



**LA CONSOMMATION ET LE ROLE DU SECTEUR INFORMEL
DANS LA SATISFACTION DES BESOINS DES MENAGES
DANS L'AGGLOMERATION D'ANTANANARIVO**

ENQUETE 1-2-3

Premiers résultats de la phase 3

Second trimestre 1995

Octobre 1995

Conso 95 - Résumé

MADIO (MAdagascar-Dial-Instat-Orstom) est un projet chargé d'apporter aux autorités malgaches un appui à la réflexion macroéconomique. Une partie de ses travaux s'inscrit dans le cadre de la réhabilitation de l'appareil statistique national. Le projet est cofinancé par l'Union Européenne, l'Orstom et le Ministère français de la Coopération et du Développement, pour une durée initiale de deux ans (1994-1996). Il est basé dans les locaux de la Direction Générale de l'Instat à Antananarivo.

Adresse :

Projet MADIO, Institut National de la Statistique, Bureau 308
B.P. 485, Anosy - Antananarivo 101, Madagascar
Tel : 258-32, Fax : 332-50

AVANT-PROPOS

Les résultats d'enquête présentés ici s'inscrivent dans un schéma d'études et de collaborations originales qui mérite d'être précisé.

1.- Un double objectif : le suivi des conditions de vie des ménages et une approche macroéconomique du secteur informel.

Le projet MADIO mène au sein de l'INSTAT, pour le compte du Ministère de l'Economie et de la Promotion des Investissements, une série d'études sur le processus de transition macroéconomique en cours, et les perspectives à moyen terme de Madagascar. Il est vite apparu que l'appréciation des conditions d'ajustement du secteur productif à la crise passait par la mobilisation d'informations statistiques adéquates, notamment sur le secteur informel. Ce secteur est non seulement envisagé comme une composante du secteur productif, mais aussi à partir de son rôle dans la satisfaction de la demande. L'objectif ultime est d'intégrer ce secteur dans la réflexion macroéconomique en se fondant sur les résultats de données d'enquêtes. Cette démarche doit permettre de valider une représentation formalisée du rôle macroéconomique de ce secteur afin de dégager des propositions de politique économique le concernant.

Le second objectif de la série d'enquêtes réalisées par le projet MADIO est de permettre le suivi des conditions de vie des ménages et du fonctionnement du marché du travail dans le temps. En effet, dans un pays où le facteur le plus abondant est justement le facteur travail, et où le principal objectif de la politique économique est la réduction de la pauvreté, alors même que l'immense majorité des pauvres tirent leurs revenus du travail, il était paradoxal qu'aucun dispositif pérenne de suivi dans ce domaine ne soit intégré dans le système national d'information statistique. Les enquêtes dont nous présentons ici les résultats se proposent de combler cette lacune, en se limitant dans un premier temps à la capitale.

2.- Une méthodologie originale : une enquête en plusieurs phases (1-2-3).

Menée dans un premier temps et pour des raisons pratiques sur la seule agglomération d'Antananarivo, cette enquête a pour objectif de donner une vision statistiquement représentative des conditions d'emploi, des conditions de vie de la population et du secteur informel à Antananarivo. Ainsi, la phase 1 a permis de donner une vue exhaustive des conditions d'emploi de la main-d'oeuvre. L'ensemble des patrons d'unités informelles, identifiés lors de la phase 1, sont enquêtés sur leur mode de production dans la phase 2. Enfin, les modalités d'appel à la production du secteur informel par les différents agents économiques sont analysées dans la troisième phase. Les premiers résultats de cette troisième phase, qui font l'objet de cette publication, traitent aussi de la consommation et des conditions de vie des ménages. Elle vient compléter la série des premiers résultats des deux premières phases de l'enquête 1-2-3, déjà parus dans cette collection.

3.- Une collaboration scientifique réussie et multiforme.

