ÉVALUATION RAPIDE

Évaluation rapide des marchés de la ZS de Rutshuru entre le 11 et le 13 mars 2025

Mars 2025 | RÉPUBLIQUE DÉMOCRATIQUE DU CONGO

Contexte

Depuis le début de l'année, à l'Est de la République Démocratique du Congo (RDC), le conflit dans les Kivus s'est intensifié et des mouvements de population ont été notés. Après la prise de Goma et le démantèlement des sites autour de la ville fin janvier, une vague de retour de personnes déplacées plus importante vers la zone de santé (ZS) de Rutshuru a été observée[1]. Dans ce contexte, il était essentiel d'évaluer l'impact de ces arrivées sur les marchés locaux. Cette analyse rapide visait à suivre l'évolution des prix des produits essentiels dans certains marchés de la ZS de Rutshuru et à fournir une mise à jour des indicateurs économiques dans un environnement marqué par l'interruption des circuits d'approvisionnement et la vulnérabilité accrue des populations.

9 articles suivis

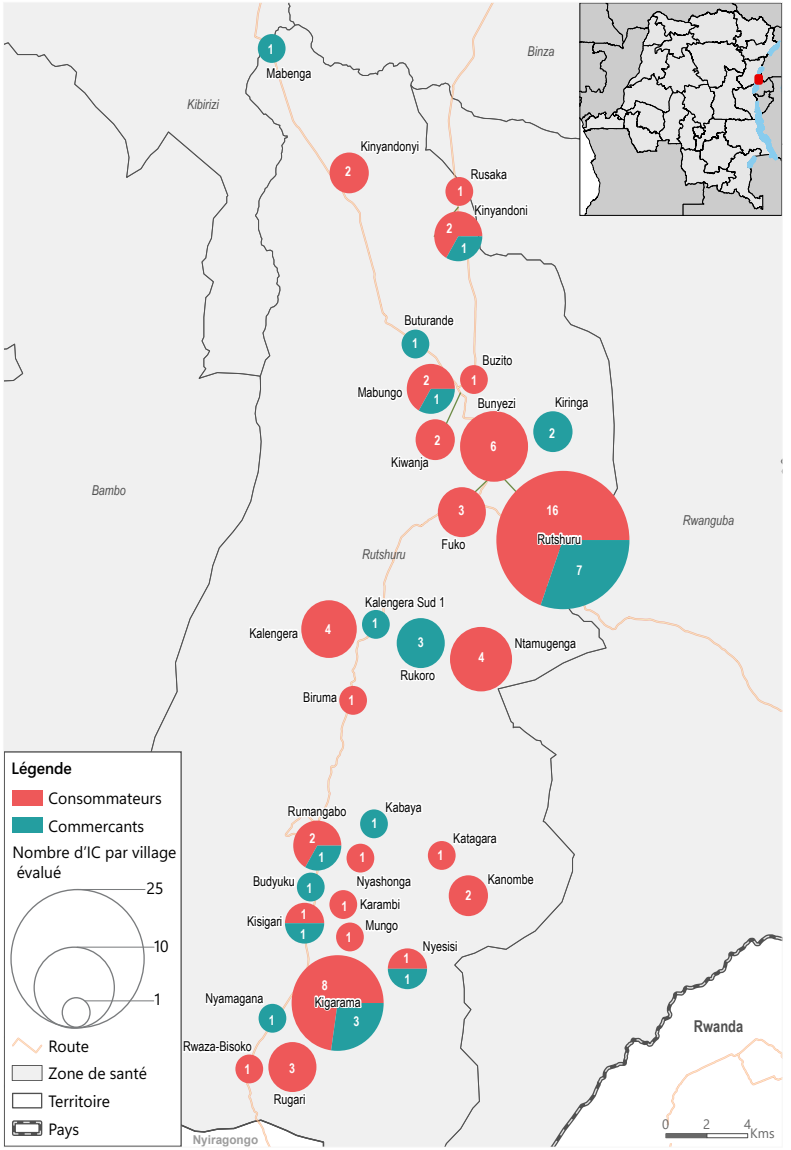
26 commerçant.e.s interrogé.e.s

67 client.e.s interrogé.e.s

MESSAGES CLÉS

- La quasi-totalité des client.e.s et commerçant.e.s interrogé.e.s ont rapporté **une hausse des prix des produits de base**. Ces hausses s'expliquaient le plus souvent par **des hausses du taux de change** selon les répondants, ce dernier semblant avoir beaucoup varié sur la période.
- La hausse des prix aurait fait **baisser la fréquentation des marchés** depuis fin janvier, alors qu'une grande partie des IC interrogés rapportaient des **fermetures de commerces** dans leur marché.
- **Un risque de pénurie** pour certains produits de base a été rapporté par la majorité des IC. **La farine de maïs, le combustible et l'huile de palme** étaient les produits les plus à risque de pénurie selon les répondants.
- A l'image de la situation de Goma et Bukavu, **l'accès aux liquidités semblait s'être détérioré** depuis fin janvier avec la fermeture de certains centres de distribution d'argent et l'impossibilité pour les ménages d'obtenir suffisamment de devises lors des retraits.

Couverture des localités des marchés évalués



1 REACH (Février 2025). Dynamiques de déplacements : Nyiragongo et Rutshuru (Nord-Kivu),18-21 février 2025.

UKaid from the British people

CWG Cash Working Group - RDC

REACH Informing more effective humanitarian action

Méthodologie

