



Le **GREM** Savoir

Groupe de recherche en économie appliquée et théorique

N° 006

" Réfléchir à changer "

Juin 2011

Mali _ Perceptions populaires du marché

Editorial



Lorsque le marché échoue dans l'allocation optimale des ressources rares, on dit que son fonctionnement est non Pareto optimal.

Les économistes expliquent de telles défaillances. Ici, l'on explique plutôt non pas la défaillance du marché mais la rupture de confiance en lui, qu'il soit défaillant ou non. Déjà, le surplus des consommateurs est capturé par l'offre de biens et services de plus en plus saucissonnée. Ensuite, la pauvreté exclut du marché tous ceux qui ne peuvent payer les prix. Mieux le marché peut être mis en difficulté à organiser la production si l'autoconsommation reste

encore importante tout comme la production de services non marchands. Enfin, la main visible de certains offreurs montre clairement qu'ils sont faiseurs de prix et que donc tous les agents ne sont pas preneurs de prix. Ainsi contrarié par autant de pesanteurs locales, le pouvoir du marché l'est encore davantage maintenant que le monde fait face à une crise économique dont on ne mesure pas encore tous les impacts de long terme. On le voit bien, pour changer les perceptions, il faut lutter contre la pauvreté et les inégalités, réglementer la concurrence, protéger les couches vulnérables et avoir de bonnes réponses politiques aux crises mondiales.

Massa Coulibaly

Introduction

D'un point de vue analytique, la démocratie et le marché peuvent avoir ceci en commun que dans les deux cas, le principe de base est le libre choix des individus, choix des dirigeants, choix des biens et services. Ce jeu du libre arbitre de l'individu peut être mis en exergue aux travers de variables aussi bien relatives à la démocratie et à la gouvernance qu'à la régulation économique, par le marché ou par les pouvoirs publics. C'est ce qui est fait ici grâce à une série de bases de données générées par les enquêtes Afrobaromètre 2001, 2002, 2005 et 2008, au Mali, pour un échantillon moyen de 1200 individus également des deux sexes et proportionnellement réparties entre les régions et les milieux de résidence. Les auteurs procèdent d'abord à une estimation de l'indice de perception du marché pour chaque enquête et recherchent ensuite les principaux déterminants de son évolution à l'aide d'un modèle économétrique de données de pseudo-panel.

1. La perception du marché dans les enquêtes Afrobaromètre

Les enquêtes Afrobaromètre (2001, 2002, 2005, 2008) ont montré que les maliens paraissent partagés entre l'économie de marché et l'économie dirigée. D'une part, elles révèlent une certaine préférence des personnes interrogées pour le marché à travers des aspects comme la déréglementation du marché du travail, la sécurisation de la propriété privée et la liberté d'entreprendre. D'autre part, ces personnes semblent favorables non seulement à la régulation de l'économie par l'Etat mais aussi à la protection de la production locale et à la gratuité de l'école.

Pour mieux situer la perception du marché au Mali, il est important de savoir si les répondants préfèrent une "économie de marché" à une "économie dirigée" ou vice-versa. Pour ce faire, il est fait recours à un ensemble d'indicateurs simples qui apparaissent dans les questionnaires Afrobaromètre et qui traduisent les conséquences d'une économie fonctionnant selon les lois du marché. Ensuite, un indice composite est construit pour chacun des 4 rounds d'Afrobaromètre concernés, à partir des indicateurs simples. Il faut cependant noter que le nombre de variables utilisées dans le calcul de l'indice varie d'une enquête à une autre. En effet, l'indice composite a été construit avec 13, 14, 9 et 9 variables respectivement pour 2001, 2002, 2005 et 2008.

Du point de vue méthodologique, l'indice de préférence pour le marché, en tant que variable composite comporte plusieurs modalités appelées notes. La note d'un enquêté est le nombre de fois où il approuve, dans sa réponse, les réformes ou les aspects pro-marché. Les notes varient donc de zéro au nombre de variables utilisées dans la construction de l'indice, soit 13, 14, 9 respectivement 9. La note zéro montre que la personne dans cette situation n'a approuvé aucune "réforme" utilisée dans la construction dudit indice. Par contre, si la note correspond au nombre total de variables utilisées, cela signifie que la personne est pro-marché à travers toutes les variables de l'indice. Il faut noter que la plus grande note peut être inférieure au nombre de variables utilisés dans la construction de l'indice. Ce qui veut dire qu'il n'y a pas eu de cas où le marché est approuvé à travers toutes les variables constitutives de l'indice. Pour des raisons de comparabilité, d'un round à l'autre, toutes les notes ont été normalisées par la note maximale du round, ensuite les résultats obtenus ont été subdivisés en groupes de déciles. Bien sûr certains groupes peuvent être vides pour certains rounds (Tableau 1).

Tableau 1. Répartition des échantillons par décile de préférence (en %)

	2001	2002	2005	2008
0 – 10	1.1	0.9	0.2	1.9
11 – 20	2.6	2.6	1.7	7.5
21 – 30	6.4	15.6	6.5	11.0
31 – 40	24.7	13.1	17.8	22.8
41 – 50	18.3	35.9	27.9	26.1
51 – 60	17.1	14.6	26.6	21.7
61 – 70	22.1	10.0	13.1	7.5
71 – 80	5.3	7.1	5.5	1.5
81 – 90	1.7	0.2	0.6	
91 – 100	0.7		0.1	
Total	100.0	100.0	100.0	100.0

Source: Les auteurs à partir des données Afrobaromètre Mali

2. Démarche méthodologique

Par définition, les données de panel sont des données sur plusieurs individus (n) observés à différentes périodes de temps (T). Ce sont donc des observations pour les mêmes individus de façon répétée au cours du temps. .

