O. R. S. T. O. M.
CENTRE DE BRAZZAVILLE

SERVICE
DES SCIENCES HUMAINES

LES BUDGETS FAMILIAUX

DANS LES VILLAGES DU NIARI

par
Yves DHONT

Chargé de recherche à l'O. R. S. T. O. M.

Brazzaville, Juillet 1965

O. R. S. T. O. M.
CENTRE DE BRAZZAVILLE

S E R V I C E
DES SCIENCES HUMAINES

L E S B U D G E T S F A M I L I A U X

DANS LES VILLAGES DU NIARI

par

Yves DHONT
Chargé de recherche à l'O.R.S.T.O.M.

BRAZZAVILLE. Juillet 1965

INTRODUCTION

L'enquête dont ce rapport consigne les principaux résultats est l'une des études complémentaires confiées à l'O.R.S.T.O.M. par la Mission d'Etude de la Vallée du Niari.

L'objectif qui lui était assigné était de mettre en évidence les répercussions des investissements effectués dans la Vallée et des salaires distribués par les entreprises sur le niveau et la nature des revenus et des dépenses des familles rurales, dont on craint qu'elles ne s'intègrent pas dans le développement économique de cette région.

Il fallut choisir entre les diverses méthodes celle qui convenait à la fois à ce type d'enquête et aux moyens disponibles. On ne pouvait songer à étudier un échantillon déterminé selon des méthodes statistiques rigoureuses, ainsi qu'on procède habituellement dans des enquêtes de ce genre : en effet, pour demeurer représentatif de la population de toute la Vallée, un tel échantillon ne pouvait comprendre moins de 1.500 à 2.000 personnes, chiffre sans rapport avec les moyens alloués. D'autre part, le temps imparti à cette étude interdisait d'effectuer des relevés budgétaires durant une année entière.

Dans ces conditions force fut de procéder différemment, de choisir un certain nombre de villages-types situés à proximité des entreprises, mais d'y analyser de manière exhaustive les budgets de toutes les familles composant les villages.

Il ne serait donc pas légitime d'extrapoler sans réserve à l'ensemble des villages de la Vallée les résultats précis mais significatifs, en toute rigueur, des seuls villages retenus par choix raisonné.

Il ressort toutefois des observations effectuées dans d'autres zones de la Vallée que la structure de la consommation est sensiblement constante d'un groupe ethnique à l'autre, d'une région à l'autre. Cette relative homogénéité du milieu socio-économique de la Vallée est particulièrement évidente dans le domaine des budgets familiaux et de la consommation : outre qu'elle justifie la méthode de travail adoptée, elle apporte la certitude que les conclusions tirées de l'enquête menée dans quelques villages caractéristiques auront la valeur exemplaire des études monographiques portant sur quelques unités d'un ensemble homogène.

L'enquête a porté sur sept villages : Massangui, situé aux confins Est de la Vallée proprement dite, à 10 kms environ de de Chavannes, et six villages situés au coeur de la Vallée, dans la zone d'influence de Jacob et de la S.I.A.N. : Kimbonga, Moutela-M'Pila, N'Tandou-Kimouanda, Kimpambou-Mahambou, et Kimpambou-Loukelo.

De composition ethnique différente mais aussi peuplé que les six autres villages réunis, situé comme ceux-ci à proximité d'une entreprise distributrice de salaires (la SAFEL), Massangui était le terme de comparaison dont nous avions besoin pour juger du degré de généralité des observations budgétaires effectuées dans les villages proches de Jacob. Tout au long de ce rapport, nous serons amenés à comparer les résultats trouvés dans l'une et l'autre zone, distantes d'environ 100 kms.

D'autre part le nombre d'unités budgétaires dont un membre au moins perçoit un salaire est à peu près équivalent à Massangui et dans l'ensemble relativement homogène des six villages de la Vallée (respectivement 18 et 15). Dans l'inventaire des biens, dans

l'étude détaillée de la structure des dépenses et des revenus, nous comparerons systématiquement ces unités budgétaires qui bénéficient d'un salaire à celles qui tirent encore l'essentiel de leurs ressources monétaires de la vente des produits agricoles. L'un des buts fixés à cette étude était en effet de mettre en valeur les similitudes ou, à l'inverse, les particularités de chaque type de budget (1).

Durant six semaines, du Ier août au 15 septembre, dix enquêteurs ont enregistré chaque jour les dépenses, recettes, cadeaux, opérations de troc, etc..., rassemblant des observations sur 169 unités budgétaires qui presque toujours correspondaient aux familles restreintes (2). Il n'a pas été tenu compte des relevés effectués durant la première semaine d'enquête.

Ce sont les résultats de ces observations qui sont présentés ici. Malgré leur importance nous n'aborderons qu'indirectement certains domaines, tels que l'épargne qui ne peut être évaluée objectivement que dans le cadre d'une enquête couvrant une année entière. Par contre nous avons plus particulièrement approfondi l'analyse de la structure des dépenses, qui ont été relevées chaque jour de manière très précise.

---

(1) Dans la suite de ce rapport nous désignerons par les termes de "Salarié" et "Agriculteur" l'un et l'autre type d'unité budgétaire. Ce n'est qu'une commodité de langage : un certain nombre d'unités budgétaires dont un membre perçoit un salaire continuent néanmoins d'entretenir des cultures et cumulent revenu salarial et revenus agricoles.

(2) L'unité budgétaire est définie comme le groupe de personnes dont la majeure partie des recettes est placée sous l'autorité d'un chef d'unité qui décide de leur affectation. Dans le Niari cette unité autonome est le plus souvent un ménage, mais un certain nombre d'isolés (célibataires adultes, veufs et même veuves ou divorcées) constituent également des unités budgétaires.

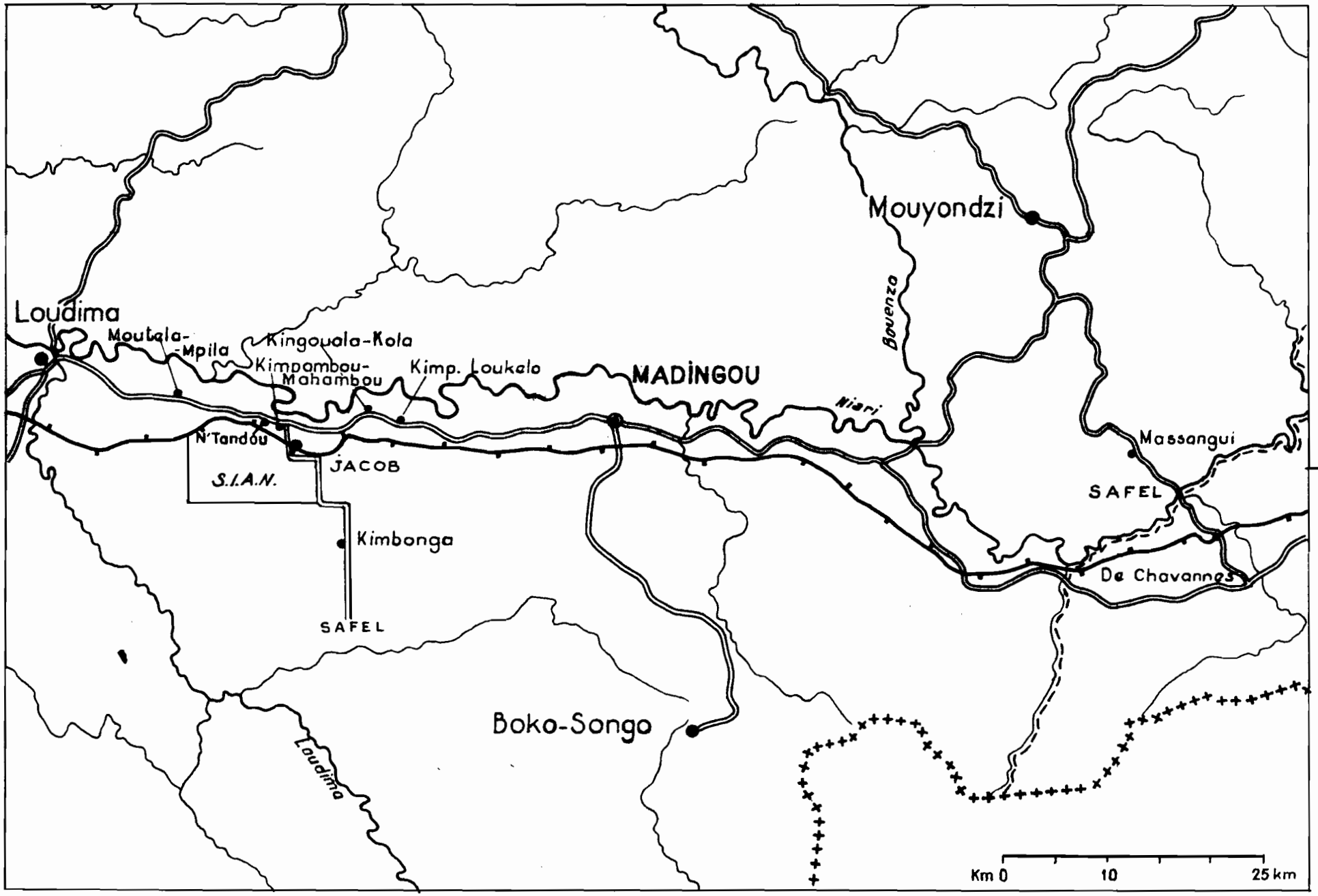
D'autre part, si la femme ou les femmes jouissent coutumièrement d'une certaine indépendance budgétaire, on admet cependant que les femmes mariées font partie de l'unité budgétaire du mari. On constate d'ailleurs une confusion croissante des intérêts pécuniaires des époux; les enquêteurs n'ont pas omis pour autant d'interroger régulièrement les femmes sur leurs dépenses et leurs recettes.

L'unité budgétaire était constituée de 4,8 personnes en moyenne à Massangui, de 5,6 dans les six villages de la Vallée.

La matière de ce rapport est répartie en quatre parties d'ampleur très inégale :

- Présentation démographique des villages étudiés au cours de l'enquête.
- L'inventaire des biens
- Le volume et la structure des dépenses et des revenus mensuels.
- Achats pour revente, troc, cadeaux.

-------oooOooo------



LOCALISATION DES VILLAGES

PRESENTATION DEMOGRAPHIQUE DES VILLAGES ETUDIES AU COURS DE L'ENQUETE

(Tableaux I à 4 - graphiques I à 4)

Le chiffre de la population soumise à l'enquête s'élevait à 872 individus : 423 à Massangui et 449 dans l'ensemble des six villages de la Vallée.

Tous les habitants de Massangui, sauf un, appartiennent à l'ethnie Kengue; tous les habitants des six villages de la Vallée, à l'exception d'un seul, sont des Bakamba.

Les tableaux 2 et 3, ainsi que les pyramides des âges correspondantes, révèlent une structure démographique caractéristique de villages touchés par l'exode rural:

- L'excédent d'individus du sexe féminin est important : 240 femmes pour 183 hommes à Massangui, 239 femmes pour 210 hommes dans les villages de la Vallée, soit des taux respectifs de masculinité s'élevant à 762,5 ‰ et 878,7 ‰.Cet excédent global de femmes recouvre en réalité des situations différentes selon les classes d'âge puisque les enfants de sexe masculin sont plus nombreux; le sexe féminin ne devient excédentaire que dans la classe d'âge groupant les individus de 15 à 19 ans à Massangui, et dans la classe groupant les individus de 10 à 14 ans dans la Vallée.

Il en résulte un taux de masculinité encore plus faible dans les classes où figure la population des deux sexes en âge de se marier; le taux de polygamie est d'ailleurs exceptionnellement élevé : 1,7 à Massangui; 1,5 dans les villages de la Vallée (1,4 à Kimbonga et Kingouala-Kola, 1,5 à N'Tandou-Kimouanda et Kimpambou-Mahambou, 1,6 à M'Pila et 1,7 à Kimpambou-Loukelo). Il est plus faible dans la ca-

TABLEAU N° 1

REPARTITION DE LA POPULATION PAR GROUPES ETHNIQUES

	Minkengue	Bakamba	Bakongo	Babembe	Total
MASSANGUI	422			1	423
KINGOUALA-KOLA		70			70
M'PILA		119	1		120
KIMBONGA		107			107
N'TANDOU-KIMOUANDA		64			64
KIMPAMBOU-MAHAMBOU		26			26
KIMPAMBOU-LOUKELO		62			62
TOTAL VILLAGES DE LA VALLEE		448	1		449
TOTAL GENERAL	422	448	1	1	872

tégorie des salariés, dont l'âge moyen est inférieur à celui des autres villageois : les taux de polygamie respectifs sont de 1,3 et 1,8 à Massangui, 1,3 et 1,6 dans les villages de la Vallée.

- Les classes d'âge inférieures (moins de 15 ans) sont relativement peu fournies à Massangui (426 ‰ de la population totale) mais normales dans la Vallée (486 ‰).

Le déficit d'individus du sexe masculin est considérable dans les classes d'âge intermédiaires, celles qui alimentent l'exode rural; il est particulièrement marqué entre 15 et 30 ans dans la Vallée, entre 15 et 45 ans à Massangui.

Par contre les adultes vieux (40 à 60 ans) et les vieillards (plus de 60 ans) sont relativement nombreux dans les deux populations.

Les pyramides des âges du graphique n° 3 montre que la population des six villages de la Vallée et celle du quartier de Jacob étudié par P. VENNETIER (1) ont des structures complémentaires : les classes d'âge comprenant les adultes jeunes de sexe masculin, déficitaires dans les villages, sont excédentaires à Jacob où les classes de 0 à 9 ans, qui groupent les enfants des immigrés, sont également bien représentées.

Par contre l'échancrure correspondant à la classe de 15 à 19 ans, est profonde dans les deux populations, comme d'ailleurs dans tout le Congo, que ce soit en brousse ou en ville; ce phénomène, encore imparfaitement élucidé, n'est pas une conséquence de l'exode rural(2).

Les chefs de ménages occupant un emploi salarié se recrutent évidemment dans leur grande majorité parmi les éléments jeunes de la po-

---

(1) P. VENNETIER - La Société Industrielle et Agricole du Niari - in Les Cahiers d'Outre-Mer, tome XVI (1963),N° 61, p. 75.
(2) Ce problème a été étudié en particulier par J.L. LIERDEMAN; in "Analyse Socio-démographique de la population Africaine de Pointe-Noire". Rap.ronéoté,O.R.S.T.O.M.,Institut de Recherches Scientifiques au Congo, Brazzaville, Nov. 1962.

pulation : 70 % environ ont entre 20 et 34 ans; les classes d'âge correspondantes de la population masculine totale sont les classes "creuses" puisqu'elles n'en représentent que 16,5 %. Il s'ensuit que parmi les hommes de 20 à 34 ans un individu sur trois, approximativement, exerce une activité salariée.

En dépit de l'exode rural qui les vide d'une partie de la population active potentielle, les villages du Niari demeurent un réservoir de main-d'oeuvre. C'est d'ailleurs un phénomène paradoxal que ces hommes oisifs et disponibles (quand ils n'entreprennent pas de cultures d'exportation) dans des villages proches d'une entreprise qui emploie plusieurs milliers de personnes et recrute la plus grande partie de sa main-d'oeuvre dans les régions bordant la Vallée du Niari proprement dite. Diverses motivations concourrent à expliquer cet état de choses : la crainte d'une maladie professionnelle réelle ou imaginaire des coupeurs de cannes (les villageois sont persuadés que la coupe des cannes provoque une maladie de peau), le désir de demeurer oisif, ou encore de s'assurer un revenu monétaire en cultivant des arachides avec l'aide des paysannats plutôt qu'en s'embauchant à la S.I.A.N. L'inventaire des biens, l'analyse des dépenses et des recettes, prouvent d'ailleurs que certains agriculteurs atteignent un niveau de revenu égal ou même supérieur au salaire qu'ils percevraient comme manoeuvres.

TABLEAU N° 2

REPARTITION DE LA POPULATION DE MASSANGUI PAR AGE ET PAR SEXE

Age	Hommes		Femmes		Total			
		excédent		excédent		%		%
Moins de 5 ans	31	+ 1	30		61	14,4	213	50,4
5 à 9 ans	34	+ 6	28		62	14,7		
10 à 14 ans	33	+ 9	24		57	13,5		
15 à 19 ans	13		20	+ 7	33	7,8		
20 à 24 ans	7		19	+ 12	26	6,1	120	28,3
25 à 29 ans	9		16	+ 7	25	5,9		
30 à 34 ans	12		21	+ 9	33	7,8		
35 à 39 ans	10		26	+ 16	36	8,5		
40 à 44 ans	7		20	+ 13	27	6,4	75	17,7
45 à 49 ans	13		13		26	6,1		
50 à 54 ans	4		8	+ 4	12	2,8		
55 à 59 ans	4		6	+ 2	10	2,4		
60 ans et plus	6		9	+ 3	15	3,6	15	3,6
TOTAL	183		240	+ 57	423	100	423	100

Graphique n° 1

PYRAMIDE DES AGES DE MASSANGUI

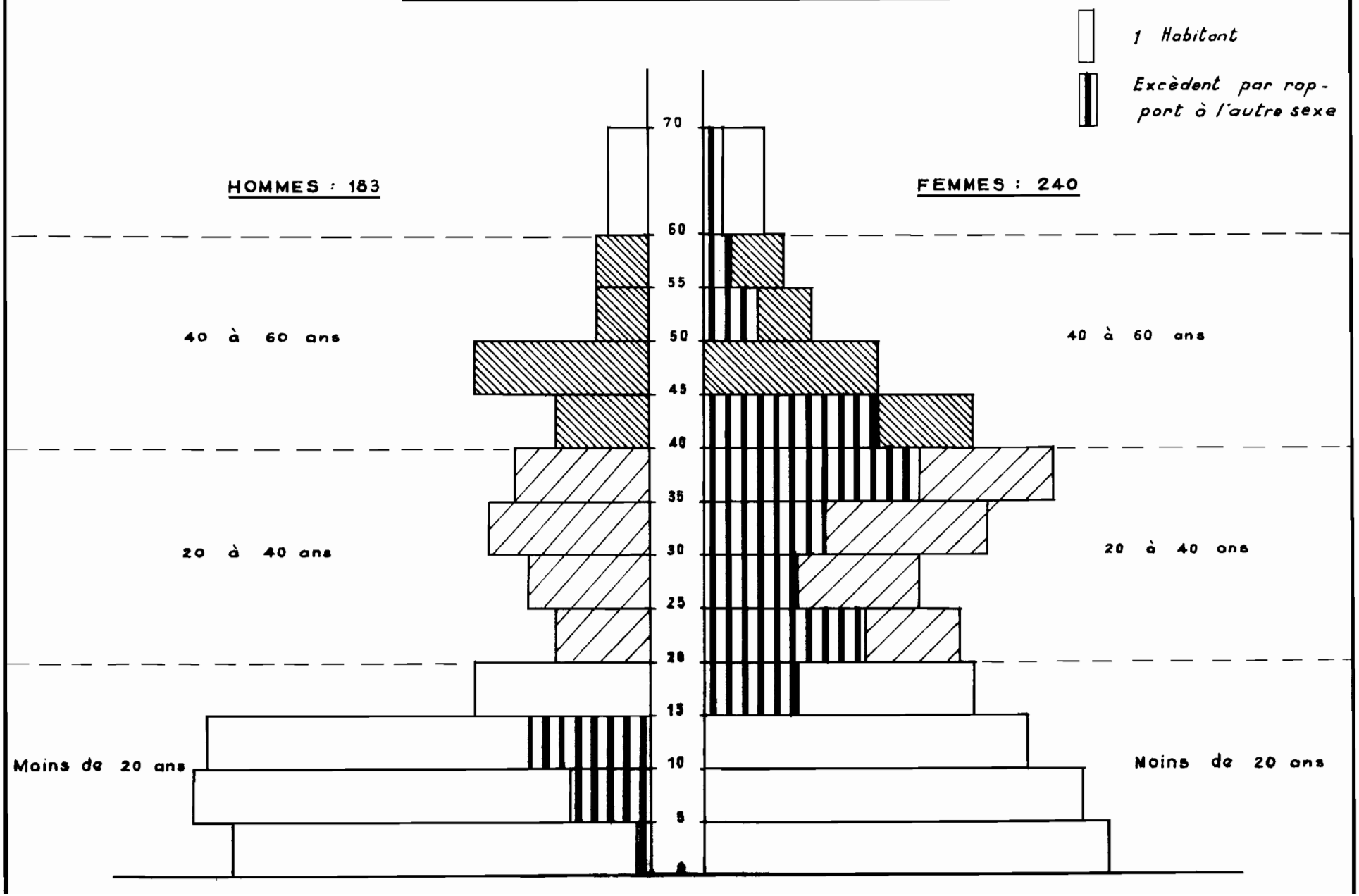


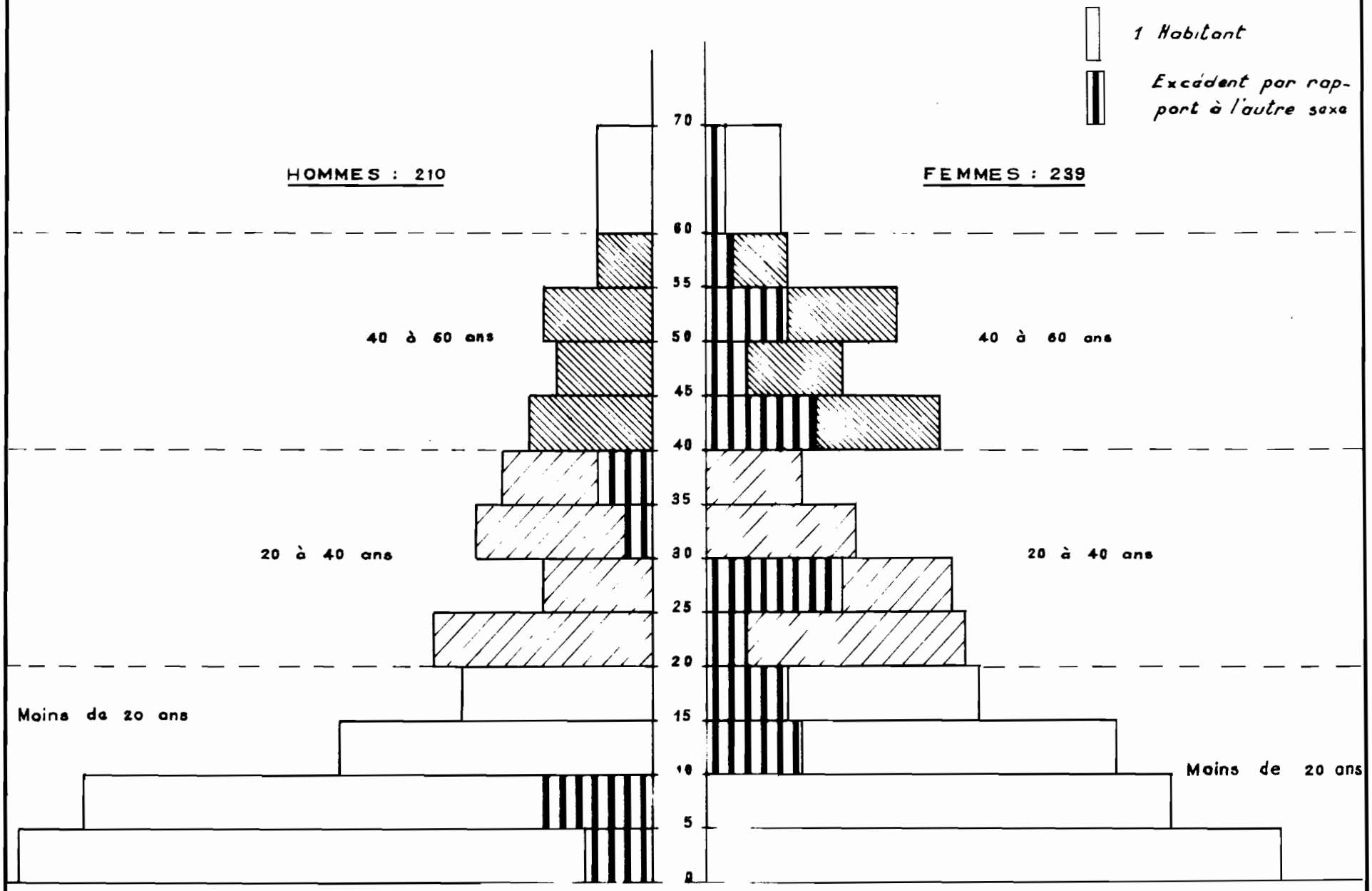
TABLEAU N° 3

REPARTITION DE LA POPULATION DES SIX VILLAGES DE LA VALLEE, PAR AGE ET PAR SEXE.

Age	Hommes		Femmes		Total			
		excédent		excédent		%		%
Moins de 5 ans	47	+ 5	42		89	19,9	252	56,2
5 à 9 ans	42	+ 8	34		76	16,9		
10 à 14 ans	23		30	+ 7	53	11,8		
15 à 19 ans	14		20	+ 6	34	7,6		
20 à 24 ans	16		19	+ 3	35	7,8	103	22,9
25 à 29 ans	8		18	+ 10	26	5,8		
30 à 34 ans	13	+ 2	11		24	5,3		
35 à 39 ans	11	+ 4	7		18	4		
40 à 44 ans	9		17	+ 8	26	5,8	75	16,7
45 à 49 ans	7		10	+ 3	17	3,8		
50 à 54 ans	8		14	+ 6	22	4,9		
55 à 59 ans	4		6	+ 2	10	2,2		
60 ans et plus	8		11	+ 3	19	4,2	19	4,2
TOTAL	210		239	+ 29	449	100	449	100

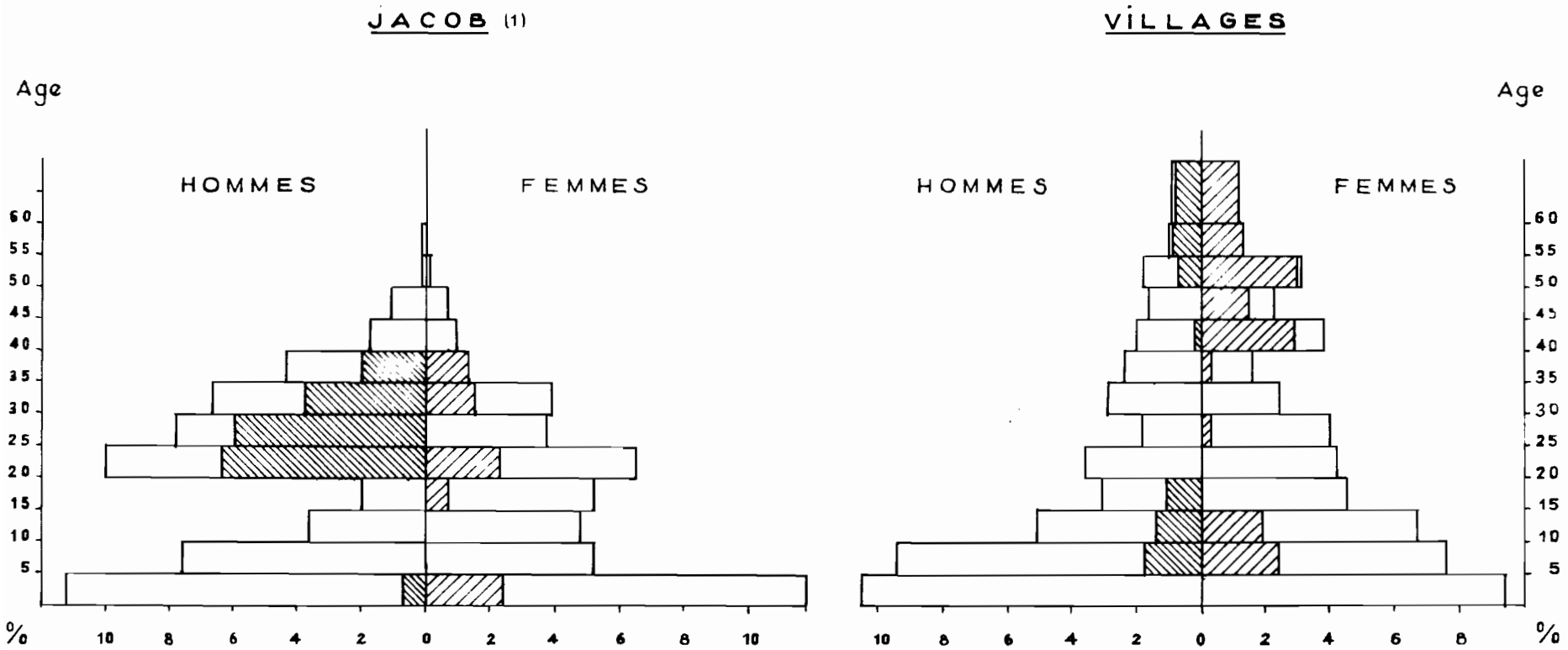
Graphique nº 2

PYRAMIDE DES AGES DES VILLAGES DE LA VALLÉE



Graphique nº 3

STRUCTURE COMPARÉE DES POPULATIONS DE JACOB ET DE 6 VILLAGES PROCHES DE JACOB



Excédents par rapport à l'autre population

(1) Histogramme P. Vennetier

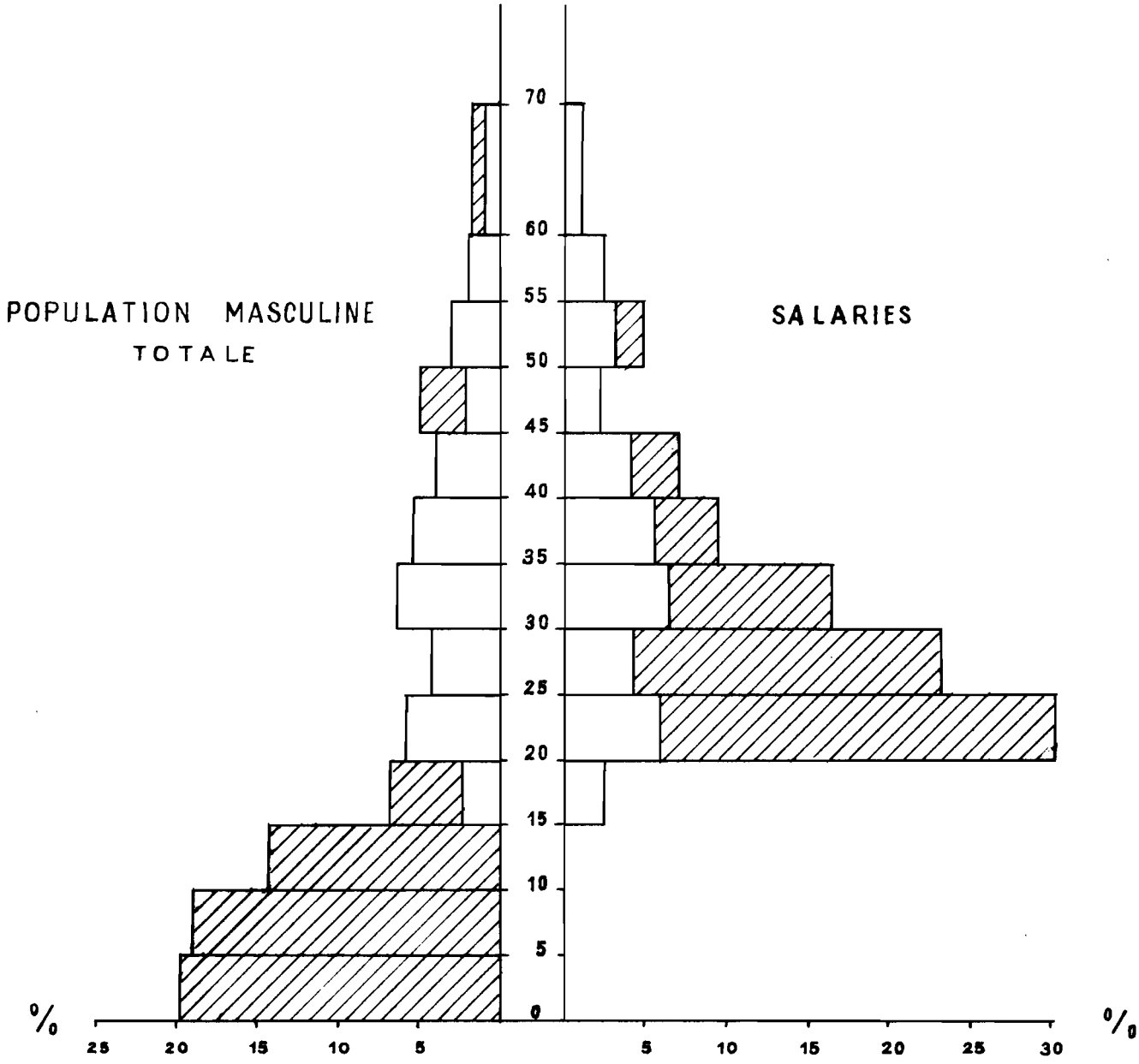
TABLEAU N° 4

REPARTITION PAR AGE DES SALARIES PAR RAPPORT A LA POPULATION MASCULINE TOTALE - %

		-de 5ans	5 à 9	10 à 14	15 à 19	20 à 24	25 à 29	30 à 34	35 à 39	40 à 44	45 à 49	50 à 54	55 à 59	60 et plus	Total
MASSANGUI	Salariés				5,3	21	31,6	10,5	10,5	10,5			5,3	5,3	100
	Ensemble de la population masculine	16,9	18,6	18	7,1	3,8	4,9	6,6	5,5	3,8	7,1	2,2	2,2	3,3	100
VALLEE	Salariés					37,5	16,7	20,8	8,3	4,2	4,2	8,3			100
	Ensemble de la population masculine	22,4	20	11	6,7	7,6	3,8	6,2	5,2	4,3	3,3	[illegible]	1,9	3,8	100
TOTAL	Salariés				2,3	30,2	23,3	16,3	9,3	7	2,3	4,7	2,3	2,3	100
	Ensemble de la population masculine	19,8	19,3	14,2	6,9	5,9	4,3	6,4	5,3	4,1	5,1	3,1	2	3,6	100

Graphique n° 4

PYRAMIDE DES AGES DES SALARIÉS PAR RAPPORT A LA POPULATION MASCULINE TOTALE



II - L'INVENTAIRE DES BIENS

L'habitat et le patrimoine réel mobilier font partie intégrante du cadre matériel de l'existence des villageois et sont dans une certaine mesure un indice du niveau de vie des familles. La part des revenus qu'agriculteurs et salariés n'épargnent pas ou n'affectent pas à l'achat de biens immédiatement consommés sert à acquérir des biens non consomptibles, immobiliers ou mobiliers, qui sont autant de signes extérieurs de richesse.

Il est tentant de juger la prospérité relative de tel village ou de telle catégorie de la population d'après ces signes - on pourrait même dire ces symboles - de richesse que sont par exemple la case en briques à toit en tôles, le fusil, la bicyclette, le récepteur de T.S.F. à transistors etc.

Mais ces apparences sont parfois trompeuses: elles peuvent dissimuler une thésaurisation ou, à l'inverse, un endettement. Cette objection ne serait pas valable, et le degré d'accumulation de biens durables serait un étalon commode de la richesse effective, si la thésaurisation ou l'endettement constituaient des cas exceptionnels n'affectant que certains individus de la population étudiée. L'un compensant l'autre, il serait néanmoins légitime d'évaluer la prospérité de l'ensemble de la population d'après ces signes extérieurs de richesse. Mais les comportements diffèrent de groupe ethnique à groupe ethnique, ou même de village à village. Il est indispensable de tenir compte de l'attitude du groupe si l'on tente d'induire la richesse réelle d'une collectivité de sa richesse extériorisée. A plus forte raison lorsqu'on cherche à comparer la prospérité de groupes hétérogènes tels que les Kengué et les Kamba de notre échantillon.

Les Kengué de Massangui paraissent vivre dans la crainte de la jalousie hostile de la collectivité, et éviter toute dépense ostentatoire, à moins d'en faire bénéficier tout ou partie de la population du village. Dans ce cas d'ailleurs la générosité est de règle : à titre d'exemple, pour un retrait de deuil qui eut lieu pendant la période

d'enquête et auquel toutes les familles du village furent conviées, la famille invitante avait apprêté trois porcs, une grande quantité de poisson, et un nombre considérable de dames-jeannes de vin rouge et de vin de palme.

Mais dans la vie quotidienne la crainte de susciter l'envie est obsédante au point que les villageois négligent fréquemment leur tenue vestimentaire pour se donner un aspect misérable. Cette oppression de l'individu par le groupe a des conséquences économiques très importantes : elle contraint les individus à thésauriser, à dissimuler leurs revenus et leur épargne conservés sous forme de signes monétaires entassés dans une boîte enterrée dans un coin de la case, stérilisés. On peut bien parler ici de thésaurisation, dans la mesure où l'épargne ne constitue même pas une consommation différée.

S'il est vrai que le développement économique du monde rural passe par la consommation - incitation à produire - la contrainte de la collectivité villageoise sur les individus, la hantise de provoquer l'hostilité des "autres" en affichant un certain mieux-être, constitue un frein efficace, un obstacle fondamental, difficile à réduire, comme tout obstacle tenant aux mentalités ou aux réflexes collectifs. Toutefois ces observations s'appliquent essentiellement aux générations âgées : les jeunes, et particulièrement les jeunes salariés, font preuve d'une plus grande indépendance d'esprit; ils craignent moins ou plus précisément se comportent comme s'ils craignaient moins la désapprobation du groupe.

Les Kamba des villages de la Vallée par contre paraissent moins soucieux de l'opinion ou de l'envie d'autrui, et, s'ils en tiennent compte, elle ne les dissuade pas d'acheter les biens durables susceptibles de satisfaire leur désir de mieux-être. Parfois il semble même que l'acquisition de tel ou tel objet (une vieille automobile d'occasion, un deuxième fusil etc.) est une dépense purement ostentatoire,

dépourvue d'utilité réelle, exclusivement destinée à renforcer le prestige social du chef de famille.

La différence fondamentale des comportements Kengué et Kamba devant le choix entre les divers emplois possibles des revenus, leur réaction devant l'accumulation des biens matériels, rendent particulièrement délicate toute comparaison de leur prospérité relative à partir d'une évaluation de leurs patrimoines respectifs. Cette comparaison risque de ne pas être pleinement significative : l'on ne peut inférer le degré de richesse globale de la masse de biens durables accumulés, les deux populations n'affectant pas à l'épargne et à la consommation immédiate des proportions identiques de leurs revenus.

Il reste néanmoins que la composition et la valeur du patrimoine réel immobilier et mobilier est un indice du niveau de vie et de la richesse totale. En outre ce patrimoine représente l'utilisation passée d'une partie des revenus : sa structure est la structure même des dépenses majeures consacrées aux achats de biens durables, pour la plupart importés. Enfin, ce patrimoine fait partie intégrante du cadre matériel de l'existence, du contexte socio-économique dont il est indispensable de rendre compte.

----------oOo----------

CHAPITRE I : L'HABITAT

On a assisté au cours des dernières années dans le Niari à une transformation profonde et rapide de l'habitat. Les villageois ont consacré et consacrent encore une part importante de leurs efforts et de leurs ressources à la construction de cases d'un type nouveau.

