

DISTRIBUTION RESTREINTE

TROISIEME RAPPORT PERIODIQUE

établi à la fin de janvier 1964

PROMOUVOIR

LA CREATION ET LE DEVELOPPEMENT

DE L'INDUSTRIE

AU RWANDA

Le présent rapport n'a pas encore été approuvé par la Direction des Opérations d'Assistance Technique de l'Organisation des Nations Unies, qui ne partage donc pas nécessairement les opinions qui y sont exprimées.

Poste RWA-11-C
J. de Lavallée
Rapport n. 3

TROISIEME RAPPORT PERIODIQUE
ETABLI A LA FIN DE JANVIER 1964

PROMOUVOIR LA CREATION ET LE DEVELOPPEMENT
DE L'INDUSTRIE AU RWANDA

Au cours de ces deux mois, l'expert a poussé plus avant l'analyse de la situation du Rwanda dans le domaine de l'étude du consommateur rwandais. Il s'agit de définir ce que l'on peut vendre au Rwandais et en quelle quantité. Il a pu en outre rassembler des renseignements statistiques sur le détail des importations pour l'ensemble des deux pays (Rwanda et Burundi).

Dans le même temps, il poursuivait l'étude de création d'ateliers artisanaux, prélude à la petite industrie, tandis qu'il définissait un programme d'action pour l'Office de l'Industrie et de l'Artisanat.

LE CONSOMMATEUR RWANDAIS

La répartition par groupe d'âge et de sexe de la population rwandaise en 1963 souligne l'extrême jeunesse de la population dont la moitié a moins de 15 ans.

Le Rwandais moyen a 15 ans. Il dispose d'un revenu monétaire inférieur à 800 frs rwandais par an, soit 16 dollars U.S. au taux officiel (8 dollars au taux libre).

Sa motivation d'achat est donc basée presque exclusivement sur le besoin. Il n'est pas nécessaire de le tenter, il faudra distribuer économiquement des articles bon marché mais de bonne qualité, loin quelquefois de sa maison, car l'acheteur rwandais a le temps de se déplacer pour acheter et choisir.

Le Rwandais achète sur sa colline ou au Centre de Négoce les produits locaux, vivres, poteries, tabac, mais il ira au Centre Commercial pour tout achat important et en particulier les vêtements et les tissus. Les coopératives de distribution, encore trop peu développées, sont appelées à jouer un rôle important dans la distribution économique des articles de l'industrie rwandaise.

Poste RWA-11-C
J. de Lavallée
Rapport n. 3/1

PROGRAMME D'ACTION DE L'OFFICE DE L'INDUSTRIE ET DE L'ARTISANAT

Dans un pays à forte densité de population comme le Rwanda (qui doit atteindre 200 habitants au km² dans 20 ans), les cultures d'exportation resteront limitées. Elle devront même céder progressivement la place aux cultures vivrières, en raison d'une part du nombre de bouches supplémentaires à nourrir, et d'autre part de l'élévation du pouvoir d'achat de la masse qui aspirera à mieux vivre.

.../...

Il ne faudrait cependant pas opposer le développement par l'industrie au développement par l'agriculture. Le développement commencera d'abord par la modernisation de l'agriculture, mais il serait vain de s'en tenir là. Il est important d'associer étroitement, dès le début, cet effort à la création et au développement de l'industrie.

Le programme envisagé ci-dessous devra bien entendu s'insérer dans le plan de développement du pays. Il vise à appuyer l'action engagée par le gouvernement pour développer l'agriculture. Son but est de mettre à la disposition du paysan les produits de l'industrie (outillage, engrais), de transformer et de valoriser les produits de la terre afin d'en faciliter la commercialisation, enfin de lui offrir des produits manufacturés qui amélioreront ses conditions de vie et susciteront les motivations qui l'aideront à produire davantage, tout en lui fournissant une clientèle à plus haut pouvoir d'achat.

Ce programme peut paraître ambitieux, si l'on tient compte des moyens dont dispose le Rwanda, ainsi que de son infrastructure industrielle et technique. Mais si l'on considère les besoins du pays et nécessité de donner du travail à toute la population tout en rattrapant le retard pris par rapport aux pays voisins dans la course à l'industrialisation, ce programme apparaît alors comme beaucoup trop modeste. Il doit être considéré comme un premier pas vers une véritable mise en condition du développement du pays.

L'Office de l'Industrie et de l'Artisanat se fixera d'abord un programme de recherches et d'études dans les principaux secteurs d'activité:

- valorisation des produits de l'agriculture;
- valorisation des produits du sous-sol;
- production articles pour la consommation familiale, l'outillage agricole, les travaux publics et le bâtiment, les ateliers et le secteur minier.

Il s'attachera en outre à susciter la création de coopératives de production artisanale, à les conseiller et à les guider.

Il prendra des participations dans les industries jugées prioritaires par le gouvernement.

Poste RWA-11-C
J. de Lavallée
Rapport n. 3/2

Kigali, le 4 février 1964

Il aidera à la bonne marche des petites entreprises et des coopératives en leur facilitant l'achat des matières premières et la vente à l'exportation de leurs produits.

Enfin, il aura à cœur de susciter et d'encourager la promotion technique et sociale des travailleurs.

Poste RWA-11-C
Je de Lavallée n 3/3

.../...

I

LE CONSOMMATEUR RWANDAIS

A - Qui est le consommateur rwandais ?

Situation démographique
Effectif total de la population
Répartition de 1968 à 1983
La population scolaire

B - De combien d'argent dispose le consommateur rwandais ?

