

INTRODUCTION

Cette fiche d'information présente les résultats de la 3^e collecte de l'Initiative Conjointe de Suivi des Marchés (ICSM) réalisée par REACH avec l'appui opérationnel de ses partenaires. Elle fournit un aperçu de la disponibilité, des prix, des stocks et des circuits d'approvisionnement de biens non alimentaires (BNA) sur une sélection de marchés Nigeriens, ainsi qu'une évaluation du niveau de fonctionnement de ces marchés. Les termes de référence de ce projet ainsi que la base d'analyse sont disponibles sur le [Centre de Ressources REACH](#) et partagés via la liste de contacts du Multisectoral Cash Working Group (MSCWG) au Niger.

À PROPOS DE L'ICSM

L'ICSM a été lancé par REACH avec le soutien du MSCWG avec pour objectif de mieux informer les interventions prenant la forme de transferts monétaires. L'ICSM est un projet participatif, REACH fournit les outils et forme les équipes des partenaires opérationnels responsables de la collecte avant de procéder à l'analyse des données et leur publication. Cette initiative bénéficie du financement de la Direction générale pour la protection civile et les opérations d'aide humanitaire européenne de la Commission européenne (ECHO)

MÉTHODOLOGIE DE COLLECTE

La collecte des données a lieu de manière bimestrielle, dans les régions et les marchés du Niger où REACH et ses partenaires opérationnels ont des activités. Sur chaque marché, les équipes réalisent des enquêtes en face à face avec des commerçants afin de relever les prix, la disponibilité et les sources d'approvisionnement d'une sélection de produits non alimentaires de base : avec pour objectif de relever au moins 3 prix pour chaque produit auprès de 3 commerçants différents. Afin d'assurer la cohérence des données, il est demandé aux enquêteurs de relever les prix des produits accessibles au plus grand nombre sans tenir compte de leur marque. Pour chaque marché, le prix médian pour le total des articles par marché a été obtenu grâce aux coûts médians de chaque produit suivi. Enfin, des questions sont posées aux commerçants sur le fonctionnement du marché : les incidents de protection qui ont lieu sur le marché et ses routes d'accès, ses infrastructures (notamment les moyens de paiement acceptés par les commerçants) ainsi que les changements en termes de fréquentation du marché (en nombre de commerçants comme de clients).

CHIFFRES CLÉS

- 922 prix relevés
- 208 commerçants interrogés
- 23 produits suivis
- 9 marchés évalués
- 8 localités concernées
- 1 partenaire opérationnel

REPRÉSENTATION DU SCORE DE FONCTIONNABILITÉ DES MARCHÉS (SFM) DES MARCHÉS SUIVIS ET DES ORIGINES DES PRODUITS DES RÉGIONS ENQUÊTÉES

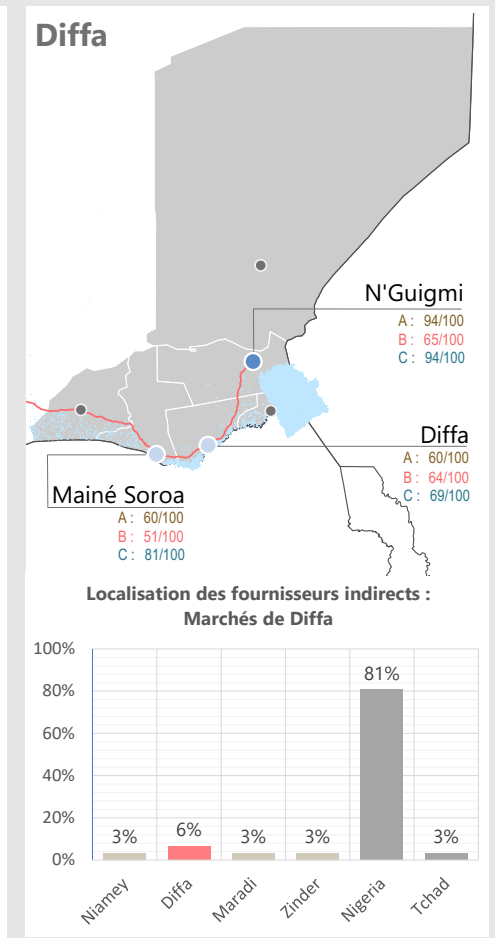
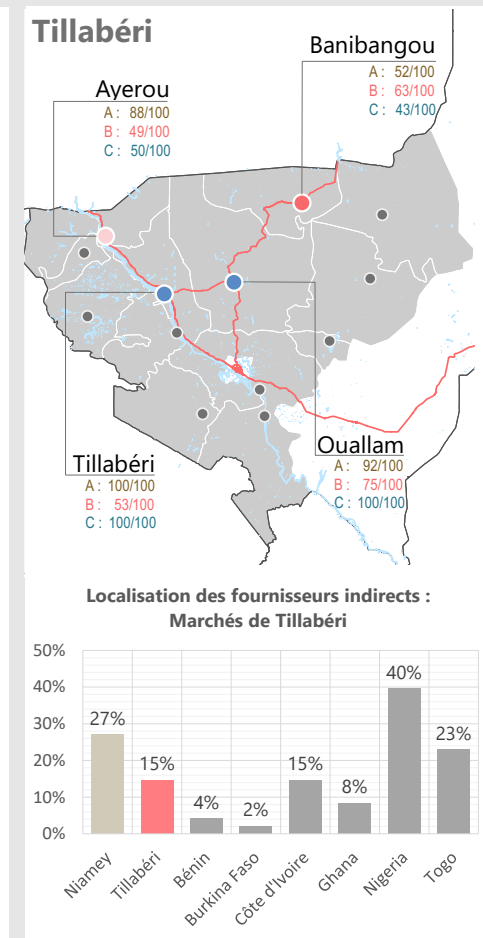
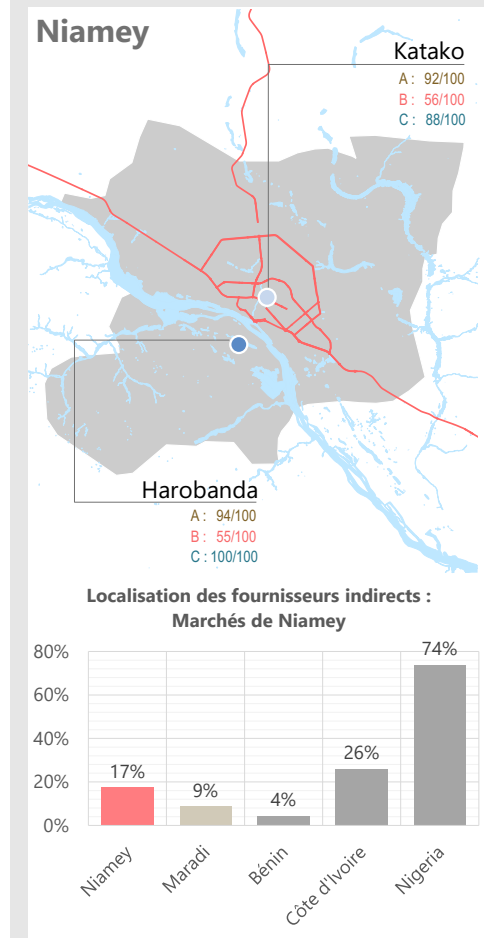
Score de Fonctionnalité des Marchés (SFM)

