



*REPUBLIQUE DU CAMEROUN*  
*Paix- Travail- Patrie*

-----  
*REPUBLIC OF CAMEROON*  
*Peace- Work- Fatherland*  
-----

# **TROISIEME ENQUETE CAMEROUNAISE AUPRES DES MENAGES (ECAM 3)**

## **CALCUL DES DEFLATEURS REGIONAUX: METHODOLOGIE**

Août 2007

## CONTEXTE

La troisième Enquête Camerounaise Auprès des Ménages (ECAM 3) a pour objectif principal la production des indicateurs sur les conditions de vie des populations. Ces indicateurs permettront l'évaluation de la mise en œuvre du Document de Stratégie de Réduction de la Pauvreté (DSRP) et sa révision au cours de l'année 2007. Ils permettront également d'évaluer les effets des programmes et politiques macro-économiques mis en œuvre au Cameroun au cours des six dernières années.

Parmi les objectifs spécifiques, l'étude de la pauvreté sous toutes ses formes au niveau national et régional est celui qui retient le plus notre attention. L'étude de la pauvreté monétaire prend en compte les disparités de prix au niveau national et nécessite la détermination d'un seuil de pauvreté monétaire à partir d'un panier de biens de consommation.

Un panier de biens de consommation sera suivi dans le cadre du Volet Prix de l'ECAM 3. Ce volet a pour objectif global la détermination de la ligne de pauvreté et le calcul des déflateurs régionaux. A cet effet, les relevés des prix seront effectués pour le calcul des indices régionaux qui permettront de trouver des déflateurs régionaux afin de rendre comparables les dépenses de consommation finale des différentes strates à celles de la ville de Yaoundé prise comme strate de base. Les résultats seront utilisés plus tard pour intégrer les disparités régionales des prix dans les analyses qui seront menées à partir des résultats de l'ECAM 3.

La méthodologie ci-dessous est en partie adaptée de la méthodologie de l'indice harmonisé des prix des Etats membres de la CEMAC produit à l'INS.

## TABLE DES MATIERES

CONTEXTE .....	2
TERMINOLOGIE .....	4
NOMENCLATURE PRINCIPALE DE CONSOMMATION .....	5
CHAMP DE L'INDICE ET DUREE DE LA COLLECTE .....	7
POPULATION DE REFERENCE.....	7
LE PANIER : DETERMINATION DES VARIETES .....	8
TYPE DE VARIETE.....	9
LES POINTS D'OBSERVATION .....	10
LE PANIER : NOMBRE ET FREQUENCE DES OBSERVATIONS.....	12
OBSERVATION DES PRIX, ORGANISATION DE LA COLLECTE.....	13
SAISIE DES DONNEES ET APUREMENT .....	13
LE CONTRÔLE D'EXHAUSTIVITE ET DE COHERENCE DES PRIX .....	14
PRODUITS MANQUANTS .....	14
CALCUL DES PRIX MOYENS REGIONAUX.....	15
LES PONDERATIONS .....	17
PROCÉDURE DE CALCUL DES INDICES REGIONAUX.....	18
RELEVÉ POUR LES UNITES NON STANDARDS .....	20
ANNEXE : PANIER FINAL ET CODE DES VARIÉTÉS .....	21

# TERMINOLOGIE

## NOMENCLATURE

Les biens et services retenus pour l'élaboration des indices des prix régionaux sont classés à l'aide d'une nomenclature de consommation dérivée directement de la nomenclature internationale dénommée Classification of Individual Consumption by Purpose (**COICOP**), adoptée en 1999 et actuellement utilisée par le Programme de Comparaison Internationale (PCI). Cette nomenclature est structurée de façon emboîtée en **fonctions, groupes, sous-groupes, postes, variétés et séries**.

## FONCTIONS

Une fonction de consommation est constituée d'un ensemble de biens et services destinés à satisfaire le même type de besoin. La nomenclature est divisée en 12 fonctions de consommation finale des ménages ; La fonction "Alimentation et boissons non alcoolisées" par exemple permet de satisfaire le besoin nutritionnel.

## GROUPES

Chaque fonction est divisée en grands groupes de consommation. Dans la fonction "Alimentation et boissons non alcoolisées", il y a les groupes "Produits alimentaires", et "Boissons non alcoolisées".

## SOUS-GROUPES

Chaque groupe est divisé en sous-groupes de consommation. Un sous-groupe est constitué de la même famille de produits. Dans le groupe "Produits alimentaires", il y a par exemple les sous-groupes "pains et céréales", "Viandes", "Poissons et fruits de mer", etc.

## POSTES

Chaque sous-groupe est divisé en postes de consommation. Ainsi, un poste de consommation est la désignation d'un produit. Le sous-groupe "Viandes" contient les postes "Bœuf", "Porc", "Volaille", etc.

## VARIETES

Chacun des postes de consommation est suivi à partir des variétés représentant les différentes formes sous lesquelles on peut rencontrer le produit sur le marché.

Il y a deux types de variétés :

### **Les variétés homogènes**

les biens et services couverts par la définition de la variété diffèrent très peu les uns des autres : ensemble des produits non manufacturés observés sur les marchés.

Exemple : Pommes de terre, plantain vert, tomate en fruit, bois de chauffe, etc.

### **Les variétés hétérogènes**

les biens et services couverts par la définition de la variété diffèrent sensiblement ou sont disparates. Ce sont généralement des biens manufacturés et les services.

Exemple : sucre en morceaux, bière industrielle, pantalon homme, etc.

## SERIES

Chaque variété qui est observée donne lieu à la création de séries.

Pour une variété donnée, une série est définie par le triplet (**variété, marque, point de vente**).

## RELEVES

Pour un mois donné, chaque série définie donne lieu à un ou plusieurs relevés.

## NOMENCLATURE PRINCIPALE DE CONSOMMATION

## **DEFINITION**

La nomenclature de consommation adoptée pour la construction des indices régionaux dérive de l'actuelle nomenclature internationale **COICOP** (Classification Of Individual Consumption by Purpose) de 1999.

Elle décompose la consommation finale des ménages en

### **12 FONCTIONS :**

- 1.** Produits alimentaires, boissons non alcoolisées ;
- 2.** boissons alcoolisées, tabac et stupéfiants ;
- 3.** Articles d'habillement et articles chaussants ;
- 4.** Logement, eau, électricité, gaz et autres combustibles ;
- 5.** Ameublement, équipement ménager et entretien courant de la maison ;
- 6.** Santé ;
- 7.** Transports ;
- 8.** communications ;
- 9.** Loisirs, spectacles et culture ;
- 10.** Enseignement ;
- 11.** Hôtels, cafés, restaurants ;
- 12.** Autres biens et services.

La nomenclature **COICOP** comprend :

- 46.** groupes de consommation,
- 102.** sous-groupes de consommation.

**Les intitulés et les codes seront conformes à la nomenclature des dépenses utilisée pour la collecte des données sur la consommation finale des ménages.**

## CHAMP DE L'INDICE ET DUREE DE LA COLLECTE

### DEFINITION

Le champ théorique de l'indice des prix est constitué par la **consommation finale des ménages "au sens des comptes nationaux"**.

### EXCLUSION

Sont exclues du champ théorique de l'indice les dépenses suivantes :

- les opérations d'investissement (achats de logements) ;
- les opérations financières ;
- les opérations d'épargne ;
- les impôts directs, les cotisations sociales, les intérêts versés, les dons ou pensions versés à d'autres ménages.

Sont exclus en raison de conventions internationales :

- les achats de biens d'occasion ;
- l'autoconsommation des ménages (produits alimentaires, services de logement).

### DEFAUTS DE COUVERTURE

En raison de leur faible poids dans la consommation des ménages et à cause des difficultés de suivi des prix des biens et services, les biens et services suivants sont exclus du champ:

- les services d'assurance-maladie et d'assurance-accident ;
- les services subsidiaires de l'éducation (cantine, hébergement, etc.) ;
- les services d'action sociale ;
- certains services relatifs au logement (assainissement, assurances) ;
- certains services médicaux ;
- certains biens pour les loisirs et la culture (matériel de traitement de l'information, horticulture et animaux d'agrément).

### DUREE DE LA COLLECTE

La durée des opérations de collecte est de trois mois, chaque mois étant divisé en deux passages, en principe les première et troisième semaines du mois.

