissent-ils alors ? Le traitement d'une question ouverte de l'enquête, amenant les interviewés à expliquer pourquoi ils préféreraient telle huile, et celui des descriptions de la « bonne huile » dans les entretiens, permet, en trois temps :

- de repérer les attributs d'une bonne huile,
- de les grouper et de les hiérarchiser en fonction du type d'attributs (de connaissance, d'expérience et de croyance), la plupart des attributs relevés dans le matériau, malgré leur grande diversité, pouvant être reclassés en fonction des trois types proposés par Nelson (1970) et Darby et Karni, (1973) :
 - attributs de connaissance, connus au moment de l'achat,
 - attributs d'expérience se révélant au moment de l'usage,
 - attributs de croyance non discernables directement
- de croiser les types d'attributs avec les types d'huile (huile industrielle ou huile artisanale)

Attributs de l'huile industrielle et de l'huile artisanale

Les deux manières de poser la question — qu'est-ce qu'une bonne huile ; pourquoi préférez-vous telle huile — sont complémentaires car elles permettent de mettre au jour des attributs différents. Le premier type de questions donne davantage accès aux attributs de connaissance et d'expérience (on reconnaît la bonne huile à l'achat et à l'usage), le second type de questions donnant quant à lui accès aux attributs d'expérience et de croyance (l'huile est bonne car elle se comporte bien en cuisine et car elle est produite de telle manière).

Cette confrontation montre l'importance des attributs d'expérience et de croyance dans la qualification du produit.

On aboutit à un double classement, en fonction des types d'attributs, et en fonction du type d'huile.

Tableau 2 : classement des types d'huiles rouge en fonction des types d'attributs

Huile industrielle	Huile artisanale	Communs aux deux huiles
<p>Attributs de croyance</p> <p>- techniques de fabrication modernes <i>méthodes modernes d'extraction, bien filtrée, raffinée, mécanisé, travail des machines</i></p> <p>=> attributs de croyance de nature industrielle</p> <p>- <u>hygiène</u> : <i>propreté, contrôle sanitaire</i></p>	<p>- techniques de fabrication traditionnelles : <i>fait à la main, par les mamans, bien chauffé, fait en petite quantité, prend beaucoup de temps, fait naturellement</i></p> <p>=> attributs de croyance de nature domestique</p> <p>- <u>pureté</u> : <i>pas de mélange, pur</i></p>	<p><i>propre, bien travaillé, précaution</i></p> <p>=> attributs de croyance de nature industrielle ou domestique</p>
<p>Attributs d'expérience</p> <p><i>ne fume pas, ne dort pas, cuit mieux, frit bien, blanchit bien régulière, polyvalente (sert pour tous types de plats)</i></p>	<p><i>meilleure pour certains plats, bon goût traditionnel</i></p>	<p><i>a bon goût / pas d'arrière-goût, sent bon / pas d'odeur</i></p>
<p>Attributs de connaissance</p>		<p><i>bien rouge claire (fluide) ne colle pas</i></p>
<p>Autres attributs <i>ne connaît que cette huile, plus vendue, plus utilisée</i></p>	<p><i>l'huile rouge est celle des ancêtres</i></p>	

Ce double classement (types d'attributs et type d'huile) montre que :

- 1) Il n'y a **pas d'attributs de connaissance spécifique à chaque huile** (d'où la difficulté à les distinguer, avouée par la plupart des consommateurs).
- 2) Les **attributs d'expérience sont plus fréquents et plus diversifiés pour l'huile industrielle** que pour l'huile artisanale. C'est que l'huile industrielle est choisie pour son comportement en cuisine jugé majoritairement meilleur, plus satisfaisant.
- 3) Les **attributs de croyance sont nombreux pour les deux huiles, et de nature différente**, comme le montrent les critères concernant les techniques de fabrication :
 - pour l'huile industrielle : bien travaillée, propre, filtrée, fait avec les machines etc.
 - pour l'huile artisanale : petite quantité, faite à la main, bien pressée etc.
 - Ainsi, l'huile industrielle sera considérée comme meilleure car issue de procédés modernes d'extraction, mais l'huile artisanale sera considérée comme meilleure car on prend plus de soin, plus de temps pour la faire. Il s'agit donc d'attributs de croyance de nature logiquement « industrielle » pour l'huile industrielle (méthodes modernes d'extraction et contrôle sanitaire), de nature « traditionnelle » ou « domestique » pour l'huile artisanale (faite à la main, soin, temps passé)⁵.
- 4) En ce qui concerne le second type d'attributs de croyance, on peut parler de **deux visions de la pureté**, le pur comme apuré, épuré, par un processus industriel et contrôlé, le raffinage, *versus* le pur naturel, sans adjonction ni mélange (cf M.Douglas).

⁵ Cf Sylvander, 1995.

Plus globalement ressort une conception du « soin » de nature industrielle (hygiène, contrôle) ou domestique (temps passé, travail à la main, attention).

Outre ces attributs de nature industrielle ou domestique (à ces derniers s'ajoute la référence à la tradition), on trouve aussi des attributs de nature marchande, se référant soit à la restriction de son espace de choix, soit aux choix des autres ménagères.

Les procédures de qualification

Contrairement aux attributs de connaissance, les attributs d'expérience et de croyance ne peuvent pas être éprouvés en situation. Comment les ménagères s'assurent-elles alors de ces attributs ? Les procédures de qualification s'appuient sur des indices accessibles en situation (notamment sensoriels, mais pas uniquement, comme on va le voir) et sur des facteurs accessibles seulement via des intermédiaires (par exemple information demandée au vendeur).

