

Tableau 3 : Taux de pénétration de certains produits de consommation (1990-1991)

PRODUIT	BANGALORE	ENSEMBLE DE L'INDE (RÉGIONS URBAINES)
Combiné radio-cassette	36,5 %	17,0 %
Magnétoscope	6,8 %	3,4 %
Conditionneur d'air	0,3 %	0,6 %
Réfrigérateur	17,7 %	14 %
Voiture	6,5 %	2,7 %
Machine à laver	4,3 %	2,7 %
Téléviseur	65,8 %	45 %

Source : NRS IV.

SCÉNARIO ÉCONOMIQUE

En 1992, le produit intérieur brut (PIB) de Bangalore a augmenté de 10,5 % par rapport à 1991. Cette croissance est due à une augmentation de la consommation intérieure finale et à une augmentation de l'investissement. Le PIB de Bangalore est passé de 1 200 milliards de roupies en 1991 à 1 330 milliards de roupies en 1992. Cette augmentation est due à une augmentation de la consommation intérieure finale et à une augmentation de l'investissement. Le PIB de Bangalore est passé de 1 200 milliards de roupies en 1991 à 1 330 milliards de roupies en 1992. Cette augmentation est due à une augmentation de la consommation intérieure finale et à une augmentation de l'investissement.

Produit	Bangalore	Inde (Régions urbaines)
Combiné radio-cassette	36,5 %	17,0 %
Magnétoscope	6,8 %	3,4 %
Conditionneur d'air	0,3 %	0,6 %
Réfrigérateur	17,7 %	14 %
Voiture	6,5 %	2,7 %
Machine à laver	4,3 %	2,7 %
Téléviseur	65,8 %	45 %

MINES ET INDUSTRIES

Le secteur des mines et des industries de Bangalore a enregistré une croissance de 12,5 % en 1992 par rapport à 1991. Cette croissance est due à une augmentation de la production et à une augmentation de l'investissement. Le PIB de Bangalore est passé de 1 200 milliards de roupies en 1991 à 1 330 milliards de roupies en 1992. Cette augmentation est due à une augmentation de la consommation intérieure finale et à une augmentation de l'investissement.