

INTRODUCTION

L'impact de la crise prolongée en République Centrafricaine (RCA) a historiquement affecté, et continue d'affecter les systèmes de marché, tant en termes d'insécurité, de manque de moyens de transport, de détérioration des routes et des marchés¹, de taxes prélevées par des acteurs divers. S'ajoute à cela l'apparition de la pandémie de la COVID-19², et ses conséquences sur les marchés et les moyens de subsistance qui ont démontré la nécessité d'une compréhension plus complète des chaînes d'approvisionnement et de leurs éventuelles perturbations, afin de mieux anticiper la volatilité des prix, la disponibilité des produits de base et les fluctuations de la demande. Cette compréhension plus approfondie du contexte local permettra, en retour, de mieux informer les programmes de transferts monétaires.

Afin de développer cette compréhension, et de répondre à l'une des priorités établies par le Groupe de Travail sur les Transferts Monétaires (GTTM) au début de l'année 2020³, il a été décidé qu'une analyse davantage qualitative, appuyée par le *Bureau for Humanitarian Assistance* (BHA), devrait être développée pour compléter et enrichir l'étude quantitative réalisée chaque mois dans le cadre de l'initiative conjointe de suivi des marchés (ICSM), depuis 2019. Les vendeurs des localités évaluées sont au cœur de l'analyse de ce nouveau cycle de recherche, qui apporte un éclairage sur l'interdépendance entre les marchés de la RCA, la dépendance à l'égard des importations, les obstacles rencontrés tant au stade de l'approvisionnement que de la vente des produits de base, la perception et l'impact des transferts monétaires, et des foires alimentaires. La seconde partie de cette recherche pilote a consisté en l'obtention de retours et d'impressions de la part des fournisseurs, ainsi que des consommateurs. Cela a permis en retour de développer et de trianguler les informations fournies par les vendeurs. Ainsi, l'analyse qualitative des marchés s'appuie sur les résultats des groupes de discussion avec les commerçants, et des retours et impressions de la part des fournisseurs et des consommateurs.

Ces résultats sont indicatifs des marchés de leur propre zone géographique. Cette couverture géographique s'étendra à la suite des résultats de la phase pilote.

METHODOLOGIE

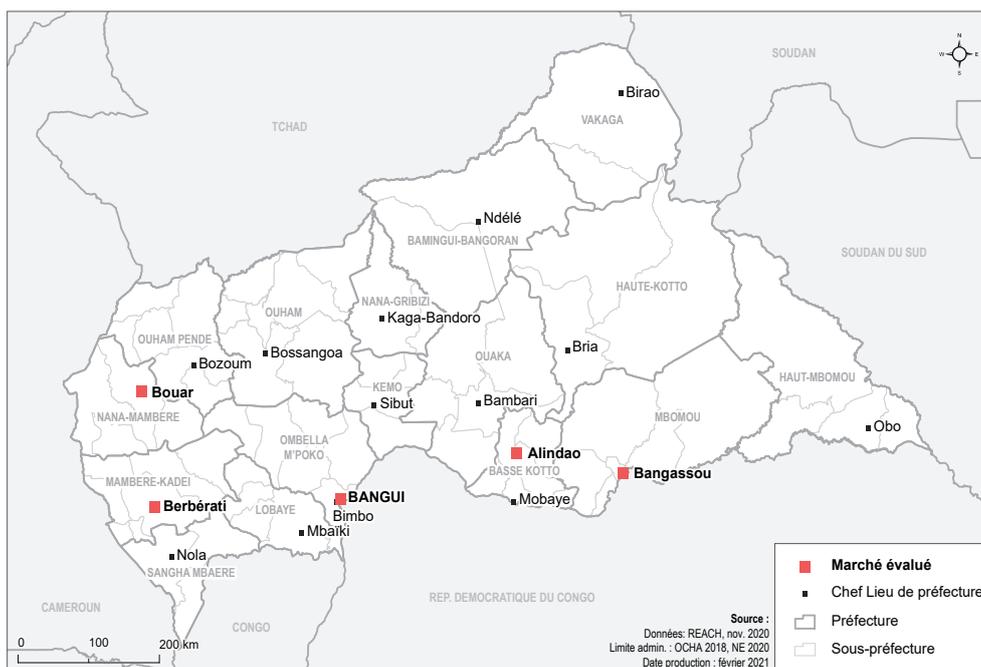
Afin de pouvoir évaluer les différentes lectures de fonctionnement des marchés, l'analyse qualitative s'est articulée autour de plusieurs collectes de données. D'une part des groupes de discussion ont été organisés avec des commerçants à l'aide de guides d'entretiens semi-directifs, pour obtenir des réponses sur des sujets pré-identifiés, tout en laissant aux participants la possibilité de s'exprimer sur des sujets liés sans qu'ils se sentent contraints dans leur réponse. D'autre part, les groupes de discussion ont été complétés par des entretiens semi-directifs avec les informateurs clés - consommateurs et fournisseurs. En termes de chronologie, les données ont été collectées entre le 25 septembre et le 11 novembre 2020. Au total, 2 groupes de discussion par ville ont été réalisés (un pour les hommes et un pour les femmes), à l'exception de Bangui où 6 groupes de discussion ont été conduits sur 3 marchés différents (3 pour les hommes et 3 pour les femmes). Un total de 84 commerçants lors des groupes de discussion, 45 informateurs clés - fournisseurs (IC-F) et 70 informateurs clés - consommateurs (IC-C) ont participé à la collecte de donnée.

COUVERTURE GEOGRAPHIQUE

L'expansion du champ de recherche de l'ICSM - collecte de prix mensuelle - vers un cycle de recherche plus étendu de « cash et marchés » vise à mieux comprendre le mode de fonctionnement des marchés couverts par l'ICSM. Il reflète donc la couverture géographique actuelle de l'ICSM, composée de 23 localités en juillet 2020. Pendant la première phase de mise en œuvre du projet, la couverture géographique a été composée de marchés pilotes, à savoir ;

- Alindao (préfecture de Basse-Kotto) - Sud-Est ;
- Bangassou (préfecture de Mbomou) - Sud-Est ;
- Bouar (préfecture de Nana-Mambéré) - Nord-Ouest ;
- Bangui (marché Central ; marché PK5 ; marché de Pétévo) ;
- Berbérati (préfecture de Mambéré-Kadéï) - Sud-Ouest.

Ces marchés pilotes ont été sélectionnés en fonction de la manifestation d'intérêt des partenaires du GTTM et de leur disponibilité à fournir un soutien technique et logistique pour l'évaluation.



Note : Les données, désignations ou frontières utilisées dans cette carte ne sont pas garanties sans erreur et n'impliquent en aucun cas la responsabilité ni l'approbation de REACH, de ses partenaires ou organisations associées, ni des bailleurs de fond mentionnés sur cette carte.

Carte 1 : Cartographie des marchés enquêtés – septembre à novembre 2020

RESULTATS CLES*



Chaque marché est organisé différemment avec une structure s'articulant par secteur/bureau selon les produits vendus. Des délégués sont élus afin d'assurer le suivi et le bon fonctionnement des marchés.

L'accès aux marchés à la date de l'enquête présente pour les commerçants⁴ des barrières financières avec les taxes de la municipalité, et des barrières relationnelles (mésentente / tensions entre les commerçants).

L'ajustement des prix est variable et irrégulier, il est dépendant du prix d'achat aux fournisseurs, des « tracasseries » et l'insécurité sur les axes routiers lors de l'approvisionnement, des mesures restrictives liées à la pandémie de la COVID-19, à la saisonnalité et selon le prix de vente des autres commerçants.



La fréquence d'**approvisionnement** des marchés varie selon le lieu d'approvisionnement et le type de produits vendus. L'approvisionnement se réalise selon d'une part la demande et la rapidité de liquidation des stocks et d'autre part selon le capital des commerçants : les commerçants ayant un faible capital auront tendance à se réapprovisionner de manière quotidienne.

Le transport de marchandise au travers des routes d'approvisionnement est assujéti à certaines barrières financières et d'accès sécuritaire aux marchés.

Les fournisseurs seraient en mesure de pouvoir répondre à un doublement de la demande en moins de deux semaines, selon la saisonnalité.

Une grande proportion des commerçants a suggéré le renforcement structurel et organisationnel du marché physique comme étant l'intervention la plus utile pour répondre à leurs besoins.



La **demande** de produits alimentaires diffère en fonction de la saisonnalité, avec une hausse de l'approvisionnement des produits en région afin de répondre à la demande. La demande de produits non-alimentaires est influencée par la période de l'année (rentrée des classes, période de Noël) mais est contrainte par des difficultés d'approvisionnement pendant la saison des pluies, ces produits provenant pour certains de pays étrangers.