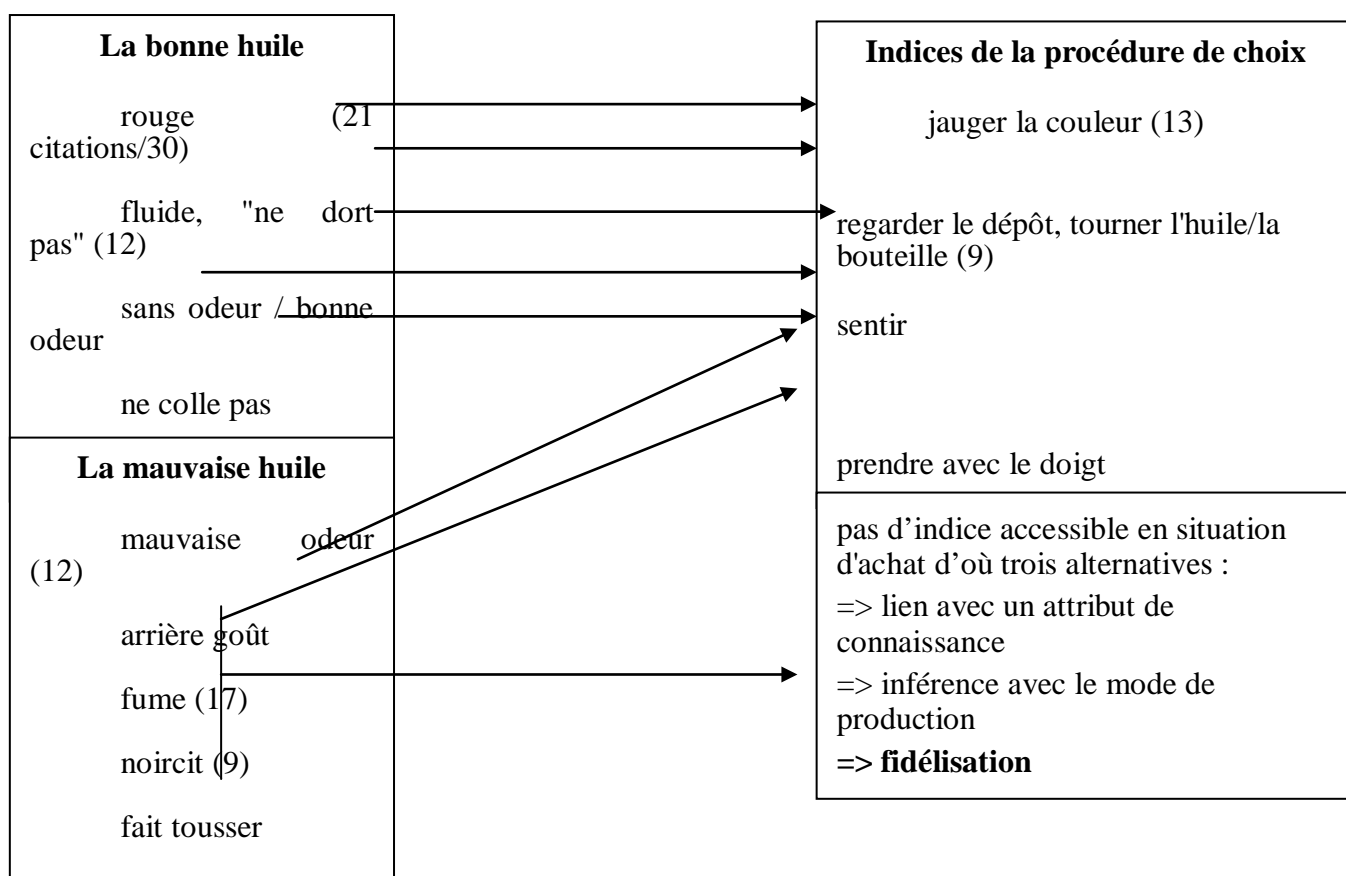
- - soit elles établissent **un lien entre l'attribut d'expérience ou de croyance et un attribut de connaissance** qu'on appellera alors un « proxi » (Cheyns & al., 2002), ou indice indirect, **mais accessible** : par exemple, la plupart des ménagères recherchent une huile bien rouge parce qu'elles pensent qu'une huile bien rouge se comportera mieux à la cuisson, et qu'à l'inverse une huile un peu noire, ou jaune, ou blanchâtre, fumera.
- - soit elles établissent **une inférence entre le mode de production et la qualité**, c'est-à-dire un lien avec **l'attribut d'expérience ou de croyance inaccessible** : par exemple, elles jugent notamment que les techniques de fabrication industrielle garantissent mieux le bon comportement de l'huile en cuisine, ou bien la couleur bien rouge, elle-même garante du bon comportement en cuisine. En ce cas, elles cherchent d'abord à identifier le mode de production.
- soit elles s'installent dans une **procédure de fidélisation** avec leur vendeuse, lorsque l'huile de celle-ci les a satisfaites.

Les trois alternatives ne sont pas exclusives, et la troisième englobe souvent les deux autres, tout en évitant de reconduire l'épreuve de qualification à chaque nouvel achat.

Quels sont les indices sensoriels de la procédure de choix dans les discours ? Une bonne huile doit être :

- - rouge, ce qui peut se jauger en situation d'achat ;
- - fluide, ce qui peut se voir par le niveau de dépôt, en tournant la bouteille ou l'huile dans le seau ;
- - sans odeur / bonne odeur, et l'huile peut se sentir ;
- - ne collant pas, ce qui peut se vérifier en en prenant avec le doigt dans la paume de la main
- - ne pas avoir d'arrière goût ou avoir bon goût, ce qui peut se vérifier en goûtant.

Figure 1 : Relations entre caractéristiques de qualité de l'huile rouge et indices sensoriels de la procédure de choix



La procédure de choix dans les observations de séquences d'achat

Sur près de 200 interactions d'achat observées sur ces quatre marchés de Yaoundé :

- 31% regardent l'huile attentivement mais sans la goûter
- 14% éprouvent sa texture
- 7% seulement goûtent

La procédure sensorielle apparaît donc minoritaire. Alors qu'il s'agit d'un produit alimentaire, pourquoi l'indice gustatif est-il si peu présent ? De fait, dans les entretiens, les ménagères expliquent qu'elles goûtent seulement en cas de doute, par exemple lorsqu'elles « essaient » un nouveau vendeur, lorsqu'elles ont un doute sur la couleur, et plutôt sur l'huile artisanale. Donc, dans le cas d'opérations de qualification « problématiques », par opposition aux opérations de qualification « routinières », qui représentent environ 52% des observations⁶.

Les indices sensoriels ont en outre des degrés de fiabilité variables : le goût et l'odeur sont plus fiables que la couleur.

C'est ce qui ressort aussi d'un test d'identification de trois huiles, deux d'entre elles industrielles et la troisième bassa :

- - échantillon 1 d'huile industrielle bien rouge, bien fluide ;
- - échantillon 2 d'huile industrielle moins rouge, moins fluide (ayant du dépôt) ;
- - échantillon 3 d'huile artisanale rouge et fluide ;

⁶ Sur cette notion, Cf Lamine, 2003

Les personnes (quelques ménagères et quelques vendeurs) pensaient tout d'abord, en regardant simplement et sans ouvrir les bouteilles pour sentir et/ou goûter, que l'échantillon d'huile artisanale était le 2 (moins rouge, moins fluide). Puis, en ouvrant la bouteille pour sentir et parfois goûter, ils reconnaissaient l'huile artisanale dans le 3 (pourtant rouge et fluide comme l'est plus fréquemment l'huile industrielle).

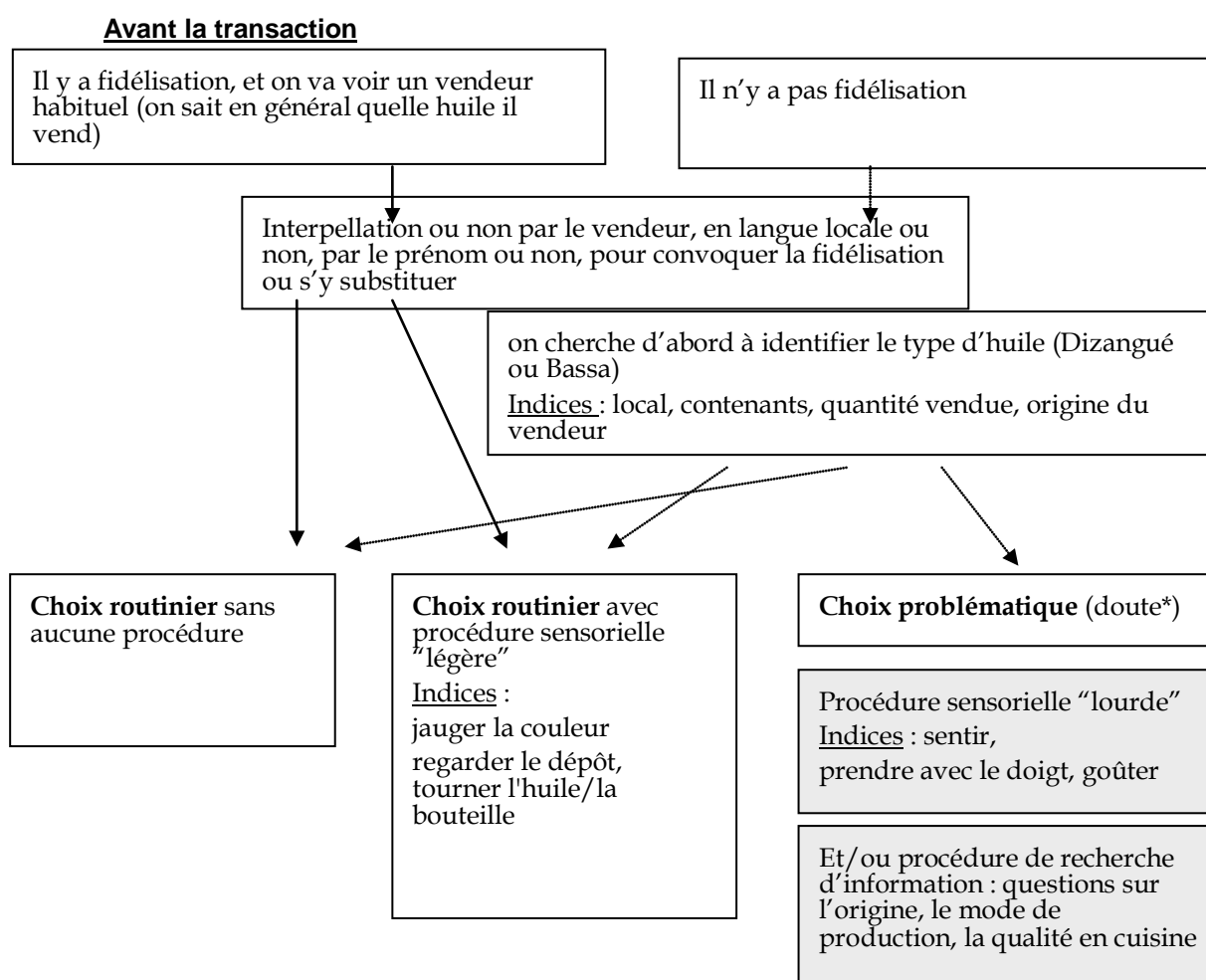
A ces indices sensoriels s'ajoutent enfin des **indices non sensoriels essentiels : l'identification de l'huile comme industrielle ou artisanale par le comptoir, l'origine du vendeur, les contenants, la quantité vendue, la visibilité des livraisons de l'usine.**