Un certain nombre d'hypothèses sous-tendent les modèles économétriques construits sur la base de telles données. Ce sont, entre autres, l'indépendance des facteurs explicatifs de la variable d'intérêt, la non corrélation des erreurs dans le du temps pour un même individu, sinon on ne disposerait pas d'autant d'information qu'on le croit. La spécification proprement dite de ces modèles dépend de l'existence ou non d'effets individuels. Aussi, les résultats dépendront-ils des tests de tels effets. Il existe plusieurs méthodes d'estimation des paramètres selon que les effets individuels sont fixes ou aléatoires.

Pour la constitution des individus ou cohortes, 4 critères de regroupement ont été retenus, à savoir la localisation (3 modalités), le sexe (2), l'âge (3 classes d'âge) et le niveau d'éducation (3), soit théoriquement 54 cohortes. Avec la présence de données manquantes dans les bases, seule la base 2001 a pu avoir les 54 individus comme prévu, les autres seulement 50. Mais pour conserver à la base le principe d'utiliser le même nombre d'individus pour tout round Afrobaromètre, seules les données des 3 derniers rounds ont été agrégés, soit au total 150 cohortes (50 par round) représentant 3'762 répondants aux enquêtes. L'effectif des cohortes varie de 5 pour la plus petite taille à 710 pour la plus grande. L'indice de préférence du marché conçu pour mesurer la perception des cohortes varie de 11 à 71. Ses facteurs explicatifs vont de l'effectif des cohortes à la religion, en passant par la proportion des pauvres ou la perception de la performance du gouvernement. Les résultats du test de validation, en tenant compte de la structure échantillonnale des enquêtes, sont satisfaisants avec un test de signficance du modèle validé.

En dehors de la modélisation proprement dite en données de pseudo-panel, il est procédé à la mesure de la transition pour apprécier la mobilité de la perception des cohortes d'une enquête à l'autre. Dans les deux cas, il est important de voir le nombre d'individus qui changent de position ou pas et dans quel sens. Précisément, les positions sont définies selon que les individus préfèrent (P ou position 1) – une préférence individuelle de 50% ou plus – ou non

(NP ou position 0) – une préférence de moins de 50%. La mobilité est mesurée entre deux positions, par rapport à deux périodes différentes, selon la matrice de transition (Tableau 2).

Tableau 2. Matrice de transition

		Période finale (f)		
		Position 0	Position 1	Total i
Période initiale (i)	Position 0	N_{00}	N_{01}	$N_{0.}$
	Position 1	N_{10}	N_{11}	$N_{1.}$
	Total f	$N_{.0}$	$N_{.1}$	$N_{..}$

Source : Les auteurs à partir des données d'enquête Afrobaromètre

L'intersection d'une ligne et d'une colonne du même nom désigne le nombre de cohortes gardant leur position initiale (N_{00} et N_{11}). Les autres intersections donnent le nombre des cohortes qui se sont déplacée d'une position à une autre (N_{01} et N_{10}). Cette mobilité des cohortes entre deux périodes peut être mesurée à l'aide d'une grandeur appelée "indice de mobilité". Plus cet indice est proche de 1, plus grande est la mobilité. Pour le calculer, il faut au préalable calculer la grandeur P, appelée trace de la matrice de transition:

$$\theta = \frac{N_{00}}{N_{0.}} + \frac{N_{11}}{N_{1.}}$$

L'indice de mobilité est donné par la formule: $M(\theta) = \frac{n - \theta}{n - 1}$

où n est le nombre de croisements possibles entre les modalités des deux périodes, initiale et finale.

3. Résultats empiriques

Au sortir de la régression, les seuls facteurs individuellement corrélés à l'indice de préférence du marché de façon significative restent le taux de pauvres et celui des "démocrates" ou de ceux qui pensent que le Mali est une démocratie. Chacun de ces deux facteurs est négativement corrélé à la variable d'intérêt; ainsi, plus il y a de pauvres, plus faible sera la préférence pour le marché. Si ce résultat semble aller dans le bon sens, il en va autrement des "démocrates". Mais cela aussi se comprend aisément si l'on se rappelle le poids jadis important des sociétés et entreprises d'Etat surtout dans le secteur secondaire et si l'on sait la faiblesse du secteur privé dans la transformation industrielle couplée à l'échec relatif des privatisations tout au moins dans ce même secteur. Ces résultats restent inchangés que les effets individuels soient fixes ou aléatoires.

Pour ce qui est de la mobilité, trois résultats importants sont à signaler

- le passage de 2002 à 2005 ou l'empreinte de la crise du coton
- le passage de 2005 à 2008 ou la peur des crises énergétique et alimentaire mondiales
- le passage de 2002 à 2008 ou la fin d'une crise et le début d'une autre.

Tableau 3. Mobilités des préférences pour le marché

		2005			2008		
		Anti-marché	Pro-marché	Total	Anti-marché	Pro-marché	Total
2002	Anti-marché	23	19	42	38	4	42
	Pro-marché	3	5	8	8	0	8
	Total	26	24	50	46	4	50
2005	Anti-marché				24	2	26
	Pro-marché				22	2	24
	Total				46	4	50

Source : Les auteurs à partir des données d'enquête Afrobaromètre