

CONSOMMATION DE L'EAU EN BOUTEILLE EN AFRIQUE: UNE MUTATION DU MODE DE VIE INDUITES PAR L'URBANISATION

Akossiba Elise Chantale AHOVEY

Doctorante, à l'Université de Parakou, République du Bénin

eliseahovey@yahoo.fr

Méline Octavia C. A. HOUEGOUNOU

Etudiante à JUNIA, Grande Ecole d'Ingénieurs à Lille, France

Résumé long

Description du sujet : La modernisation du mode de vie dans le domaine sanitaire passe aussi par la diversification de la consommation d'eau potable, via l'eau de robinet et celle mise en bouteille, toutes commercialisées par des réseaux différents.

Objectifs de l'étude : En Afrique et dans le contexte béninois, cerner la tendance de l'évolution du marché d'eau minérale en bouteille serait complexifié par la diversité des producteurs, des consommateurs, des acteurs du circuit de distribution et des circonstances de consommation. Aussi, ce marché se développe de plus en plus en l'absence des indicateurs chiffrés relatifs à sa demande. L'objectif de cette étude fondée sur la mutation du mode de vie induite par l'urbanisation rapide est de fournir des informations qui caractérisent le marché d'eaux conditionnées au Bénin.

Données : La méthodologie utilisée consiste à procéder à un passage du contenant post-consommation à la quantification d'eau minérale consommée. Les données utilisées proviennent des informations statistiques sur les bouteilles d'eau minérale post-consommation recueillies au niveau de vingt marchés spécialisés dans le recyclage des bouteilles en PolyEthylène Téréphtalique PET avec le bouchon en PolyEthylène Haute Densité (PEHD) et vingt-deux sites du dispositif de tri de la Société de Gestion des Déchets et de la Salubrité Urbaine du Grand Nokoué (SGDS-GN) dans la capitale économique. Cette approche s'inspire des travaux réalisés sur la gestion des déchets solides au Cameroun (Gankam et Tchawa, 2018), au Bénin (Tété, 2011), puis en Algérie (Sefouhi et al., 2010).

Image illustrative de la collecte des informations sur le terrain



Tri sur un site de la SGDS-GN à Porto-Novo
Source : D'après les données de terrain et SGDS-GN, août 2022.

Analyse des résultats : Bisch (1986, p.384 et 392) a démontré qu'il existe une corrélation entre le volume d'eau absorbée par l'échantillon de bois et la capacité de son écorce. L'auteur réalise ainsi des rondelles de chênes non écorcées, puis établit la conversion du volume en biomasse par le rapport au poids anhydre d'un échantillon à son volume frais. S'inspirant de ces travaux, la méthode de passage du contenant au volume à partir de la table de conversion métrique est utilisée et la clé de conversion est la quantité d'eau indiquée sur l'étiquette de chaque bouteille.

S'intéressant à l'estimation de l'intensité concurrentielle du marché d'eau en bouteille, le ratio de concentration ou l'indice de Herfindahl-Hirschman (IHH) proposé pour mesurer le pouvoir de marché ou de la concentration qui s'exerce entre les entreprises (Mvudi Matingu et al., 2022, p.10) est retenu. Cette mesure est la plus indiquée pour nos travaux, dont la formule mathématique est déduite de l'indice de concentration suivant.

- Indice de Concentration (IC) est défini comme il suit :

$IC_n = \sum_{i=1}^n S_i$ (1), avec S_i = la part du marché de l'entreprise i et n = le nombre d'entreprise pris en compte dans le modèle.

- Indice de Herfindahl-Hirschman (IHH) est déduit de l'indice de concentration (IC).

$IHH = \sum_{i=1}^n (S_i)^2$ (2), avec $(S_i)^2$ = la part du marché de l'entreprise i au carré représentant un indice et n = le nombre total d'entreprise pris en compte dans le modèle.

Malgré les limites de l'Indice de Herfindahl-Hirschman, le modèle permet de caractériser la nature de la concurrence du secteur d'eau minérale au Bénin. Car, l'approche demeure robuste en présence d'un échantillon de petite taille et est plus appropriée, lorsque des données individuelles sur les parts du marché sont disponibles (Rachidi, 2018, p.148).

