

REPUBLIQUE  
DU SENEGAL

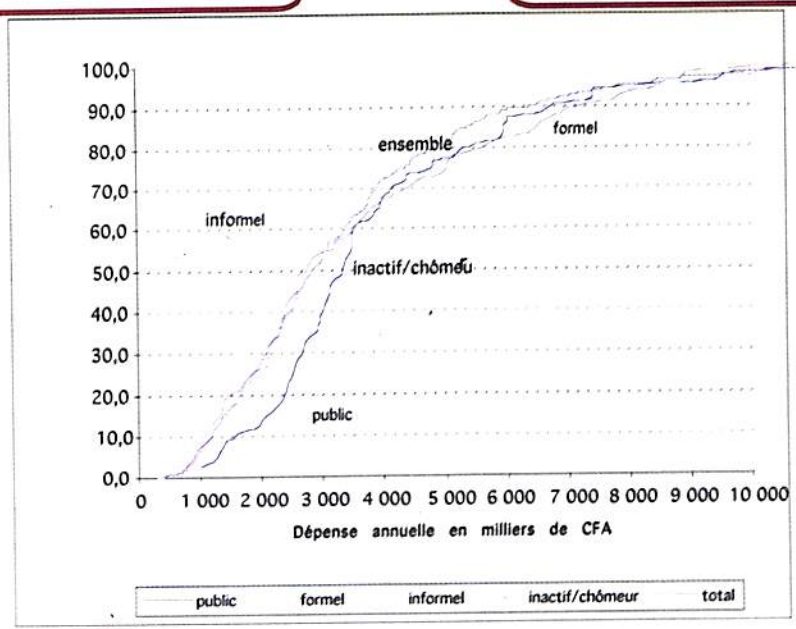
Un peuple – Un but – Une foi

MINISTERE  
DE L'ECONOMIE  
ET DES FINANCES

DIRECTION  
DE LA PREVISION  
ET  
DE LA STATISTIQUE



# DEPENSES DES MENAGES



## **LA CONSOMMATION A DAKAR : LE ROLE DU SECTEUR INFORMEL DANS LA DEMANDE DES MENAGES**

**Enquête 1-2-3, 2003 : résultats de la phase 3**  
*Mois de publication : mars 2005*

## SOMMAIRE

<b><u>AVANT-PROPOS</u></b> .....	<b>4 4</b>
<b><u>RESUME</u></b> .....	<b>7 7</b>
<b><u>INTRODUCTION</u></b> .....	<b>9 9</b>
<b><u>I. TYPOLOGIE DE MENAGES</u></b> .....	<b>9 9</b>
<b><u>II. CONSOMMATION DES MENAGES</u></b> .....	<b>10 10</b>
<u>Consommation monétarisée</u> .....	<b>10 10</b>
<u>Consommation totale</u> .....	<b>11 12</b>
<u>Indicateurs d'inégalité dans la consommation des ménages</u> .....	<b>13 13</b>
<u>Coefficients budgétaires</u> .....	<b>15 15</b>
<u>Consommation alimentaire.</u> .....	<b>16 16</b>
<u>Quantités de produits consommés</u> .....	<b>18 18</b>
<b><u>III.- LIEUX D'ACHAT ET RAISON DU CHOIX DES MENAGES</u></b> .....	<b>19 19</b>
<u>Part du secteur informel dans la satisfaction de la demande finale des ménages</u> .....	<b>19 19</b>
<u>Raisons du choix du secteur informel</u> .....	<b>23 24</b>
<u>Pays d'origine des produits entrant dans la consommation des ménages.</u> .....	<b>26 26</b>
<b><u>IV.- EVOLUTION DE LA CONSOMMATION DEPUIS UN AN</u></b> .....	<b>27 28</b>
<u>Evolution des revenus et de la consommation depuis un an</u> .....	<b>28 28</b>
<u>Stratégies des ménages pour contrecarrer les effets d'une baisse du pouvoir d'achat.</u> .....	<b>29 29</b>
<u>Éléments prospectifs</u> .....	<b>30 30</b>
<b><u>V.- TRANSFERTS MONETAIRES ENTRE MENAGES</u></b> .....	<b>31 31</b>
<u>Importance des réseaux de solidarité</u> .....	<b>31 31</b>
<b><u>MÉTHODOLOGIE</u></b> .....	<b>35 35</b>

## Liste des tableaux

<u>Tableau 1 : Distribution des catégories de ménages par phase de l'enquête 1-2-3</u> .....	<u>10</u>	<u>10</u>
<u>Tableau 2 : Valeur de la consommation annuelle selon le type de ménages et le poste</u> .....	<u>11</u>	<u>11</u>
<u>Tableau 3 : Valeur de la consommation annuelle (en %) selon le type de ménages et le poste</u> .....	<u>11</u>	<u>11</u>
<u>Tableau 4 : Valeur de la consommation annuelle moyenne selon le type de ménages</u> .....	<u>12</u>	<u>12</u>
<u>Tableau 5 : Valeur de la consommation annuelle selon le quartile de consommation par tête</u> .....	<u>14</u>	<u>14</u>
<u>Tableau 6 : Coefficients budgétaires selon le type de ménages et le poste de dépense</u> .....	<u>15</u>	<u>15</u>
<u>Tableau 7 : Coefficients budgétaires selon le quartile de consommation par tête et le poste de dépense (y.c. cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)</u> .....	<u>16</u>	<u>16</u>
<u>Tableau 8 : Coefficients budgétaires alimentaires selon le type de ménages et le poste de dépense</u> ..	<u>17</u>	<u>17</u>
<u>Tableau 9 : Coefficients budgétaires alimentaires selon le quartile de consommation par tête</u> .....	<u>17</u>	<u>17</u>
<u>Tableau 10 : Quantité annuelle consommée par tête pour les principaux aliments selon le type de ménages (y compris les cadeaux et l'autoconsommation)</u> .....	<u>18</u>	<u>18</u>
<u>Tableau 11 : Quantité annuelle consommée par tête pour les principaux aliments selon le quartile de consommation par tête (y compris les cadeaux et l'autoconsommation)</u> .....	<u>19</u>	<u>19</u>
<u>Tableau 12 : Répartition de la consommation selon le poste de dépense et le principal lieu d'achat</u> ..	<u>20</u>	<u>20</u>
<u>Tableau 13 : Répartition de la consommation selon le poste de dépense et le principal lieu d'achat</u> ..	<u>22</u>	<u>22</u>
<u>Tableau 14 : Part du secteur informel dans la consommation selon le type de ménages et le poste</u> ..	<u>22</u>	<u>23</u>
<u>Tableau 15 : Part du secteur informel dans la consommation selon le quartile de consommation par tête (hors cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)</u> .....	<u>23</u>	<u>23</u>
<u>Tableau 16 : Raisons principales du choix du lieu d'achat selon le secteur institutionnel</u> .....	<u>24</u>	<u>25</u>
<u>Tableau 17 : Raisons principales du choix du lieu d'achat par quartile de consommation et par tête (en % du montant total) (hors cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)</u> .....	<u>25</u>	<u>26</u>
<u>Tableau 18 : Répartition de la consommation des ménages selon le pays de production des biens (en % du montant total, services exclus) et le poste de dépense (hors cadeaux, autoconsommation, loyers effectifs ou imputés, et services)</u> .....	<u>27</u>	<u>27</u>
<u>Tableau 19 : Consommation importée suivant le lieu d'achat et le pays de production</u> .....	<u>27</u>	<u>27</u>
<u>Tableau 20 : Opinion des ménages sur les évolutions du revenu, de la consommation et de l'épargne depuis un an</u> .....	<u>28</u>	<u>28</u>
<u>Tableau 21 : Postes de dépense ayant évolué dans les achats des ménages selon le type</u> .....	<u>29</u>	<u>29</u>
<u>Tableau 22 : Modes d'ajustement à la baisse du pouvoir d'achat selon le type de ménage</u> .....	<u>29</u>	<u>30</u>
<u>Tableau 23 : Principaux postes d'ajustement de la consommation en cas de nouvelles baisses ou hausses du revenu réel selon le type de ménages</u> .....	<u>31</u>	<u>31</u>
<u>Tableau 24 : Type de transferts monétaires suivant le type de ménages</u> .....	<u>32</u>	<u>32</u>
<u>Tableau 25 : Type de transferts monétaires selon le quartile de consommation par tête</u> .....	<u>32</u>	<u>32</u>
<u>Tableau 26 : Montant moyen annuel de transferts monétaires selon le type de ménages</u> .....	<u>33</u>	<u>33</u>
<u>Tableau 27 : Montant total annuel des transferts monétaires par destination géographique selon le type de ménages</u> .....	<u>33</u>	<u>34</u>
<u>Tableau 28 : Montant total annuel des transferts monétaires par destination géographique selon le quartile de consommation par tête</u> .....	<u>34</u>	<u>34</u>

## AVANT-PROPOS

Les analyses présentées dans ce rapport s'inscrivent dans un schéma d'études et de collaborations originales dont il est nécessaire d'explicitier ici les lignes directrices.

### 1. Contexte

L'un des principaux objectifs que vise l'Union Economique et Monétaire Ouest Africaine (UEMOA) est d'assurer la convergence des performances et des politiques économiques des Etats membres par l'institution d'une surveillance multilatérale. Pour réaliser cet objectif, l'union doit disposer de statistiques harmonisées et fiables. Des efforts notables ont été fournis dans certains domaines pour accompagner la mise en œuvre de programmes d'ajustement structurel mais les systèmes statistiques nationaux des pays membres restent encore confrontés à quelques difficultés, notamment l'indisponibilité ou la non-pertinence d'informations indispensables au suivi des politiques, programmes et projets à réaliser dans le cadre des nouvelles stratégies de lutte contre la pauvreté.

D'une part, le processus participatif érigé actuellement comme code de conduite dans le diagnostic des conditions de vie et de la pauvreté, la définition des besoins et des objectifs visés ainsi que le suivi des résultats attendus à tous les niveaux, impliquent un large consensus, y compris avec les communautés de base ou bénéficiaires, la société civile et les partenaires au développement. Aussi, cette nouvelle approche des politiques de développement à la base fondée sur la prise en compte du point de vue de l'ensemble des composantes de la société soulève-t-elle des questions d'actualité comme la bonne gouvernance et la démocratie, et de ce fait, requiert une concertation et un dialogue social que seule la disponibilité d'informations de base pertinentes, actuelles et accessibles à tous peut faciliter et conforter.

D'autre part, la priorité étant la relance de la croissance par les secteurs porteurs, la promotion des activités génératrices de revenus et l'accès aux services sociaux de base, un minimum d'informations est requis. Les besoins d'information portent sur l'emploi (en particulier dans le secteur informel qui emploie plus de trois actifs occupés sur quatre) et la consommation des ménages assujettis aux lois et règles des différents marchés fortement influencés par la libéralisation ambiante et au développement rapide des technologies de l'information et de la communication (TIC).

L'élaboration et la mise en œuvre des stratégies de lutte contre la pauvreté en vigueur dans nos Etats ont accentué la demande d'informations statistiques et ont fait apparaître les limites des systèmes statistiques nationaux. Il s'agit de satisfaire au mieux une demande forte et pressante d'informations nouvelles qui répondent au contexte actuel et servent de repère pour une production qui se veut régulière, tout au long du processus de suivi des politiques, programmes et projets à moyen et long termes.

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

Face aux exigences de la mondialisation, les Etats membres sont contraints de redéfinir leurs politiques nationales et de s'engager dans un processus de transition macroéconomique pour mieux prendre en charge les nouveaux défis. La mise en place du Programme Régional d'Appui Statistique à la surveillance multilatérale des pays (PARSTAT) par la commission de l'UEMOA peut être considérée comme une des réponses à cette situation nouvelle. Au départ, le programme concernait exclusivement le secteur informel urbain et l'emploi. Par la suite, s'est greffée, au volet initial, une enquête sur les conditions de vie des ménages afin de tenir compte de la question de la lutte contre la pauvreté, préoccupation majeure dans la définition des politiques de développement actuelles. Cela justifie la méthodologie utilisée qui est celle des enquêtes de type 1-2-3 (emploi, secteur informel et consommation des ménages) développée et mise au point par DIAL (Développement, Institutions et Analyses de Long terme). Ce programme a été confié à l'Observatoire Economique et Statistique d'Afrique Subsaharienne (AFRISTAT) en collaboration avec DIAL.

Il est clair que face aux problèmes économiques structurels auxquels les Etats membres de l'UEMOA sont confrontés depuis quelques années, le choix des modes d'ajustements du secteur productif ne peut se faire sans l'intégration du secteur informel dans les modèles et la définition des politiques. Cela suppose le recours à des données statistiques appropriées, fiables et actuelles. En effet, non seulement on doit intégrer le secteur informel comme une composante à part entière du secteur productif, mais aussi prendre en compte son rôle dans la satisfaction de la demande des ménages et des autres secteurs. L'objectif premier de cette étude est donc de prendre en considération ce secteur dans la réflexion macroéconomique en se basant sur les données d'enquêtes. Cette démarche devra aider à la validation et à la formalisation du rôle macroéconomique du secteur par la formulation de propositions de politique économique fondées.

Le second objectif de la série d'enquêtes ci-dessus mentionnées est de permettre le suivi des conditions de vie des ménages et du fonctionnement du marché du travail. En effet, dans un contexte où le facteur travail

est le plus important et constitue la principale source de revenus de la grande majorité de la population, pauvre comme non pauvre, il est indispensable que le système d'information statistique national en tienne compte. Il s'agira d'y intégrer un dispositif pérenne de suivi des conditions de vie dans la mise en œuvre de la stratégie de réduction de la pauvreté, devenue le principal outil de politique économique et sociale en vigueur dans nos pays. Les enquêtes dont nous présentons ici les premiers résultats contribuent au renforcement de ce système, même si elles se limitent dans un premier temps à la principale agglomération du pays.

### **3. Une méthodologie originale : une enquête en trois phases (1-2-3)**

Vu les multiples dimensions du projet, les contraintes budgétaires et l'insuffisance des ressources humaines pour une opération d'une telle envergure, l'enquête s'est limitée, dans un premier temps, à l'agglomération urbaine de Dakar. Cette enquête a pour objectif de donner une vision statistiquement représentative du marché du travail, des conditions de vie de la population et du secteur informel à Dakar.

La phase 1, dont les premiers résultats ont été publiés, a donné une vue exhaustive des conditions d'emploi de la main-d'œuvre à Dakar. De même, les exploitations informelles identifiées durant cette phase ont été enquêtées sur leur mode de production lors de la phase 2 qui a donné lieu à une publication. Enfin, les modalités d'appel à la production du secteur informel par les différents agents économiques, la consommation des ménages et la pauvreté font l'objet de cette publication qui vient ainsi compléter la série des résultats déjà parus.

### **4. Une collaboration scientifique réussie et multiforme**

La cohérence interne des résultats, le respect des délais de réalisation des différentes étapes malgré quelques impondérables dans l'exécution de certaines tâches, la collaboration franche des différents intervenants et la mobilisation de plusieurs équipes autour de ce projet de grande envergure, témoignent de la réussite de cette opération. Initiées en décembre 2001, les opérations de collecte de la phase 1 se sont terminées en septembre 2002 après un mois de terrain et les premiers résultats ont été disponibles en mai 2003. S'agissant des phases 2 et 3, la collecte a commencé en mars 2003 pour une durée d'un mois respectivement. Dans l'ensemble, tout le programme a été bouclé en 2004.

Partant de l'expérience acquise par les chercheurs de DIAL à Madagascar et au Cameroun et par AFRISTAT, l'enquête a été adaptée au contexte des pays de l'UEMOA. Nous tenons à remercier ici ces deux institutions qui ont encadré avec professionnalisme, l'ensemble des opérations du projet. Nous saluons leur rigueur et leur efficacité qui nous ont permis de "boucler" l'enquête dans les meilleurs délais et de mettre à disposition des données dont la qualité ne fait aucun doute.