Une augmentation de la demande en saison sèche corrèle avec une hausse de l'approvisionnement des produits entre les régions. Pendant la saison des pluies, les commerçants s'approvisionnent avec la production locale afin de répondre plus rapidement à la demande, les routes d'approvisionnement habituelles pouvant être ralenties.



Les commerçants s'entraident principalement pour l'approvisionnement et pour la constitution d'un capital financier commun pour le règlement des taxes. Ces entraides communautaires sont à nuancer pour certains marchés comme à Alindao, où l'appui dépend de l'appartenance communautaire et ethnique du commerçant.



Les commerçants ont rapporté avoir une préférence pour les **foires**, auxquelles certains attribuent une "relance économique locale" par rapport aux **distributions**.

Le ciblage des bénéficiaires reste un défi, avec des cas de falsification d'identité, de biais ou de fraudes lors des différentes étapes de mise en œuvre des distributions et des foires.



A Bangui, la concentration de **prestataires de services financiers** (PSF) reste élevée comparativement aux régions. La pénétration des PSF en dehors de la capitale reste limitée pour les commerçants et les fournisseurs.

L'accès à ces services pour les commerçants et les fournisseurs reste difficile, même avec l'organisation et la mutualisation des commerçants en associations villageoises d'épargne et de crédit (AVEC).



Quatre-vingt-cinq pour cent (85% soit 12/14) des groupes de discussion ont mentionné une baisse du nombre de clients pendant la période de la **COVID-19**.

La distanciation sociale comme geste barrière et mesure restrictive a eu un impact considérable sur la fréquentation des ménages sur les marchés, influençant à la hausse le coût du transport et accentuant donc la difficulté de s'approvisionner.

Quatre-vingt-dix-huit pour cent (98%) des fournisseurs interrogés ont rencontré des obstacles pendant la période de la pandémie (hausse des prix, baisse de la demande, perte de produits périssables, problèmes d'approvisionnement...).



Depuis fin décembre 2020, en raison de l'insécurité sur les axes routiers, l'approvisionnement des marchés est limité notamment sur l'axe Cameroun – Bangui, avec plus de 1500 transporteurs bloqués à la frontière camerounaise.

Soixante-quatre pour cent (64%) des commerçants interrogés mi-janvier 2021 par les organisations non-gouvernementales (ONG) partenaires de l'ICSM ont déclaré que certains commerçants de leur ville avaient dû fermer boutique au cours des deux semaines précédant la collecte de données, et ce principalement en raison de l'impossibilité pour eux de s'approvisionner en marchandises.

PARTENAIRES

- ACTED
- Action Contre la Faim
- African Relief Service
- Mercy Corps
- Norwegian Refugee Council

Aspects logistiques : PLAN International (Berbérati), Humanité & Inclusion (Bangassou)

* Toutes les informations présentées ici sont issues de ce qui a été rapporté par les participants aux groupes de discussion, les IC-F et les IC-C mais aussi de sources secondaires précisées dans le reste du document.

ENVIRONNEMENT GENERAL DU MARCHÉ

La structure et l'organisation des marchés sur le territoire Centrafricain a évolué au travers des années et des crises du pays. **En 2013-2014 la République Centrafricaine a traversé une crise politique** et un conflit engendrant des déplacements de population importants (près de 838.000 déplacés interne et 268.000 réfugiés dans les pays limitrophes)⁵. La crise en 2013 – 2014 a contribué à la **restructuration des marchés et des chaînes d'approvisionnement des denrées**. Post-crise, la communauté musulmane à Bangui contrôlait les marchés de commerce de gros sur Bangui, représentant 70% du secteur commercial⁶. L'éclosion de la crise en 2013 a poussé cette communauté à partir vers les pays étrangers afin d'échapper aux violences⁷. Cet exode des marchands / fournisseurs a paralysé les réseaux d'approvisionnement et a permis l'émergence d'une nouvelle classe de marchands locaux, devant alors rétablir des chaînes d'approvisionnements non fonctionnelles. Selon un rapport de l'Institut Français des Relations Internationales (IFRI), à partir de 2015 les marchands exilés retournèrent à Bangui pour reprendre les commerces, obligeant une cohabitation dans les marchés entre ces deux populations commerçantes. Cette cohabitation particulière est encore existante aujourd'hui sur les marchés de **Bangui**, mais également dans d'autres localités enquêtées, telles qu'à Alindao où l'appartenance religieuse tend à orienter les relations et l'organisation sur les marchés.

L'**organisation et la structure** des marchés diffèrent selon la localité et selon les groupes de discussion avec les commerçants. A **Bangui**, chaque marché est géré par secteur de type de produit, chaque secteur est représenté par un délégué choisi par les commerçants du secteur concerné. L'ensemble de la structure des secteurs est chapeauté par un président et son bureau. Sur le marché de Pétévo, un gestionnaire du marché est nommé par la municipalité et collabore directement avec les délégués et le président du marché. Les délégués, le président (ou gestionnaire du marché) et son bureau se réunissent afin d'échanger sur le suivi et la bonne marche des activités du marché. Sur les marchés de **Berbérati**, la structure s'organise autour d'un délégué sectoriel élu à la mairie avec des petites associations de commerçants qui interagissent avec le délégué. A **Bouar**, les commerçants ont mentionné une structure par type de commerce (exemple : les bouchers ont leur bureau comme le bureau du commerce général) où chaque entité / secteur a un délégué, en lien avec la mairie locale, et un règlement intérieur.

Sur les localités évaluées, des **organisations de commerçants par genre**, avec des structures différentes et/ou complémentaires ont été mentionnées par 4 groupes de discussion représentant 3 localités (Bangui, Bouar et Alindao). Les "wali gara" sont des groupements d'associations de commerçantes de détails, et les "koli gara" représentent des associations de commerce pour les hommes. Ces organisations s'associent en général pour échanger sur le bon fonctionnement du marché, la mise en place de tontines⁸ (similaire à une association villageoise d'épargne et de crédits – AVEC) ou encore afin de réaliser un approvisionnement commun.

De manière générale (4/5 localités enquêtées) les commerçants des groupes de discussion avaient **une méconnaissance sur le nombre total de commerçants sur le marché**, ces derniers ayant évoqué des ordres de grandeurs et/ou comparaison avec les autres marchés⁹. Les délégués et/ou le bureau de chaque secteur sont censés connaître l'effectif. Sur certains marchés en dehors de Bangui, les commerçants avaient une connaissance par sous-groupe / secteur du nombre d'effectif, mais la présence d'un délégué et/ou président permettrait d'avoir une meilleure visibilité.

Les commerçants ont rapporté ne pas connaître le **nombre total de grossistes** sur le marché sur 4 des 5 localités évaluées lors des groupes de discussion.

De plus, la définition du terme de grossiste¹⁰ semble différer selon la perception des commerçants et la localisation du marché. Les grossistes des localités en dehors de Bangui sont généralement les commerçants en charge du "commerce général", ils fournissent à la fois les commerçants de la ville et vendent aussi aux consommateurs de la ville.

L'**accès aux marchés physiques** présentait des barrières pour les commerçants sur 4/5 localités enquêtées lors des groupes de discussion, tant financières avec les taxes de la municipalité, que relationnelles (mécontentes / tensions entre les commerçants). Certains marchés physiques sont confrontés à des cas de vols et de fraude (mentionnés à **Bouar**). Les marchés sont régis par l'impôt et les taxes de la municipalité pour la maintenance et le fonctionnement du marché, selon les participants de 6/14 groupes de discussion. Le marché de **Berbérati** fonctionne légèrement différemment : les impôts concernent les gros magasins et un système de redevance journalière existe pour l'entretien du marché physique, prélevé par les agents de mairie. A **Bangassou**, le manque de place à l'intérieur des marchés physiques, obligeant la vente au bord de la route sur les marchés physiques, a été rapporté par les commerçants d'un groupe de discussion.

Les prix sont fixés par les commerçants pour certains marchés avec un certain droit de regard lors des réunions de commerçants ou l'implication des délégués des marchés¹¹. Sur le marché Central de **Bangui**, une commerçante a indiqué que les délégués sectoriels sur les marchés ont un rôle d'arbitrage afin d'éviter de grandes distorsions des prix. Les prix sont fixés selon plusieurs critères¹²: le prix d'achat aux fournisseurs, les « tracasseries » et l'insécurité sur les axes routiers lors de l'approvisionnement, les mesures restrictives liées à la pandémie de la COVID-19, la saisonnalité et selon le prix de vente des autres commerçants afin d'éviter de trop grands écarts. L'état et la disponibilité du produit vendu influencent l'ajustement des prix, selon les maladies (exemple : tubercules sur le manioc) et la saisonnalité (exemple : difficulté de sécher le manioc en saison des pluies) engendrant alors une augmentation du prix de ce produit.