Quant à la recherche d'information (questions du type : « *c'est bien de l'huile bassa ?* », « *elle est bien lourde* », « *elle est bonne pour le koki* » etc.), elle est loin d'être systématique. Que se passe-t-il d'autre, pouvant jouer plus couramment dans l'opération de qualification ?

- 57% des acheteuses sont déjà connues du vendeur, selon ce dernier (fidélisation)
- 55% des interactions se déroulent dans la langue locale (il y a donc proximité ethnique avec le vendeur)
- 43% des acheteuses sont interpellées par le vendeur.

Ces éléments nous permettent de reconstituer un diagramme des modules opérationnels de la procédure de choix.

Figure 2 : Schéma de la procédure de choix



* il s'agit bien de doute et non de suspicion, doute par exemple lié à la présence d'un nouveau vendeur, au choix ponctuel d'huile artisanale alors que d'habitude on utilise l'huile industrielle

Les inférences ordinaires entre processus de fabrication et qualité de l'huile

Les analyses à partir de la bonne huile et de la mauvaise huile montrent que les inférences entre processus de production et qualité de l'huile sont assez homogènes dans l'échantillon : l'huile de qualité est faite à partir de noix non pourries, bien mûres, avec du soin, la fabrication est bien faite.

Dans les **inférences faites par les consommateurs entre processus de fabrication et qualité de l'huile**, la couleur est corrélée à la fraîcheur des noix bien plus qu'au type de noix, comme c'était le cas en Côte d'Ivoire. La représentation du foulage aux pieds est fortement ambivalente. Ces inférences dépendent aussi du degré de familiarité des consommateurs avec le processus de fabrication.

Y a-t-il un lien entre le degré de connaissance du produit et la préférence pour l'huile industrielle ou artisanale ? Pour répondre à cette question, il faut distinguer deux types de connaissance, ordinaire ou pratique. Appelons acheteurs « ordinaires » ceux qui n'ont jamais fabriqué l'huile eux-mêmes. La quasi-totalité des personnes interviewées identifient tout de même au moins deux types d'huile, ce qui définit cette connaissance ordinaire de l'huile. Appelons « connaisseurs » ceux qui en outre, ont déjà fabriqué l'huile. Il s'agit donc d'une connaissance d'ordre pratique, liée à la familiarité avec le processus de production.

Tableau 2 : Préférences des consommateurs « ordinaires » et connaisseurs

	Consommateurs « ordinaires »	connaisseurs
Préfèrent l'huile artisanale	7 Jugée risquée par les consommateurs « ordinaires » sauf si elle vient du village et/ou est faite maison	15 Préférée par les « connaisseurs », du moins pour certains plats, surtout si elle est à base de noix naturelles
Préfèrent l'huile industrielle	45 Préférée par les consommateurs « ordinaires » car régulière	17
total	52	32

Modes de coordination des acteurs

Modes d'approvisionnement et fidélisation

Les modes d'approvisionnement sont assez homogènes ; la très grande majorité des ménagères achète l'huile régulièrement au marché, l'achat au village demeurant très ponctuel et lié à des déplacements pour des visites à la famille. Enfin, l'achat dans le quartier, aux boutiques, ressort surtout du dépannage.

Les pratiques de fidélisation, troisième manière de parer à l'inaccessibilité des attributs d'expérience et de croyance, sont assez binaires (soit une forte fidélisation, soit peu de fidélisation) : dans l'enquête quantitative, **41% des interviewés ont un seul vendeur, un « asso », parce qu'il les satisfait, mais aussi qu'il ne leur ment pas en cas d'irrégularité du produit**, voire les envoie ailleurs.

A l'opposé, 49% changent toujours, se disant en recherche de qualité et privilégient la possibilité de comparer.

Entre les deux, seuls 10% ont 2 ou 3 vendeurs, ce qui leur permet de se garantir leur approvisionnement.

L'hypothèse de départ établie dans la fiche de stage concernant une plus forte fidélisation et un besoin plus fort de circuit court pour l'huile artisanale, est ici à nuancer : **que leur préférence aille à l'huile industrielle ou à l'huile artisanale, les proportions sont les mêmes de consommateurs très fidélisés ou au contraire très peu fidélisés.**

A partir des analyses précédentes au sujet des opérations de qualification, des inférences établies par les consommateurs entre processus de fabrication et qualité du produit, et des modes d'approvisionnement, on peut maintenant dresser une typologie permettant d'explicitier les modes de coordination entre consommateurs et vendeurs.

Tableau 4 : Typologie mode de production / circuit de commercialisation / opération de qualification

	<i>mode de production</i>	<i>circuit de commercialisation</i>	<i>opération de qualification</i>
huile du village	"à la main"	achetée ou donnée au village ou rapportée par un proche	aucune procédure car confiance interconnaissance essentielle
huile artisanale (bassa) <i>(qualité jugée irrégulière)</i>	"foulée aux pieds" / pressoirs manuel en bois de fait plus souvent malaxeur / pressoirs mécaniques	achetée directement aux femmes des villages venant au marché ou à des détaillants (plutôt Bassa) achetant aux Bayam Sellam (collectrices)	Fidélisation, interpellation évaluation visuelle évaluation "gustative" questions aux vendeurs
huile industrielle <i>(qualité jugée régulière)</i>	production industrielle mécanisée	achetée à des grossistes livrés par camions ou à des détaillants (plutôt Bamiléhés)	fidélisation interpellation évaluation visuelle évaluation de la texture

Coordination entre acteurs professionnels

Nos observations sur les marchés, validées ensuite lors d'entretiens avec des vendeurs et d'une discussion de groupe avec 5 vendeurs, conduisent à distinguer **trois types de commerçants** : les grossistes ou détaillants ayant un local, les détaillants sans local et les vendeurs ambulants. Cette distinction fait également sens pour les consommateurs.

On peut repérer **deux circuits distincts** pour l'huile artisanale et l'huile industrielle, avec pour chacun son **grossiste spécifique** :

- la **bayam sellam** pour l'huile artisanale : elle va collecter l'huile dans les villages, ou l'achète parfois à la gare, où arrivent les producteurs qui viennent vendre leur huile. Mais elle n'entre pas toujours en piste puisque le producteur peut venir en ville et vendre lui-même sur le marché ou livrer aux détaillants, et le détaillant peut aller au village.
- le **grossiste agréé** pour les usines : tout le monde ne peut aller acheter en grosses quantités à l'usine, il faut être référencé en début de saison, comme l'a confirmé l'usine. Cela permet à l'usine d'éviter de favoriser des opportunistes en période de pénurie, au détriment de clients grossistes plus fidèles (*cf infra*). Ces grossistes agréés vendent à la fois

directement aux consommateurs, à des grossistes non agréés, et à des détaillants, qu'ils soient de marché, de quartier ou ambulants.

