



ÉVALUATION RAPIDE DES MARCHÉS DE BENI

Province du Nord Kivu, République Démocratique du Congo (9-12 mars 2021)



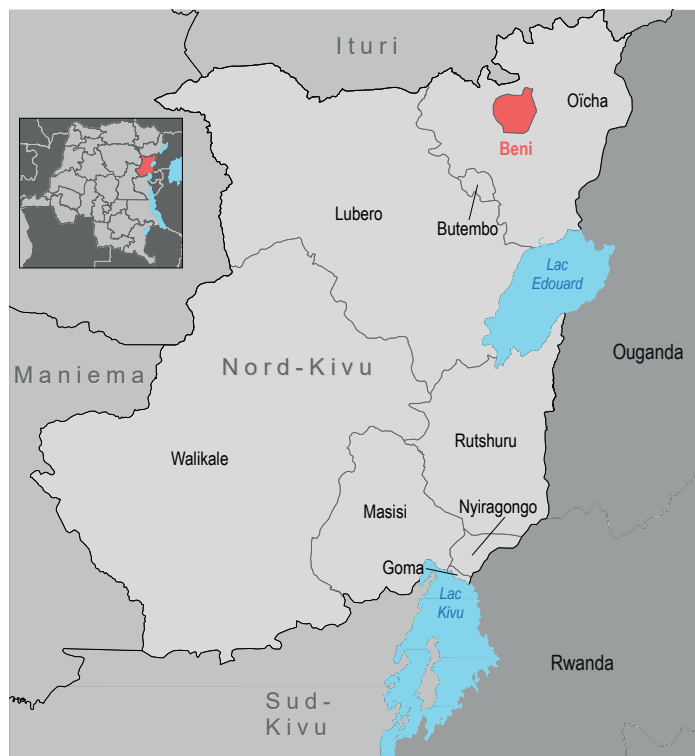
REACH Informing more effective humanitarian action

CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE

En réponse à la pandémie mondiale de COVID-19 et pour informer les programmes humanitaires d'aide sous forme de transferts monétaires, REACH en collaboration avec le Cluster Sécurité alimentaire et le *Cash Working Group* (CWG) ont mené une seconde évaluation rapide de fonctionnalité des marchés dans plusieurs villes frontalières clés de l'est de la République démocratique du Congo (RDC). Les premiers cas de COVID-19 ont été signalés en RDC le 10 mars 2020 et l'état d'urgence national a été déclaré le 24 mars 2020, incluant la fermeture des frontières nationales. L'état d'urgence a été levé le 22 juillet 2020, permettant aux commerces de rouvrir sur le territoire. En août 2020, le commerce a repris avec plusieurs pays avec certaines restrictions, telles que la nécessité d'avoir un test COVID-19 négatif.¹

Les évaluations ont été réalisées dans les quatre villes de Beni, Bukavu, Goma et Uvira entre le 4 et le 12 mars 2021. Ces villes ont été sélectionnées en avril 2020 lors de la première phase d'évaluation rapide des marchés car elles représentent d'importantes plaques tournantes du commerce provincial et transfrontalier, approvisionnant d'autres régions de la RDC. Pour la ville de Beni, la collecte de données a été conduite entre les 9 et 12 mars 2021, à travers 30 enquêtes structurées auprès de commerçants de produits alimentaires et non-alimentaires.² Lors de l'évaluation rapide des marchés conduite en avril 2020, les entretiens avec les commerçants avaient été réalisés à distance par le biais d'appels téléphoniques, en raison du COVID-19. Pour cette collecte, en raison des risques associés aux méthodes de collecte de données en face à face dus au COVID-19, ainsi que de la situation sécuritaire dans le territoire de Beni, la collecte de données a été réalisée à nouveau à distance par Mercy Corps.