Signes évidents de la réussite de cette opération : la cohérence interne des résultats, les délais de réalisation des différentes étapes et le respect de calendriers mobilisant la collaboration de plusieurs équipes. Ainsi, décidées dès la mise en place du projet MADIO, au cours du dernier trimestre 1994, les opérations de collecte se sont terminées en juin 1995, et les premiers résultats sont rendus disponibles en juin 1995, pour la phase 1, et octobre 1995 pour les phases 2 et 3. Le projet MADIO a assuré la conception d'ensemble de l'opération.

Partant de l'expérience acquise au Cameroun par les chercheurs de DIAL, l'enquête a été adaptée au contexte malgache par l'équipe du projet MADIO au cours des deux premiers mois de 1995. Nous tenons ici à remercier la Direction du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH93), ainsi que le Foiben Taosarintanin' i Madagasikara (FTM) qui ont mis gracieusement à notre disposition les informations nécessaires à l'élaboration du plan de sondage (la première nous a fourni certains documents de la cartographie censitaire, et le second nous a donné accès à une couverture aérienne récente de l'agglomération d'Antananarivo afin d'en déterminer les limites géographiques).

L'ensemble des opérations a été encadré par les membres du projet MADIO. Il convient de saluer ici la performance de ces jeunes économistes-statisticiens malgaches, qui ont permis grâce à leur enthousiasme et leur professionnalisme de "boucler" l'enquête en un temps record, et de livrer des données dont la qualité se compare avantageusement aux standards internationaux en la matière. Cette performance est d'autant plus remarquable qu'ils n'avaient, pour la plupart d'entre eux, aucune expérience

antérieure dans ce domaine. Tout particulièrement, il faut citer **Rachel RAVELOSOA, responsable de la phase 3 de l'enquête**, qui a mené de main de maître ce travail à son terme, en dirigeant les opérations de bout en bout, depuis la conception jusqu'à la publication des premiers résultats ci-après. Ces derniers ont été rédigés par Rachel RAVELOSOA, Eric RAMILISON, José RAMAROHETRA et François ROUBAUD.

La participation de fonctionnaires de l'INSTAT aux différentes phases de l'enquête a été décidée pour permettre à l'institut de prendre en charge cette enquête sans appui extérieur à l'avenir, dans la mesure où celle-ci a pour vocation d'être reconduite annuellement, en s'intégrant à part entière dans le cadre du système d'informations statistiques. Le développement d'une capacité d'expertise nationale en matière d'enquêtes auprès des ménages et du secteur informel devrait pouvoir être valorisé, aussi bien à Madagascar qu'à l'étranger, puisque EUROSTAT (Office Statistique des Communautés Européennes) a décidé de promouvoir l'enquête 1-2-3 dans différents pays en développement, notamment en Afrique sub-saharienne.

Gageons qu'en cette période de difficultés économiques pour Madagascar, la mise à disposition de données de qualité en "temps réel" sur le marché du travail et les conditions d'activité des ménages, contribuera à l'élaboration et au suivi de politiques économiques qui, en dernière analyse, visent à améliorer le bien-être des populations. L'enquête 1-2-3 vient ainsi compléter et actualiser le gros investissement réalisé par l'INSTAT en matière d'informations statistiques sur les ménages (RGPH93, Enquête Permanente auprès des ménages 1993-94).

4.- Un financement multiple.

Lancées grâce à l'appui financier du Ministère Français de la Coopération et du Développement, ces différentes enquêtes ont également bénéficié du soutien de la Commission Européenne, de l'ORSTOM et bien sûr de l'INSTAT, notamment pour l'étape de saisie informatique des questionnaires.

Cette publication est la première d'une série d'analyses thématiques spécifiques qui feront l'objet de publications au premier trimestre 1996.

5.- Remerciements.

Finalement, nous tenons à remercier l'équipe des enquêteurs et des superviseurs qui ont travaillé dans des conditions parfois difficiles, et surtout **l'ensemble des 400 ménages qui ont répondu à cette enquête**, notamment les plus démunis d'entre eux, qui ont accepté de distraire quelques moments d'un temps précieux, le plus souvent consacré à la recherche d'activités économiques susceptibles de leur procurer des conditions de vie décentes et dignes. Nous espérons que ces instants offerts gratuitement contribueront, à travers l'utilisation des résultats de ce travail, à oeuvrer dans le sens de ces objectifs légitimes.