## POPULATION DE REFERENCE

### DEFINITION

La population de référence retenue pour l'élaboration des indices des prix régionaux en vue du calcul des déflateurs pour la consommation des ménages est constituée par les ménages résidant dans les différentes provinces. Le pays est subdivisé en dix provinces. Chaque province est supposée relativement homogène du point de vue des habitudes de consommation des ménages. L'on distinguera dans chaque province (Yaoundé et Douala exceptés) une zone urbaine et une zone rurale à l'intérieur desquelles des centres d'enquêtes seront circonscrits. Le nombre de provinces, de strates ainsi que leur définition sont ceux adoptés dans la méthodologie générale de l'ECAM 3.

## Nombre de Centres d'observation par région et par strate

Zone d'enquête	Strates							
	Grandes villes		Urbain		Semi-Urbain et Rural		Total	
	ZD	Centre d'observation	ZD	Centre	ZD	Centre	ZD	Centres
Douala	100	5			-		100	5
Yaoundé	100	5			-		100	5
Adamaoua	-	-	15	1	17	1	32	1
Centre-Ydé	-	-	15	1	31	1	46	1
Est	-	-	15	1	18	1	33	1
Extrême-Nord	-	-	36	1	54	1	90	1
Littoral-Dla	-	-	21	1	18	1	39	1
Nord	-	-	22	1	24	1	46	1
Nord-Ouest	-	-	37	1	48	1	85	1
Ouest	-	-	33	1	40	1	73	1
Sud	-	-	15	1	16	1	31	1
Sud-Ouest	-	-	36	1	31	1	67	1
Ensemble	200	10	<b>245</b>	8	297	8	742	26

## LE PANIER : DETERMINATION DES VARIETES

### DEFINITION

**La consommation des ménages faisant partie de la population de référence est décrite à l'aide de la nomenclature.**

Pour élaborer les indices spatiaux des prix des différentes zones d'enquête, il sera mis en place un panier qui est un échantillon de biens et services représentatif de la consommation des ménages pendant les mois de collecte.

### COMPOSITION

Les paniers des différentes zones d'enquêtes sont identiques jusqu'au niveau des variétés et sont décrits à l'aide de la nomenclature.

Le principe voudrait que chaque sous-groupe soit représenté par au moins une variété que l'on peut trouver quelle que soit la région considérée.

En pratique, il est difficile de faire représenter tous les sous-groupes. Il y a des sous-groupes dont toutes les variétés ne représentent qu'une infime part dans les dépenses de consommation. Le choix du panier pourra néanmoins faire représenter tous les groupes.



## MODE DE CONSTITUTION

### **Le choix des variétés est guidé par les critères suivants :**

- Chaque sous-groupe alimentaire est représenté en principe par trois variétés dont au moins une est caractérisée par sa présence dans toutes les régions et tous les milieux ;
- Chaque sous-groupe non alimentaire est représenté en principe par une variété qui vérifie la condition d'être présente dans toutes les provinces et tous les milieux ;
- La variété ne doit pas représenter une part trop faible du sous-groupe de dépense ;
- La définition de la variété doit être aussi précise que possible et stable dans le temps ;
- Les biens et services répondant à la définition de la variété doivent être en principe faciles à observer.

### **La détermination des variétés se base :**

- La détermination des variétés se base sur les résultats de l'ECAM 2 et de l'Enquête pilote et légère de l'ECAM 3. Elle sera complétée avec les résultats d'enquêtes sur les marchés et les autres points de ventes réalisées pendant les travaux préparatoires à Yaoundé et dans quelques centres semi-urbains et ruraux environnants.
- Il sera possible qu'on consulte les statistiques disponibles auprès des organismes publics et privés, et toutes informations qualitatives sur le comportement des ménages et le fonctionnement du marché pour affiner le panier.

## TYPE DE VARIETE

### DEFINITIONS

Une variété est hétérogène lorsque les produits ou les services couverts par la définition de la variété diffèrent sensiblement les uns des autres. C'est en général couvert par des produits manufacturés, peu importe le point de vente, et les services. On considère qu'un produit est manufacturé lorsque c'est un produit industriel, vendu dans un emballage industriel.

Exemple : sardine à huile, lait concentré sucré, pantalon homme, réchaud à gaz, etc.

Une variété est homogène lorsque les produits ou les services couverts par la définition de la variété diffèrent peu les uns des autres. Une variété homogène est un produit non manufacturé observé sur un marché.

Exemple : macabo, plantain vert, patate douce, tomate en fuit, etc.

Une variété est saisonnière lorsque les produits ou les services couverts par la définition présentent un caractère saisonnier marqué.

Une variété est ordinaire lorsqu'elle n'est pas saisonnière.

## CLASSEMENT DES VARIETES

Les variétés sont classées en quatre types :

Type O1 : variété homogène vendue en unité standard

Type O2 : variété homogène vendue en unité non standard identique sur un marché donné

Type O3 : variété homogène vendue en unité non standard différente d'un vendeur à l'autre sur un même marché

Type HE : variété hétérogène

Les variétés homogènes peuvent être:

ordinaire

saisonnière.

## UTILISATION DU CLASSEMENT

Le classement de la variété selon le type influe sur la méthode de collecte et sur le mode de calcul des prix moyens mensuels.

## LES POINTS D'OBSERVATION

### TYPLOGIE

Il existe deux grandes classes de points d'observation :

- **Commerçants et autres vendeurs** (points de vente)
- **Documents administratifs, documents tarifaires**  
(électricité, eau, téléphone, carburant, transports publics, etc.)

Pour l'élaboration des indices régionaux, la typologie et la codification des points de vente sont les suivantes :

- 01** Supermarchés/Grands magasins
- 02** Magasins spécialisés indépendants
- 03** Epicerie /boutiques/échoppes
- 04** Marchés
- 05** Hôtels, restaurants, bars, cafés-restaurants
- 06** Prestataires de services individuels
- 07** Prestataires de services publics
- 08** Secteur transports
- 09** Cliniques, laboratoires médicaux et écoles

## DEFINITIONS DE QUELQUES POINTS D'OBSERVATION

- \* Les **supers marchés et les grands magasins** ont en commun:
  - Une grande surface commerciale.
  - La possibilité pour les clients de circuler librement dans les rayons.
  - Le libre service.
  - Une gamme très variée de produits vendus.

Les supers marchés se distinguent par:

  - Une prédominance des produits alimentaires et de produits d'entretien de maison.
  - Un rayon spécialisé pour la boucherie, la charcuterie et les produits surgelés.
  - Un rayon pour l'habillement.
- \* Les **magasins spécialisés indépendants**: Bijouteries, pharmacies, magasins de chaussures, concessionnaires automobiles, prêt-à-porter etc.
- \* Les **marchés** peuvent être quotidiens ou hebdomadaires, ce peut être des marchés de nuit. **En milieu rural en particulier, nous considérerons tous les marchés d'un arrondissement comme un seul marché.**
- \* **Les points de prestation de services individuels**: Salons de coiffure, cordonnerie, pressing, salles de spectacles, stations service, cliniques, etc.
- \* **Les points de prestation de services publics**: AESSONEL, SNEC, CAMPOST, Mairie etc.
- \* **Epiceries** : petits magasins d'alimentation générale gérés en famille, boutique vendant tout, kiosques etc.
- \* **Secteur transports** : Agences ou société de transports de personnes (CAMAIR, CAMRAIL GARANTI EXPRESS etc.), taximen, cars et autocars etc.

## POINTS DE VENTE

Un **point de vente** peut renfermer un ou plusieurs points d'observation. Un **point d'observation** est un endroit précis où un prix est effectivement relevé. La frontière n'est pas très nette entre un point de vente et un point d'observation, les deux étant souvent confondus. Ainsi par exemple:

A l'intérieur d'un marché (qui est un point de vente) :

- Une boutique dans laquelle on relève les prix des produits est un point d'observation.
- Une vendeuse auprès de qui on achète des produits est aussi un point d'observation.

Mais un magasin comme SCORE (qui est un point de vente) est aussi un point d'observation. Il en est de même pour un salon de coiffure, un hôtel, une clinique, un garage de réparation automobile etc.

Un point d'observation à retenir doit remplir les critères suivants:

- vendre des biens ou services du panier ;
- être facilement accessible ;
- être présumé stable dans le temps.

## ECHANTILLONNAGE DES POINTS DE VENTE

L'échantillonnage des points de vente n'est pas aléatoire.

Le choix des lieux d'enquête est raisonné : les points de vente sont retenus afin que les différents types soient représentés. Il faut aussi tenir compte de l'implantation géographique et de l'importance présumée de la fréquentation des consommateurs.

## LE PANIER : NOMBRE ET FREQUENCE DES OBSERVATIONS

### NOMBRE

Le nombre de relevés de prix des biens et services figurant dans le panier dépend du type de produit et du type de point de vente dans lequel s'effectue l'observation :

#### **Marchés (y compris les marchés périodiques) :**

- Pour les produits non manufacturés, 4 relevés seront effectués mensuellement par produit, à raison de 2 relevés par passage.
- Pour les produits manufacturés, on effectue 8 relevés par mois, en deux passages, dont 2 dans les marchés et 2 en dehors pour chaque passage.