Cette analyse rapide des marchés a été mise en place à distance par REACH afin d'évaluer l'évolution des prix des produits essentiels alimentaires et non-alimentaires dans certains marchés de la ZS de Rutshuru. Inspirée de la méthodologie existante de l'Initiative Conjointe de Suivi des Marchés (ICSM/JMMI), elle repose sur un questionnaire ciblant un nombre restreint de produits alimentaires et non-alimentaires composant le panier de dépenses minimum de survie (SMEB)[1]. La collecte de données a été réalisée à distance entre le 11 et le 13 mars 2025, via des entretiens téléphoniques menés auprès d'informateurs clés (IC) commerçant.e.s et client.e.s. Une liste de contacts préétablie a été utilisée, complétée par un échantillonnage en boule de neige. Les données ont été recueillies auprès de 26 commerçant.e.s au sujet de marchés situés dans 15 localités différentes de la ZS de Rutshuru et auprès de 67 client.e.s de marchés répartis dans 23 localités. Cette évaluation fournit un aperçu de l'évolution des prix pour un ensemble de produits pré-identifiés, tout en explorant les tendances de fréquentation des marchés, les dynamiques d'approvisionnement et l'impact du contexte sécuritaire sur ces évolutions.

Limites de cette évaluation

• Au regard de la méthodologie, les résultats ne doivent être considérés qu'à titre indicatif, tels que rapportés par les commerçant.e.s et client.e.s interrogé.e.s à propos de certains marchés de la ZS et ne portent que sur un panel restreint d'articles. Ils ne peuvent donc pas être généralisés.

• Les résultats décrivent la situation du 11 février au 13 mars 2025, et sont susceptibles de changer rapidement du fait des répercussions à plus long terme sur les dynamiques économiques globales des marchés de la ZS.

• Les commerçant.e.s et les client.e.s des marchés évalués ont été invité.e.s à partager par téléphone des tendances entre la situation actuelle et celle fin janvier, ce qui est susceptible d'entrainer des imprécisions.

• Certains commerçant.e.s ont rapporté avoir fermé leur commerce il y a parfois plus de 10 jours avant la collecte de données. Pour autant, du fait de leur bonne connaissance de leur marché, ils ont pu rapporter leur vision de la situation de réapprovisionnement, de disponibilité, des prix mais aussi de l'accessibilité à leur marché au moment de la collecte de données. Une attention particulière a été portée à ces observations pour éviter autant que possible qu'elles entrainent un biais dans les résultats, étant par nature davantage sujettes à des imprécisions.

1 Pour davantage d'informations sur la composition du SMEB et du MEB, veuillez consulter le guide réalisé par le Cash Working Group (CWG).