**ROUBAUD François
PROJET MADIO**

Liste des cadres de la phase 3 de l'enquête 1-2-3 1995 :

RAVELOSOA Rachel (MADIO, responsable d'ensemble)

RANDRIANARISON Jean-Gabriel (MADIO, responsable saisie)

RAKOTOVELO Lydia (INSTAT)

RAMAROHETRA José (MADIO, INSTAT)

RAMILISON Eric (MADIO)

RASOLONJATOVO Hanitra (INSTAT)

RATSIMANDRESY Jean (INSTAT)

RAVELONANDRO Jean (Consultant)

ROUBAUD François (MADIO, ORSTOM)

ONIVOLOLONA Aurélien (INSTAT)

LA CONSOMMATION ET LE ROLE DU SECTEUR INFORMEL DANS LA SATISFACTION DES BESOINS DES MENAGES DANS L'AGGLOMERATION D'ANTANANARIVO ENQUETE 1-2-3

Premiers résultats de la phase 3 sur la consommation.

L'objectif de la phase 3 de l'enquête 1-2-3 est d'identifier des comportements spécifiques des ménages en matière de consommation. En particulier, on cherche à apprécier le poids du secteur informel dans la satisfaction de la demande des différents groupes de ménages. **Ceci nous conduit à proposer une typologie de ménages** en quatre classes, suivant le secteur institutionnel d'emploi du chef de ménage : les "*ménages publics*" (dont le chef travaille dans le secteur public), les "*ménages privés formels*", les "*ménages informels*" et les "*ménages chômeurs/inactifs*".

Les résultats de l'enquête emploi ont montré la pertinence de cette typologie, aussi bien sur le mode d'insertion sur le marché du travail que sur le type d'habitat et l'équipement des ménages, deux sphères fortement corrélées avec les revenus, et donc avec la consommation. Si l'analyse de l'enquête se base d'abord sur cette typologie, nous avons aussi systématiquement retenu la classification alternative, plus classique dans les études sur la consommation. Cette seconde typologie regroupe les ménages suivant le niveau de richesse, estimé à partir du montant de la consommation. Elle est plus appropriée pour le traitement de la pauvreté et de l'inégalité.

La consommation annuelle moyenne par ménage atteint près de 4 millions de Fmg. Cette consommation va de 2,9 millions chez les "*ménages informels*" à 5,5 millions chez les "*ménages publics*". La différence entre les ménages est encore plus nette lorsque l'on regarde par quartile de consommation par tête. **La consommation des ménages les plus riches est de sept fois supérieure à celle des plus pauvres.** Le montant de la consommation annuelle par tête moyenne est de 818 000 Fmg. Elle est la plus faible chez les "*ménages informels*", 602 000 Fmg, et atteint 1 040 000 Fmg chez les "*ménages publics*", les "*ménages privés formels et inactifs/chômeurs*" occupant une position intermédiaire.

Les trois postes les plus importants dans la consommation des ménages sont par ordre décroissant : l'alimentation, le logement et le transport. Ils regroupent 75% des dépenses des ménages. **Près de la moitié des dépenses est consacrée à l'alimentation.** Mais la part de l'alimentation décroît, de 61,5% chez les plus pauvres à 39% chez les plus riches. Les coefficients budgétaires varient en sens inverse pour l'"éducation", le "transport", l'"habillement" et la "santé". Le poids des dépenses de "logement", et "d'entretien du logement" est par contre peu sensible au niveau de consommation par tête.