L'**ajustement des prix est variable** et irrégulier selon commerçants des groupes de discussion, il dépend des facteurs influant sur le niveau des prix (voir ci-dessus).



APPROVISIONNEMENT

Plusieurs chaînes d'approvisionnement existent par marché, en fonction de la localité et du produit, et tendent à évoluer en fonction du contexte et de la saisonnalité. En effet, au début des restrictions liées à la pandémie de la COVID-19, l'acheminement des produits fut confronté à plusieurs contraintes telles que l'absence de moyen de transport ou la fermeture des frontières¹³. Ces contraintes sont venues s'ajouter aux difficultés déjà présentes telles que l'état des routes pendant la saison des pluies ou encore l'insécurité sur les axes routiers.

La fréquence d'approvisionnement des marchés varie selon le lieu d'approvisionnement et le type de produits vendus (les lieux proches permettent un approvisionnement qui peut être quotidien / et inversement pour les lieux éloignés) selon les participants de 8/14 groupes de discussion. L'approvisionnement se réalise également selon d'une part la demande et la rapidité de liquidation des stocks et d'autre part selon la capacité financière (le capital) des commerçants. Les commerçants ayant un faible capital auront tendance à se réapprovisionner de manière quotidienne. Il est donc difficile de fixer la fréquence d'approvisionnement des marchés. Les commerçants de **Bouar** et **Alindao** ont souligné que les marchés s'approvisionnent via la production locale selon les produits et leur disponibilité.



Note : Les données, désignations ou frontières utilisées dans cette carte ne sont pas garanties sans erreur et n'impliquent en aucun cas la responsabilité ni l'approbation de REACH, de ses partenaires ou organisations associées, ni des bailleurs de fond mentionnés sur cette carte.

Carte 2 : Cartographie des axes d'approvisionnement et des contraintes des marchés enquêtés – novembre 2020

Cependant la production locale dépend du calendrier agricole et est souvent impactée par l'insécurité et l'accessibilité aux champs.

La nature des obstacles rencontrés varie selon le genre des commerçants, mais pas directement à cause du genre en lui-même : davantage parce que les produits vendus ne sont pas les mêmes d'après le genre (voir section - Environnement du marché).

Les hommes s'approvisionnent à l'étranger pour des produits non-alimentaires (matériel de construction, outil agricole, papèterie) ou alimentaires (viande de bœuf, chèvre) selon les groupes de discussion avec les commerçants. Les commerçantes s'approvisionnent en produits alimentaires sur des distances moins longues (un approvisionnement plus local, dépendant du capital). Les hommes rencontrent donc par exemple plus de difficultés pendant l'approvisionnement car ils s'approvisionnent depuis des endroits plus éloignés. A titre d'exemple, les hommes du groupe de discussion à **Berbérati** ont mentionné que les commerçants traversent la frontière, font la douane, gèrent davantage de capitaux (augmentation de l'insécurité). Ces commerçants faisaient donc face à plus d'enjeux dus à un approvisionnement lointain.

L'approvisionnement est impacté par plusieurs facteurs, notamment les pertes sur les produits périssables (produits frais) et les animaux, conséquences des conditions climatiques et des difficultés d'accès routiers. Une fois livrés, les commerçants n'ont pas toujours le matériel nécessaire pour la conservation de certains produits périssables (exemple : un réfrigérateur pour la viande) et un espace de stockage adéquat. En effet, les espaces de stockage, si existants, rencontrent des problèmes récurrents de manque d'électricité, d'humidité et la présence de rongeurs rendant difficile le stockage des denrées alimentaires et des produits.

Parmi les obstacles de l'approvisionnement, les participants à 8/14 groupes de discussion ont mentionné les problématiques sécuritaires notamment des incendies volontaires et des vols sur les marchés. La mésentente entre fournisseurs et commerçants a aussi été rapportée par des commerçants de deux groupes de discussion à **Bangui** et à **Bangassou**. Le transport de marchandise, au travers des routes

d'approvisionnement, est assujéti à certaines barrières financières et d'accès physique aux marchés selon les commerçants de 4 localités sur les 5 enquêtées.

Les taxes et barrières illégales sont des réels freins pour l'approvisionnement des marchés, avec des taxes variables et non réglementées selon la nature des marchandises, selon les commerçants.

Afin de dépasser les obstacles, les fournisseurs et commerçants cherchent à trouver des solutions comme sur les marchés enquêtés de **Bangui**, où les participants de 3/6 groupes de discussion ont déclaré s'appuyer sur les associations de commerçants et sur l'emprunt. L'organisation de « tontines » ou « Tomba yéré »¹⁴ peut être une source de mobilisation des capitaux. A **Bouar**, selon les groupes de discussion des commerçants, pour pallier l'absence de dispositions administratives, les commerçants s'organisaient entre eux avec de l'entraide, des sensibilisations, par le partage des bonnes pratiques face aux obstacles, mais aussi en termes de remboursement de crédit. A **Berbérati**, les commerçants ont évoqué des réunions avec les membres de l'association, les autorités locales, le chef de secteur, et la nécessité de prendre le temps d'expliquer aux clients les raisons des obstacles. L'importance de la détention d'un capital pour poursuivre les activités et entretenir la chaîne d'approvisionnement a également été rapportée par les femmes du groupe de discussion à **Berbérati**.

Plusieurs types de support afin de contribuer à dépasser les obstacles sont suggérés aux ONG par les commerçants lors des groupes de discussion.

- Un support financier par le développement de pratiques de microfinance (accorder des crédits remboursables, soutenir le développement des AVEC), le support des comités de suivi des prêts (**Bouar**), la mise en place d'un plaidoyer auprès des autorités locales afin de mettre fin aux taxes arbitraires ;
- Un support à l'approvisionnement par des distributions de semences et de vivres, foires, interventions cash ;



Note : Les données, désignations ou frontières utilisées dans cette carte ne sont pas garanties sans erreur et n'impliquent en aucun cas la responsabilité ni l'approbation de REACH, de ses partenaires ou organisations associées, ni des bailleurs de fond mentionnés sur cette carte.

Carte 3 : Cartographie des flux d'approvisionnement de Bangui selon le type de produit

- Un support à l'accès aux marchés physiques à travers la réhabilitation des routes sur certains marchés (ex. **Bouar**, **Bangassou**), mais également une demande d'intervention du gouvernement pour le désarmement pour contribuer au retour de la sécurité dans les localités ;
- Un support à la gouvernance des marchés par la formation des commerçants comme par exemple sur les activités génératrices de revenu (AGR) et à la formation des délégués ;
- Un support à la réhabilitation des marchés physiques par la construction de latrines, de points d'eau, la création d'espaces de stockage / entrepôts et autre matériel pour la conservation des produits (exemple : réfrigérateur), la construction de tables pour l'étalage et la vente des produits à **Alindao** pour ne pas vendre à même le sol ;
- Un support à la sensibilisation sur la pandémie de la COVID-19 sur le marché de **Bouar**. Les commerçants reconnaissent l'efficacité de l'aide des ONG pendant le pic de la pandémie de la COVID-19 en 2020, avec la mise en place des seaux pour dispositifs de lavage de mains et l'achat de masques artisanaux (qui ont alimenté l'économie locale).

Une grande proportion des commerçants a donc suggéré le **renforcement structurel et organisationnel du marché physique** comme étant l'intervention la plus utile pour répondre à leurs besoins.

Les moyens de transport dépendent des distances à parcourir et des axes empruntés. Selon les différents groupes de discussion des commerçants, les camions et les grumiers sont utilisés par les commerçants ou leurs fournisseurs pour parcourir les longues distances ainsi que depuis la frontière (pour des produits importés), ainsi que des pirogues pour traverser et remonter les fleuves. Sur les courtes distances et lorsque les routes sont impraticables (**Alindao**), l'utilisation des motos ou taxis est préférée selon les participants aux groupes de discussion.

Enfin, pour le transport entre l'entrepôt et le marché, le pousse-pousse ou le transport sur la tête sont les moyens privilégiés. Sur les marchés de **Bouar** et **Berbérati**, les commerçants ont rapporté que les moyens de transport dépendent grandement du niveau de capital des commerçants. Ainsi les femmes, en charge d'un commerce généralement plus petit, se tournent vers les motos ou le moyen de transport de leur mari (**Bouar**), ou encore un camion de transport en commun (**Berbérati**).

