ÉVALUATION RAPIDE DES MARCHÉS DE GOMA

Province du Nord Kivu, République Démocratique du Congo (4-11 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 Goma, la collecte de données a été conduite entre les 4 et 11 mars 2021, à travers 46 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, les commerçants ont été contacté par téléphone, puis une collecte en face-à-face a été organisée afin de la compléter.

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 réalisés en avril 2020	# d'entretiens réalisés en mars 2021
Goma	Himbi	Alanine	6	6
Goma	Les Volcans	Marché du Cinquantenaire	6	7
Karisimbi	Kahembe	Birere	3	8
Karisimbi	Kahembe	Kahembe	5	6
Karisimbi	Mabanga sud	TMK	1	2
Karisimbi	Mikeno	Mosquée Birere	3	6
Karisimbi	Virunga	Virunga	3	6
Autres marchés			9	5

PROFIL DES COMMERÇANTS INTERROGÉS

Types de commerçants interrogés :

- 4/46 Petits commerçants informels
- 31/46 Détaillants informels
- 5/46 Détaillants formels
- 6/46 Grossistes

Types de marchés où les commerçants interrogés opéraient :

- 7/46 Marché routier
- 39/46 Petit ou un grand marché fixe
- 0/46 Plusieurs marchés fixes ou mobiles

Types de produits vendus par les commerçants interrogés :[3]

- 34/46 Denrées alimentaires (principalement des céréales, haricots, lentilles et des fruits et légumes)
- NFI 20/46 Articles non-alimentaires (principalement des produits d'hygiène personnelle)

Nombre de femmes commerçantes parmi les commerçants interrogés :

- 28/46 Commerçants interrogés étaient des femmes, travaillant dans des rôles diversifiés, dans le domaine formel et informel.

RÉSULTATS CLÉS

Impacts des mesures COVID-19

Un rapport publié par iMMAP en décembre 2020 a analysé les impacts du COVID-19 en RDC.[4] 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 majorité (87%, 40/46) 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 (20/40)**, suivi de la diminution de la demande en général (7/40) et de l'accroissement des difficultés pour obtenir des produits (6/40). Ces résultats sont relativement similaires à ceux de l'an dernier, où 80% des commerçants interrogés 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 ainsi que la diminution de la demande en général.

Origine des produits vendus par les commerçants interrogés

Les commerçants travaillant dans les marchés de Goma ont rapporté que les produits alimentaires et non-alimentaires qu'ils vendaient provenaient majoritairement de la RDC (56%). Plus des deux tiers des produits vendus par les commerçants interrogés provenaient de pays voisins (44%) : plus particulièrement du Rwanda (25%) et de l'Ouganda (11%).[5] Lors de la collecte de données réalisée en avril 2020, 57% des commerçants avaient déclaré que les produits vendus provenaient de la RDC, contre 37% de produits importés depuis le Rwanda. 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. Cette baisse d'importation depuis le Rwanda et légère augmentation des produits provenant de la RDC pourraient être expliquées par les stratégies d'adaptation mises en place par les commerçants suite aux mesures COVID-19. Cela est notamment souligné par le fait qu'un peu moins de la moitié des commerçants ayant utilisé des stratégies d'adaptation (19/42) ont rapporté s'être tournés vers des fournisseurs locaux, en RDC, plutôt que vers des fournisseurs de pays voisins.

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.[4] **De même, la quasi-totalité des commerçants interrogés (98%, 45/46) 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, un peu moins de la moitié (20/45) a indiqué les difficultés de réapprovisionnement suite à la fermeture des frontières, suivi du manque d'argent pour se réapprovisionner (19/45) et du fait que le fournisseur n'acceptait plus de crédit (18/45) 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 majorité des commerçants (91%, 42/46) 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 (19/42), suivi du fait de s'associer avec d'autres commerçants pour importer des produits de pays voisins (14/42)** et d'augmenter les prix de certains produits vendus pour compenser la hausse des coûts/la baisse des ventes (11/42).[3]

Augmentation des prix des produits alimentaires et non-alimentaires

Une majorité des commerçants ont rapporté une forte augmentation des prix pour 16 produits vendus, et une faible augmentation sur les prix de 40 des produits alimentaires et non-alimentaires vendus. **Les trois raisons principales de l'augmentation des prix rapportée par les commerçants sur les produits vendus (39 produits alimentaires et 17 produits non-alimentaires) étaient la dépréciation du franc congolais (27/39, 9/17), suivi des mesures restrictives à la frontière (23/39, 9/17), ainsi que du manque de stock (8/39, 7/17).**[3] Cette augmentation rapportée des prix est soulignée par le fait qu'une vaste majorité des commerçants interrogés (96%, 44/46) 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 :

87% (40) Impact négatif
0% (0) Pas d'impact
13% (6) Impact positif

Parmi les six commerçants rapportant un impact positif suite aux mesures COVID-19, un peu plus de la moitié (4/6) a rapporté une augmentation du nombre de clients quotidiens.