La dépense alimentaire annuelle par ménage est de 1,86 millions de Fmg. Quel que soit le type de ménage, les dépenses en *céréales, viandes et légumes* accaparent près de 75% du budget alimentaire. L'analyse par quartile de consommation révèle des comportements différents suivant le type de ménages : plus on est pauvre, plus la part des céréales est importante ; plus on est riche, plus la diète est diversifiée. **Le bilan calorique met clairement en évidence la détresse des ménages malgaches.** En moyenne, les tananariviens consomment 1 661 calories par tête et par jour, soit 21% de moins que la norme internationale en la matière, qui s'établit à 2 100 calories. 75% des ménages se situent en deça de ce seuil. De plus, la situation s'est fortement dégradée **depuis 1993/94**, où la tananariviens brûlaient 1 978 calories, soit **une régression de 16%**.

La consommation annuelle en riz par ménage atteint 650 000 Fmg, soit 134 000 Fmg par tête. En quantité, la consommation moyenne **est de 295 grammes par jour par personne.** Ces résultats varient très faiblement suivant le type de ménages, mais sont plus discriminants par quartile de consommation. La consommation en riz n'est que de 210 grammes par jour chez les plus pauvres et atteint 425 grammes chez les plus riches. Le riz représente près de 30% des dépenses chez les ménages pauvres et seulement 10% chez les ménages riches. Autrement dit, plus on est pauvre, plus le riz est une denrée de base.

En termes de fréquentation, c'est le secteur informel qui a la préférence massive des consommateurs. Les ménages s'adressent au secteur informel dans plus de 93% des cas. Ce dernier contrôle largement le circuit de distribution des principaux biens de consommation courante, ainsi que les services aux ménages. Cette part atteint même 99% pour l'alimentation. Les lieux d'achats les plus fréquentés sont les petites boutiques, les petits ateliers, ainsi que les marchés. Les seuls postes où le secteur formel joue un rôle important sont le "transport", la "santé", les "soins personnels" et le "logement".

77% du montant de la consommation des ménages est achetée dans le secteur informel (et jusqu'à 97% dans l'alimentation). Mais le secteur formel joue un rôle prépondérant dans les postes "transport", "éducation et loisirs" et "santé et soins personnels". Le secteur formel s'adjuge près de 70% des parts de marché dans ces secteurs.

Quel que soit le type de ménage, le secteur informel joue un rôle prépondérant dans la consommation de la population. **Même les ménages riches s'approvisionnent chez les informels.** En effet, cette proportion atteint 72% chez les "*ménages publics*" et encore 67% pour le quartile des ménages les plus riches. Elle dépasse 90% chez les ménages les plus pauvres et atteint 82% de la consommation chez les "*ménages informels*". Il apparaît donc clairement que **toute mesure de politique économique touchant les revenus formels** (masse salariale de l'Etat, évolution du salaire minimum, politique d'embauche, etc.) **aura un impact de première grandeur sur le secteur informel.** En effet, 57% de la demande finale des ménages adressée au secteur informel provient des "*ménages formels*" (publics et privés), soit deux fois plus que celle directement issue des "*ménages informels*".

Les consommateurs choisissent le secteur informel en raison de sa proximité des lieux d'habitation (le transport constituant une contrainte majeure pour la majorité de la population), **et de la modicité de ses prix. Pour le secteur formel, c'est avant tout la qualité qui est recherchée.** Cet effet qualité est surtout sensible chez les ménages riches. La prégnance des relations marchandes dans la capitale, la diversité de l'offre et la concurrence entre producteurs poussent les consommateurs à prendre leurs décisions suivant **une rationalité fondamentalement économique.**

La consommation tananarivienne est essentiellement réalisée sur des produits locaux. En effet, la part de l'importation dans la consommation des ménage est de 13%, avec une situation contrastée par type de produits. Dans l'alimentation, 98% est d'origine locale, tandis que pour les "*transports*", les biens importés représentent 70% de la consommation. Malgré l'apparition des produits asiatiques, la France reste le premier partenaire économique de Madagascar puisque deux tiers des importations sont d'origine française. Les principaux produits importés consommés par les ménages sont par ordre décroissant "*les appareils audio-visuel*", les "*moyens de transport individuel* (voiture, bicyclette, etc.) " et les "*appareils de cuisine*" (chacun plus de 90%).