Répartition des dépenses monétaires familiales en milieu rural
Estimations des dépenses monétaires familiales pendant la période
1963 à 1968

C - Que veut le consommateur rwandais ?

Motifs de l'acte d'achat

D - Où achète le consommateur rwandais ?

Poste RWA-11_C
J. de Lavallée
Rapport n. 3/4

.../...

A - LE CONSOMMATEUR RWANDAIS

Pays essentiellement agricole, le Rwanda possède la densité de population la plus forte d'Afrique: 108 habitants au km² et connaît un taux de croissance démographique particulièrement élevé, plus de 3% par an. Certaines régions ne sont pas loin d'atteindre 200 habitants au km² avec une population exclusivement agricole. En moyenne, chaque famille ne dispose que de 1,5 à 2 ha de terre à cultiver et construit sa demeure sur le sol qu'elle travaille. Il n'y a pas quelques milliers d'habitants.

Situation démographique

Des enquêtes démographiques par échantillonnage, en sélectionnant 50 des 1.000 chefferies du Rwanda-Urundi, furent mises au point par une équipe de chercheurs de l'I.R.S.A. sous la direction de Victor NEESEN en 1952. Elles furent poursuivies jusqu'en 1957 dans les deux pays: Rwanda et Burundi. Elles ne furent reprises qu'en 1959-60, pour le seul Burundi, par M. VAN de WALLE, chercheur de l'I.R.S.A.C. sur échantillonnage limité à l'étude d'une sous-chefferie pendant deux ans complets et de trois sous-chefferies pendant un an. Les modifications politiques et administratives des années 1959- et 1960 ne permirent pas de poursuivre l'enquête et de développer ce système d'observation continue par échantillonnage.

Nous avons retenu les résultats publiés par Victor NEESEN dans le Bulletin de l'Institut de Recherches Economiques et Sociales de l'Université de Louvain XXII^{ème} année 1965 n. 5 en les dirigeant par les renseignements concernant l'évolution de la répartition de la population par groupes d'âge telle qu'elle ressort de la comparaison de ces résultats publiés en 1956 avec ceux fournis par l'étude faite au Burundi par M. VAN de WALLE en 1959-60.

A ces renseignements sont venus s'ajouter les résultats d'une enquête menée par les stagiaires du Stage de Formation Coopératives animé par le B.D.P.A. Cette enquête a été conduite en 1963 dans le Nord-Ouest du pays, préfectures de Ruhengeri et Gisenyi par échantillonnage au cinquième de l'ensemble des maisons de trois communes: Ruhondo (Ruhengeri), Rugerero et Kayava (Gisenyi). Près de 1.600 familles ont été interrogées, représentant 7.873 personnes.

On trouvera en Annexe I :

Tableau I: Evolution du taux de mortalité entre 1952 et 1957;

Tableau II: Répartition de la population par groupes d'âge et de sexe en % de la population totale (Rwanda 1958);

Poste RWA-11-C
J. de Lavallée
Rapport n. 3/5

.../...

Tableau III : Evolution de la répartition de la population pour le Burundi entre 1956 et 1960.

Tableau IV Répartition de la population par groupes d'âge et de sexe pour les trois communes, objet de conduite en 1963 par le Stage de Formation Coopérative.

Sur la base des renseignements fournis par ces enquêtes statistiques, en nous efforçant de les recouper chaque fois que cela était possibles, nous avons essayé de déterminer la répartition de la population par groupes d'âge et de sexe telle qu'elle semble être 1963. Les résultats obtenus doivent être considérés comme des ordres de grandeur des estimations. Dès qu'une enquête démographique sérieuse sera entreprises, il conviendra de revoir les résultats proposés ici.

Effectif total de la population

L'étude globale de développement établie sur l'initiative de la C.E.E. indique que l'effectif total de la population du Rwanda est de:

/ 2.634.451 habitants au 31 décembre 1964 /

établi d'après le dénombrement administratif annuel, le chiffre comporterait une sous-estimation systématique de 2 à 5 %. La poussée démographique avait été estimée à 3,5 % par an. Compte tenu de l'imprécision des données, et du risque d'erreurs des observations faites sur un échantillonnage raisonné, il est généralement admis de prendre comme taux de croissance 3 % par an. Ce qui nous donne pour l'intervalle de quatre ans, du 31/12/59 au 31/12/63:

$$4 \\ (1 + 0,03) \text{ soit } 12,55 \% \text{ d'accroissement.}$$

Tenant compte des réfugiés et des travailleurs à l'étranger nous pouvons estimer que l'effectif total de la population du Rwanda à la fin de 1963 s'élève à environ :

/ 2.850.000 habitants au 31 décembre 1963 /

Densité de la population

Ce qui, pour une superficie de 26.338 km², donne une densité de:

/ 108 habitants au km² /

Cette densité est exceptionnelle en Afrique: à titre de comparaison dans les pays voisins, nous avons:

au Congo	5,6 habitants au km ²		
au Tanganyika	9,5	"	"
en Uganda	23,7	"	"

Poste RWA-11-C
J. de Lavallée
Rapport n. 3/6

.../...