Il y a plusieurs dizaines d'années déjà, la case de torchis d'argile avait détrôné dans le Niari la véritable habitation traditionnelle en pays de savane, construite uniquement en matériaux végétaux. Les cases en terre battue sur clayonnage de gaulettes sont à leur tour systématiquement remplacées par des cases en briques crues ou cuites. Il semble que dans la Vallée proprement dite ce mouvement atteigne un palier : la très grande majorité des habitations sont désormais en briques crues (70,4 % des cases recensées durant l'enquête; briques cuites : 29,6 %) ; on peut s'attendre à ce que la deuxième phase, la généralisation de la brique cuite, déjà largement amorcée, soit plus longue et en quelque sorte moins fébrile. Il est par là-même probable que la masse monétaire affectée à l'habitat a certainement beaucoup diminué dans la Vallée du Niari. Elle était encore très élevée en 1962; elle nous a paru beaucoup plus modeste en 1964.

Mais le processus de transformation qui s'achève dans la Vallée est en cours ou prend son essor dans les régions limitrophes (c'est le cas de Massangui dont 34,8 % des cases sont encore en pisé ou en matériaux végétaux) et dans le Niari forestier. Un décalage de plusieurs années sépare l'évolution de l'habitat en forêt de ce qu'elle est en savane, mais ce qu'on peut déjà en observer porte à penser qu'elle suivra les mêmes voies.

Tableau n° 5

Villages étudiés durant l'enquête budgétaire de 1964

MATERIAUX DES CASES

	Briques crues		Briques cuites		Paille		Pisé		Planches		Total	
		%		%		%		%		%		%
MASSANGUI	31	34,9	27	30,3	20	22,5	10	11,2	1	1,1	89	100
KINGOUALA-KOLA	11	73,3	4	26,7							15	100
M'PILA	19	73,1	7	26,9							26	100
KIMBONGA	12	75	4	25							16	100
N'TANDOU-KIMOUANDA	8	80	2	20							10	100
KIMPAMBOU-MAKAMBOU	4	100									4	100
KIMPAMBOU-LOUKELO	3	30	7	70							10	100
TOTAL VILLAGES VALLEE	57	70,4	24	29,6							81	100
TOTAL GENERAL	88	51,8	51	30	20	11,7	10	5,9	1	0,6	170	100

Tableau n° 6

MATERIAUX DES CASES SELON QUE LES PROPRIETAIRES PERCOIVENT OU NON UN SALAIRE

PROPRIETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Briques crues		Briques cuites		Paille		Pisé		Planches		Total	
		%		%		%		%		%		%
MASSANGUI	6	40	5	33,3	1	6,7	3	20			15	100
VILLAGES de la VALLEE	9	60	6	40							15	100
T O T A L	15	50	11	36,7	1	3,3	3	10			30	100

PROPRIETAIRES NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

MASSANGUI	25	33,8	22	29,7	19	25,7	7	9,5	1	1,3	74	100
VILLAGES de la VALLEE	48	72,7	18	27,3							66	100
T O T A L	73	52,1	40	28,6	19	13,6	7	5	1	0,7	140	100

- 25 -

La transformation de l'habitat est un aspect essentiel du développement rural, un progrès véritable dont les heureuses conséquences économiques, sociales, et familiales justifient une analyse un peu plus approfondie.

LES CARACTERISTIQUES DES NOUVELLES HABITATIONS (tableaux 7 et 8):

Non seulement les matériaux ont changé, la brique supplantant le pisé, mais le plan et les caractéristiques des habitations se sont modifiés.

Les murs sont dorénavant percés de fenêtres, la plupart du temps de dimensions modestes, mais qui représentent un progrès très important par rapport aux cases de torchis dont la seule ouverture était une porte. D'autre part, la signification des fenêtres va souvent au-delà de cet élément d'hygiène et de confort qu'elles apportent; G. ALTHABE a fait remarquer en ce sens, à propos des villages du Nord Congo, que la fenêtre est un défi à la puissance du sorcier et manifeste une certaine désinvolture à son égard.

Tandis que les cases de pisé ne comportent souvent qu'une pièce, les nouvelles cases sont très généralement divisées à l'intérieur en deux ou plusieurs pièces par des cloisons formées d'une seule épaisseur de briques. Cette innovation dans la conception de l'habitat est la plus remarquable par ses conséquences d'ordre sociologique puisqu'elle amène l'homme et la femme à vivre sous le même toit.

L'armature du toit demeure constituée le plus souvent de gaulettes, de bambous ou de nervures de palmier; toutefois les chevrons achetés aux commerçants européens ou aux menuisiers entrent de plus en plus fréquemment dans la construction de la charpente du toit, parti-

Tableau n° 7

CARACTERISTIQUES MOYENNES DES CASES

	Surface en m2	Nombre de pièces	Nombre d'habitants	TOIT		SOL		NOMBRE d'ouvertures		ETAT			Modes d'acquisition			Age	Constructeur		Coût de la case	Coût du mobilier
				Chaume	Tôles	Terre	Ciment	Portes	Fenêtres	Bon	assez bon	mauvais	Construction par C.M.	Achat	Autres		C.M. (1)	maçon		
MASSANGUI	27,7	2,1	3,2	87,5 %	12,5 %	96,6 %	3,4 %	1,2	0,7	56,6 %	22,9 %	20,5 %	85,2 %	6,8 %	8 %	2 ans et 6 mois	45,5 %	54,5	5 320	2898
KINGOUALA-KOLA	30,1	1,9	5,1	86,7 %	13,3 %	93,3 %	6,7 %	2,1	0,7	93,3 %		6,7 %	42,9 %		57,1 %		80 %	20 %	5500	5009
M'PILA	45,6	2,2	4,6	73,1 %	26,9 %	96,2 %	3,8 %	1,2	1	69,2 %	27 %	3,8 %				2 ans et 2 mois		100 %	6717	4103
KIMBONGA	27,2	2,9	6,9	100 %		100 %		1,5	2,2	56,3 %	43,7 %		93,8 %		6,2 %	4 ans 11 mois		100 %	4250	3908
N'TANDOU-KIMOUANDA	36,3	2,6	5,2	70 %	30 %	100 %		1,2	1,7	60 %	20 %	20 %	90 %		10 %	4 ans	50 %	50 %	10105	5045
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	30,4	3	6,7	100 %		100 %		1,2	0,5	100 %			100 %			4 ans 9 mois		100 %	2887	1675
KIMPAMBOU-LOUKELO	55,2	3,1	6,1	33,3 %	66,7 %	77,8 %	22,2 %	1,9	3,3	88,9 %		11,1 %	77,8 %		22,2 %	3 ans 10 mois	88,9	11,1 %	69039	14310
TOTAL VILLAGES de la VALLEE	38,2	2,9	5,5	77,5 %	22,5 %	95 %	5 %	1,5	1,5	68,8 %	25 %	6,2 %	76,1 %		23,9 %	3 ans 6 mois	32,5 %	67,5 %	12006	5079
TOTAL GENERAL	32,7	2,5	4,3	82,7 %	17,3 %	95,8 %	4,2 %	1,4	1,1	62,6 %	23,9 %	13,5 %	82,1 %	4,5 %	13,4 %	2 ans 11 mois	39,3 %	60,7 %	8635	3898

(1) Chef de ménage seul, aidé par des parents ou des amis, mais sans la participation d'un maçon

Tableau n° 8

CARACTERISTIQUES MOYENNES DES CASES SELON QU'ELLES APPARTIENNENT A DES SALARIÉS OU A DES AGRICULTEURS

CASES APPARTENANT A DES SALARIÉS

	Surface en m²	Nombre de pièces	Nombre d'habitants	TOIT		SOL		Nombre d'ouvertures		ETAT			Mode d'acquisition			Age	Constructeur		Coût de la case	Coût du mobilier
				Chaume	Tôles	Terre	Ciment	Portes	Fenêtres	Bon	assez bon	mauvais	Construction par C.M.	Achat	Autres		C.M. (1)	maçon		
MASSANGUI	28,8	2,7	3,6	73,3 %	27,4 %	93,3 %	6,7 %	1,6	1,2	60 %	40 %		86,7 %	13,3 %		2 ans 10 mois	26,7 %	73,3 %	8.355	5.217
VILLAGES DE LA VALLÉE	38,2	2,7	4,8	60 %	40 %	100 %		1,4	2,5	73,3 %	27,7 %		90,9 %		9,1 %	3 ans 8 mois	26,7 %	73,3 %	11.214	5.533
TOTAL	32,5	2,7	4,2	66,7 %	33,3 %	96,7 %	3,3 %	1,5	1,9	66,7 %	33,3 %		88,5 %	7,7 %	3,8 %	3 ans 2 mois	26,7 %	73,3 %	9.971	5.369

CASES APPARTENANT A DES AGRICULTEURS

MASSANGUI	27,9	2	3,1	90,4 %	9,6 %	97,3 %	2,7 %	1,2	0,6	55,9 %	19,1 %	25 %	84,9 %	5,5 %	9,6 %	2 ans 5 mois	47,9 %	52,1 %	4.724	2.387
VILLAGES DE LA VALLÉE	38,2	2,5	5,7	80 %	20 %	93,8 %	6,2 %	1,5	1,3	75,9 %	15,5 %	8,6 %	72,2 %		27,8 %	5 ans 2 mois	40 %	60 %	13.052	4.968
TOTAL	32,7	2,2	4,3	85,5 %	14,5 %	95,7 %	4,3 %	1,3	0,9	65 %	17,5 %	17,5 %	80,7 %	3,7 %	15,6 %	3 ans 8 mois	44,5 %	55,5 %	8.718	3.558

(1) Chef de ménage seul, au aidé par des parents ou des amis, mais sans la participation d'un maçon

culièrement dans les nouvelles maisons en briques cuites. De même les clous remplacent progressivement les lianes qu'on utilisait autrefois pour assembler les éléments du toit. Par contre les cases couvertes en tôles ondulées sont encore peu nombreuses : 12,5 % à Massangui et 22,5 % dans les six villages de la Vallée, mais 33,3 % des habitations appartenant à des salariés...

Le sol demeure très généralement de terre battue (95,8 % des cases recensées); le ciment est encore un matériau dont le coût ne le met à portée que d'une très petite minorité de ruraux. Il existe d'ailleurs une hiérarchie dans les dépenses d'amélioration de l'habitat, dans laquelle le cimentage du sol vient en dernier lieu, après le remplacement de la brique crue par la brique cuite et après la substitution de tôles aux "tuiles de bambou" dans la constitution du toit.

Les cases en briques cuites ne diffèrent pas fondamentalement des cases en briques crues; leur plan est semblable. Elles s'en distinguent surtout, outre la nature du matériau qui leur assure une plus grande longévité, par leurs dimensions, qui sont plus vastes, par le nombre de pièces et de fenêtres, et surtout par un recours plus large aux produits fabriqués et aux services d'artisant, c'est-à-dire au circuit monétaire.

LES CONSEQUENCES DE LA TRANSFORMATION DE L'HABITAT :

La transformation de l'habitat dépasse le niveau purement matériel, celui des techniques ou celui des revenus, pour supposer et conditionner tout à la fois une attitude psychologique moderniste.

Les conséquences les plus évidentes de l'amélioration de l'habitat sont d'ordre social, familial et économique :

- sur le plan du confort, de l'hygiène et de la santé publique, les cases en briques constituent un très net progrès : leurs dimensions

plus grandes et leur plan nouveau, tendant au carré, assurent une surface et un volume d'air supérieur à ce qu'il était autrefois. D'autre part, la brique est un matériau plus sain et plus hermétique que le clayonnage recouvert de torchis : or, on sait que les affections pulmonaires guettent beaucoup d'enfants et même nombre d'adultes, souvent mal couverts et exposés aux refroidissements nocturnes, particulièrement en saison sèche.

Toutefois, dans l'esprit des constructeurs, la recherche de la notoriété semble souvent primer la recherche du confort : la construction d'une case moderne est plus une consommation ostentatoire qu'une satisfaction donnée à des besoins physiologiques.

- Nous ne nous étendrons pas sur les conséquences d'ordre social et familial, qui sortent du cadre fixé à cette étude. Soulignons simplement que la cohabitation de l'homme et de la femme dans les maisons de type nouveau est un phénomène d'une grande portée sociologique et psychologique.

Coutumièrement le chef de famille possède en propre une case et doit en construire une pour sa femme ou chacune de ses femmes. Actuellement, quand il bâtit une case en briques, il cloisonne en chambres et salle de séjour ce qui était autrefois une pièce unique et attribue à l'épouse une chambre plutôt que de lui construire une case personnelle. L'homme et la femme vivent désormais sous le même toit. Cette réunion des époux dans la même maison marque un progrès du modèle européen de la famille, du foyer, aux dépens du système coutumier qui fait de l'alliance de deux familles, par l'intermédiaire des époux, l'élément essentiel du mariage.

Si la transformation de l'habitat est un aspect et un moyen de l'évolution des structures psychologiques et familiales, elle est également un facteur de transformation des structures économiques traditionnelles. Pour construire une case en briques adobes le propriétaire doit souvent faire appel à des artisans (maçon , menuisier pour

l'huisserie). Pour une case en briques cuites, il doit encore plus fréquemment acheter matériaux et services. Le paiement des uns, la rémunération des autres, introduisent de plain-pied le futur propriétaire dans le système d'économie monétaire. 60,7 % des cases recensées durant l'enquête ont été construites par un maçon ou avec l'aide d'un maçon...

Toutefois, en ce qui concerne les services, le recours à des parents ou alliés au titre des devoirs familiaux ou des prestations coutumières qui forment un réseau extrêmement enchevêtré d'obligations réciproques, peut éviter de s'engager trop franchement dans ce système. Cet appel à la solidarité et aux obligations coutumières permet, à l'échelle de la collectivité, de conserver à l'autosubsistance un secteur qui devrait normalement relever de l'économie monétaire. Quoi qu'il en soit, celle-ci progresse toujours davantage (sauf dans certaines régions où le marasme économique entraîne un retour accentué à l'autosubsistance) et la construction de cases de type nouveau est un facteur important de changement des structures économiques.

Le tableau N° 9 qui donne le prix approximatif de chaque type de case, corrobore ces observations.

En outre, les propriétaires des nouvelles cases en briques s'efforcent, dans la mesure de leurs moyens, de garnir celles-ci d'un mobilier de style européen. Ces dépenses, qui ne présentent d'ailleurs pas toujours une utilité immédiate pour l'acheteur et ont encore très fréquemment un but ostentatoire, contribuent néanmoins à introduire toujours plus avant dans le circuit monétaire les villageois du Niari.

TABLEAU N° 9

PRIX DE REVIENT MOYEN DE DIVERS TYPES DE CASE

MATERIAUX UTILISES			
Murs	Toit	Sol	PRIX
Briques cuites	tôles	ciment	98.000
"	tôles	terre battue	57.000
"	paille	ciment	-
	paille	terre battue	8.000
	tuiles de bambou	ciment	15.000
	tuiles de bambou	terre battue	18.000
Briques cuites	(coût moyen)		34.000
Briques crues	tôles		64.000
"	tuiles de bambou	terre battue	8.000
	paille	terre battue	5.000
Briques crues	(coût moyen)		8.000
Planches (forêt)	feuilles	terre battue	1.500
	tuiles de bambou	terre battue	7.000
Planches - bambou écorce - tuiles de bambou - paille (savane)	divers	terre battue	500
Pisé (savane)	paille	terre battue	3.000

CHAPITRE II : INVENTAIRE DU PATRIMOINE REEL MOBILIER

(tableaux 10 et 11)

Pour la clarté de l'exposé il est préférable de distinguer dans cet inventaire du patrimoine réel mobilier plusieurs catégories de biens durables :

1) les biens durables en quelque sorte "indispensables", comprenant l'outillage traditionnel et les principaux ustensiles de cuisine et de ménage.

2) les outils modernes

3) les animaux.

4) les biens durables non indispensables, produits par la civilisation industrielle.

I - L'OUTILLAGE TRADITIONNEL - LES USTENSILES DE CUISINE ET DE MENAGE :

Il est inutile de livrer un inventaire détaillé, en nombres absolus et pourcentages, des outils traditionnels et des ustensiles recensés dans les unités budgétaires soumises à l'enquête :

- La quasi totalité des menages (sauf les unités budgétaires formées de célibataires) possèdent l'outillage traditionnel, d'ailleurs très pauvre : houes appartenant aux femmes, matchettes servant aux femmes et aux hommes.

- La quasi totalité des femmes utilisent pour les besoins de la cui-

sine et du ménage des cuvettes émaillées, des marmites et des couverts en métal, des dames-jeannes, des assiettes en faïence, ou, de plus en plus, en matières synthétiques, des gobelets ou des verres. Tous ces objets ont pratiquement supplanté les ustensiles traditionnels en bois ou en terre, tout comme les pagnes en coton imprimé ont remplacé les pagnes en raphia tissés à la main.

Parmi les objets traditionnels seuls demeurent largement répandus ceux dont l'industrie moderne ne propose pas l'équivalent, par exemple les mortiers et les plateaux à manioc.

On est tenté d'inclure parmi les marchandises importées devenues à leur tour presque "traditionnelles" les lampes-tempêtes, dont 97 % des unités budgétaires de la Vallée possèdent au moins un exemplaire. Mais leur usage est moins généralisé à Massangui, dont plus de la moitié des ménages en sont dépourvus.

Signalons que l'emploi des seaux métalliques se répand, particulièrement dans les villages de la Vallée (61,3 des unités budgétaires et 100 % des unités budgétaires percevant un salaire; Massangui : 20 % des unités budgétaires; 26,7 % des unités budgétaires percevant un salaire).

Mentionnons enfin, sous cette rubrique, les objets peu répandus, appartenant à quelques chefs de famille désireux de se distinguer par l'usage d'une vaisselle "européenne" : cafetières (3 % des ménages), soupières (2 %).

II - LES OUTILS MODERNES :

Par outils modernes il faut entendre, bien que ce soit là une définition négative, les outils autres que les outils traditionnels.

Fort peu répandus, ils sont souvent des outils spécialisés appartenant à des artisans en activité ou en disponibilité : truelles, décamètres, scies, niveaux, rabots, équerres, etc.

Plus intéressants sont les outils achetés (mais pas toujours utilisés) par les agriculteurs : haches (28 % des unités budgétaires de la Vallée, mais en fait surtout à Kingouala-Kola et Kimbonga; 1,1 % des unités budgétaires de Massangui), marteaux (11 % des ménages de la Vallée, en fait surtout Kingouala-Kola), brouette (1 unité), pelles (4 unités budgétaires) rateaux (2 unités budgétaires), pioches (2 unités budgétaires). Signalons une décortiqueuse d'arachides, appartenant au chef de M'Pila. Elle est le seul exemplaire que nous ayons rencontré du petit matériel de traitement des arachides que l'I.R.H.O. a mis au point et tenté de propager.

Ce recensement montre à quel point l'outillage moderne spécialisé demeure peu répandu. Les cultivateurs dans leur ensemble ne consacrent qu'une part infime de leurs revenus à l'amélioration de l'outillage agricole et domestique. Dans la suite de ce rapport nous reviendrons sur ce problème d'autant plus important que la modernisation de l'outillage est en général une forme d'investissement particulièrement productive.

III - LES ANIMAUX :

La plupart des familles possèdent quelques animaux, essentiellement des volailles, mais aussi quelques porcs, moutons ou cabris. Il ne s'agit pas d'un véritable élevage, les bêtes cherchant elles-mêmes leur nourriture.

Dans l'inventaire des animaux appartenant à chaque unité budgétaire, on ne trouve pas de différence entre les budgets des salariés et les

budgets des non salariés.

- 90 % des familles de la Vallée élèvent quelques volailles, essentiellement des poules et des coqs. A Massangui une famille sur deux approximativement possèdent des poulets, une sur cinq des canards.

- les ovins, les caprins, les porcins sont moins répandus :

  10 % des unités budgétaires élèvent des porcs, 15 % des moutons, 10 % des cabris.

- Un seul chef de famille (le chef de M'Pila) entretenait un troupeau de bovins de race Ndama, qui est d'ailleurs d'un rapport substantiel. Signalons à titre indicatif que l'abattage pour la vente d'une bête à l'occasion des fêtes de l'Indépendance lui a rapporté environ 25.000 francs.

Les préventions contre l'élevage du gros bétail demeurent vives,en raison surtout des dégâts causés aux cultures par les animaux en liberté.

- Mentionnons enfin les pigeons et les cobayes entretenus par quelques villageois, et un bassin de pisciculture de Tilapias, appartenant également au chef de M'Pila.

L'élevage s'est peu développé, bien qu'il soit d'un bon rapport. Toutefois l'attitude des paysans à l'égard du bétail semble se modifier : les produits de l'élevage familial sont davantage consommés ou vendus. Tandis qu'autrefois les transactions portant sur le petit bétail intervenaient essentiellement à l'occasion de prestations matrimoniales, elles débordent maintenant ce cadre, et, si les villageois n'entreprennent encore qu'exceptionnellement un élevage plus rationnel systématiquement orienté vers la vente, ils hésitent moins que jadis à se procurer de l'argent en vendant un mouton ou un cabri. Les animaux constituent encore une épargne; mais, en outre, ils sont de plus en plus considérés comme biens d'échange, au même titre qu'un surplus agricole.

IV - LES PRODUITS DE LA CIVILISATION INDUSTRIELLE :

Plus que les dénombrements des ustensiles traditionnels et du petit bétail, qui constituent en quelque sorte le patrimoine mobilier commun à tous les villages, à toutes les familles, l'inventaire des produits de la civilisation industrielle révèle le degré de participation des différents groupes à l'économie moderne, par le biais de la consommation.

Si cet inventaire ne peut être, pour les raisons que nous avons exposées et en particulier du fait de la thésaurisation, un instrument de mesure fidèle de la richesse relative des ménages, du moins peut-il être considéré comme un indicateur.

Les tableaux 10 et 11 récapitulent et ventilent entre les différentes catégories, en nombres absolus et pourcentages, la liste des biens durables de type "moderne" inventoriés dans chaque unité budgétaire.

- La comparaison des patrimoines recensés à Massangui et dans les villages de la Vallée souligne l'écart entre les niveaux de consommation moyens de ces deux ensembles, même compte tenu de la tendance des Kengué à thésauriser leurs revenus.

En valeur relative, l'ensemble des unités budgétaires de la vallée possèdent 10 fois plus de bicyclettes, 10 fois plus de récepteurs de T.S.F., 4 fois plus de montres, 3 fois plus de tourne-disques et de réchauds. Par contre le nombre de fusils est comparable dans les deux populations, ce qu'on peut attribuer tout à la fois au goût des Kengué pour la chasse, dans une région un peu plus giboyeuse que la Vallée, et au caractère prioritaire de l'achat du fusil par rapport aux achats d'autres biens durables. Enfin le nombre de machines à coudre et de

Tableau n° 10

INVENTAIRE DES BIENS DURABLES

	Salariés		Agriculteurs		TOTAUX				
	Massan-gui	Vallée	Massan-gui	Vallée	Massan-gui	Vallée	Salariés	Agricul-teurs	Total général
Bicyclettes	2	5		19	2	24	7	19	26
Fusils	7	2	14	17	21	19	9	31	40
Lampes-tempêtes	7	19	17	58	24	77	26	75	101
Récepteurs TSF	1	4		5	1	9	5	5	10
Montres	4	8	1	10	5	18	12	11	23
Tourne-disques	1	1		2	1	3	2	2	4
Appareils photogr.				1		1		1	1
Lampes électriques		1		4		5	1	4	5
Machines à coudre	2		1	2	3	2	2	3	5
Fers à repasser			2	5	2	5		7	7
Réchauds	1	1		2	1	3	2	2	4
Valises		12	7	21	7	33	12	28	40
Machines à décort.				1		1		1	1
Voiture automobile				1		1		1	1
Machines à écrire				1		1		1	1
Lampes à pression	1	1	2	2	3	3	2	4	6

Tableau n° [illegible]

INVENTAIRE DES BIENS DURABLES : POURCENTAGES

	Salariés		Agriculteurs		TOTAL				
	Massangui	Vallée	Massangui	Vallée	Massangui	Val.	Salariés	Agriculteurs	Total Général
Bicyclettes	13,3	33,3		29,2	2,3	30	23,3	11,4	13,2
Fusils	46,7	13,3	19,4	26,2	24,1	23,8	30	18,6	20,3
Lampes-tempêtes	46,7	100	23,6	89,2	27,6	96,3	86,7	44,9	51,3
Récepteurs T S F	6,7	26,7		7,7	1,1	11,3	16,7	3	5,1
Montres	26,7	53,3	1,4	15,4	5,7	22,5	40	6,6	11,7
Tourne-disques	6,7	6,7		3,1	1,1	3,8	6,7	1,2	2
App. photographiques				1,5		1,3		0,6	0,5
Lampes électriques		6,7		6,2		6,3	3,3	2,4	2,5
Machines à coudre	13,3		1,4	3,1	3,4	2,5	6,7	1,8	2,5
Fers à repasser			2,8	7,7	2,3	6,3		4,2	3,5
Réchauds	6,7	6,7		3,1	[illegible]	3,8	6,7	1,2	2
Valises		80	9,7	32,3	8	41,3	40	16,8	20,3
Machine à décortiquer				1,5		1,3		0,6	0,5
Voiture automobile				1,5		1,3		0,6	0,5
Machine à écrire				1,5		1,3		0,6	0,5
Lampes à pression	6,7	6,7	2,8	3,1	3,4	3,8	6,7	2,4	3

lampes à pression est approximativement équivalent à Massangui et dans la Vallée.

La comparaison du patrimoine matériel mobilier des salariés et des agriculteurs est également hautement significative de leur niveau de vie respectif. Les différences entre les deux groupes sont plus accentuées dans ce domaine que dans nul autre. Compte non tenu des achats de boissons alcoolisées, les salariés emploient de préférence leurs revenus à des dépenses extraordinaires; l'apport d'un salaire ne modifie pas fondamentalement la structure de la consommation courante (alimentation, produits d'entretien, services divers etc.) : vivant dans un milieu identique, l'agriculteur - - et le salarié demeuré au village, satisfont de manière sensiblement identique leurs besoins nutritionnels, vestimentaires etc. Mais le salarié réserve son pouvoir d'achat accru à des dépenses de caractère exceptionnel : dots, acquisition de biens onéreux, produits de l'économie moderne dans laquelle les introduit leur emploi.

Le tableau 11 illustre cette différence essentielle entre salariés et agriculteurs considérés comme consommateurs, et l'accumulation par les salariés d'objets coûteux : en pourcentage, en effet, ils possèdent 6 fois plus de montres, 5 fois plus de récepteurs de T.S.F. (vogue des postes à transistors), de machines à coudre, de réchauds, 2 fois plus de bicyclettes, de fusils, de lampes.

Cette brève énumération laisse entrevoir la destination probable des revenus créés dans l'hypothèse d'un développement des industries agricoles dans le Niari, qui provoquera nécessairement un développement corollaire du secteur salarié. Il convient toutefois de rappeler ici le

champ exclusivement rural de notre étude, qui assigne des limites précises aux conclusions et aux extrapolations que l'on peut être tenté d'en tirer. Les paysans salariés constituent parmi l'ensemble de la population salariée du Niari une minorité; et la population de Jacob, dont le poids dans l'activité économique régionale justifierait une étude plus ambitieuse dans ses objectifs mais aussi plus coûteuse, représente à coup sûr une part prépondérante de la consommation globale.

Le lancement de la SOSUNIARI, la création de la nouvelle agglomération donneront un poids écrasant à cette masse de consommateurs urbanisés dont les budgets ont une structure sensiblement différente de la structure des budgets ruraux.

Les résultats de l'inventaire des biens durables réalisé dans le courant de l'été 1964 à Massangui et dans 6 villages de la Vallée corroborent ceux de l'inventaire auquel nous avions procédé en 1962 dans quelque 200 familles réparties dans le Grand Niari. Nous avions complété ces observations d'une part en interrogeant directement presque tous les commerçants, source de la grande majorité des biens et marchandises et point d'aboutissement des revenus monétaires distribués aux villageois, et d'autre part en relevant la liste et la nature des colis en souffrance dans les bureaux de poste : une partie de ces colis provient d'achats par correspondance en France, qui représentent une part non négligeable de la consommation globale. Ces divers modes d'investigation aboutissent à des résultats concordants en ce qui concerne les biens les plus désirés, ceux qu'achètent en priorité les agriculteurs et surtout les salariés dès qu'ils disposent de revenus suffisants.

1°) - Il faut citer en première place les achats de fusils qui ont pris une ampleur sans précédent dans les années qui ont suivi immédiatement l'Indépendance. Toutefois, d'après les commerçants, les achats de fusils diminuent depuis 3 ans.

A titre d'exemple, on comptait en 1962, dans la Sous-Préfecture de Madingou, 1 fusil pour 60 habitants, mais 1 pour 30 dans la Préfecture de Mossendjo et 1 pour 13 dans la Sous-Préfecture de Mouyondzi. Environ la moitié de ces fusils sont des armes de traite, l'autre moitié des fusils de calibre 12 importés de France. Les armes rayées sont rares.

Pour comprendre la vogue des achats de fusils il faut invoquer à la fois des considérations de prestige, primordiales dans la Vallée où le gibier a presque disparu, et des motivations plus utilitaires s'ajoutant aux premières dans les régions dont la faune n'a pas été entièrement massacrée.

L'arme à feu est d'abord un bien de prestige, un type de possession ostentatoire. Elle vaut à son propriétaire une considération certaine, ne serait-ce que par le niveau de revenu qu'elle implique. On comprend dès lors pourquoi on n'a pas observé de cessation des achats de fusils dans les régions, telle la Vallée, dont le gibier n'a pas survécu à la multiplication des armes à feu.

Dans les régions dont la faune n'est pas encore anéantie, particulièrement en zone forestière et, à un moindre degré, en pays Bembé, la chasse professionnelle ou occasionnelle assure des revenus importants ou à tout le moins un complément très appréciable à l'alimentation généralement pauvre en protides animaux (pêche très peu pratiquée, consommation encore peu importante des produits de l'élevage domestique). La viande, fumée, est expédiée dans les centres de brousse et les villes, notamment Brazzaville. La chasse est une activité rémuné-

ratrice; comme, d'autre part, elle ne subit pratiquement aucune limitation (elle est ouverte toute l'année, toutes les méthodes de capture du gibier sont bonnes), on comprend aisément que l'accroissement considérable du nombre des fusils dans un secteur quelconque entraîne à bref délai le massacre de la faune et la quasi disparition des grands animaux. La liberté anarchique qui règne en matière de chasse semble néfaste à tous points de vue : la destruction extraordinairement rapide de la faune nuit en premier lieu aux chasseurs eux-mêmes et à la population de brousse. Parce qu'elle entame le capital, la chasse ne peut améliorer durablement l'alimentation, comme en témoigne l'exemple de la Vallée du Niari.

2°) outre les fusils, les bicyclettes, les montres, et, à un degré bien moindre, les postes de radio à transistors, sont les objets de prix les plus répandus. Les achats de machines à coudre par contre se raréfient. Elles furent longtemps une forme privilégiée d'investissement de l'épargne, mais le grand nombre de machines en service (1) suffit à expliquer le ralentissement des ventes.

Les postes de radio et les bicyclettes sont surtout répandus dans les centres et dans les villages où demeurent des travailleurs salariés. Ils représentent une dépense encore fort élevée pour la plupart de ceux qui ne perçoivent qu'un revenu agricole. Cependant presque tous les villages possèdent au moins un poste de radio.

Dans la région de Jacob, dont font partie les villages étudiés au cours de l'enquête, la vente des récepteurs de radio, des bicyclettes et même des cyclomoteurs, est importante, particulièrement lors de la campagne sucrière de la S.I.A.N.

---

(1) Dans la Vallée il n'est pas exceptionnel de constater la présence de plusieurs machines à coudre dans le même village.

Malgré leur prix plus modeste les montres sont également achetées essentiellement, nous l'avons constaté, par les salariés. Elles représentent 27 % des achats par correspondance dont nous avons relevé la nature dans les bureaux de poste des chefs-lieux de préfectures et sous-préfectures.

Notons que le volume des biens durables écoulés par le commerce local ne correspond pas au volume réel des achats : les villageois ou les habitants des centres de brousse désireux d'acquérir un fusil, un poste à transistors ou une bicyclette, préfèrent souvent se rendre en ville pour l'acheter en bénéficiant d'un certain choix et de prix parfois inférieurs.

--------oOo--------

III - DEPENSES ET RECETTES MENSUELLES

CHAPITRE I : LE NIVEAU DES DEPENSES

I - LES DEPENSES MENSUELLES TOTALES PAR VILLAGE ET PAR UNITE BUDGETAIRE (tableau N° 12)

1) Villages de la Vallée

Le niveau des dépenses mensuelles par unité budgétaire varie dans une proportion notable selon les villages, de 568 frs (village Kimbonga) à 7.419 francs (village Kingouala-Kola). Ce sont là toutefois des valeurs extrêmes et les chiffres trouvés pour les autres villages de la Vallée sont assez voisins : par rapport à la moyenne considérée comme l'unité, ces chiffres varient de 0,9 (N'Tandou-Kimouanda) à 1,3 (Kimpambou-Mahambou), alors qu'ils seraient respectivement de 0,1 pour Kimbonga et de 1,8 pour Kingouala-Kola.

Ces écarts appellent les remarques suivantes :

- Ils ne proviennent pas de la proportion des ménages qui, dans chaque village, bénéficient de revenus réguliers, salariaux ou autres: le niveau moyen des dépenses mensuelles à N'Tandou-Kimouanda, dont six unités budgétaires sur dix perçoivent un salaire, est de 3.922 francs, très inférieur à celui de Kngouala-Kola (7.419 frs) dont deux ménages seulement sur trois bénéficient d'un revenu régulier.

- Ces différences ne seraient-elles que conjoncturelles, donc temporaires, les chefs de ménage dépensant davantage ou exclusivement dans la période qui suit immédiatement la vente des arachides, dont les familles rurales tirent l'essentiel de leurs ressources monétaires ? L'on ne peut retenir cette explication que si les villages dont le niveau de dépense est le plus élevé sont ceux qui ont écoulé leurs arachides en cours d'enquête. Tel n'est pas le cas : il ne semble pas exister un lien nécessaire, dans le temps, entre le niveau des ventes de produits agricoles et le niveau des achats de biens de consommation, comme le prouve le tableau n° 13 .

TABLEAU N° 12

DEPENSES MENSUELLES PAR VILLAGE ET PAR UNITE BUDGETAIRE

	Dépenses alimentaires			Dépenses non alimentaires			Total des dépenses		
	Par village	Par U.B.	%	Par village	Par U.B.	%	Par village	Par U.B.	%
MASSANGUI	118.185	1.619	56,2	92.170	1.262,6	43,8	210.355	2.881,6	100
KINGOUALA-KOLA	20.855	1.390,3	18,7	90.415	6.028	81,3	111.270	7.418,3	100
M'PILA	48.970	1.883,4	44,8	60.238	2.316,8	55,2	109.208	4.200,3	100
KIMBONGA	4.755	297,2	52,3	4.330	270,6	47,7	9.085	567,8	100
N'TANDOU-KIMOUANDA	12.645	1.264,5	32,2	26.580	2.658	67,8	39.225	3.922,5	100
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	5.280	1.320	23,6	17.120	4.280	76,4	22.400	5.600	100
KIMPAMBOU-LOUKELO	12.775	1.419,4	31,4	27.940	3.104,4	68,6	40.715	4.523,8	100
TOTAL VILLAGES VALLEE	105.280	1.316	31,7	226.623	2.831,5	68,3	331.903	4.148,8	100
TOTAL GENERAL	223.465	1.460,6	41,2	318.793	2.082,9	58,8	542.258	3.544,2	100

TABLEAU N° 13

TAUX DE COUVERTURE DES DEPENSES PAR LES RECETTES PROVENANT DE LA VENTE DES PRODUITS AGRICOLES

	Recettes provenant de la vente :		Dépenses	Taux de couverture
	des arachides	de l'ensemble des produits agricoles		
MASSANGUI	65.800	155.700	210.355	74 %
KNGOUALA-KOLA	13.375	19.715	111.270	17,7 %
M'PILA	326.168	412.646	109.208	377,9 %
KIMBONGA	8.365	19.955	9.085	219,6 %
N'TANDOU-KIMOUANDA	85	3.355	39.225	8,6 %
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	51.106	54.841	22.400	245 %
KIMPAMBOU-LOUKELO	435.565	437.415	40.715	1.074 %
TOTAL VILLAGES VALLEE	834.664	947.929	331.903	285,6 %
TOTAL GENERAL	900.464	1.103.629	542.258	203,5 %

Certains chiffres de ce tableau sont particulièrement éloquents :

- Les quinze unités budgétaires de Kingouala-Kola n'ont retiré globalement que 19.715 francs de la vente de produits agricoles, alors que chacune d'elles a dépensé en moyenne 7.418 francs durant la même période.

- A l'inverse, les neuf unités budgétaires de Kimpambou-Loukelo ont perçu 437.415 francs en échange de leurs produits, mais elles n'ont dépensé, toutes ensemble, que 40.715 francs au cours de ce mois.

- Le montant des ventes de produits agricoles par les villages Kingouala-Kola et Kimbonga (respectivement quinze et seize unités budgétaires) est presque identique : 19.715 et 19.955 francs; mais durant le même temps chaque ménage de Kingouala-Kola a dépensé en moyenne 13 fois plus qu'un ménage de Kimbonga.

Dans ces conditions c'est au niveau du village qu'il convient de chercher une explication, qui peut n'être pas la même pour tous.

Les niveaux de dépenses dans les villages M'Pila, Kimpambou-Mahambou et Kimpambou-Loukelo, sont comparables et peuvent être considérés comme "normaux". D'ailleurs ils correspondent, très approximativement, bien sûr, au niveau moyen des revenus agricoles: ils représentent à peu près le montant de dépenses mensuelles qui peut être couvert par les recettes annuelles dans l'hypothèse d'un étalement régulier au long de l'année de l'emploi des ressources perçues pour l'essentiel en deux fois.

En réalité les dépenses semblent se situer à un niveau un peu plus élevé à cette période de l'année (Juillet-Août). L'incidence des Fêtes de l'Indépendance sur les budgets familiaux est à cet égard remarquable : elles donnent lieu à des réjouissances familiales, provoquant d'importants achats de poisson, de viande, et de

boissons alcoolisées locales et importées. En outre certains chefs de familles font l'acquisition à cette occasion de pagnes pour leurs épouses, et de pantalons ou de costumes pour eux-mêmes. C'est ainsi que la masse des dépenses du village Kingouala-Kola durant le mois d'août, supérieure à celle de tout autre village, a été gonflée par des dépenses de ce type (vêtements essentiellement) concentrées sur une très courte période (12-1[illegible] Août).

Quand au village Kimbonga, végétant à l'écart des axes de communication et des échanges de tous ordres qui empêchent les autres villages de sombrer dans la torpeur, il n'est pas nécessaire de chercher d'autre cause au très faible niveau de dépenses qui le caractérise.

