

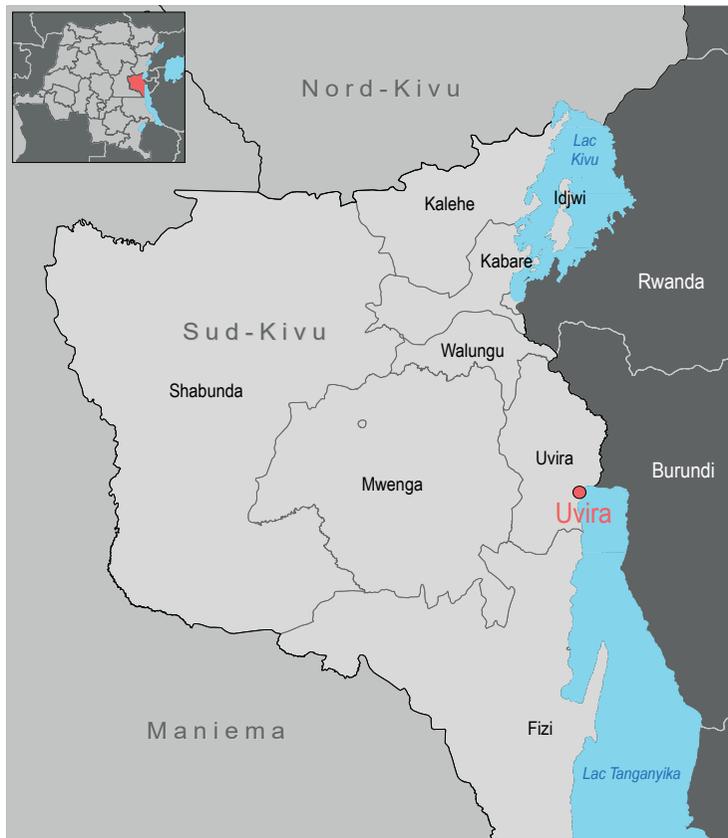


### CONTEXTE ET MÉTHODOLOGIE

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.<sup>1</sup>

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 d'Uvira, la collecte de données a été conduite par ACTED entre les 9 et 11 mars 2021, à travers 33 enquêtes structurées auprès de commerçants de produits alimentaires et non-alimentaires.<sup>2</sup> 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 contactés 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
Kalundu	Rugembe	Kalimabenge	4	3
Kalundu	Songo	Marché Songo	2	5
Mulongwe	Kimanga	Maendeleo	3	6
Mulongwe	Rombe I	Dépôt	6	9
Mulongwe	Rombe II	Zairois	10	10

### PROFIL DES COMMERCANTS INTERROGÉS

#### Types de commerçants interrogés :



- 4/33 Petits commerçants informels
- 12/33 Détaillants informels
- 6/33 Détaillants formels
- 11/33 Grossistes

#### Types de marchés où les commerçants interrogés opéraient :



- 9/33 Marché routier
- 23/33 Petit ou un grand marché fixe
- 1/33 Plusieurs marchés fixes ou mobiles

#### Types de produits vendus par les commerçants interrogés :<sup>3</sup>



- 20/33 Denrées alimentaires (principalement des céréales, haricots, lentilles et produits-non périssables)<sup>4</sup>



- 19/33 Articles non-alimentaires (principalement des articles ménagers et des produits d'hygiène personnelle)

#### Nombre de femmes commerçantes parmi les commerçants interrogés :



- 18/33 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.<sup>5</sup> 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, environ les trois quarts des commerçants (67%, 22/33) 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 (14/22). Ces résultats sont relativement similaires à ceux de l'an dernier, où une majorité 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. Il est important de souligner qu'au-delà des mesures COVID-19, la ville d'Uvira avait été affectée par de fortes inondations l'année dernière, qui ont débuté dans la nuit du 16 avril 2020, touchant de grandes parties de la ville. Ces inondations avaient aussi partiellement détruit trois marchés où des enquêtes avaient été réalisées, dans les quartiers de Kavimvira, Mulongwe et Kalundu.

