

## La vente de bananes dessert, douces et plantains sur les marchés et sites de vente dans la commune d'Ibanda, ville de Bukavu

### [ The sale of bananas serves, soft and plantains on the markets and sites of sale in the commune of Ibanda, town of Bukavu ]

*Christian NTACOBASIMA COKOLA, Marius MURHULA MUFUNGIZI, and Jean de Dieu BENGHYA ZIHINDULA*

Département de gestion de l'environnement, ISTD-Mulungu, Bukavu, Sud-Kivu, RD Congo

---

Copyright © 2019 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the *Creative Commons Attribution License*, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

**ABSTRACT:** The sale of bananas on the markets of the commune of Ibanda town of Bukavu is one of sectors of creation of abstract jobs in favour of the disadvantaged social groups, left for account, among the population of this city, namely the stripped women, the unemployed young people, the not provided education for girls, etc. This activity deserves to be modernized, structured, to be organized and supported by the organizations as well public as private so that it becomes really a true fish pond of employment to the profit of honest of this urban and rural population that it employs.

Provincial and central government urban development policies should be geared towards solving material (insufficient commercial infrastructure, commercial facilities), fiscal and financial constraints (excessive taxation on small banana sellers and resellers, insufficient capital, difficult access to credit for small sellers and small retailers), commercial, economic, administrative and social constraints, which small sellers and sellers of dessert bananas, sweet bananas and plantains working in this commune face on a daily basis. This research reveals that three main units of measurement are present in the markets: main bananas, a banana, and the banana diet, but they are not standardized. Among them, the hand is the most applied unit in all markets.

They are the abstract markets, decentralized markets, markets of streets which know a great passion of the applicants and record the greatest quantities of sale of bananas. The soft bananas and plantains are bought in commune of Ibanda compared to bananas serves. The quantities sold by the women would be almost the same ones as those sold by the men.

The factors of limitation of the performance of the die banana in commune of Ibanda are: the abusive tax on the small salesmen and soft banana retailers, plantains and serves, the dubious and insufficient customers, the insufficiency of the fixed places in the markets and strategic sites of the city to contain all the salesmen, the bulk-heading of the markets and sites of sale, the means of transport used by the small banana retailers.

**KEYWORDS:** banana, Ibanda, salewomen, banana serve, soft banana.

**RÉSUMÉ:** La vente de bananes sur les marchés de la commune d'Ibanda ville de Bukavu est l'un de secteurs de création d'emplois informels en faveur des groupes sociaux défavorisés, laissés pour compte, parmi la population de cette ville, à savoir les femmes démunies, les jeunes désœuvrés, les chômeurs, les filles non scolarisées, etc. Cette activité mérite d'être modernisée, structurée, organisée et soutenue par les organismes tant publics que privés afin qu'elle devienne réellement un véritable vivier d'emplois au profit de la franche de cette population tant urbaine, périurbaine que rurale qu'elle emploie.

Les politiques de développement urbain de gouvernements provincial et central devraient être orientées vers la résolution des contraintes matérielles (insuffisance des infrastructures commerciales, d'installations commerciales), fiscales et financières (taxation excessive sur les petits vendeurs et revendeurs de bananes, insuffisance des capitaux d'opération, difficile accès au crédit pour les petits vendeurs et petits détaillants), contraintes commerciales, économiques, administratives, sociales,... qu'affrontent quotidiennement les petits vendeurs et vendeuses de bananes dessert, de bananes douces et plantains exerçant dans cette commune. Cette recherche révèle que trois principales unités de mesure sont présentes sur les marchés : main de

bananes, une banane, et le régime de bananes, mais elles ne sont pas standardisées. Parmi elles, la main est l'unité la plus appliquée sur tous les marchés.

Ce sont les marchés informels, marchés décentralisés, marchés de rues qui connaissent un grand engouement des demandeurs et enregistrent les plus grandes quantités de vente de bananes. Les bananes douces et plantains sont les plus achetées en commune d'Ibanda par rapport aux bananes dessert. Les quantités vendues par les femmes seraient presque les mêmes que celles vendues par les hommes.

Les facteurs de limitation de la performance de la filière banane en commune d'Ibanda sont : la taxation abusive des petits vendeurs et revendeurs de bananes douces, plantains et dessert, la clientèle incertaine et insuffisante, l'insuffisance des places fixes dans les marchés et sites stratégiques de la ville pour contenir tous les vendeurs, le cloisonnement des marchés et sites de vente, le mode de transport utilisé par les petits revendeurs de bananes.

