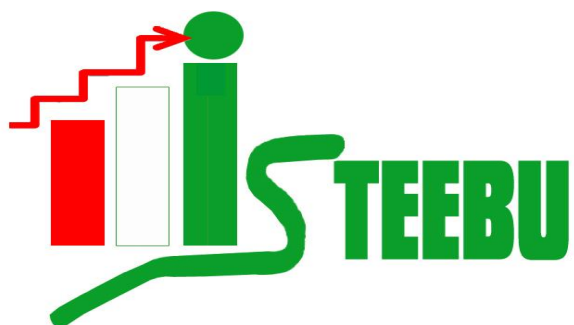


INSTITUT DE STATISTIQUES ET D'ETUDES
ECONOMIQUES DU BURUNDI
(ISTEEBU)



RAPPORT DE L'ENQUETE SUR LES MARGES DE COMMERCE ET DE TRANSPORT

AOUT 2019

Sigles et abréviations

Cspro : Census and surveys program

ECVMB:	Enquête sur les conditions de vie des ménages du Burundi
ISTEEBU:	Institut de Statistiques et d'Etudes Economiques du Burundi
NAEMA :	Nomenclature d'activité des Etats Membres d'Afristat
SCN :	Système de comptabilité nationale
SCN 2008:	Système de comptabilité nationale de 2008
SCN 93:	Système de Comptabilité Nationale de 1993
SPSS:	Statistical Package for the Social Sciences
RGE:	Recensement general des Entreprises
ERE:	Equilibre Ressources-Emplois
ERETES:	Equilibre ressources-emplois, tableaux entrées-sorties

TABLE OF CONTENTS

INTRODUCTION	1
LES OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS	1
III.1 Plan de sondage	2
III.1.1 Le champ de l'enquête et population cible	2
III.1.2 La base de sondage	2
III.2 Point de collecte	7
III.3 Collecte des données	7
III.3.1 Choix des points de vente	7
III.3.2 Les outils de collecte et son administration	8
III.3.2.1 Questionnaires	8
III.3.2.2 Manuels de collecte	8
III.4 Déroulement des activités de terrain	9
III.4.1 Formation du personnel de collecte et de saisie	9
III.4.2 La collecte des données	9
III.4.2.1 Phase d'identification	9
III.4.2.2 Phase de collecte	9
III.4.3 La saisie, apurement et traitement des données	10
III.4.3.1 La saisie	10
III.4.3.2. Apurement et traitement des données	11
Principaux RESULTATS	11
CONCLUSION	13
ANNEXES	15
Equipe de rédaction	A
Questionnaire sur les marges	PP
Manuel du controleur et de l'enqueteur	65

Liste des tableaux

Tableau 1 : Liste des produits issus de la nomenclature	3
Tableau 2 : Structure des taux de marge par produit	11
Tableau 3 : Liste des produits identifiés et collectés	A
Tableau 4 : Répartition des résultats des taux de marge par province.....	C

Liste des figures

Figure 1 : Structure des prix des produits entrant dans le commerce	2
---	---

INTRODUCTION

Le Burundi, à travers l'Institut de Statistiques et d'Etudes Economiques du Burundi (ISTEEBU), s'est engagé à produire régulièrement les comptes nationaux répondant aux standards internationaux. Ces indicateurs macro-économiques sont produits actuellement sous le Système de Comptabilité Nationale de 1993, SCN 93.

Au niveau international, un nouveau système de comptabilité nationale de 2008, SCN 2008, a été adopté et recommandé à tous les Etats de le mettre en œuvre.

La mise en œuvre du SCN dans un pays a pour première étape la construction d'une année de base. Pour cette année-là, il est établi des comptes en niveau pour chacune des opérations de chaque branche d'activités et de chaque secteur institutionnel.

Cependant, au fur et à mesure que l'on s'éloigne de l'année de base, la qualité des comptes se dégrade. En effet, les erreurs sur les évolutions annuelles peuvent se cumuler et les choix méthodologiques ou les arbitrages opérés sur l'année de base peuvent se révéler d'autant moins pertinents que la réalité est mouvante, d'où nécessité de changement d'année de base.

La mise en place d'une nouvelle année de base des comptes nationaux permettra donc d'introduire des innovations du SCN 2008, de prendre en compte les nouvelles classifications internationales, d'utiliser de nouvelles sources de données, mais aussi, de rectifier des erreurs qui n'avaient pu être détectées lors de la construction de la base précédente.

Au Burundi, le changement de l'année de base se justifie également par la disponibilité des résultats d'importantes opérations statistiques de référence notamment : l'Enquête Agricole au Burundi qui est réalisée chaque année depuis 2012, l'Enquête sur les conditions de vie des ménages du Burundi (ECVMB, 2014) qui a couvert 5 modules notamment la consommation des ménages, l'emploi, le secteur informel, etc., et le Recensement général des entreprises (RGE) de 2015, les enquêtes de structure auprès des entreprises industrielles, commerciales et des services, l'enquête sur les investissements directs étrangers...

Toutefois, d'autres domaines comme celui en rapport avec la structure des différents prix utilisés en comptabilité nationale sont indispensables. De part cette raison, une enquête sur les marges de commerce et de transport a été conduite et a couvert tout le pays.

LES OBJECTIFS ET RESULTATS ATTENDUS

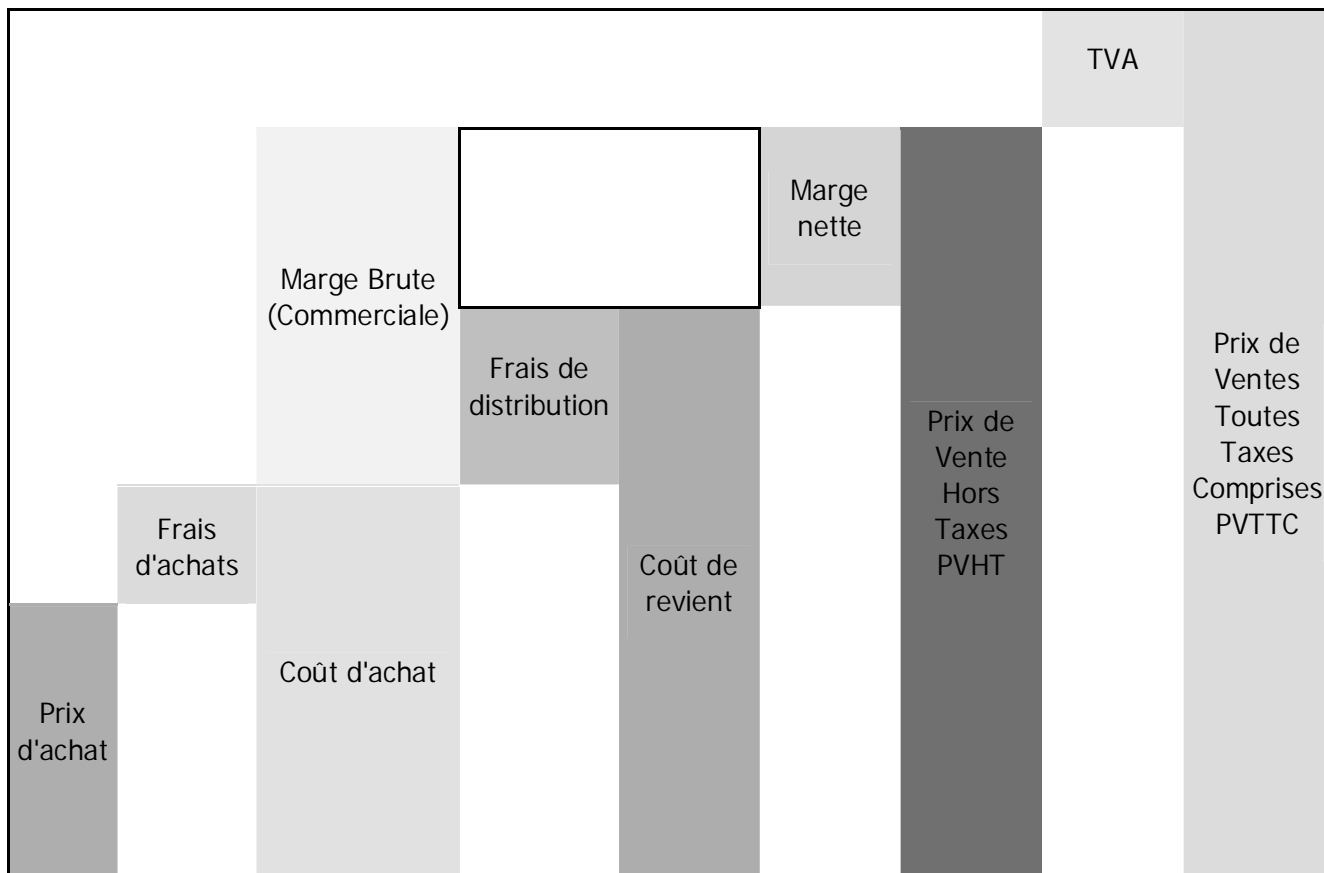
L'objectif de cette enquête sur les marges commerciales et de transport était de rassembler les informations concernant les montants et les taux de marges par produit, à un niveau d'agrégation suffisamment fin pour reconstituer les marges par produits des ERE. Cette opération concernait toutes les unités qui mènent une activité commerciale.

De façon spécifique, il s'agissait de :

- *Collecter les données sur les montants à l'achat et à la vente des marchandises, réalisés par les importateurs, les grossistes et les détaillants, aussi bien du secteur formel qu'informel ;*
- *Déterminer les marges commerciales par produit de la nomenclature des comptes nationaux ;*
- *Calculer les taux moyens de marge correspondants par produit de la nomenclature des comptes nationaux ;*
- *Assurer une bonne qualité dans l'élaboration des équilibres ressources emplois (ERE) par produit dans les comptes nationaux (passage du prix de base aux prix d'acquisition).*

A l'issu du processus, les résultats attendus étaient que les taux de marges de commerce et de transports soient connus par type de bien. Ces résultats permettraient le remplissage des cases du graphique ici-bas, et par conséquent permettraient l'équilibre offre-emploi de tous les produits de la nomenclature nationale entrant dans le commerce.

Figure 1 : Structure des prix des produits entrant dans le commerce



Source :

La méthodologie adoptée pour mener cette enquête a été fondée sur la mise en place d'un plan de sondage, de l'organisation de la collecte de données et de la saisie de données ainsi que l'apurement et traitement des données.

III.1 PLAN DE SONNAGE

III.1.1 Le champ de l'enquête et population cible

Le champ complet de l'enquête était constitué par l'ensemble des biens(produits) de la nomenclature nationale qui entrent dans le commerce et par conséquent susceptibles de générer de marge commerciale et de transport. Les biens et services n'entrant pas dans le commerce étaient exclus du champ de cette enquête. Cette collecte a couvert tout le pays et a touché tous les maillons de commerce (détaillants, grossistes et importateurs)

III.1.2 La base de sondage

La base de sondage était constituée de tous les produits destinés à la vente. On a veillé à l'exhaustivité des produits qui constituaient la base de sondage. La liste ci-dessous constituait la base de sondage de ce travail et presque tous les produits étaient représentés.

Tableau 1 : Liste des produits issus de la nomenclature

CODE NOPROBU	INTITULE DES PRODUITS DE LA NOPROBU	CODE NOPROBU	INTITULE DES PRODUITS DE LA NOPROBU
01.11.1	Blé	10.71.0	Pain et pâtisseries fraîches
01.11.2	Maïs	10.72.0	Biscuits et pâtisseries de conservation
01.11.3	riz paddy	10.73.0	Pâtes alimentaires et autres produits farineux
01.11.4	sorgho	10.81.1	Sucre
01.11.5	autres céréales	10.81.2	Mélasses
01.12.1	Pommes de terre	10.82.0	Café torréfié ; produits dérivés du café
01.12.2	Manioc doux	10.83.0	Thé sec
01.12.3	Manioc amer	10.91.0	Aliments préparés pour animaux n.c.a.
01.12.4	Colocase	10.92.0	Confiseries et autres produits similaires
01.12.5	Patates douces	10.93.0	Produits alimentaires divers
01.12.6	Autres racines et tubercules à amidon	11.01.1	Boissons alcoolisées distillées
01.12.7	Haricots secs	11.01.2	Bière de malt et malt
01.12.8	Petit pois	11.01.3	Bière de sorgho
01.12.9	Autres légumes à cosse secs	11.01.5	Vin de banane
01.13.1	Arachides	11.01.6	Vins et autres alcools
01.13.2	Noix de palme et amandes de palmiste	11.02.1	Eaux de table
01.13.3	Soja	11.02.2	Boissons non alcoolisées diverses
01.13.4	Tournesol	12.00.1	Cigares et cigarettes
01.13.5	Autres plantes oléagineuses n.c.a.	12.00.3	Déchets de tabac
01.14.0	Coton graine	13.10.1	Fils de coton
01.15.1	Coton fibre	13.10.3	Tissus de coton
01.15.2	Graines de coton	13.10.4	Autres tissus
01.16.0	Canne à sucre	13.20.0	Autres produits textiles
01.18.1	Tabac brut	14.10.0	Articles d'habillement ; préparation et teinture

01.18.2	Plantes aromatiques ou médicinales	15.11.1	Peaux et cuirs de bovins
01.21.1	Feuilles de manioc	15.11.2	Peaux et cuirs d'ovins et de caprins
01.21.2	Amarantes (lenga lenga)	15.20.0	Chaussures et articles chaussants
01.22.0	Plantes et fleurs	16.10.1	Bois sciés
01.31.1	Café cerise	16.21.1	Feuilles de placage
01.31.2	Café coque ou café parche	16.21.2	Contreplaqués
01.31.3	Café marchand (café vert)	16.21.3	Panneaux à base de bois
01.32.0	Thé brut (feuilles vertes)	16.22.1	Ouvrages de charpenterie
01.33.1	Banane à cuire	16.22.2	Emballages en bois
01.33.2	Banane à vin	16.23.1	Articles en liège, vannerie ou de sparterie
01.33.3	Banane à fruit	16.23.2	Articles divers en bois,
01.34.0	Ananas	17.01.1	Pâte à papier
01.35.1	Oranges	17.01.2	Papiers et cartons en l'état
01.35.2	Mandarines	17.02.0	Carton ondulé, emballages en papier ou en carton
01.35.3	Citrons	17.03.1	Articles en papier à usage sanitaire ou domestique
01.35.4	Autres agrumes	17.03.2	Articles de papeterie
01.36.0	Maracouja	17.03.3	Autres articles en papier ou en carton
01.37.1	Avocats	18.10.1	Impression de journaux
01.37.2	Mangues	18.10.2	Impression de livres
01.39.0	Epices	18.10.3	Autres travaux d'impression
01.41.1	Bovins sur pied	18.20.1	Reproduction d'enregistrements sonores
01.41.2	Lait de vache brut	18.20.2	Reproduction d'enregistrements vidéo
01.42.1	Ovins sur pied	18.20.3	Reproduction d'enregistrements informatiques
01.42.2	Lait brut	19.00.0	Produits du raffinage et de la cokéfaction
01.42.3	Laine et poils	20.11.1	Fumier
01.43.1	Caprins sur pied	20.11.2	Autres produits azotés et d'engrais
01.43.2	Lait de chèvre brut	20.12.1	Matières plastiques de base
01.44.0	Porcins sur pied	20.12.2	Autres produits chimiques de base (Gaz

			industriels,.....
01.45.1	Volailles	20.21.1	Savons et produits de nettoyage
01.45.2	Œufs	20.21.2	Glycérine ; agents tensioactifs
01.46.1	Animaux d'élevage vivants n.c.a.	20.21.3	Produits d'entretien ménager
01.46.2	Miel	20.22.0	Parfums et produits de toilette
01.46.3	Produits divers d'origine animale n.c.a.	20.23.0	Produits agrochimiques
01.50.0	Produits de la culture et de l'élevage associés	20.24.0	Peintures, vernis, adjuvants et encres d'imprimerie
01.70.1	Viandes de chasse	20.25.0	Autres produits chimiques
02.11.0	Bois sur pied	21.01.1	Produits pharmaceutiques de base
02.12.1	Grumes	21.01.2	Médicaments
02.12.2	Bois de chauffe	21.01.3	Produits pharmaceutiques divers
02.13.0	Charbon de bois	21.02.0	Médicaments traditionnels
02.20.0	Produits forestiers et de cueillette	22.00.0	Opérations sous-traitées intervenants dans les travaux du caoutchouc et du plastique
02.30.0	Services forestiers	22.10.1	Pneumatiques et chambres à air, rechapage
03.01.1	Poissons	22.10.2	Autres ouvrages en caoutchouc
03.01.2	Autres produits de la pêche	22.20.1	Demi-produits, tuyaux et éléments pour la construction, en matières plastiques
03.02.1	Poissons	22.20.2	Emballages en matières plastiques
03.02.2	Autres produits de la pêche	22.20.3	Articles ménagers en matières plastiques
03.03.1	Poissons	23.00.0	Opérations sous-traitées intervenant dans la fabrication de matériaux minéraux
03.03.2	Autres produits de la pêche	23.10.0	Verre et articles en verre
03.04.1	Poissons	23.20.1	Tuiles et briques en terre
05.00.1	Charbon et lignite	23.31.1	Ciment
05.00.2	Tourbe	23.31.2	Chaux, plâtre,clinkers
06.00.1	Pétrole brut	23.32.1	Matériaux ouvrages en ciment, en béton ou en plâtre
07.10.0	Minerais de fer	23.32.2	Travail de pierre