Répartition par groupes d'âge et de sexe de la population du Rwanda

: Groupes d'âge	% de ma population			Nombre de personnes		
	: totale					
	: Sexe M.	: Sexe F.	: Ensemble	: Sexe Masc.	: Sexe féminin	: Ensemble
: 0 à 4 ans	: 10,1	: 10,5	: 20,6	: 287.850	: 299.250	: 587.100:
: 5 à 9 ans	: 7,6	: 7,8	: 15,4	: 216.600	: 222.300	: 438.900:
: 10 à 14 ans	: 6,9	: 7,2	: 14,1	: 196.650	: 205.200	: 401.850:
: 15 à 19 ans	: 4,9	: 4,7	: 9,6	: 139.650	: 133.950	: 273.600:
: 20 à 24 ans	: 2,6	: 3,8	: 6,4	: 74.100	: 108.300	: 182.400:
: 25 à 29 ans	: 2,9	: 3,6	: 6,5	: 82.650	: 102.600	: 185.250:
: 30 à 34 ans	: 2,7	: 3	: 5,7	: 76.950	: 85.500	: 162.450:
: 35 à 39 ans	: 2,0	: 2,6	: 4,6	: 57.000	: 74.100	: 131.100:
: 40 à 44 ans	: 1,9	: 2,2	: 4,1	: 54.150	: 62.700	: 116.850:
: 45 à 49 ans	: 1,3	: 1,6	: 2,9	: 37.050	: 45.600	: 82.650:
: 50 à 54 ans	: 1,2	: 1,4	: 2,6	: 34.200	: 39.900	: 74.100:
: 55 à 59 ans	: 0,9	: 1,3	: 2,2	: 25.650	: 37.050	: 62.700:
: 60 à 64 ans	: 1,0	: 1,0	: 2,0	: 28.500	: 28.500	: 57.000:
: 65 à 69 ans	: 0,7	: 0,6	: 1,3	: 19.950	: 17.100	: 37.050:
: 70 à 74 ans	: 0,6	: 0,5	: 1,1	: 17.100	: 14.250	: 31.350:
: 75 et plus	: 0,7	: 0,2	: 0,9	: 19.950	: 5.700	: 25.650:

Cette répartition par groupes d'âge et de sexe doit être considérée comme une approximation. Etablie par extrapolation sur les bases des enquêtes démographiques par sondages de M. NEEZEN de 1952 et des observations continues de M. VAN de WALLE en 1950-1960, corrigée par les résultats de l'enquête du Stage de Formation Coopérative, elle devrait être revue sérieusement à la lumière d'une nouvelle enquête démographique. Nous la retiendrons cependant comme approximation dans le reste de cette étude. Elle nous permet d'établir la pyramide d'âges de la population du Rwanda en 1963.

Poste RWA-11-C

J. de Lavallée

Rapport n. 3/7

Cette pyramide met en relief l'étonnante jeunesse : plus de 50 % de la population totale a moins de 15 ans.

Les travaux de M.V. NEEZEN, confirmés par les observations de M.VAN de WALLE en 1959-1960 ont mis en lumière la chute de la mortalité, passée de 27 % à 13 %, soit un niveau compatible aux pays européens.

La mortalité infantile ne dépasse pas 100 décès pour 1.000 naissances (enfants nés viables).

.../...

On remarquera encore la diminution rapide du nombre d'hommes entre 20 à 24 ans et de 25 à 30 ans. Ceci illustre le phénomène d'émigration des jeunes gens partis chercher du travail dans les pays voisins.

Accroissement de la population

En appliquant le taux de 3 % par an et en considérant qu'il restera constant pendant la période 1963 à 1983, nous obtenons les prévisions suivantes:

1963	2.850.000 habitants	85.000 habitants de plus par an
1968	3.300.000 "	100.000 " " "
1973	3.825.000 "	115.000 " " "
1978	4.400.000 "	130.000 " " "
1983	5.100.000 "	150.000 " " "

La population scolaire

Dans cet ensemble, nous détacherons la population scolaire qui constitue un milieu de consommateurs privilégiés. Ils représentent l'avenir pour leurs familles, comme pour le pays. Ils auront d'autres goûts, d'autres désirs qu'il faudra satisfaire.

Il y avait en 1962, 6.559 classes et 3.853 enseignants dans les écoles primaires, donnant un taux de scolarisation de 32 à 33 %.

Les chiffres scolaires sont : garçons : 160.082
filles : 89.611
249.692

La 7e préparatoire représente 0,5 % de la population primaire, avec:
garçons : 674
filles : 492
1.166

L'enseignement post-primaire et secondaire représente 1,5 % de la population primaire:
garçons : 2.894
filles : 817
3.711

Les prévisions de la population scolaire primaire pour 1968 sont :

garçons	:	190.000
filles	:	<u>110.000</u>
		300.000

Poste RWA-11-C

J. de Lavallée

Rapport n.3/9

000/000

B - DE COMBIEN D'ARGENT DISPOSE LE CONSOMMATEUR RWANDAIS?

Sur les bases de 1959, l'Etude Globale de Développement indique :

un revenu intérieur net de 2.680 frs par tête et par an;
et un revenu intérieur monétaire de 820 frs par tête et par an.

S'il est vraisemblable que le revenu intérieur ait légèrement progressé pour l'ensemble du pays de 1959, il semble par contre que le revenu monétaire par tête ait subi un recul en raison de mauvaises récoltes des cultures d'exportation ainsi que de l'accroissement de la population.

Répartition des dépenses monétaires familiales en milieu rural

Une enquête par sondage étudiant les budgets familiaux en milieu rural a été conduite de septembre 1955 à août 1956 sur la direction de M. Philippe LEURKIN, chercheur de l'I.R.S.A.C. La zone étudiée couvrait les régions englobant Kigali, Nyanza, Butare et Cyangugu au Rwanda. La méthode suivie fut celle du sondage à s'élève à 1.240 ménages.

Les résultats de cette enquête qui fut conduite avec sérieux et rigueur sont les seuls dont nous disposons, aussi les retiendrons-nous comme des éléments d'appréciation dans cette étude.