#### **Supermarchés / Grands magasins / Epicerie / Boutiques / Echoppes/Autres commerces modernes / Marchés / / Hôtels-café-restaurants / Prestataires de services privés**

Pour un produit donné, 8 relevés sont effectués chaque mois, répartis sur l'ensemble des points de vente du centre d'observation.

#### **Prestataires de services publics / Secteur transport / Cliniques - laboratoires – hôpitaux - écoles**

Les prix de certains biens sont observés à partir de documents administratifs ou tarifaires, ou après consultation des organismes compétents (électricité, eau, téléphone, carburant, transport public, services domestiques, etc.).

Les prix sont relevés lors de chaque modification.

### FREQUENCE

L'observation du prix d'un bien donné, dans un point de vente donné, est effectuée à des dates identiques, chaque mois.

**Pour les biens et services à plus d'un relevé mensuel**, les relevés ont lieu la première et la troisième semaine du mois.

(voir plus loin le tableau sur les méthodes d'observation)

## OBSERVATION DES PRIX, ORGANISATION DE LA COLLECTE

### MARCHES

Les prix des produits vendus sur les marchés sont obtenus auprès des **vendeurs**.

- **Produits vendus en unités standards** (Kg, litre, mètre, etc.) : les relevés sont les prix pratiqués.
- **Produits vendus en unités non standards** (morceau, tas, boule, bol, paquet, sachet, assiette, panier, mesurette, bidon, bouteille, filet, sac, etc.) :

- si sur le marché suivi, les vendeurs n'utilisent pas tous une unité de vente identique, le produit est acheté chez tous les vendeurs échantillons à chaque passage, pour être pesé au bureau.

- si sur le marché suivi, les vendeurs utilisent une unité de vente identique, les prix sont relevés auprès de tous les vendeurs échantillons, mais le produit n'est acheté qu'une fois par mois pour être pesé en bureau.

En milieu rural, on considèrera tous les marchés d'un arrondissement comme un seul marché.

### MAGASINS ET/OU BOUTIQUES/ECHOPPES/EPICERIES

- Le prix du produit observé est affiché : les prix relevés sont les prix affichés.
- Le prix du produit observé n'est pas affiché : les prix relevés sont les prix obtenus auprès du vendeur.

### TARIFS

Les tarifs sont relevés auprès des organismes compétents (services des eaux, de l'électricité, du téléphone ; transports publics, carburants, journaux, services domestiques, etc.). Les tarifs sont relevés lors de chaque modification. La date précise de la modification est relevée, afin d'en tenir compte dans le calcul de l'indice.

## SAISIE DES DONNEES ET APUREMENT

### MASQUE DE SAISIE

Le masque de saisie des données collectées sera conçu dans le tableur Excel. Ce masque intégrera les tests d'exhaustivité et de cohérence ainsi que les procédures de gestion des données manquantes.

# LE CONTRÔLE D'EXHAUSTIVITE ET DE COHERENCE DES PRIX

## OBJET

Le contrôle d'exhaustivité vise à vérifier l'existence d'un prix pour toutes les variétés du panier à chaque passage.

Le contrôle de cohérence a pour but :

- de repérer l'ensemble des données aberrantes suites à une mauvaise collecte des données ou à une mauvaise saisie des données,
- de procéder à un traitement spécifique des données aberrantes.

## MISE EN OEUVRE

Les contrôles de cohérence à mettre en œuvre consisteront à :

- 1) élaborer des fourchettes de prix pour chaque type de variété et à vérifier un prix chaque fois qu'il sera hors fourchette ;
- 2) définir un seuil du coefficient de variation à partir duquel l'on devra vérifier et détecter éventuellement les prix aberrants dans la série des prix relevés ou des prix moyens calculés.

Ces contrôles seront réalisés à chaque passage, chaque mois, et pour l'ensemble de la période :

- entre les prix d'une même variété à l'intérieur d'un même centre;
- entre les prix moyens d'une même variété à l'intérieur d'une même région et par milieu;
- entre les prix moyens d'une même variété pour l'ensemble du pays et par milieu.

Sur le plan temporel, l'on vérifiera la cohérence des prix moyens d'une variété d'un mois à l'autre et à l'intérieur d'un même centre.

## CHOIX DE LA MÉTHODE

**Le Chef du Service Provincial ou le superviseur régional du Volet Prix est responsable du choix de la méthode au vu de la qualité des données à utiliser pour les estimations.**

## PRODUITS MANQUANTS

### DÉFINITION

**Un produit est considéré comme manquant dans un point de vente donné dans les deux cas suivants:**

- Il y a abandon définitif de la vente de ce produit.
- Il y a une rupture temporaire du stock du produit.

## PRINCIPE

Un produit ne sera considéré comme manquant dans une région que lorsqu'il aura disparu dans tous les centres d'observation de cette région pendant toute la durée de l'enquête.

Le nombre de séries pour un bien doit en principe être rigoureusement constant dans le temps pour le calcul des indices de prix:

- Si le prix d'une variété n'a pas pu être relevé dans tous les centres d'une région, le prix moyen à considérer pour la région est la moyenne des prix relevés dans le centre le plus proche où le produit a été trouvé.
- Le prix de base sera un prix réellement observé et non un prix estimé.

## RÈGLE

- **Abandon de la fabrication ou de la vente d'un produit de façon définitive:**
  - L'enquêteur signale la disparition du produit au superviseur.
  - Le superviseur décide du choix de la méthode de traitement la plus adaptée à la situation.
- **Rupture temporaire de stock.**
  - L'enquêteur n'inscrit aucun prix sur sa fiche de relevés.
  - Au niveau du calcul, le prix du passage précédent est maintenu.

## CALCUL DES PRIX MOYENS REGIONAUX

### A) PRODUITS DONT LES PRIX SONT PRESQUE UNIFORMES

A l'intérieur de cette catégorie, figurent

- a) les produits dont les prix sont homologués, c'est à dire imposés par l'Etat ou fixé par des monopoles (timbres poste, essence, services des chemins de fer, etc.).

Pour ces produits, on procèdera à un seul relevé des prix qui tient lieu de prix moyen régional.

- b) Les produits dont les prix ne sont pas homologués mais qui se situent dans un intervalle d'amplitude très faible.

Les responsables des Services provinciaux indiqueront s'ils le peuvent à partir des connaissances éventuelles qu'ils ont de la dispersion de certains prix dans le pays pour les produits qui entrent dans cette catégorie.

La procédure de calcul des prix moyens mensuels se présente comme suit :

- Le prix moyen d'un centre d'enquête est la moyenne arithmétique simple des prix qui y sont observés.
- Le prix moyen d'un milieu dans une zone d'enquête (province) est la moyenne arithmétique simple des prix moyens des centres choisis dans cette zone.
- Le prix moyen d'une zone d'enquête est la demi somme des prix moyens des trois milieux (urbain, semi-urbain et rurale) qui la composent.

## B) PRODUITS DONT LES PRIX SONT TRES VARIABLES

### a) Produits alimentaires

On suppose pour les produits alimentaires, que la consommation individuelle est pratiquement uniforme dans une zone. Cela autorise à calculer pour chaque zone, un prix arithmétique non pondéré des centres qui la composent.

Une zone d'enquête étant subdivisée en trois milieux, l'une rurale et l'autre urbaine, on prendra en toute simplicité (prudence<sup>1</sup> oblige !) la moyenne arithmétique simple des prix moyens des trois milieux comme prix moyen de la zone. Il est évident que si l'on n'y identifie qu'un milieu (Douala/Yaoundé), le prix moyen du milieu est pris comme moyenne de la zone.

Le prix moyen de la zone d'un produit est la moyenne arithmétique simple des prix moyens des zones qui la composent.

*NB: L'on aurait pu estimer des indicateurs de consommation régionale à partir de données de population et des réponses à la question suivante :*

*Est-ce que le consommateur moyen de telle région utilise tel produit :*

- a) très fréquemment .... c'est -à-dire environ 14 fois par semaine ?
- b) fréquemment .....c'est-à-dire environ 7 fois par semaine ?
- c) assez souvent ..... c'est-à-dire environ 3 fois par semaine ?
- d) de temps en temps, c'est-à-dire environ 1 fois par semaine ?