N'Tandou-Kimouanda ne peut être comparé aux autres villages que par le niveau de dépenses des unités budgétaires. Par contre l'essentiel des revenus du village provient de salaires, et non pas de la vente de produits agricoles. C'est la raison pour laquelle le taux de couverture des dépenses par les seuls revenus agricoles est insignifiant (8,6 %), tandis que le taux de couverture de ces dépenses par l'ensemble des revenus, y compris les salaires, atteint 138,8 % (cf.infra p.156).

2) Massangui

A Massangui le montant moyen des dépenses par unité budgétaire est inférieur d'environ 30 % à celui des villages de la Vallée considérés globalement. Ce niveau de consommation plus faible correspond à la situation économique du pays Kengué, dont l'agriculture est moins prospère que celle de la Vallée du Niari proprement dite.

LA DISTRIBUTION DES UNITES BUDGETAIRES EN FONCTION DU NIVEAU DES DEPENSES MENSUELLES

Nous n'avons considéré, jusqu'à présent, que des valeurs moyennes, commodes en ce qu'elles permettent de comparer des ensembles tels que villages ou catégories socio-professionnelles, mais synthétiques et fictives par définition. Il convient donc de rendre compte également de la distribution réelle des budgets : distribution globale d'abord, distribution des budgets regroupés selon le critère géographique ensuite; et enfin, distribution des budgets regroupés en deux ensembles selon que les unités budgétaires bénéficient ou non de l'apport d'un salaire ou d'un revenu régulier .

Distribution de l'ensemble des budgets en fonction du niveau des dépenses mensuelles (tableaux n° 14 et 15 ; graphique n° 5)

Les nombre des classes entre lesquelles nous avons réparti les budgets est relativement élevé; ces classes sont d'amplitude constante (1.000 francs) sauf la dernière dont l'amplitude est indéterminée puisqu'elle regroupe les budgets dont les dépenses mensuelles ont excédé 15.000 francs. Ce système est théoriquement peu satisfaisant (aussi cette classe est-elle portée en grisé sur les diagrammes) mais la grande dispersion des budgets les plus élevés rendait son emploi inévitable.

La distribution en fonction du niveau des dépenses permet de regrouper l'ensemble des budgets en trois catégories :

- 7,9 % des unités budgétaires n'ont rien dépensé durant le mois d'enquête.

- La majorité des unités budgétaires (64,5 %) ont dépensé moins de 3.000 francs durant ce mois. Elles forment un ensemble relative-

Tableau n° 14

DEPENSES MENSUELLES PAR U.B.-DISTRIBUTION

	Aucune dépense	0-999	1000-1999	2000-2999	3000-3999	4000-4999	5000-5999	6000-6999	7000-7999	8000-8999	9000-9999	10.000-10.999	11.000-11.999	12000-12999	13000-13999	14000-14999	15000-19999	20000-24999	25000-29999	30.000 et +	TOTAL
MASSANGUI	2	36	9	11	2	3	2	3	2	-	2	1	-	-	-	-	2	1	-	-	86
KINGOUALA-KOLA	1	6	1	3	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	2	15
M'PILA	-	4	3	6	3	3	1	1	1	1	1	-	1	-	-	1	-	-	-	-	26
KIMBONGA	-	15	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	16
N'TANDOU-KIMOUANDA	-	3	1	-	2	1	1	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	10
KIMPAMBOU-HAMBOU	-	-	-	1	-	-	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
KIMPAMBOU-LOUKELO	-	1	3	3	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	9
TOTAL VILLAGES VALLEE	1	29	8	14	5	4	3	2	3	1	1	1	2	1	-	2	1	-	-	2	80
TOTAL GENERAL	13	65	17	25	7	7	5	5	5	1	3	2	2	1	-	2	3	1	-	2	166

Graphique n: 5

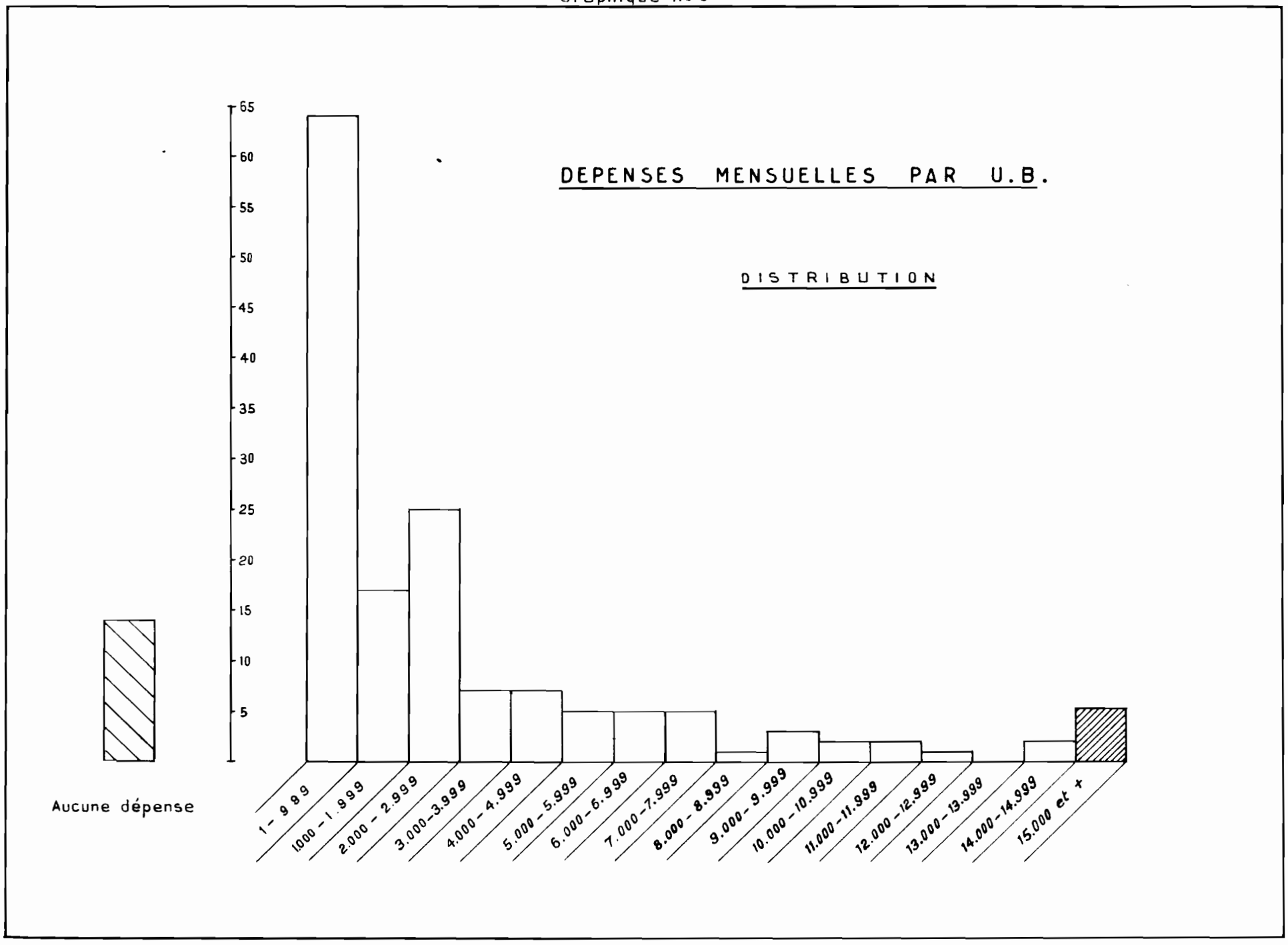


Tableau n° 15

DEPENSES MENSUELLES PAR U.B.-DISTRIBUTION EN POURCENTAGE

	Aucune dépense	0-999	1000-1999	2000-2999	3000-3999	4000-4999	5000-5999	6000-6999	7000-7999	8000-8999	9000-9999	10000-10999	11000-11999	12000-12999	13000-13999	14000-14999	15000-19999	20000-24999	25000-29999	30.000 et +	T O T A L
MASSANGUI	13,9	41,9	10,5	12,8	2,3	3,5	2,3	3,5	2,3		2,3	1,2					2,3	1,2			100 %
KINGOUALA-K.	6,7	40	6,7	20	-	-	-	-	-	-	-	6,7	-	-	-	6,7	-	-	-	13,2	100
M'PILA	-	15,5	11,6	23,1	11,6	11,6	3,8	3,8	3,8	3,8	3,8	-	3,8	-	-	3,8	-	-	-	-	100
KIMBONGA	-	93,8	-	6,2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
N'TANDOU-KIM.	-	30	10	-	20	10	10	10	-	-	-	-	-	10	-	-	-	-	-	-	100
KIMPAMBOU-M.	-	-	-	25	-	-	25	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	100
KIMPAMBOU-L.	-	11,1	33,3	33,3	-	-	-	-	-	-	-	-	11,1	-	-	-	11,2	-	-	-	100
TOTAL VILLAGES VALLEE	2,5	35	10	17,6	6,3	5	3,8	2,5	3,8	1,2	1,2	1,2	2,5	1,2	-	2,5	1,2	-	-	2,5	100
TOTAL GENERAL	7,9	39,2	10,2	15,1	4,2	4,2	3	3	3	0,6	1,8	1,2	1,2	0,6	-	1,2	1,8	0,6	-	1,2	100

ment bien groupé; la représentation graphique rend évident ce tassement du plus grand nombre des budgets dans les trois classes inférieures.

- Au-delà du "seuil" des 3.000 francs, on constate un étalement des niveaux de dépenses des différentes unités budgétaires :

8,4 % des unités budgétaires ont dépensé entre 3.000 et 5.000 francs durant le mois

11,4 % des unités budgétaires ont dépensé entre 5.000 et 10.000 francs

4,2 % des unités budgétaires ont dépensé entre 10.000 et 15.000 francs

3,6 % des unités budgétaires ont dépensé 15.000 francs ou davantage.

Les niveaux de dépenses les plus élevés ont été enregistrés dans la Vallée : deux familles du village Kingouala-Kola ont dépenses respectivement 30.640 et 43.735 francs au cours du mois d'Août.

Ce pourcentage global dissimule en réalité des situations très diverses selon les villages ou selon les catégories socio-professionnelles.

Distribution des budgets dans les différents villages
(tableaux 14 et 15 ; graphique n° 6)

La proportion de chacun des trois types de budget que, pour la commodité de l'analyse, nous venons de distinguer, est différente à Massangui et dans les six villages de la Vallée considérés comme un ensemble homogène.

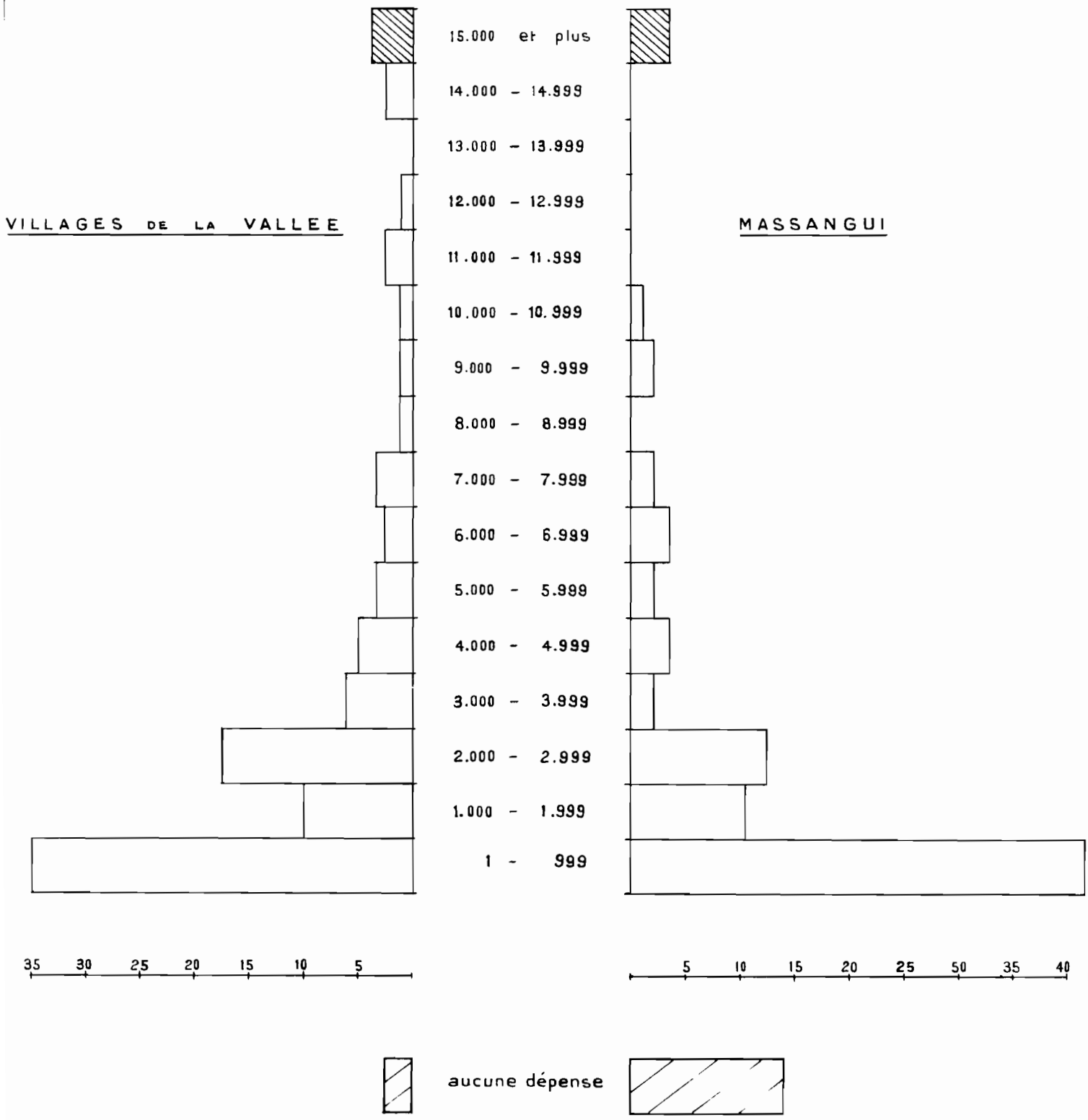
a) La catégorie des budgets pour lesquels aucune sortie d'argent n'a été relevée durant le mois d'enquête est beaucoup plus importante à Massangui, où elle englobe 13,9 % des budgets, tandis qu'elle n'en comprend que 2,5 % dans les villages de la Vallée. Encore faut-il souligner que parmi ces villages, seuls sont concernés Kingouala-Kola (6,7 % des budgets mensuels sans sortie d'argent) et N'Tandou-Kimouanda (10 %).

Ces quatorze unités budgétaires qui n'ont effectué durant le mois d'enquête ni achats, ni prêts ou dons en argent, sont pour la majorité des "ménages" de femmes seules, divorcées, veuves âgées, épouses qui, en l'absence du mari, ne vivent, elles et leurs enfants, que des produits de leurs plantations. En outre deux des "unités budgétaires" sont en réalité des infirmes, vivant pour l'essentiel des dons de la collectivité mais qu'on ne pouvait pour autant rattacher à d'autres unités budgétaires dans le mesure où ils disposaient, comme le révèlaient les budgets rétrospectifs, de revenus propres qu'ils dépensaient à leur gré; revenus modiques d'ailleurs, leur permettant tout au plus d'acheter à de longs intervalles de temps les biens de première nécessité, essentiellement des vêtements.

b) La deuxième catégorie d'unités budgétaires (sorties d'argent inférieures à 3.000 francs) groupe 65,2 % des ménages de Massangui, et 62,6 % dans les villages de la Vallée; les pourcentages respectifs sont donc ici très voisins : Massangui et les villages de la Vallée diffèrent plus par les classes extrêmes (budgets "blancs" plus nombreux à Massangui; budgets à niveau de dépenses élevé plus nombreux dans la Vallée) que par les classes modales. La situation socio-économique de la majorité des familles, ce que l'on exprime d'habitude par l'expression très générale de "niveau de vie", est comparable dans les deux ensembles qui ont constitué le champ de l'enquête.

DEPENSES MENSUELLES, PAR U.B., SELON LES VILLAGES

DISTRIBUTION (en %)



c) La dernière catégorie d'unités budgétaires (dépenses mensuelles supérieures à 3.000 francs) est relativement plus importante dans les villages de la Vallée qu'à Massangui : respectivement 28 et 18 unités budgétaires, soit 34,9 % et 20,7 %. Rappelons qu'on ne peut invoquer pour expliquer ces différences les ventes d'arachides qui se sont déroulées durant l'enquête à Kingouala-Kola et Kimpambou-Loukelo : nous avons constaté (cf.p.) qu'il ne semble pas exister un lien nécessaire, dans le temps, entre le niveau des ventes de produits agricoles et le niveau des achats de biens de consommation.

---------oOo---------

II - LES DEPENSES MENSUELLES PAR PERSONNE ET PAR UNITE DE CONSOMMATION DANS LES DIFFERENTS VILLAGES

(tableaux 16 à 19)

La taille et la composition des ménages est approximativement la même dans la plupart des villages qui ont fait l'objet de l'enquête. Aussi ne constate-t-on pas de différences importantes dans le niveau relatif des dépenses, selon qu'on rapporte le volume des dépenses à l'unité budgétaire, à la personne ou à l'unité de consommation (1). Il faut mentionner toutefois le cas de Kingouala-Kola et M'Pila : dans ces deux villages le niveau des dépenses par personne et par unité de consommation, comparé à celui qu'on constate dans les autres villages, est relativement plus élevé que le niveau des dépenses par unité budgétaire.

L'intérêt du calcul par unité de consommation provient de ce que la dépense ramenée à l'unité de consommation est plus significative que la dépense ramenée à l'unité budgétaire, puisque l'on prend en considération à la fois le nombre et l'âge des consommateurs, c'est-à-dire les consommateurs concrets.

Examinés ainsi, comparés à ceux des autres villages, les niveaux de consommation à Kingouala-Kola et M'Pila sont encore plus élevés que ne le faisaient apparaître les niveaux de dépenses par unité budgétaire.

---

(1) Unité de consommation définie selon l'échelle d'Oxford, le chef de ménage comptant pour une unité, chaque adulte supplémentaire pour 0,7 et les enfants de moins de 15 ans pour 0,5.

Le calcul du volume des dépenses par personne présente un autre avantage : il permet de comparer les résultats de cette enquête avec les chiffres auxquels ont abouti d'autres études budgétaires, dans la mesure où ces chiffres sont calculés généralement par personne et non pas par unité budgétaire.

En ce qui concerne le Congo et plus précisément le Niari, les évaluations de revenus ou de dépenses sont malheureusement très rares : nous n'en connaissons d'autres que celles de J.L. LIERDEMAN, applicables à la population du Grand Niari, celles de la SOFRED, calculées pour l'ensemble de la population de la République.

La SOFRED (1) a calculé que 31 % des ménages ruraux congolais disposaient d'un revenu monétaire annuel compris entre 15 et 50.000 francs, et 61 % d'un revenu inférieur à 15.000, les 8 % restant représentant les revenus supérieurs à 50.000 francs. Dans la mesure où on peut tenter un rapprochement prudent entre les données de la SOFRED (qui parle de revenus) et les résultats de cette enquête (niveau des dépenses, ne tenant donc pas compte de l'épargne), indiquons que 40 % environ des budgets analysés auraient un niveau de dépenses inférieur à 15.000 francs par an, 40 % un niveau de dépenses compris entre 15.000 et 50.000 francs, et 20 % un niveau de dépenses supérieur à 50.000 francs.

L'évaluation de J.L. LIERDEMAN concerne plus directement notre propos puisqu'elle se rapporte au Grand Niari, ensemble formé de la Vallée et du Niari forestier(2). En utilisant des méthodes d'analyse macro-économiques, en saisissant les revenus à la source (salaires versés par les employeurs privés et l'administration, volume des revenus dépensés par les organismes publics ou para-publics de

---

(1) Société Française d'Etude de Développement - Annexe 1 : les problèmes démographiques et humains, 2 - p. 6 à 11.
(2) J.L. LIERDEMAN "Problèmes socio-économiques de la région du Niari" - données globales sur la structure des revenus et leur utilisation. O.R.S.T.O.M.-I.R.S.C. rapport ronéoté, 1963.

commercialisation des produits agricoles, etc...), il a estimé que le revenu annuel moyen en milieu rural traditionnel s'élevait à 8.500 francs par ménage, tandis qu'il atteignait 60.000 francs C.F.A. par ménage pour les salariés du secteur privé. Cette dernière évaluation correspond très exactement aux observations que nous avons effectuées, selon des mathodes très différentes (étude de l'utilisation des revenus, au niveau du consommateur) : nous avons constaté en effet une dépense mensuelle moyenne par unité budgétaire s'élevant à 5.160 francs, soit un peu plus de 60.000 francs par an. Cette similitude des résultats semble fonder la validité des deux méthodes d'enquête.

Par contre, dans l'estimation des revenus (ou des dépenses) des unités budgétaires ne percevant pas de salaire les deux modes d'investigation aboutissent à des résultats sensiblement différents: J.L. LIERDEMAN l'estime à 8.500 francs C.F.A. par ménage et par an, chiffre très inférieur à celui que nous avons constaté (3.100 francs environ par unité budgétaire et par mois soit approximativement 37.000 francs par an). Il semble toutefois que cette divergence provienne pour une large part de la dimension respective des populations étudiées : les estimations de J.L. LIERDEMAN se rapportent à l'ensemble de la population rurale du Grand Niari, c'est-à-dire en réalité un mélange hétérogène de deux populations - celle de la Vallée et celle du Niari forestier - qui n'ont pas atteint le même degré d'insertion dans l'économie monétaire : par le volume des salaires dont elle bénéficie directement ou indirectement, par le développement de la culture de l'arachide destinée à la vente, la Vallée du Niari est plus prospère que le Niari forestier. Si les revenus des salariés sont, par individu, comparables dans les deux zones, il n'en va évidemment pas de même des revenus agricoles.

Tableau n° 16

DEPENSES MOYENNES PAR PERSONNE SELON LES VILLAGES

	Dépenses alimentaires	Dép. non alimentaires	Total des dépenses (moins achats pour revente)
MASSANGUI	280,1	219,5	499,6
KINGOUALA-KOLA	305,1	1.310,4	1.615,5
M'PILA	409,3	502	911,3
KIMBONGA	44 5	39,7	84,2
N'TANDOU-KIMOUANDA	218	458,3	676,3
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	203,1	658,4	861,5
KIMPAMBOU-LOUKELO	205,7	450,6	656,3
Total villages vallée	237,1	510,4	747,5
TOTAL GENERAL	258,6	369	627,6

TABLEAU N° 17

DEPENSES MENSUELLES PAR PERSONNE SELON QUE LES U.B. PERCOIVENT OU NE PERCOIVENT PAS UN SALAIRE

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Dépenses alimentaires	Dépenses non alimentaires	Dépenses totales (moins achats pour revente)
MASSANGUI	594,2	563,8	1.158
VILLAGES DE LA VALLEE	362,4	762,8	1.125,2
T O T A L	486,9	655,9	1.142,8

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

MASSANGUI	207,8	138,4	346,2
VILLAGES DE LA VALLEE	214,1	463,7	677,8
T O T A L	211,1	309	520,1

Tableau n° 18

DEPENSES MOYENNES PAR UNITE DE CONSOMMATION SELON LES VILLAGES

	Dépenses alimentaires	Dép. non alimentaires	Total des dépenses (moins achats pour revente)
MASSANGUI	413,4	323,8	737,2
KINGOUALA-KOLA	491,9	2.112,5	2.604,4
M'PILA	656,7	805,3	1.462
KIMBONGA	75,4	67,2	142,6
N'TANDOU-KIMOUANDA	370,8	779,5	1.150,3
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	332,1	1.076,7	1.408,8
KIMPAMBOU-LOUKELO	342	749	1.091
TOTAL Villages Vallée	390,9	841,5	1.232,4
TOTAL GENERAL	403,4	575,5	978,9

- 64 -

TABLEAU N° 19

DEPENSES MENSUELLES PAR UNITE DE CONSOMMATION SELON QUE LES U.B. PERCOIVENT OU NE PERCOIVENT PAS UN SALAIRE

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Dépenses alimentaires	Dépenses non alimentaires	Dépenses totales (moins achats pour revente)
MASSANGUI	865,9	821,5	1.687,4
VILLAGES DE LA VALLEE	580,2	1.221,2	1.801,4
T O T A L	740,2	997,3	1.737,5

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

MASSANGUI	307,6	204,9	512,5
VILLAGES DE LA VALLEE	354,9	768,7	1. 123,6
T O T A L	331	484,7	815,7

III - LE NIVEAU DES DEPENSES MENSUELLES SELON QUE LES UNITES BUDGETAIRES PERCOIVENT OU NON UN SALAIRE

(tableau n° 20)

Aussi bien à Massangui que dans les villages de la Vallée les unités budgétaires qui perçoivent un salaire ont dépensé davantage que les unités budgétaires ne vivant que de l'agriculture et des activités assimilées (chasse, récolte de vin de palme...etc). Les chiffres s'élèvent respectivement à 5.160 et 3.099 francs. Mais si les salariés de Massangui et ceux de la Vallée ont des niveaux moyens de dépenses très voisins (5.147 et 5.176 francs), la différence est sensible entre les volumes respectifs des dépenses des agriculteurs de Massangui et de ceux de la Vallée (2.140 et 3.910 francs).

Cependant ici encore les valeurs moyennes masquent une distribution réelle très étendue, caractéristique de niveaux de dépenses extrêmement variables.

DISTRIBUTION DES UNITES BUDGETAIRES SELON QU'ELLES PERCOIVENT OU NON UN SALAIRE (tableaux n° 21 et 22 ; graphique n° 7)

Les différences qui apparaissent dans les distributions des budgets selon qu'ils bénéficient ou non d'un revenu salarial sont de même nature que celles relevées entre les villages de la Vallée et Massangui; toutefois, elles sont ici plus marquées :

a) la catégorie des unités budgétaires pour lesquelles aucune sortie d'argent n'a été enregistrée durant un mois ne comprend que des unités budgétaires ne bénéficiant d'aucun salaire : la première conséquence de la perception d'un salaire est l'abandon définitif

TABLEAU N° 20

DEPENSES MENSUELLES SELON QUE LES UNITES BUDGETAIRES PERCOIVENT OU NE PERCOIVENT PAS UN SALAIRE

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Dépenses alimentaires			Dépenses non alimentaires			Total des dépenses		
	Total	Par U.B.	%	Total	Par U.B.	%	Total	Par U.B.	%
MASSANGUI	47.540	2.641,1	51,3	45.100	2.505,6	48,7	92.640	5.146,7	100
VILLAGES DE LA VALLEE	25.005	1.667	32,2	52.635	3.509	67,8	77.640	5.176	100
TOTAL	72.545	2.198,3	42,6	97.735	2.961,7	57,4	170.280	5.160	100

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

MASSANGUI	70.645	1.284,5	60	47.070	855,8	40	117.715	2.140,3	100
VILLAGES DE LA VALLEE	80.275	1.235	31,6	173.888	2.675,2	68,4	254.163	3.910,2	100
TOTAL	150.920	1.257,7	40,6	220.958	1.841,2	59,4	371.878	3.098,9	100

de l'autarcie intégrale. Mais, en ce qui concerne les budgets des agriculteurs, le développent des cultures d'exportation, qui entraîne une monétarisation croissante des échanges, aboutit à un résultat presque identique : dans la Vallée, 1,5 % seulement des budgets étudiés n'ont comporté aucune dépense, contre 17,6 % à Massangui.

b) les budgets, dont le niveau mensuel des dépenses est inférieur à 3.000 francs représentent 36,3 % des budgets de salariés, mais 71,4 % des budgets d'agriculteurs : la proportion varie presque du simple au double.

c) cette proportion est évidemment inverse en ce qui concerne les budgets supérieurs à 3.000 francs, qui sont, en valeur relative, trois fois plus nombreux chez les salariés que chez les agriculteurs: respectivement 63,7 % et 18,8 %.

Par contre ces budgets à niveau de dépenses élevé sont très dispersés, dans ces deux ensembles. Il s'agit d'une catégorie hétérogène, comme le montre le graphique N°

Il est intéressant enfin de noter que la catégorie des budgets supérieurs à 20.000 francs ne comprend aucun budget de salarié; ces budgets, qui sont d'ailleurs en nombre très restreint (trois) sont ceux de villageois aisés dont l'un par exemple était à la fois chef de village et chef de canton.

Notons qu'il n'existe pas de relation étroite entre le nombre d'épouses d'un chef de ménage et le niveau des dépenses mensuelles de ce ménage (graphique N° 8).

Tableau n° 21

DEPENSES MENSUELLES SELON QUE LES U.B. PERCOIVENT OU NE PERCOIVENT PAS UN SALAIRE - DISTRIBUTION

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Aucune dép.	0-999	1000-1999	2000-2999	3000-3999	4000-4999	5000-5999	6000-6999	7000-7999	8000-8999	9000-9999	10.000-10.999	11.000-11.999	12.000-12.999	13.000-13.999	14.000-14.999	15.000-19.999	20.000-24.999	25.000-29.999	30.000 et +	TOTAL
MASSANGUI		3	2	3	1	1	1	2	1		2	1					1				18
VILLAGES de la VALLEE		3		1	3	1	3		1			1	1	1							15
TOTAL		6	2	4	4	2	4	2	2		2	2	1	1			1				33

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

MASSANGUI	12	33	7	8	1	2	1	1	1								1	1			68
VILLAGES de la VALLEE	1	26	8	13	2	3		2	2	1	1		1			2	1			2	65
TOTAL	13	59	15	21	3	5	1	3	3	1	1		1			2	2	1		2	133

-69-

Tableau n° 22

DEPENSES MENSUELLES SELON QUE LES U.B. PERCOIVENT OU NE PERCOIVENT PAS UN SALAIRE - DISTRIBUTION RELATIVE

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

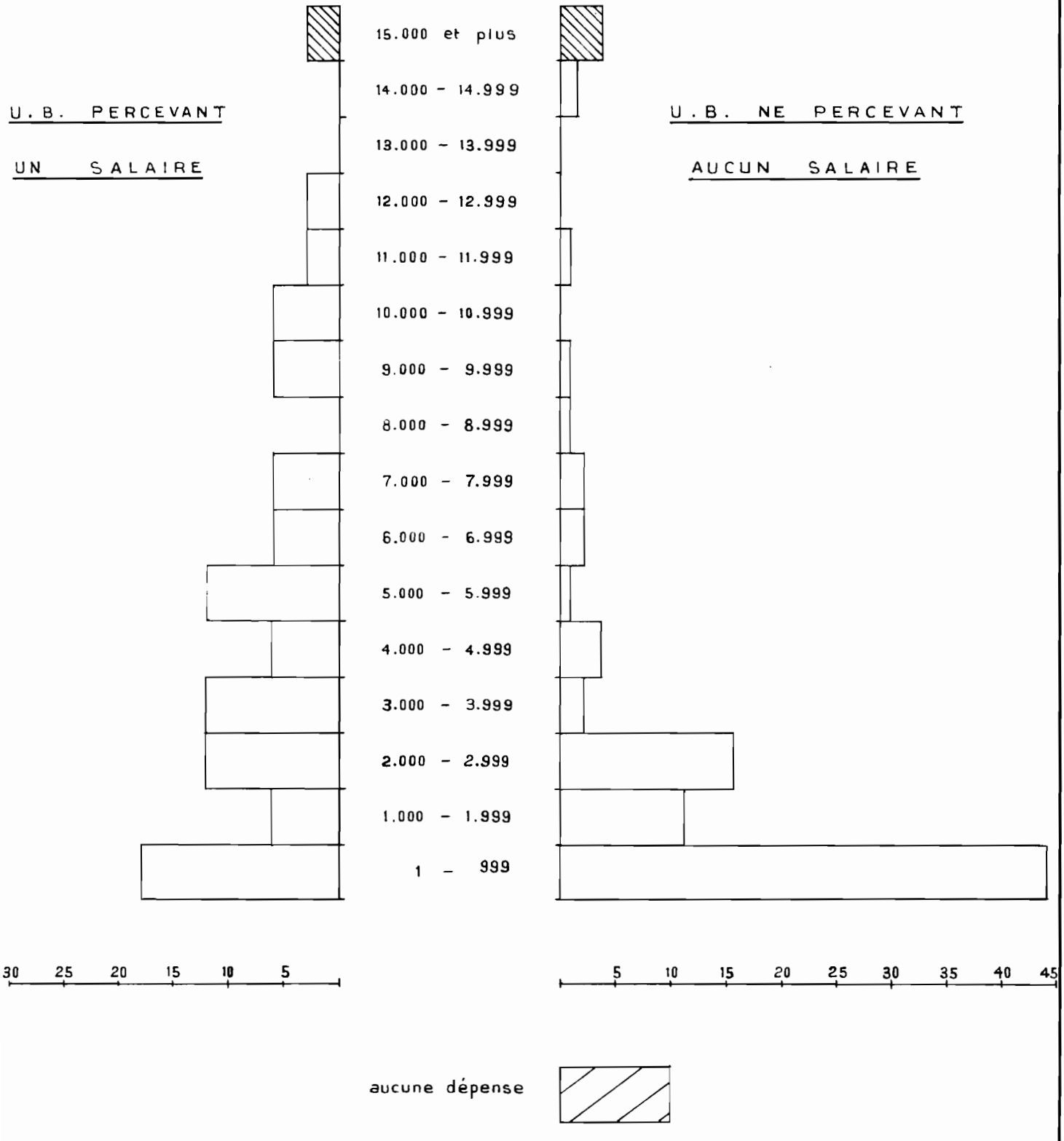
	Aucune dépense	0-999	1000-1999	2000-2999	3000-3999	4000-4999	5000-5999	6.000-6999	7000-7999	8000-8999	9000-9.999	10.000-10.999	11.000-11.999	12.000-12.999	13.000-13.999	14.000-14.999	15.000-19.999	20.000-24.999	25.000-29.999	30.000 et +	T O
MASSANGUI		16,7	11,2	16,7	5,5	5,5	5,5	11,2	5,5		11,2	5,5					5,5				10
VILLAGES de VALLEE		20		6,6	20	6,6	20		6,7			6,7	6,7	6,7							100
TOTAL		18,1	6,1	12,1	12,1	6,1	12,1	6,1	6,1		6,1	6,1	3	3			3				100

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

MASSANGUI	17,6	48,5		11,7	1,5	2,9	1,5	1,5	1,5								1,5	1,5			100
VILLAGES de la VALLEE	1,5	40	12,4	20	3,1	4,6		3,1	3,1	1,5	1,5		1,5			3,1	1,5			3,1	100
TOTAL	9,8	44,3	11,3	15,8	2,2	3,7	0,8	2,2	2,2	0,8	0,8		0,8			1,5	1,5	0,8		1,5	100

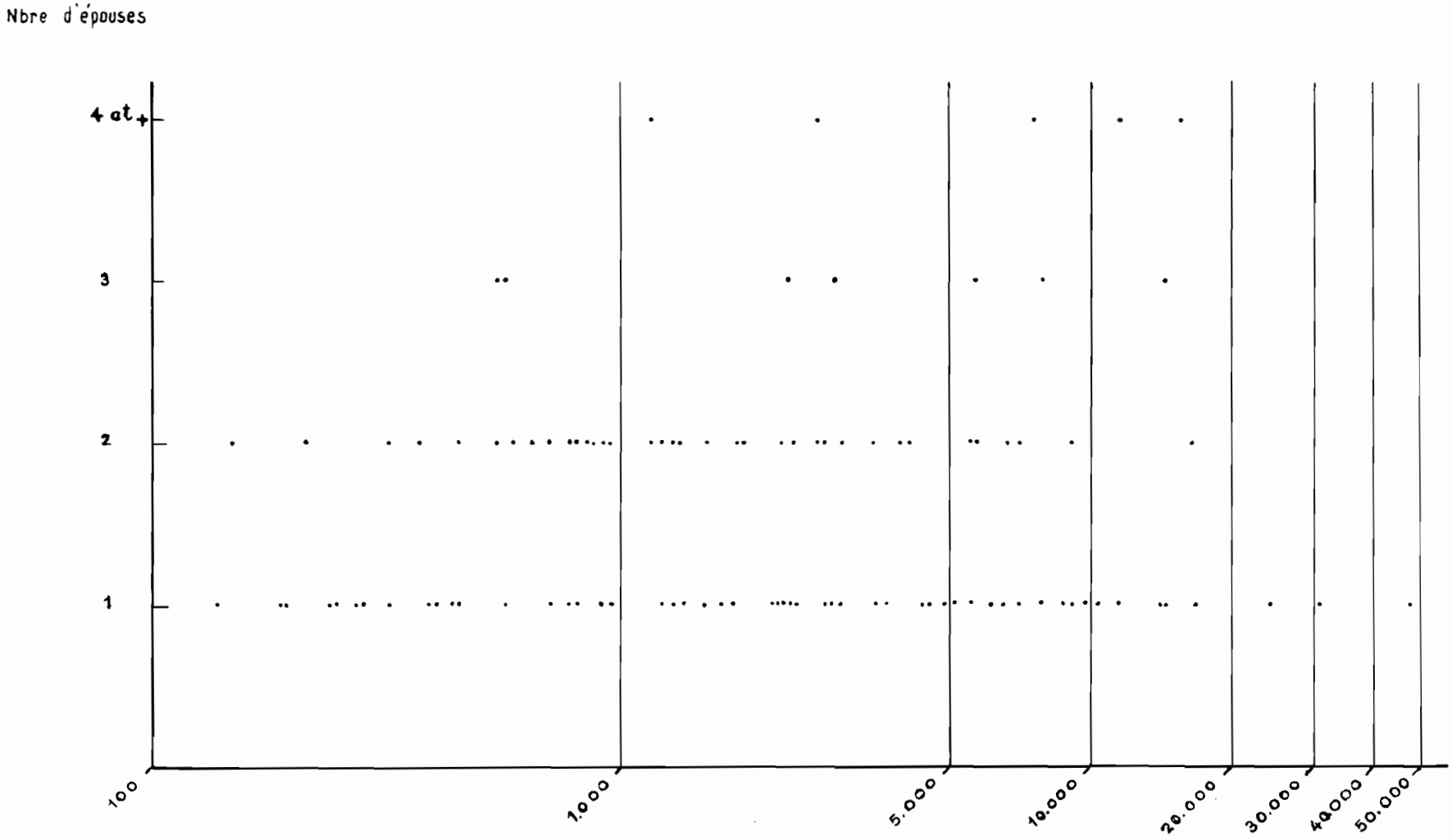
DEPENSES MENSUELLES DES SALARIES ET DES AGRICULTEURS, PAR U.B.

DISTRIBUTION (en %)



Graphique n° 8

DÉPENSES MENSUELLES TOTALES SELON LE NOMBRE D'ÉPOUSES



IV - IMPORTANCE RESPECTIVE DES DEPENSES ALIMENTAIRES ET DES DEPENSES NON ALIMENTAIRES DANS LES BUDGETS MENSUELS

(tableaux 12 et 20)

1) Importance respective des dépenses alimentaires et des dépenses non alimentaires selon les villages (tableau n° 12 ;graphiques n° 9 et n° 10)

L'importance respective des dépenses alimentaires et des dépenses non alimentaires varie dans une forte proportion selon les villages : de 18,7 % (pourcentage des dépenses alimentaires à Kingouala-Kola) à 52,3 % et 56,2 % (Kimbonga et Massangui).

a) En ce qui concerne la Vallée il faut souligner que les positions extrêmes sont ici encore occupées par les mêmes villages : Kingouala-Kola et Kimbonga; le village qui, par unité budgétaire, a le plus dépensé au cours de l'enquête est également celui qui a affecté la plus faible part de ses ressources monétaires aux achats de produits alimentaires. A l'inverse Kimbonga, dont chaque ménage n'a dépensé en moyenne que 568 francs durant le mois d'Août, a consacré plus de la moitié de ces dépenses aux achats de produits alimentaires.