07.21.1	Minerais d'Or	23.33.0	Autres produits minéraux non métalliques n.c.a.
07.21.2	minerais de cassiterite	24.10.1	Produits de la sidérurgie
07.21.3	minerais de coltan	24.10.2	Tubes et tuyaux en fonte et en acier
07.21.4	minerais de Wolframite	24.10.3	Produits de la première transformation de l'acier
07.21.5	minerais de Nickel	24.20.1	Argent
08.10.1	Pierres pour la construction et l'industrie	24.20.2	Or
08.10.2	Sables	24.20.3	Platine
08.10.3	argiles	24.20.4	Demi-produits en métaux précieux
10.10.1	Viandes de boucherie	24.20.5	Alumine
10.10.2	Viandes de volailles	24.20.6	Aluminium ; demi-produits en aluminium
10.10.5	Peaux brutes et autres produits de l'abattage	24.20.7	Produits n.c.a. de la première transformation des métaux non ferreux
10.21.1	Poissons, crustacés et mollusques congelés ou surgelés	24.30.0	Pièces de fonderie
10.21.2	Produits de la pêche préparés	25.00.0	Opérations sous-traitées intervenant dans la fabrication des ouvrages en métaux
10.22.1	Poissons séchés, salés ou fumés	25.10.1	Structures métalliques
10.22.2	Poissons fumés	25.10.2	Réservoirs ; chaudières
10.23.0	Poissons, crustacés et mollusques autrement transformés ou conservés	25.10.3	Générateur de vapeur
10.30.1	Conserves des fruits ou appertisées de légumes	25.20.0	Outillage et articles de coutellerie
10.30.2	Jus de fruits et légumes	26.00.0	Opérations sous-traitées intervenant dans la fabrication de produits électroniques et informatiques
10.30.3	Autres produits à base de fruits et légumes	26.10.0	Composants électroniques, ordinateurs et équipements périphériques
10.40.1	Huile brute de palme ou de palmiste	26.20.0	Equipements de communication et de produits électroniques grand public
10.40.2	Huile brute de coton	26.30.0	Equipements d'imagerie médicale, de précision, d'optique et horlogerie
10.40.3	Autres huiles brutes	27.10.0	Machines et matériels électrotechniques,

10.40.4	Huile raffinée de palme ou de palmiste	27.20.0	Appareils domestiques
10.40.5	Huile de tournesol	28.10.0	Machines et équipements n.c.a
10.40.6	Huile d'avocat	29.10.0	Véhicules automobiles et ses accessoires
10.40.7	Huile raffinée de coton	31.11.1	Sommiers
10.40.8	Autres huiles raffinées	31.11.2	Matelas
10.50.1	Laits liquides ; laits concentrés	31.12.1	Sièges et leurs parties
10.50.2	Laits en poudre	32.01.1	Articles de joaillerie et bijouterie
10.50.3	Beurre, fromages, yaourts et crème de lait	32.01.2	Bijouterie fantaisie et articles similaires
10.50.4	Crèmes glacées et sorbets	32.02.0	Instruments de musique
10.61.1	Riz décortiqué	35.10.0	Electricité
10.61.2	Farine de blé	35.20.1	Gaz distribué
10.61.3	Farine de maïs	35.20.2	Vapeur et eau chaude
10.61.4	Farines d'autres céréales	36.00.1	Eau captée
10.61.5	Farine de manioc	36.00.2	Eau distribuée
10.61.7	Céréales transformées	38.01.2	Traitement et élimination des déchets
10.61.8	Sons et résidus de meunerie	38.02.0	Matériaux de récupération

Source : *comptes nationaux*

III.2 POINT DE COLLECTE

S'agissant des points de collecte, on a choisi les mêmes points de collecte que ceux visités pour la collecte effectuée mensuellement par le service en charge des statistiques des prix à la consommation pour l'estimation de l'IPC.

III.3 COLLECTE DES DONNÉES

III.3.1 Choix des points de vente

Le calcul des taux moyens de marges se faisant par produit et selon le type d'unités commerciales (formel et informel), il s'agissait pour les comptes nationaux de dresser la liste des biens retenus dans leur nomenclature pour le module ERETES. Dans cette liste, devraient apparaître clairement deux types de produits : homogènes et hétérogènes :

- Pour les produits homogènes, en général, il n'y a pas trop de problème pour repérer les unités correspondantes ;
- Pour les produits hétérogènes, il fallait choisir cinq (5) variétés au plus les plus importantes en utilisant les données détaillées des importations (Système harmonisé) du commerce extérieur et de la production, ou la nomenclature de consommation finale des ménages à travers les données de l'IPC (pondérations de l'indice des prix à la consommation).

- Le choix des points de vente devait s'opérer sur la base des points de vente déjà existants dans le cadre de la collecte des prix des biens à la consommation.

III.3.2 Les outils de collecte et son administration

La collecte s'est appuyée sur un questionnaire. Pour le mode d'administration du questionnaire, il était recommandé de le renseigner sur place pour les unités du secteur informel et de le déposer auprès des entreprises du secteur moderne. Pour le secteur formel, on devait veiller à ce qu'on recueille des contacts et se donne rendez-vous en vue de récupérer le questionnaire rempli.

Par ailleurs, il fallait veiller à confier à l'agent enquêteur les produits d'un secteur donné, soit le moderne ou l'informel. Cela permettait d'avoir des relevés réalisés pour le même produit par plusieurs enquêteurs, de sorte à minimiser les erreurs et disposer de taux moyens de marges acceptables.

Ce qui est à signaler est que l'enquête sur les marges avait 4 volets à savoir : le détaillant, le grossiste, l'importateur et enfin l'industriel.

III.3.2.1 Questionnaires

De façon générale, la structure retenue pour cette enquête s'articule autour de 3 chapitres à savoir :

- Informations générales ;
- Activités économiques ;
- Acquisition et commercialisation des produits

III.3.2.2 Manuels de collecte

Pour faciliter la compréhension du questionnaire et améliorer ainsi la qualité des données à collecter, deux manuels seront rédigés. Ce sont le manuel du contrôleur et le manuel de l'agent enquêteur.

Manuel du contrôleur

Le contrôleur joue un rôle très important pendant la phase de collecte d'informations. Il assure à la fois la bonne marche du travail de terrain et veille sur la bonne qualité des données collectées. Il est donc responsable de l'organisation du travail sur le terrain. Ainsi, il a besoin d'un manuel du contrôleur qui lui donne des instructions pour le contrôle des questionnaires, la gestion de la logistique, la transmission des questionnaires déjà remplis, etc.

Manuel de l'agent enquêteur

Le manuel de l'agent enquêteur est d'une importance capitale pour la réussite de son travail. C'est le guide de collecte de données par excellence. Il donne des indications sur les points suivants :

- les objectifs de l'enquête et les résultats attendus,
- le travail sur le terrain ;
- le contenu du questionnaire (variables et leurs modalités) ;

- la manière de se présenter dans une entreprise ;
- la façon de poser des questions ;
- la méthode de report des réponses aux questions,
- la manière d'enregistrer les réponses
- etc.

III.4 DÉROULEMENT DES ACTIVITÉS DE TERRAIN

III.4.1 Formation du personnel de collecte et de saisie

La formation du personnel a duré deux jours et a été dispensé par les cadres de l'ISTEEBU. Les agents de terrain ont été formés d'abord sur la compréhension de l'objectif de cette enquête, la compréhension des outils de travail ainsi que sur la manière de remplissage des questionnaires.

III.4.2 La collecte des données

L'enquête s'est déroulée en deux phases consécutives dont :

- I L'identification des produits et leurs variétés sur les différents points de vente visités.
- La phase de collecte proprement dite

III.4.2.1 Phase d'identification

Dans la phase d'identification des produits, le travail s'est effectué sur tout le territoire national. Les enquêteurs sont envoyés sur terrain dans les différents points de vente notamment les marchés, les centres de négoce, les supermarchés, les alimentations et les boutiques ainsi que les différents magasins. Chaque enquêteur a reçu une délimitation géographique dans laquelle il va faire son travail. Dans cette première phase, l'objectif principal était de localiser géographiquement et de constater l'existence des produits qui devaient faire objet de collecte. Pour les produits identifiés, les enquêteurs devaient faire le constat de la présence de différentes variétés d'un même produit. Si le produit était présent avec différentes variétés, on avait limité la collecte à trois variétés selon l'importance réservée à ce produit. Pour cette collecte, on recueillait les informations auprès des détaillants, des grossistes et des importateurs se trouvant dans ces différents points de collecte localisés.

III.4.2.2 Phase de collecte

Après avoir identifié et repéré les produits pour lesquels on allait collecter les prix, l'agent enquêteur devait rendre visite les vendeurs à l'endroit où les produits ont été localisés et pour enregistrer les informations dans le questionnaire, par entretien direct avec le vendeur du produit.

C'était la phase charnière de l'enquête dont dépend la qualité des résultats à atteindre dans une opération pareille. Elle était caractérisée essentiellement par le déploiement des enquêteurs sur le terrain suivant le plan de collecte. Cette phase exigeait des moyens logistiques et humains compte

tenu de la taille de l'échantillon requis et de la spécificité de l'enquête pour avoir des estimations des indicateurs à l'échelle souhaitée.

Cette phase a mobilisé trente-deux (32) enquêteurs organisés en équipes, huit (8) contrôleurs, quatre (4) superviseurs et Trois (3) coordinateurs techniques et nationales. La collecte s'étendait sur trente-quatre (34) jours dont 4 jours réservés à l'identification des produits et les 30 jours restants étaient destinés à la collecte proprement dite.

Chaque semaine, une réunion était organisée par la coordination de ce travail. C'était une occasion de discuter des problèmes liés à la supervision, à l'organisation du travail de terrain, des problèmes de collecte des données, etc., utiles afin de trouver des solutions appropriées à temps. Par ailleurs, chaque contrôleur devrait garder le contrôle permanent avec son équipe et en cas de problème dépassant ses compétences, il devrait directement communiquer à ses supérieurs sans attendre la réunion hebdomadaire.

Il devrait y avoir une communication étroite entre les enquêteurs, les contrôleurs, les superviseurs et les coordinateurs de terrain pendant le travail de collecte. Les détails concernant la supervision et les communications faisaient objet de discussion durant la formation et figuraient dans les manuels de l'enquêteur.

III.4.3 La saisie, apurement et traitement des données

Après avoir collecté les données, un masque de saisie avait été déjà conçu. Une méthode de traitement aussi était mise en place en vue de calculer les taux moyens de marges commerciales par produit.

- Créer un masque de saisie pour la compilation des données ;
- Construire une table de pondérations par produit en utilisant les données des ressources (production + importation) pour le calcul des taux moyens pondérés ;
- Calculer les marges commerciales ;
- Calculer les taux moyens pondérés de marges commerciales par produit et voire même selon le secteur et le type d'entreprises ;
- Préparer la table de chargement des taux de marges pour le module ERETES.

III.4.3.1 La saisie

Concernant la saisie, les données étaient saisies sous le logiciel Cspro. Elle a été effectuée en deux phases. D'abord elle a été assurée par les agents enquêteurs eux-mêmes. Ceux-ci qui faisaient la collecte pendant la journée et devaient faire la saisie des informations collectées dans la soirée. Cela avait pour objectif de faire un auto-contrôle parallèle des produits déjà saisis et les comparer directement avec ceux dont il devrait collecter sur terrain. Cela constituait la première saisie.

La deuxième saisie a été assurée par vingt (20) agents de saisie sous la supervision de deux (2) contrôleurs de saisie.

1114.3.2. Apurement et traitement des données

Après la collecte et la saisie venait la phase finale cruciale qui concernait l'apurement de la base. Au cours de cette phase, il fallait s'assurer de la qualité des données qui dépend entre autres du taux de non-réponse des entreprises/ individus à enquêter, tant en ce qui concerne les non réponses totales que le renseignement des différentes questions (non réponse partielle). Cette qualité est également liée aux méthodes de redressement, au degré de contrôle exercé, à la connaissance des produits, à la qualité de la base de sondage, etc.

C'est alors au cours de cette phase qu'il fallait vérifier l'exhaustivité. S'il y a des entreprises/individus qui n'avaient pas répondu au cours de l'enquête, on procédait à leur imputation en respectant les critères de stratification retenue (pondération *province). Après ce contrôle, on procédait au redressement des coefficients de pondération.

Après l'apurement des données, le traitement, consistait à la construction et la sortie des tableaux et graphiques grâce au logiciel de traitement des données (SPSS). Une analyse et l'interprétation des résultats de l'étude qui ont été sanctionnées par la production du rapport de l'étude.

PRINCIPAUX RESULTATS

Connaitre la marge et le taux de marge est essentiel pour toute analyse de la rentabilité d'une activité.

En effet ces indicateurs, pour un entrepreneur ou un analyste comptable, reflètent la performance de l'entreprise ou produit par produit, service par service...

A l'issu des données de l'enquête, il a été constaté que globalement 60% des produits identifiés ont un taux de marge nette de commerce toujours supérieur à 10%.

Il faut signaler que certains même de ces produits ont généré une marge supérieure même à 70% avec des exceptions pour le sable et les peaux de vache dont les marges excèdent même 100% du prix d'achat. Dans le même tableau, les taux de marge commerciale(brute) sont intéressants et montrent la performance de l'activité commerciale. En fin de compte, cette enquête a permis de détecter la réalité du commerce pour les produits qui faisaient objet de collecte et par conséquent de ne plus sous-estimer la branche du commerce.

Tableau 2 : Structure des taux de marge par produit

Code Produit	LIBELLE PRODUIT	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
01.11.1	Blé	1,106	10,6	8,9
01.11.2	Maïs	1,175	17,5	14,2
01.11.4	Sorgho	1,144	14,4	12,4
01.12.1	Pommes de terre	1,131	13,1	10,5

01.12.2	Manioc Ubududu	1,177	17,7	14,2
01.12.5	Patates douces	1,292	29,2	24,5
01.12.7	Haricots secs	1,114	11,4	10,0
01.12.8	Petit pois	1,095	9,5	8,7
01.13.1	Arachides	1,128	12,8	12,0
01.13.3	Soja	1,121	12,1	10,6
01.15.1	Coton fibre	1,148	14,8	14,1
01.16.0	Canne à sucre	1,476	47,6	35,9
01.21.2	Amarantes (lengalenga)	1,373	37,3	33,7
01.33.1	Banane à cuire	1,267	26,7	22,8
01.34.0	Ananas	1,286	28,6	24,6
01.35.1	Oranges	1,334	33,4	29,1
01.37.1	Avocats	1,495	49,5	43,1
01.41.1	Bovins sur pied	1,090	9,0	7,3
01.41.2	Lait de vache brut	1,433	43,3	39,0
01.42.1	Ovins sur pied	1,114	11,4	10,6
01.43.1	Caprins sur pied	1,110	11,0	10,1
01.45.1	Volailles	1,169	16,9	15,3
01.46.2	Miel	1,242	24,2	23,1
02.13.0	Charbon de bois	1,222	22,2	15,9
03.01.1	Poissons Secs	1,164	16,4	14,8
08.10.2	Sables	3,012	201,2	110,4
10.10.1	Viandes de boucherie (Vaches)	1,199	19,9	17,1
10.10.5	Peaux brutes (Vaches)	2,079	107,9	79,0
10.30.2	Jus de fruits	1,326	32,6	26,0
10.40.1	Huile brute de palme ou de palmiste	1,125	12,5	11,0
10.50.2	Laits en poudre	1,138	13,8	13,2
10.61.1	Riz décortiqué	1,091	9,1	8,1
10.61.2	Farine de blé	1,130	13,0	11,6
10.61.3	Farine de maïs	1,164	16,4	14,4
10.61.5	Farine de manioc	1,165	16,5	14,5
10.61.6	Autres farines	1,074	7,4	6,1
10.81.1	Sucre	1,076	7,6	6,7
10.83.0	Thé sec	1,205	20,5	19,2
11.01.2	Bière Primus 72 cl	1,123	12,3	11,5
11.01.5	Vin de banane URWARWA	1,311	31,1	26,9
11.01.6	Vins celar	1,173	17,3	16,4
11.02.1	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,356	35,6	33,1
11.02.2	FANTA	1,204	20,4	19,0
12.00.1	Spermatch (unité)	1,324	32,4	31,1
12.00.3	Tabac local	1,550	55,0	52,4
13.10.3	Tissus de coton (100%) (1m)	1,105	10,5	8,8
13.20.0	Tapis	1,159	15,9	13,4
14.10.0	Costume pour homme	1,360	36,0	32,9

16.10.1	Bois sciés (madrier)	1,448	44,8	24,0
17.01.2	Lames de Papiers en l'état	1,173	17,3	16,6
18.10.2	Impression de livres	1,383	38,3	38,3
19.00.0	Essence	1,052	5,2	3,9
20.12.1	Tuyau PVC	1,142	14,2	11,0
20.21.1	Savon de lessive 1 star	1,218	21,8	20,3
20.22.0	Parfums (déodorant)	1,194	19,4	18,4
20.24.0	Vernis	1,077	7,7	6,6
21.01.2	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,563	56,3	53,2
22.10.1	Pneumatiques automobiles	1,129	12,9	11,3
22.20.3	Seau en plastique (10 l)	1,186	18,6	17,2
23.10.0	Verre (feuille) pour la construction	1,153	15,3	12,2
23.20.1	Briques en terre cuite	1,714	71,4	47,1
23.31.1	Ciment	1,049	4,9	3,5
24.10.2	Tubes en métal	1,091	9,1	7,2
24.20.1	Argent	1,480	48,0	47,0
24.20.2	Or	1,236	23,6	23,6
25.10.2	Réservoirs métalliques	1,167	16,7	14,9
25.20.0	Articles de coutellerie (machine à coudre)	1,142	14,2	13,3
26.10.0	Composants électroniques (ordinateur)	1,163	16,3	13,1
27.20.0	Appareils domestiques (écran 32 p)	1,185	18,5	16,5
29.10.0	Véhicules automobiles /Probox/	1,211	21,1	11,8
31.11.2	Matelas dodoma 140/15/15	1,099	9,9	7,2
38.02.0	Matériaux de récupération (déchet métallique)	1,362	36,2	32,8

CONCLUSION

L'enquête sur les marges de commerce et de transport était très pertinente pour pouvoir évaluer à quel niveau le commerce contribue à la croissance économique du pays. En sus, elle a permis de mieux considérer certains produits suivant leur marge et ainsi de ne pas négliger ces produits.