- 41/100 - 50/100
- 51/100 - 60/100
- 61/100 - 70/100
- 71/100 - 80/100

● Chef-lieux non-évalués

Sélection des dimensions du SFM

- A : Disponibilité des produits
- B : Abordabilité des prix des produits
- C : Accessibilité des routes jusqu'aux marchés



LISTE DES MARCHÉS SUIVIS

| RÉGION | COMMUNE | MARCHÉS | NB. DE COMMERÇANTS |
|-----------|-------------|-----------------------------|--------------------|
| Diffa | Diffa | Grand marché de Diffa | 28 |
| | Maine Soroa | Grand marché de Maine Soroa | 23 |
| | Kablewa | Grand marché de Nguigmi | 35 |
| Tillabéri | Tillabéri | Grand marché de Tillabéri | 31 |
| | Ouallam | Grand marché de Ouallam | 10 |
| | Banibangou | Grand marché de Banibangou | 18 |
| | Balleyara | Grand marché d'Ayérou | 36 |
| Niamey | Niamey | Marché de Katako | 17 |
| | | Marché de Harobanda | 10 |

LISTE DES PRODUITS SUIVIS

La sélection de ces produits non alimentaires de base, partagée avec le MSCWG, est issue du panier des dépenses minimums (MEB) et couvre 5 secteurs : les Abris et Biens Non Alimentaires (ABNA), l'Eau, l'Hygiène et Assainissement (EHA), la protection, l'éducation et la santé ainsi que des combustibles. REACH a également fait le choix de suivre le prix des combustibles (bois de chauffe et charbon de bois) du fait de l'importance de ces biens pour la cuisson des biens alimentaires. Certains produits sont nouveaux d'une édition de l'ICSM à une autre et d'autres sont différenciés (un même produit à la collecte précédente à été différencié en 2 produits). Les produits avec des prix peu homogènes peuvent correspondre à des produits pas encore suffisamment bien définis ou compris par les enquêteurs (c'est ici le cas des lampes torches et des lampes solaires).

Les prix suivants devront être triangulés avec d'autres sources de données (notamment sur les produits alimentaires qui sont collectés par le Système d'Information des Marchés Agricoles) pour calculer le coût total du MEB.

PRODUITS (1/2)