Pour les autres villages, la proportion des dépenses consacrée aux achats de produits alimentaires s'étage de 23,6 % (Kimpambou-Mahambou) à 44,8 % (M'Pila) et la liaison demeure évidente entre le niveau de dépense globale par unité budgétaire et l'importance relative des dépenses alimentaires, qui sont inversement proportionnels, bien qu'on n'observe évidemment pas de relation mathématique stricte entre ces deux valeurs. Mais la tendance est manifeste, comme le fait apparaître ce classement des villages par ordre de dépenses croissantes (par unité budgétaire) :

	Dépense totale par U.B.	% des dépenses alimentaires
Kimbonga	568 frs	52,3
Massangui	2.882 "	56,2
N'Tandou-Kimouanda	3.922 "	32,2
M'Pila	4.200 "	44,8
Kimpambou-Loukelo	4.524 "	31,4
Kimpambou-Mahambou	5.600 "	23,6
Kingouala-Kola	7.418 "	18,7

b) Massangui, on le voit, s'insère sans difficulté dans ce classement bien que, sur d'autres plans, sa position géographique et ses caractéristiques socio-économiques interdisent de l'assimiler à l'ensemble relativement homogène des villages de la Vallée.

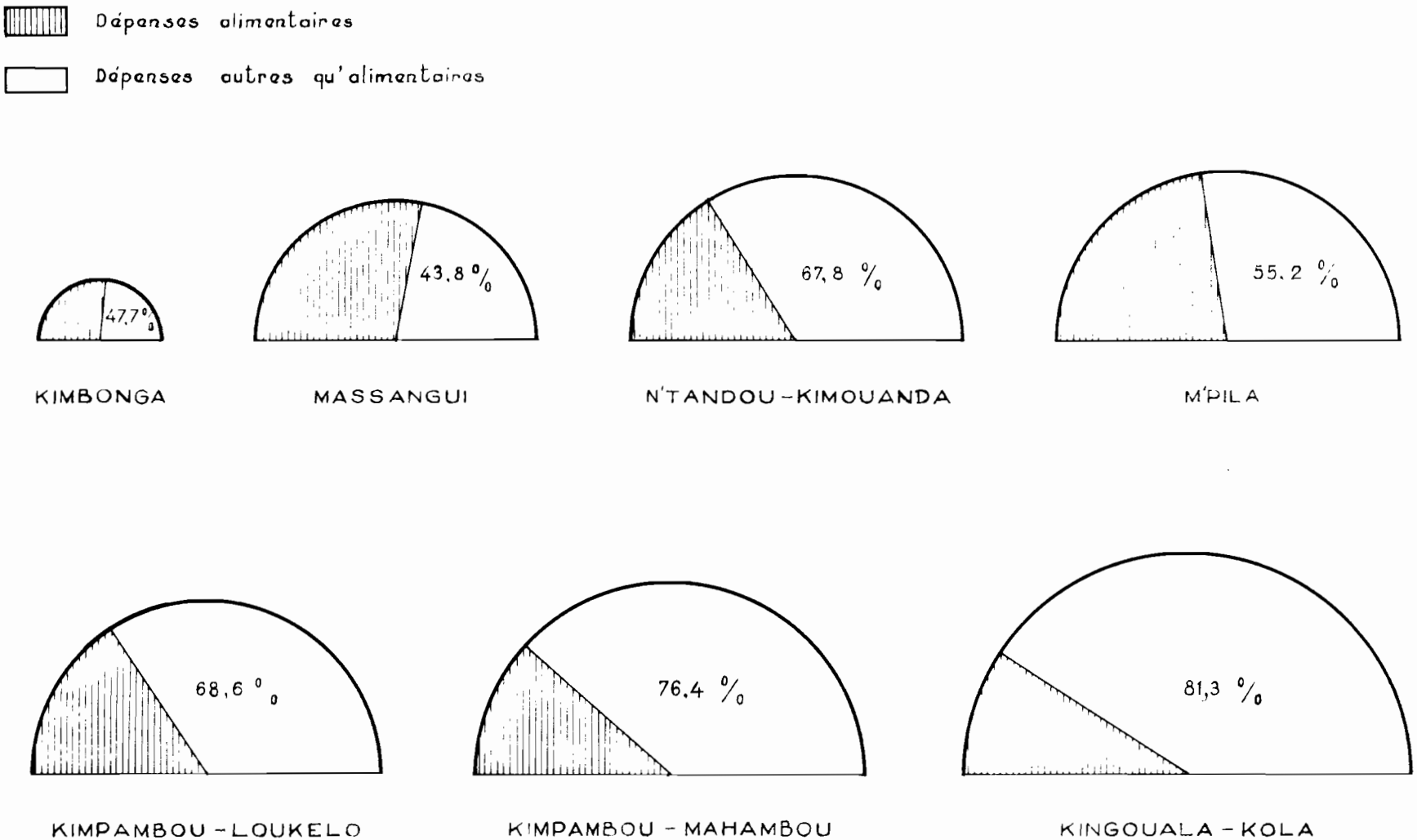
2) Importance respective des dépenses alimentaires et des dépenses non alimentaires selon que les unités budgétaires perçoivent ou non un salaire (tableau n° 20 ; graphique n° 11)

Les unités budgétaires jouissant d'un revenu régulier achètent davantage de produits alimentaires en valeur absolue , mais l'importance relative des dépenses alimentaires dans l'ensemble des dépenses est tout à fait comparable à celle qu'on observe dans les budgets dont toutes les recettes proviennent de la vente des produits agricoles : telle est la conclusion qui se dégage de la comparaison des deux types de budgets.

Il ressort en effet du tableau n° 20 que l'ensemble des salariés de l'échantillon consacrent 42,6 % de leurs dépenses à l'achat de produits alimentaires, à peine plus que l'ensemble des non-salariés : 40,6 %.

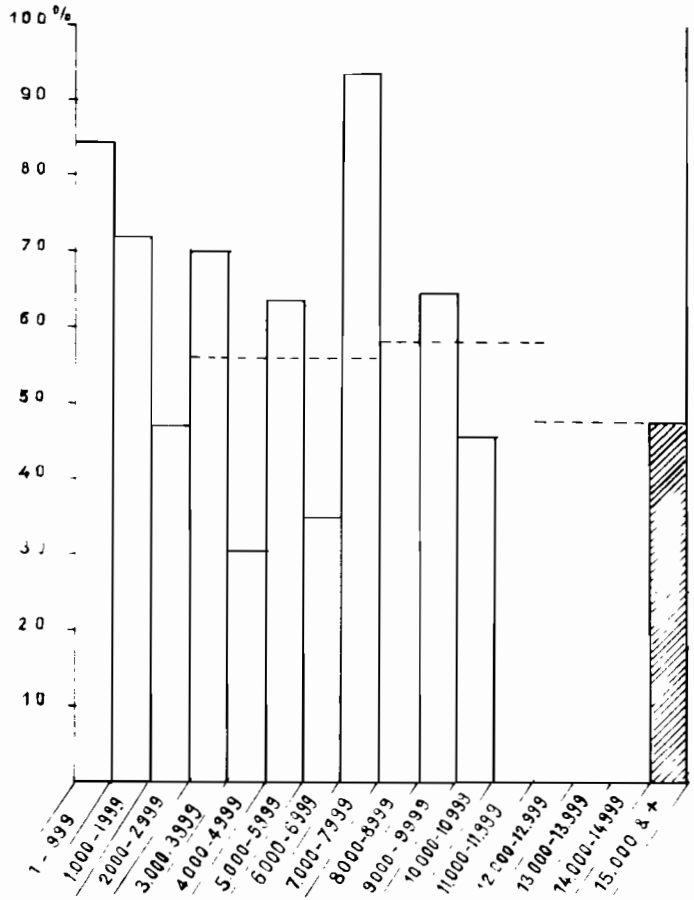
Graphique n° 9

IMPORTANCE RELATIVE DES DÉPENSES ALIMENTAIRES SELON LE NIVEAU DE DÉPENSE GLOBAL PAR U.B.

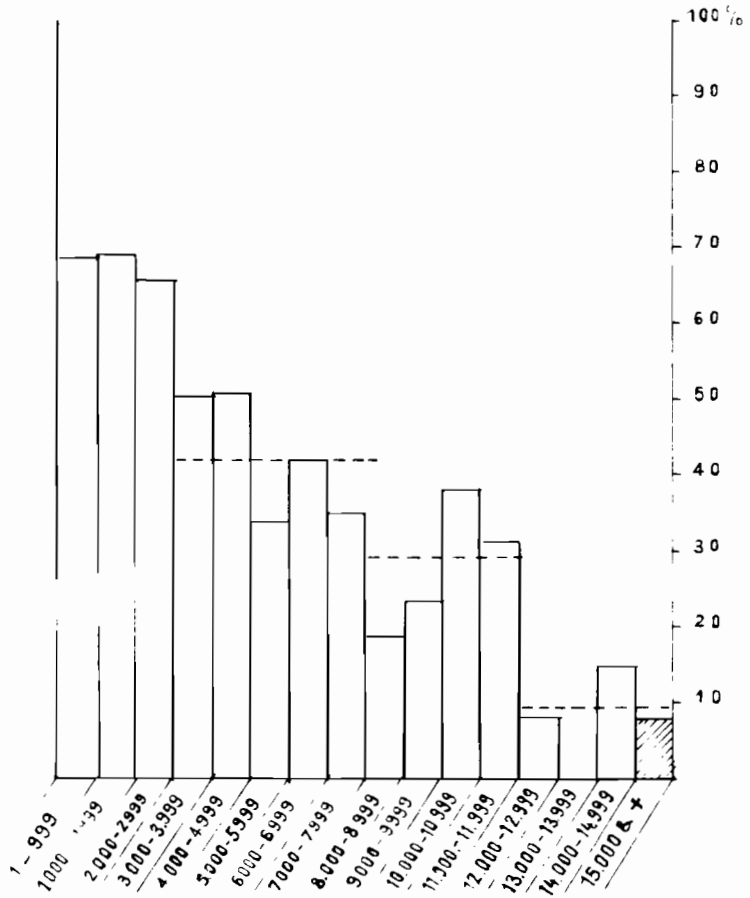


Graphique n° 10

IMPORTANCE RELATIVE DES DÉPENSES ALIMENTAIRES SELON LE NIVEAU GLOBAL DES DÉPENSES



MASSANGUI



VALLÉE

Si l'on ne prend en considération que les villages de la Vallée, les pourcentages sont aussi voisins : 32,2 et 31,6 %.

Par contre les salariés de Massangui semblent consacrer une moindre part de leurs ressources monétaires à l'achat de nourriture et de boisson, mais ici encore l'écart (51,3 % - 60 %) est trop étroit pour qu'on puisse en tirer des conclusions significatives.

Il reste néanmoins qu'en valeur absolue les unités budgétaires bénéficiant d'un salaire consacrent à l'achat des produits alimentaires, et à l'achat des autres produits, des sommes approximativement deux fois plus importantes.

Ces constatations semblent contredire ce que nous avons dit précédemment de la structure comparée des dépenses dans les différents villages :

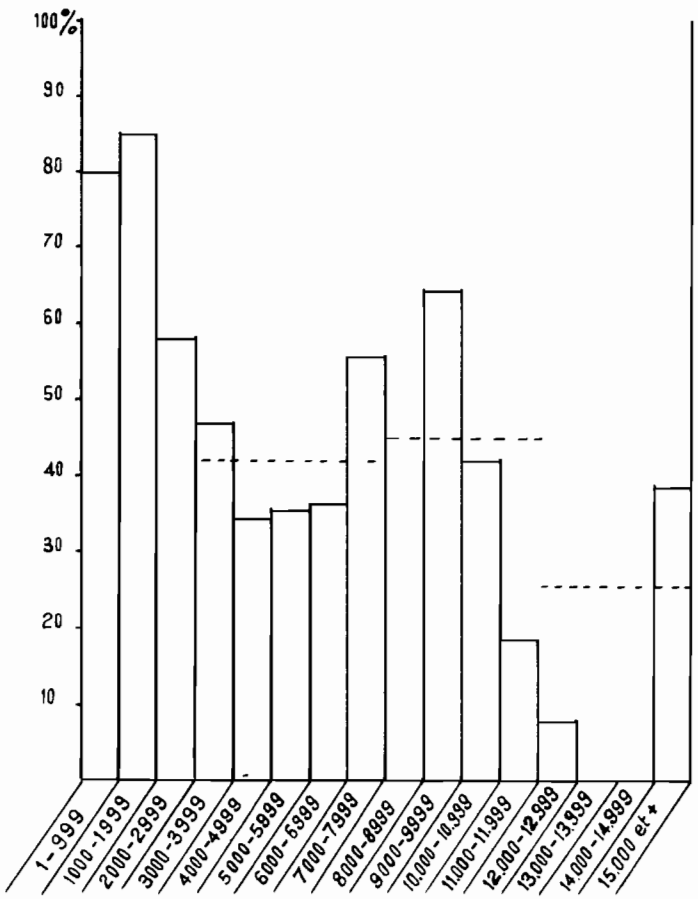
- D'une part en effet, si l'on considère l'ensemble des budgets (ceux des salariés et ceux des agriculteurs) on constate que la part relative des dépenses alimentaires décroît quand la dépense globale augmente.

- D'autre part les salariés, qui dépensent près de deux fois plus que les simples agriculteurs, consacrent une part aussi importante de leur budget à l'achat de produits alimentaires...

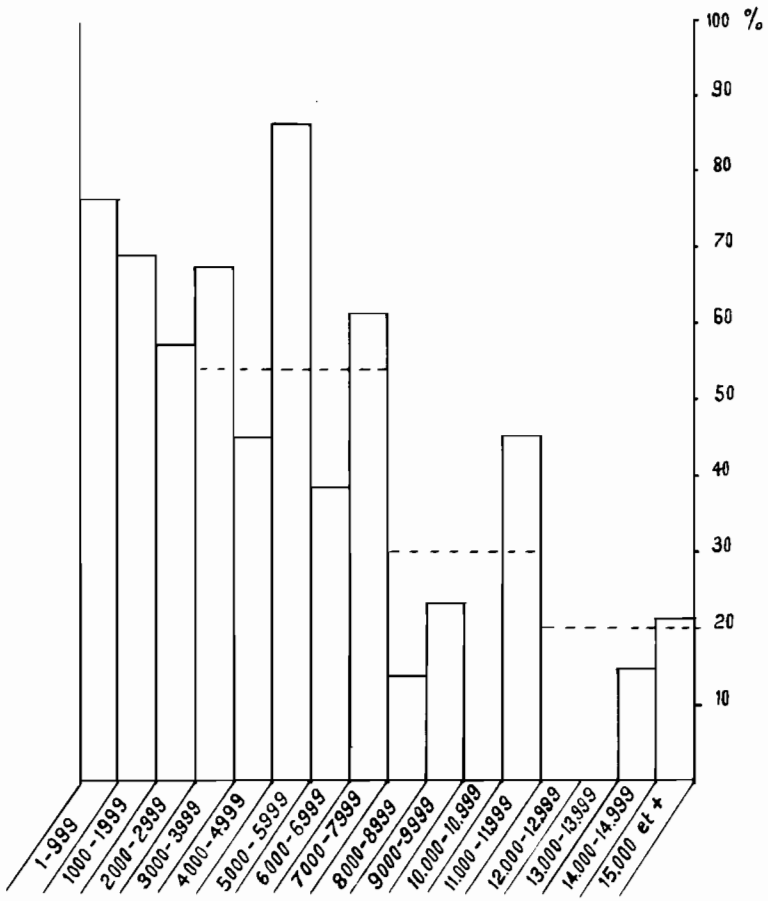
En réalité les unités budgétaires qui perçoivent un salaire ne représentent que 20 % environ de l'ensemble des unités budgétaires concernées par l'enquête, et pèsent donc d'un poids beaucoup moins lourd dans les calculs prenant pour base l'ensemble des unités budgétaires. Or, quand le niveau des dépenses totales s'accroît, la proportion des dépenses alimentaires décroît plus rapidement dans les unités budgétaires qui ne perçoivent pas de salaire (graphique n° 11).

Graphique nº 11

IMPORTANCE RELATIVE DES DEPENSES ALIMENTAIRES DES SALARIES ET DES AGRICULTEURS SELON LE NIVEAU GLOBAL DES DEPENSES



SALARIES



AGRICULTEURS

L'explication selon laquelle les salariés seraient contraints à des achats de nourriture plus importants parce qu'ils ont abandonné toute activité agricole ne saurait être retenue, concernant une population où les cultures vivrières sont l'apanage des femmes. Tant que le salarié n'a pas quitté le village en emmenant sa famille, l'épouse ou les épouses continuent de cultiver non seulement les plantes vivrières destinées à la consommation journalière mais également les arachides, le maïs, le sésame, dont une part de la récolte est commercialisée. De ce point de vue il n'existe pas de différence fondamentale entre le ménage dont le chef de famille ou un membre quelconque exerce un travail salarié, et le ménage dont les éléments masculins ont une activité exclusivement agricole ou, plus souvent, demeurent oisifs. Le salaire est encore un revenu exceptionnel, non indispensable à la survie de la famille.

Réservons toutefois le cas des quelques employés de la S.A.F.E.L. qui vivent à Massangui mais sont originaires de villages éloignés : vivant sur une terre étrangère, parfois en butte à l'hostilité sourde de la population autochtone, ils n'osent pas toujours cultiver et doivent acheter aux villageois de souche, ou bien à De Chavannes, les tubercules et les légumes qui constituent la base de l'alimentation traditionnelle.

Puisque les salariés, comme les agriculteurs, mangent les produits des cultures entretenues par les femmes, la part considérable des dépenses alimentaires dans leur budget ne peut provenir que d'achats accrus de produits ou de boissons absents de l'alimentation traditionnelle.

C'est bien ce que révèle l'analyse détaillée de la structure des dépenses alimentaires des salariés (tableau N° 32, cf.infra p. 118). Sans trop anticiper sur l'examen de cette structure, qui fera l'objet d'un commentaire plus approfondi, disons simplement que les salariés

achètent avant tout des boissons alcoolisées, puis, à un degré moindre, du poisson, de la viande, et des produits d'épicerie (riz, conserves de poisson et de viande...etc). Les boissons alcoolisées arrivent très largement en tête puisqu'elles représentent, en valeur, 41,5 % des achats de produits alimentaires, atteignant même 50,3 % à Massangui. Elles sont suivies du poisson,(poisson frais et stockfish essentiellement, représentant 22,3 % des achats, de la viande (12,3 %) et des produits d'épicerie (11,5 %).

Les salariés consacrent à l'amélioration de leur régime alimentaire une part de leur budget moins importante que les agriculteurs; mais s'ils achètent relativement moins de poisson et de viande, qui représentent respectivement 31,1 et 23,1 % des dépenses alimentaires des non-salariés, ils consomment beaucoup plus de vin, de bière et de vin de palme.

Ce revenu en quelque sorte extra-ordinaire que demeure pour le villageois son salaire, est affecté pour l'essentiel à un type de consommation économiquement et physiologiquement inutile, sinon nuisible. Il nous suffit pour l'instant d'évoquer ce fait, que nous étudierons de manière plus approfondie par la suite en raison de son incidence, d'une grande importance , sur le développement économique et social des régions rurales (cf.infra p. 92).

CHAPITRE II : LES DEPENSES ALIMENTAIRES

LA DISTRIBUTION DES UNITES BUDGETAIRES SELON LE NIVEAU DES DEPENSES ALIMENTAIRES :

A l'instar de leur distribution selon le niveau global des dépenses, la distribution des unités budgétaires selon le niveau des seules dépenses alimentaires est asymétrique, bien que plus régulièrement décroissante (graphique N° 12). Cependant les dépenses alimentaires des unités budgétaires percevant un salaire sont plus élevées et leur distribution plus homogène (graphique N° 13); la classe modale n'est plus ici la classe inférieure (0 - 499) mais celle comprise entre les intervalles 1.000 - 1.499. 24,3 % seulement des unités budgétaires qui percoivent un salaire ont dépensé moins de 1.000 francs pour leurs achats de nourriture et de boisson, contre 65,4 % pour les unités budgétaires ne percevant aucun salaire.

Des tableaux détaillés concernant l'ensemble des budgets (tableaux 23 à 28) on peut dégager quelques chiffres plus particulièrement significatifs :

- 8,5 % des unités budgétaires n'ont effectué en un mois aucun achat de nourriture ou de boisson : les familles qui pour satisfaire leurs besoins nutritionnels se cantonnent dans une autosubsistance stricte, ne représentent plus à l'heure actuelle dans le Niari qu'une minorité restreinte.

- Parmi les 91,5 % des familles qui ont acheté des denrées alimentaires au cours de la période d'enquête, 48,8 % ont dépensé dans ce but moins de 1.000 francs , et 79,5 % moins de 2.500 francs: si l'autosubsistance intégrale est devenue l'exception, l'alimentation demeure fondée sur l'autoconsommation des produits agricoles cultivés par les femmes. Il n'est fait appel au circuit commercial que pour pallier les carences ou les insuffisances de la production familiale, comme en témoigne la structure des achats dont le poisson, la viande et le vin rouge constituent l'essentiel (voir infra p. 91).

- Si l'on calcule le montant des dépenses alimentaires non plus par unité budgétaire mais par personne, il apparaît que les dépenses mensuelles ont été inférieures à 200 francs dans 46,4 % des cas, et inférieures à 500 francs dans 71,7 % des cas. Le calcul par unité de consommation ramène ces pourcentages respectifs à 37,9 et 64,5 %.

Pour donner une signification réelle à ces chiffres et les convertir en pouvoir d'achat, il suffit de mentionner qu'un kilogramme de poisson sec de qualité moyenne vaut environ 200 francs; c'est assez souligner que dans leur grande majorité les villageois ne recourrent au circuit commercial que pour compléter l'alimentation traditionnelle. En volume, l'importance des achats de denrées est encore restreinte; mais leur rôle nutritionnel est primordial, comme le démontre l'analyse détaillée de la structure des dépenses alimentaires.

--------oOo------

TABLEAU N° 23

DEPENSES ALIMENTAIRES PAR U.B.- DISTRIBUTION

	Pas de dépenses	0-499	500-999	1.000-1499	1.500-1.999	2.000-2.499	2.500-2.999	3.000-3.499	3.500-3.999	4.000-4.499	4.500-4.999	5.000-5.499	5.500-5.999	6.000-6.499	6.500-6.999	7.000-7.499	7.500-7.999	8.000-8.499	8.500-8.999	9.000 & +	TOTAL
MASSANGUI	13	23	21	12	3	3	1	1			2	1			3		2			1	86
KINGOUALA-KOLA	1	4	3	2	1	1	1		1		1										15
M'PILA			6	5	5	5	2	1				2									26
KIMBONGA		13	3																		16
N'TANDOU-KIMOUANDA		3	1	2	3			1													10
KIMPAMBOU-MAHAMBOU			1	2	1																4
KIMPAMBOU-LOUKELO		2	1	1	2	3															9
TOTAL VILLAGES VALLEE	1	22	15	12	12	9	3	2	1		1	2									80
TOTAL GENERAL	14	45	36	24	15	12	4	3	1		3	3			3		2			1	166

Graphique n° 12

DÉPENSES MENSUELLES ALIMENTAIRES PAR U.B.

DISTRIBUTION

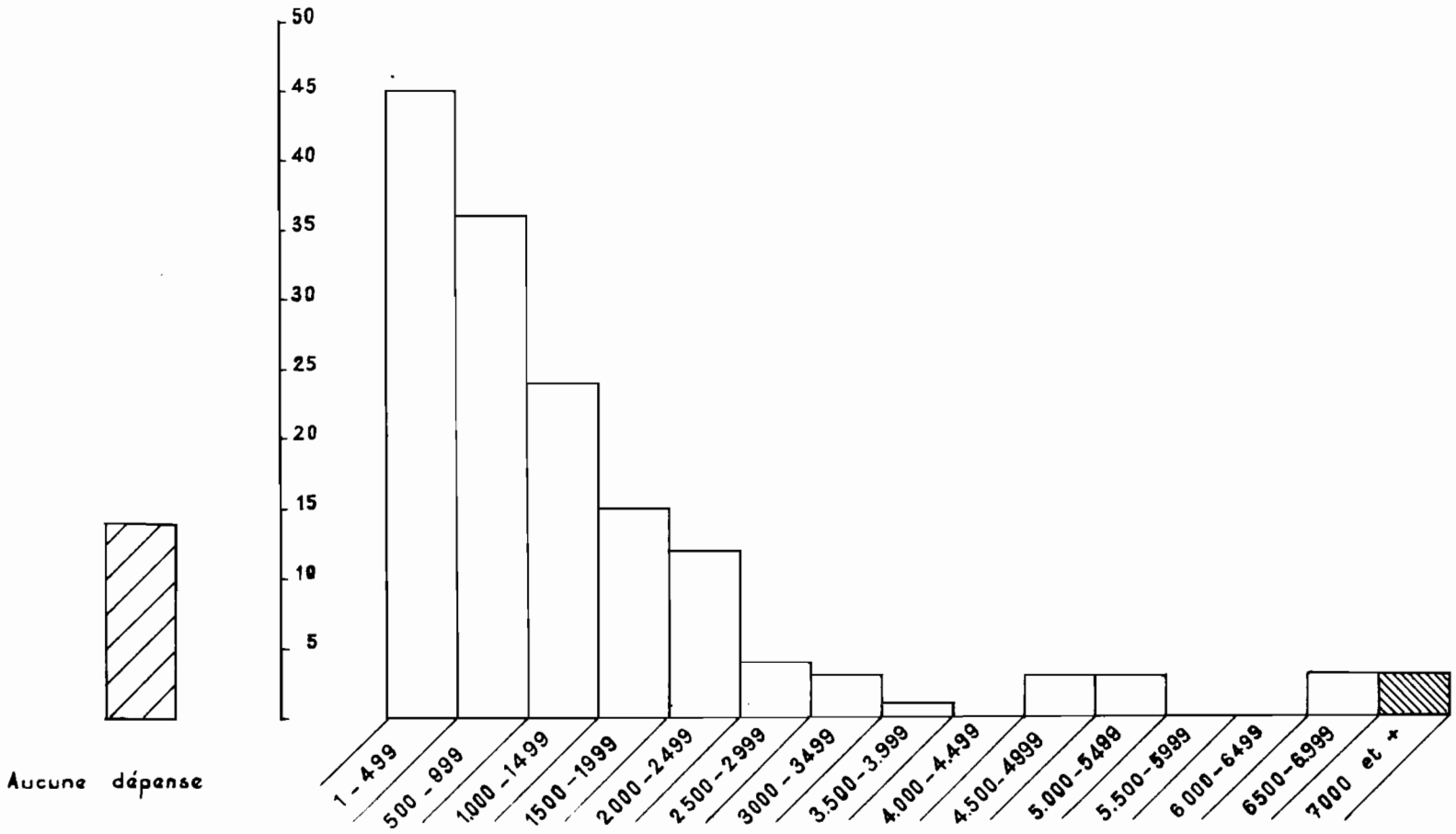


TABLEAU N° 24

DEPENSES ALIMENTAIRES PAR U.B.- DISTRIBUTION EN POURCENTAGE

	Pas de dépenses	0-499	500-999	1.000-1.499	1.500-1.999	2.000-2.499	2.500-2.999	3.000-3.499	3.500-3.999	4.000-4.499	4.500-4.999	5.000-5.499	5.500-5.999	6.000-6.499	6.500-6.999	7.000-7.499	7.500-7.999	8.000-8.499	8.500-8.999	9.000 & +	TOTAL
MASSANGUI	15,1	26,7	24,4	13,9	3,5	3,5	1,2	1,2			2,3	1,2			3,5		2,3			1,2	100
KINGOUALA-KOLA	6,7	26,6	20	13,2	6,7	6,7	6,7		6,7		6,7										100
M'PILA			23,1	19,2	19,2	19,2	7,7	3,9				7,7									100
KIMBONGA		81,3	18,2																		100
N'TANDOU-KIMOUANDA		30	10	20	30			10													100
KIMPAMBOU-MAHAMBOU			25	50	25																100
KIMPAMBOU-LOUKELO		22,2	11,1	11,1	22,2	33,4															100
TOTAL VILLAGES VALLEE	1,2	27,5	18,8	15	15	11,3	3,8	2,5	1,2		1,2	2,5									100
TOTAL GENERAL	8,5	27,1	21,7	14,5	9	7,2	2,4	1,8	0,6		1,8	1,8			1,8		1,2			0,6	100

TABLEAU N° 25

DEPENSES ALIMENTAIRES PAR PERSONNE - DISTRIBUTION EN POURCENTAGE

	Pas de dépenses	1-99	100-199	200-299	300-399	400-499	500-599	600-699	700-799	800-899	900-999	1000-1099	1100-1199	1200-1299	1300-1399	1400-1499	1500 & +	TOTAL
MASSANGUI	15,1	29,1	17,5	9,3	8,1	2,3		3,5	3,5	2,3			2,3	2,3			4,7	100
KINGOUALA-KOLA	6,7	13,3	26,7	13,3	13,3	6,7	13,3										6,7	100
M'PILA			11,5	19,2	19,2	15,4	11,5	7,7		7,7			3,9		3,9			100
KIMBONGA		87,5	12,5															100
N'TANDOU-KIMOUANDA		30	20	10						10	10	10			10			100
KIMPAMBOU-MAHAMBOU			50	50														100
KIMPAMBOU-LOUKELO		22,2	33,4	22,2	11,1		11,1											100
TOTAL VILLAGES VALLEE	1,2	26,3	20	15	10	6,3	7,6	2,5		3,8	1,2	1,2	1,2		2,5		1,2	100
TOTAL GENERAL	8,4	27,8	18,7	12	9,1	4,2	3,6	3	1,8	3	0,6	0,6	1,8	1,2	1,2		3	100

TABLEAU N° 26

DEPENSES ALIMENTAIRES PAR UNITE DE CONSOMMATION
DISTRIBUTION EN POURCENTAGE

	Pas de dépenses	0-99	100-199	200-299	300-399	400-499	500-599	600-699	700-799	800-899	900-999	1.000-1099	1100-1199	1200-1299	1300-1399	1400-1499	1500-& +	TOTAL
MASSANGUI	15,1	17,4	22,1	10,5	5,8	7	3,4	1,2	1,2	2,3	2,3	1,2	2,3	1,2	1,2		5,8	100
KINGOUALA-KOLA	6,7		33,3	13,3	6,7	13,3	13,3	6,7									6,7	100
M'PILA			3,8	7,7	19,3	11,6	3,8	23,1	11,6	3,8				7,7	3,8		3,8	100
KIMBONGA		62,5	37,5															100
N'TANDOU-KIMOUANDA		20	10	20			10					20	10		10			100
KIMPAMBOU-MAHAMBOU			25	25		50												
KIMPAMBOU-LOUKELO		11,1	22,3	22,2	11,1	11,1	11,1			11,1								100
TOTAL VILLAGES VALLEE	1,2	16,3	20	11,3	8,8	10	6,2	8,8	3,7	2,5		2,5	1,2	2,5	2,5		2,5	100
TOTAL GENERAL	8,4	16,9	21,1	10,9	7,3	8,4	4,8	4,8	2,4	2,4	1,2	1,8	1,8	1,8	1,8		4,2	100

TABLEAU N° 27

DEPENSES ALIMENTAIRES SELON QUE LES U.B. PERCOIVENT OU NE PERCOIVENT PAS UN SALAIRE - DISTRIBUTION

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Pas de dépenses	1-499	500-999	1.000-1.499	1.500-1.999	2.000-2.499	2.500-2.999	3.000-3.499	3.500-3.999	4.000-4.499	4.500-4.999	5.000-5.499	5.500-5.999	6.000-6.499	6.500-6.999	7.000-7.499	7.500-7.999	8.000-8.499	8.500-8.999	9.000 & +	TOTAL
MASSANGUI		1	3	5	2	1	1				1	1			3						18
VILLAGES DE LA VALLEE		2	2	3	3	2	1	1	1												15
TOTAL		3	5	8	5	3	2	1	1		1	1			3						33

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT AUCUN SALAIRE

MASSANGUI	13	22	18	7	1	2		1			1						2			1	68
VILLAGES DE LA VALLEE	1	20	13	9	9	7	2	1			1	2									65
TOTAL	14	42	31	16	10	9	2	2			2	2					2			1	133

TABLEAU N° 28

DEPENSES ALIMENTAIRES SELON QUE LES U.B. PERCOIVENT OU NE PERCOIVENT PAS UN SALAIRE - DISTRIBUTION EN %

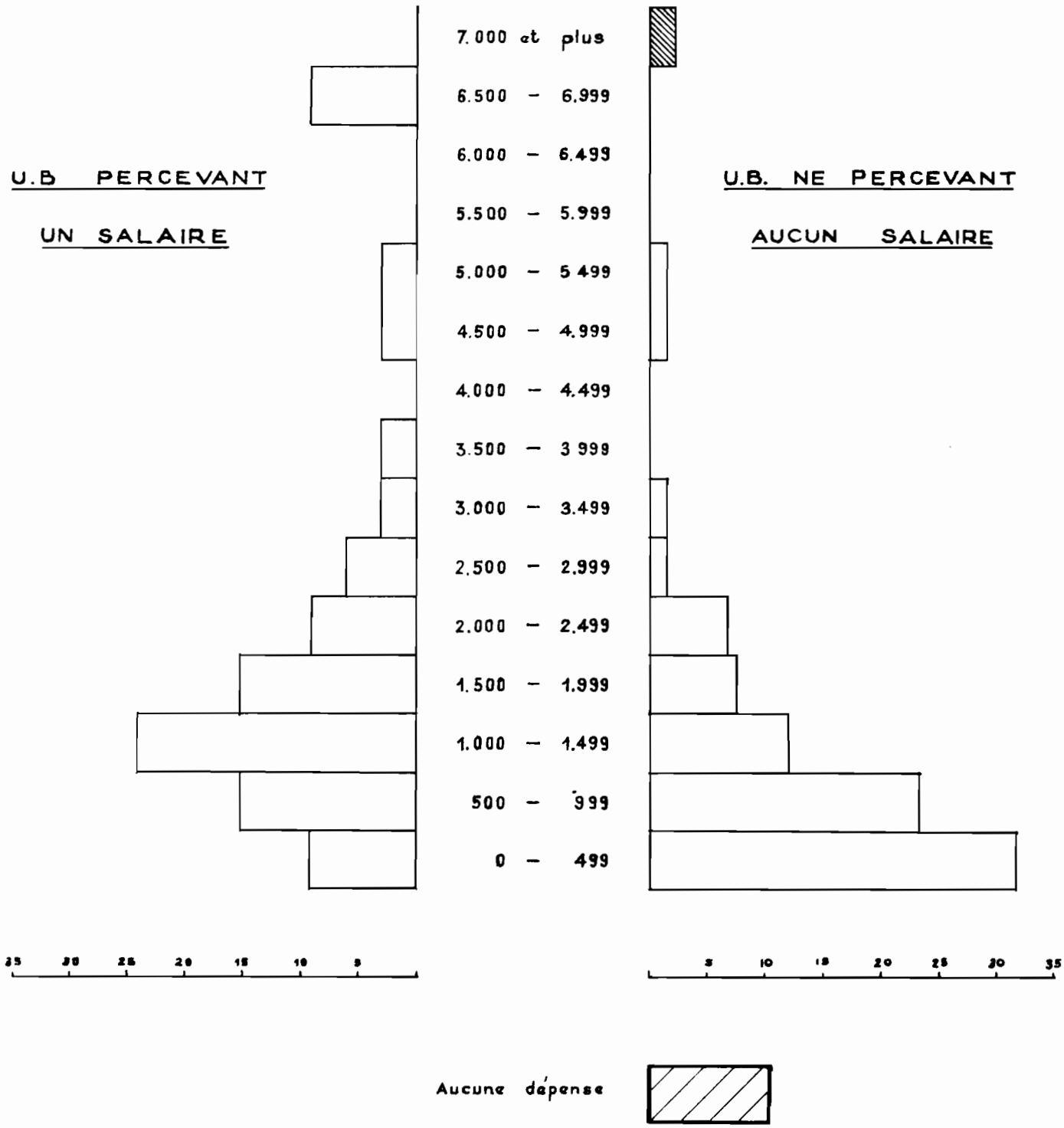
UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Pas de dépenses	1-499	500-999	1.000-1.499	1.500-1.999	2.000-2.499	2.500-2.999	3.000-3.499	3.500-3.999	4.000-4.499	4.500-4.999	5.000-5.499	5.500-5.999	6.000-6.499	6.500-6.999	7.000-7.499	7.500-7.999	8.000-8.499	8.500-8.999	9000 & +	TOTAL
MASSANGUI		5,6	16,6	27,7	11,1	5,6	5,6				5,6	5,6		16,6							100
VILLAGES DE LA VALLEE		13,3	13,3	20	20	13,3	6,7	6,7	6,7												100
TOTAL		9,1	15,2	24,2	15,2	9,1	6,1	3	3		3	3		9,1							100

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT AUCUN SALAIRE

MASSANGUI	19,1	32,3	26,5	10,3	1,5	2,9		1,5			1,5						2,9			1,5	100
VILLAGES DE LA VALLEE	1,5	30,9	20	13,8	[illegible]	10,8	3	1,5			1,5	3,1									100
TOTAL	[illegible]	31,6	23,[illegible]	[illegible]	7,5	6,8	1,5	1,5			1,5	1,5					1,5			0,8	100

DÉPENSES ALIMENTAIRES DES SALARIÉS ET DES AGRICULTEURS PAR U.B.



LA STRUCTURE DES DEPENSES ALIMENTAIRES

(tableaux N° 29,30,31; graphique N° 14)

L'importance relative de chaque produit dans les dépenses alimentaires

Le tableau permet d'établir la hiérarchie des dépenses alimentaires, classées par ordre d'importance décroissante :

1°) Boissons alcoolisées :	33 %	des dépenses
2°) Poisson, sous toutes les formes :	28,2 %	"
3°) Viande :	19,5 %	"
4°) Produits d'épicerie :	9,6 %	"
5°) Tubercules, fruits :	3,4 %	"
6°) Huile et Oléagineux :	2,8 %	"
7°) Boissons non alcoolisées :	1,7 %	"
8°) Pain :	1,4 %	"
9°) Lait et oeufs :	0,3 %	"

Les regroupements ou les distinctions que nous avons établies entre les divers types de produits alimentaires peuvent sembler arbitraires : il suffirait de répartir les produits dans des catégories différentes pour modifier ce classement. La répartition proposée ici n'a d'autre but que de mettre en valeur l'importance ou à l'inverse l'insignifiance de tel ou tel produit dans les budgets. Ainsi, les achats de viande et de poisson, présentés sous une rubrique commune, représenteraient une part des dépenses alimentaires supérieure à celle des boissons alcoolisées.