En consultant le tableau des résultats ci-dessus, nous constatons que pour l'ensemble des différents produits auxquels nous avons mené l'enquête sur les marges de commerce et de transport, les marges nettes de ces derniers sont d'importance capital.

Dans l'ensemble ce tableau montre les taux de marge nets des différents produits qui ont fait l'objet de collecte au niveau nationale. En faisant le classement des différents produits, six produits prennent le devant

Le produit qui vient en premier lieu est le sable avec un taux de marge plus élevé de 110.4%, en deuxième position vient les peaux brutes (Vaches) avec 79%, en troisième position vient les médicaments antimalaria (quinine 500mg) avec 53,2%, en quatrième position vient le tabac local avec 52,4%, cinquième position vient les briques en terre cuite avec 47.1 et en dernière position vient l'argent avec 47,0%.

Notons également que les produits dont le taux de marge nette est le plus bas est le ciment avec 3.5%

ANNEXES

Equipe de Coordination

NDAYISHIMIYE Nicolas
SIBOMANA Jean Claude

Equipe de rédaction

DUNIA Prudence
Pascal NDAGIJIMANA
Florence NSHIMIRIMANA
Jacqueline RUSAKE
Dévote GACOREKE
Floride NIYONSABA
Christa Chadia AKITEKA
Violette NIYONZIMA
Pacifique NIYINYITUNGIYE

Tableau 3 : Liste des produits identifiés et collectés

Code Produit	LIBELLE PRODUIT
01.11.1	Blé
01.11.2	Mais
01.11.4	Sorgho
01.12.1	Pommes de terre
01.12.2	Manioc Ubududu
01.12.5	Patates douces
01.12.7	Haricots secs
01.12.8	Petit pois
01.13.1	Arachides
01.13.3	Soja
01.15.1	Coton fibre
01.16.0	Canne à sucre
01.21.2	Amarantes (lengalenga)

01.33.1	Banane à cuire
01.34.0	Ananas
01.35.1	Oranges
01.37.1	Avocats
01.41.1	Bovins sur pied
01.41.2	Lait de vache brut
01.42.1	Ovins sur pied
01.43.1	Caprins sur pied
01.45.1	Volailles
01.46.2	Miel
02.13.0	Charbon de bois
03.01.1	Poissons Secs
08.10.2	Sables
10.10.1	Viandes de boucherie (Vaches)
10.10.5	Peaux brutes (Vaches)
10.30.2	Jus de fruits
10.40.1	Huile brute de palme ou de palmiste
10.50.2	Laits en poudre
10.61.1	Riz décortiqué
10.61.2	Farine de blé
10.61.3	Farine de maïs
10.61.5	Farine de manioc
10.61.6	Autres farines
10.81.1	Sucre
10.83.0	Thé sec
11.01.2	Bière Primus 72 cl
11.01.5	Vin de banane URWARWA
11.01.6	Vins celar
11.02.1	Eaux de table KINJU 1,5 l
11.02.2	FANTA
12.00.1	Spermatch (unité)

12.00.3	Tabac local
13.10.3	Tissus de coton (100%) (1m)
13.20.0	Tapis
14.10.0	Costume pour homme
16.10.1	Bois sciés (madrier)
17.01.2	Lames de Papiers en l'état
18.10.2	Impression de livres
19.00.0	Essence
20.12.1	Tuyau PVC
20.21.1	Savon de lessive 1 star
20.22.0	Parfums (déodorant)
20.24.0	Vernis
21.01.2	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)
22.10.1	Pneumatiques automobiles
22.20.3	Seau en plastique (10 l)
23.10.0	Verre (feuille) pour la construction
23.20.1	Briques en terre cuite
23.31.1	Ciment
24.10.2	Tubes en métal
24.20.1	Argent
24.20.2	Or
25.10.2	Réservoirs métalliques
25.20.0	Articles de coutellerie (machine à coudre)
26.10.0	Composants électroniques (ordinateur)
27.20.0	Appareils domestiques (écran 32 p)
29.10.0	Véhicules automobiles /Probox/
31.11.2	Matelas dodoma 140/15/15
38.02.0	Matériaux de récupération (déchet métallique)

Tableau 4 : Répartition des résultats des taux de marge par province

1.BUBANZA

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIA LE	TAUX DE MARG E BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Ne tte (%)
1111	Blé	1,074	7,4	5,7
1112	Maïs	1,155	15,5	11,0
1114	Sorgho	1,148	14,8	12,3
1121	Pommes de terre	1,104	10,4	8,6
1122	Manioc Ubududu	1,089	8,9	8,7
1125	Patates douces	1,202	20,2	13,6
1127	Haricots secs	1,106	10,6	8,2
1128	Petit pois	1,114	11,4	10,0
1131	Arachides	1,053	5,3	3,5
1133	Soja	1,169	16,9	13,7
1160	Canne à sucre	1,889	88,9	27,8
1212	Amarantes (lengalenga)	1,198	19,8	19,8
1331	Banane à cuire	1,141	14,1	9,3
1340	Ananas	1,232	23,2	23,2
1351	Oranges	1,373	37,3	37,3
1371	Avocats	1,508	50,8	49,7
1411	Bovins sur pied	1,035	3,5	3,2
1412	Lait de vache brut	1,250	25,0	20,9
1421	Ovins sur pied	1,047	4,7	4,7
1431	Caprins sur pied	1,049	4,9	4,5
1451	Volailles	1,087	8,7	8,2
1462	Miel	1,196	19,6	18,8
2130	Charbon de bois	1,125	12,5	12,2
3011	Poissons Secs	1,122	12,2	11,3
8102	Sables	3,100	210,0	60,0
10101	Viandes de boucherie	1,201	20,1	17,3

	(Vaches)			
10105	Peaux brutes (Vaches)	1,952	95,2	60,0
10302	Jus de fruits	1,246	24,6	23,4
10401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,039	3,9	3,0
10502	Laits en poudre	1,206	20,6	20,6
10611	Riz décortiqué	1,052	5,2	4,0
10612	Farine de blé	1,090	9,0	7,6
10613	Farine de maïs	1,203	20,3	18,0
10615	Farine de manioc	1,159	15,9	14,1
10616	Autres farines	1,050	5,0	4,1
10811	Sucre	1,083	8,3	6,6
10830	Thé sec	1,116	11,6	11,6
11012	Bière Primus 72 cl	1,120	12,0	11,4
11015	Vin de banane URWARWA	1,228	22,8	19,9
11016	Vins celar	1,500	50,0	50,0
11021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,365	36,5	34,9
11022	FANTA	1,206	20,6	19,7
12003	Tabac local	1,815	81,5	81,5
16101	Bois sciés (madrier)	1,464	46,4	16,6
17012	Lames de Papiers en l'état	1,072	7,2	5,6
19000	Essence	1,019	1,9	1,3
20121	Tuyau PVC	1,189	18,9	13,5
20211	Savon de lessive 1 star	1,218	21,8	17,3
20240	Vernis	1,047	4,7	4,1
21012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,536	53,6	53,3
22101	Pneumatiques automobiles	1,173	17,3	15,5
23100	Verre (feuille) pour la construction	1,171	17,1	12,3
23201	Briques en terre cuite	1,560	56,0	48,0
23311	Ciment	1,051	5,1	2,1

24102	Tubes en métal	1,089	8,9	5,5
31112	Matelas dodoma 140/15/15	1,083	8,3	5,2
38020	Matériaux de récupération (déchet métallique)	1,517	0,517	0,433

2.BUJUMBURA RURAL

CODE PROD UIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MAR GE_Nette (%)
1 111	Blé	1,100	10,0	9,6
1 112	Mais	1,107	10,7	9,1
1 114	Sorgho	1,256	25,6	25,1
1 121	Pommes de terre	1,104	10,4	9,8
1 125	Patates douces	1,191	19,1	19,1
1 127	Haricots secs	1,091	9,1	7,8
1 128	Petit pois	1,120	12,0	10,9
1 133	Soja	1,203	20,3	20,0
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,500	50,0	50,0
1 331	Banane à cuire	1,467	46,7	25,0
1 340	Ananas	1,250	25,0	25,0
1 351	Oranges	1,606	60,6	42,9
1 371	Avocats	1,433	43,3	43,3
1 411	Bovins sur pied	1,093	9,3	9,2
1 412	Lait de vache brut	1,420	42,0	40,0
1 421	Ovins sur pied	1,112	11,2	11,0
1 431	Caprins sur pied	1,108	10,8	10,6
1 451	Volailles	1,207	20,7	20,7
1 462	Miel	1,241	24,1	14,3
2 130	Charbon de bois	1,500	50,0	25,0
3 011	Poissons Secs	1,093	9,3	9,1
8 102	Sables	1,800	80,0	80,0

10 302	Jus de fruits	2,032	103,2	26,6
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,059	5,9	4,9
10 611	Riz décortiqué	1,090	9,0	7,9
10 612	Farine de blé	1,156	15,6	14,4
10 613	Farine de maïs	1,164	16,4	14,3
10 615	Farine de manioc	1,123	12,3	8,2
10 811	Sucre	1,118	11,8	10,1
10 830	Thé sec	1,130	13,0	11,3
11 012	Bière Primus 72 cl	1,109	10,9	8,9
11 015	Vin de banane URWARWA	1,192	19,2	17,0
11 016	Vins celar	1,153	15,3	12,9
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,246	24,6	22,5
11 022	FANTA	1,194	19,4	15,4
12 001	Spermatch (unité)	1,266	26,6	17,5
12 003	Tabac local	1,612	61,2	61,2
16 101	Bois sciés (madrier)	1,204	20,4	13,5
19 000	Essence	1,032	3,2	2,8
20 211	Savon de lessive 1 star	1,111	11,1	11,1
20 240	Vernis	1,095	9,5	5,5
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,838	83,8	71,1
22 101	Pneumatiques automobiles	1,100	10,0	7,7
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,189	18,9	14,3
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,169	16,9	16,7
23 201	Briques en terre cuite	1,600	60,0	20,0
23 311	Ciment	1,050	5,0	2,0

3.BURURI

CODE PRODU IT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERC IALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_N ette (%)
---------------------	---------	------------------------------------	-------------------------------	--------------------------

1 111	Blé	1,146	14,6	11,7
1 112	Mais	1,123	12,3	12,3
1 114	Sorgho	1,174	17,4	15,7
1 121	Pommes de terre	1,151	15,1	10,9
1 122	Manioc Ubududu	1,138	13,8	11,0
1 125	Patates douces	1,213	21,3	18,2
1 127	Haricots secs	1,101	10,1	9,6
1 128	Petit pois	1,186	18,6	18,6
1 131	Arachides	1,093	9,3	8,3
1 133	Soja	1,232	23,2	20,0
1 160	Canne à sucre	1,273	27,3	23,9
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,343	34,3	16,0
1 331	Banane à cuire	1,137	13,7	13,5
1 340	Ananas	1,247	24,7	21,9
1 351	Oranges	1,265	26,5	24,0
1 371	Avocats	1,369	36,9	34,6
1 411	Bovins sur pied	1,083	8,3	7,2
1 412	Lait de vache brut	1,601	60,1	60,1
1 421	Ovins sur pied	1,146	14,6	12,9
1 431	Caprins sur pied	1,110	11,0	9,8
1 451	Volailles	1,156	15,6	14,3
1 462	Miel	1,414	41,4	41,3
2 130	Charbon de bois	1,253	25,3	16,2
3 011	Poissons Secs	1,143	14,3	13,2
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,167	16,7	16,7
10 302	Jus de fruits	1,205	20,5	18,1
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,117	11,7	11,7
10 502	Laits en poudre	1,157	15,7	15,3
10 611	Riz décortiqué	1,072	7,2	6,6

10 612	Farine de blé	1,032	3,2	3,2
10 613	Farine de maïs	1,231	23,1	21,3
10 615	Farine de manioc	1,234	23,4	21,6
10 811	Sucre	1,078	7,8	7,7
10 830	Thé sec	1,221	22,1	20,6
11 012	Bière Primus 72 cl	1,097	9,7	6,3
11 015	Vin de banane URWARWA	1,190	19,0	14,4
11 016	Vins celar	1,193	19,3	18,9
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,339	33,9	27,3
11 022	FANTA	1,175	17,5	9,1
12 001	Spermatch (unité)	1,538	53,8	53,8
12 003	Tabac local	1,946	94,6	94,6
13 103	Tissus de coton (100%) (1m)	1,111	11,1	8,9
13 200	Tapis	1,143	14,3	10,0
14 100	Costume pour homme	1,091	9,1	7,3
16 101	Bois sciés (madrier)	1,319	31,9	14,9
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,633	63,3	63,3
19 000	Essence	1,030	3,0	1,6
20 121	Tuyau PVC	1,211	21,1	16,0
20 211	Savon de lessive 1 star	1,216	21,6	21,6
20 220	Parfums (déodorant)	1,237	23,7	23,1
20 240	Vernis	1,089	8,9	5,5
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,656	65,6	64,2
22 101	Pneumatiques automobiles	1,152	15,2	10,5
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,199	19,9	18,6
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,188	18,8	7,8
23 311	Ciment	1,025	2,5	2,2
24 102	Tubes en métal	1,103	10,3	6,1

31 112	Matelas 140/15/15	dodoma	1,071	7,1	4,7
--------	----------------------	--------	-------	-----	-----

4.CANKUZO

CODE PRODU IT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERC IALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_N ette (%)
1 111	Blé	1,143	14,3	12,5
1 112	Maïs	1,097	9,7	9,7
1 114	Sorgho	1,109	10,9	10,5
1 121	Pommes de terre	1,143	14,3	14,3
1 122	Manioc Ubududu	1,131	13,1	13,1
1 125	Patates douces	1,344	34,4	33,4
1 127	Haricots secs	1,152	15,2	15,1
1 128	Petit pois	1,141	14,1	13,7
1 131	Arachides	1,103	10,3	10,1
1 160	Canne à sucre	1,458	45,8	45,8
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,309	30,9	30,9
1 331	Banane à cuire	1,304	30,4	30,4
1 340	Ananas	1,291	29,1	27,7
1 351	Oranges	1,393	39,3	39,3
1 371	Avocats	1,399	39,9	38,0
1 411	Bovins sur pied	1,084	8,4	7,0
1 412	Lait de vache brut	1,810	81,0	59,5
1 421	Ovins sur pied	1,158	15,8	14,8
1 431	Caprins sur pied	1,197	19,7	18,8
1 451	Volailles	1,200	20,0	19,3
1 462	Miel	1,198	19,8	19,2
2 130	Charbon de bois	1,342	34,2	26,2

3 011	Poissons Secs	1,228	22,8	20,4
8 102	Sables	1,556	55,6	11,1
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,202	20,2	18,3
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,132	13,2	10,7
10 502	Laits en poudre	1,172	17,2	15,9
10 611	Riz décortiqué	1,140	14,0	13,7
10 612	Farine de blé	1,125	12,5	11,8
10 613	Farine de maïs	1,158	15,8	12,1
10 615	Farine de manioc	1,148	14,8	14,8
10 811	Sucre	1,078	7,8	6,8
10 830	Thé sec	1,756	75,6	72,9
11 012	Bière Primus 72 cl	1,095	9,5	9,1
11 015	Vin de banane URWARWA	1,250	25,0	25,0
11 016	Vins celar	1,374	37,4	32,9
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,353	35,3	33,5
11 022	FANTA	1,189	18,9	18,5
12 001	Spermatch (unité)	1,364	36,4	35,2
12 003	Tabac local	1,667	66,7	66,7
13 103	Tissus de coton (100%) (1m)	1,094	9,4	8,0
14 100	Costume pour homme	1,077	7,7	3,1
16 101	Bois sciés (madrier)	1,303	30,3	19,4
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,071	7,1	6,4
19 000	Essence	1,030	3,0	0,0
20 121	Tuyau PVC	1,068	6,8	3,2
20 211	Savon de lessive 1 star	1,197	19,7	19,4
20 220	Parfums (déodorant)	1,188	18,8	17,9
20 240	Vernis	1,040	4,0	2,3
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,518	51,8	51,2

22 101	Pneumatiques automobiles	1,153	15,3	12,6
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,144	14,4	10,2
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,200	20,0	18,7
23 201	Briques en terre cuite	1,313	31,3	19,6
23 311	Ciment	1,046	4,6	3,7
24 102	Tubes en métal	1,073	7,3	5,3
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,114	11,4	5,7

5.CIBITOKÉ

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
1 111	Blé	1,073	7,3	5,0
1 112	Maïs	1,164	16,4	10,9
1 114	Sorgho	1,175	17,5	13,5
1 121	Pommes de terre	1,147	14,7	9,8
1 122	Manioc Ubududu	1,097	9,7	9,4
1 125	Patates douces	1,181	18,1	12,4
1 127	Haricots secs	1,112	11,2	8,3
1 128	Petit pois	1,141	14,1	11,5
1 131	Arachides	1,050	5,0	4,1
1 133	Soja	1,159	15,9	12,2
1 160	Canne à sucre	1,421	42,1	31,3
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,712	71,2	67,1
1 340	Ananas	1,222	22,2	17,1
1 351	Oranges	1,363	36,3	32,5