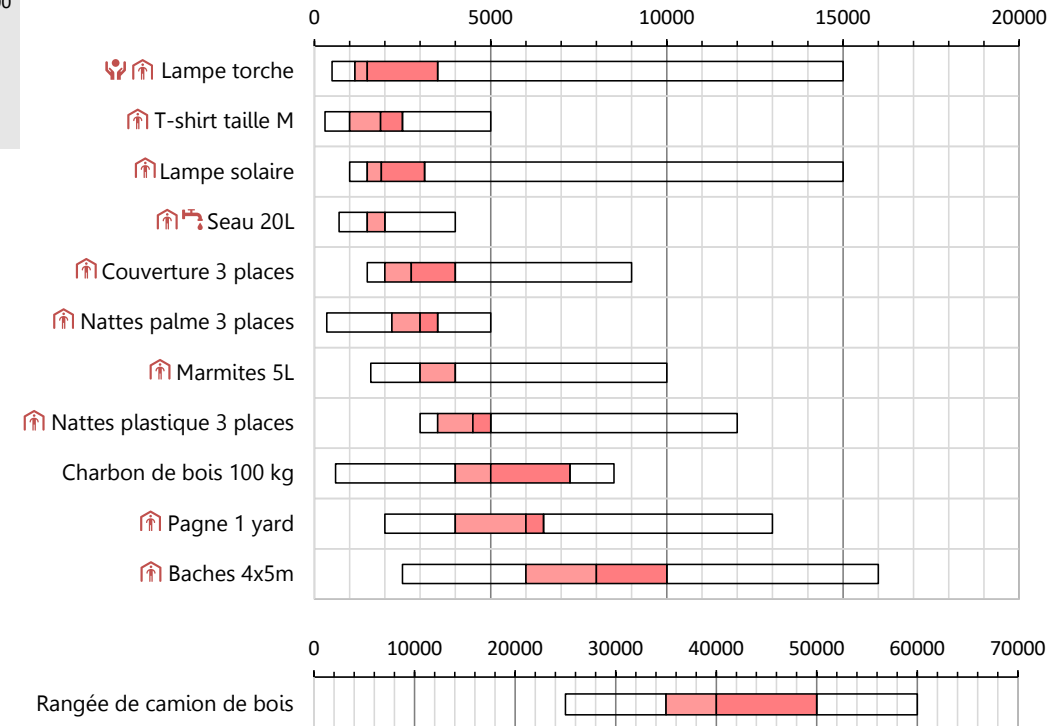
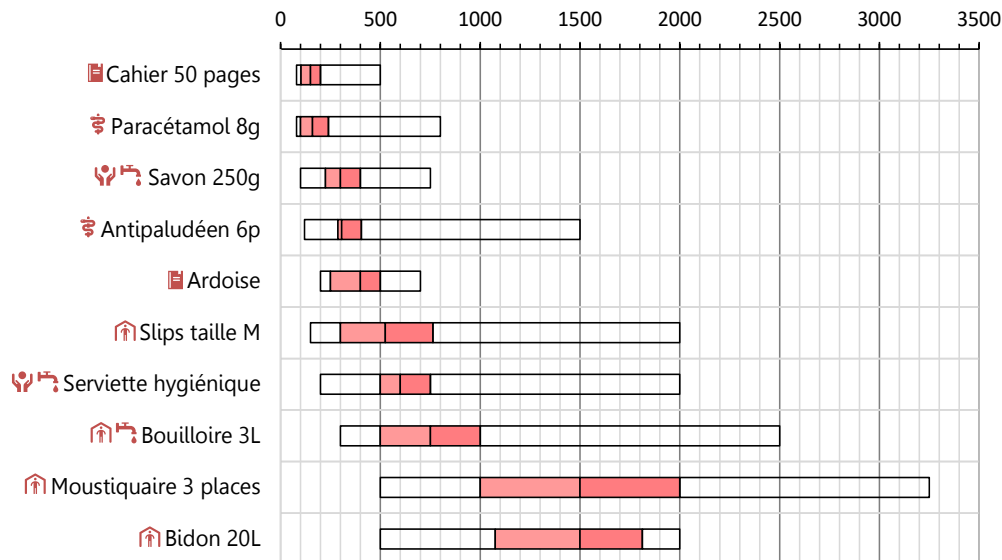
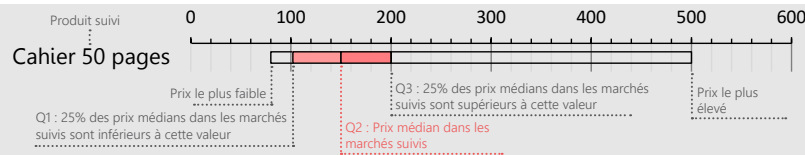
| |
|--|
| 1 Moustiquaire carrée - 2 places |
| 1 Bâche de 4x5 mètres avec œillets |
| 1 Nattes en plastique - 3 places (produit différencié) |
| 1 Nattes en palme - 3 places (produit différencié) |
| 1 Couverture - 3 places |
| 1 Bouilloire en plastique - 3 litres |
| 1 Marmite - 5L |
| 1 Seau - 20L (nouveau produit) |
| 1 Bidon - 20L (nouveau produit) |
| 1 Barre de savon - 250 grammes |
| 1 Serviette hygiénique |

PRODUITS (2/2)

| |
|---|
| 1 Pagne - 6 yard 100% coton |
| 1 Lampe torche (nouveau produit) |
| 1 Lampe solaire d'intérieur |
| 1 T-Shirt taille adulte |
| 1 Slip en coton taille adulte |
| 1 Cahier A5 de 100 pages |
| 1 Ardoise (nouveau produit) |
| 1 Boite de 6 comprimés d'Artéméter/Lumefantrine |
| 1 Boite avec 8g de paracétamol |
| 1 Sac de 100 kilos de charbon de bois |
| 1 Sac de 100 kilos de charbon minéral (nouveau produit) |
| 1 Rangée de camion de bois de chauffe |

DISTRIBUTION DES PRIX DES BIENS NON ALIMENTAIRES SUIVIS

Guide de lecture des diagrammes en boîte



LE SCORE DE FONCTIONNEMENT DES MARCHÉS (SFM)

Le Score de Fonctionnement des Marchés (SFM) ou 'Market Functionality Score' (MFS) est un score développé par REACH pour évaluer et **comparer le niveau de fonctionnement de marchés** au Niger et ailleurs. Il se décompose de plusieurs dimensions elles mêmes constituées d'indicateurs. Ces dimensions sont :