Ces deux circuits **se recoupent en partie** : certains grossistes agréés achètent aussi de l'huile artisanale, certains détaillants vendent les deux huiles.

Il faut remarquer que **le circuit de l'huile industrielle peut être court** : un seul intermédiaire lorsque le consommateur achète aux grossistes agréés, qui ont des dépôts sur les marchés. Ce sont de fait des interactions très fréquentes. A l'inverse, le circuit de l'huile artisanale peut être long (lorsque la bayam sellam revend à un détaillant qui revend à un autre, par exemple).

Interdépendance des stratégies d'approvisionnement professionnelles entre les périodes d'abondance et de pénurie

Les prix de l'huile de palme varient fortement au long de l'année (de 400Fcf en période d'abondance, de janvier à juin environ, à 700F, parfois 800F en période de pénurie, en septembre- octobre).

Outre les effets sur la consommation des ménages évoqués précédemment, ces variations de prix sur l'année ont deux conséquences principales :

D'une part, certains grossistes qui ont du capital stockent de l'huile (notamment artisanale) les mois précédents la pénurie et la revendent, parfois la mélangent, en période de pénurie. Ces variations engendrent donc une méfiance sur les éventuels mélanges.

D'autre part et surtout, elles entraînent un fonctionnement bien particulier de la coordination entre grossistes et vendeurs. Si la plupart des détaillants ont quelques fournisseurs, ils en limitent le nombre car « *avoir un seul fournisseur garantit l'approvisionnement en période difficile* » dit un vendeur interviewé sur le marché d'Essos : le degré de fidélisation est de ce fait assez fort à ce niveau de la filière, comme pour les consommateurs. Mais bien plus, **en évitant de « faire du chantage », de discuter trop le prix avec leur fournisseur (producteur, grossiste, ou bayam sellam) en période d'abondance, les professionnels se préparent une garantie d'approvisionnement en période creuse.**

La confiance se construit donc non seulement sur la durée, mais surtout elle repose sur la continuité et l'ajustement des relations entre la saison de pleine production et la période de pénurie.

La similarité des prix de l'huile industrielle dans tous les grands marchés de Yaoundé, et leur forte augmentation alors que les prix de sortie des usines sont fixes, atteste soit d'une forte concurrence, soit d'une forte organisation (et vraisemblablement des deux).

- soit les grossistes ont des coûts de transports plus élevés car les usines ayant du stock disponibles sont plus éloignées de Yaoundé (en partie vérifié),
- soit il y a une entente entre les grossistes qui font l'essentiel de leur bénéfice sur ces marges élevées de la période de pénurie.

Il resterait à étudier plus finement les **modes d'organisation collective des grossistes et vendeurs.**

Conclusion

L'analyse de l'évolution des pratiques culinaires et des variations de l'usage de l'huile rouge en fonction des types de plats permet d'évaluer la « résistance pratique » de l'huile rouge. L'analyse des fonctions non alimentaires de l'huile rouge (remèdes, rites, dot) donne la mesure de sa « résistance symbolique ».

1. La résistance de l'huile rouge par rapport aux huiles raffinées **est fortement subordonnée à son avantage en terme de prix** ; et à la sensibilisation sur ses **effets sur la santé**.
2. L'huile rouge artisanale peut être crédibilisée par rapport à l'huile rouge industrielle, si on la **fait circuler dans un réseau de familiarité**, avec des porte paroles efficaces.
3. Cette étude amène à nuancer l'opposition classique entre circuit court et circuit long et surtout à ne pas la considérer comme homologue de l'opposition entre produit artisanal et produit industriel.

Le cas du Cameroun montre que l'on peut trouver de la proximité dans la commercialisation d'un produit industriel, et du circuit court, puisque dans ce cas de l'huile rouge, la majorité des consommateurs achète à des grossistes qui se fournissent directement à l'usine. S'ils préfèrent l'huile industrielle, ils préfèrent aussi qu'elle vienne le plus directement possible de l'usine. D'autre part, qu'il s'agisse d'huile industrielle ou d'huile artisanale, avoir un « asso » procure des avantages identiques : les cadeaux et ristournes, et une franchise du vendeur sur la qualité de son huile.

Le cas de la Côte d'Ivoire avait montré que l'huile rouge illustre le besoin de proximité sociale dans la coordination des acteurs d'une filière pour qualifier un produit marqué par son origine territoriale (Cheyns & al., 2002). Le cas du Cameroun montre que ce besoin est fort aussi pour le produit industriel.

4. Les procédures de qualification des consommateurs s'appuient sur des indices sensoriels (couleur, odeur, texture), mais aussi sur des indices non sensoriels (contenants, types de comptoirs, de vendeur). Le fort taux de fidélisation permet à ces procédures de qualification d'être la plupart du temps routinières. Mais lorsqu'elles deviennent problématiques, la procédure sensorielle est plus précise et poussée, et une recherche d'information peut se mettre en place.
5. Les attributs de croyance, dominants dans les motifs de préférence de telle huile, renvoient surtout à des inférences établies avec le mode de production, soit industriel soit artisanal. On doit ici compléter la notion de « type » d'attributs (de connaissance, d'expérience, de croyance), par celle de « nature » d'attribut (nature industrielle ou domestique, notamment).

Références bibliographiques

- Aka A., 2002 : Géographie économique de l'huile de palme artisanale : une application aux circuits de commercialisation d'Abidjan, mémoire ESITPA-DIRAD
- Boltanski L. et Thévenot L., 1991 : De la justification – Les économies de la grandeur, Paris, Gallimard
- Cheyns E., Bricas N., Aka A., 2002 : « Des circuits courts et des réseaux sociaux : la proximité pour qualifier un produit territorial, l'huile de palme rouge en Côte d'Ivoire », Colloque SYAL, Montpellier
- Darby MR. et Karni E., 1973 : « Free competition and the optimal amount of fraud », Journal of law and economics, 16 : 67-88
- Delluc A., Lalau Keraly A., 1986 : Projet de fabrication du pressoir caltech à huile de palme au Cameroun, document GRET
- Douglas M., 1998 : « La pureté du corps », Terrain, n°31, 5-12

- Dury, S., 2001 : Consommation des huiles et graisses dans les villes du sud Cameroun, note de travail CIRAD/IITA
- Dury, S., 2002 : Y a-t-il une cohérence entre les données de production et de consommation de l'huile de palme au Cameroun ?, note de travail CIRAD/IITA
- Hirsch R.D., 1999 : La filière huile de palme au Cameroun dans une perspective de relance, Agence française de développement
- Lamine C., 2003 : La construction des pratiques alimentaires face à des incertitudes multiformes, entre délégation et modulation. Le cas des mangeurs bio intermittents, Thèse de sociologie EHESS, décembre 2003
- Nelson P., 1970 : « Information and consumer behavior », Journal of political economy, 78, 2 : 311-329
- Rafflegeau S., Ndigui B., 2001 : Synthèse d'enquêtes agro-économiques réalisées dans une centaine d'exploitations élaéicoles au Cameroun, MINREST-IRAD-CIRAD
- Sylvander B., 1995 : « Conventions de qualité, marchés et institutions : le cas des produits de qualité spécifique », in Nicolas F. et Valceschini E. eds., Agro-alimentaire : une économie de la qualité, INRA Editions, Economica : 167-185

B. Complément à la synthèse de l'étude Cameroun : Emmanuelle Cheyns (juin 2004)

1. Importance de la couleur dans la qualification

Une simple analyse de fréquence des termes associés à l'huile rouge, dans le corpus construit à partir de l'ensemble des 30 entretiens réalisés à Yaoundé, nous donne une première idée de la façon dont est qualifiée l'huile (ici les qualificatifs sont classés par nombre d'occurrence décroissant)⁷ :

- - l'huile est d'abord qualifiée par sa couleur **rouge** (499) ;
- - puis par son **goût** (268) ;
- - puis par son **prix**, sa cherté (154)
- - par son **odeur**, ce qu'elle sent (111) ;
- - parce qu'elle **dort** ou non (47) ;
- - parce qu'elle **colle** ou non (33).

