



*Rédactrice principale: Virginie MANRISOA*

*Chef de Service de la Promotion du Commerce Durable  
Ministère du Commerce et de la Consommation*

## INTRODUCTION

En terme macroéconomique, le PIB de Madagascar est classé parmi les plus bas du monde et cette situation s'endurcit. Cela signifie qu'on assiste à un appauvrissement généralisé étant donné que les 92% des malgaches vivent au-dessous de 2 dollars par jour.

La mondialisation qui va de pair avec la libéralisation favorise l'invasion des produits étrangers constitués essentiellement des produits chinois sur les marchés africains en général et que Madagascar n'arrive pas à se passer.

Etant signataire de nombreuses Conventions Internationales relatives à la protection et la préservation de la vie humaine, Madagascar doit respecter ses engagements afin que les consommateurs puissent tirer des avantages tout au long de sa vie et que la préférence par rapport à un produit n'engendre pas d'autres problèmes.

### 13.1. EVALUATION DES VALEURS ET DES NORMES SOCIALES, AGRICULTURE BIOLOGIQUE.

Mais d'une manière objective, le choix d'un consommateur devant un produit quelconque est déterminé par sa qualité. Pourtant, la possibilité de satisfaire cette préférence dépend impérativement de son pouvoir d'achat.

De nombreux facteurs ou paramètres viennent influencer cette tendance et orientent le choix d'un produit donné. Ils sont souvent d'ordre économique en prenant l'exemple des revenus disponibles des ménages, d'ordre sociologique tels que la civilisation, les coutumes.

A Madagascar, ce phénomène se manifeste dans tous les groupes de consommateurs et se répand dans les zones d'activités occupées par la population. Ainsi, face à la mondialisation incontournable de la culture ainsi que la crise socio-économique subie par la Grande Ile, une mutation des valeurs et des normes sociales est apparue au sein de la société malgache et celle-ci influence les modes de vie et de consommation des ménages.

Les facteurs qui déterminent la préférence des consommateurs sont multiples et peuvent varier selon les individus, la culture, le niveau d'instruction, la civilisation, les coutumes, les classes sociales, la valeur ethnico-tribale, les zones ou régions géographiques, le climat du milieu, l'audiovisuel...etc.

Mais qu'en-est-il de la préférence des consommateurs sur les produits issus de l'agriculture biologique ? La Conférence des Nations Unies sur le Commerce et le Développement (CNUCED) considère que l'agriculture biologique doit être au service de développement des pays moins avancés du fait que celle-ci offre de nombreux avantages économiques, sociaux et environnementaux. A l'ère actuelle, l'Europe et l'Amérique du Nord représentent à elles seules plus de 9/10<sup>ème</sup> du marché mondial en matière de produits issus de l'agriculture biologique. Par rapport à cela, le marché africain du bio reste peu développé et que la production biologique est souvent destinée à l'exportation.



Dans la suite de cette étude, nous allons voir les facteurs déterminants qui véhiculent la préférence dans la prise des décisions.

## 13.2. FORCES MOTRICES

### Des facultés pour le choix

- Pour des **Raisons sanitaires**, certains groupes d'individus sont obligés de consommer des produits biologiques tel l'exemple de la consommation du sucre roux par rapport au sucre blanc. Une personne en bonne santé a un large choix en matière de produits alimentaires par rapport à une personne malade si on prend l'exemple de la consommation de viande rouge.
- **Le Statut social** demeure le critère déterminant de la préférence des consommateurs en matière de produits biologiques. Comme la majorité des produits bio vendus se trouvent auprès des grandes surfaces, seules les classes aisées peuvent en procurer et ont un large choix entre les différents produits.
- **La Civilisation** : l'adoption de la civilisation étrangère permet de dicter la préférence en quantité et en qualité.
- **La Communication** nous informe des nouveaux produits
- **Le Niveau d'éducation** de la population : un groupe d'individus ayant un certain niveau d'étude supérieur est conscient des bienfaits de la consommation des produits bio.
- **La Mondialisation**, à travers l'évolution rapide de la technologie, conduit à la modification de mode de consommation des jeunes. Pour les jeunes malgaches en ce qui concerne la consommation vestimentaire, ils préfèrent les produits importés aux produits fabriqués localement. L'attachement à la qualité des produits est ici très important par rapport à son prix.
- **L'Habitude de consommation** : ceci joue un rôle crucial dans les décisions d'achat des ménages. Prenons l'exemple du riz. Même si les ménages ne disposent pas de revenus suffisants pour leur alimentation, ils préfèrent le riz aux autres aliments tels que le manioc ou le maïs. D'après les études réalisées par l'INSTAT<sup>1</sup> en 2010, un malgache consomme en moyenne 97 kg de riz contre 62 kg de tubercules en une année.