De toute manière la hiérarchie des dépenses alimentaires n'est pas exactement la même à Massangui et dans les villages de la Vallée comme nous allons le constater en étudiant de manière plus détaillée la place de chaque type de produit dans les dépenses alimentaires.

I - LES BOISSONS ALCOOLISEES :

Les boissons alcoolisées tiennent la première place dans les budgets de Massangui (42,6 % de dépenses alimentaires), la deuxième dans les budgets des villages de Vallée (22,1 % en moyenne; de 11,1 % à Ntandou Kimouanda, à 29,7 % à Kingouala Kola). L'importance relative des achats d'alcool sous toutes ses formes varie donc dans de fortes proportions selon les villages. Elle n'est pas inversement proportionnelle au volume de la production locale d'alcool. Des 7 villages étudiés Massangui était à la fois, par tête d'habitant, le plus gros producteur de vin de palme et le plus gros acheteur de boissons alcoolisées importées.

Les conséquences économiques et sociale de la consommation d'alcool, très élevée eu égard au niveau des revenus, justifie une analyse plus approfondie, d'autant que tous les observateurs, préfets, sous-préfets, médecins, chefs de poste de gendarmerie, s'accordent à penser qu'elle augmente sans cesse.

Sous quelles formes consomme-t-on de l'alcool, qui le consomme, et en quelle quantité, telles sont les questions auxquelles nous allons tenter d'apporter quelques éléments de réponse.

Les produits consommés :

Il est indispensable de distinguer entre les boissons alcoolisées de fabrication locale et les boissons alcoolisées importées : ce sont deux types de consommation dont les conséquences sanitaires et surtout économiques ne sont pas de même nature ou n'ont pas la même importance.

1°) Les boissons alcoolisées importées :

Si l'on exclut les alcools tels que le whisky, qui ne sont achetés de manière habituelle que par les Européens ou une bourgeoisie africaine relativement aisée (fonctionnaires), le vin rouge ordinaire et la bière constituent la quasi totalité des boissons alcoolisées importées et vendues en brousse. On en trouve dans presque toutes les boutiques, conditionnés en bouteilles de 66 cl. Il en existe d'assez nombreuses marques, mais quelques-unes seulement ont la faveur du public. Ainsi, lors de l'enquête, la mode était au Sovinco et à la bière Kronenbourg : les autres marques se vendaient plus difficilement, même lorsqu'elles bénéficiaient d'un prix de lancement relativement avantageux. En ce qui concerne plus précisément la bière, la bière fabriquée au Congo, moins chère mais moins alcoolisée, n'obtient aucun succès, les consommateurs n'achetant que des bières de marque étrangère. Il faut y voir, outre une question de goût, l'effet d'un certain snobisme, mais également une exigence de qualité (assimilée ici à la teneur en alcool) qui caractérise depuis quelques années l'évolution de la consommation dans les divers domaines.

2°) Boissons alcoolisées de production locale :

Comme boissons alcoolisées produites sur place, on trouve essentiellement les vins, vin de palme (1), vin de canne, vin d'orange, et

---

(1) Outre le vin de palme proprement dit, qui est la sève fermentée de l'Elaeis, il existe un "vin de bambou" qui est la sève fermentée du palmier-bambou.

les alcools, obtenus par distillation soit des vins de palme ou de canne, soit de liquides fermentés à base de manioc ou de maïs.

Le vin de palme (malafou) est récolté surtout en saison sèche parce qu'il est alors plus concentré, donc plus savoureux. Pauvre en degrés-alcool, sa consommation n'est pas nuisible à la santé, du moins tant qu'elle demeure cantonnée dans des limités raisonnables (1,5 l. par jour ?). De plus il est un produit riche en vitamines A.

Le vin de canne (unguila) n'est que le jus qu'on laisse fermenter, de la canne à sucre. On l'obtient par pression dans une installation sommaire : un tronc évidé, dans lequel sont placés les morceaux de canne que vient écraser une barre de bois faisant levier. Sensiblement plus alcoolisé, il enivre beaucoup plus rapidement que le vin de palme.

Dans la Vallée, la production et le commerce (prohibé) de l'unguila semblent se développer chaque année davantage, malgré les amendes infligées périodiquement aux fabricants pris en flagrant délit.

Le vin d'orange connaît dans la Vallée une vogue croissante. Sa fabrication ne nécessite que des agrumes (oranges ou pamplemousses), du sucre en grande quantité, et les dames-jeannes dans lesquelles on laisse fermenter durant plusieurs semaines le jus additionné de sucre. Très alcoolisé, le produit obtenu est vendu 100 frs le litre. Dans presque tous les villages, lors de l'enquête, des hommes et des femmes ont préparé du vin d'orange à partir des agrumes provenant de leurs plantations et de sucre achetés en demi-gros à la SIAN. Cette production plus ou moins clandestine apparaît ainsi dans les budgets familiaux par les achats de sucre qu'elle nécessite. Il est d'ailleurs difficile de savoir par avance si cette sortie d'argent correspond à un achat pour revente future, ou à une consommation différée ; mais les villageois vendent généralement la majeure partie de leur production.

L'essor de la consommation du vin d'orange a été momentanément entravé par les bruits qu'ont fait courir à son sujet des producteurs de vin de palme et de vin de canne : craignant la concurrence du nouveau produit, ils laissaient entendre que sa consommation entraînait pour l'organisme des conséquences graves. Les craintes sont maintenant levées, et la consommation du vin d'orange se développe très rapidement; elle a toutefois un caractère saisonnier puisqu'elle est étroitement liée à la production des agrumes, limitée à la saison sèche; mais par rapport à celle-ci, elle est décalée de plusieurs mois : les paysans préparent en août le vin qu'ils boiront ou vendront à l'occasion des fêtes de fin d'année.

Par distillation du vin de palme ou de canne on obtient les alcools correspondants; toutefois si la distillation clandestine du vin de canne semble assez répandue, celle du vin de palme semble au contraire plutôt rare. Ici encore l'outillage du bouilleur de cru est sommaire : la pièce maîtresse de l'alambic est le plus souvent un canon de fusil faisant office de serpentin. L'installation est complétée par une marmite ou une touque et des chiffons. On fabrique de la même manière les alcools de maïs (1) ou de manioc (ou les deux mélangés). La qualité des produits obtenus laisse évidemment à désirer et sont certainement plus nocifs encore pour l'organisme que les alcools importés.

3°) Caractères de la consommation de boissons alcoolisées dans le Niari :

Au point de vue économique on ne saurait assimiler les boissons de production locale et celles qui sont importées ou produites au Congo par des entreprises industrielles : la consommation de vin de palme ou d'alcool de maïs, par exemple, est le plus souvent une autoconsommation; la consommation de bière étrangère, de vin rouge ou de rhum

---

(1) Les habitants du Niari l'appellent "Boganda", du nom du premier président de la R.C.A. Ce sont en effet des tirailleurs venus du Nord qui auraient appris aux populations du Niari à fabriquer ces alcools.

oblige au contraire à faire appel au circuit commercial et monétaire, à sortir du cercle de l'autosubsistance; elle représente une dépense dont l'incidence sur les budgets de famille est d'autant plus lourde que les revenus, en milieu coutumier, sont relativement bas. Une bouteille de vin ou de bière de 66 cl. qui coûte 130 à 135 frs représente 0,25 % du revenu moyen annuel par unité budgétaire des paysans de la Vallée, 0,15 % du revenu annuel moyen du salarié.

Par suite il est aisé de comprendre pourquoi la consommation de boissons d'importation affecte surtout les postes administratifs et les centres, où se trouvent les points de vente, où sont rassemblés fonctionnaires et salariés du secteur privé, tandis que des ruraux se contentent plus facilement, sauf lors des marchés agricoles ou de circonstances exceptionnelles, de boissons de production locale.

Les relevés quotidiens de dépenses prouvent même qu'à revenu égal le villageois agriculteur dépense en boissons alcoolisées une proportion plus faible de son revenu, comme nous le constaterons par la suite.

Plusieurs explications se présentent à l'esprit dont les deux principales nous semblent être d'une part l'étalement dans le temps des versements que perçoivent les salariés, qui sont autant d'occasions de dépenses en boissons, et d'autre part la tentation permanente à laquelle ils sont soumis puisqu'ils habitent ou travaillent en général à proximité de boutiques qui presque toutes vendent bière et vin. Enfin intervient la fabrication familiale d'alcool dans les populations rurales.

La part des dépenses consacrées à ces boissons est donc plus importante dans les budgets des salariés que dans ceux des villageois qui ne disposent que de revenus agricoles. De toute manière elle est élevée... quels sont les autres caractères de la consommation d'alcool, sous ces différentes formes ?

Elle est d'une part une consommation à caractère social; d'autre part, et ceci est en partie la conséquence de cela, elle est irrégu-

lière :

- elle a un caractère social : il est révélateur à cet égard que les fêtes familiales, les circonstances exceptionnelles, s'accompagnent obligatoirement d'une forte consommation de boissons alcoolisées : les visites du prétendant à son futur beau-père, le versement de la dot, une levée de deuil, ne se conçoivent pas sans alcool. Dans toutes les transactions où le paiement en nature a continué d'être pratiqué en tout ou partie, et particulièrement dans les prestations matrimoniales, les boissons alcoolisées ont une place de choix car leur valeur n'est pas seulement d'ordre économique mais social. Leur rôle n'est pas tant d'exécuter une obligation de paiement, de libérer d'une dette, mais de sceller un accord, de manifester l'harmonie des volontés et la joie qu'en éprouvent les personnes : la jeune fille demandée en mariage s'engage "en buvant le vin" qu'offre le prétendant (ce geste marque, officialise en quelque sorte les fiançailles); l'évolution des discussions entre les deux familles qui déterminent en particulier le montant de la dot, nécessite d'abondantes libations aux frais du jeune homme et de sa famille. Mais en dehors de ces évènements dont le caractère social est évident, d'autres relations qui nous paraissent d'ordre plus strictement économique, du moment qu'elles sont la source de rapports interpersonnels, donnent lieu presque automatiquement à des "cadeaux" de boissons alcoolisées : l'artisan qui a achevé sa tâche ou livré un objet est presque toujours gratifié, outre le paiement en argent ou en nature, d'une ou plusieurs bouteilles ou dames-jeannes de vin, selon l'importance du travail effectué; le maçon par exemple reçoit souvent une dame-jeanne de vin rouge ou une bouteille de rhum... cette prestation en nature, bien que baptisée "cadeau" est spécifiée lors de la commande tout comme la quantité de boissons alcoolisées entrant dans la composition de la dot est fixée lors des discussions entre familles. Bien qu'en réalité elles fassent partie du prix des services ou des biens, les boissons alcoolisées en sont un élément privilégié : elles symbolisent en quelque sorte l'élément social ou interpersonnel des relations d'ordre économique.

On conçoit leur importance dans une société où il n'existe de rapports purement économiques qu'avec la boutique européenne ou l'acheteur officiel des produits agricoles, mais assurément pas entre les membres du groupe traditionnel dont les relations sont tout à la fois comme partout en Afrique, économiques, sociales et religieuses.

La fonction sociale de la consommation de boissons alcoolisées serait encore soulignée, s'il était nécessaire, par la pratique généralisée du contre-don : on se doit de rendre au moins autant que ce qu'on a reçu; d'où un entraînement mutuel à consommer, une réciprocité d'obligations dont il n'est pas possible de se dégager. Qu'un ami ou un ancien vous invite à boire une bouteille de vin, il vous faudra en offrir une à votre tour, même si vous réserviez votre argent à d'autres dépenses. Dans le cas des salariés, surtout, le rôle de cette incitation à la consommation de boissons alcoolisées ne saurait être sous estimé.

- le caractère social de la consommation d'alcool, le plus souvent liée, nous l'avons vu, à des événements ou circonstances inhabituelles, explique qu'elle soit irrégulière, ainsi que l'attestent toutes les observations, au moins en ce qui concerne les villageois. Il faut également tenir compte de ce que ceux-ci ne tirent en général des ressources monétaires que de la vente des produits du sol, à certaines périodes déterminées de l'année.

Par contre certains salariés achètent de l'alcool, sinon très fréquemment, du moins périodiquement, les jours de paye en général (il n'est pas rare de voir dépenser de cette manière la moitié du salaire). Les fonctionnaires semblent les plus menacés, du fait de la régularité même de leur solde, et de son montant en général relativement élevé, par l'alcoolisme chronique(1). Celui-ci, au dire des mé-

---

(1) Assurés de ressources régulières, certains fonctionnaires n'hésitent pas à s'endetter lourdement en "bon pour" représentant le plus souvent des achats d'alcool.

decins, est encore rare chez les travailleurs dont les moyens financiers sont plus limités et subissent les aléas du marché du travail.

4°) Les conséquences de la consommation de boissons alcoolisées

Parmi les conséquences, sanitaires ou économiques, de la forte consommation d'alcool, les secondes semblent l'emporter, pour l'instant tout au moins. On ne peut manquer d'être surpris qu'une partie importante de revenus médiocres soit consacrée à une dépense dont l'inutilité et même la nocivité sont évidentes.

Ce ne serait qu'un demi mal s'il ne s'agissait que d'acheter des boissons alcoolisées de fabrication locale : vin de palme ou même vin de canne (dont la vente est actuellement interdite), car la portion correspondante de la masse monétaire affectée à cet usage resterait dans le Niari et en milieu coutumier. Tout au plus observerait-on probablement une concentration géographique des ressources monétaires dont on rencontre déjà quelques exemples : des villages qui par leurs avantages naturels et le travail de leurs habitants produisent plus de vin que n'en requiert l'autoconsommation s'enrichissent aux dépens d'autres villages moins favorisés et surtout aux dépens des salariés. Nous pensons particulièrement à tel village de la région de Le Briz dont la prospérité tirée de cette activité a particulièrement profité à l'amélioration de l'habitat : la moitié des cases sont en briques cuites et couvertes de tôles ondulées. Il y a dans ce cas transfert d'argent mais non pas perte (1); tandis que les quelques 30 à 40 % du chiffre d'affaires des magasins européens que représentent les ventes de vin et de bière (2) quittent définitivement le circuit économique local (3)(sinon pour revenir à nouveau sous forme de boissons alcoolisées). Cette fuite d'une partie des moyens monétaires trop rares re-

---

(1)De plus les boissons alcoolisées traditionnelles sont moins chères: 20 à 40 frs le litre de vin de palme par exemple.
(2)Ce pourcentage est une évaluation des commerçants eux-mêmes.
(3)d'autant plus que la part de boissons alcoolisées vendues dans le Niari par des commerçants congolais propriétaires de leur boutique est insignifiante. En effet ces Africains propriétaires sont peu nombreux et leur chiffre d'affaires est en général de l'ordre de 30 à 40.000 frs par mois,10 fois plus faible en moyenne que celui des boutiques européen-

.../...

présente pour le Niari une destruction de richesses.

Dans la perspective d'un développement économique et social de cette région, il faudrait s'efforcer de retenir sur place les modestes ressources financières existantes - on n'ose parler de "capitaux" - avant même d'étudier les moyens de les accroître.

Ceci suppose une politique d'orientation de la commercialisation et de la consommation, ou d'incitation à l'épargne, certainement ardue à mettre en oeuvre mais indispensable. Il est en tout cas paradoxal que dans une région où presque tout reste à faire le circuit commercial le mieux organisé, dont le réseau et l'approvisionnement sont particulièrement denses et réguliers, soit celui des produits les plus inutiles, les plus nocifs économiquement (1).

Est-il possible d'aiguiller vers l'achat de biens de production ou tout au moins de biens utiles l'argent gaspillé en achats de boissons importées ? En l'état actuel de l'organisation du commerce, qui est libérale, il ne le semble pas. Il est illusoire d'escompter une diminution de la consommation d'alcool importé tant que la moindre boutique de brousse proposera à ses clients du vin ou de la bière, alors qu'elle est par ailleurs très mal achalandée.

On peut imaginer plusieurs méthodes pour tenter d'abaisser le pourcentage des dépenses d'alcool dans les budgets familiaux :

a) Elargir le choix des articles et des produits proposés aux consommateurs; mais si les boutiques africaines sont mal approvisionnées,

---

(suite de la page précédente)

nes tenues par un gérant Africain et 50 à 80 fois plus faible que celui de magasins européens gérés par des Européens.

(1) En ce sens, mieux vaudrait libérer la vente de vin de canne, d'autant que son interdiction aboutit à accroître la consommation de vin importé.

les magasins européens des postes administratifs sont en général bien achalandés : on y trouve la plupart du temps, outre les produits de base, des outils, des postes à transistors, des bicyclettes, bref des biens qui pourraient concurrencer dans les désirs du consommateur les boissons alcoolisées; or on ne constate pas dans ces centres une moindre consommation d'alcool, qui vient là comme ailleurs en tête des produits vendus. Il est vrai que l'achat de biens manufacturés représente une dépense plus importante, qui suppose une certaine épargne, même si la vente à tempérament met en possession l'acheteur avant qu'il n'ait payé l'intégralité du prix. Tandis qu'une bouteille de vin ne coûte que 130 frs et apporte une satisfaction immédiate.

Quant à l'achat par les paysans du Niari de petit matériel agricole, actuellement presque inexistant en dehors des matchettes et des houes, il sera difficile de le provoquer tant que le poids des principaux travaux agricoles continuera de peser sur la femme. L'homme préfère satisfaire des besoins personnels et même s'acheter le superflu plutôt que de faciliter la tâche de son épouse en lui procurant du petit équipement. Il ne faut pas seulement y voir une manifestation d'égoïsme masculin mais une conséquence logique de la séparation tranchée des droits et obligations de chaque sexe vis-à-vis de l'autre (la femme devant nourrir le mari), ainsi que de la séparation des patrimoines : puisque la femme conserve le bénéfice qu'elle tire de la vente de ses produits, pourquoi l'homme consacrerait-il ses propres revenus à augmenter le patrimoine de sa femme, c'est-à-dire, en définitive, le patrimoine de sa belle-famille ?

Toutefois,si la séparation coutumière des patrimoines demeure théoriquement fondamentale, les revenus agricoles provenant des cultures de la femme sont de plus en plus souvent conservés et dépensés en tout ou partie par l'homme, à charge pour lui de vêtir, d'entretenir et de procurer des ustensiles et des outils à son épouse. Et pourtant, en dépit de cette confusion croissante des intérêts pécuniaires du mari et de la femme, il semble que l'homme ait conservé les réactions que

justifiait autrefois la séparation effective et intégrale des patrimoines : il ne songe pas encore à procurer à la femme l'équipement qui améliorerait les revenus du ménage, que le mari, pour l'essentiel, détourne à son profit.

Ces considérations expliquent par exemple les raisons pour lesquelles presque personne n'achète le petit matériel bon marché(1) destiné au traitement des arachides, qu'a mis au point l'I.R.H.O.(2).

Ce sont surtout les femmes qui cultivent l'arachide et ce n'est évidemment pas sur le sexe le moins ouvert au progrès - ne serait-ce que parce qu'il est encore le moins instruit - qu'il faut compter pour moderniser les pratiques agricoles.

Les hommes eux-mêmes n'achètent pas les outils qui faciliteraient leur tâche, amélioreraient leurs plantations et augmenteraient le rendement.

A titre d'exemple, parce que le planteur ne se procurent pas de sécateur, les caféiers du Niari forestier ne sont pas taillés, si ce n'est lorsque les services de l'agriculture se chargent de l'opération.

b) Augmenter les prix des boissons importées (taxation plus sévère) et amener au trésor public, pour des dépenses qui pourraient être d'investissement, une partie des sommes dépensées de façon stérile par la population. Mais là encore, à supposer que cette fiscalité sélective soit possible dans le cadre de l'U.D.E.A.C., l'expérience passée incite au scepticisme. Le prix des boissons alcoolisées a beaucoup augmenté ces dernières années, sans entraîner une baisse du volume des ventes. Au contraire, dans beaucoup de secteurs, celui-ci s'est accru malgré la hausse des prix (3).

---

(1) Une laveuse artisanale coûte entre 10 et 15.000 francs CFA.
(2) Institut de Recherches pour les Huiles et Oléagineux.
(3) Il faut tenir compte évidemment de la croissance corrélative des revenus.

c) Supprimer ou limiter très étroitement la vente des boissons alcoolisées étrangères : solution draconienne mais qui serait sans doute la seule efficace. L'action sur le commerçant, d'ordre réglementaire, est beaucoup plus aisée que l'action sur le consommateur, qui est nécessairement d'ordre psychologique, doit être soutenue, et ne peut avoir de résultat qu'à long terme. Toutefois, outre l'atteinte qu'elle porterait à certains intérêts privés qui peuvent être respectables,une telle mesure risquerait de comporter de sérieux inconvénients pour le consommateur lui-même; privés de la principale source de bénéfices, les commerçants seraient tentés d'abandonner en plus grand nombre le commerce de détail en brousse, où il est déjà insuffisant. Il ne faut pas perdre de vue que les magasins européens sont actuellement les seuls bien achalandés; par les besoins nouveaux qu'ils suscitent en exposant leurs marchandises ils constituent une incitation au travail et provoquent un accroissement de la production de produits agricoles exportables.

d) Eduquer le consommateur : elle est, nous l'avons dit, la méthode la plus ingrate, celle dont le résultat se fera longtemps attendre. On peut concevoir une action des moniteurs et des instituteurs, des campagnes radiophoniques, faire appel au civisme des jeunes en expliquant de manière simple qu'un pays en volonté de développement ne peut consacrer ses trop rares ressources financières concurremment à l'achat d'alcool étranger et aux nécessités du développement. Ces moyens qui, à long terme, ne peuvent avoir de toute façon que d'heureux effets et ne doivent donc pas être négligés, sont toutefois insuffisants si l'on estime que le gaspillage des revenus appelle une intervention rapide.

II - LES ACHATS DE POISSON

Second poste de dépenses par ordre d'importance : le poisson. Sa consommation, surtout importante dans la Vallée où elle semble s'accroître d'année en année, revêt des formes variées. Mais avant d'examiner celles-ci, il convient d'insister sur le pourcentage élevé des achats de poisson dans les dépenses alimentaires : près de 20 % à Massangui où la consommation de viande est toutefois plus importante que la consommation de poisson, 40 % dans l'ensemble des villages de la Vallée où la consommation de viande est, en valeur, deux fois moins importante que la consommation de poisson.

En valeur absolue ces 20 % et 40 % représentent approximativement 300 et 400 frs, ou encore 2 kg de poisson sec ou 4 kg de poisson frais. Ici encore des valeurs relatives importantes dissimulent des valeurs absolues faibles, un niveau de consommation réel peu élevé, conséquence de la modicité du revenu global.

Dans la Vallée la place des achats de poisson dans les budgets diffère peu d'un village à l'autre : les valeurs extrêmes (N'Tandou-Kimouanda et Kimbonga) sont respectivement 33,5 % et 45,2 % du total des dépenses alimentaires.

Quelles sortes de poisson consomme-t-on et sous quelles formes ?

Le poisson de mer tient dans l'alimentation une place beaucoup plus importante que le poisson d'eau douce. Voici, pour les différents villages, le pourcentage respectif de chacun dans la consommation totale de poisson (en valeur) :

.../...

	Poisson dulcaquicole	Poisson de mer
Massangui :	37,5	62,5
Kingouala-Kola :.....	/	100 %
M'Pila :	4	86
Kimbonga :	7	93
N'Tandou-Kimouanda :.....	5,9	94,1
Kimpambou-Mahambou :.....	/	100
Kimpambou-Loukelo :	2	98
Total villages Vallée :...	8,5	91,5
Total général :	18,6	81,4

On le voit, parmi les villages qui ont fait l'objet de l'enquête, le rôle du poisson d'eau douce dans l'alimentation n'est vraiment important qu'à Massangui, où le poisson de mer frais ne parvient qu'irrégulièrement; ce poisson dulcaquicole est pêché dans le Niari et ses affluents.

Pourquoi les riverains du Niari ne pêchent-ils pas davantage ? Parmi les activités traditionnelles, la pêche tient une place mineure. Elle est si peu pratiquée, quelques rares pêcheurs professionnels exceptés, qu'on hésite même à la qualifier d'activité "traditionnelle". Le rapprochement avec la chasse s'impose : les paysans du Niari continuent de pourchasser un gibier devenu très rare, mais il ne se livrent qu'exceptionnellement à la pêche. Affirmer que "ce ne sont pas des populations de pêcheurs" c'est constater une situation, mais non pas fournir une explication que, pour notre part, nous serions bien en peine d'avancer. Soulignons simplement que ce n'est pas une affaire de goûts alimentaires; tous les villageois que nous avons interrogés sur ce point ont affirmé préférer le poisson de rivière au poisson de mer. Le poisson d'eau douce coûte d'ailleurs beaucoup plus cher.

Il suffit pour l'instant de souligner l'existence de ce problème, qu'il pourrait être profitable d'approfondir dans la perspective de création de villages-pilotes à proximité du fleuve, dans la zone d'influence de Jacob. Une pêche plus active améliorerait l'alimentation et serait une source de revenus appréciable : la population salariée de Jacob, dont les préférences vont au poisson d'eau douce malgré son coût plus élevé constitue un vaste débouché potentiel. La préférence des consommateurs pour le poisson d'eau douce est une garantie contre la mévente : un marché saturé en poisson de mer demeure ouvert au poisson de rivière : dans les goûts de l'acheteur les deux produits ne sont pas substituables. Le seul avantage reconnu au poisson de mer est son prix inférieur; dans une hypothèse d'amélioration progressive des revenus, le handicap infligé au poisson d'eau douce, plus coûteux, s'amenuisera.

Qu'il soit d'eau douce ou de mer, le poisson est commercialisé et consommé sous trois formes : frais, salé-séché, ou fumé. Le poisson de rivière est généralement consommé frais, sauf certaines espèces, normalement commercialisées après fumage. Le village Malengué, entre Loudima et Kimongo,s'est ainsi spécialisé dans la confection des brochettes de petits silures. Très mal desservi par une piste à peine praticable, éloigné de tout centre, il ne peut écouler de produits agricoles volumineux, tels que les arachides, et tire l'essentiel de ses revenus monétaires de la vente sur les marchés de Loudima et Kimongo de ces petits poissons séchés ou fumés.

D'une façon générale, le fumage est sommaire, effectué trop rapidement à température trop élevée; le produit final est cuit autant que fumé, insuffisamment déshydraté. Sa durée de conservation est brève, à moins que, stocké sur une claie suspendue au-dessus du foyer familial, il subisse en quelque sorte un fumage permanent.

En valeur, le poisson fumé ne représente environ que 10 % des achats de poisson de mer. Par contre l'importance respective de la consommation de poisson de mer frais ou salé-séché varie selon les villages et surtout en fonction de l'éloignement des villages par rap-

port à la gare la plus proche. En effet les marchés des gares de la Vallée sont maintenant approvisionnés régulièrement et abondamment en poisson expédié de Pointe-Noire ou acheté à Pointe-Noire par de petits commerçants indépendants qui effectuent chaque fois le déplacement et accompagnent leur marchandise. Le marché de Jacob est particulièrement bien achalandé; aussi est-il fréquenté par les villageois des environs qui s'y rendent à pied, ou, de plus en plus, à bicyclette. Certains achètent des quantités assez importantes, pour éviter les déplacements trop fréquents; ce qui n'est pas consommé frais est fumé au village pour être mangé dans les jours qui suivent.

Les paysans du Niari préfèrent le poisson frais au poisson sec; aussi la part du poisson frais dans la consommation générale de poisson s'accroît-elle quand les moyens de transport s'améliorent et lorsque le réseau de commercialisation s'étend. Les achats de stockfish représentent 82,5 % des achats de poisson de mer à Kimbonga, village éloigné de Jacob, 70 % à Mpila, éloigné mais proche de la route fédérale, mais 12,8 % à Kimpambou-Mahambou et 9 % seulement à Kimpambou-Loukelo, tous deux proches de Jacob.

Seuls se vendent les bonnes qualités (gros poisson : corbine d'Angola, capitaine de Mauritanie, morue de France, hacke d'Afrique du Sud etc). Les préférences régionales sont marquées : en général le capitaine se vend mieux en savane, tandis que le poisson salé est préféré dans certaines zones forestières.

En conclusion, soulignons les multiples avantages de l'importance croissante du poisson dans l'alimentation, et surtout du poisson frais:

- <u>avantage d'ordre nutritionnel</u> d'abord : le poisson, relativement bon marché, complète très heureusement un régime alimentaire traditionnellement déficitaire en protides animaux. De ce point de vue, la Vallée du Niari, traversée dans toute sa longueur par une voie ferrée grâce à laquelle se répandent les produits de la pêche ponténégrine, jouit d'une position privilégiée que de nombreuses régions d'Afri-

que pourraient lui envier.

- avantage d'ordre financier, pour le pays : la consommation de poisson frais correspond à une économie de devises, dans la mesure où elle se substitue à la consommation de poisson sec ou salé importé de Mauritanie, d'Angola, d'Afrique du Sud ou de France.

III - LES ACHATS DE VIANDE

Les achats de viande sous toutes ses formes (gibier, frais ou fumé, volaille, mais surtout viande de boeuf et viande de porc), constituent par ordre d'importance le troisième poste des budgets alimentaires dans la Vallée, mais le second à Massangui, avant le poisson.

Massangui est en effet mieux approvisionné en gibier que les villages de la Vallée; d'autre part et surtout la consommation de la viande de parc y est fort élevée; enfin il bénéficie des abattages réguliers, par la SAFEL toute proche, de boeufs dont la viande est commercialisée à un prix avantageux.

Toute proportion gardée, la situation est la même à M'Pila, dont le Chef possède un troupeau : à l'occasion des fêtes de l'Indépendance par exemple une bête a été tuée, et les morceaux vendus aux villageois. La part des achats de viande dans les budgets alimentaires de M'Pila au mois d'Août (20,9 %), très supérieure à son niveau moyen dans les autres villages de la Vallée, est pour partie exceptionnelle.

Mais justement elle est significative du caractère encore exceptionnel de la consommation de viande, denrée chère, denrée enviée, qui ne figure en quantité appréciable au repas des moins fortunés que les jours de fête et plus particulièrement les jours de fêtes familiales (retraits de deuil). Ce n'est que dans les foyers appartenant aux

tranches supérieures de revenus que la viande devient produit de consommation courante. C'est d'ailleurs ce qui explique l'anomalie apparente du tableau 32, qui fait apparaître une consommation de viande par unité budgétaire supérieure dans la catégorie des non salariés, dont font partie les budgets les plus importants.

Quelle sorte de viande achète-t-on ?

- A Massangui, la viande de porc représente 63,6 % des achats de viande, le boeuf 14,2 %, le mouton ou le cabri 8,3 %, les volailles 6,6 %, le gibier 11,2 %.

Dans les villages de la vallée, la viande de boeuf représente 63,6 % des achats de viande, les volailles 8 %, le porc 4,3 %, le mouton et le cabri 1,4 et le gibier 6,9 %.

Soulignons qu'il ne s'agit là bien entendu que des achats, auxquels il faut ajouter l'autoconsommation. Examinée sous cet aspect nutritionnel et non plus budgétaire, la part des volailles et du gibier dans la consommation des produits carnés s'avèrerait à coup sûr plus considérable.

La préférence accordée au porc par les Kengué de Massangui, au boeuf par les Kamba de la vallée, s'explique tant par les goûts alimentaires respectifs des deux populations que par la structure de l'offre sur les marchés de ces régions.

IV - LES ACHATS DE PRODUITS D'EPICERIE ET DE CONSERVES

Ils représentent globalement 8,3 % des achats de produits alimentaires à Massangui, 11 % dans la vallée, venant dans ces deux zones à la quatrième place des dépenses classées par ordre d'importance dé-

croissante.

Dans la vallée la situation diffère sensiblement de village à village puisqu'ils représentent 5,9 % des achats alimentaires à M'Pila, mais 28 % à Kimbonga.

Si l'on entre dans le détail, on constate que la gamme des denrées à volume de vente notable est assez restreinte : Ce sont essentiellement les conserves de poisson (sardines, pilchards), les conserves de viande (corned beef), le riz, le sucre, le sel dont la consommation peut être considérée comme incompressible ou du moins fort peu élastique, et enfin, un peu de thé et de café, quelques biscuits et friandises. Il s'agit donc de produits de base, ceux que l'on trouve dans presque toutes les boutiques.

Voici, pour Massangui, à titre d'exemple la part de chacune de ces denrées dans l'ensemble des achats de produits d'épicerie :

Conserves de poisson	38,1 %
Conserves de viande	14,8 %
Riz	24,6 %
Sucre	13,5 %
Thé - Café	6,1 %
Sel	2,4 %
Divers	0,5 %
TOTAL	100 %

La répartition est sensiblement la même dans la vallée, si ce n'est que les achats de riz tiennent dans les dépenses une plus grande place. Le riz est de plus en plus apprécié des consommateurs, surtout dans les centres extra-coutumiers, au point que les commerçants éprou-

vent parfois des difficultés à satisfaire une demande croissante (ruptures de stock).

En résumé, si l'on excepte le sel, les denrées importées ne sont pour les paysans du Niari que des produits de complément, dont la consommation est le plus souvent occasionnelle. Leur coût, comparé au revenu agricole moyen, est d'ailleurs très élevé. A cet égard la situation dans les villages n'est pas comparable à celle des centres extra-coutumiers dont la population doit, pour se nourrir, faire un appel beaucoup plus large au secteur commercial et aux produits alimentaires importés.

Soulignons enfin que les denrées les plus demandées sont des produits protidiques dont l'alimentation traditionnelle est pauvre.

V - LES ACHATS DES AUTRES DENREES ALIMENTAIRES

Les quatre postes que nous venons de passer en revue - boissons alcoolisées, poisson, viande et produits d'épicerie - représentent plus de 90 % des achats de produits alimentaires. Les 10 % restant se répartissent comme suit :

- Fruits et légumes ..... 3,4 %
  (3,8 % à Massangui et 3 % dans la vallée)
- Huile et produits oléagineux .... 2,8 %
  (0,6 % à Massangui et 5 % dans la vallée)

Le bas niveau des dépenses consacrées aux achats de tubercules, de fruits et de légumes atteste que l'autoconsommation pourvoit encore à la quasi totalité des besoins. Les achats de produits vivriers locaux conservent un caractère exceptionnel : les plantations de la femme assurent normalement la subsistance de la famille.

Les achats d'huile et de produits oléagineux représentent une part appréciable des achats alimentaires dans les villages de la vallée (5 %), tandis qu'ils sont insignifiants (0,6 %) à Massangui dont la production d'huile de palme satisfait les besoins. Dans la vallée , moins bien pourvue en palmiers à huile, les paysans complètent une production familiale insuffisante par des achats d'huile de palme ou d'huile d'arachide dans les boutiques et sur le marché de Jacob.

- Le pourcentage des boissons non alcoolisées (limonade essentiellement) dans les dépenses alimentaires totales (1,7 %) doit être comparé à celui des boissons alcoolisées (33 %) : il serait utopique d'espérer abaisser la consommation des boissons alcoolisées en leur substituant des boissons non alcoolisées, pour lesquelles les villageois n'ont qu'un goût très modéré, d'autant que les jeunes générations ne semblent pas disposées à cette substitution.

- La consommation de pain s'accroît sans cesse, mais surtout dans les centres qui tous ont une ou plusieurs boulangeries. En milieu rural les achats de pain demeurent exceptionnels pour des raisons à la fois budgétaires et d'approvisionnement; il est un aliment apprécié mais relativement coûteux et dont la distribution régulière n'atteint pas les villages. Les paysans en achètent généralement à l'occasion d'un déplacement à Jacob ou dans un autre centre; à Kimpambou-Mahambou, situé à proximité immédiate de Jacob, les achats de pain représentent 6,4 % des dépenses alimentaires. Les piles de pain exposées sur les marchés ou dans les gares ne doivent pas faire illusion : en milieu rural tout au moins, le pain ne supplante pas encore le manioc qui demeure, et sans doute pour longtemps, l'aliment de base.

Les achats de lait (lait en boîte) et d'oeufs demeurent insignifiants; le lait concentré sucré, acheté le plus souvent en petites boîtes, est plus une friandise qu'un aliment pour les jeunes enfants.

La consommation des oeufs en milieu rural devient moins exceptionnelle; les préventions semblent s'atténuer et les interdits tomber dans l'oubli.