D'une manière générale, l'élaboration et la mise en œuvre du projet se sont bien déroulées pour toutes les étapes, notamment la collecte, la saisie, l'apurement et l'analyse des données. Cependant, il convient de signaler que si dans l'ensemble, l'opération a connu un plein succès, nombre de difficultés ont été rencontrées au cours du déroulement des travaux. A ce sujet, il y a lieu de noter les contraintes liées à la méthodologie et au calendrier ainsi que les problèmes nés de la sous-estimation de la charge de travail, en particulier concernant la collecte, la saisie et l'apurement des données. S'y ajoute l'insuffisance des ressources humaines chargées de l'enquête du fait que la DPS s'était engagée dans la même période dans la réalisation d'autres projets majeurs comme le troisième Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH III, 2002) et l'Enquête Sénégalaise Auprès des Ménages (ESAM II, 2001/2002). Aussi, avant d'étendre cette enquête à l'ensemble du milieu urbain et au milieu rural, les techniciens du projet devront-ils réfléchir sur les voies et moyens d'adapter la méthodologie actuelle et le budget aux spécificités de chaque pays.

Le présent rapport a été rédigé par **Mamadou Matar Guèye** et **Alain Brilleau** sous la supervision de **Babakar Fall** et **Aliou Gaye**: Les experts de DIAL, **Alain Brilleau**, **Constance Torelli** et **François Roubaud** ont apporté leur appui constant et efficace à toutes les phases de l'élaboration de ce rapport. **Eloi Ouedrago** et **Ousman Koriko** d'AFRISTAT ont également apporté une contribution significative, en particulier dans le traitement des données. Les tableaux utilisés dans ce rapport ont été produits par **Thiécouta Ndiaye** et **Contance Torelli**.

Monsieur **Ibrahima Sarr**, conseiller technique à la DPS a relu la version préliminaire de ce rapport et ses observations ont amélioré la qualité du document.

## 5. Un financement multiple

Les phases emploi et secteur informel ont été réalisées grâce à l'appui financier de la commission de l'Union Européenne. La phase 3 a bénéficié du soutien financier de la Coopération Française.

## 6. Remerciements

Nous remercions d'abord la Commission de Union Européenne et la Coopération Française sans lesquelles l'enquête 1-2-3 n'aurait pas été possible. Nous adressons aussi nos sincères remerciements aux experts **Alain Brilleau**, **Constance Torelli** et **François Roubaud** de DIAL, **Eloi Ouedrago** et **Ousman Koriko** d'AFRISTAT pour leurs apports techniques dans la réalisation et l'internalisation du dispositif 1-2-3 au Sénégal.

Enfin, nous tenons à remercier les enquêteurs, les superviseurs et les opérateurs de saisie qui ont travaillé dans des conditions difficiles, et surtout les ménages qui ont répondu à cette enquête en acceptant de nous consacrer quelques moments de leur temps précieux. Nous espérons que ces efforts conjugués dans un élan de civisme contribueront au renforcement de notre système d'information national et à l'amélioration du processus de prise de décision, à travers une bonne utilisation des résultats de ce travail.

### Personnel de la DPS ayant participé à la phase 3 de 2003

**Babakar Fall**, chef de la Division des Statistiques Economiques et de la Comptabilité Nationale (DSECN), directeur technique

**Mamadou Matar Guèye**, chef du Bureau de Suivi des Conditions de Vie des Ménages (BSCVM), Coordinateur technique, responsable de l'enquête

**Aliou Gaye**, chef de la Division des Statistiques Démographiques et Sociales (DEDS), directeur technique adjoint

**Thiécouta Ndiaye**, chef du Bureau de Traitement de l'Information (BTI), responsable informatique de l'enquête

**Marième Fall**, chef de la Section Environnement des Ménages au BSCVM, superviseur

**Mamadou Kane**, assistant informatique de l'enquête

**Mamadou Ndiaye**, chef de la Section Activités Economiques et Migrations, superviseur

**Mohamed Sakho**, assistant informatique de l'enquête

### Consultants ayant participé à l'apurement des données

- **Mamadou Dia**, Géographe
- **Mamadou Guèye**, Economiste
- **Mamadou Kébé**, Juriste
- **Mamadou Ndiaye**, Statisticien

## RESUME

L'objectif de la phase 3 de l'enquête 1-2-3 est d'identifier les comportements spécifiques des ménages en matière de consommation. En particulier, elle permet d'apprécier le poids du secteur informel dans la satisfaction de la demande des différents groupes de ménages. Cela nous conduit à adopter une typologie de ménages en quatre classes, suivant le secteur institutionnel d'activité 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, elle s'appuiera aussi sur une classification alternative, plus classique dans les études sur la consommation. Cette seconde typologie regroupe les ménages suivant le niveau de richesse, estimé à partir de la dépense de consommation. Cette dernière est plus appropriée pour le traitement de la pauvreté et de l'inégalité.

La consommation annuelle moyenne par ménage atteint 3,1 millions de FCFA. Cette consommation varie de 2,6 millions chez les "*ménages informels*" à 3,6 millions chez les "*ménages publics*". La différence entre les ménages est encore plus nette lorsqu'on l'apprécie du point de vue des quartiles de consommation par tête. La consommation des 25% de ménages les plus riches est 2 fois supérieure à celle des 25% les plus pauvres. Le montant de la consommation annuelle moyenne par tête est de 409 100 FCFA. Elle est plus faible chez les "*ménages informels*" avec 363 800 FCFA, et atteint 510 000 FCFA chez les "*ménages publics*", les "*ménages privés formels*" et les "*ménages inactifs/chômeurs*" occupant une position intermédiaire.

Les trois postes les plus importants dans la consommation des ménages sont par ordre décroissant : "*Alimentation et boissons non alcoolisées*", "*Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles*" et "*Transports*". Ils regroupent près de 69% des dépenses des ménages. Plus de 40% des dépenses sont consacrés à l'alimentation. Mais la part de l'alimentation décroît, de 48,2% chez les plus pauvres à 30,8% chez les plus riches. Les coefficients budgétaires varient en sens inverse pour l'"*enseignement*", les "*transports*", et la "*santé*". Le poids des dépenses d'"*habillement et chaussures*" est par contre peu sensible au niveau de consommation par tête.

La dépense alimentaire annuelle par ménage (y compris les cadeaux et l'autoconsommation) est de 1,17 millions FCFA. Quel que soit le type de ménage, les dépenses en pain et céréales, viandes et légumes constituent plus de 25% 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 du pain et des céréales est importante ; plus on est riche, plus la part de la viande est importante. En résumé, plus on est riche, plus le régime alimentaire de base est diversifié. Une autre caractéristique principale des riches est que la part de leur consommation de viande est plus importante et celle de pain et céréales moins élevée.

En termes de fréquentation des points de vente, c'est le secteur informel qui a la préférence massive des consommateurs. Les ménages s'adressent à ce secteur dans plus de 94% 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 99,2% pour l'alimentation. Les lieux d'achats les plus fréquentés sont les petites boutiques, les petits ateliers et les marchés. Les seuls postes où le secteur formel joue un rôle important sont l'"*enseignement*" et surtout la "*santé*" mais aussi dans une moindre mesure les "*transports*" et les "*communications*".

On estime à 75,7% le montant de la consommation des ménages achetée dans le secteur informel (et jusqu'à 96% pour l'alimentation). Cependant, le secteur formel joue un rôle prépondérant surtout dans les postes "*Santé*" et "*Enseignement*" mais aussi, à un niveau moindre, dans les "*transports*" et les "*communications*", avec plus de 40% du montant des achats.

## RESUME (suite)

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 dans des lieux informels. En effet, cette proportion atteint 71% chez les "*ménages privés formels*" et 64,2% pour le quartile des ménages les plus riches. Elle atteint toutefois 86% chez les ménages les plus pauvres et 81,5% 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, politiques d'embauche, etc.) aura un impact de première grandeur sur le secteur informel. En effet, 39,6% de la demande finale des ménages adressée au secteur informel provient des "*ménages formels*" (publics et privés).

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, les ménages privilégient le fait que le produit n'existe pas ailleurs et l'effet qualité. 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 dakaraise porte essentiellement sur des produits locaux. En effet, la part de l'importation dans la consommation des ménages est de 30,8%, avec une situation contrastée par type de produits. Dans l'alimentation, 81,6% est d'origine locale. Les produits importés viennent principalement des pays développés (59,3%) et peu d'autres pays africains (9,9%). Les principaux produits importés par les ménages sont les "*motocyclettes et bicyclettes*", les "*gros appareils ménagers*", les "*appareils de réception, d'enregistrement et de reproduction de l'image et du son*", les "*médicaments modernes*" et les "*céréales non transformées*".

Le secteur informel apparaît comme le principal vecteur de diffusion des produits d'Asie et des pays en développement tandis que les produits européens sont presque à moitié commercialisés dans le secteur formel.

Plus de deux tiers des ménages estiment que depuis un an, leurs revenus sont restés stables. Au cours de ces douze derniers mois, ceux qui estiment que leurs revenus ont baissé sont légèrement plus nombreux que ceux dont les revenus ont augmenté.

Pour l'ensemble des ménages, l'"*habillement et les chaussures*" et les "*loisirs, spectacles*" ont constitué la première source d'ajustement. Les ménages ont principalement réagi par un choix minutieux des produits achetés et par une plus petite quantité d'achat sans changement de lieu d'achat.

L'ampleur des réseaux de solidarité qui se manifestent par les transferts monétaires entre ménages est grande à Dakar. Seuls 11,0% des ménages n'effectuent aucun transfert, que ce soit à titre de donateur ou de bénéficiaire. Près de trois ménages sur quatre (74,7%) des ménages ont effectué des transferts monétaires tandis que près de 56% en ont reçus. Ce phénomène est moins important chez les "*ménages publics*" parmi lesquels 14,3% n'effectuent aucun transfert, et chez les pauvres qui en sont exclus, du seul fait qu'ils ne disposent pas du capital économique et social nécessaire. En proportion, les "*ménages privés formels*" sont les premiers donateurs et les "*ménages inactifs ou chômeurs*" les premiers bénéficiaires. En moyenne, le montant annuel versé est de 177 300 FCFA et le transfert perçu de 173 400 FCFA. En conclusion, les ménages de l'agglomération de Dakar reçoivent un peu moins qu'ils ne donnent.

Près de la moitié (47,3%) des transferts monétaires perçus par les ménages dakarois proviennent de l'étranger. Les "*ménages informels*" et les "*ménages inactifs ou 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 les plus riches qui perçoivent la plus grande part sont les plus avantagés.



## INTRODUCTION

La phase 3 de l'enquête 1-2-3 porte sur un échantillon stratifié représentatif de la population de l'agglomération urbaine de Dakar. Spécifiquement, il s'agit d'un sous-échantillon de 568 ménages tirés parmi les 2 500 ménages que compte la phase 1 de l'enquête dénommée "enquête emploi".

Cette phase a pour objectif principal d'identifier les comportements des ménages en matière de consommation et d'apprécier l'importance et le rôle du secteur informel dans leur demande de biens et services. Dans l'optique ainsi déclinée, et pour une perspective plus étendue, elle permet, à la fois, de déterminer l'origine des produits, de quantifier la demande auprès du secteur informel et enfin, d'établir l'équilibre comptable ressources-emplois selon les types de consommateurs de la production informelle.

### I. TYPOLOGIE DE MENAGES

A l'effet de satisfaire les besoins d'informations ainsi définis, l'approche méthodologique repose sur une typologie dite fonctionnelle, c'est-à-dire axée sur l'origine sectorielle des revenus des ménages, à la différence des analyses classiques sur la consommation qui utilisent plutôt le niveau de leurs ressources. En clair, il s'agit d'une typologie opérationnelle qui cherche à s'adapter aux politiques économiques en vigueur, notamment celles en matière de distribution des revenus et de création d'emplois. L'on sait que le niveau de vie respectif de chaque catégorie de ménages dépend pour une large part de variables-clefs, instrumentales dans les choix de politiques macro-économiques et sur lesquelles les décideurs peuvent axer leurs actions.

Au vu des objectifs de l'enquête, la typologie élaborée à partir de la phase emploi distingue quatre catégories selon le secteur institutionnel d'activité du chef de ménage :

- les ménages dont le chef exerce son emploi principal dans le secteur public sont dénommés "*ménages publics*";
- les ménages dont le chef exerce son emploi principal dans le secteur privé formel sont dénommés "*ménages privés formels*";
- les ménages dont le chef exerce son emploi principal dans le secteur informel sont dénommés "*ménages privés informels*";
- les ménages dont le chef est inactif ou chômeur sont dénommés "*ménages inactifs ou chômeurs*".

Les revenus des ménages dits publics dont le chef travaille pour le compte de l'administration ou des entreprises publiques sont déterminés par la politique de dépenses publiques en matière de salaire et de recrutement. De même, la rémunération des "*ménages privés formels*" est fonction des conventions collectives, de la politique salariale des entreprises et de leurs performances. S'agissant des "*ménages informels*", les revenus dépendent, dans le contexte d'une libéralisation, essentiellement des niveaux et de l'équilibre entre l'offre et la demande sur les différents marchés. Concernant les "*ménages chômeurs ou inactifs*", les principaux déterminants du niveau de leurs revenus sont les transferts institutionnels et communautaires, c'est-à-dire, l'importance des indemnités diverses versées par l'Etat d'une part et d'autre part la solidarité sous forme de soutien financier entre les ménages eux-mêmes. Au Sénégal, y compris à Dakar, cette dernière composante est assez significative.

Les résultats de l'enquête emploi ont confirmé le bien-fondé de cette typologie, en ce qui concerne son application aussi bien au mode d'insertion sur le marché du travail qu'au type d'habitat et d'équipement des ménages, deux sphères fortement corrélées avec les revenus, et donc avec la consommation.

Aussi, l'analyse des résultats s'appuie-t-elle d'abord sur cette typologie, mais fera aussi référence à une classification alternative, utilisée habituellement dans les études sur la consommation. Avec cette seconde typologie, plus appropriée au traitement de la pauvreté et des inégalités, les ménages sont classés selon leur niveau de richesse déterminé en fonction du montant de leur consommation.

Le tableau ci-dessous donne la répartition des ménages par catégorie, respectivement dans les phases "emploi" et "consommation des ménages" de l'enquête. La quasi-similitude de la distribution des ménages par catégorie dans les différentes phases est une indication de la bonne qualité de la stratification opérée.

**Tableau 1 : Distribution des catégories de ménages par phase de l'enquête 1-2-3**

%	Type de ménages				Ensemble
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif	
Phase 1 : enquête emploi	10,6	15,9	39,7	33,8	100,0
Phase 3 : enquête consommation	11,0	15,9	40,4	32,7	100,0

*Source : Enquête 1-2-3, 2002-2003, phase 1 (emploi) et phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.*

Les "ménages informels" constituent le groupe le plus nombreux : plus de quatre ménages sur dix, soit 104 700 sur les 259 300 que compte l'agglomération urbaine de Dakar en 2003. Viennent ensuite dans l'ordre les ménages "chômeurs ou inactifs" (près d'un ménage sur trois) et les "ménages privés formels" (16%). Avec 11% de l'ensemble, les "ménages publics" dirigés pour la plupart par des fonctionnaires, sont minoritaires à Dakar.

## II. CONSOMMATION DES MENAGES

### Consommation monétarisée

Hors autoconsommation et loyers imputés (1), la consommation monétarisée annuelle moyenne par ménage est de 2 782 700 FCFA. Elle passe de 2 365 700 FCFA pour les "ménages privés informels" à 3 315 100 FCFA pour les "ménages publics" les mieux lotis, soit 40,1% de plus. Les "ménages chômeurs ou inactifs" et les "ménages privés formels" ont des niveaux de consommation voisins, environ 3 000 000 FCFA. On observe que la consommation est fortement associée à la taille du ménage. Les écarts observés ci-dessus sont quelque peu différents si on rapporte la consommation du ménage à sa taille, que celle-ci soit exprimée en nombre de personnes ou en nombre d'unités de consommation (UC) (2). Ainsi, quelle que soit la mesure considérée, les "ménages publics" et les "ménages privés formels" ont des niveaux de consommation voisins relativement élevés par rapport aux "ménages chômeurs ou inactifs" et aux "ménages privés informels". Par exemple, si les "ménages publics" consomment en moyenne 8,5% de plus que les "ménages chômeurs ou inactifs", compte non tenu de leur taille, la consommation par tête et la consommation par UC montrent des écarts de 38,7% et 39,5% respectivement, en faveur des "ménages publics". Cela s'explique par le fait que les "ménages chômeurs ou inactifs" sont généralement de plus grande taille.