Le secteur informel apparaît comme le principal vecteur de diffusion des produits mauriciens et asiatiques, tandis que les produits japonais sont surtout commercialisés dans le secteur formel. Les produits français occupent une position intermédiaire avec 50% dans l'informel (grâce aux ventes de voitures et de vêtements d'occasion).

Depuis mai 1994, c'est-à-dire un an après le flottement, 95% des ménages ont vu leur revenu réel baisser et 97% ont dû réviser leur consommation à la baisse. La baisse moyenne de la consommation en volume est estimée par les ménages à 45%. Elle atteint même 47% chez les "*ménages informels*".

Pour l'ensemble des ménages, **la consommation alimentaire a constitué la première source d'ajustement**, conduisant à une dégradation sensible de la ration alimentaire par tête. 51% des ménages ont baissé en premier lieu leurs dépenses alimentaires, 33% leurs dépenses d'habillement et 7% les dépenses d'équipement et d'entretien de la maison. Ce résultat témoigne de l'importance de l'alimentation dans les dépenses des ménages.

Malgré leurs tentatives d'adaptation face à la baisse du pouvoir d'achat, **les ménages n'ont pas réussi à contrecarrer le choc.** En effet, 62% des ménages ont été contraints d'acheter des quantités plus petites des mêmes produits, sans changer de lieu d'achat. Seulement près de 20% choisissent avec plus de soin les produits à acheter, en faisant jouer la concurrence et près de 15% ménages ont changé de lieu d'achat, vers des fournisseurs meilleur marché. **C'est donc le secteur formel a le plus pâti de la situation** : réduction de la demande globale (**effet revenu**) et déplacement de la consommation en faveur du secteur informel (**effet substitution**) En cas de nouvelle baisse du revenu réel, les principaux produits touchés seraient à nouveau "*l'alimentation*" et "*l'habillement*". Symétriquement, la hausse du pouvoir d'achat s'accompagnerait d'abord d'une amélioration de la ration alimentaire, puis profiterait aux dépenses "*d'habillement*", et enfin à "*l'équipement et l'entretien de la maison*".

Le phénomène de réseaux de solidarité qui se manifeste par les transferts monétaires entre ménages est limité à Antananarivo, au regard des standards africains. Un ménage sur deux n'effectue aucun transfert, que ce soit à titre de donateur que de bénéficiaire. Près d'un tiers des ménages ont effectué des transferts monétaires tandis qu'un quart en ont reçus. Cette déconnexion vis à vis des réseaux de solidarité est particulièrement importante chez les "*ménages publics*", 72% n'effectuant aucun transfert, et chez les pauvres qui en sont exclus parce qu'ils ne disposent pas du capital social nécessaire. En proportion, les "*ménages privés formels*" sont les premiers donateurs, et les "*ménages inactifs/chômeurs*" les premiers bénéficiaires. En moyenne, le montant annuel versé est de 31 000 Fmg, et le transfert perçu de 56 000 Fmg. Autrement dit, les ménages de l'agglomération reçoivent plus qu'ils ne donnent.

76% des transferts monétaires perçus par les ménages tananariviens **proviennent** des autres villes qu'Antananarivo, et **essentiellement de l'étranger.** Les "*ménages formels*" et les "*ménages inactifs/chômeurs*" sont les principaux bénéficiaires de ces transferts de l'extérieur. Aussi convient-il de relativiser le pouvoir redistributif de ces transferts, dans la mesure où ce sont les plus riches qui en perçoivent la plus grande part.

METHODOLOGIE

Dans le cadre du Projet MADIO, une série d'enquêtes appelée enquête 1-2-3 a été réalisée dans l'agglomération d'Antananarivo. Elle procède de la méthode des enquêtes dites en plusieurs phases. Dans la première, un échantillon de 2 560 ménages a été constitué, suivant un plan de sondage aréolaire à deux degrés. Ces ménages ont été tirés à partir d'une liste de ménages dénombrés dans les 78 segments de l'enquête. Ces segments étant eux mêmes tirés parmi tous les segments qui constituent l'agglomération d'Antananarivo.