Tableau n° 29

REPARTITION DES DEPENSES ALIMENTAIRES SELON LES VILLAGES

	Turbercules Légumes Fruits	Viande	Poisson	Lait-œufs	Huile et oléagineux	Produits d'épicerie Conserves	Pain	Boissons alicoolisées	Autres boissons	Total des dépenses alimentaires
MASSANGUI	4.470	26.393	21.780	350	770	9.850	1.720	50.245	2.605	118.185
KINGOUALA-KOLA	265	4.600	7.705	-	585	1.225	110	6.195	170	20.855
M'PILA	1.520	10.255	20.050	170	2.790	3.420	460	10.175	130	48.970
KIMBONGA	30	225	2.150	-	95	1.330	60	865	-	4.755
N'TANDOU-KIMOUANDA	485	1.330	4.230	115	880	3.160	295	1.405	745	12.645
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	245	125	2.335	40	520	725	340	890	60	5 280
KIMPAMBOU-LOUKELO	650	900	4.855	-	620	1.760	250	3.640	100	12.775
TOTAL VILLAGES VALLEE	3.195	17.435	41.325	325	3.480	11.620	1.515	23.170	1.205	105.280
TOTAL GENERAL	7.665	43.830	63.105	675	6.260	21.470	3.235	73.415	3.810	223.465

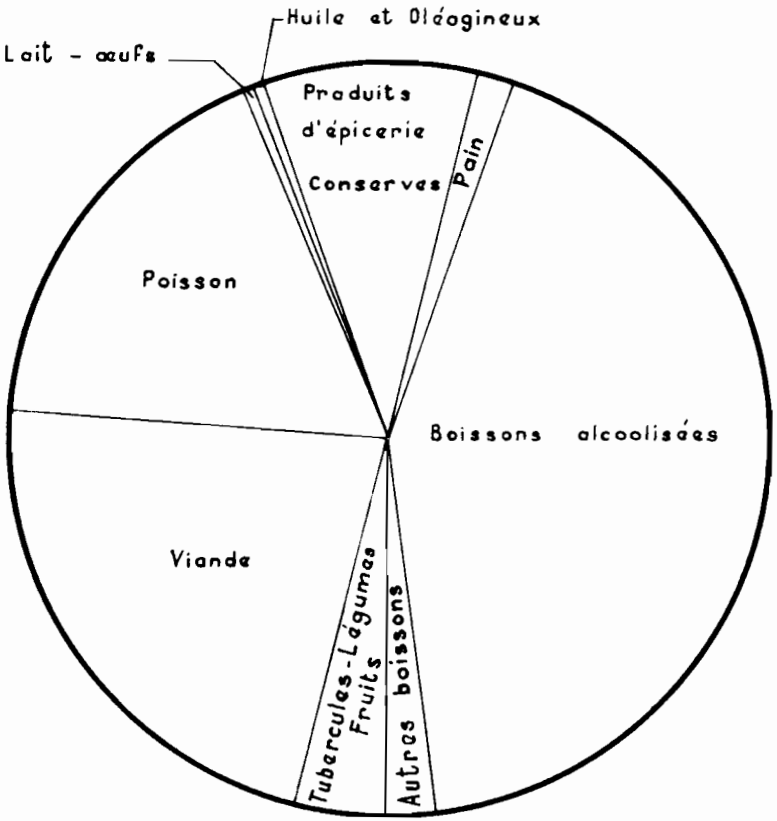
Tableau n° 30

REPARTITION RELATIVE DES DEPENSES ALIMENTAIRES SELON LES VILLAGES

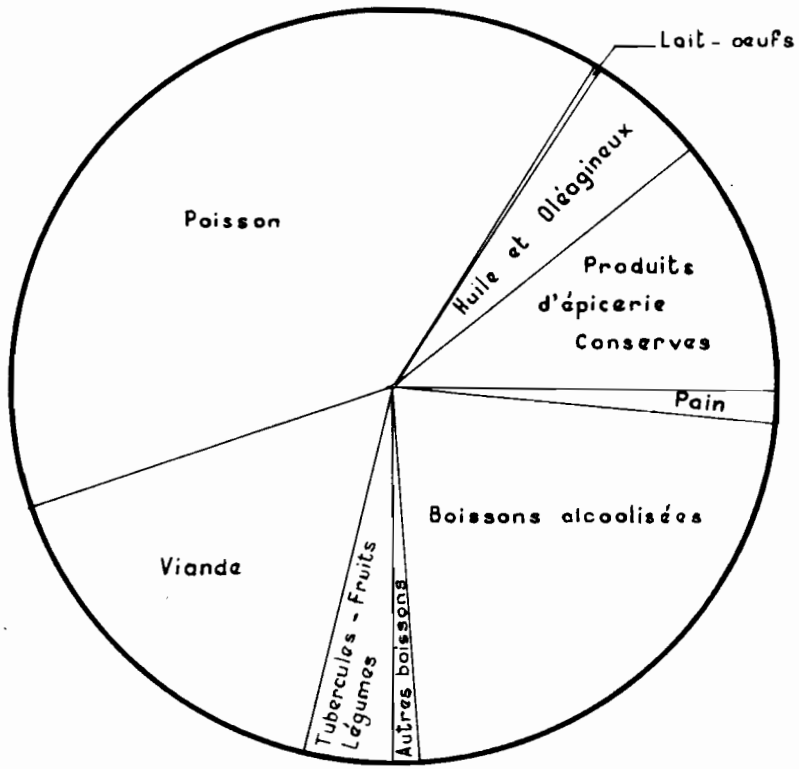
	Tubercules Légumes Fruits	Viande	Poisson	Lait-œufs	Huile et oléagineux	Produits d'épicerie Conserves	Pain	Boissons alcoolisées	Autres Boissons	Total des dépenses alimentaires
MASSANGUI	3,8	22,3	18,4	0,3	0,6	8,3	1,5	42,6	2,2	100
KINGOUALA-KOLA	1,3	22,1	36,9	-	2,8	5,9	0,5	29,7	0,8	100
M'PILA	3,1	20,9	4 1	0,3	5,7	7	0,9	20,8	0,3	100
KIMBONGA	0,6	4,7	45,2	-	2	28	1,3	18,2	-	100
NTANDOU-KIMOUANDA	3,8	10,5	33,5	0,9	7	25	2,3	11,1	5,9	100
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	4,6	2,4	44,3	0,8	9,8	13,7	6,4	16,9	1,1	100
KIMPAMBOU-LOUKELO	5,1	7	38	-	4,8	13,8	2	28,5	0,8	100
Total villages vallée	3	16,7	39,4	0,3	5	11	1,4	22,1	1,1	100
TOTAL GENERAL	3,4	19,6	28,2	0,3	2,8	9,6	1,4	33	1,7	100

GRAPHIQUE nº 14

RÉPARTITION DES DÉPENSES ALIMENTAIRES SELON LES VILLAGES



MASSANGUI



Villages proches de la S.I.A.N.

Tableau n° 31

REPARTITION DES DEPENSES ALIMENTAIRES SELON LES VILLAGES

DEPENSES MOYENNES PAR UNITE BUDGETAIRE

	Tubercules Légumes Fruits	Viande	Poisson	Lait-œufs	Huile et oléagineux	Produits d'épicerie conserves	Pain	Boissons alcoolisées	Autres Boissons	Total des dépenses alimentaires
MASSANGUI	61,2	361,6	298,3	4,8	10,5	134,9	23,6	688,3	35,7	1.619
KINGOUALA-KOLA	17,7	306,7	513,7	-	39	81,7	7,3	413	11,3	1.390,3
M'PILA	58,4	394,4	771,1	6,5	107,3	131,5	17,7	391,3	5	1,883,4
KIMBONGA	1,9	14,1	134,4	-	5,9	83,1	3,7	54,1	-	297,2
N'TANDOU-KIMOUANDA	48,5	133	423	11,5	88	316	29,5	140,5	74,5	1.264,5
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	61,2	31,2	583,7	10	130	181,2	85	222,5	15	1.320
KIMPAMBOU-LOUKELO	72,2	100	539,4	-	68,9	195,6	27,7	404,4	11,1	1.419
Total villages vallée	39,9	217,9	516,6	4,1	68,6	145,25	18,9	289,6	15,1	1.316
TOTAL GENERAL	50,1	286,5	412,4	4,4	40,9	140,3	21,1	479,8	24,9	1.460,6

IMPORTANCE RESPECTIVE DE CHAQUE TYPE DE DEPENSE ALIMENTAIRE DANS LES BUDGETS DES SALARIES ET DANS LES BUDGETS DES AGRICULTEURS

(tableau N° 32 ; graphiques N° 15,16,17)

En valeur absolue les unités budgétaires percevant un salaire dépensent davantage pour chaque type de produits sauf pour la viande.(Nous avons déjà expliqué ce paradoxe apparent; en réalité, parmi les agriculteurs, seuls les plus fortunés effectuent des achats de viande importants, mais la présentation des résultats sous forme de moyenne masque cette distribution atypique).

Les salariés achètent, en valeur absolue, un peu plus de légumes et de fruits, d'huile, de pain, davantage de poisson mais deux fois et demi plus de produits d'épicerie et de conserves (surtout conserves de viande et de poisson) et deux fois et demi à trois fois plus de boissons alcoolisées.

En pourcentage des dépenses alimentaires les achats de poisson tiennent une place un peu moins importante dans les budgets des salariés. Pour les produits autres que la viande, le poisson, les produits d'épicerie, les boissons, les pourcentages sont comparables.

La régularité des revenus perçus sous forme de salaires apporte donc dans les régimes alimentaires deux modifications :

- une amélioration par la consommation croissante d'aliments riches, de produits de remplacement tels que le poisson frais ou séché, les conserves de viande et de poisson.

- Mais un accroissement concomitant de la consommation de boissons alcoolisées. Le montant mensuel des achats de boissons alcoolisées à Massangui est de 1.329 frs en moyenne par unité budgétaire percevant un salaire, de 479 frs par unité budgétaire ne jouissant pas de revenus réguliers, soit, en pourcentage, 50 % et 37 % des dépenses alimentaires.

-118-

Tableau n° 32

REPARTITION DES DEPENSES ALIMENTAIRES SELON QUE LES U.B. PERÇOIVENT OU NE PERÇOIVENT PAS UN SALAIRE

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

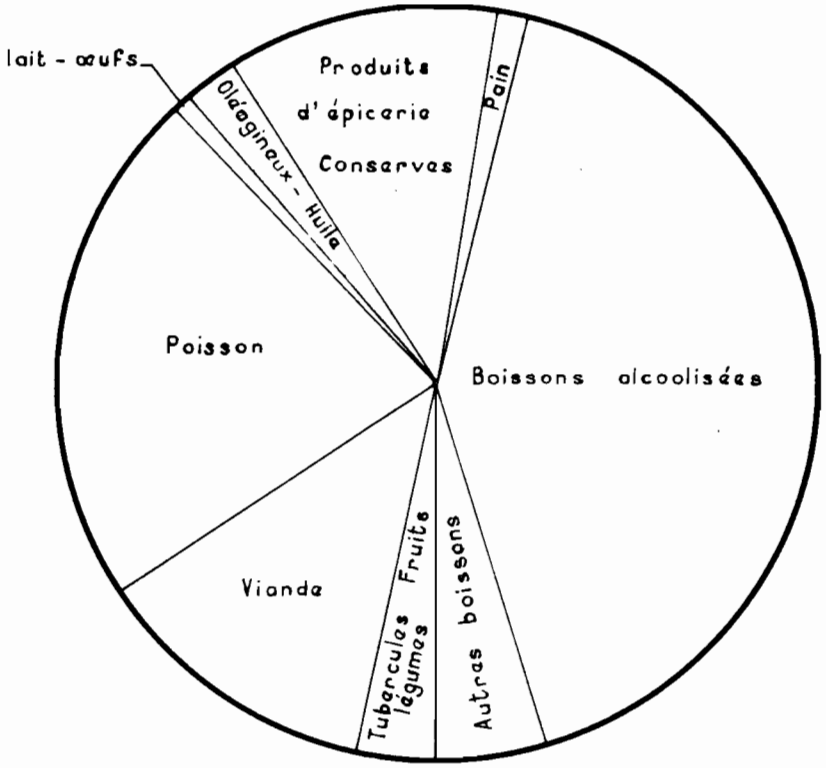
	TUBERCULES FRUITS LEGUMES			VIANDE			POISSON			LAIT - ŒUFS			HUILE ET OLÉAGINEUX			PRODUITS D'EPICERIE CONSERVES			PAIN			BOISSONS ALCOOLISÉES			AUTRES BOISSONS			TOTAL		
	Dépense totale	Dépense par UB	%	Dépense totale	Dépense par UB	%	Dépense totale	Dépense par UB	%	Dépense totale	Dépense par UB	%	Dépense totale	Dépense par UB	%	Dépense totale	Dépense par UB	%	Dépense totale	Dépense par UB	%	Dépense totale	Dépense par UB	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par UB	%
MASSANGUI	1.785	99.2	3,8	6.240	346,7	13,1	7.125	395,8	15	350	19,4	0,7	315	17,5	0,6	4.885	271,4	10,4	385	21,4	0,8	23.920	1.328,9	50,3	2.535	140,8	5,3	47.540	2.641,1	100
LLAGES DE LA VALLÉE	705	47	2,8	2.655	177	10,6	9.060	604	36,3	155	10,3	0,6	1.345	89,7	5,4	3.475	231,7	13,9	455	30,3	1,8	6.300	420	25,2	855	57	3,4	25.005	1.667	100
TOTAL	2.490	75,5	3,4	8.895	269,5	12,3	16.185	490,5	22,3	505	15,3	0,7	1.660	50,3	2,3	8.360	253,3	11,5	840	25,5	1,2	30.220	915,8	41,6	3.390	102,7	4,7	72.545	2.198,3	100

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT AUCUN SALAIRE

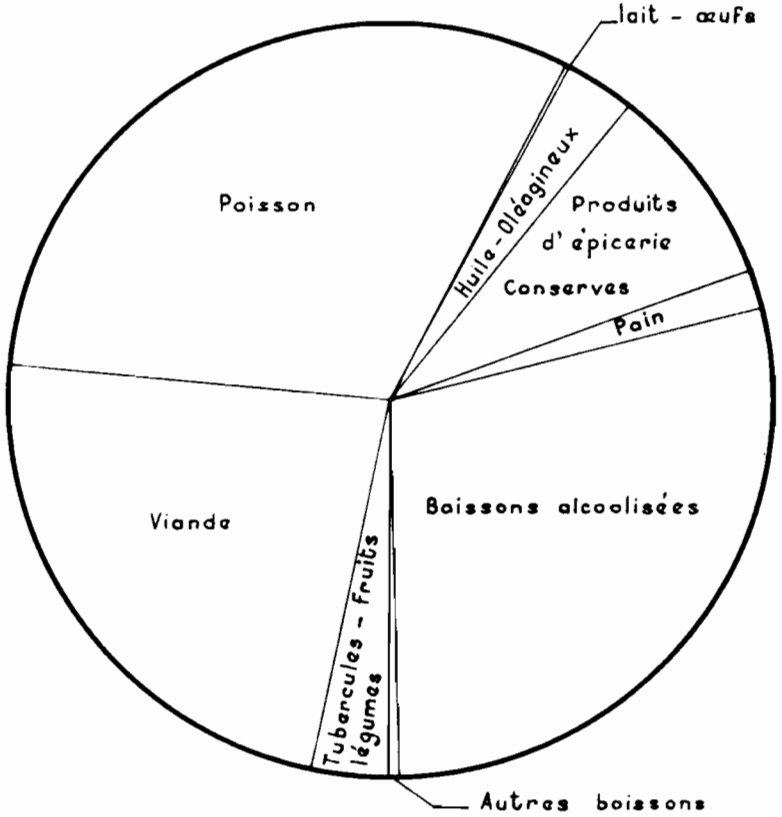
MASSANGUI	2.685	48,8	3,8	20.155	366,4	28,6	14.655	266,5	20,7	-	-	-	455	8,3	0,6	4.965	90,3	7	1.335	24,3	1,9	26.325	478,6	37,3	70	1,3	0,1	70.645	1.284,5	100
LLAGES DE LA VALLÉE	2.490	38,3	3,1	14.780	227,4	18,4	32.265	496,4	40,2	170	2,6	0,2	4.145	63,8	5,2	8.145	125,3	10,1	1.060	16,3	1,3	16.870	259,5	21,1	350	5,4	0,4	80.275	1.235	100
TOTAL	5.175	43,1	3,4	34.935	291,1	23,1	46.920	391	31,1	170	1,4	0,1	4.600	38,3	3	13.110	109,2	8,7	2.395	20	1,6	43.195	360	28,7	420	3,5	0,3	150.920	1.257,7	100

GRAPHIQUE n°15

RÉPARTITION DES DÉPENSES ALIMENTAIRES SELON QUE LES U.B. PERÇOIVENT OU NE PERÇOIVENT PAS UN SALAIRE



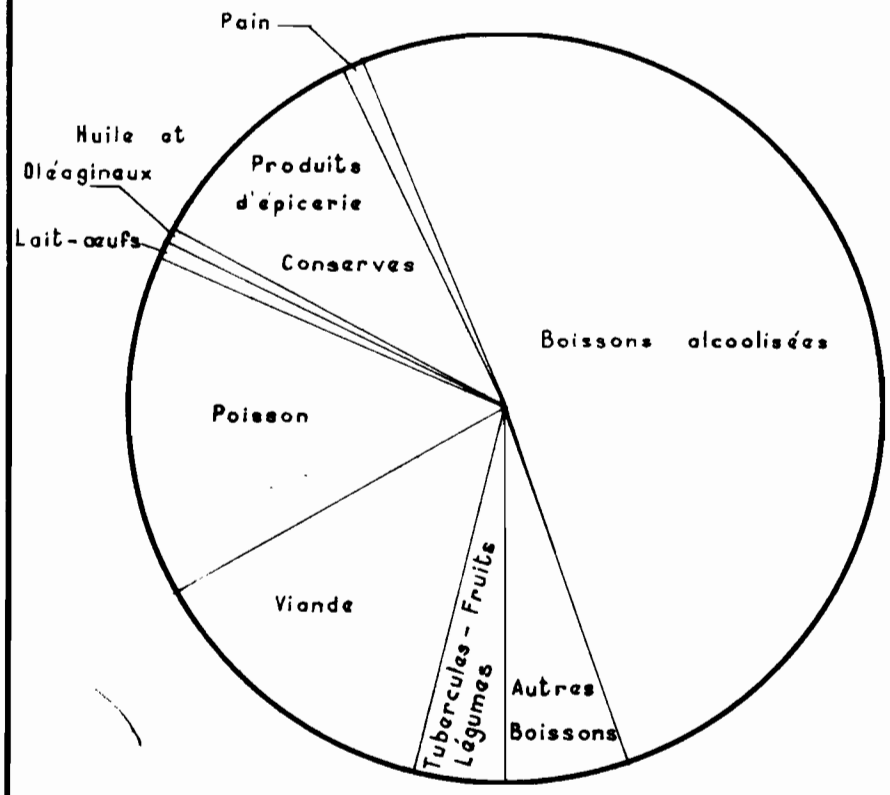
U.B. Percevant un salaire



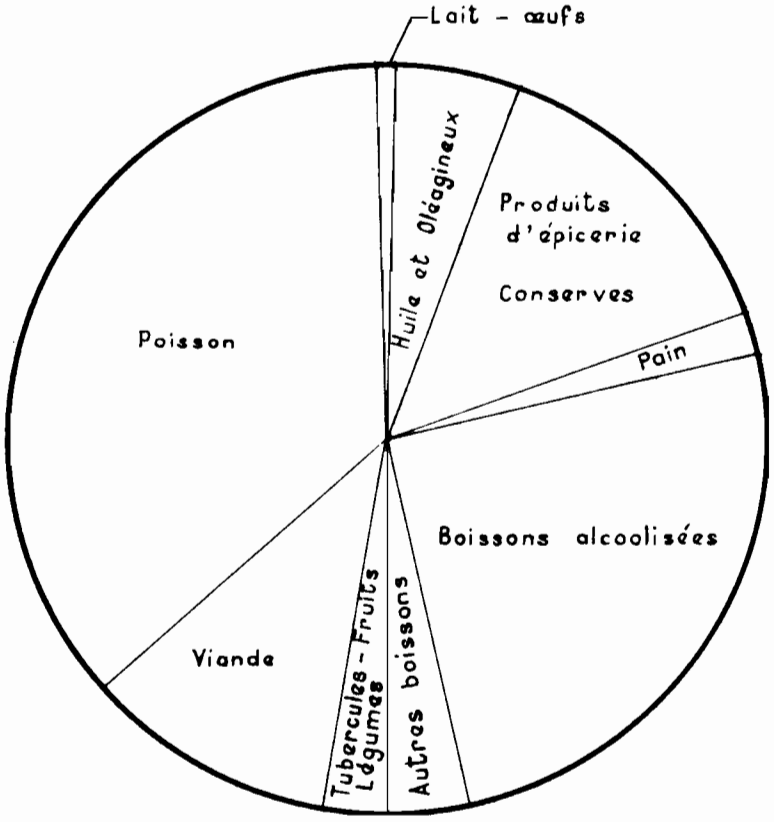
U.B. ne percevant aucun salaire

GRAPHIQUE n° 16

RÉPARTITION DES DÉPENSES ALIMENTAIRES DES U.B. PERCEVANT UN SALAIRE



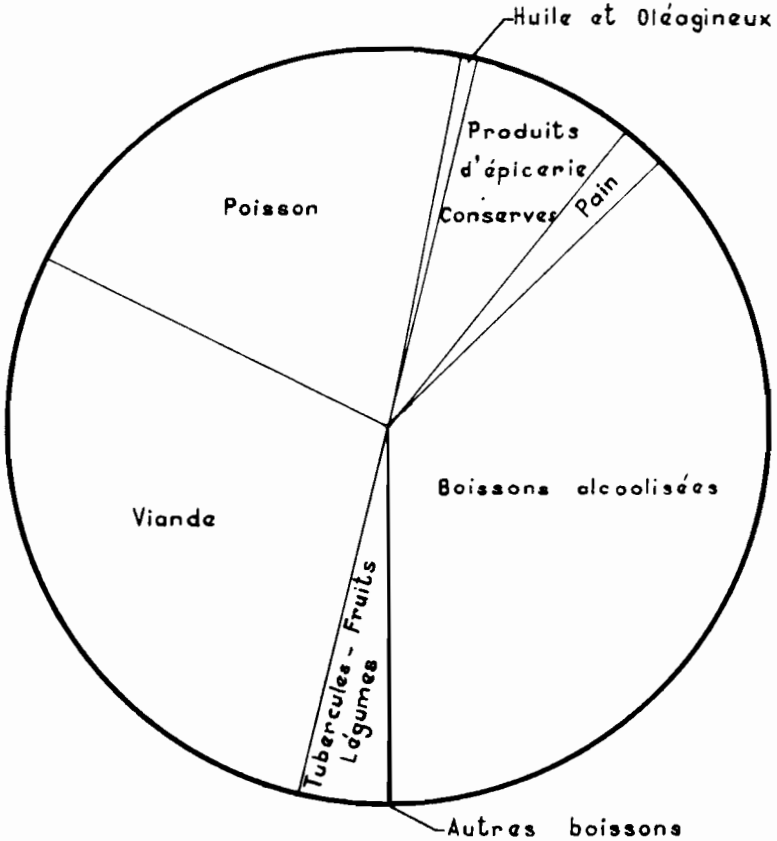
MASSANGUI



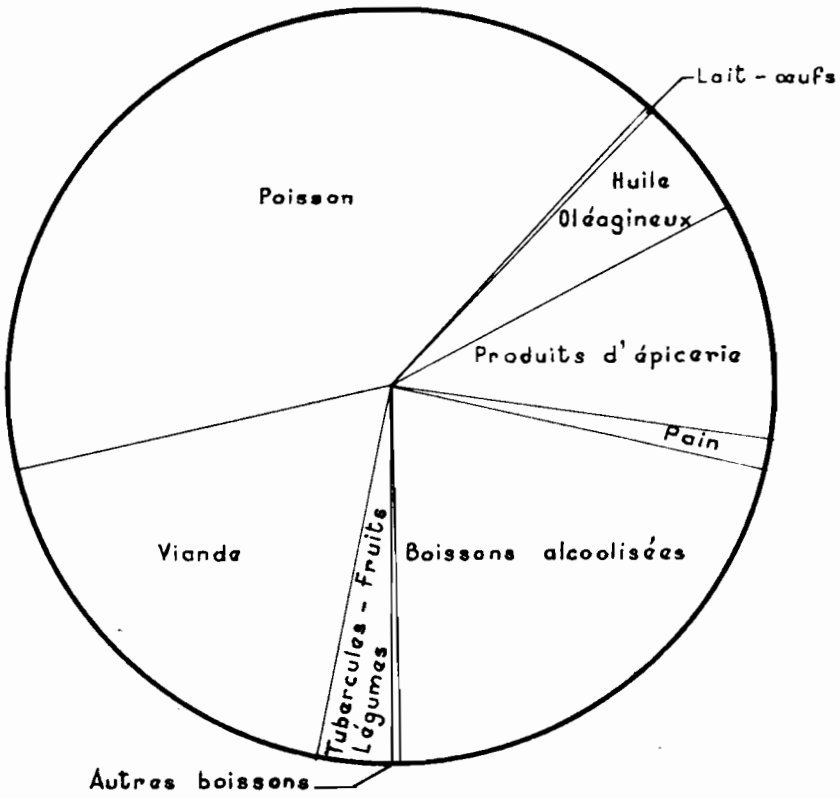
Villages proches de la S. I. A. N.

GRAPHIQUE n° 17

RÉPARTITION DES DÉPENSES ALIMENTAIRES DES U.B. NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE



MASSANGUI



Villages proches de la S.I.A.N.

Dans la vallée les chiffres sont très inférieurs : respectivement 420 et 260 frs, mais ils représentent encore le quart des achats de produits alimentaires.

En outre les salariés achètent relativement plus de boissons non fermentées que les agriculteurs, mais en valeur absolue cette dépense est négligeable.

L'ORIGINE DES PRODUITS

La proportion respective des produits importés et des produits locaux dans les achats de denrées alimentaires et de boissons est un indice parmi d'autres du niveau d'intégration des économies villageoises dans l'économie monétaire. Elle traduit l'étroitesse ou au contraire le relâchement des liens unissant la structure des dépenses dans les budgets des ménages ruraux à la structure générale de l'économie congolaise et des échanges extérieurs de la République qui dépendent en partie de la consommation en milieu rural, malgré la prépondérance de la population urbanisée dans la consommation globale du pays. Enfin, dans l'hypothèse probable d'un développement du salariat dans le Niari, qu'il faut harmoniser avec le développement général de l'économie, il est utile de savoir si les salariés consomment davantage ou moins de denrées importées que les simples agriculteurs.

1. Origine des produits alimentaires achetés par l'ensemble des unités budgétaires : (tableau N° 33) :

Il n'existe pratiquement pas de différences sur ce point entre Massangui et l'ensemble des villages de la vallée, qui consacrent respectivement 44,5 et 42 % de leurs dépenses alimentaires à l'achat des produits importés : ceux-ci comprennent essentiellement le vin rouge et la bière, le poisson séché ou salé, et les conserves.

Dans deux villages de la vallée, Kimbonga et Kimpambou-Loukelo, la proportion des achats de produits importés dans l'ensemble des dépenses alimentaires s'écarte sensiblement de la valeur moyenne, s'élevant à 82,6 % à Kimbonga, mais ne représentant plus que 18,1 % à Kimpambou-Loukelo. Ces écarts reflètent la consommation relativement importante de stockfish, de conserves et de vin rouge à Kimbonga, et, à l'inverse, la forte consommation de poisson frais et de boissons fermentées locales à Kimpambou-Loukélo. En outre les habitants de ce village achètent davantage de fruits et légumes, productions locales.

2. Origine des produits alimentaires achetés par les salariés d'une part, par les agriculteurs d'autre part (tableau N° 34) :

Les unités budgétaires percevant un salaire achètent davantage de produits importés, tant en valeur absolue qu'en valeur relative.

Si l'on ne considère que les pourcentages, qui traduisent la structure des budgets, il apparaît de ce point de vue que le comportement des consommateurs salariés de la vallée diffère peu de celui des agriculteurs, puisqu'ils consacrent respectivement 45,4 % et 40,9 % de leurs dépenses alimentaires à des achats de produits importés.

A Massangui les taux sont respectivement de 57 et 36,2 % : l'écart, plus marqué, reflète la place primordiale des achats de vin et, à un moindre degré, des achats de conserves dans les budgets des salariés. D'autre part les villageois qui ne perçoivent pas de salaires mais jouissent cependant de revenus assez importants achètent, comme nous l'avons constaté, proportionnellement plus de viande, produit local.

---------oOo--------

TABLEAU N° 33

DEPENSES ALIMENTAIRES PAR VILLAGES

ORIGINE DES PRODUITS

	PRODUITS LOCAUX			PRODUITS IMPORTES			T O T A L		
	Dépense globale	Dépense par U.B	%	Dépense globale	Dépense par U.B	%	Dépense globale	Dépense par U.B	%
MASSANGUI	65.550	897,9	55,5	52.635	721	44,5	118.185	1.619	100
KINGOUALA-KOLA	11.325	755	54,3	9.530	635,3	45,7	20.855	1.390,3	-"-
M'PILA	28.780	1.106,9	58,8	20.190	776,5	41,2	48.970	1.883,4	-"-
KIMBONGA	825	51,6	17,4	3,930	245,6	82,6	4.755	297,2	-"-
N'TANDOU-KIMOUANDA	6.485	648,5	51,3	6.160	616	48,7	12.645	1.264,5	-"-
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	3.195	798,7	60,5	2.085	521,2	39,5	5.280	1.320	-"-
KIMPAMBOU-LOUKELO	10.465	1.162,8	81,9	2.310	256,7	18,1	12.775	1.419,4	-"-
TOTAL VILLAGES VALLEE	61.075	763,4	58	44.205	552,6	42	105.280	1.316	-"-
TOTAL GENERAL	126.625	827,6	56,7	96.840	632,9	43,3	223.465	1.460,6	-"-

- 124 -

Tableau n° 34

DEPENSES ALIMENTAIRES DES U.B. PERCEVANT UN SALAIRE ET DES U.B. NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

ORIGINE DES PRODUITS

		PRODUITS LOCAUX			PRODUITS IMPORTES			T O T A L		
		Dépense globale	Dépense par U.B	%	Dépense globale	Dépense par U.B	%	Dépense globale	Dépense par U.B	%
MASSANGUI	Salariés	20.450	1.136,1	43	27.090	1.505	57	47.540	2.641,1	100
	Non Salariés	45.100	820	63,8	25.545	464,5	36,2	70.645	1.284,5	-"-
VILLAGES de la LEE	Salariés	13.645	909,7	54,6	11.360	757,3	45,4	25.005	1.667	-"-
	Non Salariés	47.430	729,7	59,1	32,845	505,3	40,9	80.275	1.235	-"-
T O T A L	Salariés	34.095	1.033,2	47	38.450	1.165,2	53	72.545	2.198,3	-"-
	Non Salariés	92.530	771,1	61,3	58.390	486,6	38,7	150.920	1.257,7	-"-

CHAPITRE III : LES DEPENSES NON ALIMENTAIRES

LA DISTRIBUTION DES UNITES BUDGETAIRES SELON LE NIVEAU DES DEPENSES NON ALIMENTAIRES. (tableaux 35 à 40 ; graphiques 18 et 19)

La distribution des unités budgétaires selon le volume mensuel des dépenses non alimentaires, étonnamment irrégulière et étalée, comme le manifeste le graphique 18 , traduit bien la diversité des situations particulières, la coexistence dans les mêmes villages de familles dont les niveaux de dépenses sont extrêmement variables. On observe toutefois, du moins en ce qui concerne les budgets qui ne bénéficient d'aucun salaire ou revenu régulier, un tassement vers les niveaux inférieurs de dépenses; quelques valeurs extraites des tableaux de distribution illustrent ce phénomène, encore plus marqué pour les dépenses non alimentaires que pour les dépenses alimentaires :

- 21,8 % des unités budgétaires n'ont pas effectué de dépenses autres qu'alimentaires (contre 8,5 % pour les dépenses alimentaires). Le rapprochement de ces pourcentages suggère qu'une certaine priorité est accordée aux dépenses alimentaires.
- 36,8 % des unités budgétaires ont dépensé moins de 500 francs: la classe modale est ici encore la classe inférieure.
- 44 % des unités budgétaires ont dépensé moins de 1.000 francs, et 59 % moins de 2.500 francs.
- Par contre 5,4 % des unités budgétaires ont consacré plus de 9.000 francs à l'achat de produits non alimentaires.

Les budgets dont le niveau des dépenses est élevé demeurent exceptionnels en milieu rural. En valeur relative les salariés figurent en beaucoup plus grand nombre dans cette catégorie puisque, à titre d'exemple, 42,4 % d'entre eux ont dépensé 2.500 francs ou plus; 13,5 % seulement des unités budgétaires ne percevant aucun salaire ont atteint ce chiffre.

Tableau n° 35

DEPENSES NON ALIMENTAIRES PAR U.B.-DISTRIBUTION

	Pas de dépense	0-499	500-999	1000-1499	1500-1999	2000-2499	2500-2999	3000-3499	3500-3999	4000-4499	4500-4999	5000-5499	5500-5999	6000-6499	6500-6999	7000-7499	7500-7999	8000-8499	8500-8999	9000 et plus	TOTAL
MASSANGUI	34	24	5	4	2	5	1	3	1	1	2		1							2	86
KINGOUALA-KOLA	2	8			1									1						3	15
M'PILA		8	2	3	4	1	3	1						1	1		1			1	26
KIMBONGA		14	1		1																16
N'TANDOU-KIM		3	1		1	2	1			1										1	10
KIMPAMBOU-MAH			1								1		2								4
KIMPAMBOU-LOUK		4	2	1																2	9
TOTAL VILLAGES VALLEE	2	37	7	4	7	3	4	1		1	1		2	2	1		1			7	80
TOTAL GENERAL	36	61	12	8	9	8	5	4	1	2	3		3	2	1		1	1		9	166

- 128 -

Graphique n° 18

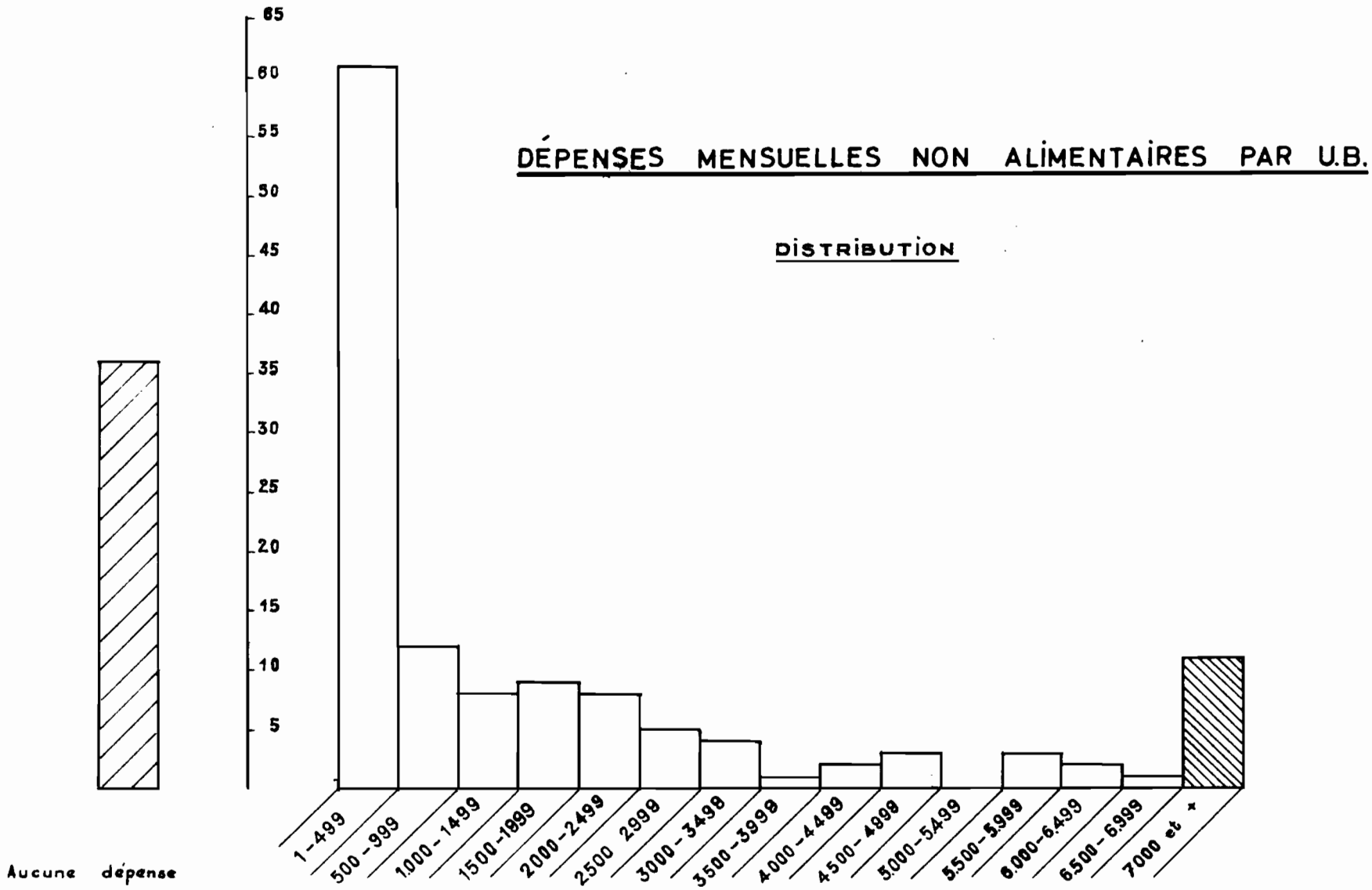


Tableau n° 36

DEPENSES NON ALIMENTAIRES PAR U.B.-DISTRIBUTION EN POURCENTAGE

	Pas de dépense	0-499	500-999	1000-1499	1500-1999	2000-2499	2500-2999	3000-3499	3500-3999	4000-4499	4500-4999	5000-5499	5500-5999	6000-6499	6500-6999	7000-7499	7500-7999	8000-8499	8500-8999	9000 et plus	TOTAL
MASSANGUI	39,5	27,9	5,8	4,6	2,3	5,8	1,2	3,5	1,2	1,2	2,3		1,2					1,2		2,3	100
KINGOUALA-K.	13,3	53,3			6,7									6,7						20	100
M'PIL.		30,9	7,7	11,6	15,4	3,8	11,6	3,8						3,8	3,8		3,8			3,8	100
KIMBONGA		87,6	6,2		6,2																100
N'TANDOU-K.		30	10		10	20	10			10										10	100
KIMPAMBOU-M			25								25		50								100
KIMPAMBOU-L		44,5	22,2	11,1																22,2	100
TOTAL VILLAGES VALLEE	2,5	46,3	8,8	5	8,8	3,8	5	1,2		1,2	1,2		2,5	2,5	1,2		0,2			8,8	100
TOTAL GENERAL	21,8	36,8	7,2	4,8	5,4	4,8	3	2,4	0,6	1,2	1,8		1,8	1,2	0,6		0,6	0,6		5,4	100

Tableau n° 37

DEPENSES NON ALIMENTAIRES PAR PERSONNE - DISTRIBUTION EN POURCENTAGE

	Pas de dépense	0 à 99	100 à 199	200 à 299	300-399	400-499	500-599	600-699	700-799	800-899	900-999	1000-1099	1100-1199	1200-1299	1300-1399	1400-1499	1500-1599	1600-1699	1700-1799	1800-1899	1900-1990	2000 et plus	TOTAL
MASSANGUI	39,5	25,6	8,1	5,8	1,2		3,4	1,2	3,4	1,2		2,3		1,2		1,2	1,2	3,5					100
KINGOUALA-K.	13,3	40	6,7			13,3				6,7												20	100
M'PILA		30,8	11,5	3,9	7,7	7,7	7,7	3,9	7,7			3,8	3,8		3,8		3,8					3,9	100
KIMBONGA		93,8	6,2																				100
N'TANDOU-K.		30	10	20							10				10							20	100
KIMPAMBOU-M.		25							25		25		25										100
KIMPAMBOU-L.		66,7		11,1																		22,2	100
TOTAL VILLAGES VALINE	2,5	48,8	7,6	5	2,5	5	2,5	1,2	3,8	1,2	2,5	1,2	2,5		2,5		1,2					10	100
TOTAL GENERAL	21,9	36,8	7,9	5,4	1,8	2,4	3	1,2	3,6	1,2	1,2	1,8	1,2	0,6	1,2	0,6	1,2	1,8				5,4	100

Tableau n° 38

DEPENSES NON ALIMENTAIRES PAR U.C.-DISTRIBUTION EN POURCENTAGE

	Pas de dépense	0-99	100-199	200-299	300-399	400-499	500-599	600-699	700-799	800-899	900-999	1000-1099	1100-1199	1200-1299	1300-1399	1400-1499	1500-1599	1600-1699	1700-1799	1800-1899	1900-1999	2000 et plus	TOTAL
MASSANGUI	39,5	22,1	4,7	7	2,3	2,3	2,3	1,2	1,2	1,2	2,3	2,3	1,2	2,3				1,2		1,2	2,3	3,4	100
KINGOMALA-K.	6,6	40	7			6,7		6,7														20	100
M'PILI		26,9	7,7	3,9	3,9	11,5	3,9	3,9	7,7	3,9	3,9	3,8		3,8			3,8		3,8			7,7	100
KIMBONGA		81,3	12,5	6,2																			100
N'TANDOU-KIM.		30	10		10	10							10							10		20	100
KIMPAMBOU-M.			25										25			25			25				100
KIMPAMBOU-L.		55,6	11,1		11,1																	22,2	100
TOTAL VILLAGE VALLEE	2,5	42,5	10	2,5	3,8	6,3	1,3	2,5	2,5	1,2	1,2	1,2	2,5	1,2		2,5	1,3		2,5	1,2		11,3	100
TOTAL GENERAL	21,7	31,9	7,3	4,8	3	4,2	1,8	1,8	1,8	1,2	1,8	1,8	1,8	1,8		1,2	0,6	0,6	1,2	1,2	1,2	7,3	100

