

Document présenté lors du "Séminaire sur les Résultats de l'Enquête Nationale sur le Budget et la Consommation des Ménages" de l'ASPAP/MINIPLAN au Kigali, Rwanda, du 14 au 16 octobre 1991.

**LA CONSOMMATION ET SOURCES DES REVENUS DES MENAGES  
URBAINS DU RWANDA**

Par

**James S. Ansoanuur\***  
Economiste, ASPAP/MINIPLAN, DAI\*\*

Kigali, Rwanda  
Octobre, 1991

\* Economiste de l'ASPAP de longue durée auprès Direction Générale de la Conjoncture et des Prévisions Socio-économiques.

\*\* Development Alternatives, Incorporated (DAI), 7250 Woodmont Avenue, Suite 200, Bethesda, Maryland 20814, USA, principal contractant institutionnel pour l'ASPAP. USAID Contrat No. 696-0126-C-00-7777-00.

## 1. Introduction

Les résultats de l'Enquête Nationale sur le Budget et la Consommation (ENBC) des ménages urbains du Rwanda qui a été réalisée en 1984-1986 auprès d'un échantillon effectif de 297 ménages urbains répartis dans quatre centres urbains, à savoir Kigali, Butare, Gisenyi et Ruhengeri, nous permet de connaître l'économie urbaine du Rwanda. En particulier, il nous a permis une bonne connaissance pour la première fois, des sources de revenu les plus importantes pour les familles urbaines et comment ils dépensent ce revenu. On connaît aussi les relations entre le bien-être, le niveau nutritionnel, l'occupation principale, la taille du ménage, le sexe et l'âge du chef du ménage.

Cette structure du revenu et de la consommation provient de l'information collectée concernant les transactions budgétaires (les achats, les ventes, les cadeaux, les trocs et autres transactions qui présentent des données sur l'autoconsommation alimentaire), la consommation alimentaire, les activités économiques et la structure démographique des ménages urbains.

## 2. La consommation du ménage urbain

La consommation finale des ménages urbains, selon la définition utilisée dans l'ENBC est la somme des (1) dépenses monétaires pour les biens et services (2) les cadeaux reçus en nature (3) les biens reçus par troc et (4) l'autoconsommation (la production du ménage pour sa propre consommation). La valeur moyenne de la consommation urbaine au prix urbain de 1985, moment de l'enquête, est de l'ordre de 214.807 FRW par ménage et par an, soit 44.302 FRW par tête et par an. Aux prix de Kigali d'aujourd'hui, la valeur moyenne de la consommation urbaine serait à peu près de 281.977 Frw par ménage et par an, soit 58.155 Frw par tête et par an. La consommation alimentaire représente 52% du total, tandis que la consommation non-alimentaire représente 48% du total. Pour la structure générale de la consommation totale, de la consommation alimentaire et de la consommation non-alimentaire, on peut constater qu'au niveau de la consommation totale, les achats représentent 90% de la valeur de la consommation, l'autoconsommation environ 5%, les cadeaux 4% et le troc moins de 1%. Au niveau de la consommation alimentaire, les achats représentent 82%, l'autoconsommation 10%, les cadeaux environ 7% et le troc 1%. En ce qui concerne la consommation non-alimentaire, les achats représentent 98%, les cadeaux 1,7%, le troc est négligeable. L'autoconsommation non-alimentaire n'a pas été estimé (voir le tableau 1 ci-dessous). Les dépenses monétaires gardent une valeur moyenne de 193.050 FRW par ménage et par an, soit 40.218 FRW par tête et par an. La structure des dépenses monétaires qui indique la composition du marché urbain ne diffère que légèrement de celle de la consommation totale. Les produits alimentaires représentent 52% de la consommation totale et 48% des dépenses monétaires de la

consommation, en raison de la faible importance des transactions en nature et de l'autoconsommation (voir le tableau 2 ci-dessous).