Profile des commerçant.e.s *(n=26)*

6 femmes

20 hommes

Âge moyen : 41 ans

Période à laquelle les commerçant.e.s ont ouvert pour la dernière fois leur commerce :

11 au 28 février : 4/26

01 au 10 mars : 5/26

11 au 13 mars : 17/26

Nombre de client.e.s quotidiens rapporté par les commerçant.e.s interrogé.e.s :

Moins de 30 client.e.s : 6/26

Entre 30 et 100 client.e.s : 20/26

Profile des client.e.s *(n=67)*

9 femmes

58 hommes

Âge moyen* : 39 ans

Statut de déplacement :

Communauté hôte : 41/67

Personne déplacée interne : 8/67

Personne retournée : 18/67

Fonction des client.e.s les plus rapportés :

Agriculteur : 27/67

Enseignant : 11/67

Sans emploi : 6/67

Fonction publique : 6/67

Période à laquelle les client.e.s se sont rendu.e.s pour la dernière fois au marché :

01 au 05 mars : 2/67

06 au 10 mars : 37/67

11 au 13 mars : 28/67

Fréquence à laquelle les client.e.s se rendent généralement au marché :

- Une fois par semaine : 21/67
- Deux fois par semaine : 26/67
- Entre trois et quatre fois par semaine : 11/67
- Entre quatre et cinq fois par semaine : 4/67
- Tous les jours : 5/67

33% des client.e.s ne s'étant pas rendus sur le marché depuis plus d'un jour ont indiqué ne pas avoir fréquenté leur marché à cause d'un manque d'argent pour s'y rendre ou se procurer les articles.**

* Moyenne calculée sur échantillon de 65 répondant.e.s ayant rapporté leur âge

** 59/67 des répondants ont déclaré ne pas s'y être rendus sur leur marché depuis plus d'un jour.

Évolution des prix

Graphique 1 : Commerçant.e.s et client.e.s ayant rapporté une hausse des prix des produits depuis janvier, par catégorie de produits : *(rapportés en nombre de répondants)*

des commerçant.e.s interrogé.e.s vendant des produits alimentaires ont rapporté que les prix de ces produits avaient augmenté par rapport à fin janvier.

des commerçant.e.s interrogé.e.s vendant des produits EHA/ combustible ont rapporté que les prix de ces produits avaient augmenté par rapport à fin janvier.

des client.e.s interrogé.e.s ayant rapporté s'être procuré des produits alimentaires lors de leur dernière visite du marché ont rapporté que les prix de ces produits avaient augmenté par rapport à fin janvier.

des client.e.s interrogé.e.s ayant rapporté s'être procuré des produits EHA/combustible lors de leur dernière visite du marché ont rapporté que les prix de ces produits avaient augmenté par rapport à fin janvier.

Tableau 1 : Tendance des prix entre fin janvier et la dernière visite des client.e.s au marché (en nombre de répondants)

	Farine de maïs	Farine de manioc	Haricots	Huile	Sel	Savon barre	Lessive poudre	Bandes	Combustible
Baisse importante - 25% ou plus du prix		1							
Légère baisse - moins de 25% du prix	1	1	1						2
Pas de changement	2	2	1	1	5	1	1	1	
Légère hausse - moins de 10% du prix	16	21	13	22	17	31	15	3	10
Hausse moyenne - entre 10% et 24%	9	6	8	9	2	7	3	2	23
Hausse relativement importante, entre 25% et 49%	2	2	3	3	1	5	4		10
Hausse importante des prix, entre 50% et 99%				1	1				1
Nombre d'observations (N)	30	33	26	36	26	44	23	6	46

Tableau 2 : Top 3 des raisons les plus fréquemment citées par les commerçant.e.s ayant rapporté une hausse des prix des produits par rapport à fin janvier, par type d'article : *(Plusieurs réponses possibles, réponses rapportées en nombre de répondant.e.s)*

Rang	Articles alimentaires (N=24)		Articles EHA/combustible (N=15)	
1	Hausse des coûts de transport	12	Hausse des prix pratiqués par les fournisseurs	11
2	Hausse du taux de change	11	Hausse des coûts de transport	9
3	Hausse des prix pratiqués par les fournisseurs	9	Hausse du taux de change	8

Tableau 3 : Top 3 des raisons les plus fréquemment citées par les client.e.s ayant rapporté une hausse des prix des produits par rapport à fin janvier, par type d'article : *(Plusieurs réponses possibles, réponses rapportées en pourcentage de répondant.e.s)*

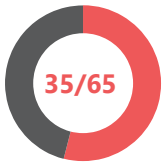
Rang	Articles alimentaires (N=65)		Articles EHA/combustible (N=62)	
1	Hausse du taux de change	80	Hausse du taux de change	76
2	L'insécurité a rendu le réapprovisionnement plus difficile	23	L'approvisionnement est devenu plus difficile en raison d'une hausse des prix fournisseurs ou des coûts de transport	24
3	L'approvisionnement est devenu plus difficile en raison d'une hausse des prix fournisseurs ou des coûts de transport	20	L'insécurité a rendu le réapprovisionnement plus difficile	24