Tableau n° 39

DEPENSES NON ALIMENTAIRES SELON QUE LES U.B. PERCOIVENT OU NE PERCOIVENT PAS DE SALAIRE - DISTRIBUTION

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Pas de dépense	1-499	500-999	1000-1499	1500-1999	2000-2499	2500-2999	3000-3499	3500-3999	4000-4499	4500-4999	5000-5499	5500-5999	6000-6499	6500-6999	7000-7499	7500-7999	8000-8499	8500-8999	9000 et plus	total
MASSANGUI	3	2		3	1	2		2	1		2		1							1	18
VILLAGES de la VALLEE		3	1	1	1	2	1	1			1		1	1						2	15
TOTAL	3	5	1	4	2	4	1	3	1		3		2	1						3	33

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

MASSANGUI	31	22	5	1	1	3	1	1		1								1		1	68
VILLAGES de la VALLEE	2	34	6	3	6	1	3			1			1	1	1		1			5	65
TOTAL	33	56	11	4	7	4	4	1		2			1	1	1		1	1		6	133

Tableau n° 40

DEPENSES NON ALIMENTAIRES SELON QUE LES U.B. PERCOIVENT OU NE PERCOIVENT PAS DE SALAIRE - DISTRIBUTION RELATIVE

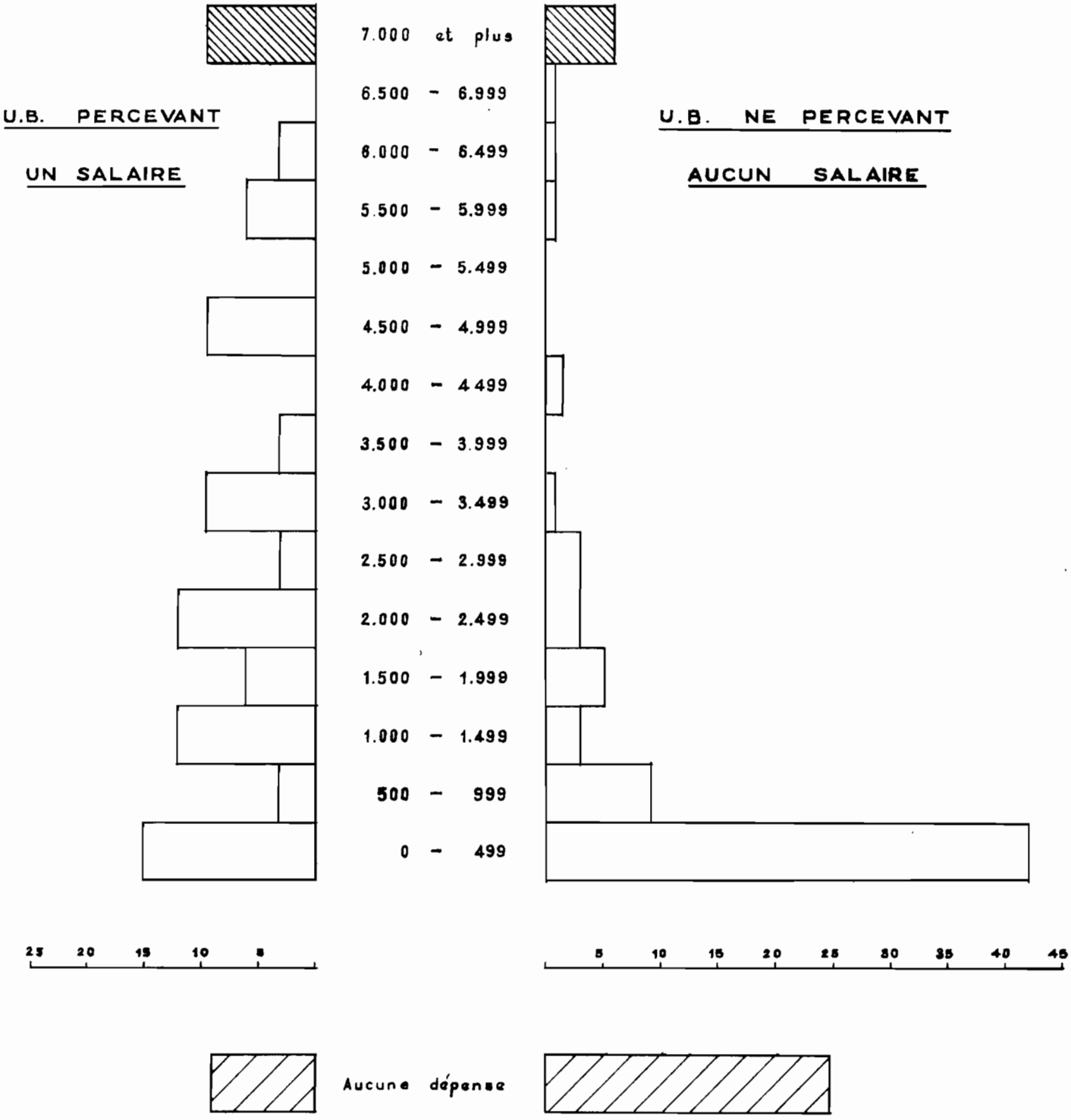
UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Pas de dépense	1-499	500-999	1000-1499	1500-1999	2000-2499	2500-2999	3000-3499	3500-3999	4000-4499	4500-4999	5000-5499	5500-5999	6000-6499	6500-6999	7000-7499	7500-7999	8000-8499	8500-8999	9000 et plus	TOTAL
MASSANGUI	16,6	[illegible]		16,6	5,6	11,1		11,1	5,6		11,1		5,6							5,6	100
VILLAGES de la VALLEE		19,8	6,7	6,7	6,7	13,3	6,7	6,7			6,7		6,7	6,7						13,3	100
TOTAL	9,1	15,2	3	12,1	6,1	12,1	3	9,1	3		9,1		6,1	3						9	100

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

MASSANGUI	45,5	32,3	7,3	1,5	1,5	4,4	1,5	1,5		1,5								1,5		1,5	100
VILLAGES de la VALLEE	3,1	52,4	9,3	4,6	9,3	1,5	4,6			1,5			1,5	1,5	1,5		1,5			7,7	100
TOTAL	24,8	42,1	8,2	3	5,2	[illegible]	3	0,7		1,5			0,8	0,8	0,8		0,8	0,8		4,5	100

DÉPENSES NON ALIMENTAIRES DES SALARIÉS ET DES AGRICULTEURS PAR U. B.



LA STRUCTURE DES DEPENSES NON ALIMENTAIRES

(tableaux N° 41,42,43;graphique N° 20)

IMPORTANCE RELATIVE DE CHAQUE PRODUIT DANS LES ACHATS DE PRODUITS NON ALIMENTAIRES

Comme pour les dépenses alimentaires, le tableau ci-après dresse la hiérarchie objective des dépenses autres qu'alimentaires, classées par ordre d'importance décroissante. Cette hiérarchie n'est pas exactement la même à Massangui et dans les villages de la vallée, mais pour l'analyse détaillée des sorties d'argent nous suivrons l'ordre décroissant des dépenses totales (Massangui + Vallée), sans nous dissimuler son caractère artificiel puisqu'il rassemble des observations portant sur deux sous-ensembles hétérogènes.

Classement par ordre d'importance décroissante

Nature des sorties d'argent	Massangui	Villages de la Vallée	TOTAL
Habillement	48,2 %	37,1 %	40,6 %
Biens durables,mobilier,ustensiles ménagers	6,8 %	26,8 %	21 %
Transports - services divers	12 %	12,8 %	12,6 %
Produits d'entretien	8,2 %	6,3 %	6,8 %
Habitat	12,6 %	4,3 %	6,7 %
Dépenses d'exploitations	1,1 %	6,4 %	4,9 %
Dépenses de santé	1,6 %	2,5 %	2,3 %
Cotisations	2,6 %	1,6 %	1,9 %
Prêts,remboursements - dons	4,6 %	0,6 %	1,7 %
Tabac, cigarettes	1,3 %	1,1 %	1,2 %
Divers	1 %	0,1 %	0,3 %

Les hiérarchies des dépenses à Massangui et dans la Vallée ne diffèrent sensiblement que pour les biens durables, l'habitat, et les dépenses d'exploitation : nous en chercherons les raisons en analysant chaque rubrique. En ce qui concerne l'habillement, les transports et services, les produits d'entretien, les dépenses de santé, les cotisations, le tabac et les cigarettes, la place dans le classement est identique ou se trouve décalée d'un rang au plus.

Cette similitude d'ensemble des hiérarchies réelles des dépenses dans des populations hétérogènes et éloignées l'une de l'autre confère aux résultats de cette enquête une signification qui déborde le champ relativement étroit imposé à nos observations. S'il nous est impossible, pour des raisons de représentativité statistique, d'extrapoler les conclusions de cette étude à l'ensemble du Niari et a fortiori aux régions avoinantes, la concordance des observations dans les villages de la Vallée et à Massangui, situé hors de la Vallée proprement dite, leur donne une représentativité qui, pour n'être pas d'ordre statistique, n'en est pas moins très étendue.

I - LES DEPENSES VESTIMENTAIRES

Parmi les biens de consommation courante, les vêtements et les tissus ont dans les budgets une place primordiale : 37,5 % des dépenses mensuelles autres qu'alimentaires dans la Vallée, et 48,2 % à Massangui. Ils viennent en tête des achats autres qu'alimentaires dans quatre villages de la Vallée sur six.

L'importance de cette rubrique qui représente presque la moitié des dépenses non alimentaires, n'appelle pas de longs commentaires. Il convient cependant d'insister sur le caractère essentiellement psychologique et social, et non pas physiologique (1), du besoin de s'habiller.

---

(1) En saison sèche toutefois il est nécessaire de se couvrir le matin et le soir pour se protéger du froid humide.La protection insuffisante des adultes et surtout des enfants durant cette période entraîne une recrudescence de certaines maladies.

Dans les zones , tel le Niari forestier, où le niveau des revenus particulièrement bas contraint à se contenter du nécessaire , le pagne ou le pantalon constituent avec le sel, les ustensiles de ménage, la quincaillerie et le savon, l'essentiel des achats. Les revenus que procure la vente des produits agricoles excédentaires servent en priorité à renouveler les vêtements de l'homme et de la femme, et, de plus en plus, des enfants. C'est du moins ce que l'on constate lorsque l'on suit les marchés de produits agricoles et qu'on relève la nature des dépenses qu'effectuent les agricultours dès qu'ils ont reçu leur argent. Si, pour des raisons évidentes, les villageois de ces régions se contentent encore des pagnes bon marché (900, 1.200 frs) ou des vêtements de drill pour les hommes, on constate dans les zones relativement plus prospères, et particulièrement dans la Vallée du Niari, une exigence nouvelle de la clientèle : celle de la qualité.

Tous les commerçants se sont déclarés frappés de cette évolution très rapide du comportement et des goûts des consommateurs : la chemise en nylon ou en belle popeline remplace la chemise en coton grossier, quatre fois moins chère; le pantalon en tergal remplace de la même manière le pantalon en drill kaki. La recherche de l'élégance s'affirme en brousse comme en ville. Il est révélateur que 50 % des achats par correspondance en France soient des commandes d'articles textiles.

Ces observations confirment le caractère essentiellement social et psychologique, et non pas physiologique, du besoin de s'habiller. Jean-Louis LIERDEMAN, après avoir estimé à 30 % du budget environ le volume du poste "habillement", note(1) : "Le besoin d'être à la mode, de paraître, de (crâner) comme disent volontiers des jeunes eux-mêmes, telles sont les expressions essentielles du refus des médiocres conditions de vie traditionnelles.

---

(1) J.L. LIERDEMAN - "Problèmes socio-économiques de la Région du Niari - données globales sur la structure des revenus et leur utilisation".
Brazzaville Mars-Sept. 1963, rap. ronéoté.

Le souci du prestige fondé sur les apparences est l'une des principales causes de dépenses et constitue par le fait même l'une des principales motivations du comportement économique de la population, surtout en ce qui concerne ses éléments jeunes contaminés par "l'ambiance", des villes".

Trois remarques complèteront ces observations sur l'évolution du comportement et des goûts des consommateurs :

- en ce qui concerne les vêtements féminins, les ventes de tissus destinés à la confection de camisoles (portées avec un pagne drapé à la taille), ou même de robes, prennent chaque jour plus d'importance.

- Les villageois du Niari acquièrent l'habitude d'habiller leurs enfants, surtout les tout petits. Les colporteurs, avertis des désirs de la clientèle, transportent souvent dans leur ballot de marchandises diverses des habits pour les très jeunes.

- La vente des chaussures est caractérisée, comme celle des vêtements, par une demande croissante de produits de qualité. Ainsi les chaussures de tennis sont délaissées en faveur des souliers en cuir. Toutefois, les sandales en matière plastique, très bon marché et d'un usage plus courant, demeurent l'article le plus demandé.

LES DEPENSES VESTIMENTAIRES RESPECTIVES DES SALARIES ET DES AGRICULTEURS

Les salariés de Massangui consacrent une part proportionnellement plus importante de leurs revenus aux achats d'articles textiles et de chaussures que les non salariés : les pourcentages sont respectivement de 60,1 % et 36,7 %.

Il ne semble pas que le mois d'enquête ait été exceptionnel à cet égard : on constate effectivement, sans qu'il soit nécessaire de recourir aux relevés budgétaires, que les salariés sont mieux habillés

que les non salariés. L'explication est plus d'ordre psychologique que financier : les salariés appartiennent en général aux jeunes générations et craignent moins que les vieux de s'exposer à la jalousie des autres villageois en arborant des vêtements neufs ou une tenue plus recherchée.

Dans les villages de la Vallée par contre la proportion des dépenses d'habillement dans l'ensemble des dépenses autres qu'alimentaires est pratiquement identique dans tous les budgets, qu'il y entre ou non un salaire. Les pourcentages sont respectivement de 36,3 et 37,9 %, très voisins du pourcentage des dépenses vestimentaires dans les budgets des non salariés de Massangui (36,7 %).

Si les pourcentages des dépenses vestimentaires sont similaires, leur niveau réel est très variable puisqu'elles s'élèvent à 314 frs par unité budgétaire ne percevant aucun salaire à Massangui, à 1.013 frs pour ces unités budgétaires dans la Vallée, à 1.505 frs et 1.276 frs pour les unites budgétaires percevant un salaire. Ces résultats d'ensemble font présumer que le poste "habillement" est caractérisé par une forte élasticité. Dans les villages comme en ville, l'augmentation des revenus entraîne un accroissement correspondant des dépenses vestimentaires : des habits en plus grand nombre, mais surtout de meilleure qualité.

ETUDE DETAILLEE DES DEPENSES D'HABILLEMENT :

Nous avons réuni sous cette rubrique les achats de vêtements ou de linge, les achats de tissus pour confection d'habits et les frais de tailleur, enfin les achats de chaussures.

Les villageois achètent le plus souvent des habits prêts à porter. Ils semblent s'adresser de moins en moins au tailleur, sauf pour les vêtements tout à fait ordinaires : chemises en coton grossier, pantalons en drill.

Les achats d'habits destinés aux hommes représentent plus de la moitié des dépenses vestimentaires (52 %); les achats d'habits destinés aux femmes et aux enfants s'élèvent respectivement à 39 et 9 % .

A Massangui, ces pourcentages s'élèvent à 48, 49,5 et 2,5 % .

Dans la Vallée ces pourcentages s'élèvent à 54, 33 et 13 % .

Pour les salariés ces pourcentages s'élèvent à 49, 48 et 3 %.

Pour les non salariés ces pourcentages s'élèvent à 54, 33,5 et 12,5 %.

II - BIENS DURABLES, MOBILIER, USTENSILES MENAGERS

Nous n'insisterons pas sur cette rubrique à laquelle nous avons consacré un chapitre spécial. Si ces achats représentent 26,8 % des dépenses mensuelles autres qu'alimentaires dans la Vallée et viennent donc en deuxième place, ils n'en représentent plus que 6,8 % à Massangui. Les ventes d'arachides en cours d'enquête dans des villages de la Vallée expliquent partiellement cet écart : bien que l'on constate une tendance marquée à étaler les dépenses sur l'année entière, une partie des revenus perçus en une ou deux fois est dépensée sur le champ, particulièrement en achats de biens durables renouvelés periodiquement : batterie de cuisine, lampes, etc.

Les achats de biens durables enregistrés durant l'enquête peuvent être ventilés comme suit :

Ustensiles ménagers ..... 30,7 %
Lampes et pièces détachées ..... 11,7 %
Literie ..... 22,5 %

Autres biens durables (poste de radio,ameublement etc): 35,1 %.

Les achats d'outils agricoles, d'instruments de chasse ou de pêche, ne figurent pas sous cette rubrique, mais parmi les dépenses d'exploitation. Ces objets ne représentent d'ailleurs qu'une dépense minime, quelques milliers de frs pour l'ensemble des budgets durant le mois d'enquête.

III- TRANSPORTS ET SERVICES DIVERS

Les transports constituent le troisième poste de dépenses : 12 % des dépenses autres qu'alimentaires à Massangui, et 12,8 % dans les villages de la Vallée; ou, en valeur absolue, 151,8 frs et 261,5 frs par unité budgétaire et par mois.

Aux dépenses de transports qui représentent 97,8 % des sorties d'argent rassemblées sous cette rubrique nous avons ajouté les rénumérations de services divers qui ne s'élèvent au total qu'à 875 frs,soit 2,2 % des dépenses de cette catégorie.

IV - LES PRODUITS D'ENTRETIEN

Ce poste, le quatrième à Massangui et le cinquième pour l'ensemble des villages de la Vallée, rassemble des dépenses hétérogènes : achats de pétrole, d'allumettes, de savon, de produits de nettoyage ou de toilette, bougies... etc. Ces dépenses ont toutefois un caractère commun: elles sont dans une large mesure incompréssibles ou peu élastiques. Des dépenses telles que les achats de savon et de pétrole sont prioritaires : on les trouve dans presque tous les budgets dont elles représentent un pourcentage très variable, élevé dans les budgets modestes, minime dans les budgets les plus importants; et l'on ne décèle pas de différences à cet égard entre salariés et agriculteurs.

Pour près de la moitié (47 %) ces achats sont des achats de pétrole; pour le tiers (30,4) des achats de savon. Puis viennent les divers objets de toilette (6,4 %), des produits d'entretien au sens strict (5,2 %), les allumettes (4,9 %)... etc.

V - LES DEPENSES D'HABITAT

Les dépenses de construction ou de réfection des cases représentent 4,3 % des dépenses autres qu'alimentaires dans les villages de la Vallée, 12,6 % à Massangui.

Nous ne citons ces pourcentages que pour mémoire, car l'étude du coût de l'habitat doit déborder le cadre étroit de budgets mensuels. Nous lui avons d'ailleurs consacré un chapitre spécial, en raison de son importance économique et sociale (cf. supra p. 23). Rappelons simplement que dans la Vallée la très grande majorité des cases sont d'ores et déjà construites en briques. Le grand mouvement de transformation de l'habitat était à son apogée en 1961-1962; il s'est sensiblement ralenti depuis : il s'ensuit une régression relative, dans les budgets familiaux, des dépenses consacrées à la construction.

VI - LES DEPENSES D'EXPLOITATION

Sont groupés sous cette rubrique les achats d'outils, d'instruments de chasse ou de pêche (activités primaires, rattachées aux activités purement agricoles; leur incidence budgétaire est d'ailleurs très faible), les achats de semence et les rémunérations de services tels que la préparation mécanisée des champs d'arachides par les paysannats.

Ce poste de dépense est presque insignifiant à Massangui (1,1 % des dépenses autres qu'alimentaires), un peu plus important dans les villages de la Vallée (4,9 %). Toutefois, même dans ces villages, les pourcentages moyens n'ont pas grande signification; ils dissimulent des situations individuelles extrêmement diverses ou, plus précisément, une forte majorité de budgets dont les dépenses d'exploitation se réduisent à l'achat périodique d'une houe et d'une matchette, et une petite minorité de budgets dont une part appréciable des ressources est affectée à des travaux culturaux mécanisés effectués par les paysannats, et à des achats de semences.

De toute manière, la modicité des chiffres revèle à quel point l'agriculture demeure une activité traditionnelle, essentiellement féminine et tournée vers l'auto-subsistance. Très rares encore sont les paysans qui réalisent l'intérêt de consentir aux cultures non seulement des journées de travail mais une part de leur revenu monétaire, sous forme d'investissement.

VII - LES DEPENSES DE SANTE

Ici encore les chiffres moyens dissimulent des situations individuelles extrêmement variées. Les achats de produits pharmaceutiques sont irréguliers par nature. S'ils ne représentent en moyenne que 2,3 % des dépenses autres qu'alimentaires, il n'est pas rare qu'ils absorbent la quasi totalité du revenu quand la maladie frappe une famille.

En pourcentage comme en valeur absolue les dépenses de santé des non salariés sont plus importantes : la population purement agricole est plus âgée, ou du moins comprend les individus âgés, plus vulnérables.

Tableau n° 41

REPARTITION DES DEPENSES NON ALIMENTAIRES SELON LES VILLAGES

	Tabac cigarettes	Habillement	Produits d'entretien	Transport services divers	Dépenses de santé	Biens durables mobilier ustensiles ménagers	Habitat	Dépenses d'exploitation	Cotisation	Prêts Remboursements Dons	Divers	Total dépenses non alimentaires
MASSANGUI	1.225	44.340	7.580	11.085	1.460	6.275	11.645	1.020	2.400	4.255	885	92.170
KINGOUALA-KOLA	260	39.225	3.480	1.500	1.200	30.550	-	14.200	-	-	-	90.415
M'PILA	1.615	28.305	4.155	18.350	938	4.750	-	-	850	1.275	-	60.238
KIMBONGA	65	1.720	1.550	125	840	-	30	-	-	-	-	4.330
NTANDOU-KIMOUANDA	225	7.865	1.775	-	1.155	13.720	-	350	1 350	-	140	26.580
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	100	7.525	425	3.800	1.345	2.575	-	-	1.350	-	-	17.120
KIMPAMBOU-LOUKELO	280	350	2.870	5.150	300	9.285	9.705	-	-	-	-	27.940
TOTAL VILLAGES VALLEE	2.545	84.990	14.255	28.925	5.778	60.780	9.735	14.550	3.550	1.275	140	226.623
TOTAL GENERAL	3.770	129.330	21.835	40.010	7.238	67.155	21.380	15.570	5.950	5.530	1.025	318.793

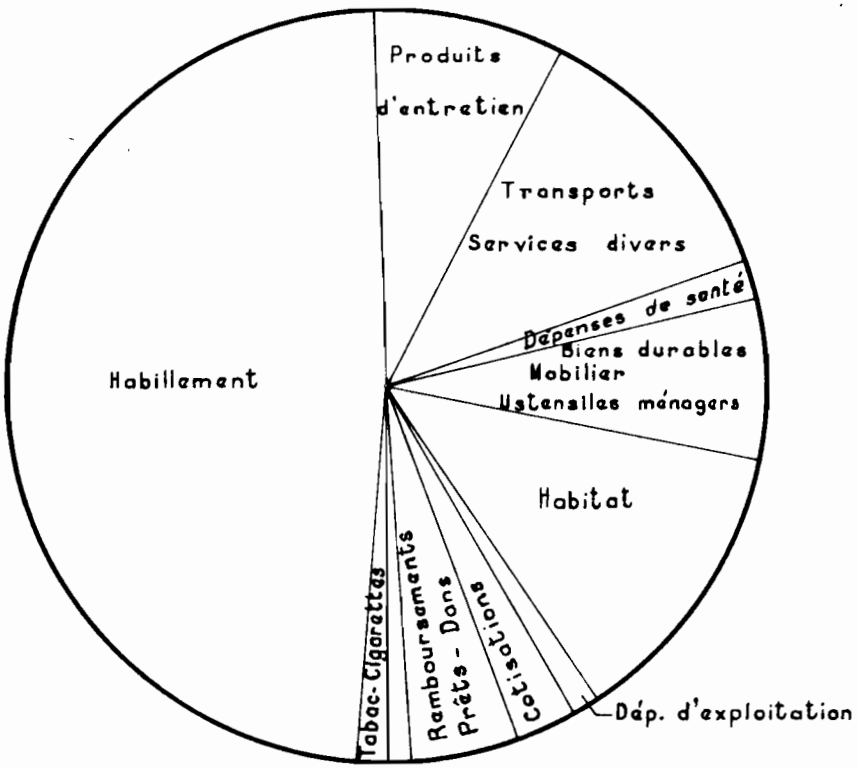
Tableau n° 42

REPARTITION RELATIVE DES DEPENSES NON ALIMENTAIRES SELON LES VILLAGES

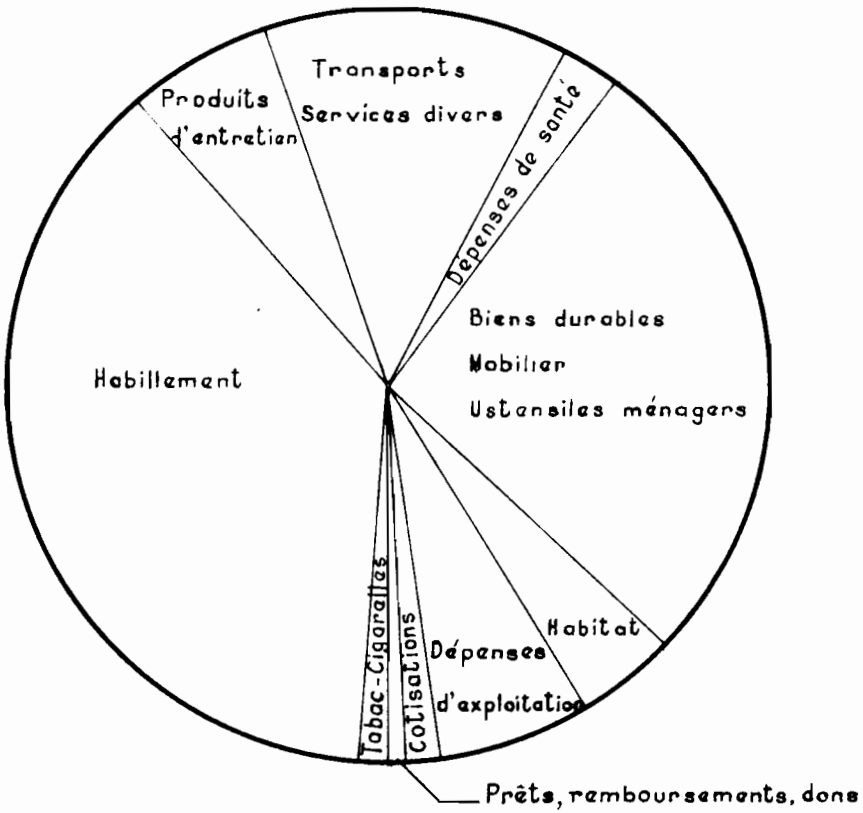
	Tabac cigarettes	Habillement	Produits d'entretien	Transports services divers	Dépenses de santé	Biens durables Mobilier ustensiles de ménage	Habitat	Dépenses d'exploitation	Cotisation	Prêts Remboursements-Dons	Divers	Total dépenses non alimentaires par U.B.
MASSANGUI	1,3	48,2	8,2	12	1,6	6,8	12,6	1,1	2,6	4,6	1	100 %
KINGOUALA-KOLA	0,3	43,4	3,8	1,7	1,3	33,8	–	15,7	–	–	–	100 %
M'PILA	2,7	47	6,9	30,4	1,6	7,9	–	–	1,4	2,1	–	100 %
KIMBONGA	1,5	39,7	35,8	2,9	19,4	–	0,7	–	–	–	–	100 %
N'TANDOU-KIMOUANDA	0,8	29,6	6,7	–	4,3	51,7	–	1,3	5,1	–	0,5	100 %
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	0,6	44	2,5	22,2	7,8	15	–	–	7,9	–	–	100 %
KIMPAMBOU-LOUKELO	1	1,3	10,3	18,4	1,1	33,2	34,7	–	–	–	–	100 %
Total villages vallée	1,1	37,5	6,3	12,8	2,5	26,8	4,3	6,4	1,6	0,6	0,1	100 %
TOTAL GENERAL	1,2	40,6	6,8	12,6	2,3	21	6,7	4,9	1,9	1,7	0,3	100 %

GRAPHIQUE n° 20

RÉPARTITION DES DÉPENSES NON ALIMENTAIRES SELON LES VILLAGES



MASSANGUI



Villages proches de la S. I. A. N.

Tableau n° 43

REPARTITION DES DEPENSES NON ALIMENTAIRES SELON LES VILLAGES

DEPENSES MOYENNES PAR UNITE BUDGETAIRE

	Tabac cigarettes	Habillement	Produits d'entretien	Transport services Divers	Dépenses de Santé	Biens durables mobilier ustensiles ménagers	Habitat	Dépenses d'exploitation	Cotisation	Prêts-Remboursements Dons	Divers	Total dépenses non alimentaires par U.B.
MASSANGUI	16,8	607,4	103,8	151,8	20	86	169,5	14	32,9	58,3	12,1	1.262,6
KINGOUALA-KOLA	17,3	2.615	232	100	80	2.836,7	-	94,7	-	-	-	6.028
M'PILA	62,1	1.888,7	159,8	705,8	938	182,7	-	-	850	1275	-	2.316.8
KIMBONGA	4,1	107,5	96,9	7,8	52,5	-	1,9	-	-	-	-	270,6
NTANDOU-KIMOUANDA	22,5	786,5	177,5	-	115,5	1.372	-	35	135	-	14	2.658
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	25	1.881,2	106,2	950	336,3	643,8	-	-	337,5	-	-	4.280
KIMPAMBOU-LOUKELO	3,1	38,9	318,9	572,2	33,3	1.031,7	1.078,3	-	-	-	-	3.104,4
TOTAL VILLAGES VALLEE	31,8	1.062,4	178,2	361,6	72,2	759,8	121,7	181,9	44,4	15,9	1,7	2.831,5
TOTAL GENERAL	24,6	845,3	142,6	261,5	47,3	438,3	139,7	101,8	38,9	36,1	6,7	2.082,9

LA STRUCTURE DES DEPENSES AUTRES QU'ALIMENTAIRES : COMPARAISON ENTRE SALARIES ET AGRICULTEURS:

(tableau N° 44; graphique N° 21)

- En valeur relative les salariés consacrent une part de leur revenu aussi importante que les non salariés aux dépenses de tabac et cigarettes, de produits d'entretien, et de biens durables.

- Ils consacrent une part moins importante aux dépenses de transport (leur emploi les fixe davantage, d'autant que l'absentéisme diminue d'année en année, particulièrement à la S.I.A.N.), aux dépenses de santé (population plus jeune) et aux dépenses d'exploitation (ceci est surtout vrai dans les villages de la Vallée dont les salariés ne cultivent pas de champs ouverts au tracteur par les paysannats).

- Les salariés de Massangui consacrent une part plus importante de leur revenu aux dépenses vestimentaires (60,1 contre 36,3 %), aux prêts et aux dons (parasitisme familial).

- Les salariés de la Vallée consacrent une part plus importante de leurs ressources à la construction ou à la réfection des cases (17 % contre 0,5 %). Il n'est pas rare que l'emploi salarié soit avant tout un moyen de réunir les fonds nécessaires à la construction d'une case de type nouveau.

- L'ensemble des salariés cotisent davantage que les non salariés: jouissant d'un revenu régulier, ils sont mis à contribution plus fréquemment et plus largement.

Dans l'ensemble la structure des budgets bénéficiant d'un salaire ne diffère pas fondamentalement de la structure des budgets d'agriculteurs. Cette constatation souligne une fois de plus la similitude des genres de vie des paysans et des paysans salariés qui demeurent au village.

Tableau n° 44

REPARTITION DES DEPENSES NON ALIMENTAIRES SELON QUE LES U.B. PERÇOIVENT OU NE PERÇOIVENT PAS UN SALAIRE

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

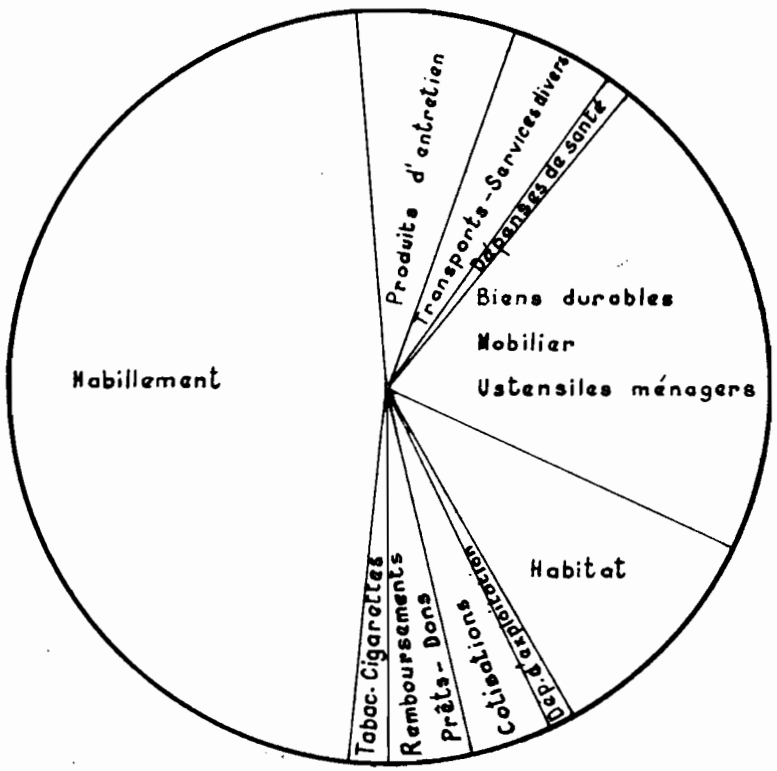
	Tabac-cigarettes			Habillement			Produits d'entretien			Transports-services divers			Dépenses de santé			Biens durables-mobilier ustensiles ménagers			Habitat			Dépenses d'exploitation			Cotisations			Prêts-Remboursements-Dons			Divers			TOTAL Dépenses non alimentaires		
	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%	Dépense totale	Dépense par U.B.	%
MASSANGUI	565	31,4	1,3	27.095	1.505,3	60,1	4.695	260,8	10,4	1.230	68,3	2,7	490	27,2	1,1	4.585	254,7	10,2	800	44,4	1,8	650	36,1	1,4	1.500	83,3	3,3	3.425	190,3	7,6	65	3,6	0,1	45.100	2.505,6	100
Villages proches de la S.I.A.N.	870	58	1,6	19.135	1.275,7	36,3	3.035	202,3	5,8	1.750	116,7	3,3	475	31,7	0,9	16.095	1.073	30,6	8.935	595,7	17	350	23,3	0,7	1.850	123,3	3,5	-	-	-	140	9,33	0,3	52.635	3.509	100
TOTAL	1.435	43,5	1,5	46.230	1.400,9	47,3	7.730	234,2	7,9	2.980	90,3	3	965	29,2	1	20.680	626,7	21,2	9.735	295	10	1.000	30,3	1	3 350	101,5	3,4	3.425	103,8	3,5	205	6,2	0,2	97.735	2.961,7	100

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT AUCUN SALAIRE

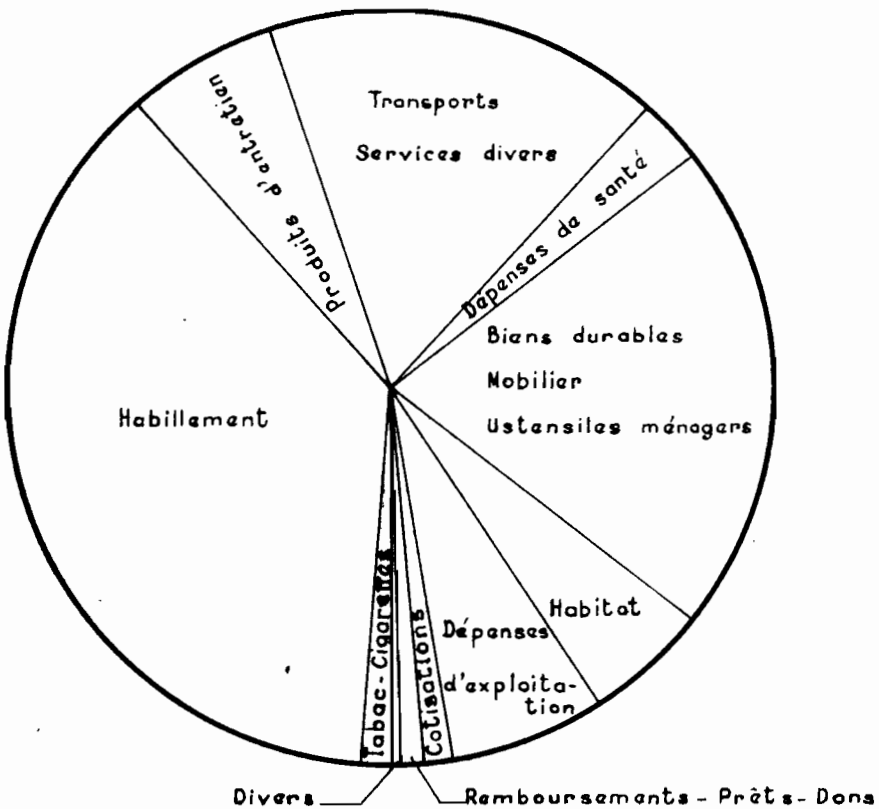
MASSANGUI	660	12	1,4	17.245	313,6	36,7	2.885	52,5	6,1	9.855	179,2	20,9	970	17,6	2,1	1.690	30,7	3,6	10.845	197,2	23	370	6,7	0,8	900	16,4	1,9	830	15,1	1,8	820	14,9	1,7	47.070	855,8	100
Villages proches de la S.I.A.N.	1.675	25,8	10	65.855	1.013,2	37,9	11.220	172,6	6,4	27.175	418,1	15,6	5.303	81,6	3	44.685	687,5	25,7	800	12,3	0,5	14.200	218,5	8,2	1.700	26,2	1	1.275	19,6	0,7	-	-	-	173.888	2.675,2	100
TOTAL	2.335	19,5	1,1	83.100	692,5	37,5	14.095	117,5	6,4	37.030	308,6	16,7	6.273	52,3	2,8	46.375	386,5	21	11.645	97	5,3	14.570	121,4	6,6	2.600	21,7	1,2	2.105	17,5	1	820	6,8	0,4	220.948	1.841,2	100

GRAPHIQUE n° 21

RÉPARTITION DES DÉPENSES NON ALIMENTAIRES SELON QUE LES U.B. PERÇOIVENT OU NE PERÇOIVENT PAS UN SALAIRE



U.B. percevant un salaire



U.B. ne percevant aucun salaire

ORIGINE DES PRODUITS AUTRES QU'ALIMENTAIRES (tableaux 45 et 46)

Le tableau 45 met en évidence la forte proportion de produits importés dans la consommation non alimentaire : 64,6 % (65,9 dans la Vallée; 61,5 à Massangui). Ces taux, caractéristiques d'une économie primaire, ne sauraient surprendre.