1 371	Avocats	1,702	70,2	55,0
1 412	Lait de vache brut	1,325	32,5	30,2
1 462	Miel	1,145	14,5	14,4
2 130	Charbon de bois	1,097	9,7	9,4
3 011	Poissons Secs	1,141	14,1	13,2
8 102	Sables	3,967	296,7	96,7
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,108	10,8	10,8
10 105	Peaux brutes (Vaches)	2,000	100,0	58,7
10 302	Jus de fruits	1,226	22,6	22,1
10 502	Laits en poudre	1,307	30,7	30,3
10 611	Riz décortiqué	1,034	3,4	0,7
10 612	Farine de blé	1,098	9,8	7,5
10 613	Farine de maïs	1,204	20,4	16,3
10 615	Farine de manioc	1,333	33,3	27,5
10 616	Autres farines	1,082	8,2	6,8
10 811	Sucre	1,092	9,2	7,7
10 830	Thé sec	1,140	14,0	13,6
11 012	Bière Primus 72 cl	1,086	8,6	5,2
11 015	Vin de banane URWARWA	1,285	28,5	21,2
11 016	Vins celar	1,300	30,0	30,0
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,240	24,0	22,5
11 022	FANTA	1,277	27,7	24,4
12 001	Spermatch (unité)	1,038	3,8	3,8
13 200	Tapis	1,114	11,4	7,1
16 101	Bois sciés (madrier)	1,602	60,2	21,7
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,057	5,7	4,9
20 121	Tuyau PVC	1,181	18,1	17,3
20 211	Savon de lessive 1 star	1,225	22,5	20,1
20 220	Parfums (déodorant)	1,333	33,3	33,3
20 240	Vernis	1,053	5,3	4,8
21 012	Médicaments antimalaria (quinine	1,505	50,5	50,5

	500mg)			
22 101	Pneumatiques automobiles	1,111	11,1	9,9
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,252	25,2	21,3
23 311	Ciment	1,034	3,4	3,2
24 102	Tubes en métal	1,092	9,2	6,5
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,083	8,3	5,1

6. GITEGA

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
1 111	Blé	1,051	5,1	4,8
1 112	Mais	1,125	12,5	11,8
1 114	Sorgho	1,094	9,4	9,2
1 121	Pommes de terre	1,115	11,5	11,5
1 122	Manioc Ubududu	1,150	15,0	15,0
1 125	Patates douces	1,278	27,8	27,8
1 127	Haricots secs	1,082	8,2	7,4
1 128	Petit pois	1,063	6,3	6,1
1 131	Arachides	1,033	3,3	2,8
1 133	Soja	1,091	9,1	8,5
1 160	Canne à sucre	1,445	44,5	35,9
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,480	48,0	45,6
1 331	Banane à cuire	1,156	15,6	15,6
1 340	Ananas	1,272	27,2	26,2
1 351	Oranges	1,538	53,8	53,8
1 371	Avocats	1,568	56,8	56,8
1 411	Bovins sur pied	1,057	5,7	4,5
1 412	Lait de vache brut	1,399	39,9	31,1
1 421	Ovins sur pied	1,092	9,2	9,0
1 431	Caprins sur pied	1,078	7,8	7,6

1 451	Volailles	1,111	11,1	11,0
1 462	Miel	1,185	18,5	18,5
2 130	Charbon de bois	1,231	23,1	21,7
3 011	Poissons Secs	1,129	12,9	12,0
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,182	18,2	18,2
10 105	Peaux brutes (Vaches)	2,000	100,0	100,0
10 302	Jus de fruits	1,170	17,0	12,7
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,058	5,8	5,7
10 502	Laits en poudre	1,088	8,8	8,3
10 611	Riz décortiqué	1,062	6,2	5,6
10 612	Farine de blé	1,061	6,1	5,0
10 613	Farine de maïs	1,113	11,3	10,4
10 615	Farine de manioc	1,156	15,6	15,4
10 811	Sucre	1,057	5,7	5,3
10 830	Thé sec	1,125	12,5	11,3
11 012	Bière Primus 72 cl	1,105	10,5	10,0
11 015	Vin de banane URWARWA	1,187	18,7	17,4
11 016	Vins celar	1,053	5,3	5,3
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,326	32,6	29,4
11 022	FANTA	1,167	16,7	16,2
12 001	Spermatch (unité)	1,191	19,1	17,9
12 003	Tabac local	1,695	69,5	69,5
13 103	Tissus de coton (100%) (1m)	1,077	7,7	7,7
16 101	Bois sciés (madrier)	1,463	46,3	17,5
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,755	75,5	74,2
19 000	Essence	1,021	2,1	1,1
20 121	Tuyau PVC	1,147	14,7	9,6
20 211	Savon de lessive 1 star	1,146	14,6	14,4
20 220	Parfums (déodorant)	1,161	16,1	14,2
20 240	Vernis	1,065	6,5	6,0

21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,527	52,7	49,2
22 101	Pneumatiques automobiles	1,086	8,6	7,4
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,057	5,7	4,8
23 311	Ciment	1,024	2,4	1,7
24 102	Tubes en métal	1,040	4,0	2,3
24 201	Argent	1,143	14,3	14,3
24 202	Or	1,064	6,4	6,4
25 200	Articles de coutellerie (machine à coudre)	1,051	5,1	3,5
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,045	4,5	3,6

7. KARUZI

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
1 112	Mais	1,117	11,7	11,7
1 114	Sorgho	1,102	10,2	9,6
1 121	Pommes de terre	1,214	21,4	20,5
1 125	Patates douces	1,200	20,0	20,0
1 127	Haricots secs	1,170	17,0	16,7
1 128	Petit pois	1,157	15,7	15,7
1 131	Arachides	1,037	3,7	3,0
1 133	Soja	1,137	13,7	13,7
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,334	33,4	33,2
1 331	Banane à cuire	1,209	20,9	20,9
1 340	Ananas	1,250	25,0	24,0
1 351	Oranges	1,356	35,6	35,6
1 371	Avocats	1,529	52,9	52,9
1 412	Lait de vache brut	1,383	38,3	37,0
1 462	Miel	1,150	15,0	15,0

2 130	Charbon de bois	1,323	32,3	26,3
3 011	Poissons Secs	1,064	6,4	6,2
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,186	18,6	18,6
10 302	Jus de fruits	1,333	33,3	33,3
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,067	6,7	6,4
10 502	Laits en poudre	1,111	11,1	11,1
10 611	Riz décortiqué	1,093	9,3	8,3
10 612	Farine de blé	1,057	5,7	5,1
10 613	Farine de maïs	1,140	14,0	12,6
10 615	Farine de manioc	1,183	18,3	16,4
10 811	Sucre	1,046	4,6	4,1
10 830	Thé sec	1,185	18,5	11,9
11 012	Bière Primus 72 cl	1,133	13,3	12,4
11 015	Vin de banane URWARWA	1,303	30,3	24,1
11 016	Vins celar	1,192	19,2	12,5
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,300	30,0	23,6
11 022	FANTA	1,148	14,8	13,8
12 001	Spermatch (unité)	1,096	9,6	9,6
12 003	Tabac local	1,499	49,9	49,9
16 101	Bois sciés (madrier)	1,436	43,6	28,6
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,792	79,2	77,9
19 000	Essence	1,057	5,7	4,2
20 121	Tuyau PVC	1,105	10,5	9,9
20 211	Savon de lessive 1 star	1,103	10,3	10,2
20 220	Parfums (déodorant)	1,167	16,7	16,7
20 240	Vernis	1,051	5,1	4,6
21 012	Médicaments antimalaria (quinine	1,457	45,7	44,6

	500mg)			
22 101	Pneumatiques automobiles	1,091	9,1	8,3
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,150	15,0	13,5
23 311	Ciment	1,026	2,6	2,4
24 102	Tubes en métal	1,072	7,2	5,2
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,081	8,1	8,1

8.KAYANZA

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
1 111	Blé	1,217	21,7	20,8
1 114	Sorgho	1,178	17,8	14,9
1 121	Pommes de terre	1,081	8,1	5,3
1 122	Manioc Ubududu	1,143	14,3	14,3
1 125	Patates douces	1,609	60,9	60,9
1 127	Haricots secs	1,064	6,4	5,5
1 128	Petit pois	1,083	8,3	7,8
1 131	Arachides	1,077	7,7	6,9
1 133	Soja	1,211	21,1	17,3
1 160	Canne à sucre	1,321	32,1	28,3
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,355	35,5	35,5
1 331	Banane à cuire	1,314	31,4	28,3
1 340	Ananas	1,545	54,5	44,0
1 351	Oranges	1,266	26,6	21,9
1 371	Avocats	1,596	59,6	57,7
1 411	Bovins sur pied	1,045	4,5	2,9
1 421	Ovins sur pied	1,086	8,6	5,0
1 431	Caprins sur pied	1,064	6,4	3,9

1 451	Volailles	1,204	20,4	20,4
1 462	Miel	1,167	16,7	16,7
2 130	Charbon de bois	1,204	20,4	20,4
3 011	Poissons Secs	1,131	13,1	8,3
8 102	Sables	5,200	420,0	60,0
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,077	7,7	6,9
10 302	Jus de fruits	1,333	33,3	31,7
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,063	6,3	4,5
10 611	Riz décortiqué	1,058	5,8	5,1
10 612	Farine de blé	1,118	11,8	10,4
10 613	Farine de maïs	1,109	10,9	9,1
10 615	Farine de manioc	1,092	9,2	6,2
10 811	Sucre	1,106	10,6	8,4
11 015	Vin de banane URWARWA	1,339	33,9	31,3
11 016	Vins celar	1,200	20,0	20,0
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,300	30,0	28,0
12 001	Spermatch (unité)	1,206	20,6	20,6
12 003	Tabac local	1,444	44,4	44,4
13 200	Tapis	1,158	15,8	11,0
14 100	Costume pour homme	1,094	9,4	7,2
16 101	Bois sciés (madrier)	1,375	37,5	35,4
20 211	Savon de lessive 1 star	1,123	12,3	12,0
20 240	Vernis	1,114	11,4	9,8
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,417	41,7	37,1
22 101	Pneumatiques automobiles	1,109	10,9	8,5
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,471	47,1	47,1
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,331	33,1	25,6
23 201	Briques en terre cuite	1,600	60,0	40,0
23 311	Ciment	1,046	4,6	3,6
27 200	Appareils domestiques (écran 32 p)	1,188	18,8	11,9

38 020	Matériaux de récupération (déchet métallique)	3,333	233,3	233,3
--------	---	-------	-------	-------

9.KIRUNDO

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
1 112	Mais	1,188	18,8	16,3
1 114	Sorgho	1,124	12,4	11,2
1 121	Pommes de terre	1,139	13,9	7,0
1 122	Manioc Ubududu	1,125	12,5	12,5
1 125	Patates douces	1,327	32,7	16,1
1 127	Haricots secs	1,119	11,9	10,7
1 131	Arachides	1,050	5,0	4,0
1 133	Soja	1,151	15,1	14,1
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,372	37,2	33,1
1 331	Banane à cuire	1,151	15,1	9,3
1 371	Avocats	1,471	47,1	37,6
1 412	Lait de vache brut	1,736	73,6	70,8
2 130	Charbon de bois	1,243	24,3	11,9
3 011	Poissons Secs	1,128	12,8	11,9
10 302	Jus de fruits	1,287	28,7	26,9
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,051	5,1	4,7
10 611	Riz décortiqué	1,077	7,7	6,9
10 612	Farine de blé	1,087	8,7	7,7

10 613	Farine de maïs	1,184	18,4	16,6
10 615	Farine de manioc	1,173	17,3	15,9
10 811	Sucre	1,096	9,6	8,5
11 012	Bière Primus 72 cl	1,164	16,4	15,6
11 015	Vin de banane URWARWA	1,201	20,1	19,0
11 016	Vins celar	1,134	13,4	13,2
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,300	30,0	27,5
11 022	FANTA	1,200	20,0	18,9
12 001	Spermatch (unité)	1,000	0,0	0,0
20 121	Tuyau PVC	1,145	14,5	10,6
20 211	Savon de lessive 1 star	1,108	10,8	10,1
20 240	Vernis	1,067	6,7	4,8
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,575	57,5	52,7
22 101	Pneumatiques automobiles	1,070	7,0	5,5
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,234	23,4	12,4
23 311	Ciment	1,020	2,0	1,2
24 102	Tubes en métal	1,209	20,9	17,0

10.MAKAMBA

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MAR GE_Nette (%)
1 111	Blé	1,150	15,0	13,7
1 112	Mais	1,168	16,8	13,5
1 114	Sorgho	1,191	19,1	17,5
1 121	Pommes de terre	1,112	11,2	9,1
1 122	Manioc Ubududu	1,100	10,0	7,1

1 125	Patates douces	1,170	17,0	12,8
1 127	Haricots secs	1,158	15,8	14,4
1 128	Petit pois	1,123	12,3	11,6
1 131	Arachides	1,078	7,8	7,2
1 133	Soja	1,142	14,2	12,9
1 160	Canne à sucre	1,294	29,4	21,6
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,293	29,3	22,7
1 331	Banane à cuire	1,269	26,9	18,4
1 340	Ananas	1,235	23,5	19,1
1 351	Oranges	1,189	18,9	15,6
1 371	Avocats	1,278	27,8	21,3
1 411	Bovins sur pied	1,100	10,0	9,0
1 412	Lait de vache brut	1,643	64,3	54,2
1 421	Ovins sur pied	1,135	13,5	12,5
1 431	Caprins sur pied	1,124	12,4	11,4
1 451	Volailles	1,156	15,6	12,5
1 462	Miel	1,194	19,4	15,4
2 130	Charbon de bois	1,404	40,4	31,1
3 011	Poissons Secs	1,176	17,6	16,5
8 102	Sables	3,330	233,0	180,0
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,250	25,0	13,9
10 302	Jus de fruits	1,272	27,2	25,9
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,112	11,2	9,6
10 502	Laits en poudre	1,213	21,3	21,2
10 611	Riz décortiqué	1,121	12,1	11,2
10 613	Farine de maïs	1,147	14,7	13,1
10 615	Farine de manioc	1,152	15,2	13,3
10 811	Sucre	1,078	7,8	7,3
10 830	Thé sec	1,089	8,9	8,0
11 012	Bière Primus 72 cl	1,094	9,4	8,9
11 015	Vin de banane URWARWA	1,250	25,0	20,9

11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,218	21,8	20,5
11 022	FANTA	1,174	17,4	16,8
12 003	Tabac local	1,404	40,4	35,2
16 101	Bois sciés (madrier)	1,333	33,3	11,1
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,077	7,7	6,8
20 121	Tuyau PVC	1,278	27,8	21,8
20 211	Savon de lessive 1 star	1,171	17,1	15,5
20 240	Vernis	1,163	16,3	14,1
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,504	50,4	48,8
22 101	Pneumatiques automobiles	1,174	17,4	15,8
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,199	19,9	17,3
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,134	13,4	12,0
23 201	Briques en terre cuite	1,417	41,7	35,8
23 311	Ciment	1,070	7,0	3,0
25 200	Articles de coutellerie (machine à coudre)	1,180	18,0	14,6
27 200	Appareils domestiques (écran 32 p)	1,331	33,1	31,2
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,082	8,2	3,3
38 020	Matériaux de récupération (déchet métallique)	1,200	20,0	16,0

11.MURAMVYA

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIA	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Net te (%)
-----------------	---------	------------------------------	-------------------------------	--------------------------

		LE		
1 111	Blé	1,101	10,1	8,7
1 112	Mais	1,228	22,8	15,1
1 114	Sorgho	1,136	13,6	8,1
1 121	Pommes de terre	1,123	12,3	7,1
1 125	Patates douces	1,259	25,9	24,9
1 127	Haricots secs	1,076	7,6	4,5
1 128	Petit pois	1,070	7,0	6,6
1 131	Arachides	1,048	4,8	3,3
1 160	Canne à sucre	1,348	34,8	31,5
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,381	38,1	35,2
1 331	Banane à cuire	1,226	22,6	20,2
1 340	Ananas	1,144	14,4	12,6
1 351	Oranges	1,205	20,5	16,4
1 371	Avocats	1,356	35,6	32,9
1 411	Bovins sur pied	1,110	11,0	10,6
1 412	Lait de vache brut	1,886	88,6	87,3
1 421	Ovins sur pied	1,091	9,1	8,6
1 431	Caprins sur pied	1,112	11,2	10,3
1 451	Volailles	1,117	11,7	10,7
1 462	Miel	1,369	36,9	35,0
2 130	Charbon de bois	1,172	17,2	8,8
3 011	Poissons Secs	1,074	7,4	5,9
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,153	15,3	12,7
10 302	Jus de fruits	1,176	17,6	15,0
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,058	5,8	4,2
10 502	Laits en poudre	1,093	9,3	8,9
10 611	Riz décortiqué	1,066	6,6	4,5