On trouvera en Annexe :

Tableau V : Répartition des dépenses monétaires familiales

Tableau VI : Répartition des dépenses en % de la dépense totale en fonction du montant des budget familiaux.

Ces différents éléments vont nous permettre d'évaluer pour chaque article pris en particulier le marché potentiel au cours des prochaines années. Nous tiendrons compte d'une part du taux de croissance du revenu suivant un objectif qu'il est raisonnable d'atteindre et d'autre part du coefficient d'élasticité de l'achat.

Taux de croissance du revenu

En 1960, l'Etude Globale de Développement proposait un taux de croissance
.../...

de la production de 6 à 7 % l'an, qui conduisait en raison de l'accroissement de la population de 3 % par an à une augmentation du revenu par tête au rythme de 4 % l'an.

Nous pouvons raisonnablement considérer ce taux comme un objectif qu'il faut atteindre et le retiendrons pour nos prévisions.

Poste RWA-11-C

J. de Lavallée

Rapport n. 3/10

Estimation des dépenses monétaires familiales pendant la période 1963 à 1968 -

L'enquête menée par M. Ph. LEURKIN en 1955-1956 a permis de définir la répartition des dépenses monétaires familiales (voir en annexe tableau VI) /

Nous essayerons d'extrapoler ces résultats dans trois hypothèses:

Hypothèse A - Le produit intérieur monétaire total reste invariable, tandis que la population croît de 3 % par an (hypothèse défavorable).

Hypothèse B - Le produit intérieur monétaire par tête croît reste constant, c'est-à-dire que le produit intérieur croît de 3 % par an en même temps que la population (hypothèse moyenne).

Hypothèse C - Le produit intérieur monétaire par tête croît de 4 % par an suivant l'estimation de l'Etude Globale de Développement tandis que la population croît de 3 %; c'est-à-dire que le produit intérieur croît de 7 % par an, objectif qu'il faut s'efforcer d'atteindre (hypothèse souhaitable)

Sur la base d'une famille moyenne de 5 personnes et d'une dépense monétaire par famille de 2.225 frs par an, nous obtenons, en tenant compte de l'accroissement de la population, dans les trois hypothèses:

	:	:	:	Produit intérieur monétaire				:
				Hypothèse A	Hypothèse B	Hypothèse C		
				Total	P/famille	Total	p.famille	Total p.famille
: 1963	:	570.000	:	1.270	:	2.225	:	1.270
: 1968	:	660.000	:	1.270	:	1.925	:	1.470
:	:	:	:	:	:	:	:	:

Coefficient d'élasticité

Pour les revenus monétaires ruraux inférieurs à 5,500 fcs par an et par famille, c'est-à-dire pour plus de 95 % du total des familles trouvées dans l'échantillonnage, Ph. LEURQUIN a établi le coefficient d'élasticité de la dépense par rapport à la dépense totale.

Ce coefficient d'élasticité est le rapport :

$$\frac{dy}{dx} \cdot \frac{x}{y}$$

y : dépense considérée
dy : accroissement de dépense
x : revenu
dx : accroissement du revenu.

Poste RWA-11-C

J. de Lavallée

Rapport n. 3/11

Coefficient d'élasticité de quelques produits

<u>Article</u>	<u>Coefficient d'élasticité</u>
Houes	0,37
Vaisselle locale	0,61
Tissus et confection	0,75
Tabac	0,81
Vivres locaux	0,51
Viande	0,98
Bière familiale	1,10
Objet de ménage importés	1,17
Huile de palme	1,31
Matériaux de construction	1,45
Riz importé	1,51
Bétail	1,60
Bière de brasserie	2,08

.../...

Evolution des achats de quelques produits en milieu rural pendant
la période 1963 à 1968

Article	Total des achats millions: de frs R.			
	en 1968			
	: en 1963	: Hypothèse A	: Hypothèse B	: Hypothèse C
: Houes	: 14,5	: 15,7	: 16,5	: 18
: Vaisselle locale	: 27	: 28,5	: 31,2	: 35,2
: Vêtements et tissus	: 331,7	: 345,3	: 384,1	: 445,6
: Tabac	: 15	: 15,4	: 17,3	: 20,3
: Vivres locaux	: 92	: 93,7	: 106,5	: 127,1
: Vin	: 60	: 60	: 69,5	: 84
: Bière familiale	: 64,8	: 63,9	: 75	: 92,6
: Objets de ménage importés	: 18,2	: 17,8	: 21,1	: 26,4
: Huile de palme	: 12,4	: 11,8	: 14,1	: 18,4
: Matériaux de construction	: 46	: 42,8	: 53,3	: 69,8
:	:	:	:	:

Ces chiffres ne doivent pas être considérés comme des valeurs absolues. Les estimations de 1963 sont loin d'être précises et les motivations d'achat peuvent être différentes depuis l'Indépendance, entraînant des variations des coefficients d'élasticité, puisque ceux-ci ont été établis sur la base d'observation faites pendant la période 1951 à 1956.

Nous les conserverons plutôt comme des tendances qui peuvent nous aider à comprendre les orientations du marché rural dans différents secteurs.

Poste RWA-11-C
J. de Lavallée
Rapport n. 3/13

.../...

C - QUE VEUT LE CONSOMMATEUR RWANDAS?

Le Rwandais veut tout d'abord un article bon marché. Il ne dispose, nous l'avons vu, que de ressources très limitées. Il passera donc beaucoup de temps à se déplacer et à examiner l'article de son choix pour obtenir le prix le plus bas, tout en choisissant la qualité qui lui semblera la meilleure. Il est donc important chaque fois qu'il sera possible, tout en maintenant la qualité d'un produit, de s'efforcer d'en abaisser le prix. Les possibilités d'écoulement de ce produit en seront d'autant plus accrues.