*On assimile chaque fréquence hebdomadaire à une quantité que l'on multiplie par la population de la zone pour avoir l'indicateur du niveau de consommation. Cet indicateur divisé par la somme des indicateurs de toute la région est donc le poids à affecter au prix moyen de la zone considérée dans le calcul du prix moyen régional.*

Si des coefficients de pondération tirés d'enquêtes récentes (légères ou lourdes) sur la consommation des ménages sont disponibles, ils seront utilisés pour le calcul des prix moyens régionaux.

### b) Autres produits

Pour les autres produits, s'il n'y a pas de coefficients de pondération fiables, on procèdera comme suit :

- calcul du prix moyen de la strate, moyenne arithmétique, non pondérée ; à partir des prix moyens éventuellement calculés pour les centres de cette zone ;
- calcul du prix moyen régional, moyenne arithmétique, non pondérée, à partir des prix moyens des zones de cette région.

Le tableau ci-dessous récapitule l'ensemble des procédures qui seront utilisées :

Produits dont.....	...les prix sont presque uniformes		...les prix sont très variables	
	homologués	Non homologués	Produits alimentaires	Autres produits
1. Relevés individuels Centres	-	MAS (1)	MAS	MAS
2. Centres Zones	-	MAS	MAS	MAS
3. Zones Régions	PU (2)	MAS	MAS	MAS

(1) MAS = Moyenne arithmétique (non pondérée)  
(2) PU = L'unique prix relevé tient lieu de prix moyen de la zone et de prix moyen régional

<sup>1</sup> En moyenne l'estimation de la moyenne de deux prix (zones urbaine et rurale) est moins biaisée lorsqu'on préfère la non pondération aux pondérations tirées des données de population.



## **C) PRODUITS SAISONNIERS ET PRIX MOYENS ANNUELS**

Pour ce groupe de produits, l'on pourra si possible, calculer les indices temporels (indices de saisonnalité) pour tenir compte des variations saisonnières dans le calcul des prix moyens régionaux.

## **LES PONDERATIONS**

### **PONDERATIONS DES FONCTIONS, GROUPES ET SOUS- GROUPES**

Les pondérations sont dérivées des coefficients budgétaires. On appelle coefficient budgétaire de l'article i la part de la dépense totale de consommation finale du ménage consacrée à cet article. Ces coefficients budgétaires représentent l'importance des différents articles dans le budget des dépenses de consommation finale des ménages. Ceux-ci proviennent de l'exploitation du volet enquête de l'ECAM III sur la consommation finale des ménages.

### **PONDERATIONS DES VARIETES**

La pondération d'un sous groupe étant estimée, il convient alors de déterminer la répartition de ce poids entre les différentes variétés choisies pour représenter ce sous groupe :

- S'il existe des sources de données quantitatives ou qualitatives disponibles (enquêtes sur les dépenses des ménages, statistiques douanières, statistiques agricoles, statistiques industrielles, données provenant des opérateurs économiques), alors la répartition du poids du poste est effectuée en tenant compte de ces données.
- Si aucune source fiable n'existe, alors le poids du sous-groupe est réparti uniformément entre chacune des variétés choisies pour le représenter.

## PROCÉDURE DE CALCUL DES INDICES REGIONAUX

### PROCÉDURE

La formule de calcul des indices des prix régionaux est celle de Fischer qui est une moyenne géométrique des indices de Laspeyres et de Paasche :

$$\text{Fischer} = \sqrt{\text{Laspeyres} \times \text{Paasche}}.$$

L'indice des prix a pour objectif de déterminer la part de la variation d'une valeur agrégée  $V = \sum p_i q_i$  où  $p_i$  désigne le prix du bien ou service  $i$  et  $q_i$  la quantité consommée, entre une situation de référence (il peut s'agir d'une période ou d'un espace géographique)  $s$ , et une situation  $t$  imputable à la variation des prix des articles qui la composent. Le panier des biens ou services  $q_i$  est le même pour toutes les régions et tous les milieux alors que les pondérations qui respectent la structure moyenne de consommation des ménages dans chaque région et chaque milieu diffèrent.

Dans l'indice de Laspeyres, les pondérations sont celles de la situation de référence  $s$ , ce qui consiste dans le cas d'un indice régional à valoriser le panier dans la région de référence par les prix de la région  $t$ . Si la région de référence est la ville de Yaoundé par exemple, l'indice de Laspeyres de la région  $t$  mesure le changement de cette valeur du panier commun de biens et services qui est imputable au prix lorsqu'un ménage de Yaoundé se trouve dans la région  $t$  et consomme ces biens et services dans les mêmes proportions que lorsqu'il se trouve à Yaoundé.

L'indice de Laspeyres est:

$$L_{t/s} = 100 \times \frac{\sum_{i=1}^n p_{it} q_{is}}{\sum_{i=1}^n p_{is} q_{is}} = 100 \times \sum_{i=1}^n w_{is} \frac{p_{it}}{p_{is}}$$

avec  $w_{is} = \frac{p_{is} q_{is}}{\sum_{i=1}^n p_{is} q_{is}}$  : Part de la dépense totale consacrée à l'article  $i$  dans la région de référence  $s$ ;

$n$  est le nombre de biens et services du panier commun, il est de \_\_\_\_\_ exactement;

$p_{is}$  : Prix du bien  $i$  dans la région de référence  $s$ ;

$p_{it}$  : Prix du bien  $i$  dans la région  $t$ ;

$q_{is}$  : Quantité échangée du bien  $i$  dans la région de référence  $s$ .

Dans l'indice de Paasche par contre, les pondérations sont celles de la situation  $t$ , ce qui consiste dans le cas d'un indice régional à valoriser les quantités de la région  $t$  par les prix de la région de référence. Si la région de référence est la ville de Yaoundé par exemple, l'indice de Paasche de la région  $t$  mesure le changement de la valeur du panier commun de biens et services qui est imputable au prix lorsqu'un ménage de cette région se trouve à Yaoundé et consomme ces biens et services dans les mêmes proportions que lorsqu'il se trouve dans la région  $t$ .

$$\text{L'indice de Paasche est: } P_{t/s} = 100 \times \frac{\sum_{i=1}^n p_{it} q_{it}}{\sum_{i=1}^n p_{is} q_{it}} = 100 \times \frac{1}{\sum_{i=1}^n w_{it} \frac{p_{is}}{p_{it}}}$$

avec  $w_{it} = \frac{p_{it} q_{it}}{\sum_{i=1}^n p_{it} q_{it}}$  : Part de la dépense totale consacrée à l'article  $i$  dans la région  $t$ ;

n est le nombre de biens et services du panier commun, il est de 170 environ;

$p_{is}$  : Prix du bien i dans la région de référence s;

$p_{it}$  : Prix du bien i dans la région t;

$q_{is}$  : Quantité échangée du bien i dans la région de référence s;

$q_{it}$  : Quantité échangée du bien i dans la région t.

Deux procédés ont été mis en œuvre pour le calcul des indices régionaux.

Procédure 1: L'on calcule directement tous les indices régionaux à partir de la maquette de calcul élaborée sur Excel.

Procédure 2: L'on calcule seulement les indices des milieux urbain et rural de chaque région à partir de la maquette de calcul élaborée sur Excel et l'on déduit celui de la région des égalités théoriques suivantes (par fonction de consommation) quel que soit le type d'indice :

$$CFTvo = CFvo^r + CFvo^u \quad (1)$$

$$CFTva = I \times CFTvo \Rightarrow CFTvo = CFTva / I$$

$$CFTva^r = I^r \times CFvo^r \Rightarrow CFvo^r = CFTva^r / I^r \quad (2)$$

$$CFTva^u = I^u \times CFvo^u \Rightarrow CFvo^u = CFTva^u / I^u$$

$$(1) \text{ et } (2) \text{ permettent d'écrire : } CFTva / I = CFva^r / I^r + CFva^u / I^u$$

$$\text{soit } CFTva = I \times [CFva^r / I^r + CFva^u / I^u]$$

$$\text{d'où } I = CFTva / [CFva^r / I^r + CFva^u / I^u]$$

où :

CFTva: Consommation finale totale en valeur de la région R

CFTvo: Consommation finale totale en volume de la région R

I : indice des prix de la région R

$CFva^r$  : Consommation finale du milieu rural de la région R en valeur

$CFvo^r$  : Consommation finale du milieu rural de la région R en volume

$I^r$  : indice des prix du milieu rural de la région R

$CFva^u$  : Consommation finale en valeur du milieu urbain de la région R

$CFvo^u$  : Consommation finale en volume du milieu urbain de la région R

$I^u$  : indice des prix du milieu urbain de la région R

*Ces deux procédures donnent des résultats proches. Les résultats publiés sont ceux obtenus avec la deuxième procédure.*

Lorsque l'indice de Fischer d'une région donnée est inférieur à 100, cela signifie que le coût du panier commun de biens et services est en moyenne plus élevé dans la région de référence que dans cette région et le contraire sinon.