### Origine des produits vendus par les commerçants interrogés

**Les commerçants travaillant dans les marchés d'Uvira ont rapporté que les produits alimentaires et non-alimentaires qu'ils vendaient provenaient à 50% de la RDC, suivi du Burundi (23%), du Rwanda (10%), de la Tanzanie (9%) et de l'Ouganda (8%).<sup>6</sup>** L'an dernier, les commerçants avaient rapporté que les produits vendus provenaient principalement du Burundi, en particulier les produits d'hygiène personnelle et les produits alimentaires de base.

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 diminution des importations du Burundi pourrait être expliquée par les stratégies d'adaptation mises en place par les commerçants suite aux mesures COVID-19. Cela est notamment souligné par le fait qu'une majorité des commerçants ayant rapporté l'utilisation d'une ou de plusieurs stratégies d'adaptation (32/33), ont rapporté s'être tournés vers des fournisseurs locaux, en RDC, plutôt que vers des fournisseurs de pays voisins (28/32).<sup>3</sup>

### 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.<sup>5</sup> **De même, une grande majorité des commerçants interrogés (97%, 32/33) 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, les principales difficultés rapportées étaient liées à la fermeture des frontières. En effet, une majorité (18/32) a indiqué la présence de mesures restrictives sur les échanges avec les pays voisins (notamment 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 (17/32) comme principales difficultés.<sup>3</sup>**

**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 (97%, 32/33) 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 (28/32), suivi de l'augmentation des prix de certains produits vendus pour compenser la hausse des coûts et/ou la baisse des ventes (17/32) et de s'associer avec d'autres commerçants pour importer des produits de pays voisins (12/32).<sup>3</sup>

### Augmentation des prix des produits alimentaires et non-alimentaires

Une majorité des commerçants ont rapporté une forte augmentation des prix pour 41 produits vendus, et une faible augmentation pour 9 produits vendus. **Les trois raisons principales rapportées par les commerçants pour expliquer l'augmentation des prix sur les produits vendus étaient la dépréciation du franc congolais (40/50), suivi du manque de stock (32/50) et des mesures restrictives à la frontière (28/50).<sup>3</sup>** Cette augmentation rapportée des prix est renforcée par le fait qu'une vaste majorité des commerçants interrogés (91%, 30/33) ont rapporté une baisse de leur chiffre d'affaire depuis le début de la mise en place des mesures COVID-19.

# ÉVALUATION RAPIDE DES MARCHÉS D'UVIRA

## Perceptions de l'impact des mesures COVID-19

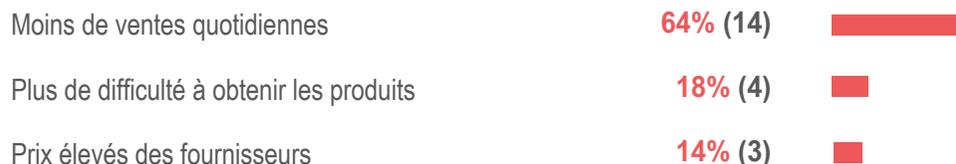
% des commerçants interrogés par type d'impact perçu des mesures COVID-19 :



**67% (22)** Impact négatif  
**9% (3)** Pas d'impact  
**24% (8)** Impact positif

Parmi les huit commerçants rapportant un impact positif suite aux mesures COVID-19, une majorité (6/8) a rapporté une augmentation du nombre de clients quotidiens.

**3 principaux types d'impacts négatifs des mesures COVID-19 signalés par les 22 commerçants rapportant un impact négatif sur leur commerce :**<sup>3, 7</sup>