3 principaux types d'impacts négatifs des mesures COVID-19 signalés par les 40 commerçants rapportant un impact négatif sur leur commerce :[3, 6]

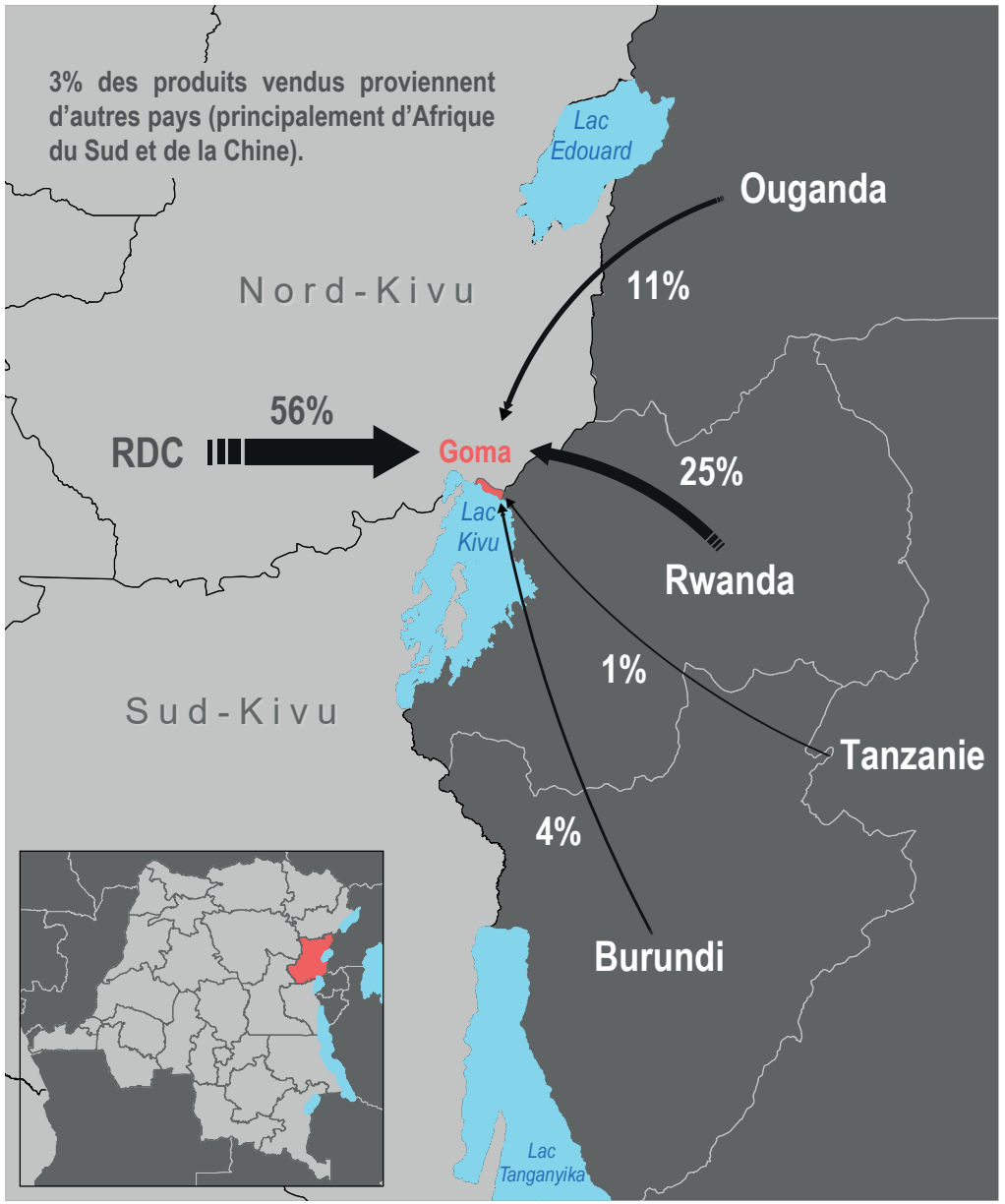
Moins de ventes quotidiennes	50% (20)
Moins de demande en général	18% (7)
Plus grande difficulté à obtenir des produits	15% (6)

Origine des denrées vendues[5]

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

	RDC	Burundi	Ouganda	Rwanda	Tanzanie	Autre
Produits alimentaires						
Céréales, haricots, lentilles	21	1	3	6	1	
Fruits et légumes	18		5	9		2
Produits laitiers	3	1		2		
Produits non-périssables[7]	7		2	5		1
Viandes	2			3		
Autres produits alimentaires	2					
Produits non-alimentaires						
Articles d'hygiène personelle	8	1	3	6		
Articles ménagers	1					
Quincaillerie	3	2		1		
Vêtements	5		1	1		
Autres produits non-alimentaires	4					1