Tableau 1. Structure générale de la consommation

Source	Consommation totale	Consommation alimentaire	Consommation non-alimentaire
Dépenses monétaire	89,9	82,3	98,1
Autoconsommation	5,2	10	-
Cadeaux reçus	4,3	6,7	1,7
Biens par troc	0,6	1	0,2
Total	100	100	100

Source: ENBC

Tableau 2. Structure de la consommation totale et monétaire

Catégorie budgétaire	% de la valeur de la consommation	% des dépenses monétaires de la consommation
Consommation alimentaire	52,1	47,7
Céréales	4,8	4,6
Tubercules et bananes	12,1	10,5
Légumineuses	6,6	4,7
Légumes et fruits	3,0	2,5
Prod. d'origine animale	8,2	8,3
Boissons	10,8	10,0
Aliments divers	6,7	<del>7,0</del>
Consommation non-alimentaire	47,9	52,3
Habillement	5,6	6,0
Habitation	16,6	18,0
Équipement de ménage	3,8	4,1
Énergie et eau	5,5	7,1
Santé et hygiène	3,3	3,6
Éducation	1,3	1,5
Transport	7,5	8,4

Source: ENBC

#### Consommation alimentaire des ménages urbains

La valeur moyenne de la consommation alimentaire est de l'ordre de 111.996 FRW/ménage/an (soit 23.098FRW/tête/an et 64FRW/tête/jour) dont les tubercules et bananes gardent (23%),

les boissons (20,8%), les produits d'origine animale (15,8%), les aliments divers (12,9%), les légumineuses (12,6%), les céréales (9%) et les légumes et fruits (5,7%). De façon détaillé, les produits les plus importants sont les haricots (11%) de la valeur de la consommation alimentaire, la bière Primus (10%), les pommes de terre (9%), la bière de banane (6%), la viande de boeuf (6%), les sucreries (5%), le riz (5%). Ces sept produits représentent plus de la moitié de la valeur de la consommation alimentaire totale indiquant un régime alimentaire diversifié. Les produits les moins importants sont les bananes (4%), les patates douces (4%), le manioc (3%) et l'huile de palme (2,7%).

Tableau 3. Structure de la consommation alimentaire

Catégorie budgétaire	Valeur par ménage (Frw/mén/an)	% de la consommation alimentaire
Consommation alimentaire	111.996	100
Tubercules et bananes	25.916	23,1
Pommes de terre	10.148	9,1
Bananes	4.689	4,2
Patates douces	4.007	3,6
Manioc	3.272	2,9
Boissons	23.247	20,8
Primus	11.301	10,1
Bière de banane	6.776	6,0
Prod. d'origine animale	17.673	15,8
Viandes de boeuf	6.561	5,9
Lait en poudre	3.359	3,0
Aliments divers	14.432	12,9
Sucrerie	5.335	4,8
Repas préparés	3.773	3,4
Huile de palme	3.034	2,7
Légumineuses	14.079	12,6
Haricots	12.601	11,3
Céréales	10.303	9,2
Riz	5.137	4,6
Légumes et fruits	6.345	5,7

Source: ENBC

Quant à l'origine de la consommation alimentaire, le taux d'auto-consommation dépasse 25% pour trois produits de base seulement: les patates douces, les bananes et les haricots et les achats constituent plus de 90% pour presque les deux tiers des produits alimentaires. Plus de 90% des ménages urbains consomment plus de deux tiers des produits alimentaires.

### Consommation non-alimentaire

En ce qui concerne la consommation non-alimentaire, la valeur moyenne est de l'ordre de 102.811 FRW par ménage et par an. Les catégories les plus importantes sont le logement gardant à peu près 35% de la consommation non-alimentaire, le transport (16%), les vêtements (12%), l'énergie et eau (11,5%), et l'équipement de ménage (8%). Les moins importants sont la santé et l'hygiène (7%) les loisirs et services (7%) l'éducation (2,8%) et le tabac (2,2%).

