

# Recherche sur le marché à Bukavu et Goma sur les aliments produits localement : résultats et conclusions

Mai 2022



La Différence est un accélérateur d'entreprises congolaises et un conseiller en développement de marché avec des bureaux à Bukavu et Goma. Le travail de l'organisation est ancré dans une profonde compréhension des réalités de la vie dans la région du Kivu, en particulier pour les entrepreneurs et leurs clients et pour tous ceux qui œuvrent pour le progrès économique et social.



## Ce rapport

Au premier et au deuxième trimestre 2022, La Différence a mené deux projets de recherche dans le secteur agricole, le premier pour comprendre le niveau de demande des consommateurs pour les aliments produits localement, et le second pour comprendre les défis auxquels sont confrontés les entrepreneurs qui travaillent dans le secteur agricole pour répondre à la demande des consommateurs.

Ce rapport résume les résultats de la recherche et conclut qu'il existe une forte préférence des consommateurs pour les aliments produits localement, mais que les PME du secteur doivent mieux s'aligner sur les besoins des consommateurs si elles veulent convertir les avantages économiques et sociaux potentiels en réalité quotidienne.

## Le secteur Agricole en République Démocratique du Congo

L'agriculture est une voie potentielle vers la prospérité en République démocratique du Congo, qui a plus de terres agricoles disponibles que tout autre pays d'Afrique et le potentiel de nourrir deux milliards de personnes. Cependant, la faiblesse des chaînes de valeur et le faible investissement signifient que seule une petite fraction de ce potentiel est réalisée et que la RDC est en fait un importateur net de produits agricoles.

La faible productivité et la dépendance aux importations affectent les personnes vulnérables. Le nombre de personnes en situation d'insécurité alimentaire aiguë s'élève à 27 millions, soit 30 % de la population, et 46 % des enfants de moins de 5 ans souffrent de malnutrition chronique ou de retard de croissance. La situation est particulièrement grave dans les provinces orientales.

Dans la province du Sud-Kivu par exemple, le Programme alimentaire mondial estime que 64 % des ménages ruraux étaient déjà en situation d'insécurité alimentaire avant le Covid-19. La pandémie a davantage perturbé les chaînes d'approvisionnement alimentaire et entraîné une flambée des prix.

L'amélioration de la production alimentaire locale conduirait sans aucun doute à la création d'emplois et à la réduction de la pauvreté et contribuerait à lutter contre l'insécurité alimentaire croissante. Comment expliquer alors le peu de progrès réalisés ? Qu'est-ce qui freine le secteur ?

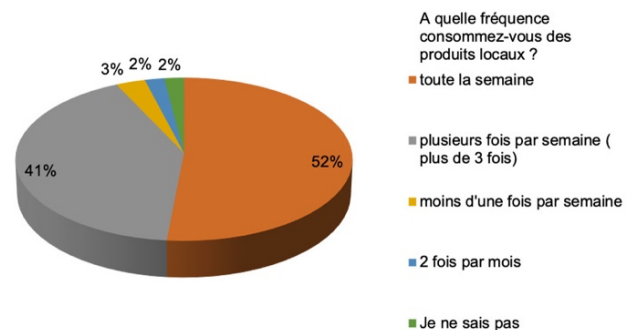
## Utiliser la recherche pour trouver des réponses

Au cours du deuxième trimestre 2022, La Différence a mis en œuvre deux projets de recherche afin d'étudier les raisons possibles du manque de progrès dans l'approvisionnement en nourriture locale plutôt que de dépendre des importations. Le premier projet cherchait à comprendre si les consommateurs souhaitaient réellement acheter des aliments produits localement ou s'ils étaient plutôt satisfaits des produits importés qui dominent actuellement le marché. Le deuxième projet visait à comprendre les défis auxquels sont confrontés les entrepreneurs qui transforment et fournissent des aliments produits localement.

