



Co-conception d'innovations agroécologiques dans les business modèles des opérateurs de la chaîne de valeur du fromage Gassiré/Wagashi du Bénin en partant des attentes de l'aval

BIAOU Worou Espérance Nazaire

UM, UMR SELMET

worou_esperance.biaou@cirad.fr

Encadrants :

Dr NOZIERES-PETIT Marie - Odile (INRAE, UMR SELMET)

Dr VALL Eric (Cirad, UMR SELMET)

Dr HEMERY Youna (IRD, UMR Qualisud)

Dr CORNIAUX Christian (Cirad, UMR Selmet)

Prof DIOGO Rodrigue (FA, Laboratoire Inspires-Slm)

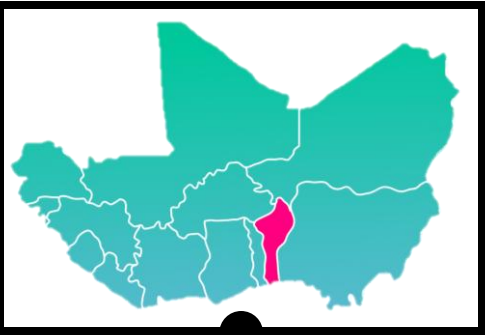


PLAN



INTRODUCTION
METHODE/ LITTERATURE
DISPOSITIFS ENVISAGES
CONCLUSION

INTRODUCTION



Afrique de l'Ouest

- ☐ Croissance démographique
- ☐ Hausse des revenus

Demande en protéines animales

- ☐ Alimentation équilibrée
- ☐ Apport en protéines

Produits laitiers



Gassirè Wagashi

- ☐ Pratique de transformation
- ☐ Pratique de conservation
- ☐ Acteurs et opérateurs impliqués

- ☐ Qualité sanitaire, organoleptique et nutritionnelle
- ☐ Accessibilité du produits et viabilité de la chaine de valeur

Comment co-construire, à partir des attentes des acteurs et opérateurs de l'aval, des chaînes de valeur agroécologiques pour les filières des fromages Wagashi ?