La première phase de cette enquête est une enquête sur l'emploi, le chômage et les conditions d'activités des ménages (**phase 1 : enquête emploi**). La seconde phase a consisté à réaliser une enquête spécifique auprès des chefs des unités de production informelles sur leurs conditions d'activité, leurs performances économiques, leur mode d'insertion dans le tissu productif et leurs perspectives (**phase 2 : enquête sur le secteur informel**). Enfin, la troisième phase, qui fait l'objet de cette publication, est une enquête sur la consommation des ménages. Elle consiste à estimer le niveau de vie des ménages, à mesurer le poids des secteurs formel et informel dans leurs consommations, et à analyser les déterminants du choix des différents lieux d'achat (**phase 3 : enquête sur la consommation et les lieux d'achat**).

Pour les besoins de la phase 3, on a constitué un échantillon stratifié, représentatif de 400 ménages, tirés parmi les 2 560 de la phase 1. Pour le tirage des 400 ménages, trois critères ont été croisés : le sexe du chef de ménage, le revenu par tête et le statut du chef de ménage (en distinguant 5 catégories : chef travaillant dans l'administration ou dans une entreprise publique, chef travaillant dans le secteur privé formel, chef travaillant dans le secteur privé informel, chef chômeur et enfin chef inactif). Puis, on a procédé à un tirage systématique selon un pas propre à chaque strate, de façon à sur-représenter les catégories les moins nombreuses et celles que l'on considérait comme stratégiques. Les ménages riches, qui sont minoritaires, sont tirés avec une probabilité trois fois supérieure aux autres ménages.

La consommation a été mesurée à partir d'une nomenclature de produits extrêmement détaillée : elle comprend 796 postes élémentaires. La technique de collecte varie suivant la périodicité des achats. Un module de relevés quotidiens de l'ensemble des consommations durant 15 jours a servi pour le calcul de la consommation alimentaire. Pour l'estimation de tous les autres types de dépenses (habillement, logement, éducation, santé, transport, etc.), un module rétrospectif spécifique, a été rempli. De plus, l'enquête a débordé le seul cadre de la consommation (au sens de la comptabilité nationale), puisque les ménages ont été interrogés sur leur formation brute de capital fixe : soit les dépenses de construction (considérées comme de l'investissement par les comptables nationaux). La collecte du module quotidien a été réalisée en deux vagues de 200 ménages de 15 jours chacune (pour tenir compte des effets de saisonnalité dus au paiement des salaires en fin de mois). Enfin, quatre modules thématiques ont été ajoutés au questionnaire. Ils concernent : le montant et la nature des revenus, les transferts monétaires entre les ménages, les stratégies d'adaptation depuis le flottement du Fmg, et les principales options économiques des individus de plus de 18 ans.

Les opérations de collecte ont eu lieu sur le terrain entre mai et juin 1995. Les mois de juillet-août et septembre ont été consacrés à la saisie et à l'apurement des fichiers. Finalement, les fichiers ont été analysés au cours des mois de septembre et octobre 1995, pour une publication des premiers résultats en octobre 1995.

CONCEPTS ET INDICATEURS

Secteur informel : ensemble des unités de production qui ne possèdent pas de numéro statistique, ou, dans le cas des patrons et des travailleurs à leur propre compte, qui ne tiennent pas de comptabilité.

Unité de consommation (u.c.) : permet de pondérer la consommation des ménages suivant le nombre et les caractéristiques de ses membres. Ici, tous les individus de 15 ans et plus sont considérés comme des consommateurs à part entière tandis que les moins de 15 ans sont affectés d'un coefficient de 0,5. De plus, le nombre d'unités de consommation de chacun a été affecté d'un coefficient, pour tenir compte du nombre de jour de présence dans le ménage.

Quartiles de consommation : permet de découper une population en 4 groupes d'effectifs égaux, le premier quartile regroupant les 25% des ménages ayant la consommation la plus faible, et le dernier quartile, ceux dont la consommation est la plus élevée.