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

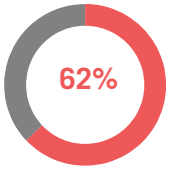


Stocks et capacité de réapprovisionnement

Durée médiane estimée des stocks selon les commerçants interrogés :

Produits alimentaires	# de jours
Céréales, haricots, lentilles	7
Fruits et légumes	4
Produits laitiers	4
Produits non-périssables[7]	14
Viandes	5.5
Autres produits alimentaires	8

Produits non-alimentaires	# de jours[8]
Articles d'hygiène personelle	25
Articles ménagers	7
Quincaillerie	30
Vêtements	30
Autres produits non-alimentaires	30



commerçants interrogés parmi les grossistes et les détaillants ont indiqué que le marché dans lequel ils travaillaient n'était pas capable de satisfaire la demande des clients (26/42).[6] Parmi les commerçants rapportant que le marché dans lequel ils travaillent 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, et plus d'un tiers (11/26) ont rapporté que la capacité de fourniture n'était pas suffisante pour les nouveaux produits demandés.

% 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, 6]

Produits alimentaires	
Céréales, haricots, lentilles	75%
Fruits et légumes	83%
Produits laitiers	80%
Produits non-périssables[7]	67%
Viandes	100%
Autres produits alimentaires	100%

Produits non-alimentaires	
Articles d'hygiène personelle	60%
Articles ménagers	NA
Quincaillerie	100%
Vêtements	75%
Autres produits non-alimentaires	40%

98% (45/46) des commerçants interrogés ont rapporté des difficultés de réapprovisionnement, les 4 principales étant :[3, 6]

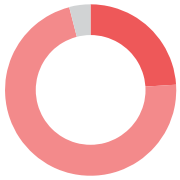
- Difficulté à se réapprovisionner suite à la fermeture de la frontière avec les pays voisins — **44% (20)**
- Plus assez d'argent pour se réapprovisionner — **42% (19)**
- Le fournisseur n'accepte plus de crédit — **40% (18)**
- Les mesures restrictives sur les échanges (par exemple la nécessité d'avoir un test négatif) avec les pays voisins — **29% (13)**

91% (42/46) des commerçants interrogés ont rapporté avoir utilisé des stratégies d'adaptation, les 3 principales étant :[3, 6]

- Se tourner vers des fournisseurs locaux, en RDC, plutôt que des fournisseurs de pays voisins — **45% (19)**
- S'associer avec d'autres commerçants pour importer des produits de pays voisins — **33% (14)**
- Augmenter les prix de certains produits vendus pour compenser la hausse des coûts/ la baisse des ventes — **26% (11)**

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 :



24% (11)	Diminution importante du chiffre d'affaire (<50%)
72% (33)	Petite baisse du chiffre d'affaire
4% (2)	Pas de changement dans le chiffre d'affaire
0% (0)	Petite augmentation du chiffre d'affaire
0% (0)	Forte augmentation du chiffre d'affaire (> 50%)

3 principales catégories de produits ayant connu les plus fortes baisses en termes de quantité achetée, parmi les commercants rapportant une baisse de leur chiffre d'affaire :[3, 6]

Produits alimentaires

Céréales, haricots, lentilles	52% (16/31)
Légumes et fruits	35% (11/31)
Produits non-périssables[7]	29% (9/31)

Produits non-alimentaires

Articles d'hygiène personnelle	39% (7/18)
Autres produits non-alimentaires	33% (6/18)
Vêtements	22% (4/18)

3 principaux moyens de paiement acceptés par les commercants enquêtés :[3]

Espèces	100% (46)
Crédit	65% (30)
Monnaie mobile	33% (15)

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, 6]

	Forte augmentation	Faible augmentation	Pas de changement	Faible baisse
Produits alimentaires				
Céréales, haricots, lentilles	5	8	2	
Fruits et légumes	1	7	4	
Produits laitiers	1	3	1	
Produits non-périssables[7]	2	6	1	
Viandes		4		
Autres produits alimentaires	1	1	1	
Produits non-alimentaires				
Articles d'hygiène personelle	2	6	2	
Articles ménagers		1		
Quincaillerie	2	1		
Vêtements		1	2	1
Autres produits non-alimentaires	2	2	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, 6]

Dépréciation du franc congolais	66% (27)
Mesures restrictives à la frontière	56% (23)
Manque de stock	20% (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 Goma est disponible **ici**.

3. Dans les cas où les questions permettaient des réponses multiples, le total des réponses peut être supérieur à 100%.

4. iMMAP (janvier 2021), « iMMAP/DFS COVID-19 analyse de situation, période janvier 2021 ».

5. Pour chaque produit vendu, le commerçant devait en préciser l'origine. Dans certains cas, plusieurs origines ont été rapportées pour un même produit.

6. La question n'a été posée qu'à un sous-ensemble de commerçants selon la logique de la question précédente.

7. Les produits non-périssables incluent l'huile, les épices, etc.

8. 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.

Projet réalisé grâce aux financements de

UKaid
from the British people

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 Goma - 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.