---

<sup>1</sup> Rapport Principal, « Etudes périodiques auprès des ménages », INSTAT, 2010.

### 13.3. PRESSIONS

#### Des limites pour le choix

- Le processus de la **Mondialisation** de l'économie expose les pays les moins avancés à la merci des produits importés. A titre d'exemple les pays africains sont inondés par les produits chinois. Madagascar n'est pas exclu.
- Chaque **Religion** a sa forme de répression respective.
- **Région** : la délimitation géographique oriente leur choix aux produits locaux
- La **Culture** a une influence négative
- Les **Produits bios** sont peu connus. Comme les marchés locaux sont dominés par des produits conventionnels (non bio), les consommateurs malgaches n'arrivent plus à distinguer les uns des autres.
- **La Situation financière** est considérée comme un facteur qui empêche les gens à consommer des produits bio. Avec un taux élevé de la pauvreté à Madagascar, 92% des ménages vivent au dessous de 2 \$ par jour, les consommateurs sont obligés d'acheter des produits à bas prix.
- Peu de **Produits bio certifiés** sont disponibles sur le marché local à cause des coûts très élevés engendrés par leur processus de production, d'où la hausse des prix de ces produits.

**Tableau 13.1.** Part de l'alimentation dans la consommation totale, selon le milieu et la région

Région	Unité %		
	Urbain	rural	ensemble
Vatovavyfitovinany	55,9	79,8	75,0
Analanjirifo	37,4	77,3	74,3
Atsimoatsinanana	57,3	77,8	74,3
Betsiboka	59,7	76,8	73,8
Androy	59,6	75,3	72,8
Melaky	61,8	77,5	72,5
Anosy	48,5	76,9	70,3
Amoron'i mania	47,9	74,8	70,1
Itasy	44,5	73,6	70,1
Ihorombe	55,4	73,9	69,9
Sava	53,1	73,0	69,9
Atsinanana	53,7	78,2	69,5
Bongolava	56,0	72,1	69,0
Alaotramangoro	49,8	74,4	68,9
Atsimoandrefana	64,4	71,1	68,7
Sofia	52,2	71,5	68,4
Boeny	54,1	76,5	67,1
Menabe	54,7	74,5	67,0
Vakinankaratra	54,0	70,2	65,8
Matsiatraambony	46,1	75,3	65,0
Diana	49,1	73,2	60,0
Analamanga	48,8	54,7	52,1
Ensemble	51,6	71,6	65,5

Source : INSTAT/DSM/EPM 2010

On peut déduire que dans les régions où les ménages sont aisés, moindres sont leurs dépenses en alimentation contrairement à ce qu'on observe auprès des ménages à bas revenus. Ces derniers préfèrent les produits alimentaires locaux aux produits importés vus leur localité géographique, dans la zone rurale. Cette situation présente donc un avantage considérable pour la promotion de l'agriculture biologique dans cette région.

Les ménages qui se trouvent dans la région d'Androy donnent plus d'importance à la consommation des produits alimentaires que les ménages se situant dans les régions d'Analamanga ou d'Analanjirifo. En effet, ces deux régions citées précédemment sont considérées comme des zones économiques où la plupart des ménages ont des sources de revenus considérables et que les consommateurs possèdent un niveau assez élevé de besoins à satisfaire non seulement alimentaire mais aussi en loisirs, vestimentaires....

**Tableau 13.2.** Part de l'alimentation dans la consommation, selon le groupe socio-économique du chef de ménage, et par milieu.