Tableau 4. Structure de la consommation non-alimentaire

Catégorie budgétaire	Valeur par ménage (Frw/mn./an)	% de la consom. non-alimentaire
Consommation non-alimentaire	102.811	100
Habitation	35.566	34,6
Transport	16.185	15,7
Habillement	12.094	11,8
Energie et eau	11.869	11,5
Equipement de ménage	8.071	7,9
Santé et hygiène	7.095	6,9
Loisirs et Services	6.184	6,6
Education	2.875	2,8
Tabac	2.271	2,2

Source: ENBC

### 3. Source de revenu du ménage urbain

En ce qui concerne les sources de revenu du ménage urbain, on peut distinguer deux sources, à savoir la source générale ou la valeur ajoutée et la source de liquidité ou le revenu net monétaire. La valeur ajoutée est la valeur de la production (y compris la production autoconsommée et la production offerte en cadeau et en troc) moins les dépenses intermédiaires (les coûts de productions). Le revenu net monétaire est constitué par les ventes monétaires moins les coûts de production.

En utilisant la valeur ajoutée comme source de revenu urbain, on trouve que les salaires représentent 44% de la valeur ajoutée, l'artisanat et services 30%, le commerce 28% et l'agriculture 5%. La structure du revenu net monétaire ne diffère que légèrement de la valeur ajoutée. La seule différence notable est que l'agriculture présente un revenu monétaire net qui est négatif. Les coûts de production agricole dépassent le revenu brut agricole en raison du fait que la plus grande partie de la production agricole (72%), est autoconsommée, alors l'agriculture

urbaine n'est pas une source nette de liquidité. Les chiffres montrent que, la catégorie des salaires est l'activité la plus important en milieu urbain, ce qui est normal car, la majorité de la population urbaine est constituée par les fonctionnaires, soit publics ou privés.

Tableau 5. Structure du revenu du ménage urbain

Activité économique	Pourcentage de la valeur ajoutée	Pourcentage du revenu monétaire
Salaires	44,0	41,2
Ouvrier agricole	0,7	0,6
Secteur public	19,2	18,1
Services domestiques	3,9	3,7
Autres	20,1	18,8
Artisanat et Services	30,4	27,7
Bière traditionnelle	2,3	1,5
Autres	28,0	26,2
Commerce	20,4	19,2
Cultures vivrières	0,1	0,1
Boissons	4,9	4,6
Aliments divers	2,1	2,0
Habillement	0,5	0,5
Produits d'hygiène	0,4	0,4
Autres	12,3	11,6
Agriculture	5,3	-0,4

Source: ENBC

Au niveau de participation des ménages urbains dans les différentes activités économiques, les données indiquent qu'au cours de l'enquête, 83% réalisent l'activité d'artisanat, les trois quarts des ménages réalisent la production agricole, les deux tiers des ménages urbains perçoivent des salaires, la moitié participe au commerce, la moitié réalise la fabrication de la bière et 45% réalisent d'autres activités artisanales. Alors, la plupart des ménages urbains ont plusieurs sources de revenus. En ce qui concerne l'agriculture, la grande participation peut être expliquée par les facteurs suivants: les districts couverts par l'enquête étaient parfois des zones périphériques et avaient donc un caractère vraisemblablement rural, malgré leur proximité de la ville. Ensuite, quelques ménages urbains cultivent les champs en dehors de la ville, gardés par un membre de la famille ou un employé. Enfin, il suffit qu'un ménage cultive un petit jardin ou ramasse les fruits comestibles pour qu'il soit traité comme ayant enregistré une production agricole.

Tableau 6. Participation des ménages urbains aux activités économiques différentes

Activité économique	Pourcentage des ménages
Artisanat	83,2
Agriculture	75,5
Salaires	67,3
Commerce	51,0
Fabrication de la bières	49,3
Autres activités artisanales	45,0

Source: ENBC

#### 4. Les caractéristiques des ménages urbains et leur influence sur la structure budgétaire du ménage

Les caractéristiques importantes qui influencent la structure budgétaire des ménages urbains sont les suivantes: la valeur de la consommation (un indice du niveau de bien-être); l'occupation principale; la ville de résidence; la taille du ménage; le sexe du chef de ménage et l'âge du chef de ménage.