La majeure partie des commerçants – hommes – ne dispose pas de leur propre moyen de transport (les hommes de 5/7 groupes de discussion ont mentionné qu'entre 20% et moins de 50% des commerçants ont un moyen de transport), mais il est difficile de mesurer le recours à des transporteurs externes par les commerçants.

A **Bangassou** selon les groupes de discussion des hommes, plus de la moitié des commerçants ont une moto et des poushes-poushes et moins de la moitié ont de vélos. Sur les 7 groupes de discussion des femmes, la détention de leur propre moyen de transport est plus limitée : en effet, dans une seule localité les femmes ont rapporté qu'une minorité avait accès à des vélos comme moyen de transport.

La possession de moyen de transport varie également entre chaque localité et le genre du commerçant. A **Alindao**, la plupart des acteurs externes proviennent du marché, ou de la localité, selon les groupes de discussion des commerçants. Seuls les hommes dépendent d'acteurs extérieurs à la localité.



Note : Les données, désignations ou frontières utilisées dans cette carte ne sont pas garanties sans erreur et n'impliquent en aucun cas la responsabilité ni l'approbation de REACH, de ses partenaires ou organisations associées, ni des bailleurs de fond mentionnés sur cette carte.

Carte 4 : Cartographie des flux d'approvisionnement des autres localités enquêtées

Selon 60% (34/45) des IC-F, **les routes d'approvisionnement ne varient pas trop selon les saisons**. Mis à part pour certains commerçants de **Bangui**, il n'y a pas de routes alternatives lorsque les routes sont impraticables en saison des pluies. Cela prend donc plus de temps pour l'approvisionnement, ou bien cet approvisionnement est même temporairement suspendu. Ces difficultés se répercutent sur le prix des transports, qui augmentent alors. Seuls certains axes goudronnés restent praticables (voir tableau 1).

Le temps de transport est très dépendant de la saisonnalité et peut doubler, voire tripler en saison des pluies, relativement à la saison sèche. Sur les IC-F interrogés, 74% (34/45) ont déclaré rencontrer des obstacles tout le temps ou presque tout le temps. Le paiement de taxes, formalités et autre frais (33/45) étaient les principales solutions que les IC-F ont mentionné afin de passer les obstacles. Certaines taxes peuvent varier aussi à chaque voyage. Le risque de ne pas régler les taxes pour le fournisseur est la saisie ou le vol des marchandises.

Quatre-vingt-neuf pour cent (89% soit 40/45) des IC-F ont mentionné traverser physiquement la frontière selon les pays d'origine des produits. La fréquence rapportée varie généralement entre 1 ou 2 fois par mois à plusieurs fois dans l'année. Uniquement à **Bouar**, 3 fournisseurs enquêtés sur 4 ont rapporté s'approvisionner entre 4 à 8 fois par mois à l'étranger. **Afin de traverser les frontières**, certains axes sont officiels et d'autres officieux. Ces réseaux officieux ne peuvent être présentés car, selon les IC-F enquêtés, il n'existe pas de routes informelles pour traverser les frontières ou cette information reste sensible. Ces axes non officiels sont souvent très risqués et, selon les zones enquêtées, peuvent être terrestres ou maritimes.

Quatre-vingt-deux pour cent (82% soit 37/45) des IC-F enquêtés ont rapporté pouvoir répondre à une demande qui doublerait grâce à une capacité financière suffisante.

Ville de départ	Ville d'arrivée	Saison des pluies	Saison sèche
Bangui	Brazzaville	✓	✓
Bangui	Bétou		✓
Bouar*	Bangui*	✓	✓
Kentzou	Douala	✓	✓

* Selon un travailleur humanitaire en ONG, l'axe Bouar - Bangui est goudronné à 90%.

Tableau 1 : Axes goudronnés praticables selon les saisons

D'après les réponses des enquêtes, 47% (21/45) des IC-F seraient en mesure de pouvoir répondre à un **doublé de la demande** en moins de deux semaines, selon la saisonnalité, la capacité financière suffisante et la disponibilité des stocks chez leur propre fournisseur.

Ces résultats sont donc à nuancer, notamment où 62% (28/45) des IC-F enquêtés ont rapporté avoir besoin d'un appui financier/matériel afin de répondre à un doublement de la demande, portant à croire une limitation financière et logistique de la part des fournisseurs. De plus, les IC-F ont mentionné une entraide pour répondre à cette hausse en s'associant si leur stocks / réserves ne sont pas déjà en place, pouvant réduire la capacité globale de réponse des fournisseurs à une augmentation de la demande généralisée.

Le délai d'approvisionnement varie selon les localités, sur **Bangui** il faudrait 3 jours à 1 mois pour répondre à une hausse significative de la demande selon les IC-F, avec un temps médian de 12 jours ; en province cela dépend de la saisonnalité, entre 1 semaine en saison sèche (**Bouar**) jusqu'à 3 mois en saison des pluies dans certaines localités (**Bangassou**).

Les fournisseurs doivent prendre en compte l'état des routes pendant la saison des pluies, la durée d'approvisionnement, le capital financier et le transport pour répondre à une hausse de la demande.

Ville de départ	Ville d'arrivée	Marchandise	Temps de transport ¹⁵
Bouar	Garamboulaye		2 heures
Garamboulaye	Bouar	✓*	4 heures*
Bouar	Bangui	✓*	2 jours
Kenzo	Berbérati	✓	4 jours en saison sèche / 1 semaine en saison des pluies
Bocaranga	Berbérati	✓	1 semaine en saison sèche / 2 semaines en saison des pluies
Berbérati	Bangui	✓*	2-4 jours en saison sèche / 4-10 jours en saison des pluies*
Cameroun, Douala	Berbérati	(✓)	5-10 jours en saison sèche / 15 jours en saison des pluies
Douala	Bangui (via Garamboulaye)	(✓)	2-8 jours (3 jours pour faire Garamboulaye-Bangui selon un fournisseur, 5-7 jours axe Douala Bangui selon un autre)
Bangui	Bétou	(✓)	4 jours
Bangui	Paoua	✓*	Au moins 4 jours*
Bangui	Kabo	✓*	Au moins 5 jours (accessible seulement en saison sèche)*
Bangui	Bambari (via Sibut)	✓*	1-2 jours
Bangui	Kaga-Bandoro	✓*	3-4 jours
Bangui	Bossangoa	(✓)	4 jours
Bangui	Dekoa (via Sibut)	(✓)	2-3 jours
Bangui	Mala	(✓)	6-7 jours
Zongo	Bangui	(✓)	1 jour
Tchad**	Bangui	(✓)	10-15 jours
Kenzo	Bangui	(✓)	10-15 jours
Mongoumba	Bangui	(✓)	1 jour
Bangui	Boda	(✓)	2 jours
Garamboulaye	Bangassou (via Bangui)	✓*	20-30 jours*
Béma	Bangassou	(✓)	2-5 jours
Birao	Bangassou (via Bria et Bambari)	(✓)	2 mois de route
République Démocratique du Congo**	Bangassou	(✓)	1 semaine
Bangui	Alindao	✓*	3-4 jours*

✓ Les informations ont été collectées auprès des IC-F ✓*Les informations ont été collectées auprès de travailleurs humanitaires en ONG.

(✓) Les informations supposées par REACH en croisant les données avec les routes d'accès du [cluster logistique](#) et selon le temps de transport entre les villes intermédiaires.

** Les lieux précis de départ/arrivée dans ces pays n'ont pas été précisés, la distance et le temps de transport doivent être alors nuancés.

Tableau 2 : Temps de transport des marchandises par camion



Les participants de l'ensemble des groupes de discussion (sauf pour le marché de **Alindao**) ont rapporté que tous les consommateurs avaient **accès au marché**. Les clients sont majoritairement issus de la localité du marché ou des localités limitrophes. A **Alindao**, à cause des tensions communautaires, les consommateurs ont des réticences à aller sur les marchés où la confession dominante n'est pas celle partagée par certains consommateurs.

La demande des produits alimentaires diffère en fonction de la saisonnalité pour l'ensemble des groupes de discussion des localités enquêtées avec des nuances sur les raisons de ces variations. D'après les participants de 8/14 groupes de discussion, les commerçants ont observé une augmentation de la demande des produits alimentaires en saison sèche qui corrèle avec une hausse de l'approvisionnement des produits entre les régions. **La demande des produits non-alimentaires** est affectée par la difficulté d'approvisionnement pendant la saison des pluies, ces produits provenant pour certains de pays étranger (voir section approvisionnement). En effet, l'accessibilité routière pendant la saison sèche étant plus facile qu'en saison des pluies, les produits sont acheminés par plusieurs canaux, routier, national ou transfrontalier. Enfin pendant la saison sèche, la demande de produits dans certaines localités comme Berbérati augmente dans les zones proches des infrastructures minières selon les marchands des groupes de discussion dans la localité.