Disponibilité des produits et risque de pénurie

Alors que la majorité des client.e.s interrogé.e.s rapportaient qu'aucun article du SMEB qu'ils avaient essayé de se procurer lors de leur dernière visite n'était plus du tout disponible sur le marché (81% pour les articles alimentaires et 79% pour les articles non alimentaires), des **difficultés à trouver certains articles** ont toutefois été mentionnées par les IC (*Tableau 4*). Selon les commerçant.e.s interrogé.e.s, la majorité des produits était en **disponibilité limitée**, exceptée la farine de maïs qui était peu disponible. Cet article était également celui le plus à risque de pénurie selon les IC.

Graphique 2 : Commerçant.e.s et client.e.s ayant rapporté un risque de pénurie pour les produits du SMEB dans les jours suivant la collecte : *(rapportés en nombre de répondants)*

des client.e.s interrogé.e.s ayant l'habitude d'acheter des produits alimentaires du SMEB ont rapporté un risque de pénurie pour certains de ces articles dans les jours suivant la collecte de données.



des client.e.s interrogé.e.s ayant l'habitude d'acheter des produits EHA/combustible du SMEB ont rapporté un risque de pénurie pour certains de ces articles dans les jours suivant la collecte de données.

des commerçant.e.s interrogé.e.s ont rapporté un risque de pénurie pour certains des articles de base dans les jours suivant la collecte de données.

Tableau 4 : Disponibilité des articles rapportée par les client.e.s (en nombre de répondants)

	Farine de maïs	Farine de manioc	Haricots	Huile	Sel	Savon barre	Lessive poudre	Bandes	Combustible
Indisponible	2	4	6	2	1	3	6	2	2
Difficile à trouver	16	7	10	7	2	8	21	5	11
Nombre d'observations (N)	35	40	35	44	28	50	35	9	51

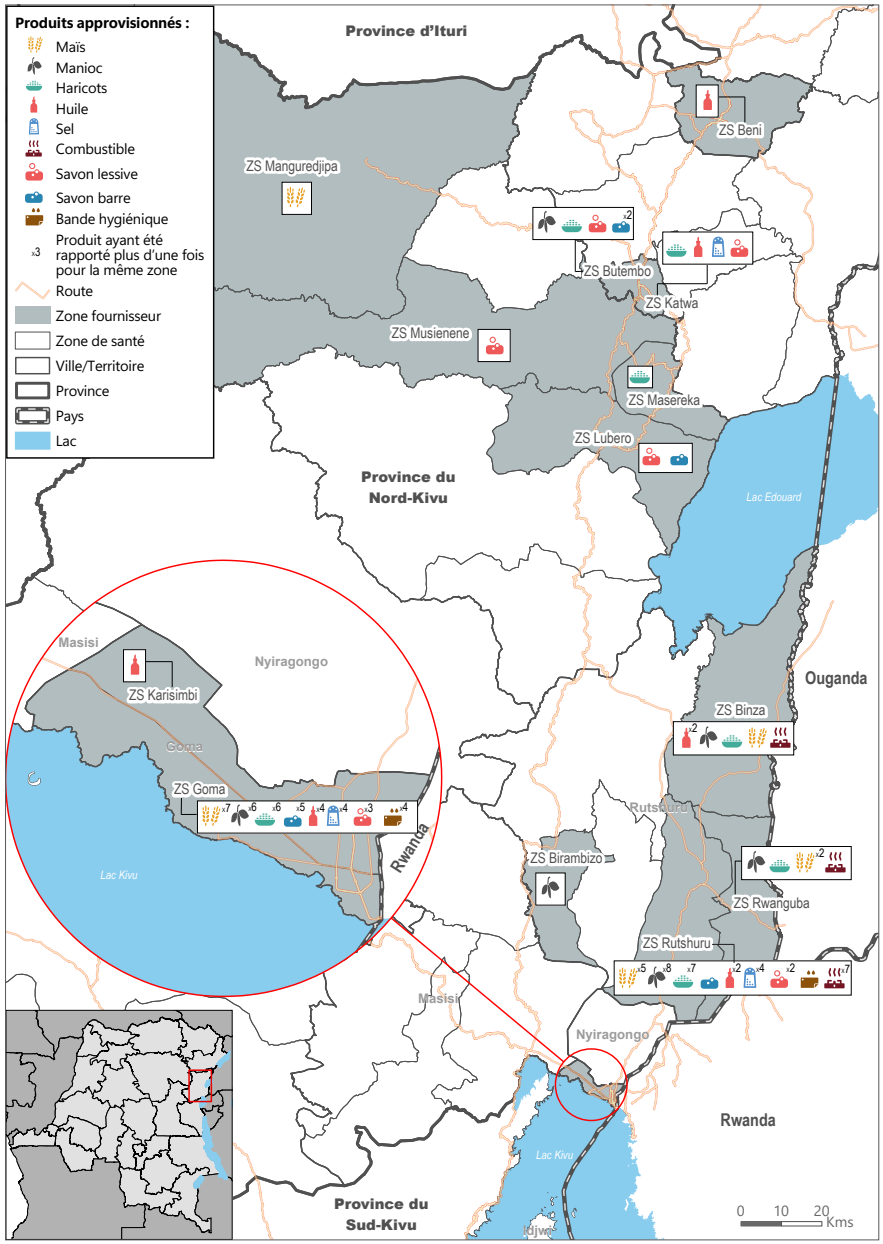
Tableau 5 : Disponibilité des articles rapportée par les commerçant.e.s (en nombre de répondants)