- Le **niveau de disponibilité** des produits au sein des marchés (30% du SFM) ;
- L'**abordabilité des produits** (leurs prix) au sein des marchés (15% du SFM) et leur différence par rapport au prix médian national ;
- L'**accessibilité des marchés** (10% du SFM) qui couvre notamment les incidents de protection ayant lieu sur les marchés ;
- L'**accessibilité des routes allant aux marchés** (15% du SFM) qui couvre les incidents de protection, l'état des routes et les difficultés d'accès de certaines population allant sur le marché ;
- La **résilience des circuits d'approvisionnement** du marché (20% du SFM) ;
- Le **niveau des infrastructures du marché** (10% du SFM) ;

| | Score de Fonctionnalité du Marché (SFM) | Dimensions du MFS | | | | | |
|---------------------|---|----------------------------------|------------------------------------|---------------------------|--|---|--------------------------------------|
| | | Disponibilité des produits | Abordabilité des prix des produits | Accessibilité des marchés | Accessibilité des routes d'accès des marchés | Résilience des circuits d'approvisionnement | Niveau des infrastructures du marché |
| | | Poid de la dimension dans le SFM | 30% | 15% | 10% | 15% | 20% |
| National | 68/100 | 92/100 | 72/100 | 63/100 | 68/100 | 39/100 | 56/100 |
| Niamey | 72/100 | 94/100 | 51/100 | 93/100 | 94/100 | 41/100 | 50/100 |
| Marché de Katakou | 70/100 | 92/100 | 56/100 | 85/100 | 88/100 | 40/100 | 44/100 |
| Marché de Harobanda | 74/100 | 94/100 | 55/100 | 100/100 | 100/100 | 30/100 | 63/100 |
| Tillabéri | 64/100 | 92/100 | 68/100 | 73/100 | 61/100 | 24/100 | 50/100 |
| Tillabéri | 71/100 | 100/100 | 53/100 | 100/100 | 100/100 | 24/100 | 31/100 |
| Ouallam | 75/100 | 92/100 | 75/100 | 100/100 | 100/100 | 18/100 | 75/100 |
| Ayerou | 59/100 | 88/100 | 49/100 | 54/100 | 50/100 | 31/100 | 63/100 |
| Banibangou | 47/100 | 52/100 | 63/100 | 63/100 | 43/100 | 27/100 | 44/100 |
| Diffa | 62/100 | 60/100 | 64/100 | 50/100 | 75/100 | 53/100 | 75/100 |
| Diffa | 65/100 | 60/100 | 64/100 | 56/100 | 69/100 | 59/100 | 94/100 |
| Maine Soroa | 67/100 | 60/100 | 51/100 | 63/100 | 81/100 | 75/100 | 75/100 |
| N'guigmi | 77/100 | 94/100 | 65/100 | 86/100 | 94/100 | 45/100 | 69/100 |

POINTS CLEFS À RETENIR

Parmi les marchés suivis, **le niveau de fonctionnement des marchés est le plus faible dans les marchés du nord de la région de Tillabéri** : Ayérou (59%) et Banibangou (47%) qui sont les plus éloignés de Niamey et les plus proches des zones où les Groupes Armés Non Etatiques (GANEs) sont actifs. Ces faibles scores sont le résultat du faible niveau d'accessibilité de ces marchés (respectivement 54% et 63%) et de leurs routes d'accès (respectivement 50% et 43%) : ce sont les seuls marchés où les commerçants rapportent les routes d'accès comme dangereuses en raison de l'activité de GANEs ou du banditisme tandis qu'une part importante des commerçants de ces marchés rapportent que certains groupes évitent ces marchés et ont des difficultés pour y transporter leurs marchandises. Ces problèmes se répercutent notamment sur les prix des produits sur le marché de Banibangou qui est également plus excentré que Ayérou et dont la route venant de Ouallam aurait été fermée selon un commerçant.

« L'ajout que j'ai c'est l'insécurité, le marché va mal, surtout la voie qui va vers Ouallam qu'ils ont fermé. » - un commerçant de Banibangou

« Bon, nos clients se font rares à cause surtout de l'insécurité et le manque de circulation des motos » - un commerçant de Ayérou

Les enquêtes réalisées dans les marchés de Niamey (Harobanda et Katakou), de Ouallam et de Tillabéri rapportent des niveaux d'accessibilité des marchés et de leurs routes élevés mais des prix également plus élevés : traduisant potentiellement à Niamey « l'effet capitale » où les prix ont tendance à être plus élevés du fait d'une plus grande demande (voir également d'une pression fiscale accrue). Les prix des marchés de la région de Tillabéri pourraient eux s'expliquer par leur dépendance vis-à-vis des marchés de Niamey. Enfin, malgré son statut de capitale, le faible usage de moyens de paiement alternatifs à l'argent liquide à Niamey et dans la région environnante est marquant.

Les marchés suivis de la région de Diffa (hors Nguigmi) présentent des niveaux de fonctionnement moyens (65% pour Diffa et 67% pour Maine Soroa) marqués par l'indisponibilité de certains produits et des prix plus élevés. Des prix plus élevés compensés par une plus grande proximité avec le marché Nigérien voisin qui raccourcit les circuits

d'approvisionnement – et améliore la résilience de ces derniers. Cette proximité pourrait également expliquer la plus grande pénétration de modes de paiement alternatifs à l'argent liquide (plus courants au Nigeria).

« L'insécurité surtout le vol dans le marché est l'unique et seul souci pour nous les commerçants. » - un commerçant de Diffa

Nguigmi se distingue des autres marchés de la région de Diffa par un plus grand nombre de produits disponibles mais surtout par une meilleure accessibilité de ses marchés et de leurs routes. En effet, les marchands de Nguigmi ne relèvent pas d'incidents de protection dans les deux mois précédant l'enquête ou de groupes évitant le marché (à la différence des grands marchés de Diffa et de Maine Soroa). Pour autant, le score de résilience du marché de la localité est faible, reflétant la distance entre la localité et ses fournisseurs dans la localité de Diffa et le fait qu'une seule route (considérée comme en mauvais état) permet de l'approvisionner.