Tous les indices de la région de base sont égaux à 100.

L'indice régional est un indice de Paasche avec les prix moyens sur trois mois de la capitale comme prix de base. Les pondérations sont les coefficients budgétaires des sous-groupes.

## RELEVÉ POUR LES UNITÉS NON STANDARDS

La raison d'être de ce sous volet est de rendre comparable les unités non standard susceptibles d'être déclarées par les ménages pour les différents produits consommés. En fait, la consommation est évaluée à partir des dépenses de consommation et/ou des produits autoconsommés par les ménages qui, au cours de la collecte des données, ne déclarent pas toujours les quantités de produit consommées avec des unités standard.

Les relevés des prix unitaires sur les marchés permettent d'obtenir les prix unitaires tels qu'ils se présentent sur les marchés.

Le relevé pour les unités non standards a pour principal objectif de dériver les prix moyens des unités standards que sont le kilo/gramme et le centi/litre à partir des déclarations d'achats ou d'autoconsommation de produits alimentaire des ménages dans une localité/région. Il vise à répondre aux types de questions suivantes :

- i) Combien pèse en moyenne et en gramme, un seau de 5 l de pomme de terre, de macabo, d'igname, vendus dans une localité/région?
- ii) Combien mesure en moyenne et en centilitre, un verre, un sachet d'huile de palme vendus dans une localité/région?
- iii) Combien pèse en moyenne et en gramme, un tas de patate, de manioc, un régime de banane vendus dans une localité/région?
- iv) Etc.

Cette conversion permet de dériver les prix unitaires moyens d'une localité/région à partir des achats et/ou de l'autoconsommation déclarés des ménages en ce qui concerne les produits alimentaires.

Le matériel de mesure comprend la balance, le peson et le verre gradué ou mesurette.

En tant qu'un sous volet du volet prix, une bonne partie des données proviendra du volet principal. Pendant les achats des produits dans le cadre du volet principal, il sera demandé aux agents de diversifier au maximum les unités d'achats. Ainsi, ces achats permettront de remplir les fiches du volet principal et une partie des fiches de ce sous volet. Les achats complémentaires seront faits par une équipe tournante pour compléter les fiches de ce sous volet.

Cette opération qui n'est pas répétitive et sera effectuée par une équipe tournante tout au long de la période d'enquête. Munie d'instruments de mesure appropriée : peson, balance, mesurette, etc., elle sillonne les régions les unes après les autres. Les relevés seront réalisés tout au long des routes, dans les marchés ou tout autre point de vente.

## ANNEXE : PANIER FINAL ET CODE DES VARIÉTÉS

Codes ECAM3	VARIETES	Codes des variétés
01 1 1 1 1 1	Maïs sec en gains vendus en boîte ou en tasse	01 1 1 1 1 1 1
01 1 1 1 1 2	Maïs en épi frais vendus en tas sans épiluchure	01 1 1 1 1 2 1
01 1 1 1 1 3	Mil blanc en grain entier IOLORI,vv	01 1 1 1 1 3 1
01 1 1 1 1 5	Riz ordinaire importé longs grains 15 à 25% de brisures, vendu au kg ou en boîte	01 1 1 1 1 5 1
01 1 1 1 2 1	Farine de maïs, vendue en vrac ou en tasse	01 1 1 1 2 1 1
01 1 1 1 2 3	Farine de blé ordinaire vendue au kg	01 1 1 1 2 3 1
01 1 1 1 2 5	Farine de mil, vendue en vrac ou en tasse	01 1 1 1 2 5 1
01 1 1 1 3 2	Spaghettis, préemballé, paquet de 250g	01 1 1 1 3 2 1
01 1 1 1 4 1	Pain artisanal (Kumba bread), vendu à l'unité	01 1 1 1 4 1 1
01 1 1 1 4 2	Pain ordinaire, type courant, vendu à l'unité	01 1 1 1 4 2 1
01 1 1 1 5 1	Biscuit ordinaire football, vendu à l'unité	01 1 1 1 5 1 1
01 1 1 1 5 3	Croissant, vendu à l'unité	01 1 1 1 5 3 1
01 1 1 1 5 4	Beignets de farine de blé cuits à l'huile de façon artisanale, vendu en vrac	01 1 1 1 5 4 1
01 1 1 1 5 5	Beignets de farine de maïs cuits à l'huile, vendus en vrac	01 1 1 1 5 5 1
01 1 1 2 1 1	Viande de bœuf sans os, vendue au kg ou au tas	01 1 1 2 1 1 1
01 1 1 2 1 2	Viande de bœuf avec os, vendue au kg ou au tas	01 1 1 2 1 2 1
01 1 1 2 2 3	Viande de mouton, vendue au kg ou au tas	01 1 1 2 2 3 1
01 1 1 2 2 3	Viande de chèvre, vendue au kg ou au tas	01 1 1 2 2 3 2
01 1 1 2 3 2	Viande de porc vendue au kg ou au tas	01 1 1 2 3 2 1
01 1 1 2 4 1	Poulet vivant, type poulet de chair, vendu à l'unité (prix au kg)	01 1 1 2 4 1 1
01 1 1 2 5 2	singe frais vendu à l'unité	01 1 1 2 5 2 1
01 1 1 2 5 2	Partie de singe fumée vendue en morceau	01 1 1 2 5 2 2
01 1 1 3 1 1	Maquereau congelé, vendu au kg 1 <sup>ère</sup> qualité	01 1 1 3 1 1 1
01 1 1 3 1 2	Bar congelé, vendu au kg 1 <sup>ère</sup> qualité	01 1 1 3 1 2 1
01 1 1 3 1 4	Poisson d'eau douce frais : poisson vipère vendu en tas,	01 1 1 3 1 4 1
01 1 1 3 1 4	Poisson d'eau douce frais : carpes fraîches vendu en tas,	01 1 1 3 1 4 2
01 1 1 3 2 1	Crabes, fraîche vendue en vrac ou au kg	01 1 1 3 2 1 1
01 1 1 3 3 1	Poisson fumé (Mbouga/Bifaca)	01 1 1 3 3 1 1
01 1 1 3 3 2	Autres poisson séché ou fumé (Carpes)	01 1 1 3 3 2 2
01 1 1 3 3 4	Petites crevettes séchées, vendues en vrac	01 1 1 3 3 4 1
01 1 1 3 3 5	Sardine à l'huile en conserve, boîte de 125g, type espagnol ou marocain	01 1 1 3 3 5 1
01 1 1 4 1 3	Lait concentré sucré, boîte de 397 g NESTLÉ ou peak mealk	01 1 1 4 1 3 1
01 1 1 4 1 6	Lait en poudre, boîte de 400 g NIDO	01 1 1 4 1 6 1
01 1 1 4 2 3	Yaourt artisanal vendu en vrac ( <b>donner le poids</b> )	01 1 1 4 2 3 1
01 1 1 4 2 4	Yaourt simple sucré, fabrication industrielle, pot de 12,5cl	01 1 1 4 2 4 1
01 1 1 4 3 1	Oeuf frais de ferme moderne, vendu à l'unité	01 1 1 4 3 1 1
01 1 1 5 1 3	Pâte d'arachide vendue en vrac ou en boule	01 1 1 5 1 3 1
01 1 1 5 2 1	Huile de palme brute rouge, vendue au litre	01 1 1 5 2 1 1
01 1 1 5 3 1	Huile de palme raffinée, bouteille de 1 litre : MAYOR	01 1 1 5 3 1 1
01 1 1 5 3 3	Huile de coton, préemballée en bouteille de 1 litre DIAMAOR	01 1 1 5 3 3 1
01 1 1 5 3 4	Huile de Soja, préemballée en bouteille de 1 litre OILIO	01 1 1 5 3 4 1
01 1 1 6 1 1	Ananas vendu à l'unité	01 1 1 6 1 1 1
01 1 1 6 1 2	Orange vendue en vrac	01 1 1 6 1 2 1
01 1 1 6 1 3	Banane douce vendue en vrac	01 1 1 6 1 3 1
01 1 1 6 1 4	Papaye vendue à l'unité	01 1 1 6 1 4 1
01 1 1 6 1 6	Avocat tendre, vendu à l'unité	01 1 1 6 1 6 1
01 1 1 6 2 5	Noix de palme vendus en vrac	01 1 1 6 2 5 1
01 1 1 7 0 0	Ail, vendu en vrac	01 1 1 7 0 0 1
01 1 1 7 0 1	Oignon local vendu en vrac	01 1 1 7 0 1 1
01 1 1 7 0 3	Gombo frais vendu en vrac	01 1 1 7 0 3 1
01 1 1 7 0 4	Tomate locale vendue en vrac	01 1 1 7 0 4 1
01 1 1 7 0 5	Tomate en conserve boîte de 70 g	01 1 1 7 0 5 1