Le Rwandais, par souci de la qualité, ne se laisse pas guider dans son choix par la couleur ou la présentation du produit à moins que cette couleur ou la présentation ne soit une constante d'une marque en qui il a confiance. C'est ainsi que les couvertures fabriquées au Burundi par Lovinco ont dû conserver ma bande noire, jaune, rouge qui les caractérisait. La modification de ces couleurs, décidée au lendemain de l'Indépendance, avait incité le consommateur à la méfiance et à désaffection pour les nouvelles couvertures.

Le désir de la qualité se manifeste malheureusement sous un autre aspect, celui d'acheter l'article importé. A un prix plus élevé, l'article importé de Belgique d'Agreterre ou même de Hong-Kong a souvent la préférence du consommateur au détriment de l'article de fabrication locale, l'acheteur Rwandais estimant qu'il sera plus solide.

Motif de l'acte d'achat du Rwandais

La motivation de l'achat est basée presque exclusivement sur le besoin. Nous l'avons vu, le budget extrêmement réduit dont dispose le consommateur rwandais ne lui permet pas d'agir autrement. L'"impulse buying" qui caractérise l'acte d'achat pour beaucoup d'articles dans les pays à haut revenu, n'a pas cours ici. Il n'est pas nécessaire de tenter. Il faut distribuer économiquement, ce qui n'est pas toujours le cas. Les écarts entre prix de détail et prix de gros sont trop souvent excessifs.

Poste RWA-11-C

J. de Lavallée

Rapport n. 3/14

.../...

D - OU ACHETE LE CONSOMMATEUR RWANDAIS ?

Les données propres au Rwanda, dues à l'absence de village et à la dispersion de la population sur toute l'étendue du pays, ont leur incidence sur les habitudes d'achat de la population.

La répartition des sources d'approvisionnement entre les consommateurs tient compte, on le conçoit, de la distance du lieu où habite celui-ci aux différents points de vente.

Sur 1.240 familles constituent l'échantillonnage de l'enquête conduite en 1956, 40 % d'entre elles habitaient à plus de 2 h 30 du marché du Centre de Négoce le plus proche. Pour le Centre Commercial, c'était 50 % qui avaient 2 h 30 de marche, et plus, à faire pour s'y rendre. La répartition globale des achats était la suivante:

- achats sur la colline même.....	26,1 %
- achats au Centre de Négoce.....	16,2 %
- achats au Centre Commercial.....	44,1 %
- achats autres (Uganda, missions, autres collines).....	13,6 %.

Dans un pays où la journée de travail est payée à un prix très faible (13 frs par jour pour un ouvrier agricole) et où les occasions d'embauche sont rares, : l'acheteur n'hésite pas à parcourir de longues distances à pied et à consacrer la journée pour économiser quelques francs sur un article. L'acheteur africain pour qui le temps ne compte pas est généralement un juge éclairé pour tous les articles qui lui sont familiers. Il sait choisir la qualité et le prix sans tenir compte, si besoin est, de la facilité offerte par le commerçant le plus proche.

En annexe, on trouve, classée par article, la répartition en pourcentage des achats suivant les différents Centres d'Approvisionnement. (Tableau V).

Les Centres Commerciaux : On notera dans ce tableau l'importance du Centre Commercial qui totalise près de la moitié des achats globaux et plus des deux tiers des achats de vêtements et de tissus, alors que ceux-ci absorbent la moitié du budget familial.

Les Centres de Négoce ne jouent qu'un rôle minime à l'exception de certains articles tels que les vivres locaux, les objets de ménage locaux et les hoes pour lesquels la part des ventes prise par les Centres de Négoce ne dépasse pas le tiers du total. Les marges commerciales importantes de ces commerçants dont le chiffre d'affaires mensuel n'atteint souvent pas 5 ou 10.000 frs, expliquent suffisamment cette désaffection de la clientèle. Tandis que l'éventail du choix offert par le Centre Commercial justifie l'attraction de cette dernière.

Achats sur la colline : Ils portent surtout sur les objets de type traditionnel et de fabrication locale, poterie, nattes, paniers, bière de bananes ou de sorgho, tabac, vivres locaux, dont notamment la viande provenant du bétail abattu, etc.....

Les Coopératives : Trois coopératives de consommateurs seulement existent au Rwanda. Deux d'entre elles groupent les travailleurs des mines de la Somuki à Rutongo et de la Géorwanda à Rwinkwavu. Leur rayonnement reste donc très limité.

La Coopérative Trafipro de Kabgayi a une action plus vaste et est appelée sous l'action efficace de l'Assistance Technique Suisse à prendre une extension de plus en plus étendue. Nous aurons donc à en tenir compte dans nos futures circuits de distributions.

Poste RWA-11-C
J. de Lavallée
Rapport n. 3/16

.... /

A N N E X E S

TABLEAU I

Evolution du taux de mortalité entre 1952 et 1957

1952	:	25,9	%
1953	:	19,1	
1954	:	12,5	
1955	:	14,7	
1956	:	15,2	
1957	:	13,7	

(en 1960 M. VAN de WALLE obtenait un taux de mortalité de 13 % pour un taux de natalité de 49,2 %, ce qui donnait un taux d'accroissement naturel de 36,2 %).