La consommation annuelle moyenne par tête est de 365 200 FCFA. Elle est seulement de 333 600 FCFA pour les "ménages privés informels" et se monte à 469 500 FCFA pour les "ménages publics". Par unité de consommation, c'est à dire en tenant compte de l'âge des différents membres du ménage, la consommation annuelle moyenne monte à 544 300 FCFA, avec respectivement 499 700 FCFA et 702 300 FCFA pour les "ménages privés informels" et les "ménages publics".

Quel que soit l'indicateur considéré (par tête ou par unité de consommation), la hiérarchie entre les différentes catégories de ménages reste la même. Les "ménages publics" se trouvent en haut de l'échelle, suivis de très près par les "ménages privés formels". A l'autre extrémité, les "ménages informels" et les "ménages chômeurs ou inactifs" présentent aussi des niveaux de consommation voisins. Cette hiérarchie est fortement influencée par la grande différence de taille de ménages entre catégories.

La hiérarchie des quatre classes de ménages est variable selon le type de biens et services considérés. Dans le tableau 2, la consommation est agrégée selon la nomenclature officielle internationale COICOP (Classification of individual consumption by purpose) en douze fonctions : 1 – Alimentation et boissons non alcoolisées, 2 – Boissons alcoolisées et tabac, 3 – Habillement et chaussures, 4 – Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles, 5 – Meubles, articles de ménages et entretien courant, 6 – Santé, 7 – Transports, 8 – Communications, 9 – Loisirs et culture, 10 – Enseignement, 11 – Hôtels et restaurants, 12 – Biens et services divers. Selon cette classification, les "ménages chômeurs ou inactifs" dépensent, en valeur pour l'alimentation et les boissons non alcoolisées plus que tous les autres ménages. Les "ménages privés informels" dépensent le moins dans toutes les fonctions de consommation sauf pour la fonction "Hôtels

<sup>1</sup>) Pour la définition des loyers imputés, voir en annexe.

<sup>2</sup>) Le nombre de personnes dans un ménage n'est qu'un indicateur imparfait de sa taille réelle, dans la mesure où tous les membres d'un ménage n'ont pas tous les mêmes besoins. Toute une littérature économique a été développée sur ce thème des échelles d'équivalence, en se fondant notamment sur l'âge des individus. Voir en annexe pour la définition précise des unités de consommation retenue dans l'enquête.

-restaurants" qui correspond la plupart du temps aux repas pris à l'extérieur et la fonction "Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles" où la dépense est voisine de celle des "ménages chômeurs ou inactifs". On peut aussi noter que les "ménages formels" (publics et privés) dépensent bien plus en transports que les autres types de ménages. Par ailleurs, leurs niveaux de dépenses sont relativement voisins dans la plupart des fonctions de consommation à l'exception de l'alimentation.

**Tableau 2 : Valeur de la consommation annuelle selon le type de ménages et le poste**  
(hors cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)

(montant en milliers de FCFA)	Type de ménages				
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif	Ensemble
Consommation annuelle par ménage	3 315,1	2 913,4	2 365,7	3 055,8	2 782,7
Consommation annuelle par tête	469,5	451,2	333,6	338,6	365,2
Consommation annuelle par UC	702,3	666,1	499,7	503,3	544,3
Consommation annuelle par ménage (en milliers de FCFA)					
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	1 301,7	1 110,6	1 100,6	1 472,7	1 245,9
02.- Boissons alcoolisées et tabac	14,3	39,8	12,3	20,6	19,6
03.- Habillement et chaussures	267,6	220,3	174,6	241,7	214,0
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	452,6	430,8	325,0	324,0	355,5
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	201,4	157,0	111,6	172,2	148,5
06.- Santé	83,6	92,4	87,3	114,0	96,4
07.- Transports	406,9	321,4	167,1	228,5	238,1
08.- Communications	63,7	103,4	57,9	86,0	74,9
09.- Loisirs et culture	96,5	92,8	54,2	88,6	76,3
10.- Enseignement	102,5	86,9	34,9	79,1	65,0
11.- Hôtels et restaurants	189,7	146,7	141,6	104,7	135,7
12.- Biens et services divers	134,5	111,3	98,6	123,6	112,7

*Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.*

Les "ménages chômeurs ou inactifs" consacrent près de la moitié de leur budget (48%) aux postes "alimentation et boissons non alcoolisées", contre environ 38% pour les "ménages formels". En revanche, la part allouée aux dépenses de transports passe de 12% pour les "ménages publics" à environ 7% pour les ménages dirigés par une personne travaillant dans l'informel ou par un chef inactif ou un chômeur.

**Tableau 3 : Valeur de la consommation annuelle (en %) selon le type de ménages et le poste**  
(hors cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)

(en %)	Type de ménages				
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif	Ensemble
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	39,3	38,1	46,5	48,2	44,8
02.- Boissons alcoolisées et tabac	0,4	1,4	0,5	0,7	0,7
03.- Habillement et chaussures	8,1	7,6	7,4	7,9	7,7
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	13,7	14,8	13,7	10,6	12,8
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	6,1	5,4	4,7	5,6	5,3
06.- Santé	2,5	3,2	3,7	3,7	3,5
07.- Transports	12,3	11,0	7,1	7,5	8,6
08.- Communications	1,9	3,5	2,4	2,8	2,7
09.- Loisirs et culture	2,9	3,2	2,3	2,9	2,7
10.- Enseignement	3,1	3,0	1,5	2,6	2,3
11.- Hôtels et restaurants	5,7	5,0	6,0	3,4	4,9
12.- Biens et services divers	4,1	3,8	4,2	4,0	4,1

*Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.*

## Consommation totale

Il y a lieu de signaler que les données présentées dans le tableau 2 prennent en compte la consommation monétarisée seulement, c'est à dire celle qui a fait l'objet d'une transaction sur le marché. Pour estimer la consommation dans son ensemble, il convient d'ajouter aux transactions monétaires, d'une part l'autoconsommation, et d'autre part les loyers imputés des ménages propriétaires de leur logement (valeur correspondant à un service qu'un ménage réalise pour son propre compte).

En premier lieu, l'autoconsommation valorisée aux prix du marché ne représente que 1,0% de la consommation totale. Ce résultat met en évidence la **très forte intégration à l'économie marchande de la population de la capitale**. Contrairement à ce qu'on pourrait penser, l'autoconsommation n'est pas une pratique plus répandue ou spécifique aux "*ménages informels*" bien que ces derniers soient souvent eux-mêmes producteurs de biens et services de consommation courante. Les "*ménages privés formels*" aussi autoconsomment une partie de leur production (1,5% contre moins de 1% parmi les ménages informels) correspondant à la production informelle de certains de leurs membres.

En second lieu, l'estimation des loyers imputés amène à réviser la consommation des ménages à la hausse, plus fortement que l'autoconsommation. Alors que le loyer mensuel moyen effectivement payé sur le marché est de 24 600 FCFA, le loyer implicite associé à l'ensemble du parc de logements atteint 33 700 FCFA. Cela traduit le fait que les logements des ménages propriétaires sont de meilleure qualité que ceux des locataires. En effet, 55,0% des propriétaires habitent dans des villas contre 20,4% de locataires. Environ 62,1% des premiers disposent de toilettes individuelles, alors que cette proportion n'est que de 33,7% chez les seconds. Le nombre de pièces occupées par les propriétaires (4,1) est aussi supérieur à celui dont disposent les locataires (2,2). La part des loyers imputés est bien plus importante pour les "*ménages chômeurs ou inactifs*" (le double de la part des autres types de ménages), plus souvent propriétaires de leur logement.

In fine, la **consommation annuelle moyenne des ménages** (y compris l'autoconsommation et les loyers imputés) est de **3 117 200 FCFA**, soit 12,0% de plus que la consommation monétarisée. L'intégration des loyers imputés dans la consommation conduit à gonfler le poste "*logement*", qui reste au second rang derrière l'"*alimentation*", et dont le montant passe de 355 500 FCFA à 648 600 FCFA par ménage et par an. De plus, la prise en compte de ces éléments non marchands dans la consommation a tendance à réduire les inégalités entre les catégories de ménages. Cependant, l'ensemble des résultats portant sur la consommation monétarisée, présentés précédemment, reste valable.

**Tableau 4 : Valeur de la consommation annuelle moyenne selon le type de ménages**  
(y compris les cadeaux donnés, l'autoconsommation et les loyers imputés)

(montant en milliers de FCFA)	Type de ménages				
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif	Ensemble
Consommation annuelle par ménage	3 600,9	3 193,2	2 580,1	3 582,1	3 117,2
Consommation annuelle par tête	510,0	494,5	363,8	396,9	409,1
Consommation annuelle par UC	762,9	730,1	544,9	590,0	609,7
Part de l'autoconsommation (%)	0,6	1,5	0,9	1,0	1,0
Part des loyers imputés (%)	6,9	6,9	6,8	13,0	9,2
<b>Consommation annuelle par ménage (en milliers de FCFA)</b>					
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	1 308,7	1 115,6	1 108,2	1 477,3	1 252,1
02.- Boissons alcoolisées et tabac	14,3	39,9	12,3	20,8	19,7
03.- Habillement et chaussures	270,1	226,4	182,9	255,9	223,3
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	707,7	672,9	502,9	797,0	648,6
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	205,5	159,5	117,2	176,7	153,1
06.- Santé	84,3	92,7	87,6	114,4	96,8
07.- Transports	412,3	332,3	173,3	239,4	246,5
08.- Communications	67,2	104,8	58,3	86,8	76,0
09.- Loisirs et culture	99,5	93,6	54,9	91,3	77,9
10.- Enseignement	105,5	91,9	35,5	90,4	70,1
11.- Hôtels et restaurants	189,9	148,9	146,9	105,5	138,4
12.- Biens et services divers	135,7	114,6	99,9	126,4	114,9

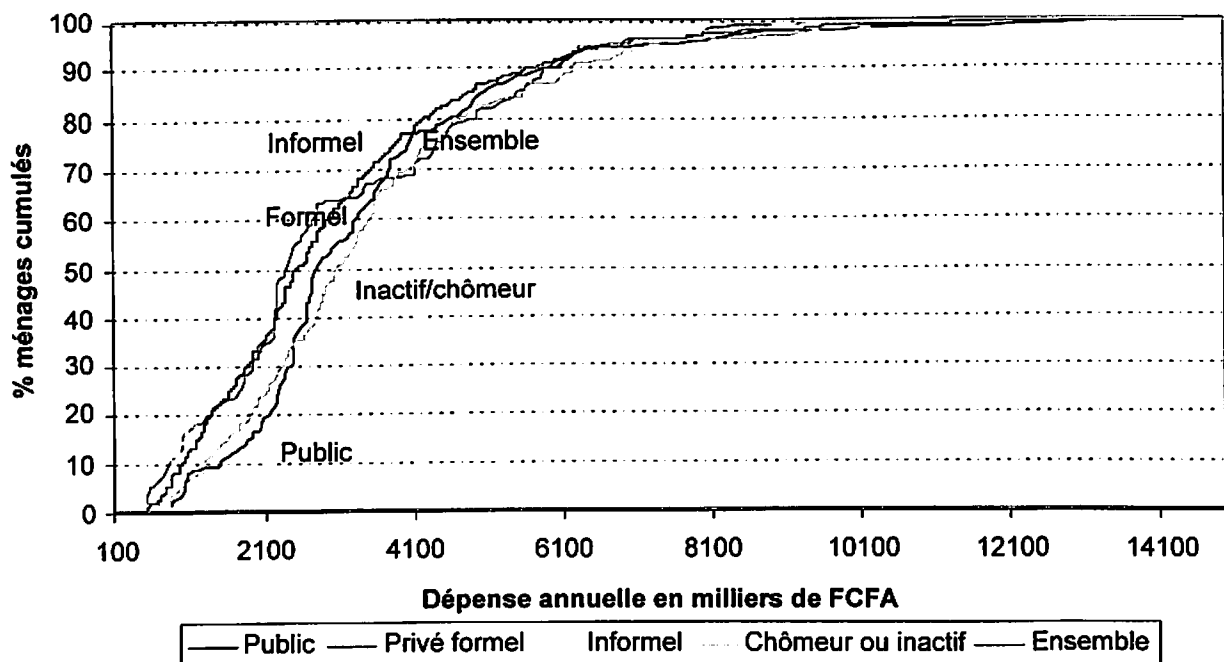
**Source :** Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

Au niveau global, le montant de la consommation annuelle des ménages dans l'agglomération de Dakar peut être estimé à 808 milliards FCFA, dont 29,0% proviennent des dépenses des "ménages formels" (privés et publics) alors que leurs membres ne représentent pourtant que 23,6% de la population totale.

### Indicateurs d'inégalité dans la consommation des ménages

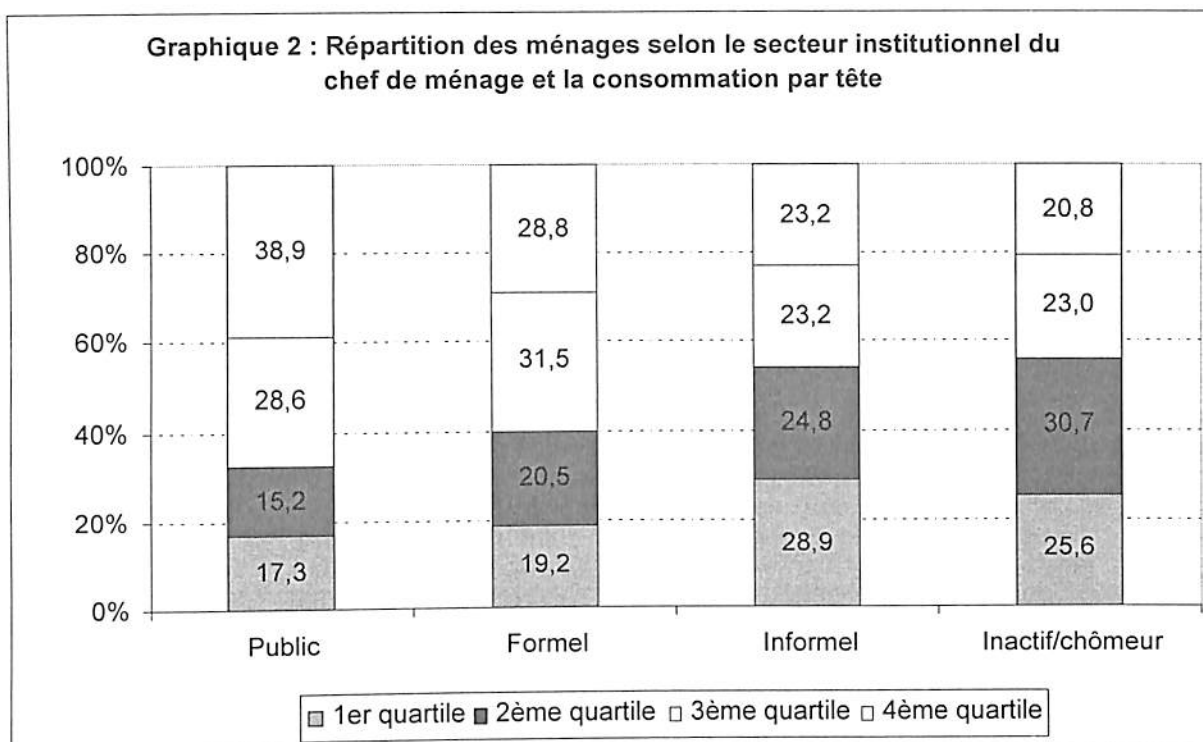
En réalité, la consommation moyenne cache une profonde hétérogénéité au sein des ménages. Si la consommation annuelle moyenne par ménage est proche de 3,1 millions FCFA, la moitié des ménages doit se contenter de moins de 2,6 millions de FCFA. Comme le montre le graphique 1, la majorité des ménages se concentre sur les segments de consommation les plus faibles tandis qu'une petite minorité d'environ 5% dépense plus de 7 millions par an.