##### Le niveau du bien-être

Les ménages urbains enquêtés ont été divisés en quintiles (c'est-à-dire en cinq classes chacune comprenant 20% des ménages) selon la valeur de la consommation par adulte-équivalent. En ce qui concerne la relation entre le niveau de bien-être et la structure du budget, on trouve que les ménages plus aisés (dans le cinquième quintile) consacrent une part plus importante du budget à l'habitation, à l'équipement du ménage, au transport et aux loisirs et services. Une part moins importante du budget est allouée aux tubercules et bananes et légumineuses. Ces deux catégories représentent 47% de la valeur de la consommation chez les ménages moins aisés mais leur part budgétaire n'atteint pas 9% chez les ménages plus aisés. Autrement dit, au fur et à mesure que le ménage devient plus aisé la part du budget allouée à l'alimentation diminue et la part budgétaire de la consommation des biens et services non-alimentaires augmente, ce qui confirme la fameuse "loi d'Engel".

En ce qui concerne la composition de la ration alimentaire, les produits d'origine animale, le riz, la bière Primus et les pommes de terre sont importantes chez les ménages les plus aisés. Par contre, l'importance des patates douces et du manioc diminue. La structure de la valeur ajoutée selon le niveau de bien-être, montre que, les ménages aux ressources modestes dépendent beaucoup de la production agricole, de la fabrication des bières traditionnelles et des salaires agricoles. Par contre, les ménages plus aisés dépendent des salaires du secteur public et privé.

Tableau 7. Relation entre le niveau de bien-être et la structure de la consommation

Catégorie budgétaire	Pourcentage de la valeur de la consommation totale	
	les 20% les moins aisés	les 20% les plus aisés
Consommation alimentaire	78,1	38,4
Céréales	5,9	3,4
Tubercules et bananes	29,0	5,7
Légumineuses	18,2	3,0
Légumes et fruits	4,5	2,3
Prod. d'origine animale	6,5	6,1
Boissons	7,9	12,1
Aliments divers	6,2	5,8
Consommation non-alimentaire	21,9	61,6
Habillement	5,9	4,9
Habitation	3,2	27,8
Équipement de ménage	1,0	4,4
Santé et hygiène	3,1	2,8
Transport	2,3	11,2
Loisirs et Services	0,8	4,6

Source: ENBC

Tableau 8. Structure de la valeur ajoutée selon le niveau de bien-être

Catégorie d'activité	Pourcentage de la valeur ajoutée	
	les 20% les moins aisés	les 20% les plus aisés
Agriculture	31,3	0,5
Artisanat et Services	37,3	33,3
Fabrication bières trad.	10,8	2,0
Commerce	11,4	13,4
Salaires	20,0	52,8
Ouvrier agricole	5,5	0,0
Service domestique	4,5	3,7
Secteur public	2,0	25,7
Autres	7,9	23,4

Source: ENBC

#### Autres caractéristiques

Pour l'occupation et sa relation avec la structure de la consommation des ménages urbains, on trouve que les salariés du secteur public et à moindre mesure, les artisans et les salariés