Les commerçants ont été échantillonnés délibérément en fonction du type de produits qu'ils vendent, de la structure du marché dans lequel ils opèrent ainsi que de leur statut - formel s'ils sont enregistrés auprès des autorités sinon informel. Les résultats ne doivent être considérés qu'à titre indicatif, tels que rapportés par les commerçants du marché, et ne sont pas statistiquement généralisables. De plus amples informations sur la méthodologie de l'évaluation sont disponibles dans les [termes de référence](#).



Nombre d'entretiens réalisés par marché, en avril 2020 et mars 2021 :

Commune	Quartier	Marché	# d'entretiens (avril 2020)	# d'entretiens (mars 2021)
Bungulu	Residentiel	Kilokwa	11	10
Oicha	Mbimbi	Marché central	10	8
Oicha	Oicha centre	Oicha centre	6	6
Mangina	Mangina centre	Mangina	8	6
Autres marchés			4	

PROFIL DES COMMERCANTS INTERROGÉS

Types de commerçants interrogés :



- 1/30 Petits commerçants informels
- 16/30 Détaillants informels
- 4/30 Détaillants formels
- 9/30 Grossistes

Types de marchés où les commerçants interrogés opéraient :



- 1/30 Marché routier
- 25/30 Petit ou un grand marché fixe
- 4/30 Plusieurs marchés fixes ou mobiles

Types de produits vendus par les commerçants interrogés :³



17/30 Produits alimentaires (principalement des céréales, haricots, lentilles et des produits non-périssables)⁴



26/30 Produits non-alimentaires (principalement de la quincaillerie, des produits d'hygiène personnelle et des vêtements)

Nombre de femmes commerçantes parmi les commerçants interrogés :



10/30 Commerçants interrogés étaient des femmes, travaillant principalement en tant que grossiste formelle ou détaillante informelle

RÉSULTATS CLÉS

Impacts des mesures COVID-19

Un rapport publié par iMMAP en décembre 2020 a analysé les impacts du COVID-19 en RDC.⁵ Ce dernier soulignait que malgré la levée progressive des mesures et la réouverture des frontières début août, les mesures COVID-19 avaient eu de lourdes conséquences sur l'économie et les moyens de subsistance. En ce qui concerne les commerçants interrogés, **une grande majorité (87%, 27/30) ont rapporté que les mesures COVID-19 ont eu un impact négatif sur leurs commerces. Parmi les commerçants rapportant un impact négatif, le plus fréquemment rapporté était la diminution des ventes quotidiennes (22/27).** Ces résultats sont relativement similaires à ceux de l'an dernier, où une majorité de commerçants (87%) signalaient que les mesures COVID-19 avaient eu un impact négatif sur le commerce, et dont le principal impact négatif était la diminution des ventes quotidiennes.

Origine des produits vendus par les commerçants interrogés

Les commerçants travaillant dans les marchés de Beni ont rapporté que les produits alimentaires et non-alimentaires qu'ils vendaient provenaient à la fois majoritairement de la RDC (44%) et de pays voisins (56%), plus particulièrement de l'Ouganda (44%).⁶ En avril dernier, 63% des produits provenaient de la RDC, tandis que moins d'un tiers (28%) provenaient de l'Ouganda. Cette importante différence pourrait être expliquée par des biais introduits par une collecte de données à distance ne permettant pas d'inclure le secteur informel qui a été le plus affecté par les interruptions du commerce transfrontalier, par une prédominance de commerçants interrogés vendant des produits non-alimentaires dont les produits sont plus importés de l'étranger, ainsi que par une forte insécurité dans le territoire de Beni.