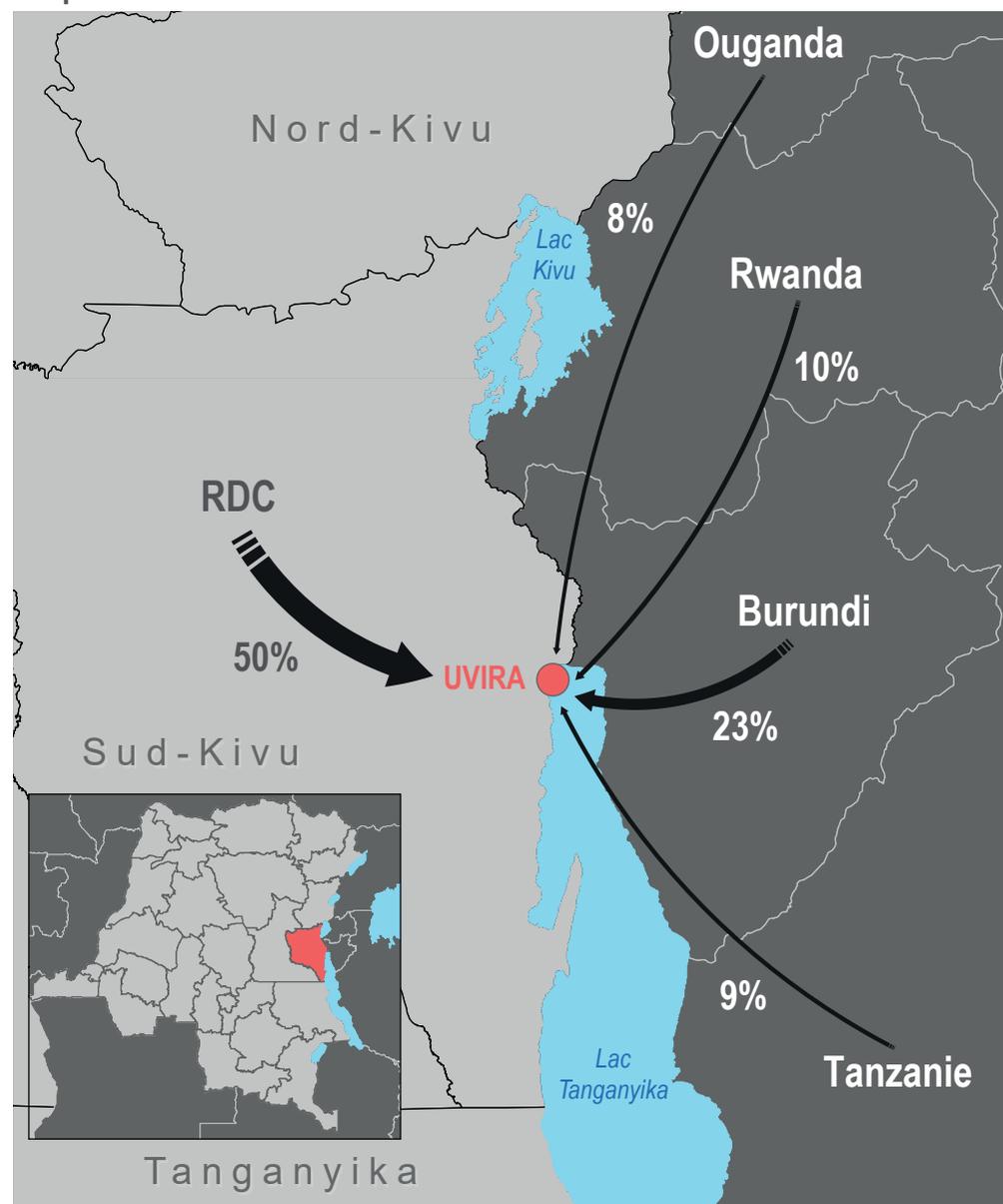


## Origine des denrées vendues<sup>6</sup>

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

	RDC	Burundi	Ouganda	Rwanda	Tanzanie
<b>Produits alimentaires</b>					
Céréales, haricots, lentilles	18	2		2	3
Fruits et légumes		1			
Produits laitiers	3	1			
Produits non-périssables	2	1			
Viandes	4	2	1		
<b>Autres produits alimentaires</b>					
<b>Produits non-alimentaires</b>					
Articles d'hygiène personnelle	3	5		2	2
Articles ménagers	3	3	1	2	1
Quincaillerie	2	3	4	1	1
Vêtements	3			1	
<b>Autres produits non-alimentaires</b>					

% 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 <sup>8</sup>
<b>Produits alimentaires</b>		<b>Produits non-alimentaires</b>	
Céréales, haricots, lentilles	7	Articles d'hygiène personnelle	7
Fruits et légumes	4	Articles ménagers	11
Produits laitiers	7	Quincaillerie	13.5
Produits non-périssables <sup>4</sup>	5	Vêtements	5
Viandes	2	Autres produits non-alimentaires	3
Autres produits alimentaires	17.5		



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 (24/29)<sup>8</sup>. Parmi les cinq 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 :<sup>3, 7</sup>