**Graphique 1: Dépense annuelle par ménage selon le secteur institutionnel du chef de ménage (y compris cadeaux, autoconsommation et loyers fictifs)**



**Source:** Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

La classification des ménages suivant l'origine des revenus (public, privé formel, informel, chômeurs ou inactifs) a tendance à écraser la dispersion des niveaux de consommation. Cela s'explique par la forte hétérogénéité interne des quatre classes de ménages. Par exemple, on trouve chez les "ménages publics" aussi bien des employés non qualifiés que des hauts fonctionnaires de l'Etat ou encore des dirigeants d'entreprises publiques. Les graphiques 1 et 2 illustrent clairement ce phénomène, les distributions de consommation par type de ménages étant largement superposées. Ainsi, à peine 17,3% des "ménages publics" appartiennent au quartile le plus pauvre, et 38,9% au plus riche ; A l'opposé, parmi les "ménages informels", 28,9% viennent du quartile le plus pauvre et 23,2% du quartile le plus riche.



**Source :** Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

Il est intéressant de comparer la typologie ci-dessus avec celle, plus classique, classant les ménages par quartile de consommation par tête. Par construction, cette seconde classification est beaucoup plus discriminante des niveaux de consommation, et ce, quel que soit le poste considéré. Ainsi, **la consommation moyenne par tête des 25% des ménages les plus pauvres (premier quartile) est estimée à 194 100 FCFA tandis que celle des 25% les plus riches (dernier quartile) atteint 1 036 200 FCFA**, soit un rapport de 1 à 5,3. En revanche, cette typologie s'avère moins pertinente pour la partie non monétaire de la consommation, les plus pauvres n'étant pas nécessairement ceux qui en dépendent le plus. En effet, la part de l'autoconsommation représente 1,3% chez les plus riches et 1% seulement chez les plus pauvres.

**Tableau 5 : Valeur de la consommation annuelle selon le quartile de consommation par tête (y compris les cadeaux, l'autoconsommation et les loyers imputés)**

(montant en milliers de FCFA)	Quartiles de consommation par tête				Ensemble
	1er quartile	2ème quartile	3ème quartile	4ème quartile	
Consommation annuelle par ménage	2 162,5	2 757,7	3 188,2	4 360,1	3 117,2
Consommation annuelle par tête	194,1	315,7	498,4	1 036,2	409,1
Consommation annuelle par UC	298,2	477,1	727,6	1 434,2	609,7
Part de l'autoconsommation (%)	1,0	0,7	0,8	1,3	1,0
Part des loyers imputés (%)	14,8	11,2	8,8	5,3	9,2
<b>Consommation annuelle par ménage (en milliers de FCFA)</b>					
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	1 042,5	1 251,6	1 369,7	1 344,4	1 252,1
02.- Boissons alcoolisées et tabac	9,8	12,8	12,1	44,0	19,7
03.- Habillement et chaussures	134,9	200,1	243,5	314,6	223,3
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	554,6	609,0	671,7	758,8	648,6
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	78,2	118,8	160,7	254,6	153,1
06.- Santé	34,8	70,7	99,8	181,9	96,8
07.- Transports	90,9	148,9	213,3	532,8	246,5
08.- Communications	38,6	50,1	54,5	160,7	76,0
09.- Loisirs et culture	32,1	54,8	65,9	158,7	77,9
10.- Enseignement	35,9	48,3	67,3	128,9	70,1
11.- Hôtels et restaurants	43,7	90,8	115,1	304,3	138,4
12.- Biens et services divers	66,4	101,8	114,7	176,5	114,9

**Source :** Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

## Coefficients budgétaires

Au niveau agrégé, **40,2% de la consommation des ménages sont consacrés à l'alimentation**. Cette part de l'alimentation à Dakar est plus faible que celle observée dans beaucoup d'autres capitales africaines. Les dépenses de logement (effectives et imputées) arrivent en seconde position avec environ 20,8% des dépenses. L'estimation d'un loyer fictif pour les ménages ne payant pas de loyer entraîne une augmentation de 8 points de la part du poste "Logement" dans la consommation des ménages. La consommation liée aux "transports" est proche de 8% et le poste "Habillement et chaussures" dépasse 7%, tandis que les parts des postes "Meubles, articles de ménages et entretien courant" et "Hôtels et restaurants" dépassent 4%. Il convient de noter que le poste "Hôtels et restaurants" comprend, entre autres, les dépenses pour les aliments et boissons consommées hors du domicile. Avec moins de 3% du budget des ménages, les dépenses d'"éducation" sont inférieures à celles consacrées aux loisirs.

Si cette hiérarchie se maintient globalement quel que soit le type de ménages, l'analyse des coefficients budgétaires fait état cependant d'importantes différences entre les quatre catégories. Ainsi, l'"alimentation" pèse moins de 35% dans le budget des "ménages privés formels" contre plus de 41% chez les "ménages informels" et les "ménages chômeurs ou inactifs". Pour les "ménages informels", la préférence pour l'"alimentation" se fait presque au détriment de tous les autres postes budgétaires, à l'exception des dépenses d'"hôtels et restaurants". Par contre, les "ménages inactifs ou chômeurs" ont un comportement plus atypique, avec notamment une part plus importante des dépenses de logement. Toutes ces variations s'expliquent en partie par des différences de niveaux de revenus.

**Tableau 6 : Coefficients budgétaires selon le type de ménages et le poste de dépense**  
(y compris les cadeaux, l'autoconsommation et les loyers imputés)

(en %)	Type de ménages				
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif	Ensemble
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	36,3	34,9	43,0	41,2	40,2
02.- Boissons alcoolisées et tabac	0,4	1,2	0,5	0,6	0,6
03.- Habillement et chaussures	7,5	7,1	7,1	7,1	7,2
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	19,7	21,1	19,5	22,3	20,8
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	5,7	5,0	4,5	4,9	4,9
06.- Santé	2,3	2,9	3,4	3,2	3,1
07.- Transports	11,5	10,4	6,7	6,7	7,9
08.- Communications	1,9	3,3	2,3	2,4	2,4
09.- Loisirs et culture	2,8	2,9	2,1	2,6	2,5
10.- Enseignement	2,9	2,9	1,4	2,5	2,2
11.- Hôtels et restaurants	5,3	4,7	5,7	2,9	4,4
12.- Biens et services divers	3,8	3,6	3,9	3,5	3,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Consommation annuelle par tête (en milliers de FCFA)	510,0	494,5	363,8	396,9	409,1

**Sources :** Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

Il est aussi intéressant de comparer cette typologie de ménages avec celle qui prend en compte l'effet revenu seulement. La structure des coefficients budgétaires par quartile de consommation par tête est plus contrastée que celle qui résulte de la classification par origine du revenu. Ainsi, les coefficients budgétaires alimentaires s'ordonnent de 30,8% à 48,2%, du quartile le plus riche au quartile le plus pauvre et ceux de la fonction "Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles" de 17,4% à 25,6%. Pour toutes les autres fonctions, les coefficients budgétaires évoluent en sens inverse, à l'exception du poste "habillement et chaussures", peu sensible au niveau de consommation par tête.

On retrouve ici des résultats standards de la théorie économique, les dépenses alimentaires ayant une plus faible élasticité-revenu que les autres dépenses, jugées moins essentielles.

**Tableau 7 : Coefficients budgétaires selon le quartile de consommation par tête et le poste de dépense (y.c. cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)**

(en %)	Quartiles de consommation par tête				
	1er quartile	2ème quartile	3ème quartile	4ème quartile	Ensemble
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	48,2	45,4	43,0	30,8	40,2
02.- Boissons alcoolisées et tabac	0,5	0,5	0,4	1,0	0,6
03.- Habillement et chaussures	6,2	7,3	7,6	7,2	7,2
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	25,6	22,1	21,1	17,4	20,8
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	3,6	4,3	5,0	5,8	4,9
06.- Santé	1,6	2,6	3,1	4,2	3,1
07.- Transports	4,2	5,4	6,7	12,2	7,9
08.- Communications	1,8	1,8	1,7	3,7	2,4
09.- Loisirs et culture	1,5	2,0	2,1	3,6	2,5
10.- Enseignement	1,7	1,8	2,1	3,0	2,2
11.- Hôtels et restaurants	2,0	3,3	3,6	7,0	4,4
12.- Biens et services divers	3,1	3,7	3,6	4,0	3,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Consommation annuelle par tête (en milliers de FCFA)	194,1	315,7	498,4	1 036,2	409,1

Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS

### Consommation alimentaire.

La dépense alimentaire annuelle par ménage est de 1,17 millions FCFA, soit 153 100 FCFA par tête et 228 100 FCFA par unité de consommation. On trouve une hiérarchie des catégories de ménages quelque peu différente de celle observée pour la consommation totale. L'échelle des écarts entre les catégories extrêmes, les "*ménages publics*" et les "*ménages informels*", est plus réduite que pour l'ensemble de la consommation par tête (+19,0% à l'avantage des premiers), la structure des coefficients budgétaires alimentaires venant compenser partiellement les différences de niveau.

Quel que soit le type de ménage, les dépenses en pain et céréales (riz particulièrement) captent plus du quart du budget alimentaire. La consommation de viande est plus élevée chez les "*ménages formels*" (publics et privés) que dans les autres types de ménages. Les fruits entrent peu dans les habitudes alimentaires des ménages de l'agglomération de Dakar (1,0%).

Les dépenses de poissons et fruits de mer sont légèrement supérieures à celles de la viande (12,0% contre 9,0%), et ce, quel que soit le type de ménages. Hormis l'accessibilité financière, deux raisons principales peuvent expliquer cette différence. D'une part, la position géographique de Dakar qui s'étend sur une bande côtière poissonneuse et d'autre part, la place centrale qu'occupe le "riz au poisson" dans l'alimentation des sénégalais. Communément dénommé plat national, ce plat à base de poisson est le préféré des sénégalais. En particulier, il est très largement consommé dans les villes comme Saint Louis, Mbour et Dakar où la disponibilité du poisson est bien assurée.

Par ailleurs, les "*ménages informels*" sont ceux dont l'autoconsommation occupe la plus grosse part (0,4% de la consommation alimentaire) même si cette pratique semble en général peu répandue à Dakar. En effet, à part la pêche, la principale source d'autoconsommation comme la pratique de l'agriculture (le maraîchage) est assez rare.



**Tableau 8 : Coefficients budgétaires alimentaires selon le type de ménages et le poste de dépense (y compris les cadeaux et l'autoconsommation)**

(en milliers de FCFA)	Type de ménages				
	Public	Privé Formel	Privé informel	Chômeur, inactif	Ensemble
Consommation alimentaire par ménage	1 223,3	1 040,8	1 032,4	1 374,0	1 166,4
Consommation alimentaire par tête	173,3	161,2	145,6	152,2	153,1
Consommation alimentaire par UC	259,2	237,9	218,1	226,3	228,1
Part de l'autoconsommation (%)	0,2	0,3	0,4	0,1	0,2
<b>Coefficients budgétaires alimentaires (en %)</b>					
01.- Pain et céréales	25,0	25,5	26,6	27,4	26,6
02.- Viandes	9,4	9,6	8,2	9,4	9,0
03.- Poissons et fruits de mer	14,0	12,7	10,7	12,3	12,0
04.- Lait, fromage et œufs	7,1	8,2	7,6	7,5	7,6
05.- Huiles et graisses	11,4	11,7	11,8	11,3	11,5
06.- Fruits	1,2	1,4	1,0	0,8	1,0
07.- Légumes	14,0	11,2	12,8	11,6	12,2
08.- Sucre, confiture, miel, confiserie	6,6	7,1	7,1	6,7	6,9
09.- Autres produits alimentaires	4,6	3,6	3,8	3,7	3,8
10.- Boissons non alcoolisées	6,8	9,0	10,4	9,2	9,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.*

Comme pour la consommation totale, la typologie de ménages fondée sur les quartiles de consommation alimentaire par tête est bien plus discriminante pour expliquer les variations des coefficients budgétaires alimentaires. De manière systématique, **plus les ménages sont pauvres, plus la part du pain et des céréales est importante**. Elle représente 32,7% de la consommation alimentaire des plus pauvres et seulement 20,1% de celle des plus riches. En contrepartie, le poste "viande" est d'autant plus important que les ménages sont riches : 13,3% du budget alimentaire du quartile supérieur est consacré à ce poste qui ne pèse que 4,6% chez les plus pauvres. La part consacrée aux dépenses de "poissons et fruits de mer" croît aussi avec le niveau de dépenses mais de manière moins sensible (de 11,1% à 13,0%). **Plus on est riche, plus le régime alimentaire est diversifié**. En effet, la plupart des coefficients budgétaires alimentaires hors céréales croissent avec le niveau de dépenses alimentaires. Seules, les parts des "huiles et graisses" et des "sucres, confiture, miel, confiserie" échappent à cette règle.

**Tableau 9 : Coefficients budgétaires alimentaires selon le quartile de consommation par tête (y compris les cadeaux et l'autoconsommation)**

(en milliers de FCFA)	Quartiles de consommation par tête				
	1er quartile	2ème quartile	3ème quartile	4ème quartile	Ensemble
Consommation alimentaire par ménage	970,2	1167,8	1280,9	1246,6	1166,4
Consommation alimentaire par tête	87,1	133,7	200,3	296,3	153,1
Consommation alimentaire par UC	133,8	202,0	292,3	410,0	228,1
Part de l'autoconsommation (%)	0,03	0,19	0,10	0,53	0,23
<b>Coefficients budgétaires alimentaires (en %)</b>					
01.- Pain et céréales	32,7	29,3	25,9	20,1	26,6
02.- Viandes	4,6	7,5	9,6	13,3	9,0
03.- Poissons et fruits de mer	11,1	11,6	12,0	13,0	12,0
04.- Lait, fromage et œufs	6,2	6,8	7,8	9,2	7,6
05.- Huiles et graisses	13,4	12,3	12,1	8,8	11,5
06.- Fruits	0,6	0,8	1,1	1,5	1,0
07.- Légumes	12,0	11,5	12,6	12,6	12,2
08.- Sucre, confiture, miel, confiserie	7,5	6,8	6,8	6,6	6,9
09.- Autres produits alimentaires	4,1	3,8	3,8	3,6	3,8
10.- Boissons non alcoolisées	7,7	9,6	8,3	11,4	9,3
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

*Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.*

## Quantités de produits consommés

Les quantités de produits consommés par tête ont été calculées à partir des dépenses et des valeurs unitaires obtenues par l'enquête 1-2-3 et des prix moyens de l'Indice Harmonisé des Prix à la Consommation (IHPC).

Le riz est un aliment très consommé à Dakar, davantage par les "*ménages publics*" que par les "*ménages privés informels*", avec une consommation moyenne (autoconsommation comprise) par jour et par tête égale à 263 grammes pour une personne appartenant à un "*ménage public*" contre 230 grammes pour une personne d'un ménage informel.

On retrouve le fait que les "*ménages privés formels*" consomment bien plus de viande que les "*ménages privés informels*". Les fruits (mangues et oranges principalement) sont surtout consommés par les "*ménages privés formels*" et les "*ménages publics*".

Le sucre en poudre est particulièrement consommé par les "*ménages privés informels*" : plus de 11 kg par tête et par an.

**Tableau 10 : Quantité annuelle consommée par tête pour les principaux aliments selon le type de ménages (y compris les cadeaux et l'autoconsommation)**

(en kg, en litre ou en unité)	Type de ménages				Ensemble
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif	
Riz importé	96,0	92,4	84,1	93,3	90,0
Mil	6,2	4,3	3,7	3,7	4,1
Viande de bœuf fraîche avec os	6,0	5,4	4,5	5,0	5,0
Huile d'arachide	7,3	4,6	4,8	6,4	5,6
Banane douce	1,3	0,7	0,9	0,7	0,9
Mangue	2,0	2,9	1,5	0,9	1,5
Orange	0,6	0,9	0,2	0,5	0,5
Salade verte locale (laitue)	1,5	1,6	1,4	1,3	1,4
Tomate fraîche	4,2	4,0	5,1	3,8	4,3
Gombo frais	0,9	0,7	0,6	0,6	0,7
Oignon frais	13,9	10,0	8,1	9,0	9,3
Arachide décortiquée	0,7	0,5	0,8	0,6	0,7
Sucre en poudre	6,4	8,0	11,4	8,1	9,2
Piment	0,6	0,4	0,5	0,4	0,4
Noix de cola	0,1	0,0	0,1	0,0	0,1

**Source :** Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

La variable revenu est aussi plus discriminante sur les quantités consommées que la typologie des ménages retenue.