Lors de la collecte de données réalisée en avril 2020, 33% des commerçants avaient déclaré importer des produits de l'extérieur de la RDC. La fermeture des frontières avait eu un impact négatif sur la capacité des commerçants à opérer au-delà des frontières, en particulier pour les commerçants informels. Néanmoins, **la part importante d'importations de produits provenant de l'Ouganda rapportée lors de cette collecte de données pourrait indiquer que les commerçants ont trouvé des stratégies d'adaptation leur permettant de faire face à ces difficultés, et de détourner les mesures de restrictions à la frontière.**

Difficultés de réapprovisionnement et stratégies d'adaptation

En ce qui concerne le commerce transfrontalier, le rapport publié par iMMAP a souligné que les exigences à la frontière telles que les tests de dépistage et la mise en quarantaine étaient des obstacles importants à la reprise du secteur commercial.⁵ **De même, la quasi-totalité des commerçants interrogés (93%, 28/30) ont rapporté avoir eu des difficultés de réapprovisionnement durant l'année suivant la première collecte de données.** Parmi les commerçants rapportant des difficultés de réapprovisionnement, environ les deux tiers (19/28) ont indiqué la présence de mesures restrictives sur les échanges avec les pays voisins (telle que la nécessité d'avoir un test négatif), suivi de la fermeture des frontières ne permettant pas aux fournisseurs locaux de se réapprovisionner en produits importés (8/28) comme principales difficultés.³ **Pour faire face à ces difficultés de réapprovisionnement, les commerçants ont dû mettre en place des stratégies d'adaptation afin de pouvoir continuer leurs ventes. Une vaste majorité des commerçants (93%, 28/30) ont rapporté avoir utilisé une voire plusieurs stratégies d'adaptation.** Parmi ces dernières, la stratégie d'adaptation la plus fréquemment rapportée était de se tourner vers des fournisseurs locaux, en RDC, plutôt que des fournisseurs de pays voisins (20/28). Ces résultats contrastent avec les pays d'origines rapportés par les commerçants, soulignant ainsi le possible biais dans les données sur les pays d'origine récoltés.

Augmentation des prix des produits alimentaires et non-alimentaires

La quasi-totalité des commerçants ont rapporté une faible augmentation des prix des produits alimentaires et non-alimentaires vendus, rapportant seulement trois produits non-alimentaires sans changement. **Les trois raisons principales rapportées par les commerçants pour expliquer l'augmentation des prix des produits vendus (29 produits alimentaires et 42 produits non-alimentaires) étaient les mesures restrictives à la frontière (22/29, 30/42), suivi de la dépréciation du franc congolais (16/29, 19/42) ainsi que l'insécurité (11/29, 18/42).**³ Il est important de souligner l'insécurité et les nombreux incidents de protection dans le territoire de Beni, pouvant accentuer les difficultés des commerçants à se fournir au sein de la RDC, notamment depuis la ville commerciale de Butembo.⁷ Cette augmentation rapportée des prix est renforcée par le fait qu'une grande majorité des commerçants interrogés (74%, 22/30) ont rapporté une baisse de leur chiffre d'affaire depuis le début de la mise en place des mesures COVID-19.

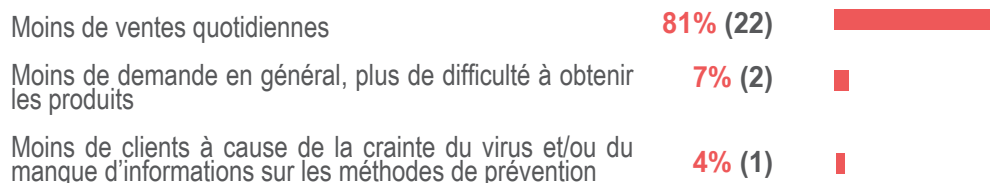
Perceptions de l'impact des mesures COVID-19

% des commerçants interrogés par type d'impact perçu des mesures COVID-19



90% (27) Impact négatif
10% (3) Pas d'impact
0% (0) Impact positif

3 principaux types d'impacts négatifs des mesures COVID-19 signalés par les 27 commerçants rapportant un impact négatif sur leur commerce :^{3, 8}