	Farine de maïs	Farine de manioc	Haricots	Huile	Sel	Savon barre	Lessive poudre	Bandes	Combustible
Peu disponible	14								
Disponibilité limitée (vendu uniquement en petites quantités ou par un petit nombre de commerçants)		16	15	10	10	12	12	8	7
Largement disponible	2	2	2		3	1	2		2
Nombre d'observations (N)	16	18	17	10	13	13	14	8	9

Tableau 6 : Top 3 des articles les plus à risque de pénurie selon les commerçant.e.s et les client.e.s ayant rapporté l'existence d'un risque de pénurie dans les jours suivant la collecte de données : *(Plusieurs réponses possibles, réponses rapportées en nombre de répondant.e.s)*

Rang	Commerçant.e.s (N=14)		Client.e.s (N=35)	
1	Farine de maïs	11	Farine de maïs	20
2	Combustible	7	Huile de palme	20
3	Huile de palme	6	Combustible/Haricots	18

Zones d'approvisionnement par produit



Difficultés liées au réapprovisionnement

Graphique 3 : Commerçant.e.s ayant rapporté des difficultés d'approvisionnement : *(rapportés en nombre de répondants)*

des commerçant.e.s interrogé.e.s vendant des produits alimentaires ont rapporté faire face à des difficultés pour se réapprovisionner.

des commerçant.e.s interrogé.e.s vendant des produits EHA/combustible ont rapporté faire face à des difficultés pour se réapprovisionner.

Tableau 7 : Top 3 des articles pour lesquels le réapprovisionnement a posé des difficultés selon les commerçant.e.s interrogé.e.s vendant ces produits : *(Plusieurs réponses possibles, réponses rapportées en nombre de répondant.e.s)*

Rang	Articles alimentaires		Articles EHA/combustible	
1	Huile de palme	7/10	Combustible	6/9
2	Farine de manioc	7/18	Bandes	3/8
3	Haricots	6/17	Savon en barre	3/13

Tableau 8 : Top 3 des raisons expliquant les difficultés de réapprovisionnement selon les commerçant.e.s interrogé.e.s : *(Plusieurs réponses possibles, réponses rapportées en nombre de répondant.e.s)*