Pour tous les produits examinés, la quantité consommée augmente de manière régulière avec le niveau de revenu. Plus on est riche, plus on consomme de tout. Et les variations sont aussi très importantes pour certains produits entre le premier et le quatrième quartile : de 1 à 2 pour le riz et le sucre en poudre, de 1 à 13 pour la viande de bœuf et de 1 à 14 pour les oranges.

**Tableau 11 : Quantité annuelle consommée par tête pour les principaux aliments selon le quartile de consommation par tête (y compris les cadeaux et l'autoconsommation)**

(en kg, en litre ou en unité)	Quartiles de consommation par tête				
	1 <sup>er</sup> quartile	2 <sup>ème</sup> quartile	3 <sup>ème</sup> quartile	4 <sup>ème</sup> quartile	Ensemble
Riz importé	63,1	86,8	121,2	120,0	90,0
Mil	2,2	5,0	5,1	5,3	4,1
Viande de bœuf fraîche avec os	1,0	3,5	8,4	13,4	5,0
Huile d'arachide	2,3	5,9	8,2	9,8	5,6
Banane douce	0,2	0,5	1,3	2,7	0,9
Mangue	1,5	1,4	1,1	2,6	1,5
Orange	0,1	0,2	0,9	1,4	0,5
Salade verte locale (laitue)	0,4	1,1	1,8	4,0	1,4
Tomate fraîche	2,8	4,4	5,6	6,3	4,3
Gombo frais	0,4	0,7	1,0	0,9	0,7
Oignon frais	4,8	7,4	13,1	19,4	9,3
Arachide décortiquée	0,2	1,2	0,4	1,4	0,7
Sucre en poudre	7,2	7,7	11,8	13,5	9,2
Piment	0,3	0,4	0,6	0,6	0,4
Noix de cola	0,0	0,1	0,1	0,1	0,1

*Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.*

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

Ce chapitre traite spécifiquement de l'objectif principal pour lequel la phase 3 de l'enquête 1-2-3 a été réalisée. **Il s'agit d'apprécier l'importance du secteur informel dans la consommation des ménages, ainsi que les facteurs d'arbitrage entre secteurs formel et informel, par type de ménages.**

En effet, la phase 2 de l'enquête 1-2-3 qui portait sur les producteurs informels, a permis d'identifier l'origine de la demande adressée au secteur informel, suivant les emplois de la production informelle : consommation intermédiaire, investissement, exportation et consommation finale des ménages ou des administrations. Cependant, la décomposition de la demande finale satisfaite par l'offre informelle par catégorie de ménages est d'une importance capitale pour comprendre le rôle du secteur informel dans un circuit macro-économique d'ensemble. On cherche en particulier à savoir dans quelle mesure les revenus distribués aux ménages par le secteur formel sont dépensés dans le secteur informel, avec les effets multiplicateurs induits.

Si la méthode la plus appropriée pour traiter ce problème consiste à réaliser une enquête auprès des ménages et à les interroger sur leurs lieux d'achat (plutôt que d'enquêter directement les clients des unités de production informelles), cette solution présente un inconvénient. Les consommateurs peuvent informer sur le type d'établissements qui leur ont vendu les produits qu'ils achètent mais sont souvent incapables de désigner le véritable producteur. Or, les biens vendus par des commerçants informels ne sont pas nécessairement des biens produits par ce secteur. Seuls les "services aux ménages" échappent à ce travers, les ménages s'adressant directement aux prestataires de services.

Il faut donc voir dans les résultats ci-après, une étude sur le système de commercialisation plus que sur le système de production, cette dernière analyse ne pouvant être menée qu'en mobilisant les informations collectées dans la phase 2 de l'enquête 1-2-3.

#### **Part du secteur informel dans la satisfaction de la demande finale des ménages**

**Domination nette du secteur informel dans la satisfaction de la demande finale des ménages :** Deux types d'analyse peuvent être menés. La première porte sur la fréquence des achats dans les différents points de vente et la seconde pondère cette fréquence d'achat par la valeur de la consommation correspondante. Chacun des deux points de vue présente des avantages et des inconvénients. L'étude des fréquences d'achat est un indicateur du nombre de fois où l'on s'approvisionne dans tel ou tel lieu d'achat. Par contre, elle a tendance à sur-représenter les lieux d'achat où les ménages vont très souvent, mais pour acheter des quantités limitées, donc représentant une faible valeur des dépenses.

*Près de 95% de la fréquence des achats se fait dans le secteur informel*

Les ménages s'adressent massivement au secteur informel pour leur consommation. Celui-ci est le dernier intermédiaire avant le consommateur. **Plus de 94% des transactions des ménages ont été effectuées dans le secteur informel.** Cette part est encore plus importante si l'on exclut de la consommation l'apport des principaux services publics (1,6%). Cette quasi-monopolisation de la distribution par le secteur informel limite les possibilités de substitution entre secteurs formel et informel, au moins du point de vue des commerces.

**Tableau 12 : Répartition de la consommation selon le poste de dépense et le principal lieu d'achat (en fréquence d'achat dans les points de vente)**

(en %)	Ambulant ou poste fixe sur la voie publique	Domicile vendeur, dans une petite boutique	Marché public	Autres lieux informels	Informel	Supermarché, magasin et atelier formel	Secteur public ou parapublic	Autres lieux formels	Formel	Ensemble
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	3,2	48,8	46,6	0,6	99,2	0,5	0,1	0,2	0,8	100
02.- Boissons alcoolisées et tabac	9,7	83,6	2,1	3,3	98,8	1,1	/	0,1	1,2	100
03.- Habillement et chaussures	8,7	18,6	60,7	4,3	92,2	6,1	0,2	1,5	7,8	100
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	14,2	48,3	4,4	12,5	79,4	2,2	13,2	5,2	20,6	100
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	4,4	73,8	15,8	2,8	96,9	2,4	0,1	0,7	3,1	100
06.- Santé	2,2	7,5	3,5	3,7	17,0	11,2	35,2	36,6	83,0	100
07.- Transports	10,1	11,6	3,5	42,1	67,3	4,0	3,3	25,4	32,7	100
08.- Communications	2,8	39,2	2,2	17,9	62,1	6,4	11,3	20,2	37,9	100
09.- Loisirs et culture	15,6	38,0	21,0	9,3	83,9	5,6	2,8	7,7	16,1	100
10.- Enseignement	2,9	9,9	1,6	12,7	27,1	8,7	30,2	34,0	72,9	100
11.- Hôtels et restaurants	24,5	50,4	1,4	16,6	92,9	2,4	1,7	2,9	7,1	100
12.- Biens et services divers	9,7	45,4	33,3	5,3	93,7	3,1	1,1	2,1	6,3	100
Total consommation	5,3	46,8	38,5	3,8	94,3	1,5	1,6	2,5	5,7	100
FBCF logement	2,9	34,9	4,5	30,2	72,5	19,8	1,1	6,6	27,5	100

Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

Pour affiner le diagnostic, il convient de mener une analyse plus détaillée de la consommation et des lieux d'achat par type de produits.

#### "Alimentation et boissons non alcoolisées"

Dans l'"*alimentation*", le secteur informel ne souffre d'aucune concurrence sérieuse : 99,2% des produits alimentaires sont achetés dans le secteur informel, les boutiquiers en fournissant plus de 48% et les marchés près de 47% . Nombre d'aliments proviennent exclusivement du secteur informel. La part des supermarchés est totalement marginale (0,1%) et moins importante que celle des magasins "formels" (0,4%). Le secteur formel n'enregistre un score un peu plus élevé qu'avec des biens particuliers dont la part dans la consommation est très faible comme la "*charcuterie*" (10,3%), les "*conserves et préparations à base de viande*" (15,9%).

#### "Habillement et chaussures"

La situation dans l'"*habillement et les chaussures*" est proche de celle qui prévaut dans l'"*alimentation*", avec une prépondérance massive du secteur informel quoiqu'un peu moindre. Il faut noter le poids des marchés qui est de 60,7%, proportion sans doute sous-estimée dans la mesure où un certain nombre de postes situés aux abords des marchés n'ont pas été classés comme marchés mais comme ambulants. Le secteur informel détient la quasi-exclusivité du poste. La part du secteur formel ne dépasse 10% que pour les vêtements de dessus hommes et femmes et pour les chaussures hommes avec certainement une grande partie des achats dans les magasins libanais.

#### "Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles"

Ce poste de la nomenclature des produits est lié au logement et comprend les "loyers", l'"eau", l'"électricité", et les "combustibles". Cet aspect composite rend la nomenclature agrégée assez peu explicite. Si près de 80% des achats ont été effectués dans le secteur informel, c'est que tous les loyers, payés à des particuliers ont été imputés à ce secteur. Pourtant, sur certains postes, le secteur informel joue un rôle fondamental. Dans 99% des cas, les achats de combustibles (hors gaz et électricité : charbon, pétrole lampant, bois de chauffage, etc.) ont été fournis par le secteur informel. Même pour l'électricité dont le secteur public a le monopole de droit, le secteur informel intervient de manière conséquente (27%), illustrant probablement l'importance du phénomène de sous-location officielle ou pirate.

#### *"Meubles, articles de ménages et entretien courant"*

Les achats d'équipement et l'entretien de la maison sont aussi assurés à près de 97% par le secteur informel. Les services liés, comme la réparation d'appareils ménagers ou d'ustensiles de cuisine sont à 100% informels. En ce qui concerne les biens, le secteur informel monopolise la fabrication ou la vente de certains produits, comme les "articles de ménages non durables" (98,3%) ou les articles de ménages en textiles (90,3%). **Quant au secteur formel, il n'occupe une place appréciable qu'avec les "gros appareils ménagers" (53,4%).**

#### *"Santé"*

Le poste "Santé" revient à 83% au secteur formel, c'est le poste où le poids du secteur formel est le plus important. **Il est cependant inquiétant de constater l'importance jouée par le secteur informel dans le domaine de la santé** et des risques sanitaires induits : les médicaments modernes sont vendus à près de 17% du total par le secteur informel. Sur ce sujet d'actualité, **les résultats révèlent l'importance sur le marché des médicaments, d'endroits comme "keur Serignebi", pharmacie informelle bien connue, située au cœur de la capitale.** Est illustrée ici, l'ampleur des dangers auxquels les Dakarais font face quotidiennement par l'omniprésence de circuits parallèles dans un secteur aussi sensible que la santé.

On peut noter que dans le domaine de la santé, **le secteur privé formel détient une plus grande part de marché que le secteur public, (36,6% contre 35,2% au secteur public).**

#### *"Transports"*

**Le secteur formel joue un rôle relativement important avec près d'un tiers des fréquences d'achat.** Le secteur public n'intervient que très faiblement dans le domaine du transport en commun : quelques bus en ville et le chemin de fer. Les ménages ont recours au secteur formel les achats d'"automobiles" mais les achats de "motocyclettes et bicyclettes" se font exclusivement auprès du secteur informel ainsi que 65,8% des "pièces détachées".

#### *"Enseignement"*

Dans l'"enseignement", le secteur informel détient plus de 27% de part de marché mais les "**frais scolaires**" **sont encaissés par le secteur formel à plus de 80%**, à part presque égale entre le secteur public et le secteur privé formel.

#### *"Investissement des ménages"*

La prépondérance du secteur informel comme principal fournisseur des ménages n'est pas l'apanage de la consommation, puisqu'on la retrouve **au niveau de l'investissement-logement** des ménages. Dans ce domaine, le secteur informel encaisse 84,4% des "**frais de main-d'oeuvre**" et 67,9% des "**matériaux de construction et de réparation**". La part du secteur public s'explique par les frais liés à la construction, comme les permis de bâtir et autres frais d'enregistrement.

*75,7% du montant de la consommation des ménages est achetée dans le secteur informel*

Pour aller plus loin dans l'analyse, on doit chercher à estimer la part de chacun des secteurs formel et informel dans la consommation des ménages. En effet, l'interprétation du tableau 12 souffre d'une limite : **on donne le même poids à chaque achat**, sans tenir compte du montant qu'il représente dans la consommation de chaque ménage.

L'enquête 1-2-3 permet de pallier ce défaut. En effet, elle donne, pour chaque poste élémentaire de la nomenclature de produits, le lieu d'achat et le montant de la dépense. On peut donc estimer le poids de chaque secteur, formel et informel, dans la consommation. On peut même aller plus loin, en faisant le calcul par type de ménages, en prenant en compte les différences de coefficients budgétaires par catégorie, ainsi que les différences de lieu d'achat.

Globalement, la pondération des biens et services suivant leur montant ne change pas le diagnostic précédent. Au niveau agrégé, **75,7% de la valeur de la consommation totale des ménages est fournie par le secteur informel**. La baisse de la part du secteur informel par rapport à l'analyse en fréquence d'achat s'explique par le fait que le montant moyen des dépenses dans le secteur formel est supérieur à celles effectuées dans le secteur informel.

Ce résultat est particulièrement marqué pour le poste "*Santé*", où la part de l'informel passe de 17,0% (en fréquence) à 5,9% (en valeur), la fonction "*Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles*" (respectivement de 79,4% à 50,6%) et le "*Transport*" (respectivement de 67,3% à 42,1%). Notons enfin que dans l'"*alimentation*", le secteur informel réalise 96,1% du montant des ventes, les supermarchés, magasins et autres ateliers formels ne s'ajoutant que 3,9% des parts de marché.

**Tableau 13 : Répartition de la consommation selon le poste de dépense et le principal lieu d'achat (en montant des achats dans les points de vente)**

(en %)	Ambulant ou poste fixe sur la voie publique	Domicile vendeur, dans une petite boutique	Marché public	Autres lieux informels	Informel	Supermarché, magasin et atelier formel	Secteur public ou parapublic	Autres lieux formels	Formel	Ensemble
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	3,8	50,8	39,7	1,8	96,1	3,0	0,2	0,6	3,9	100
02.- Boissons alcoolisées et tabac	4,3	83,8	1,0	4,4	93,5	6,1		0,4	6,5	100
03.- Habillement et chaussures	5,1	16,7	58,7	5,0	85,5	10,4	0,3	3,8	14,5	100
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	3,3	35,3	1,3	10,6	50,6	4,3	29,4	15,7	49,4	100
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	5,2	50,7	10,9	20,9	87,7	8,9	0,4	2,9	12,3	100
06.- Santé	0,2	1,9	0,7	3,0	5,9	29,4	25,2	39,6	94,1	100
07.- Transports	8,6	5,8	2,3	25,5	42,1	6,8	8,2	42,9	57,9	100
08.- Communications	1,5	28,0	1,3	14,0	44,8	8,4	21,8	25,0	55,2	100
09.- Loisirs et culture	10,8	20,3	14,2	8,6	54,0	20,8	2,6	22,7	46,0	100
10.- Enseignement	0,4	5,1	2,1	14,1	21,6	10,0	22,2	46,2	78,4	100
11.- Hôtels et restaurants	21,9	43,1	1,2	17,4	83,7	6,0	1,3	9,0	16,3	100
12.- Biens et services divers	6,1	39,5	26,4	7,2	79,3	6,8	3,2	10,7	20,7	100
Total consommation	5,2	37,6	24,9	8,1	75,7	6,4	6,8	11,0	24,3	100
FBCF logement	0,2	16,4	2,4	25,4	44,4	12,5	1,3	41,9	55,6	100

Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

Note : les totaux ne font pas 100,0 car les produits autoconsommés n'ont pas été classés.

*Même les ménages formels s'approvisionnent dans le secteur informel*

Quel que soit le type de ménage, le secteur informel joue un rôle prépondérant dans la consommation des ménages, même les "*ménages publics*" s'y approvisionnent à raison de 67,9%. 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 sur le secteur informel**. Près de 40% de la demande finale des ménages adressée au secteur informel provient des "*ménages formels*" (privés et publics).

Par type de ménages, on enregistre une gradation décroissante de la propension à s'approvisionner dans le secteur informel, des "*ménages formels*" (publics et privés) aux "*ménages informels*", les "*ménages inactifs ou chômeurs*" occupant une position intermédiaire.