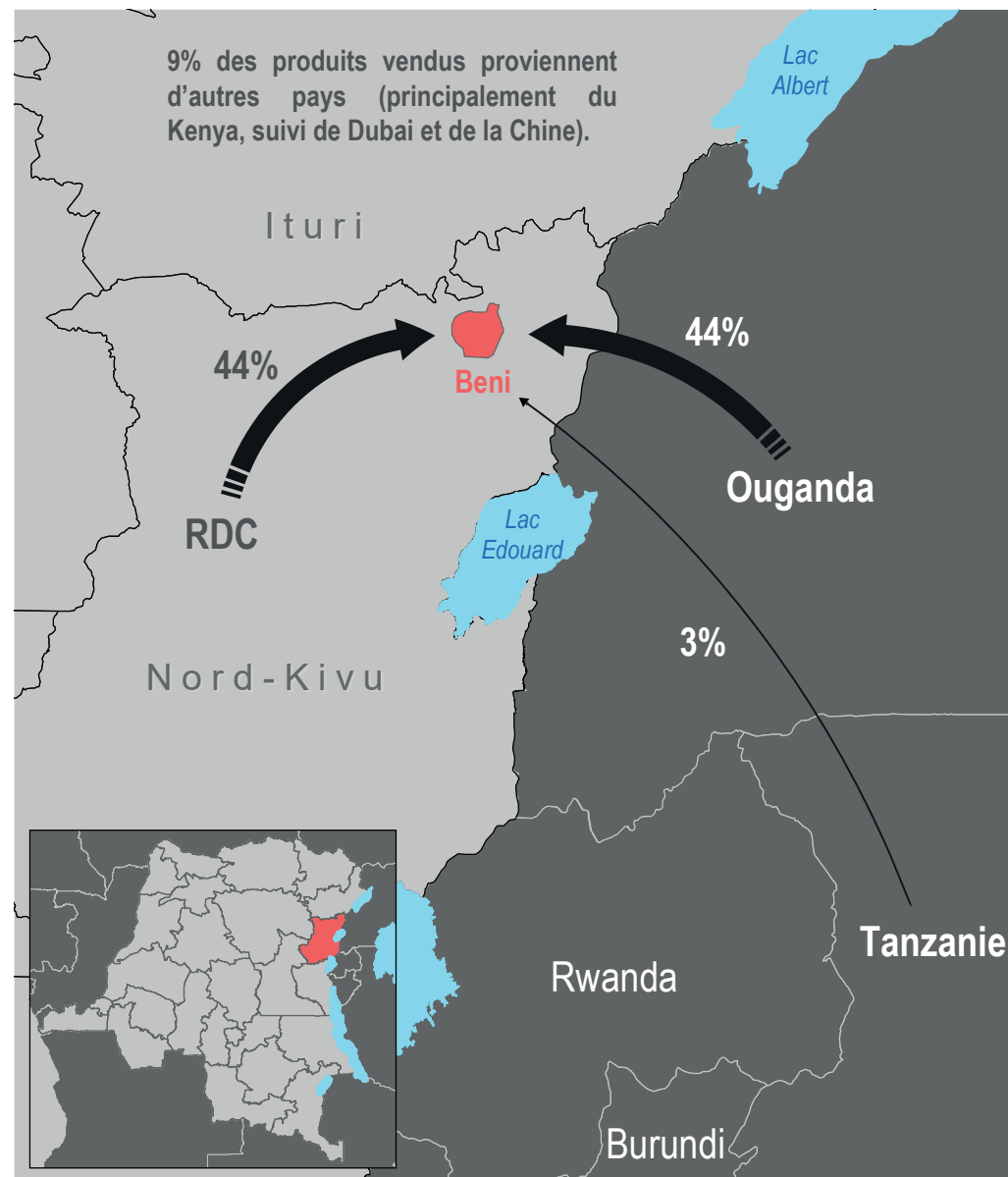


Origine des denrées vendues⁶

Nombre de commerçants interrogés déclarant vendre un article en fonction du type et de l'origine de l'article :