10 612	Farine de blé	1,069	6,9	4,4
10 613	Farine de maïs	1,127	12,7	7,8
10 615	Farine de manioc	1,163	16,3	11,0
10 811	Sucre	1,057	5,7	4,9
10 830	Thé sec	1,136	13,6	12,7
11 012	Bière Primus 72 cl	1,100	10,0	9,4
11 015	Vin de banane URWARWA	1,194	19,4	16,0
11 016	Vins celar	1,145	14,5	13,7
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,438	43,8	38,8
11 022	FANTA	1,163	16,3	15,6
12 001	Spermatch (unité)	1,317	31,7	25,7
12 003	Tabac local	1,342	34,2	32,2
13 103	Tissus de coton (100%) (1m)	1,105	10,5	8,1
14 100	Costume pour homme	1,070	7,0	6,3
16 101	Bois sciés (madrier)	1,143	14,3	11,0
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,062	6,2	5,2
19 000	Essence	1,022	2,2	0,9
20 121	Tuyau PVC	1,206	20,6	14,0
20 211	Savon de lessive 1 star	1,177	17,7	16,4
20 220	Parfums (déodorant)	1,192	19,2	18,3
20 240	Vernis	1,041	4,1	3,2
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,594	59,4	45,8
22 101	Pneumatiques automobiles	1,113	11,3	8,9
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,144	14,4	10,9

23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,395	39,5	30,4
23 311	Ciment	1,078	7,8	4,0
24 102	Tubes en métal	1,061	6,1	4,1
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,054	5,4	4,1
38 020	Matériaux de récupération (déchet métallique)	1,286	28,6	21,9

12. MUYINGA

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
1 112	Mais	1,140	14,0	11,0
1 114	Sorgho	1,190	19,0	16,7
1 121	Pommes de terre	1,218	21,8	17,1
1 122	Manioc Ubududu	1,277	27,7	10,1
1 125	Patates douces	1,359	35,9	21,8
1 127	Haricots secs	1,111	11,1	9,2
1 128	Petit pois	1,100	10,0	9,6
1 131	Arachides	1,057	5,7	3,9
1 160	Canne à sucre	1,433	43,3	21,7
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,264	26,4	23,1
1 331	Banane à cuire	1,276	27,6	16,1

1 340	Ananas	1,158	15,8	15,2
1 351	Oranges	1,222	22,2	14,0
1 371	Avocats	1,306	30,6	27,1
1 412	Lait de vache brut	1,667	66,7	55,6
1 451	Volailles	1,086	8,6	8,6
1 462	Miel	1,165	16,5	16,1
2 130	Charbon de bois	1,230	23,0	10,7
3 011	Poissons Secs	1,190	19,0	12,4
8 102	Sables	3,708	270,8	20,8
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,192	19,2	19,0
10 302	Jus de fruits	1,292	29,2	22,5
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,059	5,9	3,9
10 502	Laits en poudre	1,184	18,4	17,3
10 611	Riz décortiqué	1,070	7,0	6,6
10 613	Farine de maïs	1,074	7,4	6,6
10 615	Farine de manioc	1,187	18,7	17,2
11 012	Bière Primus 72 cl	1,154	15,4	14,5
11 015	Vin de banane URWARWA	1,566	56,6	43,7
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,200	20,0	16,0
11 022	FANTA	1,298	29,8	28,5
12 003	Tabac local	1,722	72,2	72,2
13 103	Tissus de coton (100%) (1m)	1,250	25,0	23,8
13 200	Tapis	1,415	41,5	37,1
16 101	Bois sciés (madrier)	1,417	41,7	15,2
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,074	7,4	6,9
20 121	Tuyau PVC	1,106	10,6	7,8
20 220	Parfums (déodorant)	1,471	47,1	42,3

20 240	Vernis	1,069	6,9	4,9
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,467	46,7	43,3
22 101	Pneumatiques automobiles	1,126	12,6	10,3
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,467	46,7	46,7
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,137	13,7	11,6
23 311	Ciment	1,038	3,8	1,9
24 102	Tubes en métal	1,066	6,6	3,6
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,048	4,8	4,8

13. MWARO

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
1 111	Blé	1,130	13,0	12,6
1 112	Mais	1,144	14,4	10,3
1 114	Sorgho	1,110	11,0	8,0
1 121	Pommes de terre	1,103	10,3	7,5
1 125	Patates douces	1,329	32,9	30,1
1 127	Haricots secs	1,095	9,5	6,1
1 128	Petit pois	1,077	7,7	6,9
1 131	Arachides	1,075	7,5	6,0
1 133	Soja	1,088	8,8	6,0
1 160	Canne à sucre	1,338	33,8	30,0
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,427	42,7	40,5
1 331	Banane à cuire	1,188	18,8	17,7
1 340	Ananas	1,162	16,2	14,1
1 351	Oranges	1,226	22,6	18,0
1 371	Avocats	1,285	28,5	26,9

1 412	Lait de vache brut	1,729	72,9	71,7
1 421	Ovins sur pied	1,078	7,8	7,2
1 431	Caprins sur pied	1,129	12,9	12,2
1 451	Volailles	1,140	14,0	12,6
1 462	Miel	1,155	15,5	13,4
2 130	Charbon de bois	1,160	16,0	9,6
3 011	Poissons Secs	1,267	26,7	24,2
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,087	8,7	7,1
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,071	7,1	5,5
10 502	Laits en poudre	1,084	8,4	7,6
10 611	Riz décortiqué	1,060	6,0	3,6
10 613	Farine de maïs	1,180	18,0	11,4
10 615	Farine de manioc	1,133	13,3	7,0
10 811	Sucre	1,049	4,9	3,7
10 830	Thé sec	1,123	12,3	11,3
11 012	Bière Primus 72 cl	1,094	9,4	8,8
11 015	Vin de banane URWARWA	1,153	15,3	12,3
11 016	Vins celar	1,138	13,8	12,7
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,429	42,9	36,0
11 022	FANTA	1,168	16,8	16,1
12 001	Spermatch (unité)	1,310	31,0	24,0
12 003	Tabac local	1,362	36,2	34,8
13 103	Tissus de coton (100%) (1m)	1,118	11,8	9,9
16 101	Bois sciés (madrier)	1,143	14,3	8,6
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,074	7,4	5,9
19 000	Essence	1,025	2,5	0,8
20 121	Tuyau PVC	1,169	16,9	8,9
20 211	Savon de lessive 1 star	1,242	24,2	21,9
20 220	Parfums (déodorant)	1,239	23,9	23,2
20 240	Vernis	1,062	6,2	4,7

21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,623	62,3	49,7
22 101	Pneumatiques automobiles	1,115	11,5	8,8
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,157	15,7	12,8
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,355	35,5	24,9
23 311	Ciment	1,074	7,4	5,5
38 020	Matériaux de récupération (déchet métallique)	1,429	42,9	35,7

14. NGOZI

CODE PROD UIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERC IALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE _Nette (%)
1 111	Blé	1,128	12,8	11,1
1 112	Mais	1,113	11,3	9,9
1 114	Sorgho	1,138	13,8	10,5
1 121	Pommes de terre	1,108	10,8	8,6
1 122	Manioc Uбудudu	1,169	16,9	14,2
1 125	Patates douces	1,330	33,0	32,1
1 127	Haricots secs	1,076	7,6	6,1
1 128	Petit pois	1,073	7,3	6,2
1 131	Arachides	1,054	5,4	3,9
1 133	Soja	1,124	12,4	9,3
1 160	Canne à sucre	1,409	40,9	36,5
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,540	54,0	51,6
1 331	Banane à cuire	1,292	29,2	25,8
1 340	Ananas	1,426	42,6	32,4
1 351	Oranges	1,327	32,7	24,2
1 371	Avocats	1,509	50,9	47,8
1 411	Bovins sur pied	1,045	4,5	3,2
1 412	Lait de vache brut	1,154	15,4	15,4
1 421	Ovins sur pied	1,125	12,5	9,9

1 431	Caprins sur pied	1,129	12,9	10,4
1 451	Volailles	1,240	24,0	24,0
1 462	Miel	1,175	17,5	16,6
2 130	Charbon de bois	1,260	26,0	26,0
3 011	Poissons Secs	1,095	9,5	7,0
8 102	Sables	4,417	341,7	142,4
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,083	8,3	7,0
10 105	Peaux brutes (Vaches)	2,667	166,7	160,0
10 302	Jus de fruits	1,206	20,6	19,2
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,040	4,0	2,3
10 502	Laits en poudre	1,109	10,9	10,3
10 611	Riz décortiqué	1,062	6,2	4,7
10 612	Farine de blé	1,092	9,2	7,8
10 613	Farine de maïs	1,090	9,0	7,3
10 615	Farine de manioc	1,159	15,9	11,9
10 811	Sucre	1,083	8,3	7,6
10 830	Thé sec	1,274	27,4	26,0
11 012	Bière Primus 72 cl	1,184	18,4	17,9
11 015	Vin de banane URWARWA	1,336	33,6	26,0
11 016	Vins celar	1,203	20,3	19,6
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,265	26,5	24,8
11 022	FANTA	1,296	29,6	29,0
12 001	Spermatch (unité)	1,157	15,7	15,4
12 003	Tabac local	1,485	48,5	48,5
13 200	Tapis	1,093	9,3	6,9
14 100	Costume pour homme	1,098	9,8	8,9
16 101	Bois sciés (madrier)	1,372	37,2	37,2
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,130	13,0	12,0
20 121	Tuyau PVC	1,184	18,4	13,3

20 211	Savon de lessive 1 star	1,100	10,0	9,7
20 220	Parfums (déodorant)	1,152	15,2	13,9
20 240	Vernis	1,090	9,0	6,0
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,539	53,9	49,7
22 101	Pneumatiques automobiles	1,159	15,9	13,2
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,650	65,0	63,7
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,188	18,8	14,5
23 201	Briques en terre cuite	1,737	73,7	25,7
23 311	Ciment	1,059	5,9	3,8
27 200	Appareils domestiques (écran 32 p)	1,094	9,4	6,5
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,216	21,6	13,7
38 020	Matériaux de récupération (déchet métallique)	2,215	121,5	121,5

15. RUMONGE

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
1 111	Blé	1,209	20,9	16,5
1 112	Mais	1,199	19,9	10,9
1 114	Sorgho	1,153	15,3	11,0
1 121	Pommes de terre	1,109	10,9	10,9
1 122	Manioc Ubududu	1,158	15,8	15,8
1 125	Patates douces	1,242	24,2	23,8
1 127	Haricots secs	1,098	9,8	8,8

1 128	Petit pois	1,132	13,2	13,2
1 131	Arachides	1,055	5,5	5,2
1 133	Soja	1,148	14,8	12,9
1 151	Coton fibre	1,148	14,8	14,1
1 160	Canne à sucre	1,341	34,1	34,1
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,414	41,4	38,3
1 331	Banane à cuire	1,333	33,3	30,6
1 340	Ananas	1,326	32,6	32,6
1 351	Oranges	1,391	39,1	39,1
1 371	Avocats	1,550	55,0	52,0
1 411	Bovins sur pied	1,145	14,5	9,8
1 412	Lait de vache brut	1,204	20,4	16,4
1 421	Ovins sur pied	1,175	17,5	16,2
1 431	Caprins sur pied	1,149	14,9	13,3
1 451	Volailles	1,215	21,5	21,5
1 462	Miel	1,333	33,3	33,3
2 130	Charbon de bois	1,395	39,5	27,7
3 011	Poissons Secs	1,126	12,6	12,2
8 102	Sables	2,750	175,0	121,7
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,250	25,0	23,9
10 105	Peaux brutes (Vaches)	2,000	100,0	66,7
10 302	Jus de fruits	1,075	7,5	5,8
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,165	16,5	15,7
10 502	Laits en poudre	1,119	11,9	11,6
10 611	Riz décortiqué	1,072	7,2	6,6
10 612	Farine de blé	1,121	12,1	11,9
10 613	Farine de maïs	1,342	34,2	32,7

10 615	Farine de manioc	1,124	12,4	12,1
10 811	Sucre	1,084	8,4	7,9
10 830	Thé sec	1,185	18,5	17,6
11 012	Bière Primus 72 cl	1,119	11,9	11,0
11 015	Vin de banane URWARWA	1,438	43,8	37,5
11 016	Vins celar	1,200	20,0	18,0
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,354	35,4	33,5
11 022	FANTA	1,159	15,9	14,9
12 001	Spermatch (unité)	1,028	2,8	2,5
12 003	Tabac local	1,268	26,8	23,7
13 103	Tissus de coton (100%) (1m)	1,039	3,9	2,4
13 200	Tapis	1,141	14,1	12,3
14 100	Costume pour homme	1,077	7,7	6,9
16 101	Bois sciés (madrier)	1,500	50,0	26,7
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,066	6,6	5,2
20 121	Tuyau PVC	1,152	15,2	13,2
20 211	Savon de lessive 1 star	1,220	22,0	21,9
20 220	Parfums (déodorant)	1,223	22,3	21,5
20 240	Vernis	1,090	9,0	8,5
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,496	49,6	48,7
22 101	Pneumatiques automobiles	1,178	17,8	17,4
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,094	9,4	9,4
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,157	15,7	15,3

23 201	Briques en terre cuite	1,831	83,1	74,4
23 311	Ciment	1,043	4,3	3,5
24 102	Tubes en métal	1,160	16,0	13,8
24 201	Argent	1,333	33,3	31,7
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,079	7,9	3,6
38 020	Matériaux de récupération (déchet métallique)	1,167	16,7	16,7

16. RUTANA

CODE PRODUIT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERCIALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_Nette (%)
1 111	Blé	1,154	15,4	13,8
1 112	Mais	1,153	15,3	14,7
1 114	Sorgho	1,128	12,8	12,8
1 121	Pommes de terre	1,182	18,2	18,2
1 122	Manioc Ubududu	1,132	13,2	13,2
1 125	Patates douces	1,257	25,7	24,6
1 127	Haricots secs	1,121	12,1	12,0
1 128	Petit pois	1,088	8,8	8,8
1 131	Arachides	1,072	7,2	6,3
1 133	Soja	1,229	22,9	22,9
1 160	Canne à sucre	1,336	33,6	30,9
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,250	25,0	22,6
1 331	Banane à cuire	1,183	18,3	15,2
1 340	Ananas	1,262	26,2	26,2
1 351	Oranges	1,142	14,2	12,9
1 371	Avocats	1,258	25,8	25,3

1 412	Lait de vache brut	1,600	60,0	60,0
1 421	Ovins sur pied	1,111	11,1	10,7
1 431	Caprins sur pied	1,086	8,6	8,4
1 451	Volailles	1,126	12,6	10,6
1 462	Miel	1,251	25,1	25,1
2 130	Charbon de bois	1,274	27,4	22,3
3 011	Poissons Secs	1,118	11,8	11,2
8 102	Sables	4,152	315,2	167,9
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,628	62,8	62,6
10 302	Jus de fruits	1,199	19,9	16,9
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,077	7,7	7,7
10 502	Laits en poudre	1,123	12,3	11,8
10 611	Riz décortiqué	1,089	8,9	8,5
10 612	Farine de blé	1,127	12,7	10,9
10 613	Farine de maïs	1,209	20,9	19,5
10 615	Farine de manioc	1,308	30,8	30,4
10 811	Sucre	1,084	8,4	8,4
10 830	Thé sec	1,235	23,5	23,5
11 012	Bière Primus 72 cl	1,110	11,0	10,5
11 015	Vin de banane URWARWA	1,250	25,0	19,3
11 016	Vins celar	1,238	23,8	23,2
11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,377	37,7	37,1
11 022	FANTA	1,169	16,9	15,5
12 001	Spermatch (unité)	1,502	50,2	50,2
12 003	Tabac local	1,778	77,8	77,8
13 200	Tapis	1,143	14,3	14,3
16 101	Bois sciés (madrier)	1,127	12,7	12,7
17 012	Lames de Papiers en	1,821	82,1	82,1

	l'état			
19 000	Essence	1,035	3,5	1,2
20 121	Tuyau PVC	1,306	30,6	25,2
20 211	Savon de lessive 1 star	1,240	24,0	24,0
20 220	Parfums (déodorant)	1,171	17,1	17,1
20 240	Vernis	1,100	10,0	8,6
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,574	57,4	56,1
22 101	Pneumatiques automobiles	1,197	19,7	17,2
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,136	13,6	13,6
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,128	12,8	6,4
23 201	Briques en terre cuite	2,250	125,0	100,0
23 311	Ciment	1,103	10,3	3,7
24 102	Tubes en métal	1,039	3,9	3,2
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,042	4,2	2,2

17.RUYIGI

CODE PRODU IT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERC ALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARGE_N ette (%)
1 111	Blé	1,143	14,3	13,2
1 112	Maïs	1,120	12,0	11,3
1 114	Sorgho	1,144	14,4	13,6
1 121	Pommes de terre	1,167	16,7	16,3
1 122	Manioc Ubududu	1,167	16,7	16,4
1 125	Patates douces	1,293	29,3	29,0
1 127	Haricots secs	1,158	15,8	15,4
1 128	Petit pois	1,084	8,4	7,7
1 131	Arachides	1,077	7,7	7,2

1 160	Canne à sucre	1,366	36,6	35,0
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,333	33,3	33,3
1 331	Banane à cuire	1,286	28,6	28,6
1 340	Ananas	1,332	33,2	32,0
1 351	Oranges	1,347	34,7	29,4
1 371	Avocats	1,441	44,1	37,1
1 411	Bovins sur pied	1,086	8,6	7,2
1 412	Lait de vache brut	2,124	112,4	94,0
1 421	Ovins sur pied	1,186	18,6	18,6
1 431	Caprins sur pied	1,136	13,6	12,5
1 451	Volailles	1,174	17,4	17,4
1 462	Miel	1,240	24,0	24,0
2 130	Charbon de bois	1,290	29,0	21,2
3 011	Poissons Secs	1,160	16,0	13,9
8 102	Sables	1,750	75,0	25,0
10 101	Viandes de boucherie (Vaches)	1,145	14,5	12,0
10 302	Jus de fruits	1,437	43,7	41,5
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,169	16,9	16,4
10 502	Laits en poudre	1,110	11,0	9,5
10 611	Riz décortiqué	1,154	15,4	15,2
10 612	Farine de blé	1,103	10,3	9,0
10 613	Farine de maïs	1,148	14,8	13,3
10 615	Farine de manioc	1,182	18,2	17,6
10 811	Sucre	1,067	6,7	6,1
10 830	Thé sec	1,106	10,6	10,1
11 012	Bière Primus 72 cl	1,096	9,6	9,0
11 015	Vin de banane URWARWA	1,225	22,5	22,2
11 016	Vins celar	1,151	15,1	13,7