## Recherche de produits alimentaires locaux

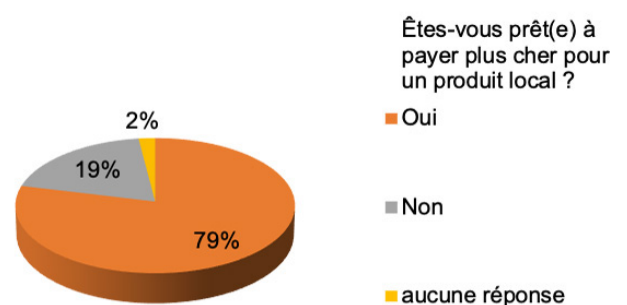
Au total, une centaine de personnes âgées de 25 à 54 ans vivant à Bukavu et Goma ont été interrogées sur leurs habitudes d'achat. L'échantillon était également réparti entre les hommes et les femmes avec une moyenne de quatre enfants dans leur ménage.

La plupart des répondants (64%) ont clairement indiqué qu'ils achèteraient des aliments locaux s'ils sont de bonne qualité, et plus de la moitié (55%) ont déclaré que la valeur nutritive est une priorité lors du choix. En fait, beaucoup (41 %) consomment déjà des aliments locaux au moins trois fois par semaine.



Ce chiffre serait plus élevé sauf que les aliments locaux sont rarement emballés et que de nombreux répondants ont déclaré ne pas vouloir consommer de produits d'origine inconnue.

La recherche a également suggéré qu'une grande majorité (79%) des répondants paieraient une prime moyenne de 10% par rapport au coût des aliments importés s'ils étaient rassurés sur la qualité, la consistance et l'origine. Les répondants ont particulièrement favorisé le riz, le maïs, les tomates et les fruits produits localement et 95 % ont déclaré qu'ils étaient en faveur d'un magasin de bonne réputation dédié à la vente de ces types d'aliments locaux.



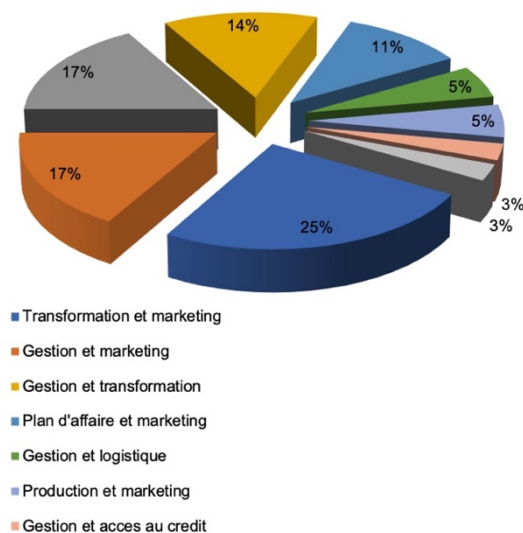
C'est une bonne nouvelle! Dans les grandes villes de Bukavu et de Goma, il existe un marché de consommateurs important qui préfère acheter des produits locaux - mais seulement s'ils ont confiance en sa qualité et son origine.

C'est le rôle des entreprises de la chaîne de valeur de répondre à ces attentes et en effet ce sont des centaines de PME qui travaillent dans le secteur. Cependant, la grande majorité génère moins de 20 000 \$ de revenus par an et, en réalité, il n'y a que des progrès sporadiques dans l'offre d'aliments à valeur ajoutée produits localement.

## Recherche auprès des entrepreneurs du secteur agricole local

Pour mieux comprendre les défis auxquels sont confrontées les PME travaillant dans le secteur agricole, La Différence a mené une cinquantaine d'entretiens en face à face avec des agro-entrepreneurs à Bukavu et Goma. Un peu plus de la moitié des personnes interrogées (56%) avaient auparavant travaillé pour une autre entreprise du secteur agricole et avaient donc des connaissances préalables sur lesquelles fonder leur propre entreprise. Cependant, en moyenne, ils n'avaient passé que trois ans et demi à travailler pour une autre entreprise agroalimentaire. Les 44 % restants des personnes interrogées n'avaient aucune expérience de travail dans le secteur.

Un tel manque d'expérience peut être atténué lorsqu'il y a deux fondateurs ou plus qui peuvent combiner leurs connaissances, mais 75% des personnes interrogées étaient des propriétaires uniques et, pour compliquer encore les choses, la plupart des répondants (62%) ont déclaré ne pas avoir d'aide dans la création de leurs entreprises. Parmi les 38 % qui ont été accompagnés pendant la phase de démarrage, la plupart ont été soutenus par des amis et la famille et seuls quelques-uns (12 %) ont bénéficié du soutien structuré d'un incubateur.