« La seule difficulté est l'état de route (manque de goudron entre Diffa et Nguigmi » - un commerçant de Nguigmi

INDICATEURS ISOLÉS SUR LE FONCTIONNEMENT DES MARCHÉS SUIVIS (1)

Les indicateurs présentés dans le tableau suivant servent au calcul du score de fonctionnement des marchés (SFM) et permettent ainsi de cerner dans le détail les **valeurs qui contribuent directement au calcul des dimensions du SFM et indirectement du SFM lui-même**. Pour plus de détails sur le mode de calcul du SFM et de ses dimensions, voir la présentation de la méthodologie du SFM à la page suivante.

| | | National | | | | | | | | | | | | |
|--|--|----------|---------|-----------|-----------|-----------|---------|--------|------------|-------|-------|-------------|----------|-------|
| | | Niamey | Katakou | Harobanda | Tillabéri | Tillabéri | Ouallam | Ayerou | Banibangou | Diffa | Diffa | Maine Soroa | N'guigmi | |
| Contexte (indicateurs en dehors du SFM) | Part de commerçants interrogés rapportant une hausse du nombre de clients visitant le marché | 56/209 | 1/27 | 1/17 | 0 | 20/95 | 0 | 6/10 | 11/36 | 3/18 | 35/86 | 24/28 | 11/23 | 0 |
| | Part de commerçants interrogés rapportant une baisse du nombre de clients visitant le marché | 21/209 | 3/27 | 1/17 | 2/10 | 11/95 | 2/31 | 0 | 3/36 | 6/18 | 7/86 | 2/28 | 1/23 | 4/35 |
| Niveau des infrastructures | Part de commerçants interrogés installés dans un bâtiment en matériaux définitifs | 78/209 | 15/27 | 10/17 | 5/10 | 20/95 | 9/31 | 3/10 | 8/36 | 0 | 43/86 | 16/28 | 5/23 | 22/35 |
| | Part de commerçants interrogés disposant d'une installation de stockage verrouillée au niveau du marché | 117/209 | 19/27 | 14/17 | 5/10 | 41/95 | 21/31 | 2/10 | 13/36 | 5/18 | 57/86 | 26/28 | 15/23 | 21/35 |
| | Part de commerçants acceptant des transferts d'argent comme moyen de paiement ⁽²⁾ | 65/209 | 2/27 | 0 | 2/10 | 33/95 | 0 | 10/10 | 24/36 | 0 | 30/86 | 13/28 | 10/23 | 7/35 |
| | Part de commerçants acceptant l'argent mobile comme moyen de paiement ⁽³⁾ | 53/209 | 0 | 0 | 0 | 16/95 | 0 | 4/10 | 10/36 | 2/18 | 37/86 | 22/28 | 12/23 | 3/35 |
| Accessibilité sur les marchés | Part de commerçants ayant observés des incidents de protection sur les marchés | 18/209 | 0 | 0 | 2/10 | 13/95 | 0 | 0 | 13/36 | 0 | 4/86 | 2/28 | 0 | 2/35 |
| | Part de commerçants rapportant que certains groupes de personnes évitent de se rendre sur le marché | 45/209 | 1/27 | 1/17 | 0 | 20/95 | 0 | 1/10 | 13/36 | 12/18 | 23/86 | 12/28 | 10/23 | 1/35 |
| Accessibilité jusqu'aux marchés | Part de commerçants déclarant rencontrer des difficultés pour transporter leurs marchandises jusqu'à la localité | 53/209 | 2/27 | 1/17 | 1/10 | 47/95 | 14/31 | 3/10 | 20/36 | 10/18 | 4/86 | 2/28 | 0 | 2/35 |
| | Part de commerçants considérant les routes pour accéder au marché comme endommagées et difficilement praticables | 23/209 | 0 | 0 | 0 | 8/95 | 0 | 0 | 6/36 | 2/18 | 15/86 | 9/28 | 6/23 | 0 |
| | Part de commerçants considérant les routes pour accéder au marché comme inondées et difficilement praticables | 13/209 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 13/86 | 7/28 | 6/23 | 0 |
| | Part de commerçants considérant les routes pour accéder au marché comme dangereuses (en raison de l'activité des GANes ou du banditisme) | 9/209 | 0 | 0 | 0 | 8/95 | 0 | 0 | 8/36 | 1/18 | 0 | 0 | 0 | 0 |

¹ Les données représentées ici se rapportent aux commerçants enquêtés (voir le nombre de commerçants enquêtés par marché à la première page de ce bulletin).

² Argent envoyé d'une personne à une autre à travers des gichets de transferts d'argent.

³ Accès à des services financiers par téléphone portable, tels que les paiements, les transferts, les assurances, les épargnes et les crédits.

PRÉSENTATION DE LA MÉTHODOLOGIE DU SCORE DE FONCTIONNALITÉ DES MARCHÉS (SFM)

Méthodologie

Le poids donné aux différentes dimensions composant le SFM se fonde sur l'ambition du SFM de permettre l'évaluation et la comparaison du niveau de fonctionnement de différents marchés et plus largement, leur capacité à absorber des transferts monétaires.

Dès lors, la « disponibilité des produits sur le marché » est la dimension dont le poids est le plus important (30%) : un marché en rupture de stock étant par définition un marché dysfonctionnel. La seconde dimension la plus importante (20%) découle directement de cet enjeu de disponibilité des produits : c'est la dimension « résilience des circuits d'approvisionnement » qui reflète la difficulté des commerçants à renouveler leur stock. Liée à cet enjeu d'approvisionnement, la dimension « l'accessibilité des routes allant jusqu'au marché » qui reflète les difficultés que les commerçants et les clients peuvent avoir pour accéder jusqu'au marché est portée à 15%. De même que la dimension « abordabilité des prix des produits » qui relève la mesure dans laquelle les prix sur le marché sont plus élevés que la médiane nationale et découle plus

indirectement de ces enjeux d'approvisionnement. Enfin, les deux dernières dimensions, « l'accessibilité des marchés » et le « niveau des infrastructures du marché » agrègent des indicateurs permettant à la fois de cerner si un marché est accessible pour les populations pouvant bénéficier de transferts monétaires et si les commerçants ont l'infrastructure adéquate pour accepter ces transferts monétaires.