11 021	Eaux de table KINJU 1,5 l	1,375	37,5	37,4
11 022	FANTA	1,176	17,6	16,6
12 001	Spermatch (unité)	1,553	55,3	55,3
13 103	Tissus de coton (100%) (1m)	1,059	5,9	5,6
14 100	Costume pour homme	1,036	3,6	3,6
16 101	Bois sciés (madrier)	1,500	50,0	31,7
17 012	Lames de Papiers en l'état	1,145	14,5	13,8
19 000	Essence	1,023	2,3	0,0
20 121	Tuyau PVC	1,154	15,4	14,6
20 211	Savon de lessive 1 star	1,253	25,3	24,7
20 220	Parfums (déodorant)	1,167	16,7	16,7
20 240	Vernis	1,138	13,8	12,4
21 012	Médicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,546	54,6	54,4
22 101	Pneumatiques automobiles	1,291	29,1	23,6
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,167	16,7	11,0
23 201	Briques en terre cuite	1,167	16,7	6,7
23 311	Ciment	1,084	8,4	6,8
24 102	Tubes en métal	1,131	13,1	11,4
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,047	4,7	2,6

18. BUJUMBURA MAIRIE

CODE PRODU IT	LIBELLE	INDICE MARGE COMMERC IALE	TAUX DE MARGE BRUTE (%)	TAUX_MARG E_NETTE (%)
1 111	Ble	1,095	9,5	7,6
1 112	Maïs	1,191	19,1	15,8

1 114	Sorgho	1,138	13,8	11,7
1 121	Pommes de terre	1,131	13,1	10,1
1 122	Manioc ubududu	1,204	20,4	15,2
1 125	Patates douces	1,319	31,9	25,4
1 127	Haricots secs	1,115	11,5	9,9
1 128	Petit pois	1,091	9,1	8,1
1 131	Arachides	1,173	17,3	16,5
1 133	Soja	1,098	9,8	8,8
1 160	Canne a sucre	1,760	76,0	49,5
1 212	Amarantes (lengalenga)	1,377	37,7	34,0
1 331	Banane a cuire	1,290	29,0	24,8
1 340	Ananas	1,304	30,4	25,4
1 351	Oranges	1,349	34,9	29,6
1 371	Avocats	1,556	55,6	46,2
1 412	Lait de vache brut	1,351	35,1	31,3
1 431	Caprins sur pied	1,096	9,6	8,3
1 451	Volailles	1,218	21,8	18,2
1 462	Miel	1,243	24,3	23,1
2 130	Charbon de bois	1,150	15,0	10,2
3 011	Poissons secs	1,192	19,2	17,0
8 102	Sables	2,373	137,3	88,0
10 101	Viandes de boucherie (vaches)	1,205	20,5	17,2
10 302	Jus de fruits	1,221	21,9	#NULL!
10 401	Huile brute de palme ou de palmiste	1,167	16,7	15,4
10 502	Laits en poudre	1,139	13,9	13,3
10 611	Riz decortique	1,091	9,1	8,1
10 612	Farine de ble	1,158	15,8	14,1
10 613	Farine de maïs	1,158	15,8	13,9
10 615	Farine de manioc	1,168	16,8	15,2
10 811	Sucre	1,076	7,6	6,6

10 830	The sec	1,216	21,6	20,1
11 012	Biere primus 72 cl	1,130	13,0	12,1
11 015	Vin de banane urwarwa	1,351	35,1	30,9
11 016	Vins celar	1,161	16,1	15,4
11 021	Eaux de table kinju 1,5 l	1,365	36,5	34,4
11 022	Fanta	1,213	21,3	19,9
12 001	Spermatch (unite)	1,362	36,2	35,4
12 003	Tabac local	1,548	54,8	37,4
13 103	Tissus de coton (100%) (1m)	1,114	11,4	9,6
13 200	Tapis	1,174	17,4	15,3
14 100	Costume pour homme	1,517	51,7	47,6
16 101	Bois scies (madrier)	1,489	48,9	27,1
17 012	Lames de papiers en l'etat	1,087	8,7	8,0
18 102	Impression de livres	1,383	38,3	38,3
19 000	Essence	1,065	6,5	5,3
20 121	Tuyau pvc	1,141	14,1	11,3
20 211	Savon de lessive 1 star	1,251	25,1	23,0
20 220	Parfums (deodorant)	1,190	19,0	17,9
20 240	Vernis	1,073	7,3	6,4
21 012	Medicaments antimalaria (quinine 500mg)	1,566	56,6	54,2
22 101	Pneumatiques automobiles	1,110	11,0	9,8
22 203	Seau en plastique (10 l)	1,194	19,4	18,4
23 100	Verre (feuille) pour la construction	1,118	11,8	9,7
23 201	Briques en terre cuite	1,651	65,1	16,3
23 311	Ciment	1,047	4,7	3,7
24 102	Tubes en metal	1,087	8,7	7,0
24 201	Argent	1,502	50,2	49,2
24 202	Or	1,243	24,3	24,2
25 102	Reservoirs metalliques	1,167	16,7	14,9

25 200	Articles de coutellerie (machine a coudre)	1,149	14,9	14,2
26 100	Composants electroniques (ordinateur)	1,163	16,3	13,1
27 200	Appareils domestiques (ecran 32 p)	1,188	18,8	17,3
29 100	Vehicules automobiles /probox/	1,211	21,1	11,8
31 112	Matelas dodoma 140/15/15	1,094	9,4	8,0
38 020	Materiaux de recuperation (dechet metallique)	1,219	21,9	17,8

Questionnaire sur les marges

INSTITUT DE STATISTIQUES ET D'ETUDES

ECONOMIQUES DU BURUNDI



DIRECTION GENERALE

*ENQUETE SUR LES MARGES DE COMMERCE ET DE
TRANSPORT, Edition 2019*

PP

QUESTIONNAIRE DETAILLANT

Loi N°1/17 du 25 septembre 2007 portant organisation du système statistique au Burundi (articles 12 et 19)

Les données individuelles issues des enquêtes et recensements statistiques sont protégés au même titre que les libertés individuelles des citoyens. En tout état de cause, elles ne peuvent être utilisées à des fins de poursuite ou de répression fiscale ou pénales sauf pour des cas expressément prévus par la loi. En aucun cas les données individuelles recueillies ne peuvent être utilisées à d'autres fins que celles de diffuser ou de publier des résultats statistiques agrégés.

Les personnes physiques et morales soumises aux enquêtes et recensement statistiques sont tenues, sans préjudice des dispositions relatives aux libertés individuelles, de répondre avec exactitude et dans les délais leur impartis aux questionnaires relatifs à ces opérations.

Pour tout renseignement, veuillez contacter Monsieur le Directeur Général de l'ISTEEBU, B.P.1156, Tél 22 22 26 35/ 22 22 21 49/ 22 21 67 34, e-mail : isteebubdi@gmail.com

INFORMATIONS SUR LE PERSONNEL D'ENQUETE

A. Informations sur l'enquêteur

Enquêteur	/_//_/_/
Nom Prénom	
Date de l'interview	/_//_/_/ /_//_/_/ /_2_//_0_//_1_//_9_/_/
Signature	

B. Informations sur contrôleur

Contrôleur	/_//_/_/
------------	----------

Point de vente		
1.2.5 Rue		
1.2.6 Site web		
1.2.7 Téléphone		
1.2.8 Fax		
1.2.9 E-mail		

1.3 Identifiant du répondant

Nom Prénom	
Poste	
N° Tél	
E-mail	

2. Désignation des activités de l'entreprise

Activité	Principale.	Code I__ __ __ __
Activité	secondaire 1.	Code I__ __ __ __
Activité	secondaire 2.	Code I__ __ __ __
Activité 3.....	secondaire	Code I__ __ __ __

9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								

Q202. UNITE : 1. Millier de tonne (Kt) 2. Tonne (t) 3. Kilogramme (Kg) 4. Litre (l) 5. Mètre cube (M³) 6. Mètre (M) 7. Mètre carré (M²) 8. . Sac de 9. paquet de 10. feuille de 11. Paire de..... 12. Pot de 13. Rouleau de..... 14. Nombre de..... 15. Carton de..... 16. Casier de... 17. Flacon de..... 18. Unité de..... 19. Boîte de..... 20. Autres

N°	Q210. Le transport est facturé séparément ? 1. Oui 2. Non	Q211. Si oui, à qui le client paie le transport ? 1. le détaillant 2. Le tiers	Q212. Frais de transport en Fbu (par unité de produit
----	--	--	---

	<i>Demander si le détaillant distingue le prix de vente des frais de livraison(s'il y en a)</i>		
1	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
2	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
3	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
4	_		_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
5	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
6	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
7	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
8	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
9	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
10	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
11	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _
12	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _ _

1 3	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _
1 4	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _
1 5	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _ _ _

INSTITUT DE STATISTIQUES ET D'ETUDES
ECONOMIQUES DU BURUNDI



*ENQUETE SUR LES MARGES DE COMMERCE ET DE
TRANSPORT, Edition 2019*

QUESTIONNAIRE GROSSISTE

Loi N°1/17 du 25 septembre 2007 portant organisation du système statistique au Burundi (articles 12 et 19)

Les données individuelles issues des enquêtes et recensements statistiques sont protégés au même titre que les libertés individuelles des citoyens. En tout état de cause, elles ne peuvent être utilisées à des fins de poursuite ou de répression fiscale ou pénales sauf pour des cas expressément prévus par la loi. En aucun cas les données individuelles recueillies ne peuvent être utilisées à d'autres fins que celles de diffuser ou de publier des résultats statistiques agrégés.

Les personnes physiques et morales soumises aux enquêtes et recensement statistiques sont tenues, sans préjudice des dispositions relatives aux libertés individuelles, de répondre avec exactitude et dans les délais leur impartis aux questionnaires relatifs à ces opérations.

Pour tout renseignement, veuillez contacter Monsieur le Directeur Général de l'ISTEEBU, B.P.1156, Tél 22 22 26 35/ 22 22 21 49/ 22 21 67 34, e-mail : isteebubdi@gmail.com

INFORMATIONS SUR LE PERSONNEL D'ENQUETE

D. Informations sur l'enquêteur

Enquêteur	/_//_/
Nom Prénom	

Libellé		Code
1.2.1 Province		/_//_/
1.2.2 Commune		/_//_//_/
1.2.3 Zone		
1.2.4 Quartier/colline		
Point de vente		
1.2.5 Rue		
1.2.6 Site web		
1.2.7 Téléphone		
1.2.8 Fax		
1.2.9 E-mail		

1.3 Identifiant du répondant

Nom Prénom	
Poste	
N° Tél	
E-mail	

2. Désignation des activités de l'entreprise

Activité Principale.	Code _ _ _ _ _ _ _
Activité secondaire 1.	Code _ _ _ _ _ _ _
Activité secondaire 2.	Code _ _ _ _ _ _ _
Activité 3..... secondaire	Code _ _ _ _ _ _ _

SECTION 2 : ACQUISITION ET COMMERCIALISATION DES PRODUITS

N°	Q201. Liste des produits Acquis (nom commercial du produit)	Q202. A quelle unité achetez-vous ces produits ?	Q203. Produit Code	Q204. A Quel prix d'achat ? En Fbu	Q205. Le transport est facturé séparément ? 1. Oui 2. Non	Q206. Si oui, à qui vous payez la facture ? 1. le fournisseur 2. Le tiers	Q207. Frais de transport en Fbu de (par unité de produit)	Q208. prix de (Hors t...)
1		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

4		_	_ _	_ _	_	_	_ _	_
5		_	_ _	_ _	_	_	_ _	_ _
6		_	_ _	_ _	_	_	_ _	_ _
7		_	_ _	_ _	_	_	_ _	_ _
8		_	_ _	_ _	_	_	_ _	_ _

9		_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _
10		_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _
11		_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _
12		_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _
13		_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _ _ _ _ _ _

14

SECTION 2 : ACQUISITION ET COMMERCIALISATION DES PRODUITS(SUITE)							
--	--	--	--	--	--	--	--

--

15

--

--

Q202. UNITE : 1. Millier de tonne (Kt) 2. Tonne (t) 3. Kilogramme (Kg) 4. Litre (l) 5. Mètre cube (M³) 6. Mètre (M) 7. Mètre carré (M²) 8. . Sac de 9. paquet de 10. feuille de 11. Paire de.....
 12. Pot de 13. Rouleau de..... 14. Nombre de..... 15. Carton de.....
 16. Casier de... 17. Flacon de..... 18. Unité de..... 19. Boîte de..... 20. Autres préciser....

N°	Q201. Liste des produits Acquis (nom commercial du produit)	Q210. Le transport est facturé séparément ? 1. Oui 2. Non	Q211. Si oui, à qui votre client paie la facture ? 1. le grossiste 2. Le tiers	Q212. Frais de transport en Fbu (par unité de produit)
1		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
2		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
3		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
4		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
5		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
6		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
7		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
8		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
9		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
10		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
11		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
12		<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

1 3		_	_	_ _ _ _ _
1 4		_	_	_ _ _ _ _
1 5		_	_	_ _ _ _ _

INSTITUT DE STATISTIQUES ET D'ETUDES
ECONOMIQUES DU BURUNDI



DIRECTION GENERALE

*ENQUETE SUR LES MARGES DE COMMERCE ET DE
TRANSPORT, Edition 2019*

QUESTIONNAIRE IMPORTATEUR

Loi N°1/17 du 25 septembre 2007 portant organisation du système statistique au Burundi (articles 12 et 19)

Les données individuelles issues des enquêtes et recensements statistiques sont protégés au même titre que les libertés individuelles des citoyens. En tout état de cause, elles ne peuvent être utilisées à des fins de poursuite ou de répression fiscale ou pénales sauf pour des cas expressément prévus par la loi. En aucun cas les données individuelles recueillies ne peuvent être utilisées à d'autres fins que celles de diffuser ou de publier des résultats statistiques agrégés.

Les personnes physiques et morales soumises aux enquêtes et recensement statistiques sont tenues, sans préjudice des dispositions relatives aux libertés individuelles, de répondre avec exactitude et dans les délais leur impartis aux questionnaires relatifs à ces opérations.

Pour tout renseignement, veuillez contacter Monsieur le Directeur Général de l'ISTEEBU, B.P.1156, Tél 22 22 26 35/ 22 22 21 49/ 22 21 67 34, e-mail : isteebubdi@gmail.com

1.2 Adresse de la structure

Libellé		Code
1.2.1 Province		/_//_/
1.2.2 Commune		/_//_//_/
1.2.3 Zone		
1.2.4 Quartier/colline		
Point de vente		
1.2.5 Rue		
1.2.6 Site web		
1.2.7 Téléphone		
1.2.8 Fax		
1.2.9 E-mail		

1.3 Identifiant du répondant

Nom Prénom	
Poste	
N° Tél	
E-mail	

2. Désignation des activités de l'entreprise

Activité Principale.	Code _ _ _ _ _
Activité secondaire 1.	Code _ _ _ _ _
Activité secondaire 2.	Code _ _ _ _ _

Activité 3.....	secondaire Code __ __ __ __
--------------------	---------------------------------

SECTION 2 : ACQUISITION ET COMMERCIALISATION DES PRODUITS

N°	Q201. Liste des produits Acquis (nom commercial du produit)	Q202. Comment vendez-vous vos produits ? (Entourez la (les) bonne(s) réponse(s))	Q203. Produit	Code	Q203. A quelle unité vendez-vous vos produits ?	Q205. Le transport est facturé séparément ? 1. Oui 2. Non	Q206. Si oui, qui reçoit les frais liés au transport ? 1. importateur 2. Le tiers	Q207. Frais de transport en Fbu de (par unité de produit)	Q208. prix c (Hors
1		1. En gros / demi gros 2. En Détail __	__ __ __ __ __		__ __	 __	__ __	__ __	
2		1. En gros / demi gros 2. En Détail __	__ __ __ __ __		__ __	 __	__ __	__ __	
3		1. En gros / demi gros 2. En Détail __	__ __ __ __ __		__ __	 __	__ __	__ __	
4		1. En gros / demi gros 2. En Détail	__ __ __ __ __		__ __	 __	__ __	__ __	

		__						__
5		1. En gros / demi gros 2. En Détail __	__ __ __ __ __	__	__	__	__ __ __ __ __	__ __
6		1. En gros / demi gros 2. En Détail __	__ __ __ __ __	__	__	__	__ __ __ __ __	__ __
7		1. En gros / demi gros 2. En Détail __	__ __ __ __ __	__	__	__	__ __ __ __ __	__ __
8		1. En gros / demi gros 2. En Détail __	__ __ __ __ __	__	__	__	__ __ __ __ __	__ __
9		1. En gros / demi gros 2. En Détail __	__ __ __ __ __	__	__	__	__ __ __ __ __	__ __

1 0		1. En gros / demi gros 2. En Détail _	_ _ _ _ _ _	_	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _
1 1		1. En gros / demi gros 2. En Détail _	_ _ _ _ _ _	_	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _
1 2		1. En gros / demi gros 2. En Détail _	_ _ _ _ _ _	_	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _
1 3		1. En gros / demi gros 2. En Détail _	_ _ _ _ _ _	_	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _
1 4		1. En gros / demi gros 2. En Détail _	_ _ _ _ _ _	_	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _

1 5		1. En gros / demi gros 2. En Détail _	_ _ _ _ _ _ _ _	_	_	_	_ _ _ _ _ _ _ _	_ _ _
--------	--	---	----------------------	---	---	---	----------------------	------------

Q202. UNITE : 1. Millier de tonne (Kt) 2. Tonne (t) 3. Kilogramme (Kg) 4. Litre (l) 5. Mètre cube (M³) 6. Mètre (M) 7. Mètre carré (M²) 8. . Sac de 9. paquet de 10. feuille de 11. Paire de..... 12. Pot de 13. Rouleau de..... 14. Nombre de..... 15. Carton de..... 16. Casier de... 17. Flacon de..... 18. Unité de..... 19. Boîte de..... 20. Autres préciser.....

