

ECONOMIE

economie.union@sonapresse.com

Consommation : les prix ne cessent de grimper !

EN dépit du maintien de certaines mesures liées à la vie chère, la quasi-totalité des postes de consommation ont augmenté. Selon la direction générale de l'Économie et de la politique fiscale, ce relèvement des prix des produits alimentaires résulte essentiellement des effets de la conjoncture internationale marquée par le conflit russo-ukrainien et la recrudescence de la pandémie Covid-19 dans certains pays partenaires.

Maxime Serge MIHINDOU
Libreville/Gabon

LA valse des étiquettes se poursuit dans toutes les surfaces commerciales du pays, petites ou grandes. Au terme du second trimestre 2022, sur l'étendue du territoire national, l'Indice Harmonisé des Prix à la Consommation des ménages (IHPC) a poursuivi sa tendance haussière amorcée depuis le mois de septembre 2021 avec une croissance de +1,3 %.

Cette dynamique négative s'explique principalement par la

hausse des prix observée dans la quasi-totalité des postes de consommation, nonobstant le "Transport" dont les prix ont diminué de 2 %, consécutivement au maintien des prix à la pompe depuis le mois de mars 2020. En effet, en dépit du maintien de certaines mesures liées à la vie chère, l'accroissement des prix des denrées alimentaires (+2,3 %) est porté notamment par les fonctions "pain (+5,9 %), bœufs (+2,3 %), volaille (+5,5 %), poisson frais (+1,9 %), huile raffinée (+0,9 %) et tubercules plantains (+6,1 %)". Cette inflation est également observée sur les

produits tels que les légumes frais, en particulier : le gombo (de 3 003 FCFA à 3 102 FCFA en moyenne le kg), la tomate fraîche (de 1 368 FCFA à 1 546 FCFA en moyenne) et le Nkumu découpé et vendu au tas (de 6 972 FCFA à 8 132 FCFA en moyenne).

Ce relèvement des prix des produits alimentaires résulte essentiellement des effets de la conjoncture internationale marquée par le conflit russo-ukrainien et la recrudescence de la pandémie de la Covid-19 dans certains pays partenaires. Par ailleurs, les postes "articles d'habillement et chaussures" (+2,1 %), "logement eau, gaz, électricité et autres combustibles" (+1,2 %), "santé" (+0,6 %), "communications" (+0,2 %), enregistrent également un accroissement de leur prix.



Photo: Jean Madoumal/L'Union

Un aperçu des produits de consommation

Glissement de terrain : peur sur le centre émetteur de Kolongum

Charly NYAMANGOY BOTOUNOU
Libreville/Gabon

APRÈS le drame du PK 8 qui a récemment causé la mort de 7 membres d'une même famille, par glissement de terre, toute la zone montagneuse partant du PK 6 est, de facto, devenue à risque pour ceux qui y habitent. C'est d'ailleurs le sens de la visite, vendredi dernier, du ministre de l'Économie numérique, Jean-Pierre Doukaga Kassa sur le site abritant les installations (pilonnes) de MoovAfrica Gabon Telecom et Airtel Gabon, situées au PK 7 sur la colline de Kolongum.

"Il y a quelques semaines, nous avons connu des événements tragiques dans la zone. Nous avons, à cet effet, convoqué les directeurs généraux de MoovAfrica Gabon Telecom et d'Airtel, en vue de faire le tour des pylônes qui s'y trouvent, pour voir s'ils ne sont pas menacés", a indiqué le membre du gouvernement. Avant de préciser : "Les deux entreprises majeures, MoovAfrica Gabon Telecom et Airtel-Gabon, nous ont rassurés que les dispositions sont prises pour sécuriser le site, quand bien même il y a un pylône d'une autre entreprise qui pose problème".



Photo: CNB

Instantané de la visite de l'Économie numérique sur le site de Kolongum

Exportations : la Chine demeure le 1er client du Gabon

MSM
Libreville/Gabon

D'APRÈS les données combinées de la direction générale de l'Économie et de la Politique fiscale, la Chine reste la première destination des exportations gabonaises, avec une proportion croissante entre le deuxième trimestre 2022 et la même période en 2021. Néanmoins, on enregistre une baisse de ces exportations entre le premier et le deuxième trimestre de l'année 2022, en lien avec le ralentissement de l'économie chinoise, suite à la résurgence de la pandémie de la Covid-19.

De manière générale, les exportations du Gabon ont progressé de 7,2 % entre le premier et le deuxième trimestre 2022, portées essentiellement par une hausse de la demande de la part de l'en-

semble des continents à l'exception de l'Asie et de l'Océanie.

Continent* En termes de poids, l'Asie (67 % des parts) demeure le principal client du Gabon, suivie de l'Europe (17 % des parts) et de l'Afrique (12 % des parts). Le rang de l'Asie est soutenu par les commandes de la Chine, de l'Inde, de la Corée du Sud et du Nord ainsi que de l'Indonésie, en lien avec les ventes du pétrole, bois scié et manganèse.

Il est à noter une progression du rang de l'Afrique (troisième place au lieu de quatrième) en raison de l'explosion des ventes en valeur d'huile de palme corrélativement au rebond des prix de ce produit. Il faut savoir qu'à fin juin 2022, la structure des 10 premiers pays clients du Gabon regroupe : la Chine, la Corée du Sud, la Corée du Nord, le Gibraltar, l'Inde, l'Indonésie, l'Italie, la Malaisie, les Pays-Bas



Photo: DRI/L'Union

et Singapour.

Par rapport au deuxième trimestre 2021, les ventes vers ces dix pays ont fortement progressé de 49 % au deuxième trimestre 2022, en lien essentiellement avec la demande du pétrole brut, du bois sciés et ouvrages, du manganèse, combiné à l'augmentation des prix des matières premières. Il est à noter que l'entrée de la Corée du Nord dans les 10 premiers clients provient de la reprise des ventes des huiles brutes de pétrole, observée au deuxième trimestre de l'année 2022.