du secteur privé bénéficient des niveaux les plus élevés de consommation par tête et ils consacrent une part du budget plus élevée à l'habitation. Par contre, les ménages moins aisés sont les agriculteurs et ils consacrent une grande part du budget à la consommation alimentaire. En ce qui concerne la ville de résidence et son influence sur la consommation et sources du revenu, on trouve que les résidents de Kigali sont en moyenne plus aisés, plus jeunes et moins importants en termes du nombre de personnes par ménage. En plus l'agriculture joue un rôle moins important à Kigali, tandis que le commerce et les salaires du secteur privé y sont plus importants. La taille du ménage garde un lien positif avec le niveau de consommation par ménage et le niveau de la valeur ajoutée par ménage. Cependant, la valeur de la consommation par tête diminue au fur et à mesure que le ménage s'agrandit. En ce qui concerne l'influence du chef de ménage, la part du budget allouée aux boissons, aux produits d'origine animale et à l'habitation est plus faible chez les femmes, tandis que la consommation des tubercules et bananes, des légumineuses et du transport est très importante. De même, du côté de la valeur ajoutée, l'agriculture et les activités artisanales sont relativement très importantes lorsque le chef de ménage est une femme, tandis que le commerce et les salaires sont relativement plus importants chez les hommes. La valeur de la consommation par tête diminue au fur et à mesure que l'âge du chef du ménage augmente. Les ménages plus âgés sont les agriculteurs et les ménages moins âgés ou plus jeunes sont les salariés. La part du budget consacrée aux boissons; au tabac et aliments divers (y compris les repas préparés) diminue et puis augmente au fur et à mesure que le chef vieillit.

## 5. Analyse de la demande

Nous venons de décrire la structure de la consommation des ménages urbains en termes de la relation entre le niveau de la vie et la part du budget allouée aux différentes catégories de biens, soit alimentaire ou non-alimentaire, ainsi que les différents produits alimentaires individuels et non-alimentaire tel que l'habitation, l'équipement de ménage, le transport, l'habillement etc. La structure du ménage et d'autres caractéristiques du ménage et leur relation avec la structure de la consommation est également décrite dans les sections précédentes. Mais quelle est la relation quantitative? L'analyse de régression multiple qui permet l'estimation d'une équation mathématique décrivant la demande d'une catégorie de biens en fonction du niveau de consommation par tête, de la structure du ménage et d'autres caractéristiques du ménage nous permettra de répondre à cette question. La relation entre la demande et le niveau de consommation totale par tête ou (le niveau de revenu) peut être exprimée comme une élasticité de la demande, indiquant le changement en pourcentage de la demande lié à une augmentation de 1% de la valeur de la consommation par tête. Comme on a déjà vu dans le milieu rural, les élasticités des produits alimentaires sont généralement plus

faibles que celles des biens non-alimentaires. L'élasticité de la demande de l'ensemble des produits alimentaires en milieu urbain est de 0,73. C'est-à-dire que, si la consommation totale par tête augmente de 1%, la consommation de l'ensemble des produits alimentaires augmente de 0,73% ou la part du budget allouée à l'alimentation diminue chez les ménages plus aisés, ce qui reflète la loi d'Engel et confirme la tendance trouvée dans les sections précédentes. Par contre, les élasticités de la demande sont assez élevées pour l'équipement du ménage (1,90), l'habitation (1,89) et le transport (1,65). Ces coefficients impliquent que, pour ces produits, la demande urbaine va augmenter à un rythme supérieur à celui de l'économie urbaine.

Tableau 9. Elasticité de la demande des produits agrégés

Catégorie budgétaire	Elasticité par rapport à la consommation
Aliments	0,73
Habillement	1,02
Habitation	1,89
Equip. de ménage	1,90
Energie et eau	1,25
Santé et hygiène	1,06
Education	1,29
Transport	1,65
Tabac	0,65
Loisir et Service	1,70

Source: ENBC

Pour les produits alimentaires individuels, les élasticités varient de façon importante selon le produit. Par exemple, la bière Primus, le riz et la viande de boeuf ont des élasticités relativement élevées. Par contre, du pain, des poissons, du lait, des oeufs et de la bière de sorgho présente des élasticités qui ne sont pas différentes de 1,0 de façon significative. Il y a un troisième groupe des produits alimentaires dont les élasticités sont inférieures à 1,0 de façon significative. Il s'agit des patates douces (0,09), du maïs (0,17), des haricots (0,27) et du manioc (0,37). L'implication des ces élasticités est que, la part du budget allouée à ces produits diminue au fur et à mesure que le niveau de consommation finale augmente. Autrement dit, la demande urbaine de ces produits augmente à un rythme moins élevé que celui de l'économie urbaine.

