

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

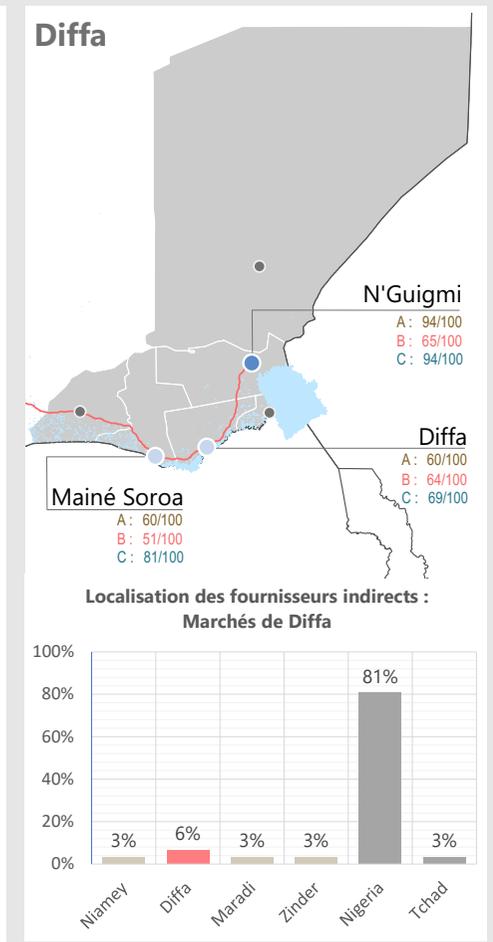
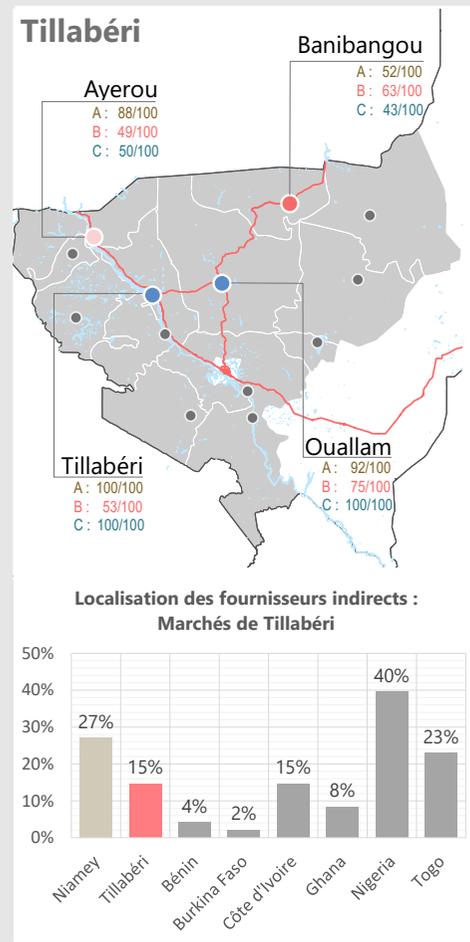
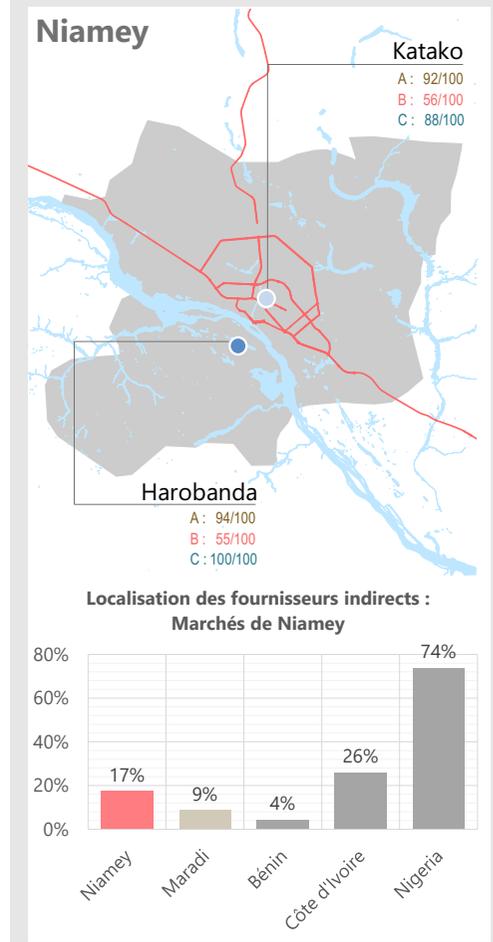
Score de Fonctionnalité des Marchés (SFM)

- 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).