TABLEAU II

Répartition de la population par groupes d'âge et de sexe
en % de la population totale (Rwanda 1956)

Groupes d'âge	:	Hommes	:	Femmes	:	Ensemble	:
:	:	:	:	:	:	:	:
0-4	:	8,71	:	9,05	:	17,75	:
5-9	:	7,06	:	7,0	:	14,06	:
10-14	:	6,4	:	8,04	:	14,14	:
15-19	:	3,93	:	5,01	:	8,94	:
20-24	:	3,03	:	5,01	:	8,04	:
25-29	:	3,17	:	4,57	:	7,74	:
29-34	:	2,00	:	2,52	:	4,52	:
35-39	:	2,41	:	3,4	:	5,81	:
40-44	:	1,87	:	2,4	:	4,27	:
45-49	:	1,31	:	1,79	:	3,1	:
50-54	:	1,21	:	1,58	:	2,79	:
55-59	:	0,95	:	1,31	:	2,26	:
65	:	2,7	:	1,5	:	4,2	:
et plus	:	:	:	:	:	:	:
:	:	:	:	:	:	:	:

Source: M.V/ NEESEN, Aspects de l'économie démographique du Rwanda-Urundi, Bullerin de l'Institut de Recherches Economiques et Sociales de l'Université de Louvain - XXIIe année, 1956,r

TABLEAU III

Evolution de la répartition de la population du Burundi
entre 1956 et 1960

: Groupes: : d'âge :	Hommes		Femmes		Ensemble	
	1956	1960	1956	1960	1956	1960
: 0-4 :	8,4	9,6	8,66	9,4	17,06	19,0
: 5-9 :	6,55	6,7	6,76	7,3	13,31	14,0
: 10-14 :	5,34	5,8	5,76	5,4	11,1	12,2
: 15-19 :	3,07	4,2	4,5	4,6	7,57	8,8
: 20-24 :	3,72	3,5	6,22	4,7	9,94	8,2
: 25-29 :	4,27	3,6	5,63	4,1	9,9	7,7
: 30-34 :	2,16	2,7	2,19	3,1	5,06	5,8
: 35-39 :	2,57	1,9	3,56	2,7	6,13	4,6
: 40-44 :	2,0	1,9	2,8	2,7	4,8	4,6
: 45-49 :	1,75	1,7	2,57	2,4	4,32	4,1
: 50-54 :	1,6	1,4	1,9	1,8	3,5	3,2
: 55-59 :	0,95	1,0	1,35	1,6	2,46	2,6
: 60-64 :	0,54	0,7	0,9	1,1	1,44	1,8
: 65 :	2,1	2,0	1,31	2,1	3,41	4,1
: et plus :						
: Total :	45,18	46,8	54,82	53,2	100	100 %

de la population.

Source : M. V. NEESEN (1956) et M. VAN de WALLE (1960)

TABLEAU IV

Répartition de la population par groupes d'âges et de
sexe pour les trois communes objets de l'enquête conduit
en 1963 par le Stage de Formation Coopérative au Rwanda

: Groupes d'âge :	Hommes	Femmes	Ensemble
: 0-4 :	11,1	11,8	22,9
: 5-9 :	9	8,9	17,9
: 10-14 :	6,6	5,3	11,9
: 15-19 :	3,2	3,5	6,7
: 20-24 :	2,1	3,6	5,7
: 25-29 :	3,6	4,5	8,1
: 30-34 :	3,2	3,5	6,7
: 35-39 :	2,7	2,6	5,3
: 40-44 :	2,4	1,8	4,2
: 45-49 :	1,6	1,1	2,7
: 50-54 :	1,6	1,2	2,8
: 55-59 :	0,7	0,8	1,5
: 60-64 :	1,3	0,7	2,0
: 65-69 :	0,4	0,2	0,6
: 70-74 :	0,3	0,2	0,5
: 75 et plus :	0,4	0,1	0,5
: Total :	49,8	50,2	100

.../...

TABLEAU V

Répartition des dépenses monétaires familiales entre les divers centres d'approvisionnement, en pourcentage des achats locaux

Produits	Achats sur la colline	Achats au centre de négoce	Achats au centre commercial	Autres centres d'approvisionnement
Bétail :				
Bovidés	46,9	10,8	5,8	36,5
Chèvres et moutons	34,5	24,5	25,7	15,3
Porcs	71,0	12,2	2,7	14,1
Viande	43,7	24,6	20,1	11,6
:				
:				
Bière familiale	76,9	7,1	5,1	10,9
Bière de brasserie	24,6	13,5	40,5	21,4
Tabac	35,5	21,1	28,0	15,4
Riz	7,8	20,6	48,8	22,8
Huile de palme	5,9	24,3	51,3	18,5
Vivres locaux	16,4	31,4	36,2	16
Troc	65,3	2,1	2,1	30,5
Friperie	4,3	23,4	64,0	8,7
Tissus, pagnes	4,1	22,6	68,4	4,9
Couvertures	3,3	21,2	67,3	8,2
Autres objets d'habillemtn	3,6	17,3	64,8	14,3
Objets de ménage importés	9,3	16,2	59,5	15,0
Objets de ménage locaux	26,8	31,6	30,6	11,0
Pétrole, allumettes	6,7	23,3	61,4	8,6
Savons, lames de rasoir	2,3	24,5	63,6	9,6
Houes	4,5	34,2	55,5	5,8
Vélos	31,5	3,3	53,3	11,9
Machines a coudre et autres	13,6	8,9	66,4	11,1

.../...