Manuel du controleur et de l'enqueteur

INSTITUT DE STATISTIQUES ET D'ETUDES
ECONOMIQUES DU BURUNDI



DIRECTION GENERALE

ENQUETE DE STRUCTURE, édition 2019

ENQUETE SUR LES MARGES DE COMMERCE ET DE TRANSPORT

MANUEL DES AGENTS ENQUETEURS ET CONROLEURS

Mars, 2019

0. Avant propos

0.1 Note à l'enquêteur

Le Burundi à travers le Ministère des Finances, du Budget et de la Coopération au Développement Economique via l'ISTEERBU est en train de réaliser une enquête de structure qui s'articule autour de 2 sections. Ce manuel a été élaboré pour servir de guide et de référence pour vous qui prenez part à la phase de terrain de cette opération statistique d'envergure nationale. Il contient des renseignements sur les objectifs de l'enquête, l'organisation du travail, des instructions à appliquer rigoureusement lors du remplissage des questionnaires et des recommandations pour la bonne exécution de l'ensemble des opérations liées à l'enquête. La réussite d'une enquête dépend en grande partie de la qualité des données collectées sur le terrain par l'enquêteur. L'exactitude et la précision des données recueillies influenceront de façon positive les analyses faites après la phase de terrain. Aussi, est-il nécessaire que toutes les questions de l'enquête soient parfaitement comprises par ceux ou celles qui sont chargés d'administrer le questionnaire. Ce manuel vise à apporter des précisions sur les objectifs de l'enquête et sur toutes les variables utilisées dans le questionnaire. Il est indispensable que tous les enquêteurs puissent assimiler son contenu avant de se rendre sur le terrain et appliquer de façon méthodique tout ce qui s'y trouve.

Le présent manuel est donc un précieux outil de travail auquel vous devez accorder le plus grand soin. Lisez-le attentivement et ayez-le toujours avec vous pendant toute la durée de l'enquête. Consultez-le chaque fois qu'une question se pose à vous.

0.2. Contexte et Justification

Le Burundi, à travers l'Institut de Statistiques et d'Etudes Economiques du Burundi (ISTEEBU), s'est engagé à produire régulièrement des statistiques répondant aux standards régionaux internationaux. Les comptes nationaux font partie de ces indicateurs et ils sont produits actuellement sous le Système de Comptabilité Nationale de 1993, SCN 93. Cependant, au niveau international, un nouveau système de comptabilité nationale de 2008, SCN 2008, a été adopté et il a été recommandé à tous les Etats de le mettre en œuvre.

Réussir cette transition, nécessite, entre autres, la disponibilité d'information économique, collectées suivant les concepts et définition adaptés au nouveau système.

C'est dans ce cadre que cette enquête de structure sur les marges de commerce et de transport est organisée par l'ISTEEBU pour permettre d'actualiser les données économiques existant et permettre la transition du SCN 1993 au SCN 2008.

0.3. Objectifs de l'enquête

L'objectif de cette enquête sur les marges commerciales et de transport est de rassembler les informations concernant les montants et les taux de marges par produit, à un niveau d'agrégation suffisamment fin pour reconstituer les marges par produits des ERE. Cette opération concerne toutes les unités qui mènent une activité commerciale.

De façon spécifique, il s'agira de :

- *Collecter les données sur les montants à l'achat et à la vente des marchandises, réalisés par les importateurs, les grossistes et les détaillants, aussi bien du secteur formel qu'informel ;*
- *Déterminer les marges commerciales par produit de la nomenclature des comptes nationaux ;*
- *Calculer les taux moyens de marge correspondants par produit de la nomenclature des comptes nationaux ;*
- *Assurer une bonne qualité dans l'élaboration des équilibres ressources emplois (ERE) par produit dans les comptes nationaux (passage du prix de base aux prix d'acquisition).*

I. INTRODUCTION

Le questionnaire sur les marges de commerce et de transport est à adresser à toutes les entreprises échantillon exerçant l'une ou l'autre des activités suivantes :

➤ le commerce de gros et de détail (vente sans transformation) de tout type de marchandises et les services liés à la vente de marchandises. Le commerce de gros et le commerce de détail sont les étapes finales de la distribution de marchandises.

➤ La vente sans transformation (revente en l'état) comprend les opérations courantes associées au commerce, par exemple le tri, le conditionnement ou la mise en

bouteilles, le fractionnement, la découpe ou le reconditionnement, le stockage (y compris réfrigéré).

➤ Les activités de commerce de véhicules automobiles, motocycles, pièces détachées et leur réparation ; les divisions 46 et 47 comprennent, toutes les autres activités de commercialisation de biens. La distinction entre la division 46 (Commerce de gros) et la division 47 (Commerce de détail) s'opère en fonction du type de client principal.

- Le commerce de gros consiste en la revente à des détaillants, à d'autres grossistes ou à des utilisateurs professionnels (commerce interentreprises). Outre les activités des grossistes qui prennent possession des marchandises qu'ils vendent, le commerce de gros comprend aussi celles des intermédiaires de commerce qui se rémunèrent par une commission sur les ventes sans acheter eux même la marchandise.

- La vente au détail est la revente au public de biens essentiellement destinés à la consommation des particuliers ou des ménages, que ce soit en magasins, sur les marchés ou toute autre forme (internet par exemple). La plupart des détaillants prennent possession des marchandises qu'ils vendent mais certains (non distingués dans la nomenclature) agissent en tant qu'intermédiaires rémunérés sur la base de commissions.

II. DIRECTIVES GENERALES RELATIVES AU TRAVAIL DE L'ENQUÊTEUR

La répartition des tâches

- Les superviseurs : sous l'autorité du Coordinateur technique, ils supervisent la collecte des informations sur le terrain. Ils sont chargés de prendre tous les contacts nécessaires avec les autorités administratives, les responsables des entreprises à enquêter. En cas de besoins, ils sont chargés de l'actualisation de la liste des entreprises. Ils veillent au bon déroulement du travail confié aux contrôleurs par le biais des contrôles de conformité du remplissage des questionnaires. Ils rendent quotidiennement compte de l'évolution des opérations de collecte au Coordonnateur technique.

- Les contrôleurs : ils sont responsables de la qualité des données collectées auprès des entreprises. Ils assurent le suivi strict du travail quotidien des enquêteurs placés sous leur responsabilité. Au moyen d'un calendrier préétabli, ils veillent à la présence effective des enquêteurs dans les entreprises dont ils ont la charge. A la fin de chaque journée et en collaboration avec les enquêteurs, ils examinent la qualité du remplissage des questionnaires. En cas de besoin, ils peuvent recommander le retour de l'enquêteur dans une entreprise pour corriger les informations collectées hors normes.

- Les enquêteurs : ils sont chargés de la collecte des données dans les entreprises auprès des responsables. Ils feront des passages dans les entreprises autant de fois que le responsable d'entreprise les accorde un rendez-vous. Généralement, le premier passage consiste à l'identification de l'entreprise et la demande de rendez-vous. Ils sont placés sous l'autorité immédiate d'un contrôleur à qui ils rendent compte de l'évolution de l'enquête et des difficultés éventuelles.

0. Le rôle du contrôleur

La réussite des données sur le terrain dépend essentiellement de la capacité du contrôleur à :

- ✓ gérer les relations entre les enquêteurs et les autorités dans les localités visitées d'une part et entre les enquêteurs et les personnes à enquêter d'autre part ;
- ✓ diriger les enquêteurs sur le terrain (s'assurer de leur présence effective dans les entreprises et veiller à la qualité de leur travail) ;
- ✓ prendre des initiatives permettant de résoudre certains problèmes qui ne nécessitent pas l'intervention du superviseur.

Pour effectuer son travail, le contrôleur doit ainsi montrer une bonne aptitude à diriger une équipe de travail et procéder avec rigueur dans ses fonctions. Il doit avoir une maîtrise complète des documents de l'enquête (manuels - questionnaires) et de l'organisation du travail de terrain.

Chaque contrôleur aura sous sa responsabilité 3 enquêteurs (sauf pour le volet commerce où il en aura 6). Il devra contrôler quotidiennement le travail des enquêteurs placés sous sa responsabilité. A la fin de chaque journée, il doit vérifier les questionnaires remplis pour la journée. En cas de problèmes, il doit recommander le retour de l'enquêteur dans l'entreprise en question. Pour tout autre problème, il doit se rapporter au Superviseur. Pendant les opérations de collecte, le contrôleur doit parcourir un certain nombre d'entreprises. Ces passages lui permettront non seulement de s'assurer de la présence effective des enquêteurs mais aussi, éventuellement, de résoudre les problèmes ponctuels.

Le travail du contrôleur consistera notamment en :

- ✓ la gestion de la qualité du contact avec les responsables des entreprises et les autorités ;
- ✓ la planification géographique de l'enquête ;
- ✓ la gestion des documents d'enquête ;
- ✓ au contrôle de la présence effective des enquêteurs sur le terrain ;
- ✓ au contrôle des questionnaires remplis ;
- ✓ participation régulière aux réunions quotidiennes d'évaluation.

N.B : Avant de démarrer la collecte proprement dite, les responsables d'entreprises auront été informés de leur sélection à l'enquête par un courrier qui leur aura été adressé par la direction générale de l'ISTEEBU. Ce courrier expose les principales motivations du travail engagé et insiste sur son caractère non répressif. Il est accompagné de documents (questionnaires) que les enquêteurs devront récupérer.

VII.1 Gérer la qualité du contact avec les responsables des entreprises et les autorités

Les enquêteurs doivent systématiquement référer à leur contrôleur désigné des problèmes rencontrés au cours de leur travail. Ce dernier doit avoir une capacité de réaction et une connaissance des enjeux et rouages de l'enquête tels qu'il pourra dénouer les blocages ponctuels. Toujours présent dans sa zone d'enquête, il doit notamment faire preuve de diplomatie auprès des responsables d'entreprises récalcitrants ou hésitants. En cela, il insistera spécifiquement sur la confidentialité des informations recueillies et la mesure non répressive de l'enquête. Cette mise en confiance et clarification des termes de l'enquête vise à valider l'adhésion des interlocuteurs à la démarche entreprise.

VII.2 La planification géographique de l'enquête

Le superviseur remettra à chaque contrôleur, la liste des entreprises retenues pour les besoins de la présente enquête. Avant le début de l'enquête proprement dite, il incombe au contrôleur d'effectuer un repérage sur le terrain de toutes les entreprises assignées à sa zone de compétence. Cette sortie permettra de définir les stratégies de collecte jugées les plus appropriées.

Le contrôleur devra avoir une bonne connaissance de la zone dont il est responsable. Le superviseur et le contrôleur devront ensemble élaborer une stratégie pour une meilleure organisation de la collecte et déterminer les itinéraires à suivre par les enquêteurs.

VII.3 Gestion des documents

Le contrôleur devra veiller à ce que chaque enquêteur dispose de son manuel en permanence pendant l'enquête. La gestion des questionnaires, outils essentiels de collecte est sous la responsabilité du contrôleur. Vous devez distribuer régulièrement aux enquêteurs une quantité suffisante de questionnaires à utiliser pour une courte période (une journée). Afin d'éviter le gaspillage des documents de collecte, le contrôleur devra éviter de donner un grand nombre de questionnaires aux enquêteurs. Il évitera tout de même de donner une trop faible quantité de questionnaires pour ne pas bloquer le travail. A la fin de chaque journée de collecte, le contrôleur devra récupérer les questionnaires dûment remplis en vue de la vérification du contenu. En cas de besoin, n'hésitez pas à renvoyer l'enquêteur sur le terrain pour compléter certaines informations manquantes ou corriger les informations douteuses dans les questionnaires. Au moment de la récupération des questionnaires, vérifier que le nombre de questionnaires (remplis - restants - annules) corresponde bien à celui qui a été remis au début de la journée.

Le contrôleur doit veiller à ce qu'il n'y ait pas de gaspillage du matériel de collecte. Les questionnaires ne doivent en aucun cas être utilisés à d'autres fins que celles prescrites par l'enquête. Il ne faudra donc pas hésiter de signaler ces cas ou tout autre problème d'inconduite à votre superviseur.

VII.4 Contrôle de la présence effective des enquêteurs sur le terrain

Bien qu'appelée à se dérouler dans des différents quartiers de la ville de Bujumbura, l'enquête sur le terrain a une durée limitée. Le respect des délais de collecte exigera du personnel de terrain en général, et des enquêteurs en particulier, l'assiduité, ponctualité et endurance. Il convient de noter que le travail de terrain respecte peu les horaires de

travail des services publics. Tout dépendra de la disponibilité des responsables des entreprises. Toutefois, sauf cas de force majeure, il est fortement déconseillé de continuer à travailler après la tombée de la nuit.

Le contrôleur est donc le garant de l'assiduité et de la ponctualité des enquêteurs dans les entreprises. Pour ce faire, il devra disposer d'un chronogramme lui permettant de suivre le travail des enquêteurs sur le terrain. A chaque moment de la journée, le contrôleur doit savoir exactement où retrouver chaque enquêteur. Chaque jour, il devra assister ses équipes sur le terrain afin de corriger à l'immédiat les problèmes qui pourraient survenir. A l'occasion de ces passages, le contrôleur doit revitaliser la connaissance et l'utilisation des techniques d'interview.

VII.5 Contrôle des questionnaires remplis

L'exercice de contrôle des questionnaires remplis consiste à s'assurer que :

- Toutes les questions ont été posées ;
- Toutes les réponses fournissent bien l'information recherchée ;
- Tous les sauts ont été respectés ;
- Les informations recueillies sont cohérentes ;
- Les réponses sont lisibles sans effort supplémentaire ;
- toutes les entreprises ont effectivement été enquêtées.

VII.6 Réunion régulière avec le superviseur et les enquêteurs

Pour s'assurer le bon déroulement de l'enquête sur le terrain, le superviseur et les contrôleurs doivent tenir des réunions quotidiennes d'évaluation et de mise au point. Ces assises visent l'adoption et/ou la réorientation des stratégies quand celles-ci s'avèrent inefficaces quant à l'avancement du travail.

De même, enquêteurs, contrôleurs et superviseurs doivent se rencontrer régulièrement pour partager les problèmes rencontrés et les expériences acquises du terrain. Ainsi, les solutions apportées à certains problèmes pourraient contribuer à éviter l'émergence d'autres.

1. Le rôle de l'enquêteur

L'enquêteur occupe une position centrale dans une enquête, puisque c'est lui qui recueille les informations auprès des enquêtés. Par conséquent, le succès de l'enquête dépend de la qualité du travail de chaque enquêteur.

En général, les responsabilités d'un enquêteur seront les suivantes :

- Repérer les structures de l'échantillon qui lui seront désignées par son contrôleur ;
- Identifier toutes les personnes éligibles des structures qui lui sont attribuées et les enquêter ;

- Conduire les interviews selon les instructions contenues dans le manuel ;
- Passer en revue le questionnaire après chaque interview pour s'assurer que toutes les questions ont été posées et que les réponses sont enregistrées clairement et lisiblement ;
- Retourner dans la structure pour enquêter les personnes si elles n'étaient pas présentes lors des premières visites ;
- Vérifier les questionnaires de manière complète avant de les remettre au contrôleur et/ou avant de quitter la localité.

A l'exception de certaines erreurs mineures, l'enquêteur ne devra jamais faire de correction dans le questionnaire sans vérifier encore une fois le contenu des questions avec les personnes enquêtées.

2. Les comportements à éviter

Il est interdit de :

- Communiquer à une tierce personne les renseignements recueillis lors de l'enquête : les informations collectées doivent rester secrètes sous peine de poursuites judiciaires. De même, il est interdit de montrer les documents de l'enquête à une personne étrangère à l'opération ; il faut même se garder d'en faire les commentaires ;
- Demander des renseignements ne se rapportant pas au questionnaire ;
- se faire accompagner par qui que ce soit, encore moins se faire faire votre travail par quelqu'un d'autre ;
- Demander à boire, à manger ou de l'argent aux personnes enquêtées ;
- Tenir des débats politiques, religieux ou toute autre discussion sortant du cadre de l'enquête et de s'afficher politiquement pendant cette période (vêtement, marche, causerie, etc.) ;
- Abandonner votre travail d'enquêteur avant de l'avoir totalement achevé, sous peine de poursuites judiciaires ;
- Remplir les questionnaires de façon imaginaire sans être passé dans les structures.

3. Comment conduire une interview

Conduire une interview avec succès est un art et ne doit pas être considéré comme un procédé mécanique. Chaque interview est une nouvelle source d'informations, il faut donc la rendre intéressante et agréable. Il existe donc certains principes de base que les enquêteurs doivent suivre pour réussir :

Faites dès le début une bonne impression : Soyez correctement vêtu et commencez l'interview avec un sourire et en disant « Bonjour », puis présentez-vous à l'enquêté. Une bonne présentation pourrait être : « Je m'appelle [donner votre nom]. Je suis enquêteur travaillant pour l'ISTEEBU.