Codes ECAM3	VARIETES	Codes des variétés
01 1 7 1 0	Feuilles de ZOM vendues en touffe	01 1 7 1 0 1
01 1 7 1 0	Feuilles de FOLON vendues en touffe	01 1 7 1 0 2
01 1 7 1 1	Feuilles de manioc vendues en touffe	01 1 7 1 1 1
01 1 7 1 2	Feuilles de ndolé (better leaves) vendu en touffe	01 1 7 1 2 1
01 1 7 1 6	Keleng keleng en feuilles, vendu en touffe	01 1 7 1 6 1
01 1 7 1 7	Okok en feuilles, vendu découpés en tas	01 1 7 1 7 1
01 1 7 1 8	Choux vert frais vendu en unité ou en tas	01 1 7 1 8 1
01 1 7 2 0	Niébé Concassé	01 1 7 2 0 1
01 1 7 2 1	Haricot sec rouge gros grains, vendu en boîte	01 1 7 2 1 1
01 1 7 2 1	Haricot sec, rouge, petits grains, vendu en boîte	01 1 7 2 1 2
01 1 7 2 4	Arachides décortiquées de type Garoua, vendues en boîte	01 1 7 2 4 1
01 1 7 2 5	Arachides fraîche, vendues à la coque en vrac	01 1 7 2 5 1
01 1 7 2 6	Grains de courge, décortiqués vendus en boîte	01 1 7 2 6 1
01 1 7 3 1	Plantain vert vendu en vrac	01 1 7 3 1 1
01 1 7 3 2	Plantain frais mûr vendu en vrac	01 1 7 3 2 1
01 1 7 3 3	Banane verte vendue en vrac	01 1 7 3 3 1
01 1 7 4 1	Pommes de terre locales, vendue en vrac	01 1 7 4 1 1
01 1 7 5 1	Patate douce locale vendue en vrac	01 1 7 5 1 1
01 1 7 6 1	Manioc frais en tubercule, vendu en vrac	01 1 7 6 1 1
01 1 7 6 2	Manioc déshydraté en cossette vendu en boîte ou en tasse	01 1 7 6 2 1
01 1 7 6 3	Farine de manioc vendue en vrac ou en tasse	01 1 7 6 3 1
01 1 7 6 4	Gari (tapioca) jaune, vendu en boîte ou en verre	01 1 7 6 4 1
01 1 7 6 5	Bibobolo, bâton de manioc, vendu à l'unité	01 1 7 6 5 1
01 1 7 7 1	Igname locale blanche ou jaune, vendue en vrac	01 1 7 7 1 1
01 1 7 8 1	Macabo ordinaire, vendu en vrac	01 1 7 8 1 1
01 1 7 8 2	Taro frais, vendu(e) en vrac,	01 1 7 8 2 1
01 1 8 1 1	Canne à sucre vendue en tige	01 1 8 1 1 1
01 1 8 1 2	Sucre raffiné local, <b>en morceaux</b> , vendu en paquet de 1kg SOSUCAM ou NOSUCAM	01 1 8 1 2 1
01 1 8 1 3	Sucre raffiné local, <b>en poudre</b> , vendu en vrac dans un sachet de 1kg SOSUCAM ou NOSUCAM	01 1 8 1 3 1
01 1 8 2 6	Chocolat au lait, plaquette de 100g, MAMBO de CHOCOCAM	01 1 8 2 6 1
01 1 9 0 0	Céleri en feuilles vendu en vrac	01 1 9 0 0 1
01 1 9 0 0	Persil frais vendu en vrac	01 1 9 0 0 2
01 1 9 0 1	Piment frais rouge ou jaune, vendu en vrac	01 1 9 0 1 1
01 1 9 0 2	Sel de cuisine ordinaire, vendu en tasse ou en boîte	01 1 9 0 2 1
01 1 9 0 3	Cube aromatique, vendu en paquet de 100 cubes HONIG Cube	01 1 9 0 3 1
01 1 9 1 1	Cérélac ou blédilac, farine de blé lactée, boîte de 400 g	01 1 9 1 1 1
01 1 9 1 1	Lait GUIGOZ, 1er âge, boîte de 450 g	01 1 9 1 1 2
01 2 1 0 1	Café moulu, non décaféiné boîte de 100g : NESCAFÉ	01 2 1 0 1 1
01 2 1 0 2	Thé local, vendu en sachet de 100g : NDUTEA ou DJUTITSATEA Bande bleu	01 2 1 0 2 1
01 2 1 0 3	Déjeuné lacté, boîte de 450g : CHOCOCAM	01 2 1 0 3 1
01 2 1 2 3	Boisson gazeuse non alcoolisé : Coca-cola ou Fanta vendu en bouteille de 65 cl	01 2 1 2 3 1
01 2 2 1 1	Fo Léré, Djindja ou sucette vendue en sachet (gr)	01 2 2 1 1 1
02 1 1 0 1	Whisky local, red label, bouteille de 75 cl : WILSON Fermancam	02 1 1 0 1 1
02 1 2 0 1	Vin rouge importé, emballage cartonné de 1litre : GANDIA	02 1 2 0 1 1
02 1 2 0 1	Vin rouge local, emballage cartonné de 1litre : VINOSSOL	02 1 2 0 1 2
02 1 2 0 1	Vin rouge, local, en bouteille de 75 cl environ, JP CHENET	02 1 2 0 1 3
02 1 2 0 3	Vin de raphia, vendu en litre	02 1 2 0 3 1
02 1 2 0 3	Vin de Palme, vendu en litre	02 1 2 0 3 2
02 1 3 0 1	Bière blonde locale bouteille de 65 cl : "33 Export"	02 1 3 0 1 1
02 1 3 0 1	Bière blonde locale bouteille de 65 cl : SATZEMBRAU	02 1 3 0 1 2
02 1 3 0 1	Bière brune locale, bouteille de 33 cl : GUINNESS	02 1 3 0 1 3
02 1 3 0 2	Vin de Bilibili, vendu en litre	02 1 3 0 2 1
02 2 0 0 1	Cigarettes locales, avec filtre, paquet de 20 cigarettes : DELTA	02 2 0 0 1 1
02 2 0 0 1	Cigarettes importées, avec filtre, paquet de 20 cigarettes : BENSON HEDGE	02 2 0 0 1 2
02 3 0 0 1	Noix de kola vendue en vrac	02 3 0 0 1 1