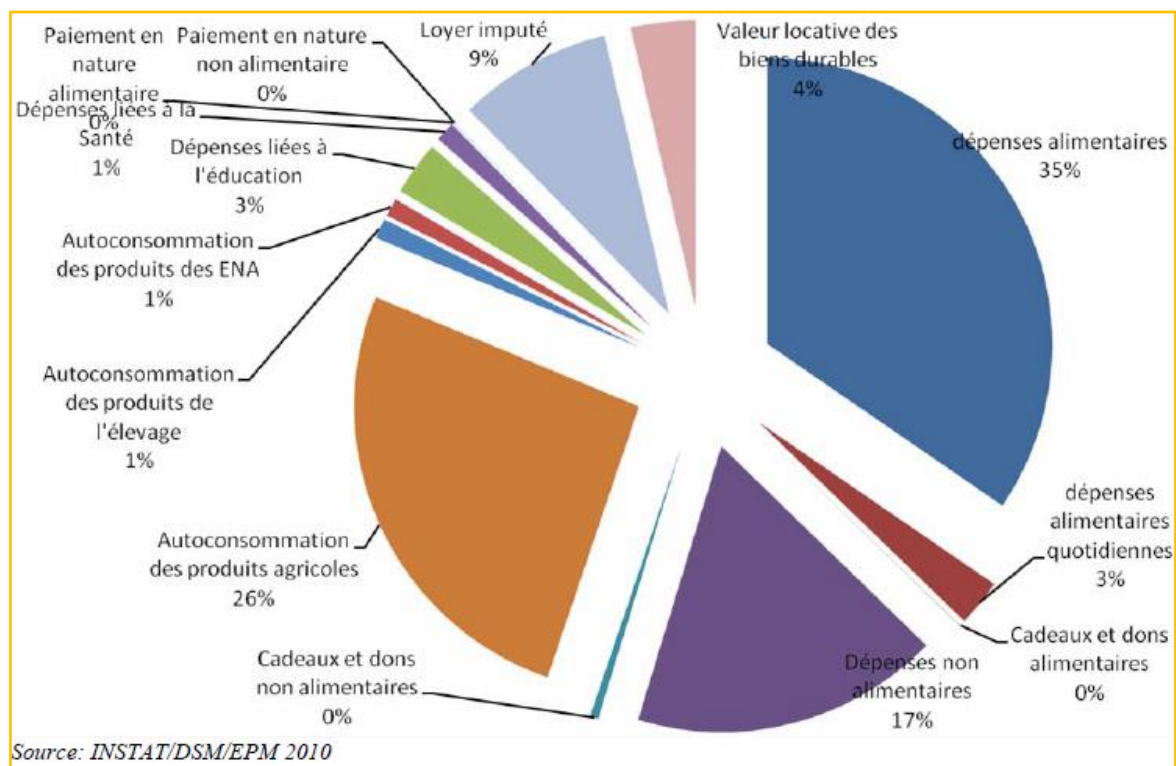
Groupe socio-économique	Unité %		
	Urbain	Rural	Ensemble
<b>Cadre supérieur</b>	33,3	42,7	38,6
<b>Cadre moyen ou agent de maîtrise</b>	39,3	51,7	44,6
<b>Ouvrier ou salarié qualifié</b>	48,4	62,4	54,3
<b>Ouvrier ou salarié non qualifié</b>	54,6	67,4	60,3
<b>Manœuvre</b>	53,8	74,9	66,6
<b>Stagiaire rémunéré</b>	53,1	69	62,2
<b>Indépendant</b>	46,8	63,6	55,3
<b>Chômeur</b>	54,7	68,3	59,2
<b>Inactif</b>	44	48	45,9
<b>Petit exploitant agricole</b>	63,6	74,9	73,2
<b>Moyen exploitant agricole</b>	64,8	76,8	75,1
<b>Grand exploitant agricole</b>	56,2	77,1	74,3
<b>Pêcheur</b>	59,3	76,5	71,8
<b>Autres</b>	55,5	67,1	62,1
<b>Ensemble</b>	51,6	71,6	65,5

Source : INSTAT/DSM/EPM/2010

Les ménages dirigés par un salarié ont un niveau de consommation supérieur à la moyenne. Plus le niveau d'instruction du chef de ménage est élevé, plus sa consommation l'est. La distribution de la masse de consommation montre l'importance des inégalités sociales à Madagascar. En effet, les 20%, les plus riches, consomment plus de 47% de la masse totale, et les 20%, les plus pauvres, seulement 6%.

L'impact sur la consommation du fait d'être dirigé par un individu de niveau universitaire est quatre fois supérieures par rapport au fait d'avoir un chef de niveau primaire. Néanmoins, être dirigé par ce dernier est plus avantageux en matière de consommation que par un individu sans instruction. Habiter en milieu rural, dans les localités de la Côte Est, exposées aux cyclones, et surtout dans la zone « semi-désertique » du Sud n'améliore guère le niveau de consommation.

**Graphique 13.1.** Ventilation des dépenses de consommation des ménages



Le niveau de la consommation constitue la principale mesure du niveau de vie des ménages, particulièrement de la pauvreté. La moyenne annuelle, par tête, de ce niveau de consommation, est estimée à 404 000 Ar, à Madagascar, en 2010. Il a crû à un rythme annuel moyen de 6,2% au cours de la période 2005-2010. Le montant est plus élevé en milieu urbain qu'en milieu rural : 606 000 Ar contre 352 000 Ar.