Résultats : L'eau en bouteille présente un nouveau visage sur le marché béninois, elle est à portée de main et se consomme dans le ménage, mais plus fréquemment à l'extérieur, dans des

circonstances de déplacements quotidiens ou occasionnels ou bien lors des évènements rassemblant. En 2022, l'émergence du marché d'eau minérale conditionnée au Bénin est animé par une quarantaine de marques, dont la moitié est embouteillée localement, près du quart en provenance de la France et le reste transite par les frontières du Nigeria, du Niger et du Togo avec le Bénin.

D'après le principe de l'offre et de la demande, l'eau en bouteille connaît un engouement qui favorise la consommation en grande quantité. La logique économique qui a tendance à uniformiser les conditions de l'offre sur le marché a ainsi réduit les inégalités entre les groupes sociaux et culturels et à standardiser les contenants en diminuant le volume. Le phénomène d'urbanisation avancée a contribué visiblement à cette progression rapide de l'activité faisant du produit une consommation de masse. Cependant, la consommation d'eau embouteillée garde toujours sa fonction diététique et d'attrait pour les produits sains, traits caractéristiques de l'élévation du niveau de vie dépassant aujourd'hui un produit de luxe, facile à s'offrir.

Discussion : La tendance observée à l'encombrement du marché suscite la diversification des produits, où le repli des marques française serait imputable à l'idée d'une politique de la consommation locale ayant conduit les grands groupes de marque occidentale à recourir désormais à une stratégie de proximité dans l'anonymat ou de partenariat sur des sources locales. Le challenge serait de susciter une collaboration sud-sud entre les producteurs publics et privés travaillant dans ce secteur de l'industrie d'eau conditionnée qui ont tendance à s'imposer à l'urbanisation galopante.

Laura Fort (2019) avait prédit que le luxe de la consommation de l'eau en bouteille est en cours d'effondrement, mais plusieurs facteurs concourent à son extension à une vitesse dont le mécanisme d'accélération serait le phénomène d'urbanisation combinée à nos jours à l'avènement de la pandémie de la Covid-19. La pratique de s'offrir et d'offrir de l'eau embouteillée devient extensive en milieu urbain et va perdurer, puis s'étendre dans les milieux semi-urbanisés, tant que les maladies contagieuses et mortelles seront toujours d'actualité. L'une des bonnes pratiques pour se préserver de ces maladies serait de ne plus partager les mêmes récipients pour se servir et servir l'eau de boisson. De part cette mesure, les ménages auront à ajuster leur comportement vis-à-vis de la consommation d'eau.

Conclusion : L'encombrement des marques locales revient à porter un regard sur les échanges régionaux aux mains des promoteurs privés. L'idéale serait d'envisager une méthodologie appropriée afin de mieux cerner d'une part, l'animation du marché d'eau minérale et d'autre part, le changement de comportement de la population, face à la forte demande de ce produit.

Référence bibliographique

1. BISCH J-L., (1986), « Le taux de conversion de volumes de bois frais en biomasse : amélioration de ses méthodes d'estimation », Annales des sciences forestières, INRA/EDP Sciences, Ann. Sci. For. 43 (3), pp.383-396, hal-00882389.
2. MARTY N., (2006), "La consommation des eaux embouteillées : Entre alimentation, distinction et hygiène, vingtième siècle". Revue d'histoire, 2006/3, n°91, DOI : 10.3917/ving.091.41, pp. 25-41.
3. PULAJ E. (Brakaj) et KUME V., (2013), « Measuring market concentration of construction industry. Vlora region evidence », European Scientific Journal, Novembre 2013, éd. Vol.9, n°32, ISSN: 1857-7881, (Print) e-ISSN 1857-7431, pp.121-136.
4. RADIDI M. A., (2018), « Etude de la concentration du secteur bancaire marocain », Revue Marocaine de Gestion et d'Economie (RMGE), Vol.4, n°9, Juillet-Décembre 2018, pp.137-163.