Codes ECAM3	VARIETES	Codes des variétés
03 1 1 0 1	Pagne national ordinaire 6 Yards, CICAM ou SUPERPRINT	03 1 1 0 1 1
03 1 1 0 1	Pagne importée, 6 yards, GUARANTEED REAL WAX	03 1 1 0 1 2
03 1 1 0 2	Tissu popeline de largeur 115 cm environ, vendu au mètre : tissu en coton unicolore	03 1 1 0 2 1
03 1 2 1 0	Gandoura et boubou, tissu coton, 2 pièces, couture local, broderie simple	03 1 2 1 0 1
03 1 2 1 2	Pantalon homme, tissu coton, couture local,	03 1 2 1 2 1
03 1 2 1 2	Pantalon homme jeans, couture local, LEVI'S	03 1 2 1 2 2
03 1 2 2 1	Slip homme, tissu coton, KAIMEI (KM)	03 1 2 2 1 1
03 1 2 2 1	Ensemble pour enfant en tergal, chemise et pantalon, couture locale, finition soignée	03 1 2 2 1 1
03 1 2 3 7	Jupes jeans, couture local, longue ou moyenne	03 1 2 3 7 1
03 1 2 4 1	Slip femme, couture locale	03 1 2 4 1 1
03 1 2 4 4	Soutien gorge, couture locale,	03 1 2 4 4 1
03 1 2 5 6	Ensemble jeans (pantalon + chemise) pour un garçon de 7 à 10 ans, tissu à prédominance coton, couture locale, bonne finition	03 1 2 5 6 1
03 1 2 5 7	Tenue scolaire pour garçon : Lycée	03 1 2 5 7 1
03 1 2 5 7	Robe scolaire pour fille : Lycée	03 1 2 5 7 2
03 1 3 0 3	Couches carrées, en tissu, 100% coton, vendues par douzaine : double épaisseur	03 1 3 0 3 1
03 1 4 1 2	Frais de couture d'un pantalon pour homme, couture simple et soignée	03 1 4 1 2 1
03 1 4 2 1	Frais de couture d'une robe type Camnago sans broderie	03 1 4 2 1 1
03 2 1 1 1	Chaussure de ville homme fermée, simple, dessus cuir dessous élastomère importée, pointue 42	03 2 1 1 1 1
03 2 1 1 5	Sandalette en plastique type sans confiance pointue 42	03 2 1 1 5 1
03 2 1 1 9	Chaussure en plastique pour homme, type BATOULA pointue 40 à 42	03 2 1 1 9 1
03 2 1 2 1	Chaussures de ville pour femme, fermée dessus cuir et dessous élastomère importées, pointue 38-40	03 2 1 2 1 1
03 2 1 2 5	Babouche pour femme, fermée dessus cuir, type chinois, pointue 38-40	03 2 1 2 5 1
03 2 1 3 2	Chaussure en plastique enfant type tapette, pointue 32.	03 2 1 3 2 1
04 1 0 0 1	Loyer d'un appartement moderne de 3 chambres, 1 salon, 1 cuisine et 2 douches	04 1 0 0 1 1
04 3 1 0 0	Ciment ordinaire type CIMENCAM (sac de 50 kg)	04 3 1 0 0 1
04 3 1 0 1	Tôle (unité) économique au 3 m	04 3 1 0 1 1
04 3 1 0 1	Clous (un kilo) de longueur 80 mm	04 3 1 0 1 9
04 4 1 0 1	Eau courante à domicile, distribuée au m3, 2ème tranche	04 4 1 0 1 1
04 5 1 0 1	Electricité à domicile, distribuée au kwh, 2ème tranche	04 5 1 0 1 1
04 5 2 0 1	Gaz domestique, butane, bouteille de 12,5kg environ, SCTM	04 5 2 0 1 1
04 5 2 0 1	Gaz domestique, butane, bouteille de 12,5kg environ, TOTAL	04 5 2 0 1 1
04 5 3 1 1	Pétrole lampant vendu au quartier, prix du litre	04 5 3 1 1 1
04 5 3 2 1	Charbon de bois de bonne qualité, vendu en tas ou seau	04 5 3 2 1 1
04 5 3 2 2	Bois de chauffage vendu en tas	04 5 3 2 2 1
05 1 1 1 1	Salon en bois de bonne qualité, simple, (1 guéridon, 1 canapé et 4 chaises) avec des mousses mobiles	05 1 1 1 1 1
05 1 1 1 4	Salle à manger en bois, compre-nant 1 table, 6 chaises simples	05 1 1 1 4 1
05 1 1 2 1	Lit en bois massif pour deux personnes, ordinaire, dimensions 140 cm x 190 cm, type socle, simple et sans coffret	05 1 1 2 1 1
05 1 1 2 6	Matelas en mousse habillée, pour lit à deux places, 15cm d'épaisseur, fabrication locale haute densité	05 1 1 2 6 1
05 2 0 0 2	Couverture 100% acrylique, 220cm x 240cm environ	05 2 0 0 2 1
05 2 0 0 2	Drap, tissu 100% coton, 2 draps et 2 taies, couture locale (200cm x 240 cm)	05 2 0 0 2 2
05 3 1 0 1	Réfrigérateur avec un compartiments de congélation, Capacité : 120-140 litres, Longueur = 60 cm : Largeur = 55 cm : Hauteur = 85 cm, Style : Une-porte,	05 3 1 0 1 1
05 3 2 0 2	Ventilateurs sur pied de hauteur 120 cm, hélice plastique de 40 cm	05 3 2 0 2 1
05 3 2 0 5	Réchaud à pétrole, à mèches, mono foyer, taille moyenne (12 mèches)	05 3 2 0 5 1
05 4 0 1 1	Assiette plate cassable de 24 cm de diamètre	05 4 0 1 1 1
05 4 0 1 1	Assiette creuse cassable, vendue par lot de trois, une grande de 20 cm de diamètre, une moyenne et une petite	05 4 0 1 1 2
05 4 0 1 3	Verre droit transparent de 25 cl vendu dans un carton de 6,	05 4 0 1 3 1
05 4 0 1 4	Gobelet en plastique de couleur unie, 30 cl environ	05 4 0 1 4 1
05 4 0 2 1	Casserole ordinaire simple avec couvercle de capacité 15 litres environ, fond rond	05 4 0 2 1 1
05 4 0 2 1	Marmite macocote de 30 cm de diamètre et de capacité 5l, en aluminium, de fabrication artisanale	05 4 0 2 1 2
05 4 0 3 1	Cuvette plastique de diamètre 50 cm environ, plasticam	05 4 0 3 1 1

Codes ECAM3	VARIETES	Codes des variétés
05   4   0   3   1   1	Seau plastique de capacité 10 litres avec manche en fer	05   4   0   3   1   2
05   5   2   0   2   1	Lampe à pétrole petit modèle, marque chinoise	05   5   2   0   2   1
05   5   2   0   3   1	Ampoule électrique ronde à baïonnettes de 60w	05   5   2   0   3   1
05   5   2   0   3   2	Tube au néon de longueur 120 cm	05   5   2   0   3   2
05   5   2   0   6   1	Machette ordinaire : marque crocodile	05   5   2   0   6   1
05   6   1   0   2   1	Savon de ménage ordinaire, 400g NOSA, TIKO, PROMO	05   6   1   0   2   1
05   6   1   0   3   1	Lessive en poudre, sachet de 35 g environ: BLUE	05   6   1   0   3   1
06   1   1   1   1   1	Flacon d'alcool de 125 ml vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   1   1   1   1
06   1   1   1   9   0	Amodiaquine + artésunate ; dose complète pour guérir une crise de paludisme, vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   1   1   9   0
06   1   1   1   9   1	Nivaquine BAYER boîte de 100 comprimés, pharmacie	06   1   1   1   9   1
06   1   1   1   9   1	Nivaquine BAYER boîte de 100 comprimés, hôpital privé ou public	06   1   1   1   9   1
06   1   1   1   9   2	Sirop BACTRIM pour enfant flacon de 100 ml, pharmacie	06   1   1   1   9   2
06   1   1   1   9   2	Sirop BACTRIM pour enfant flacon de 100 ml, vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   1   1   9   2
06   1   1   1   9   3	Sirop TERPONNE, flacon de 250ml, pharmacie	06   1   1   1   9   3
06   1   1   1   9   3	Sirop TERPONNE, flacon de 250ml, hôpital privé ou public	06   1   1   1   9   3
06   1   1   1   9   4	Boite d'efférganal à la vitamine C sans codéine pour adulte vendu en pharmacie.	06   1   1   1   9   4
06   1   1   1   9   5	Boite de plasmotrim pour adulte, vendu en pharmacie.	06   1   1   1   9   5
06   1   1   1   9   6	Metronidazole, dose complète pour éliminer les amibes chez un adulte, vendu en pharmacie	06   1   1   1   9   6
06   1   1   1   9   6	Metronidazole, dose complète pour éliminer les amibes chez un adulte, vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   1   1   9   6
06   1   1   1   9   7	VERMOX en comprimés, boîte de 6 comprimés, pharmacie	06   1   1   1   9   7
06   1   1   1   9   7	VERMOX en comprimés, boîte de 6 comprimés vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   1   1   9   7
06   1   1   1   9   8	Flacon de bétadine, 125 ml, vendu en pharmacie	06   1   1   1   9   8
06   1   1   1   9   8	Flacon de bétadine, 125 ml, vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   1   1   9   8
06   1   1   1   9   9	Plaquette de 10 comprimés de paracétamol vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   1   1   9   9
06   1   2   0   2   1	Seringues à jeter de 10 ml vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   2   0   2   1
06   1   2   0   4   1	Thermomètre à mercure, pharmacie	06   1   2   0   4   1
06   1   2   0   4   1	Thermomètre à mercure, vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   2   0   4   1
06   1   2   0   5   1	Coton stérile, qualité chirurgicale, 50 g, pharmacie	06   1   2   0   5   1
06   1   2   0   5   1	Coton stérile, qualité chirurgicale, 50 g, vendu dans un hôpital de district ou un CMA	06   1   2   0   5   1
06   2   1   0   1   1	Frais de cession pour une consultation dans un hôpital de District ou un CMA	06   2   1   0   1   1
06   2   1   0   1   2	Frais de consultation par un médecin dans un hôpital privé confessionnel	06   2   1   0   1   2
06   2   2   0   9   1	Extraction chirurgicale d'une dent dans un hôpital de district ou un CMA	06   2   2   0   9   1
06   2   3   1   2   1	Frais d'un examen de sang, pour numération et formule sanguine (NFS), dans un hôpital de district ou un CMA	06   2   3   1   2   1
06   2   3   1   4   1	Frais d'un examen de selles, pour recherche des parasites intestinaux, dans un hôpital de district ou un CMA	06   2   3   1   4   1
06   3   0   0   1   1	Nuitée d'hospitalisation dans un hôpital de district ou un CMA	06   3   0   0   1   1
06   3   0   0   1   1	Nuitée d'hospitalisation dans un hôpital privé confessionnel.	06   3   0   0   1   1
07   1   2   0   4   1	Moto NANFANG 125, 1 cylindres, 51 à 150 m3	07   1   2   0   4   1
07   2   1   0   5   1	Pneu pour moto type 275/10	07   2   1   0   5   1
07   2   2   0   1   1	Essence super vendue à la pompe	07   2   2   0   1   1
07   2   2   0   3   1	Gaz oil vendu en Station service	07   2   2   0   3   1
07   2   2   0   4   1	Huile moteur HD40, vendue en vrac dans une station service	07   2   2   0   4   1
07   2   3   0   4   1	Collage à chaud d'un trou sur un pneu de voiture	07   2   3   0   4   1
07   3   2   0   1   1	Taxi de ville en ramassage de jour	07   3   2   0   1   1
07   3   2   0   2   1	Moto Taxi en ramassage de jour pour un trajet de 5 Km environ.	07   3   2   0   2   1
07   3   2   0   5   1	Transport par route bitumée de ..... à ..... distant de =.....km	07   3   2   0   5   1
07   3   2   0   5   2	Transport par route non bitumée de ..... à ..... distant de =.....km	07   3   2   0   5   2
08   1   0   0   1   1	Affranchissement d'une lettre ordinaire (20 gramme) à la poste, régime interne	08   1   0   0   1   1
08   1   0   0   2   1	Frais d'envoi d'un pli par une agence de voyage vers le département le plus proche	08   1   0   0   2   1
08   2   0   0   2   1	Appareil téléphonique portable, écran noir et blanc, MOTOROLA C110 à 117	08   2   0   0   2   1
08   2   0   0   2   2	Appareil téléphonique portable, écran noir et blanc, NOKIA 1100	08   2   0   0   2   2
08   3   0   0   0   1	Appel téléphonique de la ligne fixe vers un téléphone portable en jour ordinaire, 0-59 secondes	08   3   0   0   0   1
08   3   0   0   1   2	Appel téléphonique dans un call box en plein centre ville aux heures ordinaires, 0-59 secondes	08   3   0   0   1   2
08   3   0   0   6   1	Connexion à Internet dans le cybercafé le plus proche du centre ville, 1 heure de connexion	08   3   0   0   6   1