Limites

La méthodologie du SFM présente plusieurs limites qu'il faut prendre en compte : une lecture du SFM ignorant ses différentes dimensions peut cacher des situations très variées entre les différents marchés. Même si la consigne est donnée d'interroger en priorité les commerces les plus 'formalisés' et 'établis' le fait que certains indicateurs (notamment sur les infrastructures du marché) dépendent du type de commerçant interrogé doit être pris en compte lors de la lecture de ces données. Enfin, le fait que le score du SFM se fonde uniquement sur les prix et stocks de biens non alimentaires rend celui ci moins fiable que s'il incluait les biens alimentaires.

| Dimensions composant le SFM | Poids | Indicateurs composant les dimensions du SFM | |
|---|-------|---|-------|
| | | | Poids |
| Disponibilité des produits | 30% | Nombre de produits considérés comme "totalement indisponibles" sur le marché | 1/1 |
| | | Nombre de produits considérés comme "disponibles en quantités limitées" sur le marché | |
| Abordabilité des prix des produits | 15% | Nombre de produits dont le prix médian sur le marché est supérieur au prix médian national de plus de 10% | 2/3 |
| | | Nombre de produits dont le prix médian sur le marché est supérieur au prix médian national de plus de 25% | |
| | | Nombre de produits dont le prix médian sur le marché est supérieur au prix médian national de plus de 50% | |
| | | Nombre de produits dont le prix médian sur le marché est supérieur au prix médian national de plus de 100% | |
| | | % de commerçants rapportant que leurs clients rencontrent des difficultés financières pour se rendre sur le marché ou pour payer les produits dont ils ont besoin | 1/6 |
| | | % de commerçants rapportant qu'ils ne seraient pas capables de prévoir les prix que leurs fournisseurs les factureraient pour leurs produits dans 2 mois | 1/6 |
| Accessibilité des marchés | 10% | % de commerçants relevant que certains groupes de population ont des difficultés pour accéder au marché ou évitent le marché | 1/2 |
| | | % de commerçants ayant observé ou entendu parler d'incidents de protection sur le marché (sur les personnes) | 1/4 |
| | | % de commerçants ayant observé des incidents de protection sur le marché (sur les biens) | 1/4 |
| Accessibilité des routes jusqu'aux marchés | 15% | % de commerçants ayant observé des incidents de protection sur les routes desservant le marché (sur les personnes) | 1/4 |
| | | % de commerçants ayant observé des incidents de protection sur les routes desservant le marché (sur les biens) | 1/4 |
| | | % de commerçants qui considèrent les routes desservant le marché comme dangereuses | 1/4 |
| | | % de commerçants qui considèrent les routes desservant le marché comme difficilement praticables | 1/4 |
| Resilience des circuits d'approvisionnement | 20% | Nombre de produits dont la différence entre la durée des stocks médiane sur le marché et le temps de renouvellement médian des stocks est négative | 1/3 |
| | | Nombre de produits dont la différence entre la durée des stocks médiane sur le marché et le temps de renouvellement médian des stocks est égale ou inférieure à 7 jours | |
| | | % de commerçants déclarant rencontrer des difficultés pour maintenir leur commerce ouvert et suffisamment stocké | 1/2 |
| | | % de commerçants s'approvisionnant auprès d'un seul fournisseur pour au moins une famille de produit vendue | 1/6 |
| Niveau des infrastructures du marché | 10% | % de commerçants acceptant d'autres modalités de paiement que l'argent liquide, le crédit informel ou le troc | 1/2 |
| | | % de commerçants disposant d'une installation de stockage verrouillée au niveau du marché | 1/4 |
| | | % de commerçants dont le commerce dispose d'un toit | 1/4 |

PRIX MÉDIANS DES BIENS NON ALIMENTAIRES SUIVIS PAR MARCHÉ ET LEUR ÉVOLUTION (%) ENTRE OCTOBRE ET DÉCEMBRE

Pour chaque marché, le prix médian pour chaque produit a été obtenu à partir des prix relevés auprès des commerçants. Les prix médians régionaux et nationaux des produits sont eux calculés sur la base des prix médians des produits calculés au niveau des différentes localités et non sur la base de l'ensemble des prix afin que les marchés sur lesquels un plus grand nombre de prix auraient pu être relevés ne biaisent pas les résultats.