Ayez toujours une approche positive : n'adopter jamais un air d'excuses et n'utilisez pas des expressions telles que « êtes-vous très occupé ? » ou « pourriez-vous m'accorder quelques minutes ? » ou « cela vous dérangerait-il de répondre à quelques questions ? ». De telles questions risquent d'entraîner un refus avant même de commencer.

Mettez l'accent sur le caractère confidentiel des réponses : si l'enquêté hésite à répondre à l'interview ou demande à quoi serviront ces informations, expliquez lui d'abord que les données que vous recueillez resteront confidentielles, qu'aucun nom d'individu ne sera utilisé dans aucun cas et dites-lui ensuite que les informations seront mises en commun pour rédiger un rapport qui servira de base au gouvernement pour des actions concrètes en matière d'emploi et de lutte contre le chômage. Par ailleurs, vous ne devez jamais montrer des questionnaires remplis à d'autres enquêteurs, aux contrôleurs et/ou en parler devant un enquêté ou toute autre personne. Aussi, il est essentiel que l'interview individuelle soit conduite en privé et que toutes les questions reçoivent une réponse de l'enquêté lui-même.

De manière générale, il faut rassurer la personne enquêtée sur la confidentialité et sur les objectifs de l'enquête, pour qu'elle se sente en confiance et qu'elle n'ait pas peur de donner son avis, surtout sur les questions qui peuvent être jugées sensibles.

Soyez neutre pendant toute l'interview : la plupart des interviewés sont polies et ont tendance à donner les réponses qu'ils pensent que vous souhaitez entendre. Par conséquent, il est très important que vous restiez absolument neutre pendant que vous posez les questions. Vous ne devez ni par l'expression du visage ou le ton de la voix amener l'enquêté à penser qu'il a donné une réponse « juste » ou « fausse » à la question. De même vous ne devez pas suggérer des réponses aux enquêtés. Par contre, si l'enquêté donne une réponse ambiguë, essayez d'approfondir de façon neutre, en posant les questions telles que : « Pouvez-vous expliquer un peu plus ? », « Je n'ai pas bien compris, pouvez-vous répéter ? ». Aussi, vous ne devez pas avoir d'idées préconçues sur l'enquêté c'est-à-dire douter de ses capacités ou de ses connaissances.

Respectez la formulation et l'ordre des questions ainsi que la gestion des questions-filtres pour sauter des questions sans objet : la formulation et l'ordre des questions dans le questionnaire doivent être respectés. Si l'enquêté a mal compris une question, vous devez répéter la question lentement et clairement. Si elle persiste à ne pas comprendre, vous pouvez reformuler la question en prenant soin de ne pas modifier le sens de la question d'origine. Dans les questionnaires, il existe des filtres pour certaines réponses ; par exemple, « Si non aller à ». Il est très important de tenir scrupuleusement compte de ces renvois à des questions ultérieures pour éviter de poser des questions sans objet (ce qui risque de créer des incohérences) et perdre du temps.

Traitez avec tact les enquêtés qui hésitent : dans le cas où l'enquêté semblerait

ennuyé, désintéressé ou contredira quelque chose qu'il a dit précédemment ou refusera de répondre à une question, vous devez essayer de le mettre en confiance avec tact.

Ne précipitez pas l'interview : posez les questions lentement pour que l'enquêté comprenne bien ce qu'on lui demande. Après avoir posé une question, attendez et donnez-lui le temps de réfléchir. Si l'enquêté ne dispose pas de temps pour réfléchir et donc de formuler sa propre opinion, il peut répondre « je ne sais pas » ou donner une réponse inexacte. Si la personne interrogée répond lentement, il n'est pas nécessaire de la presser ou de suspendre l'interview.

Respect mutuel avec le contrôleur : un contrôleur a été désigné pour diriger votre travail et celui des autres enquêteurs. Son rôle est de vous aider dans l'accomplissement de votre tâche et d'effectuer un suivi strict de l'opération de collecte pour en assurer le bon déroulement et la qualité. De votre collaboration avec lui dépendra l'efficacité de votre travail. En conséquence :

- attendez-vous à être contrôlé à tout moment ;
- exposez-lui les difficultés rencontrées ;
- suivez scrupuleusement ses conseils ;
- présentez-lui le travail de la journée chaque fois qu'il vous le demande.

4. Recommandations particulières par rapport aux visites

Afin de garantir le bon déroulement des différentes visites dans les structures, il est souhaitable que l'enquêteur se conforme aux prescriptions suivantes :

-Remplacer les structures tirées dans l'échantillon : le remplacement n'est possible qu'en cas de non accès aux structures avant le début de l'interview. Le remplacement n'est possible que dans des cas suivants :

- Refus d'accueillir les enquêteurs ;
- Absence de structure constatée au moment de la collecte.

Le remplacement d'une structure doit se faire sur avis du contrôleur (qui doit le consigner dans un rapport écrit).

o Respecter l'emploi du temps convenu avec les représentants des structures visitées : dans la mesure du possible, respectez l'emploi du temps-type. Soyez ponctuel. Toute dérogation ne peut provenir que des structures enquêtées. C'est en effet la structure qui est le maître de l'emploi du temps. Montrez-vous donc disponible, convaincant et persuasif pour que le calendrier soit respecté. Une bonne sensibilisation des enquêtés devrait permettre à ceux-ci de prendre conscience qu'ils doivent être présents lors des rendez-vous qu'ils ont donnés.

o Gérer du mieux possible la disponibilité/l'indisponibilité des personnes de contact dans la structure : en cas d'absence ou d'indisponibilité de la part du ménage, aménagez votre emploi du temps et assurez-vous que la collecte sera terminée à la date prévue. Si vous devez retarder votre visite d'une journée pour une structure, tâchez de vous arranger avec une autre structure pour avancer votre visite dans cette structure d'une journée. Ainsi, vous équilibrerez votre charge de travail quotidienne. Si cela est possible, l'on peut enquêter plus de structures que prévues dans une journée, même si c'est plus difficile.

Adopter une démarche stratégique :

- Soyez toujours muni de vos papiers d'identité et surtout de votre badge ;
- Ayez toujours sur vous l'ensemble des questionnaires relatifs à la structure que vous visitez ;
- Faites également preuve de bon sens pour éviter que les réponses données par les enquêtés ne soient pas sources de conflit ;
- N'oubliez pas que les Contrôleurs et les Superviseurs sont là pour régler les difficultés que vous pourriez éventuellement rencontrer.

5. Instructions générales pour le remplissage du questionnaire

Pour recueillir les informations nécessaires, vous devez comprendre comment poser chaque question, quelles informations attendues en posant une question et comment traiter les problèmes qui peuvent se poser au cours d'une interview. Vous devez aussi savoir enregistrer correctement les réponses que vous donnent les enquêtés et suivre les instructions particulières du questionnaire.

5.1 – Poser les questions

Il est très important que chaque question soit posée exactement comme elle est écrite dans le questionnaire. Quand vous posez une question, faites attention à parler lentement et clairement de façon à ce que l'enquêté que vous interrogez n'ait aucune difficulté à vous entendre ou à comprendre la question. Parfois, vous serez obligés de répéter la question pour être sûr que l'enquêté la comprend. Dans ce cas, ne paraphraser pas la question, répétez-la textuellement.

Si, après lui avoir répété la question, l'enquêté ne la comprend toujours pas, il se peut que vous soyez obligé de la lui poser en d'autres termes. Faites cependant très attention, quand vous changez les termes, à ne pas modifier le sens de la question d'origine.

Dans certains cas, il se peut que vous ayez à poser des questions supplémentaires (nous appelons cela insister), afin d'obtenir de l'enquêté une réponse complète. Si cela se produit, faites attention à ce que vos interventions soient « neutres » et à ce qu'elles ne suggèrent aucune réponse ni influencer la réponse de l'enquêté. Ces interventions

demandent beaucoup de tact et de doigté et seront un des aspects le plus stimulant de votre travail d'enquêteur.

5.2 – Enregistrer les réponses

Tous les enquêteurs doivent utiliser des stylos à encre bleue pour remplir tous les questionnaires. Les contrôleurs doivent faire leur travail avec des stylos à encre rouge.

Les questionnaires doivent être remplis de façon lisible. L'enquêteur doit faire attention en remplissant les questionnaires :

- o Ecrire clairement les chiffres ou mots
- o Entourer distinctement les codes devant les modalités correspondant aux réponses de l'enquêté
- o Ne pas déborder les espaces réservés

Il y a généralement deux sortes de questions dans le questionnaire : (1) des questions avec les réponses pré-codées, (2) les questions non codées.

5.2.1 – Les questions pré-codées

Ce sont celles pour lesquelles on prévoit le type de réponses que l'enquêté donnera. Pour enregistrer la réponse.

5.2.2 – Les questions non codées

Les réponses à certaines questions ne sont pas affectées d'un code, vous devez donc écrire la réponse de l'enquêté.

5.3 – Corriger les erreurs

Si vous faites une erreur en inscrivant la réponse de l'enquêté ou s'il change sa réponse, rayez la réponse inexacte et inscrivez la bonne réponse. N'essayez pas d'effacer une réponse. Tracez simplement deux traits horizontaux à travers la réponse incorrecte.

5.4 – Suivre les instructions

Il est très important de ne pas poser à un enquêté les questions qui ne le concernent pas.

5.5 – Vérifier les questionnaires remplis

Après avoir terminé une interview, vous devez revoir le questionnaire en lisant soigneusement chaque question. Il est important de vérifier que vous avez bien suivi toutes les instructions de façon appropriée et que vous n'avez omis aucun module ni aucune question. Vous devez revoir le questionnaire avant de mener la prochaine interview, car l'enquêté sera probablement encore disponible si vous avez besoin de lui poser d'autres questions.

Vous devez écrire les observations concernant l'interview qui, d'après vous, éclaire les réponses que vous avez enregistrées ou qui peuvent être utiles à votre contrôleur.

Tous les problèmes rencontrés sur le terrain (problèmes d'enregistrement, de contact et de rendez-vous avec les enquêtés) doivent être consignés.

Les tâches de contrôle et de vérification doivent être effectuées le plus tôt possible après la visite dans une entreprise, c'est-à-dire le soir ou le lendemain matin. Elles peuvent également être effectuées pendant l'intervalle de temps séparant deux rendez-vous.

6. Instructions détaillées pour le remplissage du questionnaire

Comme pour tout questionnaire, vous devez poser un certain nombre de questions à chaque enquêté au cours d'un entretien basé sur une relation directe enquêteur-enquêté. La qualité des réponses dépend :

- de la relation de confiance que vous avez établie avec l'enquêté ;
- de votre capacité à maîtriser les concepts utilisés, ainsi que de votre capacité à assurer la "traduction" de ces concepts dans un vocabulaire simple et compréhensible à l'enquêté.

III. PRESENTATION DU QUESTIONNAIRE

Le questionnaire a été soigneusement élaboré pour collecter les renseignements dont l'ISTEEBU a besoin. Il est administré dans chaque entreprise.

Les modes de questionnement ont été choisis de manière à suivre au plus près le cheminement de la pensée de l'enquêté, et à permettre à l'enquêteur de contrôler l'enregistrement des réponses. Cela conduit à un volume de papiers important, mais en fait l'interview en est facilitée, et sa durée n'est (théoriquement) pas plus longue. Il est compartimenté, suivant différentes thématiques, en sections et permet de recueillir des informations sûres :

0. INFORMATIONS SUR LE PERSONNEL DE L'ENQUETE

Cette partie parle brièvement des informations du personnel qui fait partie de l'enquête. Dans cette partie, les contrôleurs, les enquêteurs, et les agents de saisie sont identifiés correctement, les dates de l'interview, de contrôle et de saisie sont mentionnées ainsi que les signatures de ces différents types de personnes de l'enquête.

N.B. Une note de confidentialité des données est aussi mentionnée pour jurer de non

poursuite.

A. Information sur l'enquêteur : Il s'agit d'une identification brève de l'enquêteur laquelle identification contient son code (attribué par les organisateurs de l'enquête), son nom et prénom, la date de l'interview et sa signature.

B. Information sur le contrôleur : Il s'agit d'une identification brève du contrôleur laquelle identification contient son code (attribué par les organisateurs de l'enquête), son nom et prénom, la date de contrôle et sa signature.

C. Information sur l'agent de saisie : Il s'agit d'une identification brève de l'agent de saisie laquelle identification contient son code (attribué par les organisateurs de l'enquête), son nom et prénom, la date de contrôle et sa signature. Cette partie sera complétée lors de la phase de saisie.

SECTION 1 : INFORMATIONS GENERALES.

Cette section permet d'identifier et de situer géographiquement l'entreprise ou le commerçant, de présenter la personne de contact ; etc.

1.1. Identification de l'entreprise : précisez le nom de l'entreprise ou du commerçant visité.

Il s'agit de renseigner :

1.1.1 Nom complet de l'entreprise ou du commerçant ;

1.1.2 Son Sigle ou Abréviation au cas où c'est une entreprise ;

1.1.3 Son numéro de registre de commerce ;

1.1.4 Son numéro d'Identification Fiscale (NIF).

1.2 Adresse de la structure : précisez son lieu physique d'implantation en précisant :

1.2.1 Province : Enregistrez le nom de la province (en toutes lettres) où l'entreprise exerce ses activités

1.2.2 Commune : Enregistrez le nom (en toutes lettres) où l'entreprise exerce ses activités.

1.2.3 Zone : Enregistrez le nom (en toutes lettres) et le code de la Zone où l'entreprise exerce ses activités.

1.2.4 Quartier/colline : Enregistrez le nom (en toutes lettres) du quartier/colline où l'entreprise exerce ses activités.

1.2.5 Point de vente

1.2.6 Rue : Enregistrez le nom (en toutes lettres) de la Rue, ainsi que le numéro de la parcelle (s'il existe) où l'entreprise exerce ses activités.

1.2.7 Site web : Le site internet utilisé principalement par l'entreprise pour communiquer.

1.2.8 Téléphone : Le téléphone utilisé principalement par l'entreprise pour communiquer.

1.2.9 Fax : toujours dans la perspective de communiquer, le fax est utile.

1.2.10 E-mail : Dans l'identification de l'entreprise, l'adresse e-mail est indispensable.

1.3. Identifiant du répondant : Dans l'enquête, il est indispensable que la personne qui est interrogée soit identifiée, d'autant plus que l'on peut avoir besoin de lui pour des clarifications. Il est donc nécessaire de connaître son nom et prénom, le poste qu'il occupe, son N° tél ainsi que son E-mail.

1.4. Désignation des activités de l'entreprise : Listez toutes les activités de détail exercées par l'entreprise /individu en distinguant l'activité principale des activités secondaires. L'activité principale est l'activité qui procure à l'entreprise ou au commerçant un grand chiffre d'affaire (grand montant des ventes).

SECTION 2 : ACQUISITION ET COMMERCIALISATION DES PRODUITS

Dans cette section, l'objectif principal est de capter les informations sur la liste des produits acquis (nom commercial du produit) ainsi que renseignement sur la commercialisation des dits produits. Il question de demander :

Q201. Liste des produits Acquis (nom commercial du produit)

Q202. A quelle unité achetez-vous ces produits ? On veut savoir à quelle unité de mesure ces produits sont fréquemment achetés ? Si l'enquêté achète un produit à des unités différentes, considérer l'unité qu'il achète fréquemment ce produit.

UNITE : 1. Millier de tonne (Kt) 2. Tonne (t) 3. Kilogramme (Kg) 4. Litre (l) 5. Mètre cube (M³) 6. Mètre (M) 7. Mètre carré (M²) 8. . Sac de 9. Paquet de 10. Feuille de 11. Paire de..... 12. Pot de 13. Rouleau de..... 14. Nombre de..... 15. Carton de..... 16. Casier de..... 17. Flacon de..... 18. Unité de..... 19.. Boîte de..... 20. Autres à préciser.....

Q203. Code Produit : qui est renseigné au bureau

Q204. A Quel prix d'achat ? En Fbu : Demandez le prix d'achat en contre partie de la marchandise ; il est question de savoir le montant en Fbu que le commerçant à payer pour avoir ce produit.

Q205. Frais d'achat ? En Fbu : Les frais d'achat représentent tout ce qu'a coûté l'acquisition de marchandise et les matières achetées jusqu'au moment de leur mise en stock où au lieu de commercialisation.

Q206. A Quel prix de vente ? (Hors taxes) en Fbu : C'est le prix proposé par un vendeur à un acheteur sans tenir comptes des taxes qu'il a payées.

Q207. A Quel prix de vente ? (Toutes taxes comprises) en Fbu : C'est le prix proposé par un vendeur à un acheteur en tenant compte des taxes qu'il a payées.

Q208. Quel montant percevez-vous pour le service de transport d'une unité de produit ? En Fbu :

Représente la dépense nécessaire pour acheminer la marchandise de son lieu de production ou de commercialisation à son lieu de consommation ou de consommation par un autre utilisateur.

N.B : Ces questions sont posées que ça soit pour les détaillants, les importateurs, les grossistes, les industriels.

Concernant les grossistes, il est question de savoir également à partir de la question

Q206. Qui sont vos clients ? Préciser le poids (%) : il s'agit de constater si les clients sont des acheteurs/grossistes, des usines, coopératives ou ménages et d'estimer leur poids en terme de pourcentages (exemple : mon produit à 60% est acheté par les grossistes et 40% qui restent sont achetés par les usines)