Pendant la saison des pluies, les participants de 8/14 groupes de discussion ont rapporté que la demande baisse et donc les stocks des commerçants diminuent.

L'approvisionnement des marchés est influencé par la saison des pluies et l'état des routes rend difficile le déplacement entre les villes, avec une préférence pour un approvisionnement local des produits. Par conséquent, les stocks diminuent ainsi que le prix des produits.

Afin de répondre à une hausse de la demande, les commerçants peuvent s'associer par exemple avec la mise en commun/prêt de stocks ou la constitution d'un capital financier pour un approvisionnement commun comme l'ont rapporté les participants de 6/14 groupes de discussion.

Les stocks sont autant que possible ajustés selon les variations de la demande (exemple: hausse des stocks à l'approche de la période de fêtes de fin d'année). A **Alindao**, les femmes commerçantes des groupes de discussion ont rapporté augmenter les prix pendant la saison sèche car la demande augmente, mais manquent d'argent pour augmenter les stocks et répondre à la demande.

Pour répondre à une baisse de la demande, certains commerçants ralentissent leurs approvisionnements. Ils peuvent aussi baisser les prix, surtout pour les produits périssables pour liquider les stocks. Certains commerçants s'orientent vers la vente de produits pour lesquels une augmentation de la demande est anticipée comme à la rentrée scolaire ou la période de Noël où les commerçants peuvent favoriser la vente de fournitures scolaires et de jouets. Par exemple sur le marché de **Pétévo** pendant la période des chenilles, selon une commerçante des groupes de discussion, les commerçantes s'orientent vers la vente de chenilles.

3 produits alimentaires les plus communément achetés par les ménages en fonction de la saison et selon les commerçants

Localités	Saison sèche	Saison des pluies
Bangui	1-Manioc, 2-Viande, 3-Légume	1-Chenille, 2-Arachide, 3-Manioc
Berbérati	1- Poisson, 2-Manioc, 3-Viande	1-Escargot, 2-Chenille, 3-Champignon
Bangassou	1-Manioc, 2-Poisson, 3-Viande	1-Feuille verte, 2-Manioc, 3-Viande
Bouar	1-Viande, 2-Légume, 3-Poisson	1-Arachide, 2-Manioc, 3-Légume
Alindao	Manioc, poisson, légume (égalité)	1-Feuille de manioc, 2-Légume, 3-Poisson

3 produits non-alimentaires les plus communément achetés par les ménages en fonction de la saison et selon les commerçants

Localités	Saison sèche	Saison des pluies
Bangui	1-Savon, 2-Détergeant, 3-Bidon	1-Savon, 2-Médicament, 3-Habit, 4-Charbon de bois
Berbérati	1-Couverture, 2-Drap, 3-Bidon	1-Savon, 2-Fagot, 3-Moustiquaire
Bangassou	1-Savon, 2-Bidon, 3-Fagot/seau plastique	1-Savon, 2-Fagot, 3-Moustiquaire
Bouar	1-Ustensile de cuisine (inclus assiette), 2-Savon, 3-Habit/couverture	Habit, médicament, chaussure, machette (égalité)
Alindao*	1-Habit, 2-Cuvette, 3-Assiette	1-Assiette, gobelet, cuillère, 2-Couverture, 3-Marmite*

* A Alindao, une partie des répondants sont des déplacés, leurs besoins en produits non-alimentaires sont donc différents.

PROFIL DU CONSOMMATEUR

- Sur l'ensemble des localités évaluées, 68% (48/70) des IC-C ont mentionné que dans le ménage la femme / mère est la personne qui se rend au marché pour faire les courses, étant la personne connaissant le mieux les prix et la qualité des produits. Selon les produits et les revenus du ménage, les consommateurs vont se rendre au marché principal ou aux marchés secondaires¹⁶. Cinquante-cinq pour cent (55% soit 39/70) des IC-C interrogés ont déclaré se rendre plusieurs fois par semaine afin de se ravitailler sur les marchés enquêtés. La fréquence de ravitaillement des ménages est possiblement liée à la faible capacité financière des ménages, expliquée par la prévalence d'emplois journaliers en RCA.
- Selon les IC-C, les sources de revenus des ménages proviennent principalement du petit et grand commerce (42), des travaux champêtres (32), du bâtiment / artisanat (20), de la fonction publique (10), du service tertiaire (10 - **Bangui**) ou encore minier (**Berberati**).

On observe une nette différence des **dépenses mensuelles d'un ménage** en XAF (médiane) et le coût du panier minimum d'articles de survie (PMAS) selon les tableaux 3 & 4, reflétant une difficulté des ménages à accéder aux différents produits du PMAS, notamment sur les dépenses alimentaires.

Quarante-deux pour cent (42% soit 28/68¹⁷) des IC-C interrogés ont déclaré ne pas trouver les produits dont ils ont besoin sur le marché et/ou en quantité suffisante. Les principales raisons mentionnées par les IC-C étaient la rareté des produits (8), les prix élevés des produits (5) et l'irrégularité (1) de l'approvisionnement.

Si les produits ne sont pas disponibles sur le marché physique principal, 67% (47/70) des IC-C ont rapporté se rendre sur les marchés secondaires où les autres marchés de la ville.

Produits non-alimentaires	Dépense mensuelle - en XAF (médiane) pour un ménage*	Coût du PMAS**
Bangui	8.500	2.875
Berbérati	5.750	6.433
Bangassou	4.500	4.875
Bouar	14.500	3.542**
Alindao	3.350	3.683

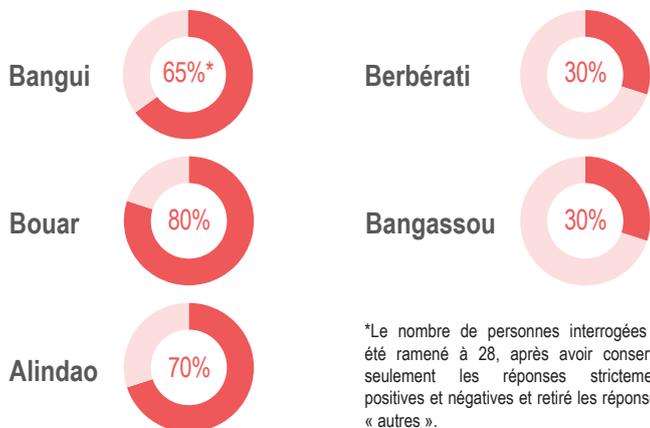
Produits alimentaires	Dépense mensuelle - en XAF (médiane) pour un ménage*	Coût du PMAS**
Bangui	42.000	72.160
Berbérati	11.000	49.863
Bangassou	47.500	56.551
Bouar	34.500	59.905**
Alindao	18.500	39.203

Tableaux 3 & 4 : Dépenses mensuelle en XAF (médiane) par ménage selon les IC-C et le coût du PMAS

*Ces données sont à nuancer car c'est sur base déclarative des informateurs clés enquêtés (soit 70 personnes), avec aucune information quant au détail des dépenses mensuelles réalisées.

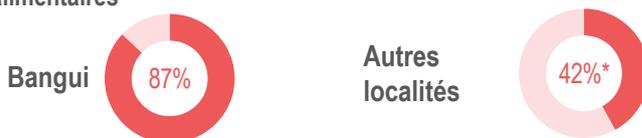
**Le coût du PMAS est calculé selon la dernière ICSSM réalisée en novembre 2020. Les données pour Bouar sont de la collecte d'octobre 2020, car le marché n'avait pas été évalué en novembre 2020.

% des IC-C enquêtés trouvant l'ensemble des produits et en quantité suffisante sur les marchés



*Le nombre de personnes interrogées a été ramené à 28, après avoir conservé seulement les réponses strictement positives et négatives et retiré les réponses « autres ».

% des IC-C enquêtés dépendant du marché pour les produits alimentaires



*Sauf Bouar – les ménages enquêtés s'alimentent principalement sur le marché à 70%.

Soixante-cinq pour cent (65% soit 45/70) des IC-C ont déclaré que **les marchés étaient accessibles aux consommateurs**, hormis pendant la saison des pluies (sur les marchés de **Bangui, Bangassou et Bouar**) où les inondations limitent l'accès aux marchés. A Alindao, la confession religieuse dominante sur les marchés limite l'accès suite notamment aux événements de 2017/2018, selon 50% des IC-C interrogés (5/10). Le sentiment d'insécurité ressenti par les ménages sur les marchés se base sur des vols, un contexte volatile et la présence de groupes armés dans la ville ou en périphérie.