| | Abris | | | | | Cuisine | | | | Hygiène | | Vêtements | | | Eclairage | | Médicaments | | Papeterie | | Combustibles | | |
|------------------------------------|---------------|--------|--------------|------------------|-------------|-------------|----------|-------|--------|---------|------------------------|-----------|----------|--------|-----------------|---------------|----------------|-------------|-----------|----------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | Moustiquaires | Baches | Nattes palme | Nattes plastique | Couvertures | Bouilloires | Marmites | Seaux | Bidons | Savons | Serviettes hygiéniques | Pagne | T-shirts | Slips | Lampes solaires | Lampes torche | Anti-paludéens | Paracétamol | Cahier | Ardoises | Charbon de bois | Charbon minéral | Bois de chauffe |
| National | 1438 | 8750 | 2750 | 4250 | 2500 | 750 | 4000 | 1750 | 1375 | 300 | 700 | 5500 | 1500 | 550 | 2000 | 1500 | 375 | 160 | 150 | 400 | 5750 | NA | 40000 |
| | ● -12% | ● 9% | ● NA | ● 6% | ● 25% | ● 58% | ● -6% | ● NA | ● NA | ● -14% | ● 8% | ● 57% | ● -40% | ● 63% | ● 0% | ● NA | ● -25% | ● -60% | ● -73% | ● NA | ● 44% | ● NA | ● 7% |
| Région de Niamey | 1375 | 5275 | 3750 | 4500 | 2500 | 800 | 3125 | 1650 | 1125 | 300 | 500 | 7125 | 2625 | 975 | 3250 | 7000 | 910 | 705 | 150 | 369 | 7625 | NA | 36000 |
| | ● -15% | ● NA | ● NA | ● -3% | ● 5% | ● 113% | ● -18% | ● NA | ● NA | ● -20% | ● -9% | ● -19% | ● 11% | ● 8% | ● 30% | ● NA | ● -9% | ● 76% | ● -83% | ● NA | ● 17% | ● NA | ● 3% |
| Marché de Katakou | NA | 4800 | 3750 | 4500 | 2500 | 600 | 3500 | 1550 | 1250 | 300 | 500 | 7000 | 2500 | 950 | 3500 | 12000 | 420 | 160 | 150 | 238 | 7500 | NA | NA |
| | ● NA | ● 6% | ● NA | ● -29% | ● 5% | ● -13% | ● -20% | ● NA | ● NA | ● -19% | ● -18% | ● 28% | ● -38% | ● -9% | ● 74% | ● NA | ● -32% | ● -54% | ● -77% | ● NA | ● -20% | ● NA | ● NA |
| Marché de Harobanda | 1375 | 5750 | NA | 4500 | 2500 | 1000 | 2750 | 1750 | 1000 | 300 | 500 | 7250 | 2750 | 1000 | 3000 | 2000 | 1400 | 1250 | 150 | 500 | 7750 | NA | 36000 |
| | ● -15% | ● 130% | ● NA | ● 38% | ● -9% | ● 122% | ● -18% | ● NA | ● NA | ● -14% | ● -9% | ● -3% | ● -27% | ● 11% | ● 20% | ● NA | ● 40% | ● 213% | ● -68% | ● NA | ● 19% | ● NA | ● 3% |
| Région de Tillabéri | 1500 | 8500 | 2750 | 4100 | 2100 | 875 | 4000 | 2000 | 1150 | 250 | 725 | 5750 | 1200 | 250 | 3375 | 4250 | 375 | 160 | 115 | 488 | 5625 | NA | 37500 |
| | ● 0% | ● 6% | ● NA | ● -29% | ● 5% | ● -13% | ● -20% | ● NA | ● NA | ● -19% | ● -18% | ● 28% | ● -38% | ● -9% | ● 74% | ● NA | ● -32% | ● -54% | ● -77% | ● NA | ● -20% | ● NA | ● NA |
| Grand marché de Tillabéri | 2000 | 8500 | NA | 4000 | 2000 | 500 | 4000 | 2000 | 1500 | 250 | 750 | 6000 | 1000 | 250 | 5000 | 1375 | 288 | 800 | 100 | 200 | 6000 | NA | NA |
| | ● 0% | ● 6% | ● NA | ● 0% | ● 0% | ● 0% | ● 14% | ● NA | ● NA | ● -7% | ● 0% | ● 0% | ● -60% | ● -17% | ● 150% | ● NA | ● NA | ● NA | ● -50% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA |
| Grand marché de Ouallam | 1500 | 9500 | 2500 | 4200 | 2200 | 2200 | 3500 | 1750 | 800 | 250 | 750 | 5500 | 1200 | 750 | 1250 | 7000 | 375 | 160 | 130 | 600 | 3000 | NA | 35000 |
| | ● 50% | ● NA | ● NA | ● -44% | ● 10% | ● 47% | ● -46% | ● NA | ● NA | ● -29% | ● -27% | ● 83% | ● -14% | ● 200% | ● -33% | ● NA | ● -25% | ● -60% | ● -74% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA |
| Grand marché de Ayerou | 1000 | NA | 3000 | 3750 | 2000 | 750 | 4500 | 2000 | NA | 400 | 700 | 4500 | 1200 | 250 | 8000 | 7000 | NA | 160 | 88 | 500 | 5500 | NA | 40000 |
| | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA |
| Grand marché de Banibangou | 1500 | 6000 | NA | 4250 | 4500 | 1000 | 4000 | 2000 | NA | 150 | 500 | 12000 | 1500 | 200 | 1750 | 1500 | 375 | 100 | 275 | 475 | 5750 | NA | NA |
| | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● 0% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -38% | ● -67% | ● -54% | ● NA | ● -18% | ● NA | ● NA |
| Région de Diffa | 1000 | 13000 | 2500 | 5000 | 4000 | 450 | 4000 | 1500 | 2000 | 450 | 1250 | 3500 | 2500 | 550 | 1500 | 1250 | 300 | 148 | 150 | 250 | 4250 | NA | 52500 |
| | ● -33% | ● 53% | ● NA | ● 122% | ● 60% | ● 29% | ● -20% | ● NA | ● NA | ● -10% | ● 456% | ● 17% | ● -38% | ● 57% | ● -25% | ● NA | ● 20% | ● -63% | ● -83% | ● NA | ● 70% | ● NA | ● 31% |
| Grand marché de Diffa | 1000 | 9000 | 2500 | 3000 | 4000 | 400 | 4000 | 1500 | 2000 | 450 | 1500 | 4250 | 1500 | 550 | 2000 | 1250 | 1125 | 148 | 125 | 250 | 8000 | NA | 50000 |
| | ● -50% | ● -40% | ● NA | ● -54% | ● NA | ● -67% | ● -33% | ● NA | ● NA | ● 80% | ● 567% | ● 55% | ● -67% | ● 69% | ● NA | ● 125% | ● -63% | ● -58% | ● NA | ● 220% | ● NA | ● 25% | |
| Grand marché de Maine Soroa | 1000 | 15000 | 5000 | 5000 | 4500 | 450 | 5000 | 2000 | 2000 | 450 | 1250 | 3500 | 2500 | 550 | 1500 | 1500 | 300 | 267 | 150 | 225 | 4250 | NA | NA |
| | ● 0% | ● 88% | ● NA | ● 122% | ● 80% | ● 38% | ● 100% | ● NA | ● NA | ● -10% | ● NA | ● 17% | ● -38% | ● 38% | ● -25% | ● NA | ● 20% | ● -5% | ● -83% | ● NA | ● 6% | ● NA | ● NA |
| Grand marché de N'guigmi | 1500 | 13000 | 2500 | 8500 | 2500 | 900 | 2000 | 1000 | NA | 500 | 250 | 3000 | 3000 | 700 | 1250 | 750 | 125 | 80 | 200 | 400 | 4000 | NA | 55000 |
| | ● 0% | ● 53% | ● NA | ● 467% | ● NA | ● 157% | ● -60% | ● NA | ● NA | ● 0% | ● NA | ● -14% | ● 50% | ● 100% | ● NA | ● NA | ● -17% | ● -80% | ● -87% | ● NA | ● 60% | ● NA | ● 120% |