2. Point méthodologique sur les attributs

A partir des entretiens, il apparaît qu'une **bonne huile** doit être rouge, fluide, sans odeur / bonne odeur, ne collant pas, bon goût. Mais les raisons pour lesquelles **on préfère telle huile** sont plutôt qu'elle est sans odeur, ne fume pas, ne dort pas, a bon goût, est bien fabriquée :

<i>La bonne huile</i>	<i>Pourquoi préférez-vous telle huile ?</i>
rouge (21 citations/30)	Couleur (1)
fluide, "ne dort pas" (12)	Fluide, clair, homogène (2)
sans odeur / bonne odeur	sans odeur, ne fume pas, ne dort pas, goût (11)
ne colle pas	bien fabriquée (12)
bon goût	

Source : les 30 entretiens de Yaoundé

Ainsi, lorsque l'on passe de la description de la bonne huile aux motifs de la préférence pour telle huile, les attributs cités changent. On passe d'un mélange d'attributs de connaissance (rouge) et d'expérience (ne dort pas), à un mélange d'attributs d'expérience (ne dort pas, ne fume pas) et de croyance (bien fabriquée). Ainsi, si une bonne huile est décrite comme devant être rouge, les ménagères ne la préfèrent pas à une autre parce qu'elle est rouge, mais surtout parce qu'elle se comportera bien en cuisine. La couleur est éventuellement un indice (ou indicateur⁸) de cet attribut d'expérience.

Les deux manières de poser la question — qu'est-ce qu'une bonne huile ; pourquoi préférez-vous telle huile — sont complémentaires car elles permettent de mettre au jour des attributs différents. Le premier type de questions donne davantage accès aux attributs de connaissance et d'expérience (on reconnaît la bonne huile à l'achat et à l'usage), le second type de questions donnant quant à lui accès aux attributs d'expérience et de croyance (l'huile est bonne car elle se comporte bien en cuisine, et car est produite de telle manière).

⁷ Un tel comptage ne veut rien dire en termes de valeurs absolues, puisque le terme a pu être employé par l'enquêteur dans une relance, mais c'est la confrontation des différents termes qui a un sens. Les occurrences « faussées » ont été supprimées (par exemple « dort » si c'est l'enfant qui dort, et non l'huile !).

⁸ Cheyns & al., 2002, emploient le terme d'indicateur.

Cette confrontation montre donc l'importance des attributs d'expérience et de croyance dans la qualification du produit.

3. Attributs de l'huile rouge artisanale et de l'huile rouge industrielle

Dans l'enquête quantitative également, on a demandé aux ménages les motifs de leur préférence.

	Huile industrielle (70 personnes)	Huile artisanale (22 personnes)	Total
Techniques de transformation modernes	29	0	29
Bien filtrée	11	0	11
Raffinée	7	0	7
Ne fume pas	6	0	6
Contrôle sanitaire	5	0	5
Bon goût	8	3	11
Bien traitée	2	3	5
Pas de mélange, pur	0	9	9
Faite à la main (par les mamans)	0	7	7

(attributs cités par plus de 7 personnes dans l'enquête quantitative)

Certains attributs sont donc propres à l'une ou l'autre huile, mais d'autres peuvent qualifier l'une ou l'autre huile.

L'huile industrielle est préférée parce qu'elle est « *faite avec des méthodes modernes, des machines, fabriqué avec des méthodes industrielles, extraite par les machines, fait dans les usines* » etc. Mais aussi parce qu'elle est raffinée, et bien filtrée.

L'huile artisanale est préférée parce qu'elle est pure, sans mélange, « *c'est ce que nos mamans font, c'est fait à la main, en petite quantité, fait par nos mamans à la main* » etc. Ce qui rejoint la description de l'huile du village comme produit « dédié », dans le cas de la Côte d'Ivoire (Cheyns E. & al., 2002).

Les attributs d'expérience sont plus fréquents et plus diversifiés pour l'huile industrielle que pour l'huile artisanale. C'est que l'huile industrielle est choisie pour son comportement en cuisine jugé majoritairement meilleur, plus satisfaisant : elle offre une garantie au niveau de l'usage culinaire. (huile dizangue = surtout qualifiée pour ses attributs d'expérience).

« *La façon qu'on fait artisanalement, tu mets au feu ça fume, et quand tu fais les frites avec ça noircit or il y a l'autre qu'on extrait avec la machine, quand tu fais blanchir ça, ça devient très clair, tu fais les frites avec ça se présente bien » (Isabelle, 37 ans, Bamiléké, n°1). Ce qui la rapproche du reste de l'huile « d'arachide » dont la même personne dit plus loin qu'elle l'utilise « *quand tu voudrais vraiment embellir oui embellir le plat, c'est plus joli, (...), ça donne bien de l'éclat* ».*

La préférence pour l'huile artisanale renvoie plus rarement à des attributs d'expérience, et lorsque c'est le cas, il s'agit du goût traditionnel des mets pour laquelle elle est jugée préférable à l'huile industrielle : par exemple, le koki ou la sauce jaune pour certaines ménagères.

On peut alors parler d'un **attribut d'expérience renvoyant à l'efficacité technique, côté huile industrielle**, que l'on pourrait donc qualifier de nature industrielle, et d'un attribut de nature domestique du côté de l'huile artisanale, renvoyant à la tradition. Cependant, chez

certaines ménagères, il peut aussi s'agir d'une supériorité en terme de comportement culinaire de l'huile artisanale, lorsque sa texture est jugée plus adaptée à la réalisation d'un plat.

Enfin, les attributs de croyance sont nombreux pour les deux huiles, et de nature différente, pour le soin apporté à la fabrication :

- - pour l'huile industrielle : bien travaillé, propre, filtré, fait avec les machines etc.
- - pour l'huile artisanale : petite quantité, fait à la main, bien pressé etc.

Ainsi, l'huile industrielle sera préférée parce qu'elle est issue de procédés modernes d'extraction, alors que l'huile artisanale sera préférée car on prend plus de soin, plus de temps pour la faire. Il s'agit alors d'**attributs de croyance de nature logiquement « industrielle » pour l'huile industrielle (méthodes modernes d'extraction et contrôle sanitaire), de nature « traditionnelle » ou « domestique » pour l'huile artisanale (fait à la main, soin, temps passé).**

L'huile industrielle est bien travaillée : « *la transformation est mécanisée, contrôlée, pas souillée, pas de fumée lors de la cuisson* ». (Véronique, 30 ans, Béti, n°5). Elle est aussi qualifiée d'« améliorée ».

Mais l'huile artisanale est « bien travaillée » à sa façon : « *Il faut utiliser nos muscles à l'état brut, alors que les machines gâtent déjà quelque chose* » (Rose, 30 ans, région littorale, n°3). Le **temps passé** est essentiel à la qualité du produit, comme pour la cuisine : « *Le koki s'écrase aussi sur la pierre, ça dépend de tout un chacun, puisque maintenant vous les Blancs, vous avez emmené la paresse avec les moulins et tout...les femmes ne veulent plus faire la cuisine comme au temps de nos grands-parents, et quand tu manges le koki qu'on a écrasé à la machine, et celui qu'on a pilé, il y a un goût différent. S'il faut bien manger il faut prendre du temps* » (Nathalie, 36 ans, Béti, n°9). Ainsi que la **petite quantité** : « *l'huile du village, c'est très bon, parce qu'on ne fait pas beaucoup, il n'y a pas beaucoup de noix* » (Hortense, 43 ans, Béti, n°11). Elle est « **non mélangée** » : « *c'est une huile qui n'a pas de mélange, l'origine des palmiers, c'est pas des palmeraies, mais c'est des palmiers qui poussent comme ça, après lorsqu'on le prend, on presse, il n'y a pas de mélange, donc c'est presque très liquide, par rapport aux autres huiles qui ont des mélanges, celles qui viennent de la raffinerie, celle du village se presse à la main, puis il n'y a plus d'autres mélanges dedans, c'est des palmiers sauvages.* » (Hortense, 43 ans, Béti, n°11)⁹. Elle est naturelle, au sens d'une **production non forcée**, contrairement à celle des palmeraies sélectionnées, pour les interviewés qui font la différence (cf *infra*), ici en analogie avec l'élevage : « *La différence c'est que les palmiers sélectionnés sont comme des poulets qu'on élève [par rapport aux] poulets du village* », ajoute le mari d'Hortense.