Top 3 des recommandations des consommateurs afin d'accéder aux marchés sans obstacles

Localités	Recommandations
Bangui	1- Vider/construire les canaux , 2- Renforcer le service d'assainissement du marché , 3- Réhabiliter les routes d'accès
Berbérati	1- Mettre en place des activités génératrices de revenu, 2- Renforcer la sécurité sur le marché, 3- Accroître les réserves et la culture vivrière
Bangassou	1- Proposer une aide économique, 2- Organiser des distributions alimentaires , 3- Distribuer des imperméables / parapluies
Bouar	1- Avoir une production stable quelle que soit la saison , 2- Construire des entrepôts/hangars, 3- Organiser des distributions alimentaires et non-alimentaires
Alindao	1- Renforcer la sécurité de la zone, 2- Construire des maisons pour les déplacés, 3- Appuyer financièrement pour fabriquer le savon localement et faire de l'élevage / Augmenter les activités dans les champs pour avoir des réserves toute l'année

RELATIONS ENTRE COMMERCANTS

Sur les 5 localités enquêtées, une entraide entre groupe communautaire de commerçants pouvant être matérialisée à travers des « tontines » (voir ci-dessus) était mentionnée notamment chez les femmes. Les femmes des groupes de discussion ont rapporté pouvoir utiliser le montant perçu au travers des « tontines » pour différents motifs : approvisionnement, frais judiciaires, mariage, santé, ou encore scolarisation des enfants.

À **Alindao**, l'entraide est perçue différemment selon le genre (selon les groupes de discussion) : les hommes s'aident surtout entre eux pour tout ce qui concerne l'approvisionnement et les commandes groupées car cela semble être la seule possibilité qui s'offre à eux. Quant aux femmes, c'est un processus qui semble davantage « institutionnalisé », et qui ne concerne pas les commandes ou l'approvisionnement, mais l'emprunt, le crédit et l'épargne.

Ces **entraides communautaires** sont à nuancer pour certains marchés comme à **Alindao**, où l'appui peut dépendre de l'appartenance communautaire et ethnique du commerçant. Selon le plan de relèvement local d'**Alindao**¹⁸, les personnes rencontrées soulignent que les événements violents de 2017 ont eu des conséquences durables sur le commerce local. Un autre exemple sur les marchés de **Bouar** et **Berbérati**, où une perte de confiance et une augmentation de la méfiance entre les commerçants masculins suite à la crise de 2014, avec des cas de mésentente et de malhonnêteté, ont été rapportées lors des groupes de discussion. Les conflits prolongés semblent représenter ici un vrai point de rupture pour les relations entre commerçants de différentes communautés, notamment de confession religieuse différente.

En effet, le clivage religieux est principalement présent dans l'Ouest et le Centre du pays, où cohabitent différentes confessions, et où les conséquences de la guerre sont toujours présentes¹⁹.



FOIRES ET DISTRIBUTIONS

Une **foire aux coupons** est un espace organisé par les ONG où les marchands présentent des marchandises aux bénéficiaires et ces derniers peuvent se procurer les marchandises dont ils ont besoin grâce à des coupons préalablement distribués par la structure organisant la foire. Ces coupons seront ensuite échangés auprès d'un acteur financier afin de régler les marchandises achetées par les bénéficiaires.

Une **distribution d'aide en nature** permet aux bénéficiaires de recevoir un lot de marchandises de la part des commerçants au travers de la gestion d'une ONG. A la fin de la distribution, les commerçants recevront un paiement des marchandises selon le nombre de lots distribués.

L'organisation de foires à coupons était préférée aux distributions en nature pour la majorité des groupes de discussion des commerçants (10/14 groupes). D'une part le bénéfice dégagé pour eux est plus important que pendant les distributions, et d'autre part les stocks sont évacués.

De plus, les foires permettent aux bénéficiaires de faire un choix et ils ne discutent pas des prix. A **Bouar**, les participants aux groupes de discussion ont même parlé de ce système comme d'une « relance économique locale ».

Pour les commerçants en faveur des distributions lors des groupes de discussion, cette modalité favorise un paiement en espèce des marchandises et donc il leur est plus rapide de reconstituer leurs stocks après la distribution. Les distributions permettent aux commerçants de faire des profits rapidement et de liquider leur stock d'après les groupes de discussion de **Bangassou**.

A **Bangui**, le grand désavantage des foires est le délai trop important pour le remboursement des coupons / retard dans le paiement, rendant difficile la reconstitution des stocks selon les groupes de discussion des commerçants du marché Central et de Pétévo. A **Alindao**, l'un des désavantages rapportés par les groupes de discussion sur les foires aux coupons concernait les produits auxquels ont accès les ménages qui ne correspondent pas à ce qu'ils veulent. Une recommandation d'ouvrir un plus grand nombre de boutiques pour la foire permettrait de répondre aux besoins des ménages.

La prise en compte des petits commerçants, afin de ne pas favoriser seulement les grosses enseignes avec un gros capital dans l'organisation des foires et des distributions par les ONG, a été recommandée par les groupes de discussion des commerçants. Ces derniers ont déploré (5/14 groupes de discussion des commerçants) le ciblage constant des mêmes vendeurs participant aux foires et distributions.

Selon le retour des commerçants lors de huit des groupes de discussion, les **modalités d'organisation des foires et des distributions** pourraient être améliorées dans l'objectif d'éviter des fraudes d'identité et d'assurer un équilibre dans le mode de sélection des participants. En effet, des cas de falsification d'identité, de biais ou de fraudes lors des différentes étapes de mise en œuvre des foires et distributions s'ajoutent aux difficultés observées, pouvant alors créer un déséquilibre, une inégalité d'accès à l'aide et pourraient intensifier ou créer des problèmes intercommunautaires.

A **Bangui**, des pertes pour les commerçants à cause de la sous-évaluation de la valeur des marchandises par les ONG ont été rapportées lors des groupes de discussion. La qualité et les quantités des produits distribués sont inégales, alimentant la frustration des bénéficiaires.

De même, à **Alindao** et **Bouar** les commerçants ont rapporté souhaiter avoir une participation financière lors des foires afin de couvrir leur frais

de prestation, de main d'œuvre et la couverture du transport, selon les participants de deux groupes de discussion.

A **Alindao**, l'accessibilité des sites de distribution est difficile pour les bénéficiaires lorsque que ces activités ont lieu dans les centres-villes, accentuant le risque d'insécurité des bénéficiaires qui viennent des milieux ruraux, selon le rapport d'un groupe de discussion de commerçants.

En termes d'impact sur les marchés après une foire, à **Bangassou**, les commerçants ont remarqué une augmentation des prix des produits pendant les foires et souhaiteraient que tous les marchés de la ville soient considérés lors des foires de la ville. Un suivi des prix doit être alors réalisé afin de réguler les fluctuations afin d'éviter des écarts de prix dus à une baisse de la demande suite à la foire. Sur les foires agricoles, les semences sont parfois distribuées en retard selon le calendrier agricole, rapporte un commerçant de **Bangassou**. Une des limites post distribution rapportée à Alindao est la baisse de fréquentation des marchés par les clients, facteur économique aggravant pour les commerçants non présents lors des distributions.

PRESTATAIRES DE SERVICES FINANCIERS

La présence des PSF est différente entre la capitale et les provinces. A **Bangui**, selon les commerçants des groupes de discussion, la concentration de PSF reste élevée comparativement aux régions (avec la présence de banques, d'institutions de microfinance et services télécom financiers). D'après les groupes de discussion des commerçants réalisés sur les autres localités, la pénétration des PSF en dehors de la capitale reste limitée notamment pour les banques et les institutions de microfinance, les services de télécom existent mais ont du mal à s'implanter. **L'accès à ces services** pour les commerçants et les fournisseurs reste difficile, même avec l'organisation et la mutualisation des commerçants comme des AVEC. Selon l'évaluation nationale des marchés du Programme Alimentaire Mondial (PAM) publiée en juin 2016²⁰, la source principale de financement des activités commerciales est l'autofinancement individuel ou en famille / proches, due notamment à la faible pénétration des PSF dans les régions. Le développement des PSF est très limité dans les régions à cause d'une part de la difficulté du transport de fonds par les voies routières due à l'insécurité, et d'autre part à cause de l'installation des PSF dans les villes qui peut être perturbée par la criminalité et les vols.

Les participants de plusieurs groupes de discussion dans différentes localités ont rapporté connaître et/ou avoir eu accès aux services des PSF, mais leur utilisation s'était révélée bloquée sur plusieurs aspects.