	RDC	Tanzanie	Ouganda	Rwanda	Autre
Produits alimentaires					
Céréales, haricots, lentilles	12	1	15		1
Fruits et légumes	2		2		
Produits laitiers	2		1		
Produits non-périssables ⁴	7	1	11		1
Viandes					
Autres produits alimentaires					
Produits non-alimentaires					
Articles d'hygiène personnelle	6		8		3
Articles ménagers	6		2		
Quincaillerie	7	1	7		6
Vêtements	5	1	8		
Autres produits non-alimentaires	3		6		

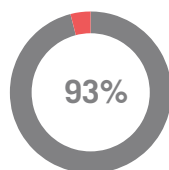
% de commerçants par pays d'origine les plus communément rapportés pour les produits vendus :



Stocks et capacité de réapprovisionnement

Durée médiane estimée des stocks selon les commerçants interrogés :

	# de jours		# de jours ⁹
Produits alimentaires		Produits non-alimentaires	
Céréales, haricots, lentilles	30	Articles d'hygiène personnelle	30
Fruits et légumes	4	Articles ménagers	30
Produits laitiers	7	Quincaillerie	30
Produits non-périssables ⁴	30	Vêtements	30
Viandes	NA	Autres produits non-alimentaires	30
Autres produits alimentaires	NA		



commerçants interrogés parmi les grossistes et les détaillants formels ont indiqué que le marché dans lequel ils travaillaient était capable de satisfaire la demande des clients (24/25)⁸. Parmi les deux commerçants rapportant que le marché dans lequel ils travaillaient n'était pas capable de satisfaire la demande des clients, tous ont rapporté que la capacité de fourniture n'était pas suffisante pour satisfaire la demande générale.

% de commerçants interrogés estimant être capable d'absorber une augmentation de 50% de la demande en l'espace d'une semaine, parmi les produits vendus :^{3, 8}

Produits alimentaires		Produits non-alimentaires	
Céréales, haricots, lentilles	100%	Articles d'hygiène personnelle	89%
Fruits et légumes	100%	Articles ménagers	57%
Produits laitiers	100%	Quincaillerie	82%
Produits non-périssables ⁴	92%	Vêtements	100%
Viandes	NA	Autres produits non-alimentaires	100%
Autres produits alimentaires	NA		

93% (28/30) des commerçants interrogés ont rapporté des difficultés de réapprovisionnement, les 4 principales étant :^{3, 8}

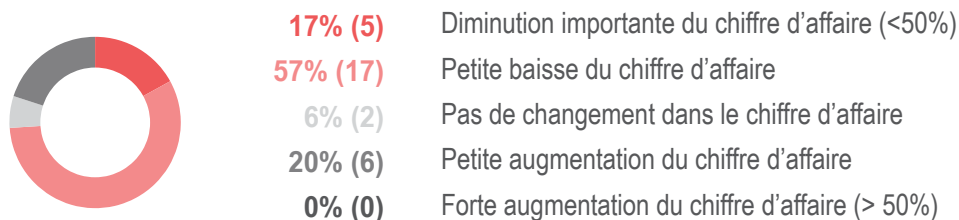
Présence de mesures restrictives sur les échanges avec les pays voisins (telle que la nécessité d'avoir un test négatif)	68% (19)	
Fermeture des frontières ne permettant pas aux fournisseurs locaux de se réapprovisionner en produits importés	29% (8)	
Fournisseurs présents dans un autre pays que l'Ouganda et des restrictions sont imposées sur l'entrée de leurs produits	18% (5)	
Plus de crédit octroyé par les fournisseurs	18% (5)	

93% (28/30) des commerçants interrogés ont rapporté avoir utilisé des stratégies d'adaptation, les 4 principales étant :^{3, 8}