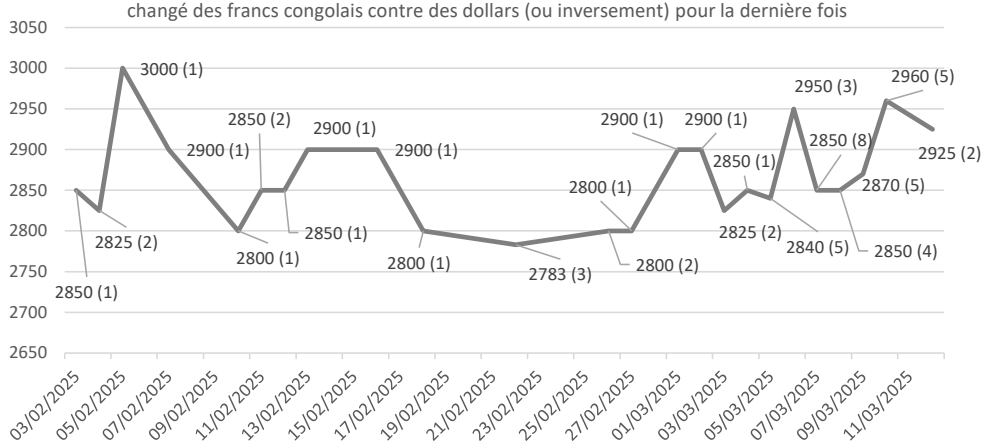
Rang	Articles alimentaires (N=12)		Articles EHA/combustible (N=9)	
1	Mauvais état des routes	7	Mauvais état des routes	9
2	Insécurité sur les routes et dans les environs du marché	6	Coût du transport trop élevé	4
3	Coût du transport trop élevé	5	Difficultés ou tracasseries administratives lors de l'approvisionnement	4

Taux de change

Le taux de change a été instable sur la période. En effet, d'après les client.e.s interrogé.e.s, le nombre de francs congolais demandés pour 1 dollar aurait eu tendance à augmenter sur la période, mais avec des variations importantes selon les jours considérés, comme le montre le *Graphique 4*[1], présentant à la fois la valeur moyenne du taux de change rapporté et le nombre de répondant.e.s entre parenthèses.

Du côté des commerçant.e.s, le taux de change rapporté a également fortement varié sur la période passant d'une moyenne de 2'850 francs congolais (FC) pour 1 dollar (basé sur le rapportage de 2 commerçant.e.s) le 4 février à 3'000 FC autour du 12 mars (rapporté par 5 commerçants). **Ces variations du taux de change** semblent pénaliser encore davantage le pouvoir d'achat des ménages et les activités commerciales de la ville, et seraient à l'origine des hausses des prix rapportées par les IC.

Graphique 4 : Evolution du taux de change moyen rapporté par les client.e.s le jour où ils ont changé des francs congolais contre des dollars (ou inversement) pour la dernière fois



1 Le taux de change a été extrapolé pour les dates pour lesquelles aucun.e client.e interrogé.e n'avait changé de l'argent.

Accès aux liquidités

des commerçant.e.s interrogé.e.s ont rapporté que l'accès aux services financiers s'était détérioré depuis fin janvier.

des client.e.s interrogé.e.s ont rapporté que l'accès aux services financiers s'était détérioré depuis fin janvier.

La crise actuelle semble avoir profondément perturbé l'accès aux liquidités de la ZS de Rutshuru. **La quasi-totalité des répondant.e.s ont rapporté une détérioration de l'accès aux services financiers** depuis début février.

En outre, la majorité[1] des IC interrogé.s ont déclaré **avoir fait face à des barrières (physiques, financières, etc) pour accéder à de l'argent liquide** depuis début janvier. Concernant les barrières physiques rencontrées par les répondant.e.s, la **fermeture des centres de distribution de liquidités** (notamment les banques) a été la barrière la plus fréquemment citée par les répondant.e.s. Concernant les barrières financières, l'**impossibilité d'obtenir suffisamment de devises ou d'argent liquide lors du retrait** était la barrière principale citée.

Face à ces barrières, **l'utilisation des économies restantes** était l'alternative la plus citée par les IC, alors que certains client.e.s avaient également rapporté utiliser des transferts en mobile money. Cette **différence de recours au mobile money** s'observait également dans les modalités de paiement acceptées/utilisées par les IC. En effet, si les commerçant.e.s n'étaient que peu à avoir accepté des paiements par mobile money (2/26), 10/67 client.e.s ont rapporté avoir eu recours au paiement mobile.

Toutefois, **l'argent liquide restait malgré tout le moyen de paiement le plus accepté et utilisé** par les IC. Enfin, concernant les moyens d'accéder aux liquidités rapportés depuis fin janvier, certaines hétérogénéités existaient entre les commerçant.e.s et les client.e.s interrogé.e.s (*Tableau 9*).