On peut ici confronter nos observations à celles menées en Côte d'Ivoire. En Côte d'Ivoire, les attributs de croyance dominaient pour les huiles artisanales, et les attributs de connaissance pour les huiles « de masse » (cf Cheyns et *ali*, 2002). Néanmoins, il faut préciser qu'en Côte d'Ivoire, ces huiles de masse étaient non pas industrielles comme au Cameroun, mais issues d'une production artisanale non dédiée, par opposition à une production artisanale dédiée. Au Cameroun en tout cas, **les attributs de croyance sont majoritaires pour les deux types d'huile**, mais de nature différente.

Mais on peut aller plus loin que l'identification d'une nature plutôt domestique ou plutôt industrielle des attributs : on peut aussi dire que pour l'huile industrielle, ce sont des éléments précis du processus de production qui sont évoqués (machines, filtrage), alors que pour l'huile artisanale, c'est la globalité du processus, et le soin apporté. Dans le premier cas de l'huile industrielle, on est plutôt sur **un mode analytique dans les liens de causalité entre facteurs**

⁹ même si, on va le voir, peu de ménagères insistent sur la différence entre noix de palmiers naturels et sélectionnées.

de production et qualité de l'huile. Dans le second, on est sur un mode **systémique** (cf Allaire, 2002). Ce dernier résultat serait à confirmer par une analyse plus fine du corpus.

4. Procédures de qualification

La qualité de l'huile rouge artisanale est jugée de qualité plus irrégulière.

5. Crainte des mélanges

Enfin, on a relevé précédemment la crainte des mélanges, évoqués spontanément par plus de la moitié des ménagères en entretien (elles évoquent des mélanges surtout entre huiles de qualités différentes, mais aussi des mélanges avec de l'eau voire avec du gasoil). Or, comment être sûr qu'un vendeur ne mélange pas son huile ? D'une part, d'après les entretiens, les clients estiment souvent qu'un vendeur livré par le camion de l'usine n'opèrera pas de mélange. Mais surtout, pour se prémunir contre ce risque, la tactique commune est de **refuser une huile déjà servie dans la bouteille** : les clientes préfèrent que le vendeur puise dans le fût ou dans le seau et devant elles (cela n'empêche bien entendu pas que des mélanges aient été faits avant, et la crainte du mélange reste globalement forte). P 48.

6. Consommateurs expérimentés à Douala : une autre typologie des huiles ?

Il existe bien entendu des exceptions, puisque certains consommateurs sont familiers du produit et du processus de production, notamment à Douala : « *Il y a les palmiers sélectionnés plantés avec les engrais et les palmiers naturels. Ce sont ces palmiers qui ont une huile ferme avec une bonne odeur dans les mets traditionnels. Elle reste et ça fait rougir les mets* » (Marie Rose, groupe de discussion d'hommes, Douala). De même, cet homme qui reconnaît trois qualités d'huile rouge :

- « L'huile des palmeraies sauvages ; elle est de meilleure qualité.
- – l'huile issue des palmeraies sélectionnées mais avec une transformation artisanale, elle est de qualité moyenne.
- – l'huile issue des palmeraies sélectionnées et transformées industriellement : la qualité est moins bonne que les deux autres » (Nicole, groupe de discussion d'hommes, Douala).

Plusieurs personnes préférant l'huile artisanale évoquent le recours à des produits, pour l'huile industrielle : engrais au stade de la production, produits chimiques au stade de la transformation : « *dans les plantations capitalistes là ils utilisent juste les produits, alors que pour les villageois là ils n'utilisent rien, ça grandit tout seul donc ça a le temps d'atteindre sa maturité tout seul, nous c'est pour cela que nous préférons même ça* » (Isabelle, 37 ans, Bamiléké, n°1).

Dans l'enquête, l'ignorance des circuits apparaît forte (**60% des ménagères disent ne pas savoir où s'approvisionne leur vendeur**), ou est-ce de l'indifférence ? Les consommateurs préférant l'huile artisanale ne semblent pas mieux connaître les lieux d'approvisionnement de leur vendeur. Seuls ceux qui ont déjà fabriqué l'huile les connaissent un peu mieux, ce qui confirme l'importance de cette familiarité au processus de production. En tout cas, cette ignorance des circuits peut renforcer un éventuel besoin de fidélisation¹⁰.

7. Circuits courts ?

Les ménagères préfèrent l'huile artisanale vendue directement par les producteurs. Parmi les 30 ménagères rencontrées en entretien, presque toutes celles qui préfèrent l'huile artisanale

¹⁰ Cette ignorance est relative, et dans les entretiens qualitatifs, il ressort clairement que les consommateurs distinguent bien, grâce à des indices accessibles, un circuit propre à l'huile industrielle (les camions citernes, les futs) et un circuit propre à l'huile artisanale (cf supra).

évoquent soit l'origine géographique de l'huile (le pays bassa, du village directement), soit l'achat direct au producteur ou à un représentant de ce dernier (ou évoque l'un et l'autre). « *J'achète au marché chez les vieilles mamans, surtout quand je vois une maman du village, elle pose sa bouteille de trop avec un truc de bambou qu'elle a fermé en haut avec, je sais que celle ci sort du village directement, et tu vois comment cette huile est bien faite, toi même tu as envie de l'acheter* » (Marie, 39 ans, Béti, n°15) « *On l'achète aux Bassa même, il y a quelques petits vendeurs d'huile là qui quitte du pays Bassa même pour venir vendre ça ici* » (Isabelle, 37 ans, Bamiléké, n°1). « *Celle chez qui on achète, ça sort de son village, comme c'est une Bassa, elle s'approvisionne de ce côté là. Elle part la chercher là-bas* » (Chantal, 21 ans, Béti, n°16). A défaut, les ménagères évoquent parfois le lien de parenté entre la vendeuse et le producteur.

8. La résistance de l'huile rouge artisanale par rapport à l'huile rouge industrielle, et ses conditions

A Yaoundé, la **préférence pour l'huile artisanale**, minoritaire, est corrélée à un certain **degré de compétence** des ménagères et/ou à une forme **d'identification du producteur**, même indirecte. En effet, les descriptions de processus d'approvisionnement montrent que les consommateurs appréciant et achetant de l'huile artisanale parlent souvent de vendeurs de confiance et même souvent de vendeurs bassa, ou de gens allant s'approvisionner en pays bassa. Il doit y avoir une sorte de continuité garantie jusqu'au stade de la transaction, ce qui renvoie au lien entre proximité et traçabilité, lien incarné par la présence du producteur à son produit (cf le développement sur ce point dans ma thèse, Lamine, 2003). D'autant que, contrairement à la Côte d'Ivoire, il y a très peu d'approvisionnement au village chez les consommateurs camerounais, en tout cas à Yaoundé (et les gens ne sont pas prêts à adopter un mode d'approvisionnement plus exigeant).

Quel est alors le devenir de l'huile artisanale ? Il me semble que la condition pour crédibiliser l'huile artisanale, est de la **faire circuler dans un réseau de familiarité**, avec des porte paroles efficaces. Cela est lié à la **nature des attributs de croyance, nature domestique** pour l'huile artisanale, par opposition à l'huile industrielle.

J'ajouterais que le cas de la Côte d'Ivoire peut inciter à se demander si au Cameroun, il pourrait y avoir de même un produit plus « dédié », plus cher aussi, à valoriser, et en ce cas peut-être pour une clientèle plus aisée, prête à mettre le prix. Le cas de figure n'existant pas, puisque le différentiel est faible et en général l'huile artisanale moins chère, hormis à Douala, ce point est difficile à tester et supposerait une autre approche (en effet, nous avons travaillé sur les huiles existantes).