Se tourner vers des fournisseurs locaux, en RDC, plutôt que des fournisseurs de pays voisins	71% (20)	
Se tourner vers des fournisseurs étrangers plus proches	21% (6)	
S'associer avec d'autres commerçants pour importer des produits de pays voisins	18% (5)	
Changer le type de produits vendus pour des produits qui sont plus faciles à obtenir, augmenter les prix de certains produits vendus pour compenser la hausse des coûts/ la baisse des ventes et autres types de stratégies d'adaptation telles que l'utilisation d'intermédiaire dans les pays voisins ou l'utilisation de transfert bancaire.	14% (4)	

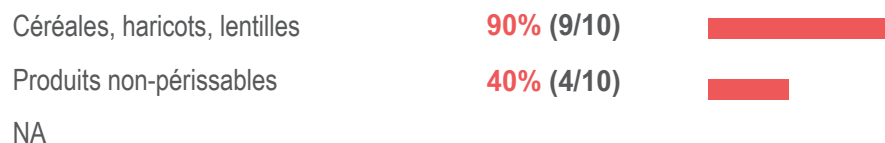
Perceptions des commerçants interrogés sur les changements de comportement des consommateurs et la structure du marché depuis la mise en place des mesures COVID-19

Evolution perçue rapportée par les commerçants interrogés sur le changement de leur chiffre d'affaire :

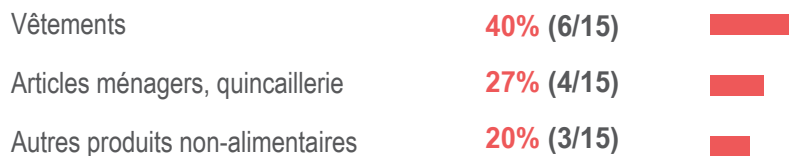


3 principales catégories de produits ayant connu les plus fortes baisses en termes de quantité achetée, parmi les commerçants rapportant une baisse de leur chiffre d'affaire :^{3, 8}

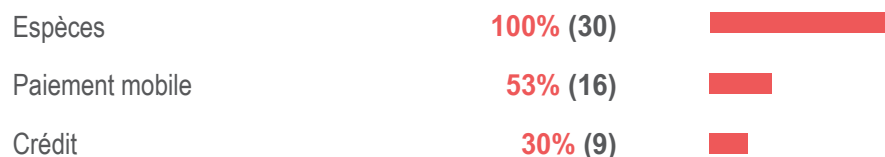
Produits alimentaires



Produits non-alimentaires



3 principaux moyens de paiement acceptés par les commerçants enquêtés :³



Perceptions des commerçants interrogés sur l'évolution des prix depuis la mise en place des mesures COVID-19

Nombre de commerçants interrogés en fonction de l'évolution des prix par rapport à avril 2020, par catégorie d'articles :^{3, 8}

	Forte augmentation	Faible augmentation	Pas de changement	Faible baisse
Produits alimentaires				
Céréales, haricots, lentilles		16		1
Fruits et légumes		2		
Produits laitiers		1		
Produits non-périssables ⁴		12		
Viandes				
Autres produits alimentaires				
Produits non-alimentaires				
Articles d'hygiène personnelle		8	1	
Articles ménagers		6		1
Quincaillerie		10	1	
Vêtements		9		
Autres produits non-alimentaires		5	1	

3 principales raisons de l'augmentation de prix pour les produits vendus, parmi les commerçants interrogés ayant subi une hausse des prix sur au moins l'un des produits vendus :^{3, 8}