➤ Production

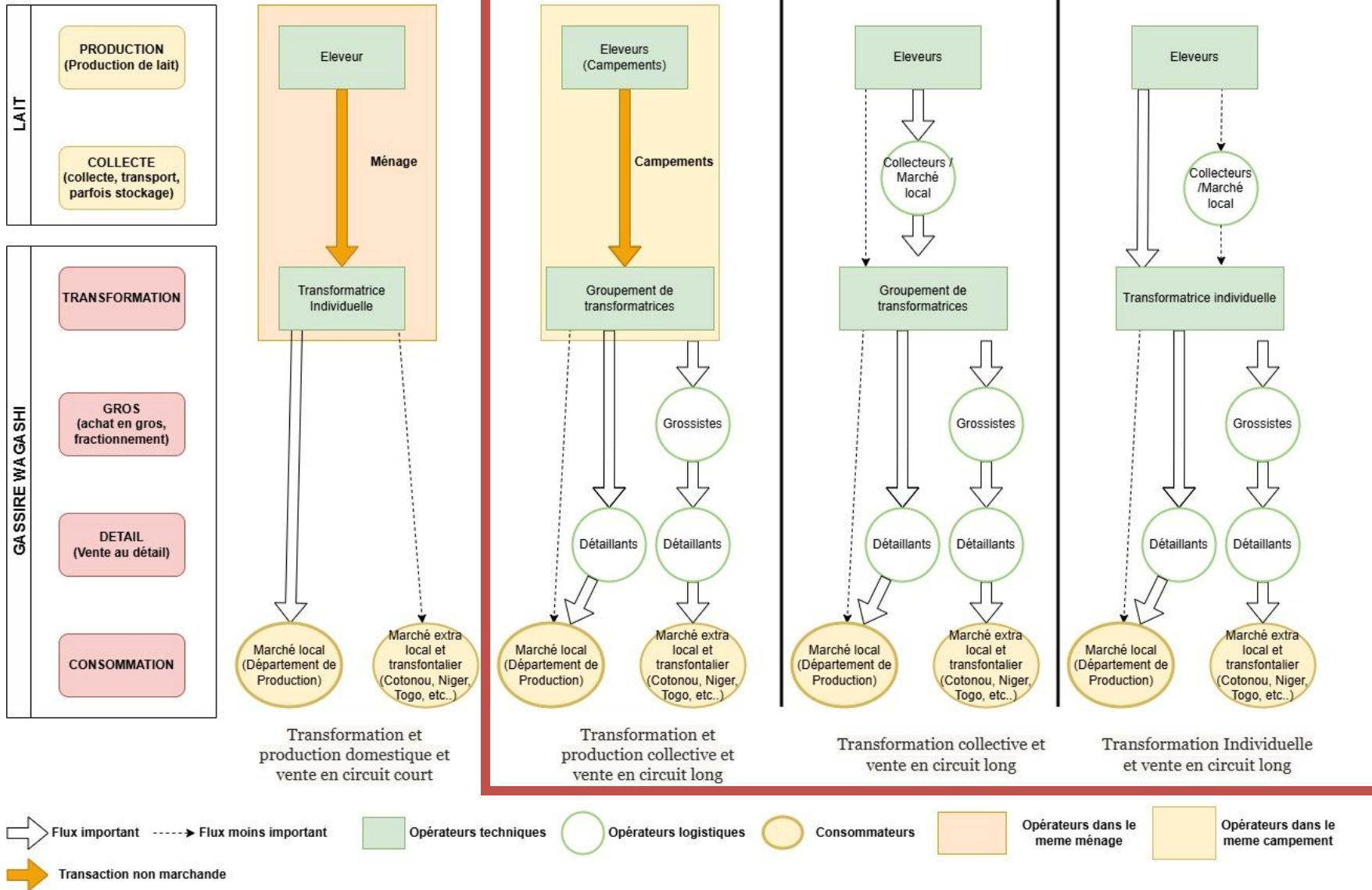
- ❑ Intervention de multiples opérateurs le long de la chaîne de valeur : éleveurs, collecteurs, grossistes, détaillants et acteurs d'appui au développement

➤ Consommations

- ❑ Produit laitier le plus connu et consommé au Bénin (Dossou, 2024).
- ❑ Usage comme sources de protéines animales de qualité (Sero, 2005).
- ❑ Qualité associée en priorité à la blancheur (Dossou et al., 2022).
(KAKPO, 2022)
- ❑ Achat influencé par la taille, la texture du fromage et l'origine perçue du lait

METHODE/ LITTERATURE

❑ **Circuit long :**
passage par
collecteurs/gros
sistes, vente
locale et extra-
locale.



1

Diagnostic de la chaine de valeur Gassirè Wagashi et des attentes des consommateurs

Cartographie des producteurs et des transformateurs du lait de vache en Gassirè/Wagashi

Étude des préférences et des attentes consommateurs afin d'identifier les points d'améliorations possibles

2

Co-construction d'innovation pour répondre aux attentes des consommateurs

Caractérisation des business modèles des acteurs de la chaine de valeurs

Co-construction d'innovations avec les opérateurs, visant mieux répondre aux attentes des consommateurs, tout en consolidant leurs business modèles

3

Évaluation ex-ante des changements et premiers impacts

**ZONE
D'ETUDE**



**COLLECTE
/ ANALYSE**

Recherche bibliographique, Focus groupes, entretiens semi directif, Analyse sensorielles

- ❑ **Acteurs variés et diversité des circuits:** la chaîne de valeur mobilise plusieurs acteurs et plusieurs circuits de commercialisation, qui ne renvoient donc pas forcément aux mêmes consommateurs ni aux mêmes attentes.
- >**Enquête consommateurs :** la prochaine étape consistera à identifier les attentes, préférences et critères de choix selon les différents circuits.
- >**Ciblage des profils de transformatrices :** à partir de ces résultats, des profils de transformatrices seront sélectionnés dans les circuits étudiés.
- >**Conception business models des circuits à partir de la demande :** Les démarche de co-conception seront construites avec les acteurs et opérateurs en partant des besoins exprimés par les consommateurs de ces circuits.



MERCI POUR VOTRE ATTENTION