En ce qui concerne les biens et services non-alimentaires, l'élasticité de la demande des tissus est inférieure à 1,0 de façon significative. Par contre, les vêtements neufs et les chaussures, le charbon, l'eau et l'énergie présentent des élasti-

cités significativement supérieures à 1,0. Pour la friperie, le pétrole, les médicaments, le savon et les services de taxi, l'élasticité est égale à 1,0.

Tableau 10. Elasticité de la demande des produits alimentaires individuels

Catégorie budgétaire	Elasticité par rapport à la consommation
Sorgho	0,57
Maïs	0,17
Riz	1,12
Pain	0,92
Manioc	0,37
Farine de manioc	0,36
Patate douce	0,09
Pommes de terre	0,67
Banane	0,54
Haricot	0,27
Legumes et fruits	0,68
Viande	1,07
Poissons	0,86
Lait et oeufs	1,15
Bière de banane	0,67
Bière de sorgho	0,69
Primus	1,74
Huile de Palme	0,78
Sel	0,41
Sucrierie	0,99

Source: ENBC

Tableau 11. Elasticité de la demande des biens non-alimentaires

Catégorie budgétaire	Elasticité par rapport à la consommation
Tissus	0,7
Friperie	0,83
Vêtements neufs	1,37
Chaussures	1,34
Pétrole	0,82
Charbon	1,21
Eau et énergie	1,79
Médicaments	0,89
Savons	1,01
Taxi	1,27

## Influence des variables démographiques et géographiques

Les caractéristiques démographiques et géographiques du ménage ont une influence moins importante sur l'élasticité de la demande que celle du niveau de consommation totale par tête, particulièrement pour les catégories agrégées du budget (alimentation, habillement etc). Au niveau de la ville de résidence, l'influence sur la structure de la consommation est directe et plus évidente. Le manioc, la farine de manioc et les bananes sont relativement importants à Kigali. A Butare, les patates douces, les haricots et la bière de sorgho jouent un rôle plus important dans le budget. A Ruhengeri, les pommes de terre, les haricots, la bière de sorgho et le maïs sont relativement importants et à Gisenyi le riz, la viande, l'huile et les sucreries sont très importants. La variation de la consommation alimentaire selon la ville, peut être expliquée par les préférences des consommateurs et par le fait que la production et la disponibilité de chaque produit peut être spécifique selon la ville de résidence.

Pour l'influence du sexe du chef de ménage sur la demande, on trouve que la part de la consommation consacrée à la bière de sorgho, à la bière Primus, au manioc et au tabac est relativement inférieure dans les ménages ayant un chef de ménage de sexe féminin par rapport aux ménages ayant un chef de ménage de sexe masculin. Par contre, la part allouée au maïs, aux légumes, aux sucreries, au savon et à l'éducation est importante chez le ménage ayant un chef de ménage de sexe féminin.

En ce qui concerne l'influence de la composition du ménage sur la demande de la consommation alimentaire désagrégée, les résultats de la régression multiple montre que, la part du budget allouée au maïs, au manioc, à la pomme de terre, aux haricots, à la bière de banane et à la bière de sorgho diminue significativement si le nombre des adultes augmente dans le ménage. Par contre, la part du budget allouée au maïs, au manioc, à la farine de manioc et aux sucreries augmente significativement si le nombre d'enfants augmente dans le ménage.

## 6. Conclusion

L'enquête nationale sur le budget et la consommation des ménages urbains nous a permis de connaître, pour la première fois la structure de la consommation ainsi que des sources de revenu des ménages urbains. Cette connaissance peut aider les autorités Rwandaises à prévoir les effets des nouvelles politiques économiques sur le milieu urbain. En particulier, avec le Programme d'Adjustement Structurel en cours, cette information servira comme base pour juger l'impact prévisible des mesures déjà adoptées et envisagées.