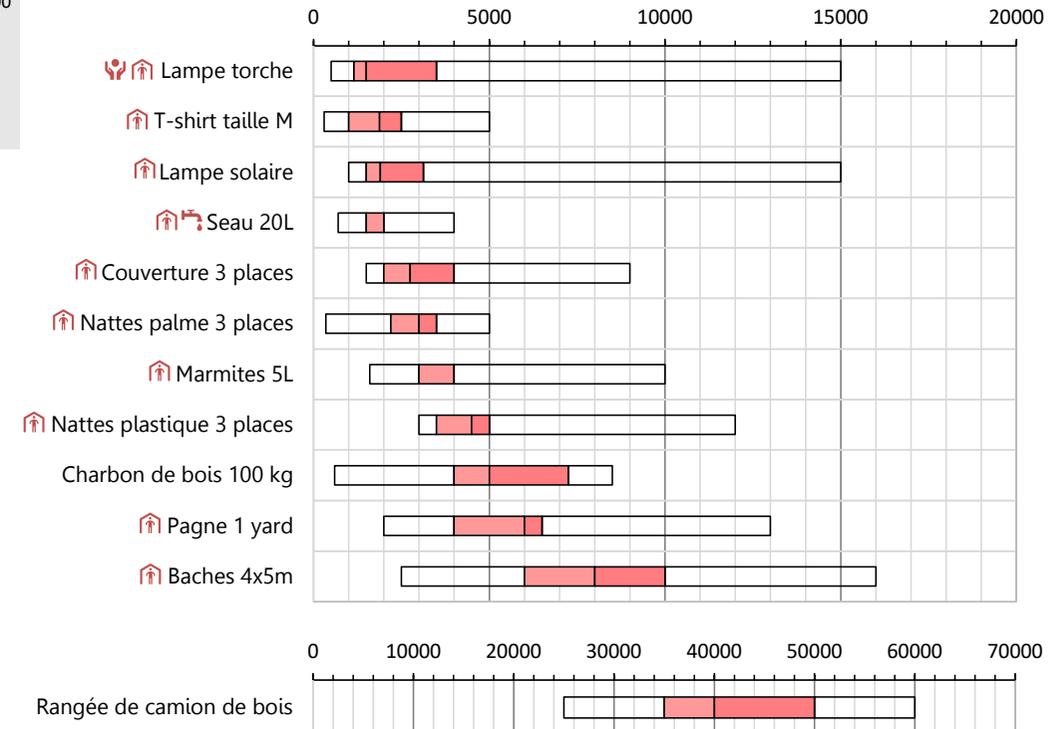
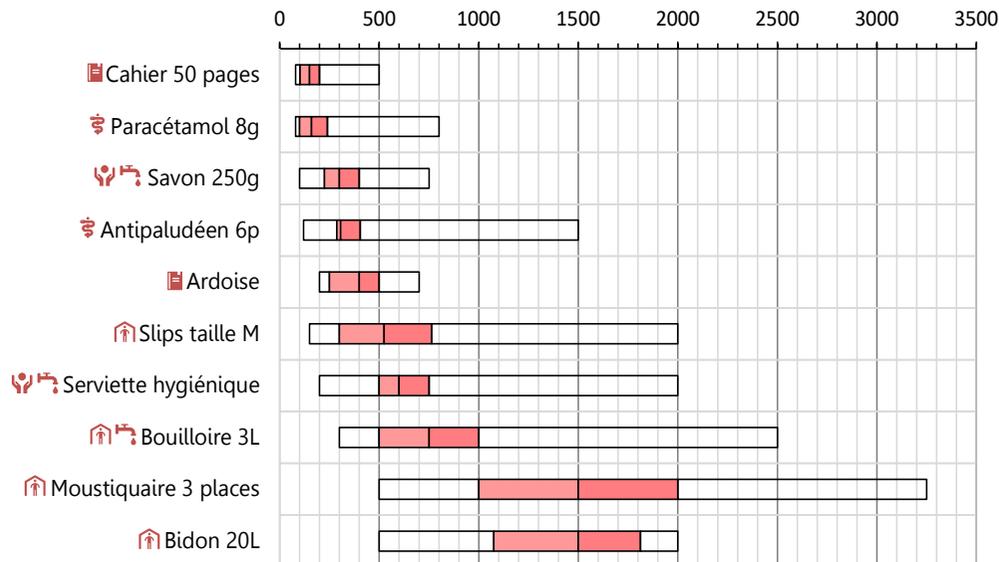
Les prix suivants devront être triangulés avec d'autres sources de données (notamment sur les produits alimentaires qui sont collectés par le Système d'Information des Marchés Agricoles) pour calculer le coût total du MEB.

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	■ 0%	NA	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	● NA	● -100%	● -100%	● NA	● NA	● 50%	● 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%