TABIEAU VI

Répartition des dépenses en % de la dépense total en fonction du montant des budgets familiaux

Article	0 à 500	500 à 1000	1000 à 1500	1500 à 2000	2000 à 2500	2500 à 3000	3000 à 3500	3500 à 4000	4000 à 4500	4500 à 5000	5000 à 5500	5500 à 10000	Plus de 10000
Nombre de familles	128	172	230	165	121	92	51	49	22	20	19	33	13
Dépense totale par famille (moyenne)	274	745	1253	1740	2237	2706	3228	3657	4221	4747	5233	5763	14972
Détail	1,5	1,6	2,7	3,6	3,0	7,2	9,9	7,8	8,3	15,3	4,4	15,0	3,4
Viande	5,2	3,2	4,7	4,6	5,9	4,8	5,4	5,6	4,7	3,6	4,4	3,1	3,5
Bière familiale	3,7	4,0	4,7	4,9	9,2	6,4	5,4	6,3	5,6	2,4	6,1	6,4	8,4
Bière de brasserie	-	0,3	0,6	0,6	1,9	1,3	1,5	1,7	2,5	2,2	2,1	2,1	0,7
Tabac	1,9	1,4	1,3	1,3	1,6	1,3	1,4	1,2	1,6	0,8	0,9	1,3	0,7
Riz	0,2	0,2	0,2	0,3	0,6	0,5	0,6	0,5	0,7	0,8	1,1	1,2	1,3
Huile de palme	0,8	0,7	0,6	0,9	1,2	1,0	0,9	1,1	0,2	1,4	1,8	1,5	4,3
Vivres locaux	10,6	9,3	8,2	8,4	8,3	8,0	9,1	8,4	8,0	8,6	9,3	7,5	7,1
Cultiviers agricoles	5,4	3,8	2,7	4,2	3,9	4,8	3,5	5,3	5,3	4,9	9,3	6,3	8,4
Vêtements, tissus	44,9	37,8	33,3	32,7	31,9	26,8	31,0	28,9	22,0	22,1	22,2	20,8	15,5
Objets de ménage	0,9	1,1	1,0	1,0	1,9	1,3	1,5	1,5	1,6	2,3	1,3	3,8	1,0
Objets de ménage locaux	5,1	3,1	2,9	2,5	2,4	2,8	2,3	2,4	1,6	1,6	1,4	1,7	1,3
Houes	3,8	2,4	2,0	1,6	1,4	1,2	1,5	0,8	0,5	0,8	0,3	0,5	0,3
Taxes	6,7	22,1	26,6	23,7	18,3	18,6	14,5	15,4	16,5	10,8	10,9	9,5	8,2
Habitation	1,2	2,1	2,4	2,4	3,7	3,5	3,5	1,9	5,7	3,9	5,7	5,5	9,8
Autres dépenses	8,1	6,9	4,1	7,1	4,8	9,6	8,2	11,2	13,1	15,7	17,4	13,7	27,9

Source : Ph. LEURQUIN - Le niveau de vie des populations rurales du Rwanda-Urundi.

Institut de Recherches Economiques et Sociales de l'Université Lovainu;
Editions Nauwelaerts - Louvain 1960.

OFFICE DE L'INDUSTRIE ET DE L'ARTISANAT
DE LA REPUBLIQUE RWANDAISE

PROGRAMME D'ACTION

Recherches et études

Valorisation des produits de l'Agriculture

- Thé et café,
- Pyrèthre
- Huile et corps gras,
- Lait, beurre, fromage,
- Abattoir et sous-produits,
- Tannerie,
- Industrie du cuir, chaussures,
- Meunerie, biscuiterie, pâtes alimentaires,
- Limonaderie, jus de fruits,
- Conserverie.
- Industrie du froid,
- Malterie et brasserie,
- Miel et cire,
- Produits de la pêche,
- Extraits secs de fruits rouges,
- Huiles essentielles de plantes aromatiques,
- Fibres de bananiers,
- Pâte à papier,
- Charbon de bois,
- Rizerie,
- Sucrerie,
- Tabac, cigare, cigarettes, etc....

Valorisation des produits du sous-sol

- Etain et industries dérivées,
- Wolfram,
- Carrières,
- Tourbe
- Or, orfèvrerie,
- Méthane du lac Kivu, combustible,
carburant,
chimie de synthèse;
- Chaux ciment,
etc....

Poste RWA-11-C

J. de Lavallée

Rapport n. 3/21

.... /

Produits manufacturés pour la consommation familiale

- Articles de ménage,
- Faïence, céramique,
- Coutellerie,
- Allumettes, bougies,
- Confection,
- Bonneterie,
- Fabrique de couvertures,
- Tissage,
- Teinture,
- Savennerie,
- Postes radio,
- Bicyclettes,
- Encre,
- Papier,
- etc...

Outillage agricole

- Houes,
- Machete,
- Hydraulique rurale,
- Claies de séchage,
- Décortiqueuses à main,
- Moulins,
- etc... .

Travaux Publics et bâtiment

- Scierie, menuiserie,
- Charpente métallique,
- Menuiserie métallique,
- Chaudronnerie,
- Fabrique de peinture,
- Fabrique de brosse et de pinceaux,
- Petit matériel électrique,
- Briques et tuiles,
- Panneaux composés,
- Carreaux de ciment,
- etc....

Poste RWA-11-C

J. de Lavallée

Rapport n. 3/22

.../....

Animation de coopératives de production

Beaucoup de petites industries peuvent débiter sous forme coopérative. L'Office de l'Industrie et de l'Artisanat est appelé à jouer un rôle très important dans ce domaine en aidant ces coopératives à se constituer, en leur fournissant de la documentation et des modèles, en mettant à leur disposition des machines-outils avec une formule de location-vente, en les assistant d'un moniteur (orientation et formation). C'est ainsi que peuvent être constitués en coopératives et encouragés:

- Menuisiers, ébénistes,
- Maçons,
- Electriciens,
- Plombiers,
- Peintres,
- Couvreurs - charpentiers,
- Fabrication de briques et de tuiles
- Tannerie,
- Fabrication de chassures,
- Confection,
- Produits céramiques,
- Fabrication de tapis en fibres de bananiers,
- de cordes -
- Filature et tissage des fibres de bananiers,
- Laiterie,
- Huilerie,
- Extraction de parfums,
- ect.....