Les salariés achètent relativement plus de produits importés (vêtements) que les agriculteurs, ainsi qu'en témoigne le tableau 46.

---------oOo-------

Tableau n° 45

DEPENSES NON ALIMENTAIRES : ORIGINE DES PRODUITS

	PRODUITS LOCAUX			PRODUITS IMPORTES			TOTAL		
	Dépense glob.	Dép. par UB	%	Dép. glob.	Dép. par UB	%	Dép. glob.	Dép. par UB	%
MASSANGUI	35.490	486,2	38,5	56.680	776,4	61,5	92.170	1.262,6	100
KINGOUALA-KOLA	26.420	1.761,3	29,2	63.995	4.266,4	70,8	90.415	6.027,7	100
M'PILA	23.210	892,7	38,5	37.028	1.424,1	61,5	60.238	2.316,8	100
KIMBONGA	575	35,9	13,3	3.755	234,7	86,7	4.330	270,6	100
N'TANDOU-KIMOUANDA	4.370	437	16,4	22.210	2.221	83,6	26.580	2.658	100
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	7.410	1.852,5	43,3	9.710	2.427,5	56,7	17.120	4.280	100
KIMPAMBOU-LOUKELO	15.375	1.708,3	55	12.565	1.396,1	45	27.940	3.104,4	100
Total villages de la vallée	77.360	967	34,1	149.263	1.865,8	65,9	226.623	2.832,8	100
TOTAL GENERAL	112.850	737,6	35,4	205.943	1.346	64,6	318.793	2.083,6	100

Tableau n° 46

DEPENSES NON ALIMENTAIRES DES U.B. PERCEVANT UN SALAIRE ET DES U.B. NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

ORIGINE DES PRODUITS

		PRODUITS LOCAUX			PRODUITS IMPORTES			T O T A L		
		Dépense globale	Dépense par U.B.	%	Dépense globale	Dépense par U.B.	%	Dépense globale	Dépense par U.B.	%
MASSANGUI	Salariés	10.075	559,7	22,3	35.025	1.945,8	77,7	45.100	2.505,5	100
	Agriculteurs	25.415	462,1	54	21.655	393,7	46	47.070	855,8	100
VILLAGES de la VALLEE	Salariés	15.685	1.045,7	29,7	37.050	2.470	70,3	52.735	3.515,7	100
	Agriculteurs	61.675	948,8	35,5	112.213	1.726,4	64,5	173.888	2.675,2	100
T O T A L	Salariés	25.760	780,6	26,3	72.075	2.184,1	73,7	97.835	2.964,7	100
	Agriculteurs	87.090	725,7	39,4	133.868	1.115,6	60,6	220.958	1.841,3	100

- 154 -

CHAPITRE IV : LES REVENUS

Le chiffre global des entrées d'argent enregistrées en un mois a atteint 255.985 francs à Massangui, et 1.081.987 francs dans l'ensemble des six villages de la Vallée.

Le taux de couverture des dépenses par les recettes est de 121,7 % à Massangui, de 326 % dans la Vallée. En réalité, si dans tous les villages, à l'exception de Kingouala-Kola, le taux de couverture des dépenses par les recettes est supérieur à 100, ce taux varie dans des proportions considérables selon les villages, comme il apparaît dans le tableau N°

Les taux de couverture exceptionnellement élevés à M'Pila et Kimpambou-Loukelo proviennent des ventes d'arachides en cours d'enquête. Ils démontrent, comme nous avons eu déjà l'occasion de le souligner, que les familles qui perçoivent la quasi-totalité de leur revenu annuel en une ou deux fois tendent à étaler les dépenses sur toute l'année, même si la perception du revenu entraîne un gonflement momentané des dépenses.

Les unités budgétaires réservent une épargne, mais c'est pour l'essentiel une épargne à court terme, un volant qui régularise le rythme des dépenses entre deux marchés de produits agricoles (cas de Kingouala-Kola, dont le taux de couverture est de 30,8 % seulement pour le mois).

TABLEAU N° 47

TAUX DE COUVERTURE DES DEPENSES PAR L'ENSEMBLE DES RECETTES

	Dépenses	Recettes	Taux de couverture
MASSANGUI	210.355	255.985	121,7 %
KINGOUALA-KOLA	111.270	34.310	30,8 %
M'PILA	109.208	440.483	403,3 %
KIMBONGA	9.085	42.400	466,7 %
N'TANDOU-KIMOUANDA	39.225	54.428	138,8 %
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	22.400	63.701	284,4 %
KIMPAMBOU-LOUKELO	40.715	446.665	1.097 %
TOTAL VILLAGES DE LA VALLEE	331.903	1.081.987	326 %
TOTAL GENERAL	542.258	1.337.972	246,7 %

Le taux de couverture également élevé de Kimbonga a une signification moindre puisqu'il correspond à un chiffre de dépenses très faible.

Particulièrement intéressant est le cas de N'Tandou-Kimouanda, dont 93,7 % des revenus proviennent de salaires : le taux de couverture de l'ensemble des dépenses mensuelles par l'ensemble des recettes mensuelles est de 138,8 %. Dans la mesure où cette situation budgétaire est une situation normale, elle correspondrait à la constitution d'une épargne réelle, puisque dans le cas de ce village les dépenses courantes sont couvertes chaque mois par des recettes courantes.

LA STRUCTURE DES REVENUS : tableau N° 48

La majeure partie des revenus (60,8 % à Massangui; 87,7 % dans la Vallée) provient de la vente des produits de l'agriculture, de l'élevage, de la chasse ou de la pêche.

Les salaires représentent 29,5 % des entrées d'argent à Massangui, mais 11,2 % seulement dans la Vallée.

Les autres sources de revenus, ceux qui proviennent du commerce ou de l'artisanat, les emprunts, les dons reçus, sont tout à fait secondaires puisqu'elles ne représentent toutes ensembles que 9,7 % des entrées d'argent à Massangui et 1,2 % dans la Vallée.

Les recettes rassemblées sous la rubrique "recettes commerciales et artisanales" comprennent principalement les bénéfices de quelques artisans (maçons, menuisiers) dont l'activité est épisodi-

Tableau n° 48

ORIGINE DES REVENUS

	Vente des produits de l'agriculture, de l'élevage, de la chasse et de la pêche		Salaires		Revenus du commerce et de l'artisanat		Emprunts-Dons		TOTAL	
		%		%		%		%		%
MASSANGUI	155.700	60,8	75.480	29,5	15.140	5,9	9.665	3,8	255.985	100
KINGOUALA-KOLA	19.715	57,5	12.950	37,7	300	0,9	1.345	3,9	34.310	100
M'PILA	412.648	93,7	27.075	6,1	-	-	760	0,2	440.483	100
KIMBONGA	19.955	47	15.700	37	6.725	15,9	20	0,1	42.400	100
N'TANDOU-KIMOUANDA	3.355	6,2	51.023	93,7	-	-	50	0,1	54.428	100
KIMPAMBOU-MHAMBOU	54.841	86,1	8.860	13,9	-	-	-	-	63.701	100
KIMPAMBOU-LOUKELO	437.415	98	5.500	1,2	-	-	3.750	0,8	446.665	100
TOTAL VILLAGES VALLEE	947.929	87,7	121108	11,2	7.025	0,6	5.925	0,5	1081.987	100
TOTAL GENERAL	1.103.629	82,5	196588	14,7	22165	1,6	15.590	1,2	1337.972	100

Tableau n° 49

DISTRIBUTION DES SALAIRES

	3000-3999	4000-4999	5000-5999	6000-6999	7000-7999	8000-8999	9000-9999	10000-10999	11000-11999	12000-12999	13000-14999	14000-14999	15000-15999	16000-16999	Indéterminé	TOTAL
MASSANGUI	6	8		2												18
KINGOUALA-KOLA		1				1										2
M'PILA									1					1		2
KIMBONGA				1			1									2
N'TANDOU-KIMOUANDA			1	1	1		1		2							6
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	1	1														2
KIMPAMBOU-LOUKELO			1													1
TOTAL VILLAGES VALLEE	1	2	2	2	1	1	2		3							15
TOTAL GENERAL	7	10	3	4	1	1	2		3					1	1	33

que, ainsi que le bénéfice tiré de la revente de produits agricoles achetés aux autres unités budgétaires par des villageois se rendant en ville pour y vendre leur propre production.

Plus diversifiés et surtout incomparablement plus importants en volume, les revenus agricoles méritent une analyse plus approfondie de leur structure et de leur niveau, selon les villages et selon que les unités budgétaires perçoivent ou non un salaire.

LES REVENUS DE L'AGRICULTURE, DE L'ELEVAGE, DE LA CHASSE ET DE LA PECHE : (tableaux N°50 à 52 - graphique N° 22)

Dans le tableau N° 50 et le graphique N°22 on a regroupé l'ensemble des recettes provenant de la vente des productions agricoles ou des productions assimilées : produits de la chasse et de la pêche, dont la part dans l'ensemble de ces recettes est d'ailleurs minime.

Les recettes tirées de la vente des boissons fermentées fabriquées dans les villages sont vraisemblablement sous-estimées; toutefois l'écart entre valeurs déclarées et valeurs réelles ne peut être considérable : peu de recettes échappent à des enquêteurs vivant durant un mois et demi dans le village, en contact étroit avec les habitants, observant au jour le jour la fabrication et la vente (ou l'autoconsommation) des boissons alcoolisées.

Le montant global des revenus agricoles varie dans de très fortes proportions selon les villages, dont certains, nous l'avons vu, ont vendu en cours d'enquête leurs arachides; c'est donc au niveau du village qu'il convient d'analyser le montant et la structure des recettes provenant des activités primaires.

1) A Massangui, les recettes enregistrées au cours du mois d'août peuvent être considérées comme normales puisque non seulement aucun marché agricole n'a été organisé durant cette période mais que, à la différence de ce qu'on observe dans la Vallée, les ventes de produits agricoles, y compris celles d'arachides et de maïs, sont étalées dans le temps.

Les ventes réalisées au jour le jour sont essentiellement des ventes d'arachides (42,3 % des recettes), de maïs (20,8 %), de bananes (14,9 %), de boissons alcoolisées (8,1 %), de tubercules et de chikouangue (6,2 %). Les autres fruits et légumes, les produits de l'élevage ou de la chasse n'en représentent qu'un peu moins de 8 %. Le taux de couverture de l'ensemble des dépenses par les seules recettes agricoles est de 74 %. Mais nous avons vu que si l'on y ajoute la masse des salaires et les revenus annexes (dons,etc...) le taux de couverture des dépenses par les recettes dépasse 120 %.

2) Dans l'ensemble des villages de la Vallée le total des recettes agricoles ou assimilées a atteint durant le mois d'août 950.000 francs environ, dont 850.000 pour les deux villages M'Pila et Kimpambou-Loukelo qui ont vendu leurs arachides à cette époque.

Les ventes d'arachides procurent presque 90 % des recettes (88,1 %), la vente des produits de l'élevage 5,5 % (1). Les autres productions agricoles et la pêche sont presque négligeables.

Il faut insister sur l'insignifiance des ventes de fruits et légumes, de produits vivriers, en dépit de la proximité d'un centre semi-urbain. Bien qu'ils aient naturellement vocation à produire et à vendre à la population salariée de Jacob, non seulement l'arachide mais aussi les produits de l'alimentation traditionnelle, les

---

(1) Ce pourcentage est sans doute exceptionnellement élevé,puisqu'il provient essentiellement de l'abattage d'un boeuf à M'Pila.

villages de cette région se livrent pratiquement à la monoculture de l'arachide, réserve faite évidemment des plantations destinées à assurer leur propre subsistance.

Les échanges économiques entre Jacob et les villages alentours sont à sens unique. Les paysans y achètent les biens de l'économie moderne et des aliments de complément, avec l'argent provenant de la vente des arachides à l'Office de Commercialisation. Mais les femmes n'y vendent qu'épisodiquement quelques excédents de production : une cuvette d'arachides ou de pois d'Angole, quelques batons de manioc...

Les villages situés à proximité de la S.I.A.N. ignorent (ou du moins ils n'en tirent aucun profit) le débouché chaque jour plus vaste qui s'offre à leurs productions. Si ce n'est les facilités d'approvisionnement, dont ils profitent largement, les paysans vivent en marge du centre semi-urbain tout proche et ne participent pas réellement à l'activité économique née de la S.I.A.N.

Il est vrai qu'une partie d'ailleurs très faible de la population de ces villages s'embauche dans cette entreprise, mais ceux qui restent au village ne tentent pas d'accroître leurs revenus en cultivant pour la vente des plantes vivrières.

Les obstacles qui s'opposent à cette reconversion ne sont pas tous d'ordre psychologique. Bien sûr, on ne peut manquer d'être frappé par l'absence de tout dynamisme des villageois qui ne tentent pas de se dégager de leur routine; mais les difficultés de transport sont primordiales : la vente au jour le jour de tubercules, de légumes ou de fruits impose des déplacements fréquents : les femmes de Kimbonga font 30 kms à pied (aller-retour) pour vendre sur le marché de Jacob une cuvette de légumes et gagner au plus quelques centaines de francs. L'absence de moyens de transport est le premier goulot d'étranglement qui entrave dans les villages proches de

Jacob le développement des cultures vivrières destinées à la vente.

En outre, le développement de ces cultures suppose la participation active des hommes qui n'exercent aucune activité salariée; or la répartition coutumière des tâches entre l'homme et la femme est encore une institution vivace : les hommes entretiennent les arbres fruitiers, ils font pousser des pois d'Angole ou de la canne à sucre pour en tirer de l'alcool, ils cultivent même des champs d'arachides pour accroître leurs revenus, mais ils n'entreprennent qu'exceptionnellement d'autres cultures vivrières. Le poids de la tradition dans ce domaine est très lourd. Il semble ne pouvoir être contrebalancé que par une animation rurale exceptionnellement dynamique, et la perspective de profits pécuniaires substantiels.

Enfin tous les terrains ne sont pas propices aux cultures légumières ou fruitières. Les villages riverains du Niari jouissent à cet égard d'un avantage certain, bien que les terrasses soient souvent étroites. Mais "la dispersion des zones alluviales le long du Niari, la faible surface de chacune d'elles et leur grande hétérogénéité édaphique"(1) ne constituent un handicap sérieux que pour la grande culture mécanisée. Mêmes étroites et peu étendues, ces terrasses sont à l'échelle de l'agriculture telle que la pratiquent les villageois du Niari. Sur le plateau, la vocation des villages serait plutôt la culture du manioc ou des légumineuses, c'est-à-dire en fait les cultures pratiquées actuellement, mais portées à une autre échelle et systématiquement orientées vers la vente sur le marché de Jacob.

---

(1) F. GRAS - Les zones alluviales du Niari entre la Bouenza et la Kibouba - Brazzaville, Décembre 1964, Rap. ronéoté. ORSTOM.

Tableau n° 50

REVENUS MONETAIRES PROVENANT DE L'AGRICULTURE, DE L'ELEVAGE, DE LA CHASSE ET DE LA PECHE, PAR VILLAGES

	Arachides	Maïs	Tubercules Chikouangue	Pois d'Angole	Bananes plantains	Autres Légumes	Fruits	Boissons alcoolisées	Elevage	Pêche	Chasse	Divers(1)	TOTAL
MASSANGUI	65.800	32.385	9.595	1.015	23,125	570	620	12.705	4.435	-	2.520	2.930	155.700
KINGOUALA_KOLA	13.375	-	1.585	650	475	-	400	3.150	80	-	-	-	19.715
M'PILA	326.168	280	7.025	100	480	110	8.260	17.150	51.075	-	2.000	-	412.648
KIMBONGA	8.365	-	1.200	4.405	220	4.430	1.335	-	-	-	-	-	19.955
NTANDOU-KIMOUANDA	85	-	700	485	-	1.460	25	200	-	400	-	-	3.355
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	51.106	-	1.360	-	-	125	-	300	750	-	-	1.200	54.841
KIMPAMBOU-LOUKELO	435.565	-	250	925	-	-	-	225	450	-	-	-	437.415
TOTAL VILLAGES de la VALLEE	834.664	280	12.120	6.565	1.175	6.125	10.020	21.025	52.355	400	2.000	1.200	947.929
TOTAL GENERAL	900.464	32.665	21.715	7.580	24.300	6.695	10.640	33.730	56.790	400	4.520	4,130	1.103.629

(1) Divers = Feuilles de Marantacées, bois, tabac... etc

Tableau n° 51

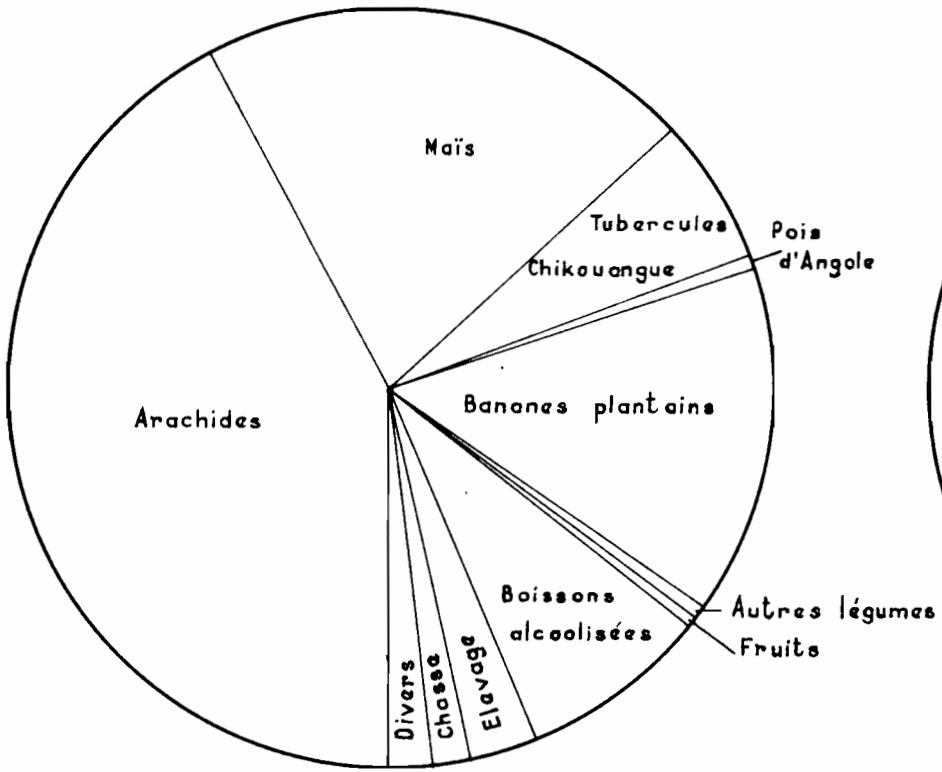
REPARTITION RELATIVE DES RECETTES MONETAIRES PROVENANT DE L'AGRICULTURE, DE L'ELEVAGE, DE LA CHASSE ET DE LA PECHE

	Arachides	Maïs	Tubercules Chikouangue	Pois d'Angole	Bananes plantains	Autres Légumes	Fruits	Boissons alcoolisées	Elevage	Pêche	Chasse	Divers (1)	TOTAL
MASSANGUI	42,3	20,8	6,2	0,6	14,9	0,4	0,4	8,1	2,8	-	1,6	1,9	100 %
KINGOUALA _ KOLA	67,9	-	8	3,3	2,4	-	2	16	0,4	-	-	-	100 %
M'PILA	79	0,1	1,7	0,03	0,1	0,07	2	4,1	12,4	-	0,5	-	100 %
KIMBONGA	41,9	-	6	22,1	1,1	22,2	6,7	-	-	-	-	-	100 %
NTANDOU-KIMOUANDA	2,5	-	20,9	14,5	-	43,5	0,7	6	-	11,9	-	-	100 %
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	93,2	-	2,5	-	-	0,2	-	0,5	1,4	-	-	2,2	100 %
KIMPAMBOU-LOUKELO	99,5	-	0,1	0,2	-	-	-	0,1	0,1	-	-	-	100 %
TOTAL VILLAGES de la VALLEE	88,1	0,04	1,3	0,7	0,1	0,6	1,1	2,2	5,5	0,06	0,2	0,1	100 %
TOTAL GENERAL	81,6	2,9	2	0,7	2,2	0,6	1	3	5,1	0,1	0,4	0,4	100 %

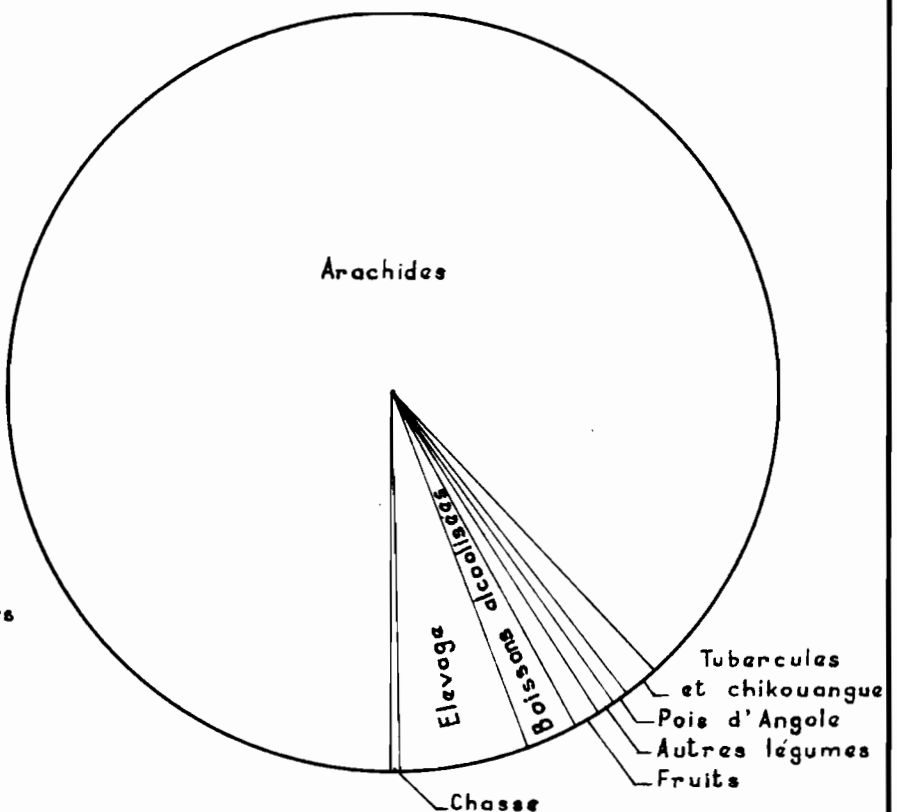
(1) Divers = Feuilles de Marantacées, bois, tabac ... etc

GRAPHIQUE nº 22

RECETTES MONÉTAIRES PROVENANT DE L'AGRICULTURE, DE L'ÉLEVAGE, DE LA CHASSE ET DE LA PÊCHE



MASSANGUI



Villages proches de la S. I. A. N.

Tableau n°52

REVENUS MONETAIRES PROVENANT DE L'AGRICULTURE, DE L'ELEVAGE, DE LA CHASSE ET DE LA PECHE, PAR U.B.

	Arachides	Maïs	Tubercules Chikouangue	Pois d'Angole	Bananes plantains	Autres Légumes	Fruits	Boissons alcoolisées	Elevage	Pêche	Chasse	Divers(1)	TOTAL
MASSANGUI	765,1	376,6	111,6	11,8	268,9	6,6	7,2	147,7	51,6	-	29,3	34,1	1.810,5
KINGOUALA - KOLA	891,7	-	105,7	43,3	31,7	-	26,7	210	5,3	-	-	-	1.314,4
M'PILA	12.544,9	10,8	270,2	3,8	18,5	4,2	317,7	659,6	1.964,4	-	76,9	-	15.871
KIMBONGA	522,8	-	75	275,3	13,8	276,9	83,4	-	-	-	-	-	1.247,2
NTANDOU-KIMOUANDA	8,5	-	70	48,5	-	146	2,5	20	-	40	-	-	335,5
KIMPAMBOU-MAHAMBOU	12.776,5	-	340	-	-	31,2	-	75	187,5	-	-	300	13.710,2
KIMPAMBOU-LOUKELO	48.396,1	-	27,8	102,8	-	-	-	25	50	-	-	-	48.601,7
TOTAL VILLAGES de la VALLEE	10.433,3	3,5	151,5	82,1	14,7	76,6	125,2	262,8	654,4	5	25	15	11.849,1
TOTAL GENERAL	5.424,5	196,8	130,8	45,7	146,4	40,3	64,1	203,2	342,1	2,4	27,2	24,9	6.648,4

(1) Divers = Feuilles de Marantacées, bois, tabac... etc

COMPARAISON ENTRE LE VOLUME ET LA STRUCTURE DES REVENUS AGRICOLES DES SALARIES ET DES AGRICULTEURS (tableau N° 53)

Les femmes des salariés et parfois les salariés eux-mêmes entretiennent des cultures dont ils commercialisent les excédents de production. Aussi les revenus agricoles des unités budgétaires qui perçoivent un salaire et des unités budgétaires qui ne perçoivent pas de salaire diffèrent plus par leur volume que par leur structure.

Les salariés de Massangui ont tiré de la vente des produits agricoles et assimilés, par unité budgétaire, 487 frs, cinq fois moins que les ménages d'agriculteurs (2.161 frs). L'écart est un peu moins important dans les villages de la Vallée, où les chiffres correspondant s'élèvent à 5.298 et 13.361 francs.

L'écart existant au détriment des salariés provient évidemment de ce que leur emploi ne leur laisse qu'exceptionnellement le loisir d'entretenir des cultures orientées vers la vente. Les revenus agricoles de ces familles proviennent essentiellement du produit des plantations de la femme .

En outre, dans ces ménages assurés d'un revenu régulier, la femme elle-même tend à négliger les cultures qui ne sont pas strictement destinées à subvenir aux besoins alimentaires de la famille. En ce sens le salaire diminue l'attrait des revenus irréguliers provenant de la vente des produits agricoles. Comme source de revenus monétaires, l'agriculture devient dans l'esprit même des salariés une activité marginale.

A Massangui enfin, l'écart est particulièrement grand entre les recettes agricoles des salariés et celles des non-salariés parce qu'un certain nombre de salariés sont étrangers au village et n'y entretiennent pas de cultures.

Tableau n° 53

MONTANT ET REPARTITION DES RECETTES MONETAIRES PROVENANT DE L'AGRICULTURE, DE L'ELEVAGE, DE LA CHASSE ET DE LA PECHE

SELON QUE LES UNITES BUDGETAIRES PERÇOIVENT OU NE PERÇOIVENT PAS DE SALAIRE

UNITES BUDGETAIRES PERCEVANT UN SALAIRE

	Arachides			Maïs			Tubercules-Chikouangue			Pois d'Angole			Bananes plantains			Autres légumes			Fruits		
	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%
MASSANGUI	2.100	116,7	24	3.000	166,7	34,2	570	31,7	6,5	700	38,9	8	350	19,4	4	220	12,2	2,5	175	9,7	2
VILLAGES de la VALLEE	75.911	5060,7	95,5	-	-	-	910	60,7	1,1	800	53,3	1	-	-	-	1595	106,3	2	10	0,7	0,1
TOTAL	78.011	2364	88,4	3.000	91	3,4	1.480	44,8	1,7	1.500	45,4	1,7	350	10,6	0,4	1.815	55	2	185	5,6	0,2

	Boissons alcoolisées			Elevage			Pêche			Chasse			Divers			TOTAL		
	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%
MASSANGUI	-	-	-	1.650	91,7	18,8	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8.765	487	100
VILLAGES de la VALLEE	250	16,7	0,3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	79.476	5298,4	100
TOTAL	250	7,6	0,3	1.650	50	1,9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	88.241	2.674	100

UNITES BUDGETAIRES NE PERCEVANT PAS DE SALAIRE

	Arachides			Maïs			Tubercules-Chikouangue			Pois d'Angole			Bananes plantains			Autres légumes			Fruits		
	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%
MASSANGUI	63.700	936,8	43,5	29.385	432,1	20	9.025	132,7	6,1	315	4,6	0,2	22.775	334,9	15,5	350	5,1	0,2	445	6,5	0,3
VILLAGES de la VALLEE	758.753	11673,1	87,4	280	4,3	0,04	11.210	172,5	1,3	5.765	88,7	0,7	1.175	18,1	0,1	4.530	69,7	0,5	10.010	154	1,2
TOTAL	822.453	6.183,8	81	29.665	223	2,9	20.235	152,1	2	6.080	45,7	0,6	23.950	180,1	2,4	4.880	36,7	0,5	10.455	78,6	1

	Boissons alcoolisées			Elevage			Pêche			Chasse			Divers			TOTAL		
	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%	Recettes totales	Recettes par U.B.	%
MASSANGUI	12.705	186,8	8,6	2.785	41	1,9	-	-	-	2.520	37,1	1,7	2.930	43,1	2	146.935	2.160,8	100
VILLAGES de la VALLEE	20.775	319,6	2,4	52.355	805,5	6	400	6,2	0,06	2.000	30,8	0,2	1.200	18,5	0,1	868.453	13.360,8	100
TOTAL	33.480	251,7	3,3	55.140	414,6	5,4	400	3	0,1	4.520	34	0,4	4.130	31,1	0,4	1.015.388	7.634,5	100

IV - ACHATS POUR REVENTE - TROC - CADEAUX

Les opérations d'échange apparaissent dans les budgets sous trois formes différentes : les achats pour revente, les opérations de troc et les cadeaux.

1) LES ACHATS POUR REVENTE

Certains produits agricoles sont parfois achetés par un des villageois lui-même, qui va ensuite les revendre à la ville pour son propre compte ; le paiement s'effectue en général au retour, en espèces ou sous forme d'objets remenés de la ville. La revente peut se faire à prix coûtant, ou réserver un bénéfice très variable, jusqu'à 82 % (bénéfice déclaré).

De toute manière ces transactions sont irrégulières et peu fréquentes : on en a enregistré vingt deux en un mois à Massangui, représentant toutes ensembles une valeur globale de 57.995 francs. La plus grande part portait sur des achats de maïs, d'arachides, de chikouangues et de bananes.

Ces achats pour revente sont intéressants en ce qu'ils constituent une ébauche de rationalisation de la commercialisation des produits agricoles sur les marchés urbains (ici Brazzaville) par les paysans eux-mêmes, ou du moins par quelques individus plus entreprenants.

Dans la Vallée l'on a enregistré huit achats pour revente, représentant une somme globale s'élevant à 15.740 francs. Beaucoup plus proche du lieu de vente, Jacob, chaque villageois s'y rend pour son propre compte écouler les excédents de la production agricole familiale. D'autre part, la commercialisation des arachides est assurée par l'O.N.C.P.A. (1).

---

(1) Office National de Commercialisation des Produits Agricoles.

2) LES OPERATIONS DE TROC

L'on n'a enregistré, au cours de l'enquête, qu'un très petit nombre d'opérations de troc proprement dit (huit à Massangui ; seize dans les villages de la Vallée). Ce sont presqu'uniquement des échanges de denrées alimentaires ou de boissons contre d'autres produits alimentaires, plus rarement contre un service (réparation d'une bicyclette, soins prodigués par un féticheur, etc...).

Beaucoup plus importants sont les échanges baptisés "cadeaux", mais qui, s'ils ne comportent pas de contre-partie immédiate, sont tout aussi contraignants pour le bénéficiaire qui est tenu d'offrir quelque jour le contre-don.

3) LES CADEAUX (Tableaux 54 et 55)

Les tableaux 54 et 55 regroupent en six catégories la multitude des cadeaux, qui portent sur les denrées et les objets les plus divers, bien que les produits alimentaires de production locale en représentent la plus grande part. Cadeaux reçus et cadeaux offerts ne correspondent évidemment pas exactement puisque, si 90 % environ des dons mettent en relation des unités budgétaires appartenant au même village, une partie non négligeable de ces mouvements met en jeu des donateurs ou des donataires situés hors du champ de l'enquête. En outre, chiffres absolus et pourcentages portent sur des fréquences et non sur des valeurs, pratiquement impossibles à estimer avec précision pour la grande majorité des échanges qui portent sur des plats préparés ou de petites quantités de légumes ou de fruits qu'il aurait fallu chaque fois peser sur-le-champ.

a) Les dons en argent représentent globalement 2,5 % des cadeaux reçus, 5 % des cadeaux offerts. Mais en réalité, les dons reçus sont en valeur supérieurs aux dons offerts (14.570 francs, contre 9.470 francs). La différence représente essentiellement

les envois d'argent par des parents ou des amis demeurant en ville ; la modicité du chiffre est d'ailleurs remarquable : les courants d'échange entre les anciens villageois urbanisés et ceux qui restent au village sont étonnamment restreints. Les citadins expédient de temps à autre ou apportent à l'occasion d'un retour momentané au village un peu d'argent, des articles textiles, du poisson fumé ou salé, du vin rouge.

Les villageois n'envoient que très rarement de l'argent, plus souvent des volailles, et, à moindre degré, des arachides, des tubercules ou d'autres légumes.

Plus de la moitié des dons en argent sont offerts par des salariés à des non-salariés.

b) Les cadeaux de denrées alimentaires ou de boissons représentent 92,8 % des dons offerts à Massangui, 91,5 % dans les villages de la Vallée. Dans les deux zones, les produits protidiques (viandes, gibiers, poissons), qui sont également des aliments coûteux, y entrent pour un peu plus de 10 %, les boissons alcoolisées pour un peu plus de 20 %. Les cadeaux de légumes et de fruits (le plus souvent sous forme de plats préparés) constituent plus de la moitié de l'ensemble des cadeaux. Ce sont le plus souvent des cadeaux entre femmes qui appartiennent à la même famille étendue, ou qui plus simplement entretiennent des relations de bon voisinage.

c) Les cadeaux qui ne portent ni sur de l'argent ni sur des denrées alimentaires sont beaucoup moins fréquents et ne sont constitués le plus souvent que par des produits de faible valeur (tabac, cigarettes, savon, etc...).

Il est à noter que dans la majorité des cas (56,7 % à Massangui et 74,7 % dans la Vallée) il n'existe aucun lien de parenté ou d'alliance entre le donateur et le donataire. Dans 26,4 % des cas (29,7 à Massangui et 20,9 dans la Vallée) le cadeau est offert à un membre de la famille étendue ; dans 10,2 % des cas seulement à un membre ou un ménage appartenant à la belle-famille.

---===oooOooo===---

TABLEAU N° 54

NATURE DES CADEAUX OFFERTS

	MASSANGUI		VILLAGES de la VALLEE		T O T A L	
	Chiffres absolus	%	Chiffres absolus	%	Chiffres absolus	%
Cadeaux en argent	28	4,6	21	5,8	49	5
Fruits et légumes	310	50,8	220	61,3	530	54,7
Viande - gibier - poisson	62	10,2	30	8,4	92	9,5
Boissons alcoolisées	137	22,5	42	11,7	179	18,5
Autres produits alimentaires	57	9,3	28	7,8	85	8,8
Autres produits (cigarettes, articles textiles, médicaments...etc)	16	2,6	18	5	34	3,5
T O T A L	610	100	359	100	969	100

TABLEAU N° 55

NATURE DES CADEAUX RECUS

	MASSANGUI		VILLAGES de la VALLEE		T O T A L	
	Chiffres absolus	%	Chiffres absolus	%	Chiffres absolus	%
Cadeaux en argent	18	2,1	14	3,3	32	2,5
Fruits et légumes	468	54,8	214	50,5	683	53,4
Viande - gibier - poisson	99	11,6	39	9,2	138	10,8
Boissons alcoolisées	187	21,8	67	15,8	254	19,8
Autres produits alimentaires	66	7,7	47	11,1	113	8,8
Autres produits (cigarettes, articles textiles, médicaments...etc)	17	2	43	10,1	60	4,7
T O T A L	856	100	424	100	1.280	100

INVENTAIRE de la POPULATION de l'UNITE A - B

Village ..... Enquêteur ..... Date .....

Nom du chef d'U.A - UB .....Numéro de l'UA - UB .....

N°	Nom et Prénom	Lien de parenté	Groupe ethnique	Sexe	Age	Sit. fam.	Vu ou n. vu	Activité agricole	Activité non agricole	Rémunération	Observations

- H A B I T A T -

N° de la Concession : .....

Village : ..... Date : ....., Enquêteur : .....

Case principale : nombre d'habitants : .....

Liens de parenté : .....

.....

dimensions : ..... nombre de pièces: .....

affectation des pièces : .....

matériaux : murs : .....
sol : .....
toit: .....

portes : ..... fenêtres : .....

état des différentes parties : .....

.....

mode d'acquisition : ..... prix :.....

date de construction : ..... durée : .....

qui a construit ? .....

coût : .....

mobilier : .....

.....

coût du mobilier : .....

autres biens durables : .....

.....

.....

.....

.....

améliorations souhaitées : .....

.....

---

cases secondaires : nombre : ..... usages : .....

.....

matériaux : murs : .....
sol : .....
toit: .....

Village .....N° de l'U.B. ..... Enquêteur .....

ACHATS : Alimentation et Boissons (pour consommation)

N°	Date	Acheteur	Produit	Q	Poids	Argent	Origine	Observations

Village ..... N° de l'U.B. ..... Enquêteur .....

ACHATS : Habillement, produits d'entretien, biens durables, outils, pharmacie, Tabac, Service divers ...

N°	Date	Acheteur	Produit	Q	Poids	Argent	Origine	Observations

Village ..... N° de l'U.B. ..... Enquêteur .....

VENTES : Production agricole - Elevage - Pêche								
N°	Date	Vendeur	Produit	Q	Poids	Argent	Destination	Observations

Village ..... N° de l'U.B. ..... Enquêteur .....

VENTES : Recettes commerciales et artisanales

N°	Date	Vendeur	Produit	Q	Poids	Argent	Destination	Observations

Village ..... N° de l'U.B. ..... Enquêteur .....

V E N T E S : Divers								
N°	Date	Vendeur	Produit	Q	Poids	Argent	Destination	Observations

Village .... N° de l'U.B. ..... Enquêteur .....

ACHATS pour revente

N°	Date	Acheteur	Produit	Q	Poids	Argent	Origine	Observations

Transports, Main d'oeuvre, Impôts, Amendes, Cotisation, Dots, Dons coutumiers (argent)

Village ..... N° de l'U.B. ..... Enquêteur .....

N°	Date	Nom	Produit	Q	Poids	Produit	Q	Poids	Lieu	Observations
TROC			Produit			Produit				
Produit						Service				
Service						Produit				

Village ..... N° de l'U.B. ..... Enquêteur .....

CADEAUX RECUS							
N°	Date	Destinataire	Produit (ou argent)	Q	Poids	Origine	Observations

Village ..... N° de l'U.B. ..... Enquêteur .....

CADEAUX OFFERTS							
N°	Date	Donateur	Produit (ou argent)	Q	Poids	Origine	Observations

LISTE DES TABLEAUX

-:-:-:-:-:-:-:-:-:-

Pages

Pages

Pages

LISTE DES CARTE ET GRAPHIQUES

-:-:-:-:-:-:-:-:-:-:-:-:-:-

Pages

TABLE DES MATIERES

-o-o-o-o-o-o-o-o-o-