Codes ECAM3	VARIETES	Codes des variétés
09 1 1 0 3	Lecteur VCD, (CD, VCD, SVCD, MP3), dans un carton, télécommande, radio incorporé, Micro Karaoké, fabrication nigériane	09 1 1 0 3 1
09 1 1 0 5	Téléviseur multi système, 14" (30 à 34 cm), télécommande, 6 mois e garantie, SAMSUNG ou SHARP	09 1 1 0 5 1
09 1 3 0 3	Mémoire flash de 128 Mo de capacité	09 1 3 0 3 1
09 1 4 0 6	CD, film enregistré pour lecture sur un VCD	09 1 4 0 6 1
09 1 4 0 8	Photocopie d'une page de document	09 1 4 0 8 1
09 3 1 0 1	Jeux de cartes, 54 cartes dont 2 jokers	09 3 1 0 1 1
09 3 2 0 1	Ballon, Tango de 25 cm de diamètre en caoutchouc	09 3 2 0 1 1
09 4 0 1 6	Livre de lecture au programme au CMII école publique	09 4 0 1 6 1
09 4 0 1 6	Livre de mathématiques au programme en classe de 3 <sup>e</sup> dans les lycées et collèges	09 4 0 1 6 1
09 4 0 1 6	Livre de calcul au programme au CMII école publique	09 4 0 1 6 2
09 4 1 0 1	Droit d'entrée au stade pour un match de 1 <sup>ère</sup> division en virage	09 4 1 0 1 1
09 4 2 0 6	Câble, redevance mensuelle à des chaînes de télévision (au moins 10 chaînes)	09 4 2 0 6 1
09 4 3 0 2	Ticket de PMUC, participation au quinté, simple classement de 5 chevaux.	09 4 3 0 2 1
09 5 1 0 2	Dictionnaire français, Larousse de poche,	09 5 1 0 2 1
09 5 2 0 1	Quotidien National CAMEROON TRIBUNE	09 5 2 0 1 1
09 5 2 0 2	Journal Bi hebdomadaire LE MESSAGER	09 5 2 0 2 1
09 5 2 0 6	Journal mensuel JEUNE AFRIQUE ECO	09 5 2 0 6 1
09 5 3 0 4	Carte postale vendue en pièce unique 10 cm x 14 cm	09 5 3 0 4 1
09 5 4 1 0	Cahier scolaire de 200 pages/ 80 leaves (SAFCA)	09 5 4 1 0 1
09 5 4 1 2	Sac d'écolier, type sac au dos, modèle simple	09 5 4 1 2 1
09 5 4 2 2	Stylo à bille ordinaire, BIC	09 5 4 2 2 1
09 5 4 2 4	Craies blanches (ROBERCOLOR) vendues en boîte de 100 craies	09 5 4 2 4 1
10 1 0 0 3	Frais annuel de scolarité en classe de CMII dans une école primaire privée confessionnelle y compris les frais d'inscription, régime externat	10 1 0 0 3 1
10 2 0 1 1	Frais annuel de scolarité en classe de 3e dans lycée ou CES y compris les frais d'inscription, régime externat hormis frais d'APE	10 2 0 1 1 1
10 2 0 1 2	Frais annuel de scolarité en classe de 3e dans un collège privée confessionnelle y compris les frais d'inscription, régime externat	10 2 0 1 2 1
11 1 1 1 0	Bière blonde de 65 cl pris dans un circuit (33 Export ou castel)	11 1 1 1 0 1
11 1 1 1 4	Limonade de 65 cl pris dans un circuit (Fanta ou Coca ou top)	11 1 1 1 4 1
11 1 1 2 2	Plat de riz dans un tourne dos avec sauce viande ou poisson	11 1 1 2 2 1
11 2 0 0 1	Prix d'une nuitée dans un hôtel 2 étoiles ou dans l'hôtel le plus chic de la ville. Chambre climatisée	11 2 0 0 1 1
11 2 0 0 1	Prix d'une nuitée dans une auberge : douche interne plus électricité, chambre non ventilé, dans un quartier populaire	11 2 0 0 1 2
12 1 1 0 1	Coiffure homme, coupe de cheveux pour homme dans un salon de coiffure	12 1 1 0 1 1
12 1 1 0 3	Défrisage à froid dans un salon de coiffure (non compris le prix des produits)	12 1 1 0 3 1
12 1 1 0 4	Nattes simples, avec rallonges, dans un salon de coiffure	12 1 1 0 4 1
12 1 3 1 1	Rasoir non électrique Bic pour barbe	12 1 3 1 1 1
12 1 3 1 3	Lame de Rasoir Bic	12 1 3 1 3 1
12 1 3 2 0	Savon de toilette antiseptique, morceau de 200 g environ (PHARMAPURE HERBAL)	12 1 3 2 0 1
12 1 3 2 2	Lait corporel hydratant à la Vit E, flacon blanc de 400 ml NIVEA BODY LOTION	12 1 3 2 2 1
12 1 3 2 3	Pâte dentifrice au fluor, tube de 75 ml environ (COLGATE HERBAL)	12 1 3 2 3 1
12 1 3 2 9	Crème VASELINE, flacon de 100 g	12 1 3 2 9 1
12 3 1 0 1	Montre bracelet plastique à affichage analogique, alimenter par une batterie, dont l'écran a un diamètre de 25 à 30 mm	12 3 1 0 1 1
12 3 2 0 4	Parapluie pliable de 70 à 100 cm de diamètre, type maison de partis vert-rouge-jaune-bleu,	12 3 2 0 4 1
12 5 3 0 0	Assurance d'un véhicule personnel de tourisme	12 5 3 0 0 1
12 7 0 1 1	Moulage de grains de maïs sec dans un seau de 5 litres	12 7 0 1 1 1
12 7 0 1 2	Moulage de manioc en cossette dans un seau de 5 litres	12 7 0 1 2 1
12 7 0 2 2	Frais de timbre pour certification d'une copie d'acte de naissance	12 7 0 2 2 1