Dans quasiment toutes les grandes fonctions de consommation, à l'exception notable des dépenses de santé et d'éducation dans une moindre mesure, les "*ménages informels*" s'approvisionnent plus dans le secteur informel. Les "*ménages publics*" consomment plus de biens et services du secteur informel que les autres ménages au niveau de la "*santé*" mais bien moins dans la fonction "*Hôtels et restaurants*" et "*Enseignement*".

**Tableau 14 : Part du secteur informel dans la consommation selon le type de ménages et le poste (hors cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)**

(en %)	Type de ménages				
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif	Ensemble
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	92,3	97,5	98,0	95,0	96,1
02.- Boissons alcoolisées et tabac	98,0	100,0	97,1	83,8	93,5
03.- Habillement et chaussures	87,8	79,2	90,3	83,2	85,5
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	44,8	44,8	60,0	45,4	50,6
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	81,7	85,7	93,1	86,8	87,7
06.- Santé	10,4	7,8	4,6	5,2	5,9
07.- Transports	38,1	36,2	53,3	38,5	42,1
08.- Communications	35,0	34,2	52,6	47,0	44,8
09.- Loisirs et culture	55,9	46,1	60,9	52,1	54,0
10.- Enseignement	9,2	19,3	31,4	23,0	21,6
11.- Hôtels et restaurants	50,4	84,4	96,4	82,1	83,7
12.- Biens et services divers	65,4	82,5	78,3	83,8	79,3
Total	67,9	70,7	81,5	75,4	75,7

*Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS*

Encore une fois, la classification des ménages par niveau de consommation s'avère plus discriminante que celle basée sur l'origine des revenus. En effet, selon cette approche aussi, **plus on est pauvre, plus on s'adresse au secteur informel**. Ainsi, la part de la consommation satisfaite par le secteur informel s'élève au fur et à mesure que la consommation diminue. Elle passe de 86,0% pour les 25% des ménages les plus pauvres à 64,2% pour les 25% les plus riches.

**Tableau 15 : Part du secteur informel dans la consommation selon le quartile de consommation par tête (hors cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)**

(en %)	Quartiles de dépense par tête				
	1 <sup>er</sup> quartile	2 <sup>ème</sup> quartile	3 <sup>ème</sup> quartile	4 <sup>ème</sup> quartile	Ensemble
01.- Alimentation et boissons non alcoolisées	98,8	97,3	96,7	92,2	96,1
02.- Boissons alcoolisées et tabac	93,3	100,0	99,8	89,8	93,5
03.- Habillement et chaussures	93,8	89,1	83,3	81,2	85,5
04.- Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	60,8	52,4	53,2	42,1	50,6
05.- Meubles, articles de ménages et entretien courant	97,5	95,3	83,4	83,8	87,7
06.- Santé	9,1	10,5	6,7	3,0	5,9
07.- Transports	61,5	60,8	54,9	28,6	42,1
08.- Communications	41,7	49,6	33,8	47,8	44,8
09.- Loisirs et culture	73,6	81,2	55,7	39,6	54,0
10.- Enseignement	21,1	20,8	23,1	21,3	21,6
11.- Hôtels et restaurants	98,3	88,0	92,3	76,5	83,7
12.- Biens et services divers	81,7	85,3	85,1	70,3	79,3
Ensemble	86,0	82,9	78,6	64,2	75,7

*Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS*

### Raisons du choix du secteur informel

**Choix du secteur informel pour la proximité, la modicité des prix, la qualité et l'absence d'alternative** ; Interrogés sur les raisons qui ont motivé leur choix de s'approvisionner chez tel ou tel fournisseur, les ménages sont particulièrement très explicites sur leur préférence du secteur informel mais plus partagés pour le formel. **L'avantage du secteur informel c'est surtout la proximité du lieu d'habitation et la modicité des prix. Quant au secteur formel, deux raisons sont principalement évoquées : le fait que le bien ou le service n'existe pas ailleurs et la qualité.** Ce résultat est d'autant

plus robuste qu'on le retrouve dans la quasi-totalité des postes de la consommation. Pour l'investissement-logement, le secteur informel est privilégié pour quatre principales raisons (proximité, qualité, le fait que le bien ou le service ne se trouve pas ailleurs et le prix) tandis que le secteur formel est préféré essentiellement pour deux raisons (le fait que le bien ou le service n'existe pas ailleurs et la qualité).

Parmi les sept modalités de choix proposées, les quatre citées précédemment regroupent 90% des réponses : "meilleur prix", "meilleure qualité", "proximité du fournisseur", "n'existe pas ailleurs". Dans la mesure où l'argument de la proximité est directement lié à celui des prix (voir ci-dessous) et que la modalité "pas ailleurs" est surtout retenue pour les postes où le secteur public intervient massivement, l'arbitrage proximité/prix, qualité constitue le déterminant fondamental du choix du secteur d'achat.

Ni la qualité de l'accueil, ni la prise en compte des relations familiales (qu'on aurait pu juger importantes dans le secteur informel), ni les modalités éventuelles de crédit à la consommation, ni d'autres motivations extra-économiques ne jouent un rôle conséquent dans le choix du fournisseur. Ce résultat montre la prégnance des relations marchandes dans la capitale sénégalaise, la diversité de l'offre et la concurrence entre producteurs, et enfin la rationalité fondamentalement économique des décisions des consommateurs.

La modalité "n'en trouve pas ailleurs", à travers laquelle on pourrait saisir les effets de complémentarité entre secteurs formel et informel, n'a été retenue que pour les achats de produits correspondant à des monopoles publics. Cependant, il ne faut pas interpréter le faible poids de cette modalité par la généralisation de la concurrence formel/informel, mais plutôt comme l'existence d'une forte concurrence entre producteurs en général, notamment à l'intérieur même du secteur informel.

Près de 32,0% des ménages qui ont choisi le secteur formel mettent en avant, tous produits confondus, la qualité de biens et services mis sur le marché. Cet effet qualité du secteur formel est particulièrement fort dans l'"habillement" (73,8%), l'"enseignement" (60,8%), les "loisirs et culture" (57,2%). Cette proportion est plus faible seulement là où il existe un monopole de l'Etat, notamment pour les postes "Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles" et "Communications", ce qui explique l'importance de la modalité "n'en trouve pas ailleurs".

Cependant, un certain nombre de produits achetés dans le secteur formel se montrent compétitifs, même face à l'offre informelle. On trouve dans cette catégorie les "appareils de réception, d'enregistrement et de réception", les "pièces détachées et accessoires véhicules", les "jeux et jouets, articles de sport, camping et plein air", les "conserves, autres viandes et préparations à base de viande", les "produits pour l'entretien et la réparation courante du logement", et les "petits appareils électroménagers". Pour ces produits, il existe une véritable concurrence entre les deux secteurs.

D'autres raisons expliquent encore plus nettement les motifs de ceux qui s'adressent au secteur informel. Plus de la moitié des consommateurs qui sollicitent le secteur informel invoquent l'aspect proximité et plus de 22% les prix proposés. La très grande concurrence que se font entre eux les producteurs ou les commerçants informels uniformise les prix à la baisse (par rapport aux éventuels concurrents du secteur formel), et amène les consommateurs à s'approvisionner au plus près. En fait, les postes où la qualité est plus revendiquée pour le secteur informel sont ceux de l'"enseignement", des "hôtels et restaurants", et de l'"habillement et des chaussures".

La proximité joue un rôle central dans le choix du lieu d'achat. En premier lieu, les coûts de transport sont une contrainte majeure dans leurs décisions d'approvisionnement. Ce sont bien sûr les ménages pauvres et les "ménages informels" qui sont les principaux exclus des moyens de transport motorisés. La multiplicité des points de vente informels et la pauvreté concourent au fractionnement des achats des Dakarais qui s'approvisionnent quotidiennement au plus près.

**Tableau 16 : Raisons principales du choix du lieu d'achat selon le secteur institutionnel**  
(en % du montant total) (hors cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)

(en %)	Raisons du choix du lieu d'achat							Ensemble
	Prix	Qualité	Crédit	Proximité	Accueil	Ne se trouve pas ailleurs	Autres raisons	
Alimentation et boissons non alcoolisées								
Informel	20,2	11,9	1,3	59,9	4,4	2,0	0,3	100,0
Formel	21,5	37,4	4,5	17,9	13,1	4,6	1,0	100,0



<b>Boissons alcoolisées et tabac</b>								
Informel	3,7	2,0	0,3	91,8	0,5	1,6	0,1	100,0
Formel	0,6	11,7	-	45,9	-	41,8	-	100,0
<b>Habillement et chaussures</b>								
Informel	32,6	30,4	1,8	21,0	10,4	2,2	1,5	100,0
Formel	13,2	73,8	1,4	3,4	2,3	0,9	5,0	100,0
<b>Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles</b>								
Informel	22,8	11,1	0,8	51,4	2,0	9,7	2,2	100,0
Formel	1,8	7,4	1,3	4,6	0,2	78,2	6,4	100,0
<b>Meubles, articles de ménages et entretien courant</b>								
Informel	19,1	20,0	2,0	42,9	8,6	3,6	3,7	100,0
Formel	17,9	55,0	6,0	7,8	8,5	3,3	1,5	100,0
<b>Santé</b>								
Informel	38,7	18,8	0,6	18,4	4,6	11,0	7,8	100,0
Formel	18,9	33,2	0,0	4,5	0,8	40,5	2,1	100,0
<b>Transports</b>								
Informel	43,2	19,4	1,6	19,5	1,3	13,8	1,2	100,0
Formel	18,0	31,7	0,0	10,5	4,8	34,9	0,2	100,0
<b>Communications</b>								
Informel	19,9	9,0	0,0	53,8	0,3	12,6	4,3	100,0
Formel	4,7	9,6	-	12,8	0,2	71,4	1,3	100,0
<b>Loisirs et culture</b>								
Informel	28,6	15,2	0,1	42,2	3,5	9,1	1,3	100,0
Formel	11,7	57,2	0,1	4,7	2,9	18,2	5,3	100,0
<b>Enseignement</b>								
Informel	26,8	47,4	15,8	0,8	2,8	6,5	6,5	100,0
Formel	6,9	60,8	0,9	11,3	0,2	18,4	1,5	100,0
<b>Hôtels et restaurants</b>								
Informel	13,6	29,1	1,0	41,7	8,4	6,2	0,1	100,0
Formel	1,8	41,1	0,0	13,2	1,1	22,8	20,0	100,0
<b>Biens et services divers</b>								
Informel	23,0	18,9	2,1	46,7	6,2	2,5	0,5	100,0
Formel	18,9	48,5	0,0	7,0	2,2	19,1	4,2	100,0
<b>Ensemble consommation</b>								
Informel	22,4	15,7	1,3	50,7	5,0	3,9	1,0	100,0
Formel	11,5	31,7	0,9	8,2	2,7	41,4	3,6	100,0
<b>FBCF logement</b>								
Informel	16,8	28,1	-	23,2	6,9	1,4	23,5	100,0
Formel	1,8	32,1	-	5,5	1,5	15,7	43,3	100,0

**Source :** Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS

Les raisons du choix du lieu d'achat sont encore plus explicites lorsqu'on l'analyse par type de ménages. En effet, les ménages les plus riches sont moins sensibles à l'argument de la proximité. En contrepartie, pour ces derniers et relativement aux autres ménages, la qualité prime sur les prix, qu'ils s'adressent au secteur formel ou au secteur informel.

**Tableau 17 : Raisons principales du choix du lieu d'achat par quartile de consommation et par tête (en % du montant total) (hors cadeaux, autoconsommation et loyers imputés)**

(en %)	Raisons du choix du lieu d'achat
--------	----------------------------------

	Prix	Qualité	Crédit	Proximité	Accueil	Ne se trouve pas ailleurs	Autres raisons	Ensemble
<b>1er quartile</b>								
Informel	25,8	8,3	1,3	55,8	5,9	2,5	0,4	100,0
Formel	15,6	24,7	0,4	9,8	1,0	43,5	5,1	100,0
<b>2ème quartile</b>								
Informel	22,5	14,0	2,0	53,7	4,1	3,0	0,8	100,0
Formel	13,8	26,4	1,7	12,6	1,1	42,3	2,1	100,0
<b>3ème quartile</b>								
Informel	22,6	13,5	1,0	50,8	5,4	5,6	1,2	100,0
Formel	10,0	26,6	1,0	5,7	6,5	47,2	3,0	100,0
<b>4ème quartile</b>								
Informel	20,1	23,9	1,1	45,0	4,8	3,9	1,2	100,0
Formel	10,7	36,9	0,8	7,8	1,8	38,0	4,0	100,0
<b>Ensemble</b>								
Informel	22,4	15,7	1,3	50,7	5,0	3,9	1,0	100,0
Formel	11,5	31,7	0,9	8,2	2,7	41,4	3,6	100,0

*Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS*

Au sein du secteur informel, les clients choisissent les différents lieux d'achat pour des motifs variables : les "marchés" pour leurs prix attractifs, le secteur informel localisé ("boutique", "atelier", "à domicile") et les "ambulants" d'abord pour leur proximité et dans une moindre mesure pour leurs prix.

#### **Pays d'origine des produits entrant dans la consommation des ménages.**

Si les ménages sont, dans leur grande majorité, souvent incapables de déterminer l'origine du secteur de production (informel/formel) des biens qu'ils consomment, ils peuvent connaître, avec une marge d'erreur acceptable, le pays de production de ces biens, grâce aux emballages qui portent généralement les marques et les étiquettes. Naturellement, pour certains produits, il est très difficile de retracer le chemin parcouru du producteur au consommateur, compte tenu de la mondialisation des échanges, avec ses délocalisations, réexportations et contrefaçons. Cependant, les résultats de l'enquête 1-2-3 ont été jugés suffisamment cohérents pour être présentés ici. De plus, la mesure des importations au niveau du consommateur présente l'avantage de prendre en compte les importations frauduleuses qui échappent aux déclarations douanières.

La consommation des ménages de Dakar porte essentiellement sur des produits d'origine locale. **L'importation directe, tous biens et services confondus, représente 18,1% de la consommation.** Cette proportion passe à 23,7% si on exclut les dépenses de services qui sont par nature d'origine locale. Il est clair que la situation est très contrastée suivant le type de biens.

**L'autosuffisance alimentaire est loin d'être atteinte à Dakar, puisque seulement 81,6% de la consommation est d'origine locale.** La part des importations alimentaires pourrait être légèrement sous-estimée du fait que l'origine de certains produits alimentaires est quelquefois difficile à déterminer. Le riz, très consommé à Dakar, est en très grande partie d'origine étrangère. Les postes les plus affectés par les importations sont la "santé" et l'"habillement et chaussures". Pour certains produits, les importations constituent un passage obligé, compte tenu de l'inexistence de substituts locaux. C'est le cas de la plupart des biens d'équipement (voitures, etc.) et des produits pétroliers. En revanche, il existe une véritable concurrence entre certains produits locaux et importés. L'"habillement" constitue le secteur le plus exposé.

Près de la moitié des dépenses d'habillement des ménages provient de l'étranger, la friperie occupant une place de choix. A un niveau plus fin de la nomenclature de produits, la présence étrangère est notable, par ordre d'importance décroissant, dans les postes "motocyclettes et bicyclettes", "équipements photographiques", "matériel de traitement de l'information", "gros appareils ménagers" (87% d'importations), "appareils de réception, d'enregistrement et de reproduction de l'image et du son", "médicaments modernes" et "céréales non transformées" (76% d'importations).

L'origine géographique des importations montre que **les pays développés restent encore, et de loin, les principaux fournisseurs du Sénégal**, avec près de 60% de la valeur des importations. Les pays non européens sont les principaux partenaires, puisque **39,2% des importations entrant dans la**

consommation des ménages proviennent de ces pays, avec notamment le riz et les véhicules. Par contre, la part très limitée (9,9%) des produits d'origine africaine montre la faiblesse de l'intégration régionale.