Produits alimentaires		Produits non-alimentaires	
Céréales, haricots, lentilles	89%	Articles d'hygiène personnelle	71%
Fruits et légumes	100%	Articles ménagers	100%
Produits laitiers	100%	Quincaillerie	100%
Produits non-périssables <sup>4</sup>	100%	Vêtements	100%
Viandes	100%	Autres produits non-alimentaires	NA
Autres produits alimentaires	NA		

97% (32/33) des commerçants interrogés ont rapporté des difficultés de réapprovisionnement, les 4 principales étant :<sup>3, 7</sup>

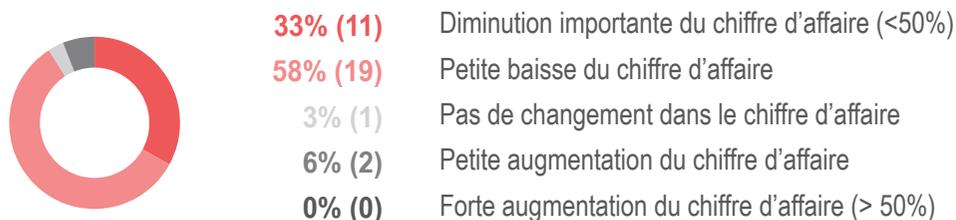
Présence de mesures restrictives sur les échanges avec les pays voisins (telle que la nécessité d'avoir un test négatif)	56% (18)	
Fermeture des frontières ne permettant pas aux fournisseurs locaux de se réapprovisionner en produits importés	53% (17)	
Fermeture des frontières avec les pays voisins ne permettant pas de se réapprovisionner	50% (16)	
Fournisseurs présents dans un autre pays que l'Ouganda, le Rwanda ou le Burundi et des restrictions sont imposées sur l'entrée de leurs produits	47% (15)	

97% (32/33) des commerçants interrogés ont rapporté avoir utilisé des stratégies d'adaptation, les 4 principales étant :<sup>3, 7</sup>

Se tourner vers des fournisseurs locaux, en RDC, plutôt que des fournisseurs de pays voisins	88% (28)	
Augmenter les prix de certains produits vendus pour compenser la hausse des coûts/ la baisse des ventes	53% (17)	
S'associer avec d'autres commerçants pour importer des produits de pays voisins	38% (12)	
Se tourner vers des fournisseurs étrangers plus proches	25% (8)	

## 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 :<sup>3, 7</sup>

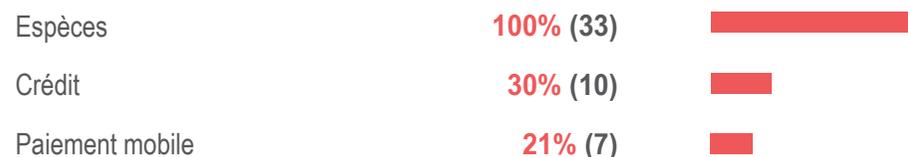
### Produits alimentaires



### Produits non-alimentaires



3 principaux moyens de paiement acceptés par les commerçants enquêtés :<sup>3</sup>



## 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 :<sup>3, 7</sup>

	Forte augmentation	Faible augmentation	Pas de changement	Faible baisse
<b>Produits alimentaires</b>				
Céréales, haricots, lentilles	15	2	1	1
Fruits et légumes	1			
Produits laitiers	2	1		
Produits non-périssables <sup>4</sup>	4			
Viandes	4			
Autres produits alimentaires				
<b>Produits non-alimentaires</b>				
Articles d'hygiène personnelle	4	3		
Articles ménagers	5	2		
Quincaillerie	4	1		
Vêtements	2		1	
Autres produits non-alimentaires				

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 :<sup>3, 7</sup>



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

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](mailto:geneva@impact-initiatives.org) pour de plus amples informations.

## AUTRES PRODUITS CASH AND MARKETS PUBLIÉS PAR REACH

REACH Initiative, [Évaluation rapide des marchés d'Uvira - 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)

Pour plus d'informations multi-sectorielles :

REACH, [Suivi de la situation humanitaire, Province du Sud-Kivu](#) (février 2021)

REACH, [Suivi de la situation humanitaire, Indicateurs pertinents pour la réponse au COVID-19, Province du Sud-Kivu](#) (janvier 2021)