La part relative de l'alimentation dans la consommation totale est de 66% pour l'ensemble du pays dont 35% du budget familial est alloué en alimentation. Comme Madagascar est un pays à vocation agricole, le milieu rural se caractérise par une part importante de l'autoconsommation dans la consommation alimentaire dont 26% en autoconsommation des produits agricoles contre seulement 1% en produits d'élevage. En outre, la part relative des dépenses en santé est de 0%. Ceci est dû au fait que Madagascar est un pays en développement.

Par contre, le milieu urbain se distingue par le poids élevé du loyer : 17% de la consommation totale. Les dépenses non alimentaires, le loyer, et les valeurs locatives des biens durables, pèsent relativement lourd dans le panier de consommation des ménages du quintile des plus riches. Les dépenses

monétaires représentent plus de 59% de la consommation totale des ménages. La sortie d'argent pour la consommation est plus importante en milieu urbain, et dans les ménages relativement aisés.

## **13.4. IMPACT**

Face à un faible pouvoir d'achat des malgaches, les produits issus de l'agriculture biologique sont généralement exportés vers le marché extérieur. Nous ne sommes pas conscients que le fait de préférer un produit bio par rapport à un produit conventionnel a des retombées positives non seulement du point de vue économique mais surtout social et environnemental.

### **13.4.1. IMPACT POSITIF**

La préférence des consommateurs peut entraîner des impacts positifs sur le plan environnemental, économique et social (exemple la préférence des consommateurs en produits halieutiques tels que les crevettes dans la région de Menabe a engendré la création de la société de gestion de crevettes).

#### **13.4.1.1. IMPACT SOCIAL :**

- Création d'emploi,
- Sécurité sociale,
- Amélioration de niveau de vie de la population locale. Ces impacts sociaux soit cette préférence contribue à la lutte contre la pauvreté surtout en milieu rural du fait que l'agriculture biologique emploie beaucoup plus de main d'œuvre. Ainsi, ce type de production est adapté aux moyens des agriculteurs pauvres malgaches.

#### **13.4.1.2. IMPACT ENVIRONNEMENTAL :**

Préservation des ressources naturelles, interdiction de la déforestation.

#### **13.4.1.3. IMPACT ECONOMIQUE :**

L'Entrée de devises pour l'Etat Malagasy participe à la stabilisation de la balance commerciale, impôts, ...etc.

Ces impacts économiques, c'est à dire la préférence sur les produits biologiques, favorisent les agriculteurs à produire beaucoup plus, accroît les revenus de ces derniers, valorise les produits traditionnels.

Plus les ménages malgaches consomment des produits bio locaux, plus la sécurité alimentaire sera assurée.

Choisir un produit bio aide à la préservation de la biodiversité ainsi que les ressources naturelles du fait que l'agriculture doit utiliser des pratiques qui ne sont pas nocives à l'environnement telles la non utilisation de pesticides, des engrais chimiques ou encore des substances appauvrissant le sol.

### **13.4.2. IMPACT NEGATIF**

La préférence des consommateurs entraîne des impacts négatifs sur le plan environnemental, social, et économique (Exemple de la société Chocolaterie Robert : l'envahissement des produits importés de la Turquie, de l'Inde et d'autres pays a changé la préférence des consommateurs).



**13.4.2.1. IMPACT SOCIAL :**

- Baisse de l'emploi,
- Pauvreté de la population,
- Chômage

**13.4.2.2. IMPACT ECONOMIQUE :**

- Envahissement des produits importés entraîne de la mévente des produits locaux,

**13.4.2.3. IMPACT ENVIRONNEMENT :**

- Gestion de déchets

**13.5. REACTION – REPONSES ET REALISATION**

**Tableau 13.3. Réaction – Réponse – Réalisation**

REACTION	REPOSE	REALISATION
Assainissement du marché	<p>Elaboration et mise à jour des textes et lois y afférents</p> <p>Amélioration des structures existantes</p> <p>Contrôle systématique au niveau des marchés</p>	<p>Projet de loi sur la protection des consommateurs</p> <p>Texte sur les sacs et sachets plastiques</p> <p>Conseil de la concurrence opérationnel</p> <p>Mise en place du Guichet unique</p> <p>Contrôle économiques (dossiers commerciaux et administratifs)</p> <p>Contrôle de consommabilité</p> <p>Vérification de la date de péremption</p> <p>Vérification des déclarations de stocks</p>