Tableau 9 : Top 3 des sources de liquidités disponibles depuis fin janvier rapportées par les IC : *(Plusieurs réponses possibles, réponses rapportées en nombre de répondant.e.s)*

Rang	Commerçant.e.s (N=26)		Client.e.s (N=67)	
1	Revenus de mon activité/salaire en nature	15	Mobile money (airtel money, etc)	45
2	Mobile money (airtel money, etc)	10	Dons ou prêts d'argent liquide de membres de la famille, amis, etc	25
3	Dons ou prêts d'argent liquide de membres de la famille, amis, etc	8	Revenus de mon activité/salaire en nature	19

1 Des problèmes de compréhension de cette question ont été identifiés lors du nettoyage des données, et il se pourrait que la part de répondants ayant rapporté des barrières puisse être sous-estimée.

Changements d'habitudes d'achat et fréquentation des marchés

62% des client.e.s interrogé.e.s ayant rapporté une hausse des prix des produits de base (41/66) ont déclaré avoir dû **changer leurs habitudes d'achat** du fait de cette hausse de prix. En particulier, **41% de ces derniers (17/41) ont rapporté avoir réduit les quantités achetées pour les articles de base évalués**. Toutefois, des hétérogénéités existent puisque 41% ont rapporté avoir augmenté les quantités achetées pour d'autres articles (comme par exemple la viande, les crédits de communication, etc) et 39% ont déclaré avoir augmenté les quantités achetées pour les articles de base (16/41). Si aucune raison spécifique n'a été apportée lors de l'évaluation, une hypothèse pour expliquer cette évolution serait que les client.e.s aient constitué des stocks au vu du contexte sécuritaire, et pour prévenir d'autres hausses de prix. Une aversion au risque différente selon les individus pourrait ainsi expliquer ces comportements de consommation opposés.

Par ailleurs, une large majorité des répondant.e.s (**81%** des client.e.s (54/67) et **18/26** commerçant.e.s) a rapporté **la fermeture de certains commerces depuis fin janvier** sur leur marché ou le marché qu'ils fréquentent le plus souvent. En parallèle, si peu de commerçant.e.s interrogé.e.s (2/26) ont rapporté **l'ouverture de nouveaux commerces** sur leur marché depuis début janvier, 29/67 client.e.s ont rapporté de telles ouvertures. Malgré tout, il convient de noter que **la quasi-totalité des client.e.s interrogé.e.s (66/67) ont rapporté ne pas avoir changé de lieu pour faire leurs achats.**

Ces changements doivent être mis en parallèle avec **la baisse de la fréquentation des marchés évalués depuis fin janvier rapportée par 78%** des client.e.s (52/67) et **22/26** commerçant.e.s interrogé.e.s. Comme présenté dans le *Tableau 10*, la **hausse des prix des produits** était la raison principale citée par les commerçant.e.s. et les client.e.s (47/52 client.e.s et 19/22 commerçant.e.s) pour expliquer la baisse de la fréquentation des marchés.

En outre, les commerçant.e.s ont été interrogé.e.s sur leur capacité à répondre à une augmentation de plus de la moitié de la demande de leurs clients à l'avenir. **15/26** ont rapporté **qu'ils ne seraient pas capables d'absorber une telle hausse de fréquentation**. Les raisons principales citées étaient des **prix des produits trop élevés pour s'en procurer suffisamment** (8/15), un manque de disponibilité chez les fournisseurs ou un réapprovisionnement trop long (4/15), ainsi qu'un manque de capacités de stockage (3/15).

Tableau 10 : Top 3 des raisons les plus rapportées par les répondant.e.s pour expliquer la baisse de la fréquentation sur les marchés depuis fin janvier : *(Plusieurs réponses possibles, réponses rapportées en nombre de répondant.e.s)*

Rang	Raisons	Commerçant.e.s (N=22)	Client.e.s (N=52)
1	Hausse des prix des produits	19	47
2	Insécurité pour se rendre sur le marché	8	10
3	Barrières financières	5	10

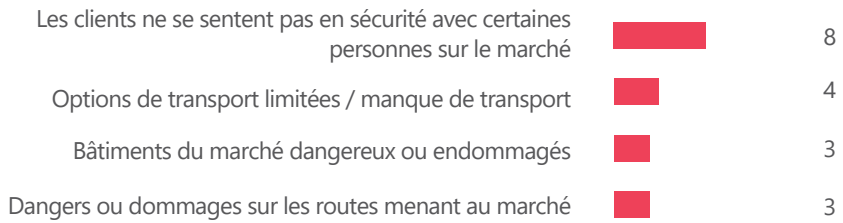
Tableau 11 : Estimation de l'échelle des fermetures des commerces du marché depuis fin janvier : (*Réponses rapportées en nombre de répondant.e.s)*