**Tableau 18 : Répartition de la consommation des ménages selon le pays de production des biens (en % du montant total, services exclus) et le poste de dépense (hors cadeaux, autoconsommation, loyers effectifs ou imputés, et services)**

(en %)	Pays de production					Ensemble
	Sénégal	Autres pays d'Afrique	Autres pays en développement	Europe	Autres pays développés	
Alimentation et boissons non alcoolisées	81,6	2,4	10,5	2,3	3,1	100,0
Boissons alcoolisées et tabac	68,5	4,2	0,3	17,0	10,0	100,0
Habillement et chaussures	50,1	6,8	4,6	12,1	26,4	100,0
Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles	96,1	0,0	0,1	1,3	2,5	100,0
Meubles, articles de ménages et entretien courant	82,5	0,7	1,1	4,6	11,0	100,0
Santé	29,8	0,2	0,1	26,7	43,2	100,0
Transports	62,6	0,0	5,3	1,1	30,9	100,0
Loisirs et culture	51,9	0,3	6,9	15,7	25,3	100,0
Biens et services divers	95,2	0,5	0,1	0,3	3,9	100,0
Ensemble biens	69,2	1,5	1,0	9,9	18,3	100,0

*Source : Enquête 1-2-3, 2002-2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.*

Si globalement le secteur informel commercialise bien plus de produits locaux à destination des ménages que le secteur formel (91,6% contre 8,4%), le rôle prépondérant du secteur informel dans les circuits de distribution de Dakar fait qu'il apparaît aussi comme le principal vecteur de diffusion des produits importés. Ainsi, plus de 57% des produits en provenance des pays développés sont vendus par le secteur informel aux ménages.

Au sein de chaque secteur (formel et informel), les différents points de vente montrent des propensions variables à commercialiser des produits importés. Dans le secteur informel, les marchés comme les épiceries de quartiers sont presque exclusivement tournés vers les produits sénégalais.

**Tableau 19 : Consommation importée suivant le lieu d'achat et le pays de production (% du montant total, services exclus) (hors cadeaux, autoconsommation, loyers effectifs ou imputés, et services)**

(en %)	Pays de production					Ensemble
	Sénégal	Autres pays d'Afrique	Autres pays en développement	Europe	Autres pays développés	
Informel	91,6	92,3	90,2	57,9	57,3	86,8
Formel	8,4	7,7	9,8	42,1	42,7	13,2
Ensemble	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Importation en fonction du lieu d'achat						
Informel		12,8	39,3	16,3	31,6	100,0
Formel		2,6	10,5	29,2	57,7	100,0
Total		9,9	30,9	20,1	39,2	100,0

*Sources : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS*

Au terme de cette analyse, on peut s'interroger sur la propension des différentes catégories de ménages à consommer des biens importés. Si l'enquête ne permet pas de saisir de façon certaine "l'élite", souvent caractérisée par sa très forte tendance à marquer sa préférence pour les produits étrangers, globalement elle fait apparaître les traits. En effet, la consommation en biens locaux varie peu selon le type de ménages : de 74% pour les "ménages publics" à 78% pour les "ménages informels". L'analyse par quartiles de consommation confirme bien ce résultat. Plus on est pauvre, plus on consomme des produits locaux. Plus on est riche, plus on a tendance à consommer des produits importés en provenance des pays développés : de 20,7% chez les plus pauvres à 27,4% chez les plus riches.

#### IV.- EVOLUTION DE LA CONSOMMATION DEPUIS UN AN

Dans l'enquête sur la consommation des ménages, un certain nombre d'éléments d'information ont été collectés sur la dynamique des revenus et de la consommation dans les douze mois précédant l'enquête. En particulier, on a interrogé les ménages pour savoir à combien ils estimaient les variations de leurs revenus depuis une année et comment ils se sont adaptés aux changements. Plus qu'une mesure quantitative précise, ces déclarations sont perçues comme une appréciation qualitative des ménages donnant un ordre de grandeur des évolutions passées.

### Evolution des revenus et de la consommation depuis un an

**Une stabilité des revenus et une légère hausse de la consommation depuis un an. Par rapport à l'année précédente, plus de deux tiers des ménages déclarent que leur revenu nominal est resté stable. Les ménages estimant que leur revenu a baissé est très légèrement supérieur à ceux jugeant qu'il a augmenté. Mais cette situation n'est pas la même pour toutes les catégories de ménages. Les "ménages informels" et les "ménages chômeurs ou inactifs" sont proportionnellement plus nombreux à déclarer un revenu en baisse.**

Si les ménages considèrent en moyenne que leur revenu nominal est resté stable, qu'en est-il de leur consommation ? En premier lieu, même si la majorité des ménages considère qu'elle est restée stable, on constate que les ménages dont la consommation a augmenté sont plus nombreux que ceux dont la consommation a baissé. Et cela, quel que soit le type de ménages, même si les "ménages formels (publics et privés)" sont plus nombreux proportionnellement dans cette situation favorable.

Pour consommer davantage alors que leurs revenus sont restés stables, les ménages ont dû puiser dans leur épargne pour tenter de réduire la chute de leur niveau de consommation. Si l'épargne est restée stable pour plus de 72% des ménages, ceux dont elle a baissé sont quand même près de trois fois plus nombreux que ceux dont elle a augmenté : cette situation est bien plus tangible pour les "ménages privés informels" et pour les "ménages inactifs/chômeurs". Il est probable que les ménages disposant d'un patrimoine y ont opéré des ponctions pour mieux faire face à l'érosion monétaire.

**Tableau 20 : Opinion des ménages sur les évolutions du revenu, de la consommation et de l'épargne depuis un an**

	Type de ménages				Ensemble
	Public	Privé Formel	Privé informel	Chômeur, inactif	
Consommation annuelle par ménage	3 315,1	2 913,4	2 365,7	3 055,8	2 782,7
Consommation annuelle par tête	469,5	451,2	333,6	338,6	365,2
<b>Revenu (en %)</b>					
A augmenté	19,2	14,0	12,7	14,0	14,0
Est resté stable	75,0	77,6	65,2	64,9	68,2
A baissé	5,8	8,4	22,1	21,1	17,8
<b>Consommation (en %)</b>					
A augmenté	36,6	42,2	26,7	27,1	30,4
Est resté stable	52,6	51,5	61,2	57,4	57,5
A baissé	10,8	6,3	12,1	15,5	12,1
<b>Epargne (en %)</b>					
A augmenté	12,3	9,3	7,4	3,8	7,1
Est resté stable	74,0	72,3	69,2	76,3	72,6
A baissé	13,7	18,4	23,4	19,9	20,4

**Source :** Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

La hausse ou la baisse globale de la consommation s'est traduite par des réductions différenciées des postes budgétaires.

Pour les ménages dont la consommation est en baisse, ce sont les postes "**Loisirs, spectacles**" et "**Habillement et chaussures**" qui ont constitué la première source d'ajustement. Pour 30,5% des ménages, les "**articles d'habillement et chaussures**" se trouvent parmi les trois premiers postes d'ajustement alors que 31,7 % d'entre eux accordent au poste "**Loisirs/spectacles**" le même classement.

Pour les ménages dont la consommation est en hausse, c'est principalement le poste "**Alimentation, boissons, tabac**" qui en bénéficie (59% des ménages l'ont cité en premier). Ensuite, les dépenses

supplémentaires sont effectuées principalement pour les postes "Logement, eau, électricité, téléphone" et "Santé et soins personnels". L'ajustement quantitatif de la consommation est donc bien réel.

**Tableau 21 : Postes de dépense ayant évolué dans les achats des ménages selon le type (en % de ménages)**

(en %)	Type de ménages				Ensemble 3 postes	Ensemble 1 <sup>er</sup> poste
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur et inactif		
<b>Baisse dans les achats</b>						
1.- Alimentation, boissons, tabac	15,8	1,8	8,6	7,4	7,9	12,6
2.- Habillement, chaussures	31,2	27,3	32,3	29,6	30,5	27,8
3.- Logement, eau, électricité, téléphone	10,4	10,9	9,9	14,0	11,5	5,0
4.- Equipement, entretien de maison	21,8	31,9	24,1	28,0	26,4	9,2
5.- Santé et soins personnels	9,2	8,1	9,2	5,6	7,8	3,9
6.- Transports et communication	21,3	4,9	11,3	12,9	11,9	6,7
7.- Education	8,3	6,6	9,8	9,6	9,0	4,4
8.- Loisirs, spectacles	31,7	39,4	28,8	31,7	31,7	30,4
Aucun poste n'a baissé	75,3	66,9	70,5	71,8	70,9	100,0
<b>Hausse dans les achats</b>						
(en %)	Type de ménages				Ensemble 5 postes	Ensemble 1 <sup>er</sup> poste
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif		
1.- Alimentation, boissons, tabac	60,3	68,1	56,4	58,4	59,3	72,2
2.- Habillement, chaussures	27,7	25,9	28,2	27,0	27,4	2,2
3.- Logement, eau, électricité, téléphone	62,4	65,3	54,3	55,8	57,4	13,2
4.- Equipement, entretien de maison	39,3	23,6	25,1	30,9	28,3	1,3
5.- Santé et soins personnels	56,4	44,4	48,4	49,8	49,1	6,3
6.- Transports et communication	46,7	43,0	33,4	28,5	34,8	2,5
7.- Education	34,7	33,3	21,9	21,5	25,0	1,5
8.- Loisirs, spectacles	7,2	10,9	4,3	6,9	6,5	0,8
Aucun poste n'a augmenté	7,7	12,0	20,2	19,4	17,3	100,0

Notes : % de ménages ayant déclaré qu'un des trois (respectivement cinq) premiers produits dont la consommation a baissé (respectivement augmenté) appartient au poste correspondant

La dernière colonne (ensemble 1<sup>er</sup> poste) correspond à la distribution du poste qui a le plus contribué à la baisse (respectivement hausse) depuis un an, pour les ménages qui ont réduit leur consommation.

Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

### **Stratégies des ménages pour contrecarrer les effets d'une baisse du pouvoir d'achat.**

Pour faire face à une baisse du pouvoir d'achat, les ménages ne sont pas restés inactifs. Plus de 36% des ménages choisissent avec plus de soins les produits à acheter, en faisant jouer la concurrence, ce qui provoque une pression à la baisse sur les prix : 10,8% des ménages ont changé de lieu d'achat vers des fournisseurs meilleur marché et 15,3% ont été contraints de diminuer les quantités achetées pour ces mêmes produits, sans avoir à changer de lieu d'achat.

Pour le plus grand nombre, l'amenuisement du panier de consommation est privilégié. En revanche, ni les stratégies plus individualistes de repli sur la famille (on accueille moins d'invités chez soi), ni le renforcement des liens de solidarité (on reçoit plus de transferts en provenance de la ville ou de la campagne) n'ont été mobilisés pour desserrer la contrainte pesant sur les budgets.

Les modes d'ajustement de la consommation à la baisse du pouvoir d'achat sont relativement homogènes, quel que soit le type de ménage considéré.

**Tableau 22 : Modes d'ajustement à la baisse du pouvoir d'achat selon le type de ménage (% de ménages)**

(en %)	Type de ménages				Ensemble
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif	
Achat d'une petite quantité sans changer de lieu d'achat	14,4	10,6	8,6	25,7	15,3
Achat de même quantité mais ailleurs	7,7	7,6	13,6	10,0	10,8
Moins d'invités à la maison	5,7	14,3	6,1	9,6	8,5
Dons de la famille du village	0,0	0,0	1,7	0,0	0,7
Dons de la famille (hors du village)	2,0	2,0	1,4	4,3	2,5
Choix bien soigné des produits particuliers achetés	38,7	40,7	40,7	28,8	36,5
Autres stratégies	31,6	24,8	27,9	21,6	25,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
% de ménages concernés par la question	61,6	56,7	56,8	60,0	58,4

Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

### Éléments prospectifs

Pour se donner quelques éléments prospectifs et tenter d'apprécier les arbitrages de consommation entre produits suivant le type de ménages, les ménages ont été interrogés sur ce qu'ils feraient en cas de baisse ou de hausse de leur pouvoir d'achat.

En cas de baisse du revenu réel, les principaux produits touchés seraient l'"habillement et les chaussures" et l'"équipement et l'entretien de la maison" alors qu'on touchera moins à l'"éducation", la "santé" et l'"alimentation, boissons et tabac". Symétriquement, la hausse du pouvoir d'achat s'accompagnerait d'abord d'une amélioration de la ration alimentaire, puis profiterait aux dépenses de "santé et soins personnels", et enfin d'"habillement et chaussures".

Toutefois, une hausse ou une baisse de revenu réel n'aurait pas des effets symétriques sur la consommation. Certains biens sont jugés suffisamment secondaires, sinon les possibilités de réduction offertes, justifient que les ménages acceptent de baisser encore leur niveau des dépenses. D'autres en revanche sont faiblement compressibles, vu le niveau de consommation actuel, et jouissent d'un caractère prioritaire. Ce sont eux qu'on achèterait en premier, si l'on disposait d'un supplément de revenu. On trouve dans la première catégorie les dépenses d'"habillement" de "transports" et de "loisirs", et dans la seconde, l'"alimentation", l'"équipement" et la "santé". Dans le cas de l'"alimentation", le fait que 95,2% des ménages soient disposés à accroître leurs dépenses, si c'était possible, montre les difficultés actuelles des ménages dakarois.

Notons pour conclure sur ce thème, que contrairement au postulat de nombreuses analyses économiques, il est très difficile de survivre en ville sans consacrer une certaine part de son budget à des postes autres que l'alimentation. Que ce soit dans la situation actuelle où dans une perspective encore plus dramatique, les ménages consacraient toujours une part de leur budget à des dépenses non alimentaires (habillement, chauffage, santé). Ce n'est qu'à un niveau extrême, proche du minimum vital, que les dépenses ne seraient plus consacrées qu'à l'alimentation.

**Tableau 23 : Principaux postes d'ajustement de la consommation en cas de nouvelles baisses ou hausses du revenu réel selon le type de ménages**

(en %)	Type de ménages									
	Public		Privé formel		Privé informel		Chômeur, Inactif		Ensemble	
	Baisse	Hausse	Baisse	Hausse	Baisse	Hausse	Baisse	Hausse	Baisse	Hausse
Alimentation, boissons, tabac	28,9	89,2	27,5	90,2	37,0	96,4	35,7	97,9	34,2	95,2
Habillement, chaussures	83,8	60,5	88,6	74,9	87,7	76,3	87,2	71,0	87,3	72,6
Logement, eau, électricité, téléphone	71,3	61,9	67,3	61,6	64,4	65,4	70,0	66,0	67,4	64,6
Équipement, entretien de maison	75,2	75,4	82,2	79,4	75,4	69,4	80,6	70,3	78,2	71,9
Santé et soins personnels	14,1	69,1	14,1	84,3	17,3	80,5	19,1	82,6	17,0	80,6
Transports et communications	72,3	32,0	74,6	29,2	62,1	32,7	66,9	29,2	66,8	30,9
Éducation	12,5	55,0	11,9	50,8	10,6	40,9	14,4	47,7	12,3	46,2
Loisirs, spectacles	78,9	17,5	77,3	10,7	72,8	9,5	70,7	9,1	73,5	10,4

**Source :** Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

## V.- TRANSFERTS MONÉTAIRES ENTRE MÉNAGES

De nombreux auteurs ont souligné l'importance des transferts entre ménages, comme mode de régulation socio-économique, voire politique, en Afrique. En particulier, on a pu avancer que c'est grâce à ce système généralisé de redistribution des revenus et des rentes que le continent a réussi à éviter nombre d'explosions sociales. Pourtant, très peu de travaux statistiques sérieux ont tenté de quantifier ce phénomène.

Les transferts entre ménages peuvent prendre deux formes : soit des dons en nature (sous forme d'échanges de biens et services), soit des transferts monétaires. L'enquête qui permet d'appréhender les derniers seulement, conduit donc à un bilan partiel.

### Importance des réseaux de solidarité

A Dakar, 74,7% des ménages ont effectué des transferts monétaires tandis que près de 55,7% en a reçu. Par ailleurs, seulement 11,0% des ménages ne sont pas intégrés dans un réseau de redistribution du revenu primaire, que ce soit à titre de donateur ou de bénéficiaire. Ce résultat illustre une spécificité proprement sénégalaise : **les réseaux de solidarité sont relativement forts.**

Le type de ménages dessine les contours de la solidarité entre ménages. En proportion, les "*ménages privés formels*" viennent en tête, pour ce qui est des donations. 78,9% d'entre eux ont effectué des transferts monétaires. Constat logique : c'est chez les "*ménages inactifs ou chômeurs*" qu'on trouve le plus de bénéficiaires avec plus de 65% d'entre eux qui ont reçu des transferts monétaires.