Le **respect des critères des PSF** pour l'accessibilité aux services est difficile selon les commerçants du groupe de discussion à **Bouar**, notamment le critère d'avoir une capacité d'épargne suffisante pour utiliser ces services. A **Berbérati**, un commerçant du groupe de discussion a estimé que la faiblesse du réseau, notamment mobile et internet, bloquait l'utilisation de ces services dans certaines localités. Le manque d'accès aux services financiers empêcherait les commerçants de répondre aux variations de la demande car il ne sont pas en mesure d'augmenter leurs stocks.

Les **transferts monétaires** sont réalisés seulement en francs CFA que ce soit pour l'achat (pour 91% soit 41/45 des IC-F interrogés) ou la vente (pour 98% soit 44/45 des IC-F interrogés) de biens.

Le **niveau de liquidité** des localités dépend de la saison et du moment dans le mois : par exemple, à **Bouar** en début de mois les salaires sont versés, et donc l'argent circule plus vite et plus facilement selon un IC-C enquêté.

IMPACT SUR LES PRIX DE L'UTILISATION DES TRANSFERTS MONÉTAIRES

- Selon 9/14 groupes de discussion des commerçants enquêtés, une intervention de transfert monétaire par les ONG a très peu / aucun impact sur les prix des produits sur le marché après la foire ou la distribution réalisée. Cependant, il est important de garder à l'esprit que ces résultats sont déclaratifs et peuvent être influencés par l'avantage potentiel que pourrait retirer les commerçants d'une éventuelle assistance monétaire auprès de population s'adressant au marché. Des études hors de la RCA soulignent que l'augmentation des prix des marchés environnants consécutives aux distributions est un phénomène bien réel, et qu'un suivi de l'évolution des prix est fortement conseillé après la période de distribution²¹.
- Les groupes de discussion des commerçants s'accordent sur l'amélioration des transferts de liquidités sur les marchés après une distribution via des transferts monétaires, permettant l'augmentation des stocks et la fluidité des transactions.

En saison des pluies, 26% (18/70) des IC-C ont estimé que la **circulation de l'argent** est réduite avec une forte présence des ménages dans les activités agricoles, accentuée par la difficulté de se déplacer entre les régions pendant cette période. Enfin, la circulation de l'argent réduit fortement en amont et pendant les crises, les ménages préférant réduire leur consommation en prévision d'un ralentissement de l'approvisionnement.

Quarante et un pour cent (41% soit 29/70) des IC-C ont rapporté ne pas avoir de crainte particulière concernant la réception de transferts monétaires de la part d'acteurs humanitaires. Cependant, les transferts monétaires peuvent influencer les prix des produits sur les marchés, atténuant alors l'impact de ce type d'intervention.

COVID-19

Suite à la déclaration de pandémie de la COVID-19 en mars 2020, et les mesures prises par les gouvernements afin de réduire l'impact et prévenir l'épidémie, cette analyse qualitative s'est vouée à comprendre les conséquences sur les marchés des contraintes susmentionnées. Parmi l'impact qu'a eu la COVID-19 sur les marchés, une baisse du nombre de clients pendant la période de la COVID-19, ce qui a ensuite posé des problèmes pour l'approvisionnement et la fermeture de commerces, a été rapportée par les commerçants de 12 sur 14 groupes de discussion. Les chaînes d'approvisionnement ont subi la fermeture des frontières et l'augmentation des prix du transport²². D'après les commerçants de 5 sur 14 groupes de discussion, **la distanciation sociale** comme geste barrière et mesure restrictive a eu un impact considérable sur la fréquentation des ménages sur les marchés. D'une part la population se ravitaillait de manière moins régulière afin de respecter la distanciation, et d'autre part le prix des transports a augmenté suite à la baisse de fréquentation des marchés.

Une **certaine méfiance des populations** a été mentionnée, par les participants de deux groupes de discussion à **Alindao** et **Bangassou**, à l'égard des commerçants et fournisseurs citadins ayant peur que ces derniers soient transporteurs de la COVID-19, rendant parfois difficile l'approvisionnement local, au vu des limitations de l'approvisionnement transfrontalier.

La **disponibilité des produits** sur les marchés a été impactée de manière différente selon les localités. A **Bangassou** et **Alindao**, les groupes de

discussion ont fait écho d'une rareté des produits de base tels que le sucre, le savon, l'huile végétale mais également d'autres produits importés.

A **Bangui**, sur le marché Central de Bangui et de Pétévo, des groupes de discussion ont trouvé que la fermeture des frontières au moment de la collecte de donnée en septembre / novembre 2020 n'a pas impacté leur approvisionnement, mais ils ont davantage été impacté par la distanciation sociale. En effet, la distanciation sociale en ville a poussé les clients à se ravitailler moins régulièrement, diminuant alors la demande.

Cette **baisse de la demande** a impliqué une baisse de la fréquence d'approvisionnement des commerçants, augmentant alors le prix du transport pour s'approvisionner dans d'autres localités ou pays. En effet, au cours de la période de restriction des déplacements en milieu de l'année 2020, des routes d'approvisionnements transfrontalières avaient continué d'être actives (ouverture partielle des frontières ou des chemins annexes), notamment les routes avec la République Démocratique du Congo et le Cameroun.

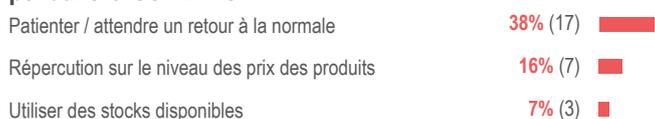
Lors de 6 groupes de discussion sur 14, les commerçants ont rapporté une vague de fermeture d'établissements commerciaux, l'approvisionnement et les stocks disponibles de denrées ayant été impactés à cause des pénuries et d'une baisse généralisée de la demande. Cette vague de fermeture est contrastée dans les localités de **Bouar**, **Alindao** et **Berbérati**, par l'apparition de points de vente²³ temporaires sur les marchés tenus par de jeunes filles, conséquence de la fermeture des écoles. Néanmoins, ces points de vente révèlent un important problème de protection (travail forcé à la place d'aller à l'école ; vulnérabilité plus grande des filles à assumer ce travail, etc.).

A Alindao, 40% (4/10) des IC-C ont souligné une hausse de la consommation des produits directement issus des champs et de productions personnelles, afin de compenser les carences perçues sur l'approvisionnement du marché.

Principaux obstacles* rencontrés par les IC-F pendant la COVID-19



Principales solutions* des IC-F face aux obstacles rencontrés pendant la COVID-19



* Les IC pouvaient choisir plusieurs options de réponse pour ces questions et les résultats peuvent donc excéder 100%.

A la date de l'enquête, 60% (27/45) des IC-F interrogés ont estimé que les conséquences de la COVID-19 les impactaient encore.

Malgré un retour à la quasi normalité au moment de l'enquête en octobre 2020, sur les chaînes d'approvisionnement et l'augmentation de la demande, les participants de 2 groupes de discussion sur 6 à **Bangui** ont rapporté ne pas pouvoir constituer de stocks suffisants pour répondre à la demande, par manque de capital financier. Au moment de l'enquête, à **Alindao**, marché très dépendant des commerces transfrontaliers, une commerçante des groupes de discussion a rapporté que les prix des produits ne sont pas revenus à leur niveau initial malgré une réouverture des frontières.

Dans le but de mieux comprendre l'impact de la COVID-19 et de ses mesures de prévention sur les marchés, cette analyse qualitative peut être complétée avec le rapport des tendances sur six mois – Juillet 2020 publié par REACH²⁴.

PERSPECTIVES FUTURES

Les enquêtes ayant eu lieu avant les élections présidentielles et législatives programmées en fin décembre 2020, certaines prévisions sont à nuancer.

En janvier 2021, **les élections ont eu des conséquences sur la demande et sur l'approvisionnement** des marchés comme annoncé par les commerçants enquêtés sur le dernier trimestre 2020. Au moment de l'enquête entre septembre et octobre 2020, les distributions gratuites de biens par les candidats aux élections étaient perçues par les commerçants de 10 groupes de discussion sur 14 comme un obstacle car elles influençaient la demande sur les marchés. L'achat des produits pour ces distributions gratuites se faisait parfois directement auprès des fournisseurs, et pas nécessairement sur le marché, auprès des commerçants.

La période électorale a rendu compte d'une **hausse de l'insécurité**, les commerçants de 6 groupes de discussion sur 14 (dont 4 à **Bangui**) estimant entre septembre et novembre 2020 que les ménages auraient souhaité épargner en prévention d'une détérioration de la situation dans le pays. Les participants d'un groupe de discussion à **Bouar** ont également rapporté s'attendre à une diminution des activités des ONG, menant à une baisse de la demande. Dû à la recrudescence de l'insécurité pendant la période électorale, les opérations humanitaires ont été suspendues dès fin décembre 2020 comme le rapporte un communiqué de l'ONG *Norwegian Refugee Council (NRC)*²⁵.