NOTES DE FIN

1. Pour les mesures en place lors de la première collecte en avril 2020 voir le rapport du Haut Commissariat des Nations unies pour les réfugiés (UNHCR, avril 2020), « [Update on COVID-19 Response](#) ». Pour la levée de l'état d'urgence, voir l'article de BBC News (juillet 2020), « [Coronavirus : la RDC lève l'état d'urgence](#) ». Pour la réouverture des frontières, voir l'article de DW (novembre 2020), « [La vie reprend aux frontières entre la RDC et le Rwanda](#) ».
2. La fiche d'information de l'évaluation rapide des marchés - Indicateurs pour informer la réponse COVID-19, publiée en avril 2020 pour la ville de Beni est disponible [ici](#).
3. Dans les cas où les questions permettaient des réponses multiples, le total des réponses peut être supérieur à 100%.
4. Les produits non-périssables incluent l'huile, les épices, etc.
5. iMMAP (janvier 2021), « [iMMAP/DFS COVID-19 analyse de situation, période janvier 2021](#) ».
6. Pour chaque produit vendu, le commerçant devait en préciser l'origine. Dans certains cas, plusieurs origines ont été rapportées pour un même produit. En ce qui concerne les commerçants interrogés dans la ville de Beni, la part importante de produits provenant de l'Ouganda peut être expliquée par l'insécurité grandissante dans le territoire de Beni, ainsi que par le fait que les entretiens aient été réalisés à distance. Cela peut avoir conduit à plusieurs biais, avec notamment une partie du commerce informel n'ayant pas pu être capturé lors de cette évaluation. De plus, une prévalence de commerçants vendant des produits non-alimentaires ont été interrogés, pouvant ainsi expliquer cette importante proportion de commerçants rapportant des importations de pays voisins.
7. Bureau de la coordination des affaires humanitaires (OCHA, mars 2021), « Note d'informations humanitaires pour la province du Nord-Kivu ».
8. La question n'a été posée qu'à un sous-ensemble de commerçants selon la logique de la question précédente.
9. Lorsque les commerçants ont été interrogés, le nombre de jour maximal pour les stocks de produits alimentaires et non-alimentaires qui pouvait être rapporté était de 30 jours, ce qui explique pourquoi le nombre de jours ne dépasse pas 30.

Evaluation
réalisée en
partenariat avec



Projet réalisé
grâce aux
financements de



A PROPOS DE LA RÉPONSE DE REACH AU COVID-19

En tant qu'initiative déployée dans de nombreux pays vulnérables et touchés par des crises, REACH est profondément préoccupé par les effets dévastateurs que la pandémie de COVID-19 pourrait avoir sur les millions de personnes affectées que nous cherchons à aider. Ainsi, en collaboration avec les différents cash working groups et ses partenaires, REACH est actuellement en train d'étendre son champ d'action programmatique pour répondre à cette pandémie en identifiant des pistes concrètes permettant d'informer les interventions humanitaires dans les pays où nous sommes actifs. Les suivis et les évaluations de marchés pertinentes au COVID-19 représentent un secteur clé dans lequel REACH vise à mettre son expertise au service des acteurs humanitaires dans le but de comprendre l'impact de l'évolution des restrictions sur les marchés et le commerce. [Un fil d'information dédié](#) sur notre site internet reprend toutes les informations relatives à la réponse de REACH au COVID-19. Veuillez contacter geneva@impact-initiatives.org pour de plus amples informations.

AUTRES PRODUITS CASH AND MARKETS PUBLIÉS PAR REACH

REACH Initiative, [Evaluation rapide des marchés de Beni - Indicateurs pour informer la réponse COVID-19](#) (avril 2020)

Bulletin conjoint, REACH en collaboration avec le CWG, FSL Cluster, CAID, VAM, FEWS et SAFER :

[COVID-19 Bulletin conjoint des marchés](#) (septembre-décembre 2020)

[COVID-19 Bulletin conjoint des marchés](#) (juin-août 2020)

[COVID-19 Bulletin conjoint des marchés](#) (avril-mai 2020)

[COVID-19 Bulletin conjoint des marchés](#) (janvier-mars 2020)

Un Suivi de la situation humanitaire sera lancé par REACH en avril 2021 pour la Province du Nord-Kivu. Pour plus d'information, veuillez consulter les [termes de références](#).