9. Ne pas calquer l'opposition entre circuit court et circuit long sur celle entre huile artisanale et huile industrielle

Le cas du Cameroun montre que l'on peut trouver de la proximité dans la commercialisation d'un produit industriel, et du circuit court, puisque dans ce cas de l'huile rouge, la majorité des consommateurs achète à des grossistes qui se fournissent directement à l'usine. S'ils préfèrent l'huile industrielle, ils préfèrent aussi qu'elle vienne le plus directement possible de l'usine. **Il faut ici rappeler que l'huile industrielle est vendue en bouteille non scellée, ce qui ouvre la porte à la suspicion de possibles fraudes** (on parle parfois d'ajout d'eau, de pétrole etc.), de mélange entre types d'huiles, ou encore de problèmes sanitaires ou d'hygiène par exemple lors du transvasement. D'autre part, qu'il s'agisse d'huile industrielle ou d'huile artisanale, avoir un « asso » procure des avantages identiques : les cadeaux et ristournes, et une franchise du vendeur sur la qualité de son huile.

Le cas de la Côte d'Ivoire avait montré que l'huile rouge illustre le besoin de proximité sociale dans la coordination des acteurs d'une filière pour qualifier un produit marqué par son

origine territoriale (Cheyns & al., 2002). Le cas du Cameroun montre que ce besoin est fort aussi pour le produit industriel, pour les raisons évoquées ci-dessus.

Synthèse des études de cas huile rouge en Côte d'Ivoire et au Cameroun

Emmanuelle Cheyns, Nicolas Bricas, Claire Lamine

La première étude en Côte d'Ivoire¹¹ nous amenait à conclure sur un lien ou une cohérence entre le développement de relations de proximité au sein de la filière (productions dédiées, peu d'intermédiaires, des relations personnalisées) et un type d'attribut de qualité recherché par les consommateurs : attribut de croyance. Ceci tout en spécifiant que la nature de ce type d'attribut était particulière, car ancrée dans le local et le patrimoine (proche des critères de typicité, « tradition », etc. - proche du monde domestique en termes conventionnalistes). S'ouvrait alors la question de spécifier ou non une « typologie d'attributs de croyance » : traditionnel, produit à l'ancienne, éthique, équitable, sain, propre, sans OGM, biologique, etc. : ces attributs de croyance sont-ils tous de la même nature ?

La seconde étude de cas lancée au Cameroun propose ainsi de tester 2 questions/hypothèses :

- Tester l'existence d'une différenciation des modes de coordination des acteurs (principalement entre le consommateur et son fournisseur) liée à la nature des attributs de qualité recherchés, et définir cette différenciation. Une hypothèse pouvant être testée est celle de la présence d'une plus grande "proximité" entre consommateurs et fournisseurs quand la qualification porte sur des attributs de croyance telle que la nature des fruits.
- Tester un indice « d'attachement » ou d'exigence de qualité des consommateurs par rapport au produit : mesurer le niveau de connaissance de la qualité des huiles rouges, le niveau d'exigence de cette qualité. Une hypothèse : les consommateurs "connaisseurs", "plus exigeants" sur la qualité, donnent priorité aux attributs de croyance et recourent à des circuits courts (ou de proximité) pour s'approvisionner et qualifier le produit, alors que les consommateurs moins connaisseurs recourent à des huiles plus standards, qualifiées par des attributs de connaissance. »

1. Comparaison des consommations :

Les enquêtes ménages ont été menées dans deux villes : Abidjan et Yaoundé. Quelques compléments par entretiens ont été obtenus dans la ville de Douala située en zone de production à la différence de Yaoundé.

Points communs : Dans les deux cas « l'huile rouge » et « l'huile de palme raffinée » ne sont substituables qu'en partie, c'est-à-dire pour certains plats seulement. Dans la plupart des cas, ces produits sont considérés comme différents et utilisés pour des plats différents : l'huile de palme raffinée en matière grasse de cuisson, l'huile rouge en condiment de plat et de sauce.

Différences :

(ps : consommation d'huile industrielle de marques « villageoise » et « mulapalm » très faibles et non prises en compte dans cette note).

¹¹ Cheyns E., Bricas N., Lamine C., 2004. Attentes de qualité et structuration des filières alimentaires : la segmentation du marché urbain des huiles de palme rouges en Côte d'Ivoire. Cahiers Agricultures ; 13 :4, pp 135-141.

Abidjan	Yaoundé
<u>Huile rouge artisanale seule consommée</u> (pas de consommation d'huile rouge brute sortie des usines, cette huile quand elle est écoulée sur le marché informel part en savonnerie artisanale)	Huile rouge <u>artisanale</u> , mais aussi huile rouge brute sortie des usines (« <u>industrielle</u> »), appelée « huile Dizangué », sont consommées. Cette huile rouge Dizangué est appréciée des consommateurs.
Huile rouge est toujours cuisinée de façon à être consommée « <u>rouge</u> »	Huile rouge peut être consommée <u>rouge</u> ou « <u>blanchie</u> » comme l'huile raffinée par les ménagères elles-mêmes. Le blanchiment est plus aisé avec l'huile Dizangué que l'huile de village.
Huile rouge de moyenne qualité, dite « sodepalm »(artisanale) environ 500 CFA, huile de haute qualité (africaine ou de Man) entre 900 et 1000 CFA : forte segmentation des prix au sein des huiles rouges. Huile raffinée à 650 CFA = légèrement plus chère que huile rouge bas de gamme, moins chère que huile rouge de qualité.	Huile rouge artisanale (450CFA) et huile rouge industrielle Dizangué (500CFA) sont largement moins chères que l'huile raffinée (950CFA). Les ménagères expliquent le blanchiment de l'huile rouge Dizangué comme un substitut moins cher à l'huile de palme raffinée.
Abidjan : consommation d'huile raffinée 3 fois plus que d'huile rouge.	Yaoundé : consommation d'huile rouge (consommée rouge ou blanchie) plus importante que la consommation d'huile raffinée

Il est donc important de noter qu'au Cameroun :

L'huile rouge industrielle « dizangué » est appréciée pour sa capacité au blanchiment, qui est un substitut moins cher à l'huile raffinée. Les ménages qui achètent de l'huile rouge ne la consomment pas à 100% en tant qu'huile rouge. Un des critères important du choix de l'huile dizangué par les ménages en comparaison à l'huile artisanale dite « huile bassa » ou du village, est son caractère de polyvalence (double capacité : huile rouge / substitut de l'huile raffinée, ce que n'a pas l'huile artisanale ou « bassa » qui se comporte très mal au blanchiment).

2. Attributs de qualité

Cas du Cameroun :

L'huile Dizangué bénéficie de deux avantages : son caractère de **polyvalence**, mais aussi sa « **constance** » ou **régularité** dans le temps et l'espace. Produite dans des usines, sa qualité est beaucoup moins variable que l'huile artisanale provenant de différents villages, différentes productrices, avec une variété de procédés. A moins qu'il y ait fraude sur la nature de l'huile, les acheteurs d'huile dizangué savent que le produit est relativement stable et « standard ». Ce qui n'est pas le cas de l'huile artisanale, où les consommateurs jugent la qualité sur les marchés beaucoup plus irrégulière et incertaine.

L'huile bassa ou du village, pour les consommateurs de Yaoundé ne fait pas l'unanimité. 70% des ménages préfèrent l'huile industrielle ! Ceux qui ont une préférence pour l'huile artisanale l'expriment d'ailleurs en l'appelant « huile de village » plutôt que « huile bassa » et sont des consommateurs plus expérimentés ou qui ont une familiarité avec le processus de production (dans l'enquête = ceux qui ont déjà fabriqué l'huile).