Raisons	Commerçant.e.s (N=18)	Client.e.s (N=54)
Moins de 25% des commerces	2	7
Au moins un quart mais moins de la moitié des commerces (25% à 49%)	13	39
Au moins la moitié mais moins de trois quarts des commerces (entre 50% et 74%)	3	8
Plus des trois quarts des commerces (plus de 75%)	/	/

Accessibilité physique et sécuritaire des marchés

Des barrières d'accès physiques et sécuritaires ont été rapportées par les IC sur les marchés évalués du Rutshuru. En effet, alors que 10/26 commerçant.e.s interrogé.e.s ont rapporté l'absence de barrières physiques d'accès, diverses barrières étaient citées par le reste des commerçant.e.s (*Graphique 5*). Toutefois, d'après la quasi-totalité des commerçant.e.s ayant rapporté de telles barrières (10/16), **ces barrières n'avaient pas augmenté depuis fin janvier.**

Graphique 5 : Principales barrières limitant l'accès physique aux marchés évalués depuis fin janvier selon les commerçant.e.s interrogé.e.s : *(Plusieurs réponses possibles, réponses présentées en nombre de répondants, N=26)*



Enfin, **des incidents liés à la sécurité** ont été rapportés par 44/67 des client.e.s et 9/26 commerçant.e.s interrogé.e.s dans leur marché ou celui qu'ils fréquentent le plus souvent. **Les vols de biens** étaient les incidents les plus cités par les IC, alors que les autres incidents rapportés différaient selon le type d'IC interrogé (*Tableau 12*). Enfin, selon la totalité commerçant.e.s interrogé.e.s ayant rapporté de tels incidents, **le nombre d'incidents n'avait pas augmenté depuis début janvier**, vision qui semblait être partagée par les client.e.s (30/44).

Tableau 12 : Top 3 des incidents liés à la sécurité survenus depuis fin janvier les plus rapportées par les répondant.e.s : *(Plusieurs réponses possibles, réponses rapportées en nombre de répondant.e.s)*

Rang	Commerçant.e.s (N=9)		Client.e.s (N=44)	
1	Vols de biens	9	Vols de biens	43
2	Insécurité sur ou aux alentours du marché	4	Vols d'argent	33
3	Vols d'argent	3	Incidents liés aux infrastructures du marché	4

À PROPOS DE REACH

REACH facilite le développement d'outils et de produits d'information visant à renforcer la capacité des acteurs de l'aide à prendre des décisions fondées sur des données quantitatives et qualitatives dans des contextes d'urgence, de relèvement et de développement. REACH utilise des méthodologies basées sur la collecte et l'analyse approfondie de données, et l'ensemble de ses activités sont menées à travers les mécanismes interagences de coordination humanitaire. REACH est une initiative conjointe d'IMPACT Initiatives, d'ACTED et de l'Institut des Nations Unies pour la formation et la recherche - Programme d'applications satellitaires opérationnelles (UNITAR/UNOSAT).

Qu'est-ce que le Cash Working Group ?

Le Cash Working Group, ou Groupe de travail national sur l'assistance monétaire en RDC, est une composante de l'Inter-Cluster National et a pour objectif d'appuyer le développement d'une approche stratégique dans le domaine de l'assistance monétaire sectorielle et à usages multiples, en vue de sa meilleure prise en compte dans le cycle de programmation humanitaire en RDC. Plus particulièrement, il vise à assurer la mise en place de mécanismes inter-agences et multisectoriels favorisant de manière inclusive le développement d'une assistance monétaire de qualité.

Dernières publications de l'ICSM		
Février 2025	Fiche d'information	Base de données
Janvier 2025	Fiche d'information	Base de données
Evaluation rapide des marchés de Bukavu	Fiche d'information	
Evaluation rapide des marchés de Goma	Fiche d'information	
Fiche de tendance - MFS	Fiche d'information	Base de données

Vous pouvez consulter les autres publications de l'ICSM ici.