PART DE COMMERÇANTS DONT LA DURÉE DES STOCKS EST INFÉRIEURE AU TEMPS DE RESTOCKAGE PAR PRODUIT ET SON ÉVOLUTION (%) ENTRE OCTOBRE ET DÉCEMBRE

Les données présentées correspondent au % de commerçants pour lesquels la durée des stocks est inférieure au temps nécessaire pour renouveler ces stocks, suggérant des difficultés d'approvisionnement ainsi que l'évolution du % de commerçant rencontrant ces difficultés d'approvisionnement

| | Abris | | | | | Cuisine | | | | Hygiène | | Vêtements | | | Eclairage | | Médicaments | | Papeterie | | Combustibles | | |
|-----------------------------|---------------|---------|--------------|------------------|-------------|-------------|----------|-------|---------|---------|------------------------|-----------|----------|---------|-----------------|---------------|----------------|-------------|-----------|----------|-----------------|-----------------|-----------------|
| | Moustiquaires | Baches | Nattes palme | Nattes plastique | Couvertures | Bouilloires | Marmites | Seaux | Bidons | Savons | Serviettes hygiéniques | Pagne | T-shirts | Slips | Lampes solaires | Lampes torche | Anti-paludéens | Paracétamol | Cahier | Ardoises | Charbon de bois | Charbon minéral | Bois de chauffe |
| National | 7% | 6% | 42% | 7% | 12% | 9% | 8% | 5% | 11% | 0% | 6% | 5% | NA | NA | 3% | 8% | 9% | 5% | NA | NA | 12% | NA | 15% |
| | ● -88% | ● -92% | ● 48% | ● NA | ● -69% | ● -64% | ● -68% | ● NA | ● NA | ● -100% | ● -54% | ● -59% | ● NA | ● NA | ● -89% | ● NA | ● 200% | ● -14% | ● NA | ● NA | ● -79% | ● NA | ● -75% |
| Région de Niamey | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 8% | NC | NC | 0% | 14% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% |
| | ● -100% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● -33% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA |
| Marché de Katakou | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 10% | NC | NC | 0% | 25% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% |
| | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA |
| Marché de Harobanda | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% |
| | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA |
| Région de Tillabéri | 6% | 15% | 29% | 5% | 11% | 4% | 10% | 0% | 7% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 5% | 11% | 0% | NC | NC | 17% | 0% | 17% |
| | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA |
| Grand marché de Tillabéri | 50% | 0% | 0% | 20% | 50% | 25% | 33% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% |
| | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% |
| Grand marché de Ouallam | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% |
| | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA |
| Grand marché de Ayerou | 0% | 100% | 100% | 0% | 0% | 0% | 25% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 20% | 100% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% |
| | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% |
| Grand marché de Banibangou | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 100% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 50% | 0% | 50% |
| | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● -100% | ● NA | ● NA | ● 50% | ● NA | ● NA | ● NA |
| Région de Diffa | 0 | 0 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | NC | NC | 0 | 0 | 0 | 0 | NC | NC | 0 | 0 | 0 |
| | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -92% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -77% | ● -73% | ● NA | ● NA | ● -63% | ● NA | ● NA |
| Grand marché de Diffa | 40% | 0% | 100% | 40% | 60% | 50% | 25% | 100% | 50% | 0% | 17% | 15% | NC | NC | 17% | 17% | 0% | 0% | NC | NC | 33% | 0% | 0% |
| | ● -47% | ● -100% | ● 0% | ● NA | ● -40% | ● -50% | ● -75% | ● NA | ● NA | ● -58% | ● -74% | ● NA | ● NA | ● -83% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -17% | ● NA | ● -100% | |
| Grand marché de Maine Soroa | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 17% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 0% |
| | ● -100% | ● -100% | ● -100% | ● NA | ● -100% | ● -100% | ● -100% | ● NA | ● -100% | ● -17% | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● -100% | |
| Grand marché de N'guigmi | 0% | 0% | 0% | 0% | 0% | 33% | 0% | 0% | 0% | 0% | 25% | 0% | NC | NC | 0% | 0% | 33% | 50% | NC | NC | 0% | 0% | 50% |
| | ● -100% | ● -100% | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● NA | ● -100% | ● NA | ● -43% |