Loyers imputés : correspondent à l'estimation de loyers fictifs des ménages propriétaires de leur logement, et qui entrent dans la production au sens de la comptabilité nationale. Ils ont été estimés à partir d'un modèle tobit, pour tenir compte du biais de sélection.

La consommation des ménages en chiffres Antananarivo, 1995

Données générales

Consommation totale de l'agglomération :	781 milliards de Fmg
Consommation annuelle moyenne par ménage :	3,980 millions de Fmg
Consommation annuelle moyenne par tête :	818 000 Fmg
Consommation annuelle moyenne par tête du quartile le plus pauvre :	288 000 Fmg
Consommation annuelle moyenne par tête du quartile le plus riche :	2 020 000 Fmg
Part de l'autoconsommation dans la consommation totale :	0,7%
Part des importations dans la consommation totale des ménages :	13,0%
Consommation des ménages malgaches (extropolation nationale juin 1994-mai 1995) :	5 462 milliards de Fmg

Consommation alimentaire et bilan calorique

Consommation alimentaire annuelle moyenne par tête :	384 000 Fmg
Part de l'alimentation dans la consommation totale :	47,0%
Consommation de riz par jour et par tête :	295 grammes
Part du riz dans l'alimentation :	34,8%
Part du riz dans l'alimentation du quartile le plus pauvres :	53,4%
Part du riz dans l'alimentation du quartile le plus riches :	24,6%
Apport calorique moyen par tête et par jour :	1 661 calories
Apport calorique moyen par tête et par jour en 1993/94 :	1 978 calories

Lieux d'achat

Montant de la consommation fournis par le secteur informel :	601 milliards de Fmg
Part de la consommation totale des ménages fournis par le secteur informel :	77%
Part de la consommation du quartile le plus pauvre fournis par le secteur informel :	92,2%
Part de la consommation du quartile le plus riche fournis par le secteur informel :	66,8%
Part de la consommation adressée au secteur informel venant des ménages formels :	57,0%
Part des supermarchés dans la consommation alimentaire des ménages :	1,3%

Choix du lieu d'achat

Première raison du choix du secteur informel par les consommateurs : <i>la proximité</i>	57,8%
Seconde raison du choix du secteur informel par les consommateurs : <i>les prix faibles</i>	22,1%
Première raison du choix du secteur formel par les consommateurs : <i>la qualité</i>	29,2%
Seconde raison du choix du secteur formel par les consommateurs : <i>pas d'alternative</i>	27,5%

Evolution depuis le flotement

Pourcentage de ménages qui déclarent que leur consommation a baissé :	97%
Baisse moyenne déclarée de la consommation en volume :	45%
Première stratégie adoptée : <i>achat de quantités plus petites sans changer de lieu d'achat</i>	62%
Deuxième stratégie adoptée : <i>on choisit avec plus de soin les produits qu'on achète</i>	18,2%
Troisième stratégie adoptée : <i>achat de la même quantité, mais on va où c'est moins cher</i>	14,5%
Proportion de ménages qui déclarent que la contraction a surtout porté sur l'alimentation	51%

Les transferts entre les ménages

Transfert total versé par les ménages de l'agglomération :	6 milliards de Fmg
Transfert total perçu par les ménages de l'agglomération :	10,9 milliards de Fmg
Pourcentage de ménages n'ayant effectué aucun transfert :	50%
Montant annuel moyen des transferts versés par ménage :	30 600 Fmg
Montant annuel moyen des transferts perçus par ménage :	56 000 Fmg
Solde net des transferts perçus par les ménages les plus pauvres :	34,8 millions de Fmg
Solde net des transferts perçus par les ménages les plus riches :	1,3 milliards de Fmg

TABLE DES MATIERES

(Nombre de pages : 33)

I.- TYPOLOGIE DE MENAGES

II.- LA CONSOMMATION DES MENAGES

- Le montant de la consommation monétarisée.
- Le montant de la consommation totale (y compris autoconsommation et loyers imputés).
- Indicateurs d'inégalité dans la consommation des ménages.
- Les coefficients budgétaires.
- La consommation alimentaire.
- Le bilan calorique.
- Le poids du riz.