Face à la recrudescence de l'insécurité, les commerçants de 2 groupes de discussion sur 14 ont fait mention d'abandonner leur commerce pendant un certain temps au moment de l'enquête. D'après les participants à cinq groupes de discussion, certains marchands pourraient partir vendre sur les marchés secondaires ou à **Bangui** en cas d'insécurité. La fermeture des magasins n'était pas envisagée dans certaines localités pendant cette période selon le reste des groupes de discussion, car elle reste la source de revenu principale des commerçants.

Cette tendance de fermeture s'est confirmée avec 64% des commerçants interrogés par les ONG partenaires de l'ICSM de mi-janvier 2021²⁶ déclarant que certains commerçants de leur ville avaient dû fermer boutique au cours des deux semaines précédant la collecte de données, et ce principalement en raison de l'impossibilité pour eux de s'approvisionner en marchandises.

A **Bouar**, la tension était encore plus forte, avec 92% des commerçants enquêtés qui ont affirmé que certains de leurs collègues avaient dû fermer leur boutique au début de l'année en raison des affrontements armés dans la ville et de l'impossibilité de s'approvisionner dans le contexte sécuritaire actuel, toujours selon des commerçants interrogés par les ONG partenaires de l'ICSM de mi-janvier 2021.

Les **mouvements internes de population** dus à l'insécurité et aux conflits pendant la période électorale²⁷ pourraient avoir un impact négatif et déstabilisateur sur les marchés. En effet, avec l'arrivée des déplacés internes dans les villes, les commerçants pourraient faire face à une augmentation soudaine de la demande, mais auraient des difficultés pour s'approvisionner dues à la difficulté de circuler entre les villes.

Depuis fin décembre 2020, en raison de l'insécurité sur les axes routiers, l'approvisionnement des marchés est limité. L'axe Cameroun – Bangui est confronté à l'augmentation de la présence des groupes armés, les

véhicules ne pouvant pas circuler tant que la situation sécuritaire n'est pas assurée. Près de 1500 transporteurs étaient à fin janvier 2021 encore bloqués à la frontière camerounaise²⁸, vers le poste frontière de Garoua-Boulai, en raison de la dégradation de la sécurité autour des axes d'approvisionnement. Une partie des marchés provinciaux s'approvisionnant à Bangui ont fait face à une flambée des prix sur des produits alimentaires et non-alimentaires²⁹. L'institut centrafricain des statistiques et des études économiques et sociales (ICASEES) a réalisé une étude indiquant que les produits importés tels que le lait en poudre, le sucre, le sel ou les oignons auraient connu une augmentation des prix allant de 15% à 240% sur la capitale centrafricaine et sa périphérie³⁰ (Bimbo et Bégoua).

La dégradation en janvier 2021 de la situation sécuritaire, et l'accroissement des déplacements de population pourraient avoir un réel impact sur les marchés, avec une baisse considérable de l'approvisionnement et l'augmentation de la demande.

Notes

¹ Source : [Humanitarian Needs Overview - République Centrafricaine - 2021](#), Bureau de la coordination des affaires humanitaires (OCHA).

² Source : [Message à la Nation de Son Excellence le Professeur Faustin Archange Touadera, Président de la République, Chef de l'état, à la suite de la découverte du premier cas d'infection locale a coronavirus \(26 Mars 2020\)](#), Africa News.

³ Source : Compte rendu de la réunion du GTTM le 27 mars 2020, compte rendu disponible sur demande.

⁴ Dans ce document, si le genre du commerçant / fournisseur / consommateur n'est pas spécifié, l'information concerne tant le genre féminin que le genre masculin.

⁵ Source : [République Centrafricaine - Conflit – Déc. 2013- fév. 2014](#), Assessment Capacities Project (ACAPS).

⁶ Source : [International Crisis Group, Centrafrique : les racines de la violence, Rapport Afrique n° 230, septembre 2015](#), p. 24.

⁷ Source : [Conflit et Transformations du Commerce en République Centrafricaine](#), IFRI, 2019.

⁸ La « tontine » est une association collective d'épargne, réunissant des épargnants afin d'investir dans un actif financier ou dans un bien.

⁹ Les données chiffrées déclarées par les commerçants n'ont pas été vérifiées, c'est pourquoi elles ne sont pas rapportées sur ce rapport.

¹⁰ Par définition un grossiste est un intermédiaire entre le commerçant et le producteur ou le fabricant selon [le dictionnaire du Larousse](#). Il réalise des commandes auprès du producteur ou du fabricant pour constituer un stock afin de vendre ses marchandises auprès des commerçants.

¹¹ Les participants de trois groupes de discussion ont mentionné que les prix étaient régulés/fixés lors de réunions ou de contrôles du délégué sectoriel.

¹² Selon les participants de 13 des 14 groupes de discussion.

¹³ Selon le [Rapport des tendances sur six mois – juillet 2020 – REACH](#) – sur les 23 produits suivis, les commerçants ont rapporté un retard d'acheminement sur 22 produits.

¹⁴ Affiliation a une organisation de microfinance comme les AVEC - associations villageoises d'épargne et de crédit.

¹⁵ Les temps indiqués sont déclaratifs des informateurs clés – fournisseurs et travailleurs humanitaires en ONG, ils peuvent donc varier pendant les saisons et sont à titre indicatif.

¹⁶ Cette donnée est à nuancer avec le biais géographique des enquêtes qui ont été réalisées, certaines enquêtes ont été réalisées à proximité du marché central ou d'un marché secondaire.

¹⁷ Le total des IC-C est inférieur à 70 car les réponses "autres" ont été exclues.

¹⁸ Selon le [Plan de Relèvement Local \(PRL\) réalisé par AGORA, février 2021](#).

¹⁹ Selon International Crisis Group, les hostilités meurtrières intercommunautaires perdurent et sont ravivées par l'intervention et la présence des groupes armés aux alentours des villes. Source : [International Crisis Group, Centrafrique : les racines de la violence, Rapport Afrique n° 230, septembre 2015](#), p. 20.

²⁰ Source : [Central African Republic - Evaluation Nationale des Marchés, Programme Alimentaire Mondial, June 2016](#).

²¹ En particulier l'étude : [The price effects of cash versus in-kind transfers, Jayachandran et alii \(2015\)](#).

²² Selon le [Rapport des tendances sur six mois – juillet 2020 – REACH](#) – sur les 23 produits suivis, les commerçants rapportaient un retard d'acheminement sur 22 produits.

²³ Un point de vente dans ce document correspond à un espace de vente temporaire de un ou quelques produits.

²⁴ Source : [Rapport des tendances sur six mois – juillet 2020 – REACH](#).

²⁵ Source : ["Mounting hostilities disrupt aid delivery in the Central African Republic"](#), 15 janvier 2021, NRC.

²⁶ Source : [Initiative conjointe de suivi des marchés \(ICSM\) – Suivi Bi-mensuel – 12 au 14 janvier 2021](#).

²⁷ Source : [RCA : plus de 90.000 personnes ont fui leur foyer à la suite des récentes violences post-électorales](#), Organisation des Nations Unies (ONU), janvier 2021.

²⁸ Source : [« Les attaques de rebelles paralysent la route qui relie le Cameroun et la République centrafricaine »](#) Février 2021, Le Monde.

²⁹ Source : [Initiative conjointe de suivi des marchés \(ICSM\) – Janvier 2021](#).

³⁰ Source : [Rise in Food Prices Due to Escalating Conflict Tips More People into Poverty in the Central African Republic](#), The World Bank.

Annexes

Termes de références de la recherche : [Initiative Conjointe d'Analyse des Marchés : approvisionnement, barrières et dynamiques - Août 2020](#)

[Outil d'analyse - Analyse qualitative des marchés - Janvier 2021](#)

A propos de REACH :

REACH Initiative facilite l'élaboration d'outils et de produits d'information visant à renforcer les capacités des acteurs humanitaires à prendre des décisions informées lors de situations d'urgence, de redressement et de développement. Pour ce faire, les méthodes utilisées par REACH incluent la collecte de données primaires, suivie d'une analyse approfondie de celles-ci. Toutes les activités sont menées dans le cadre des mécanismes de coordination inter-agences. REACH est une initiative conjointe d'IMPACT Initiatives, d'ACTED et de l'Institut des Nations Unies pour la formation et la recherche – Programme opérationnel pour les applications satellitaires (UNITAR-UNOSAT).