**Tableau 24 : Type de transferts monétaires suivant le type de ménages**  
(% de ménages)

(en %)	Type de ménages				Ensemble
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, inactif	
Ménages ayant versé des transferts monétaires	77,0	78,9	77,4	68,6	74,7
Ménages ayant reçu des transferts monétaires	48,6	56,1	49,8	65,5	55,7
<b>Type de transferts monétaires</b>					
Transferts versés et reçus	39,9	45,2	36,2	46,7	41,5
Transferts versés et non reçus	37,1	33,7	41,2	21,9	33,2
Transferts non versés et reçus	8,7	10,9	13,6	18,8	14,3
Aucun transfert	14,3	10,2	9,0	12,6	11,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

**Tableau 25 : Type de transferts monétaires selon le quartile de consommation par tête**  
(% de ménages)

(en %)	Quartiles de consommation par tête				Ensemble
	1er quartile	2ème quartile	3ème quartile	4ème quartile	
Ménages ayant versé des transferts monétaires	64,0	72,8	75,4	86,6	74,7
Ménages ayant reçu des transferts monétaires	54,4	59,6	58,9	50,3	55,8
<b>Type de transferts monétaires</b>					
Transferts versés et reçus	32,5	45,9	44,4	43,1	41,5
Transferts versés et non reçus	31,5	26,9	31,0	43,5	33,2
Transferts non versés et reçus	21,9	13,7	14,5	7,2	14,3
Aucun transfert	14,1	13,5	10,1	6,2	11,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

**Transferts nets entre les ménages de Dakar et les autres :**

**Les ménages de Dakar reçoivent plus qu'ils ne donnent.** Pour apprécier l'importance des transferts monétaires entre ménages, les résultats précédents demandent à être pondérés par les montants en jeu. Cependant, il convient de garder à l'esprit la "fragilité statistique" des tableaux ci-dessous. En effet, la petite taille de l'échantillon est d'autant plus préjudiciable que la structure des transferts, suivant qu'ils sont versés ou perçus, est asymétrique. Si on peut penser obtenir un bon estimateur des transferts reçus, les transferts versés risquent d'être sous-estimés dans la mesure où ceux-ci sont plus dépendants de très riches donateurs dont la probabilité d'entrer dans l'échantillon est relativement faible.

Le montant annuel moyen des transferts versés est de 177 300 FCFA alors que le montant perçu est de 173 400 FCFA. Le solde montre que dans l'ensemble, **les ménages de l'agglomération de Dakar donnent plus qu'ils ne reçoivent.** Ce résultat n'est pas vrai pour les "ménages inactifs ou chômeurs", qui reçoivent plus qu'ils ne donnent et dans une moindre mesure pour les "ménages publics".



**Tableau 26 : Montant moyen annuel de transferts monétaires selon le type de ménages**

(en milliers de FCFA)	Type de ménages				Ensemble
	Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur et inactif	
Versés	193,9	175,8	174,3	176,1	177,3
Reçus	214,3	101,5	132,5	245,3	173,4
Solde (transferts reçus – transferts versés)	20,5	-74,3	-41,9	69,2	-3,8
Transferts versés / Consommation des ménages (%)	6,0	3,2	5,1	6,8	5,6
	Quartiles de dépenses par tête				Ensemble
	1 <sup>er</sup> quartile	2 <sup>ème</sup> quartile	3 <sup>ème</sup> quartile	4 <sup>ème</sup> quartile	
Versés	70,6	151,8	186,3	300,5	177,3
Reçus	89,5	156,7	153,0	294,6	173,4
Solde (transferts reçus – transferts versés)	18,9	4,9	-33,2	-5,9	-3,8
Transferts versés / Consommation des ménages (%)	3,3	5,5	5,8	6,9	5,7

*Sources : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.*

Cependant, il convient de relativiser le pouvoir redistributif des transferts entre ménages. En effet, le montant des transferts est une fonction croissante des revenus. Ainsi, le quartile le plus pauvre ne reçoit en moyenne que 89 500 FCFA par an, alors que pour les plus riches, ce montant dépasse 294 500 FCFA. En termes de transferts nets, le solde est positif pour les deux premiers quartiles et négatif pour les deux derniers, et plus largement pour le 3<sup>ème</sup> quartile.

Rapporté aux dépenses de consommation, le montant moyen des transferts monétaires bruts (versés ou perçus) est négligeable. Ainsi, pour les "ménages publics" les transferts versés ne représentent que 6,0% de la consommation annuelle.

Toutefois, la distribution des transferts monétaires versés ou perçus est très inégalement répartie. Par exemple, 50% des ménages ayant bénéficié de dons en espèces, ont touché, chacun, au plus 100 000 FCFA dans l'année, alors que 10% des foyers ont perçu plus de 900 000 FCFA. Ces 10% de ménages ont accaparé plus de 58% des transferts perçus dans l'agglomération, soit un montant de 26,2 milliards de FCFA.

**L'essentiel des transferts nets provient de l'extérieur.** Annuellement, près de 46 milliards FCFA sont versés par les ménages de l'agglomération de Dakar à d'autres ménages (qu'ils vivent dans la capitale ou à l'extérieur), mais inversement près de 45 milliards ont été perçus par ces mêmes ménages. Si l'on exclut les transferts à l'intérieur de la ville, qui par nature devraient être équilibrés, les ménages de la capitale sont subventionnés par les ménages extérieurs à l'agglomération (où qu'ils se trouvent) pour un montant annuel de 35,5 milliards FCFA, tandis qu'ils versent 35,4 milliards, soit un solde quasi nul.

En premier lieu, les montants nets sont effectivement négatifs entre la capitale et la campagne. Les dakarois versent 21 fois plus aux ruraux qu'ils ne reçoivent d'eux. Mais les montants en jeu sont relativement faibles : environ 10,6 milliards FCFA sont transférés vers les campagnes. De plus, il est raisonnable de penser que ce chiffre est légèrement surestimé, dans la mesure où les ruraux doivent assurer une partie de la réciprocité des dons en nature, notamment en produits alimentaires. Quoi qu'il en soit, il faut constater la **faiblesse relative des liens de solidarité entre la capitale et l'arrière pays.**

En second lieu, les échanges entre Dakar et les autres villes sont moins déséquilibrés. Les ménages de Dakar transfèrent 21,5 milliards aux autres villes, mais reçoivent en échange 13,7 milliards FCFA soit un solde négatif de 7,7 milliards.

Enfin, on s'aperçoit que le gros de la subvention en faveur des dakarois provient de parents vivant à l'étranger. Le bénéfice net pour les dakarois est de près de 17,9 milliards FCFA. Les "ménages informels" et les "ménages inactifs ou chômeurs" en sont les principaux bénéficiaires. En effet, c'est chez ces derniers que la probabilité de migration internationale, pour faire des études et/ou travailler dans les pays développés, tout particulièrement en France et en Italie, est la plus forte. On constate d'ailleurs que même les "ménages formels" (publics et privés) bénéficient de cette manne financière.

**Tableau 27 : Montant total annuel des transferts monétaires par destination géographique selon le**

## type de ménages

(en millions de FCFA)		Type de ménages				Ensemble
		Public	Privé formel	Privé informel	Chômeur, Inactif	
Milieu rural:	- versé	1 246,5	2 237,3	4 086,3	2 991,8	10 562,0
	- perçu	44,2	54,6	163,9	241,1	503,8
	- solde	1 202,3	2 182,7	3 922,4	2 750,8	10 058,1
Milieu urbain :	- versé	2 494,2	2 821,7	9 180,0	6 976,6	21 472,4
	- perçu	722,4	2 457,4	4 381,4	6 172,3	13 733,4
	- solde	1 771,8	364,3	4 798,6	804,4	7 739,1
Dakar :	- versé	1 768,4	1 857,8	3 287,5	3 639,1	10 552,7
	- perçu	1 339,1	162,7	2 897,7	5 019,6	9 419,1
	- solde	429,3	1 695,1	389,7	-1 380,5	1 133,6
Etranger :	- versé	21,6	303,2	1 709,3	1 300,1	3 334,2
	- perçu	4 009,4	1 494,3	6 432,1	9 332,2	21 267,9
	- solde	-3 987,8	-1 191,1	-4 722,7	-8 032,1	-17 933,7
Ensemble :	- versé	5 530,6	7 220,0	18 263,1	14 907,7	45 921,4
	- perçu	6 115,1	4 169,0	13 875,1	20 765,1	44 924,3
	- solde	-584,5	3 051,0	4 388,0	-5 857,5	997,1
Transferts monétaires perçus consacrés aux cérémonies (en % du montant total)		7,1	12,8	5,8	20,1	13,3

Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

Suivant le niveau de richesse, d'autres résultats intéressants méritent d'être mentionnés. En premier lieu, les plus pauvres sont faiblement subventionnés par leurs parents ruraux, tandis que les plus riches aident plus largement les campagnes. Plus de 50% du transfert net de Dakar en faveur des campagnes provient du quartile le plus riche. Enfin, l'accès aux transferts en provenance de l'étranger est plus favorable aux plus riches. Ces derniers s'approprient les 48,8% du transfert net provenant de l'étranger et en faveur des ménages de la capitale.

**Tableau 28 : Montant total annuel des transferts monétaires par destination géographique selon le quartile de consommation par tête**

(en millions de FCFA)		Quartiles de revenus par ménage				Ensemble
		1 <sup>er</sup> quartile	2 <sup>ème</sup> quartile	3 <sup>ème</sup> quartile	4 <sup>ème</sup> quartile	
Milieu rural:	- versé	757,1	2351,3	2316,1	5137,4	10562,0
	- perçu	57,3	280,7	61,6	104,3	503,8
	- solde	699,9	2070,6	2254,5	5033,2	10058,1
Milieu urbain :	- versé	2374,3	4535,7	5763,5	8799,0	21472,4
	- perçu	2024,4	1826,9	3835,6	6046,5	13733,4
	- solde	349,8	2708,8	1927,9	2752,6	7739,1
Dakar :	- versé	1096,4	1664,6	3348,6	4443,1	10552,7
	- perçu	1975,2	1894,5	2451,0	3098,5	9419,1
	- solde	-878,7	-229,9	897,6	1344,7	1133,6
Etranger :	- versé	347,9	1260,6	651,2	1074,4	3334,2
	- perçu	1741,6	6125,7	3575,2	9825,4	21267,9
	- solde	-1393,7	-4865,1	-2924,0	-8751,0	-17933,7
Ensemble :	- versé	4575,8	9812,1	12079,4	19454,0	45921,4
	- perçu	5798,5	10127,7	9923,5	19074,6	44924,3
	- solde	-1222,7	-315,6	2156,0	379,4	997,1
Transferts monétaires perçus consacrés aux cérémonies (en % du montant total)		7,1	5,4	14,5	18,6	13,3

Source : Enquête 1-2-3, 2003, phase 3 (consommation des ménages), Dakar, calculs DPS.

## METHODOLOGIE

Dans le cadre du Programme PARSTAT, une enquête de type 1-2-3 a été réalisée dans l'agglomération de Dakar. Elle procède de la méthode des enquêtes dites en plusieurs phases. Dans la première, un échantillon de 2 500 ménages a été constitué, suivant un plan de sondage aréolaire à deux degrés. Ces unités ont été tirées à partir de la liste de ménages dénombrés dans les 125 segments de l'enquête. Ces segments sont eux-mêmes tirés de l'ensemble des districts de l'agglomération urbaine de Dakar issus de la base de sondage constitué au troisième Recensement Général de la Population et de l'Habitat du Sénégal (RGPH-III, 2002).

La première phase de cette enquête porte 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 respectif 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 des ménages**).

Pour les besoins de la phase 3, il a été constitué un échantillon stratifié, représentatif de 576 ménages, tirés parmi les 2 500 de la phase 1. Pour le tirage de ce sous échantillon de ménages, deux critères ont été croisés : le revenu par tête et le statut du chef de ménage (en distinguant 4 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 ou chef inactif). Ensuite, il a été opéré un tirage systématique des ménages selon un pas propre à chaque strate.

La consommation a été mesurée à partir d'une nomenclature de produits très détaillée : elle comprend environ 600 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 va au-delà du seul cadre de la consommation (au sens de la comptabilité nationale) puisque les ménages ont été interrogés sur leur formation brute de capital fixe, notamment sur leurs dépenses de construction que les comptes nationaux considèrent comme de l'investissement. La collecte relative au module quotidien a été réalisée en deux vagues de 15 jours portant chacune sur 288 ménages (pour tenir compte des effets de saisonnalité dus, en partie, au paiement des salaires en fin de mois).

Les opérations de collecte se sont déroulées entre mars et mai 2003. La saisie et l'apurement des fichiers ont eu lieu durant le second semestre de 2003 et le premier semestre de 2004. L'analyse des données s'est effectuée au cours des mois d'octobre à décembre 2004, pour une publication des premiers résultats en janvier 2005.

## CONCEPTS ET INDICATEURS

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

**Unité de consommation (UC)** : permet de pondérer la consommation des ménages suivant le nombre et les caractéristiques de leurs membres. Ici, le chef de ménage est compté pour une UC et tous les autres individus de 15 ans et plus pour 0,7 UC tandis que les moins de 15 ans comptent pour 0,5 UC.

**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 par tête 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, montants, 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

Dakar, 2003

### Données générales

Consommation totale de l'agglomération :	808 milliards FCFA
Consommation annuelle moyenne par ménage :	3,12 millions FCFA
Consommation annuelle moyenne par tête :	409 100 FCFA
Consommation annuelle moyenne par tête du quartile le plus pauvre :	194 100 FCFA
Consommation annuelle moyenne par tête du quartile le plus riche :	1 036 200 FCFA
Part de l'autoconsommation dans la consommation totale :	1,0%
Part des importations dans la consommation totale des ménages :	30,8%
Consommation alimentaire annuelle moyenne par tête :	153 100 FCFA
Part de l'alimentation dans la consommation totale :	40,2%
Part du riz dans l'alimentation :	12,4%
Consommation de riz par tête et par jour :	246 grammes

### Lieux d'achat

Montant de la consommation fournie par le secteur informel :	612 milliards FCFA
Part de la consommation totale des ménages fournie par le secteur informel :	75,7%
Part de la consommation du quartile le plus pauvre fournie par le secteur informel :	86,0%
Part de la consommation du quartile le plus riche fournie par le secteur informel :	64,2%
Part de la consommation adressée au secteur informel venant des ménages formels :	39,6%
Part des supermarchés, magasins et ateliers formels dans la consommation alimentaire des ménages :	3,0%

### Choix du lieu d'achat

Première raison du choix du secteur informel par les consommateurs : <i>la proximité</i>	50,7%
Seconde raison du choix du secteur informel par les consommateurs : <i>les prix faibles</i>	22,4%
Première raison du choix du secteur formel par les consommateurs : <i>pas d'alternative</i>	41,4%
Seconde raison du choix du secteur formel par les consommateurs : <i>la qualité</i>	31,7%

### Evolution depuis un an

Pourcentage de ménages qui déclarent que leur consommation a baissé :	12,1%
Première stratégie adoptée : <i>on choisit avec plus de soin les produits qu'on achète</i>	36,5%
Deuxième stratégie adoptée : <i>achat de quantités plus petites sans changer de lieu d'achat</i>	15,3%
Troisième stratégie adoptée : <i>achat de la même quantité, mais on va où c'est moins cher</i>	10,8%
Proportion de ménages qui déclarent que la contraction a surtout porté sur l'alimentation	12,6%

### Les transferts entre les ménages

Transfert total versé par les ménages de l'agglomération :	45,9 milliards FCFA
Transfert total perçu par les ménages de l'agglomération :	44,9 milliards FCFA
Pourcentage de ménages n'ayant effectué aucun transfert :	11,0%
Montant annuel moyen des transferts versés par ménage :	177 300 FCFA
Montant annuel moyen des transferts perçus par ménage :	173 400 FCFA
Solde net des transferts perçus par les ménages les plus pauvres :	1,2 milliards FCFA
Solde net des transferts perçus par les ménages les plus riches :	- 0,4 milliards FCFA

*Achevé d'imprimer sous les presses de*

**graP**art  
communication

*Tél. : (221) 864.24.31 - Fax : 864.29.47*