Prise de participation dans les entreprises prioritaires

Dans ces entreprises l'Office représente les intérêts de la République Rwandaise et transmet les directives gouvernementales. La liste complète de ces industries se dégagera du Plan qui est actuellement en cours d'élaboration. Quelques unes d'entre elles pourraient être: une usine d'extraction de pyrèthrine, le captage du gaz méthane et ses diverses utilisations, une fabrique de houes et d'instruments agricoles, une usine de montage de postes radio-transistors, une fabrique d'allumettes, l'industrie de la banane, une tannerie, une fabrique de cigares et de cigarettes etc...

Cette participation peut être directe ou indirecte :

- Directe :
- Par rapport de fonds propres,
 - par prise en charge des frais de transport et d'installation de l'équipement d'une usine dont on obtient le transfert au Rwanda (usine inactive d'Usumbura ou fermée en Europe par suite des regroupements dus au Marché Commun),
 - par avances à long ou à moyen terme.

Rapport RWA-11-C
J. de Lavallée
Rapport n. 3/23

.../...

Indirecte :- par apport des recherches et des études préliminaires à l'implantation de l'usine et que l'Office aurait prises en charge,
- par caution ou garantie que l'Office peut accorder dans une opération de leasing ou location de matériel d'équipement,
- par conseil en organisation ou en gestion d'entreprise etc.....

Centres d'achat de matières premières

L'approvisionnement régulier des petites entreprises industrielles et des coopératives artisanales est un des problèmes les plus difficiles à résoudre en Afrique, et plus particulièrement au Rwanda en raison de la situation géographique de ce pays, des délais d'acheminement et des ruptures de charge imposées par le parcours.

Une section de l'Office sera plus particulièrement chargée de grouper les commandes de matières premières d'accessoires et d'outillage auprès de ses membres, entreprises industrielles et coopératives artisanales, et de traiter avec les importateurs afin d'obtenir les conditions de prix et de délais de paiement les meilleures, tout en assurant un contrôle rigoureux de la qualité. L'Office pourra même dans certains cas traiter directement avec les fabricants.

Comptoir de vente à l'exportation

Des études de marché seront menées dans les pays voisins ainsi que dans le reste du monde, afin de déterminer les produits manufacturés qu'il est possible de vendre à l'exportation et d'orienter dans le sens voulu la production nationale.

Les contacts seront pris avec les importateurs et les sociétés de distribution des pays clients pour déterminer les bases de transaction et donner des garanties de qualité et de régularité de livraison.

Agissant pour le compte des petites entreprises industrielles et des coopératives artisanales, l'Office sera habilité à conclure les marchés, à répartir les commandes sur le plan national et à en contrôler l'exécution tant du point-de-vue de la qualité que de celui des délais de livraison. Sur le marché intérieur une action comparable pourra être menée, chaque fois qu'une répartition des commandes sera nécessaire.

Promotion technique et sociale

Les conditions historiques de l'évolution du Rwanda, ainsi que sa position géographique au coeur de l'Afrique n'ont pas permis à ce pays de participer aux grands courants de recherche scientifique et de développement technique du 20e siècle. Le jeune Rwandais, traditionnellement paysan, voit s'ouvrir devant lui l'accès aux carrières nouvelles de la technique et de la science. Tout jeune, à l'heure où il descend seulement de sa colline et commence à redécouvrir le monde, il doit faire un choix et s'orienter vers les sciences ou vers les lettres. Trop facilement, ce choix est laissé au hasard.

L'Office de l'Industrie a, dans ce domaine, un rôle à jouer pour éveiller les vocations de techniciens et d'ingénieurs, mais aussi celles de chercheurs scientifiques et de savants. Il fournira aux élèves de 7e et à ceux du cycle secondaire la documentation appropriée et les informations suffisantes par conférences, projections de films, visites d'usines, voyages d'étude, etc...

L'Office encouragera et facilitera la création et le développement au Rwanda du mouvement "Jeunes-Science" et son rattachement aux "Jeune-Science" des autres pays d'Afrique et d'Europe. Le club Jeune-Science est ouvert aux élèves du secondaire à partir de la 3e, caractère réellement scientifique. Il vise à acquérir des connaissances exactes, à comprendre, à réaliser des expériences, à observer longuement, à mesurer, à peser, à calculer.

L'Office s'efforcera de susciter et de maintenir une liaison intime entre Université et Industrie. La direction pédagogique, l'animation, la recherche des sujets seront conduites en commun par de jeunes professeurs et de jeunes ingénieurs qui s'efforceront de rester dans le concret et de garder aux travaux exécutés par le club un caractère vivant, pratique.

Ainsi, en cultivant l'esprit pratique, le sens de l'observation, le goût de la recherche et la volonté de créer, auprès de jeunes Rwandais, l'Office de l'Industrie et de l'Artisanat aidera les vocations à s'affirmer, les horizons à s'ouvrir pour susciter la pépinière d'ingénieurs et de scientifiques appelés à constituer l'encadrement d'un pays qui doit prendre sa place dans un monde chaque jour plus technique et plus mécanisé.

Butare, le 14/1/64

(x) comme aux jeunes ouvriers sortis du collège technique. C'est un club à