III.- LIEUX D'ACHAT ET RAISON DU CHOIX DES MENAGES

- Une domination écrasante du secteur informel dans la satisfaction de la demande finale des ménages.
- 93% de la fréquence des achats se fait dans le secteur informel
- 77% du montant de la consommation des ménages est achetée dans le secteur informel
- Même les ménages formels s'approvisionnent dans le secteur informel
- Le choix du secteur informel pour la proximité et la modicité des prix, et du secteur formel pour la qualité et l'absence d'alternative.
- Pays d'origine des produits entrant dans la consommation des ménages.

IV.- EVOLUTIONS DE LA CONSOMMATION DEPUIS MAI 1994

- Une chute généralisée du pouvoir d'achat et de la consommation.
- La détérioration de la ration alimentaire.
- Les stratégies des ménages pour contrecarrer les effets de la baisse du pouvoir d'achat.
- Eléments prospectifs.

V.- LES TRANSFERTS MONETAIRES ENTRE MENAGES

- L'importance des réseaux de solidarité.
- Les transferts nets : les ménages de l'agglomération reçoivent plus qu'ils ne donnent.
- L'essentiel des transferts nets provient de l'extérieur.

LISTE DES TABLEAUX

- Tableau 1** Distribution des catégories de ménages dans les échantillons des différentes phases de l'enquête 1-2-3
- Tableau 2** Consommation annuelle moyenne par type de ménages (hors autoconsommation et loyers imputés)
- Tableau 3** Consommation annuelle moyenne par type de ménages (y compris autoconsommation et loyers imputés)
- Tableau 4** Consommation annuelle moyenne par quartile de ménages
- Tableau 5** Coefficients budgétaires par type de ménages
- Tableau 6** Coefficients budgétaires par quartile de consommation par tête
- Tableau 7** Consommation et coefficients budgétaires alimentaires par type de ménages
- Tableau 8** Consommation et coefficients budgétaires alimentaires par quartile
- Tableau 9** Evolution de l'apport calorique de la consommation des ménages 1993/94-1995
- Tableau 10** Le poids du riz dans la consommation des ménages
- Tableau 11** Répartition des principaux lieux d'achat par type de produits (en fréquence d'achat dans les points de vente)
- Tableau 12** Répartition des principaux lieux d'achat par type de produits (en montant des achats dans les points de vente)
- Tableau 13** Part du secteur informel dans la consommation par type de ménages
- Tableau 14** Part du secteur informel dans la consommation par type de ménages
- Tableau 15** Raison principale du choix du lieu d'achat par type de produits
- Tableau 16** Raison principale du choix du lieu d'achat par quartile de ménages
- Tableau 17** Répartition de la consommation des ménages suivant le pays de production des biens (% du montant de la consommation en biens, services exclus)
- Tableau 18** Consommation importée suivant le lieu d'achat (% du montant de la consommation, services exclus)
- Tableau 19** Evolution du revenu réel, de la consommation en volume et de l'épargne réelle par type de ménages depuis le flottement du Fmg
- Tableau 20** Postes budgétaires qui ont le plus baissé depuis le flottement par type de ménages
- Tableau 21** Principaux modes d'ajustement à la baisse du pouvoir d'achat par type de ménages
- Tableau 22** Principaux postes d'ajustement de la consommation en cas de nouvelles baisses ou d'augmentations du revenu réel par type de ménages
- Tableau 23** Types de transferts monétaires suivant le type de ménages
- Tableau 24** Montant moyen des transferts monétaires annuels par type de ménages
- Tableau 25** Montant moyen des transferts monétaires annuels par quartile de ménages
- Tableau 26** Montant annuel des transferts monétaires par destination géographique suivant le type de ménages
- Tableau 27** Montant annuel des transferts monétaires par destination géographique suivant les quartiles de ménages

LISTE DES GRAPHIQUES

- Graphique 1** Distribution de la consommation des ménages
- Graphique 2** Distribution des catégories de ménages par montant de consommation par tête