Depuis le démarrage, un peu plus de la moitié (53 %) des répondants avaient recherché et trouvé un programme de formation, mais tous ont déclaré avoir besoin de beaucoup plus de formation, 75 % faisant spécifiquement référence au marketing et à la gestion.

Notre observation est que de nombreux entrepreneurs de notre échantillon de recherche ont également besoin d'aide pour revoir leur offre sur le marché. La plupart des personnes interrogées avaient choisi de créer une entreprise par conviction fondée sur leur situation personnelle et avec très peu d'expérience du marché. Ils n'ont pas investi de temps pour comprendre les besoins des clients et les opportunités du marché. Au lieu de cela, ils ont simplement supposé que leur idée serait assez bonne pour réussir.

Même si la plupart des personnes interrogées ont déclaré que leur entreprise avait du mal à se développer, seulement 27 % ont déclaré qu'il était important d'étudier le marché.

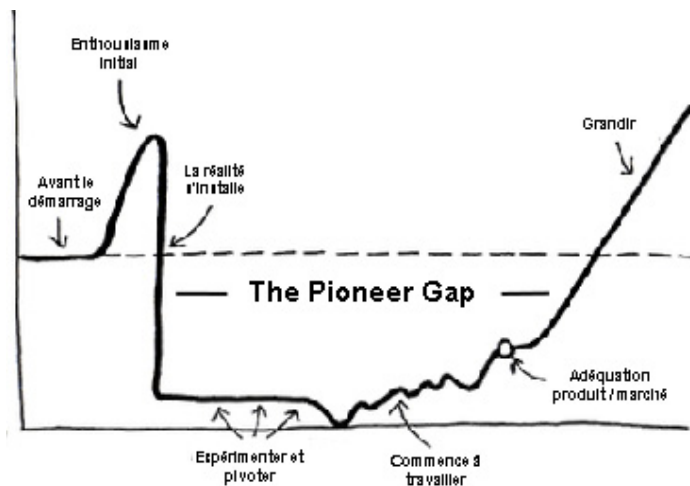
## Conclusion

Presque tous les entrepreneurs de notre recherche ont déclaré que la passion, la détermination et la persévérance sont les qualités clés du succès. C'est tout à fait le cas, mais il est également nécessaire d'offrir un produit ou un service qui correspond aux besoins du marché.

Nos recherches auprès des consommateurs ont clairement souligné le besoin d'assurance sur la qualité, la nutrition et l'origine, mais seule une minorité d'entrepreneurs est à l'écoute et, par conséquent, très peu se sont véritablement engagés avec le marché et ont mis en place une entreprise qui a le potentiel de croître. Il s'agit d'un problème systémique qui limite le développement du marché des produits locaux.

## Comment améliorer la situation

En réponse, La Différence propose un accompagnement structuré - un programme appelé « Accélérateur des Pionniers » - pour aider les entrepreneurs dont l'entreprise est opérationnelle depuis au moins douze mois à s'aligner sur les besoins du marché. Nous passons en revue leur offre ainsi que leur gestion et leur marketing, et les aidons à établir les bases de la durabilité et de la croissance. Le programme soutenait auparavant les entrepreneurs du secteur numérique et de l'économie circulaire et le même programme est maintenant proposé pour aider les entrepreneurs de PME du secteur agricole local.



Le programme aide les entrepreneurs à combler le "pioneer gap", un terme utilisé pour décrire la phase où les entreprises peinent à établir une offre durable et sont incapables de se développer.

Le programme est structuré en deux phases. Dans la première phase, un groupe d'entrepreneurs est invité à participer à sept modules de formation, chacun d'une durée de deux semaines et chacun conçu pour aider l'entrepreneur à améliorer les aspects clés de son entreprise. La deuxième phase prévoit un investissement initial en actions dans un maximum de deux des entreprises qui terminent la formation de la phase 1 et qui ont le plus grand potentiel d'évolution.

La Différence collabore avec des bailleurs de fonds tels que la Fondation Doen pour mettre en œuvre les programmes actuels et recherche maintenant des partenaires financiers pour co-développer un programme de soutien axé sur le secteur agricole local. Pour plus d'informations, contactez Bukebo Dodd à Goma ([dodd@la-difference.com](mailto:dodd@la-difference.com)) ou Patrick Byamungu à Bukavu ([patrick@la-difference.com](mailto:patrick@la-difference.com))