	Consommateurs « ordinaires »	Connaisseurs/familiarité
Préfèrent l'huile artisanale	7 Jugée risquée par les consommateurs « ordinaires » sauf si elle vient du village et/ou est faite maison	15 Préférée par les « connaisseurs », du moins pour certains plats, surtout si elle est à base de noix naturelles
Préfèrent l'huile industrielle	45 Préférée par les consommateurs « ordinaires » car régulière	17
Total	52	32

Il semble qu'à l'inverse de Douala (et d'Abidjan), on soit sur un marché de consommateurs peu connaisseurs ou ayant peu expérimenté le procédé de fabrication.

a) Les **attributs d'expérience sont plus fréquents et plus diversifiés pour l'huile industrielle (dizangue)** que pour l'huile artisanale. L'huile industrielle est surtout choisie pour son comportement en cuisine : « ne fume pas », « ne dort pas », « cuit mieux », « frit bien », « blanchit bien ». Elle est en fait plus largement caractérisée par des attributs d'expérience.

La préférence pour l'huile artisanale renvoie plus rarement à des attributs d'expérience, et lorsque c'est le cas, il s'agit du goût traditionnel des mets pour laquelle elle est jugée préférable à l'huile industrielle : par exemple, le koki ou la sauce jaune pour certaines ménagères. Pour l'huile artisanale, les attributs d'expérience cités sont ainsi moins variés, et sont liés au goût, souvent au goût de la tradition : un « bon » goût, un goût « traditionnel ».

b) Les **attributs de croyance sont nombreux pour les deux huiles, mais de nature différente**, comme le montrent les critères concernant les techniques de fabrication :

- - pour l'huile industrielle : bien travaillé, propre, filtré, fait avec les machines, etc.
- - pour l'huile artisanale : petite quantité, fait à la main, bien pressé, en prenant le temps, etc.

Ainsi, l'huile industrielle sera meilleure car issue de procédés modernes d'extraction, mais l'huile artisanale meilleure car on prend plus de soin, plus de temps pour la faire. Il s'agit donc d'attributs de croyance de nature « industrielle » pour l'huile industrielle (méthodes modernes d'extraction et contrôle sanitaire), de nature « domestique » pour l'huile artisanale (fait à la main, soin, temps passé)¹².

Temps passé, petite quantité, non-mélangé, et production non forcée : sont des attributs de qualité liés à la production artisanale que l'on retrouve dans le cas de l'huile africaine ou de l'huile de Man en Côte d'Ivoire.

Cas de la Côte d'Ivoire :

L'étude indiquait :

- des attributs de **croyance** de nature domestique (noix africaines et ancrage locaux des procédés, dédiés, produites en petites quantités, temps + soin + part d'autoconsommation) pour l'huile africaine ou de Man.

¹² Cf Sylvander, 1995.

- des attributs de **connaissance** (couleur) pour l'huile artisanale « de masse » (appelée huile sodepalm, produite en grandes quantités par des artisanes au moyen de presses manuelles et uniquement pour la vente).

Il faut dire qu'en CI l'équivalent de l'huile dizangue n'existe pas ni la pratique de blanchiment de l'huile rouge. On ne retrouve donc pas les attributs d'expérience liés au blanchiment (le comportement en cuisine).

L'autre différence avec la CI réside dans l'établissement d'une qualité de l'huile industrielle, produite avec des machines modernes, des méthodes de filtrage, etc, qui sont autant d'attributs de croyance, mais de nature différente (« industrielle »).

3. Conventions d'effort et de qualité

L'étude Côte d'Ivoire concluait :

- a) huile africaine/de Man : une production interpersonnelle et dédiée (convention d'effort, largement domestique), et le développement de circuits courts et/ou de proximité sociale (convention de qualification) pour l'huile artisanale de Man ou africaine, probablement directement lié au type et à la nature des attributs de qualité recherchés par les consommateurs : attributs de croyance ancrés dans le local, la gestion et la transmission patrimoniale, (parfois traduits par l'origine géographique).
- b) huile sodepalm : production artisanale qui se mécanise, se standardise, et non dédiée (grandes quantités, pour la vente), largement « disqualifiée » par les consommateurs urbains. Pour cette huile, les attributs relèvent essentiellement d'attributs de connaissance (couleur, apparence, fluidité). La « disqualification » de cette huile artisanale, conduit à penser qu'une place est possible pour une huile rouge standard, mécanisée, relayée par des conventions d'effort de nature plus industrielles (cas de l'huile dizangué).

L'étude Cameroun ne permet pas vraiment de confirmer ou de conclure. Il convient d'approfondir l'étude sur Douala notamment et de compléter l'analyse avec les questionnaires actuels.

- a) L'huile bassa ou artisanale, pour certains consommateurs qui l'apprécient, est qualifiée par rapport à des conventions d'effort domestiques, et, si l'on en croit les discours (voir plus bas), des circuits courts. Pour ceux qui ne l'apprécient pas, sa qualité est jugée trop irrégulière ou incertaine. Il est possible aussi dans ce cas que le fait que les consommateurs soient non familiers, les approvisionnements sans relations de proximité, et la très grande variété des procédés de production en zone bassa, ne permettent pas l'établissement de la qualité, cette huile étant renvoyée à un produit « tout venant », et les consommateurs peu exigeant sur des attributs liés à l'origine et au savoir faire patrimonial. L'huile dizangue, soustraite à un ancrage localisé et patrimonial, apporte au moins des garanties sanitaires (propreté, efficacité, etc.).
- b) Circuits : L'étude montre d'abord que la fidélisation des ménagères à un vendeur s'opère tant pour l'huile artisanale que l'huile dizangue, donc autant pour des attributs de croyance domestiques qu'industriels. On observe ainsi le développement de proximité sociale aussi pour l'huile dizangué (attributs d'expérience et de croyance de nature industrielle). Cela infirme la première hypothèse. Cela dit, les raisons de fidélisation n'ont pas été approfondies. La simple crainte de mélanges entre huiles peut tout simplement expliquer la fidélisation à un vendeur pour l'huile dizangué. Dans ce cas il s'agit simplement d'une procédure pour pallier l'asymétrie d'information et l'opportunisme du vendeur (fraude sur la matière première), il ne s'agit pas d'un processus cognitif de qualification des attributs comme pour les huiles du village ou artisanales (ce n'est pas tant pour qualifier le produit que pour simplement pallier à une fraude possible qu'on

observerait la fidélisation). D'autres raisons peuvent aussi être avancées (attributs de la relation, crédit, etc.).

Les extraits d'entretiens confirment cela dit un besoin de circuits courts pour l'huile artisanale :

« extrait du rapport : Les ménagères préfèrent l'huile artisanale vendue directement par les producteurs. Parmi les 30 ménagères rencontrées en entretien, presque toutes celles qui préfèrent l'huile artisanale évoquent soit l'origine géographique de l'huile (le pays bassa, du village directement), soit l'achat direct au producteur ou à un représentant de ce dernier (ou évoque l'un et l'autre). *« J'achète au marché chez les vieilles mamans, surtout quand je vois une maman du village, elle pose sa bouteille de trop avec un truc de bambou qu'elle a fermé en haut avec, je sais que celle ci sort du village directement, et tu vois comment cette huile est bien faite, toi même tu as envie de l'acheter »* (Marie, 39 ans, Béti, n°15) *« On l'achète aux Bassa même, il y a quelques petits vendeurs d'huile là qui quitte du pays Bassa même pour venir vendre ça ici »* (Isabelle, 37 ans, Bamiléké, n°1). *« Celle chez qui on achète, ça sort de son village, comme c'est une Bassa, elle s'approvisionne de ce côté là. Elle part la chercher là-bas »* (Chantal, 21 ans, Béti, n°16). A défaut, les ménagères évoquent parfois le lien de parenté entre la vendeuse et le producteur. »

c) Ce que nous avons appelé attribut de croyance comme l'origine géographique (huile de Man par ex.) ou « une production traditionnelle » peut être :

- un proxy d'un attribut d'expérience (comme le goût),
- un attribut de croyance en tant que tel : ex : moyen d'activer son identité.