**MOTS-CLEFS:** banane, Ibanda, vendeuse, banane dessert, banane douce.

## 1 INTRODUCTION

Le commerce a des répercussions directes sur la sécurité alimentaire car dans la plupart des pays, les importations représentent une part importante de l'approvisionnement alimentaire. La concurrence des importations peut perturber les producteurs locaux, mais elle peut également stimuler le changement et l'innovation visant une productivité accrue au niveau de la production intérieure et des chaînes d'approvisionnement connexes. Le commerce influe sur les quatre dimensions de la sécurité alimentaire : disponibilité, accès, utilisation et stabilité. L'interaction du commerce avec ces dimensions est complexe et dépend de divers facteurs sous-jacents, qui donnent des résultats très variés selon les pays. Le rapport entre le niveau d'engagement dans le commerce et la sécurité alimentaire est influencé par le fonctionnement des marchés alimentaires, par la capacité ou la volonté des producteurs de répondre aux incitations changeantes que le commerce peut apporter, et par la géographie de l'insécurité alimentaire. Tous ces facteurs doivent être pris en compte dans la formulation d'interventions politiques en matière de commerce. Les objectifs des politiques commerciales et connexes portent sur différentes dimensions de la sécurité alimentaire, différent selon les pays et changent au fil du temps. (FAO, 2015).

Le WFP(2015), note que, le monde d'aujourd'hui se caractérise par un niveau de développement sans précédent, mais aussi par une progression des risques et une fragilité accrue. Les risques sont liés à l'instabilité politique, aux conflits, aux catastrophes naturelles, aux maladies et aux fluctuations des prix. Des facteurs perturbateurs tels que l'urbanisation anarchique, la dégradation de l'environnement, la rareté de l'eau et les aléas économiques viennent aggraver ces risques, et vice versa.

D'aucun n'ignore, la nécessité de l'économie du marché en lieu et place de l'économie d'auto substance. Le marché des denrées alimentaires est là ; le potentiel de croissance est énorme et il peut profiter à tous mais il faut s'y mettre. (CTA,2011)

La République Démocratique du Congo offre plusieurs opportunités d'investissement dans le secteur agricole allant de la production, la transformation et la commercialisation, afin de créer une chaîne de valeur compétitive au niveau de la sous-région.

Le Programme National d'Investissement Agricole (PNIA) vise les investissements atteignant sur 8 ans, soit de 2013 à 2020, une fourchette minimum de 5,7 milliards USD pour enclencher une croissance annuelle de 6% dans le secteur et ainsi réduire la pauvreté, assurer la sécurité alimentaire et nutritionnelle des populations et générer durablement des emplois et des revenus.

L'offre agricole est couverte en majeure partie par la production rurale, assurée par 70% de la population. Toutefois, celle-ci ne répond pas à une demande de plus en plus croissante de plus de 70 millions d'habitants. Aussi, le pays reste tributaire des importations en matière de denrées alimentaires ainsi que des intrants agricoles.(RDC, Agence Nationale pour la Promotion des Investissements, 2016)

Aujourd'hui, 700 millions de personnes souffrent de malnutrition. Les pays en voie de développement sont, bien évidemment, les plus menacés par ce fléau. Or le bananier et le bananier plantain contribuent à la sécurité alimentaire des populations des pays défavorisés. Ils constituent une ressource alimentaire importante pour plus de 400 millions d'habitants des pays tropicaux. Ces fruits sont vitaux pour les millions de paysans qui les produisent, les consomment ou les vendent sur les marchés locaux. Et leur exportation représente pour nombre de pays en voie de développement une source précieuse de revenus (BOOF, 2003) cité par (Patience MPANZU BALOMBA,2007).

Après le riz, le blé et le maïs, la banane est l'une des plus importantes cultures vivrières du monde; 90 % de la production est consommée sur place, notamment dans les pays les plus pauvres d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie. Dans certaines régions, la banane est même la principale denrée cultivée et la purée de banane y est souvent le premier aliment solide donné aux nourrissons. Cependant, la consommation par habitant varie selon les pays: de 2 Kg par habitant et par an en Chine à 50 Kg par habitant et par an en Océanie, et même 250 Kg par habitant et par an en Afrique de l'Est (Ouganda, Burundi, Rwanda), notamment sous forme de plat cuit ou de bière (BOOF, 2003).

En République Démocratique du Congo, les plantains sont surtout importants en zone forestière où parfois ils constituent la base même de l'alimentation des populations locales; c'est le cas du Bas Fleuve dans la province du Bas Congo, à Kisangani et ses environs dans l'ex province orientale.

Dans les provinces du Kivu (Nord-Kivu, Sud-Kivu, et Maniema) les bananes plantains et les bananes dessert servent surtout à la fabrication de la bière de banane. La consommation des plantains à Kinshasa a beaucoup augmenté (de 3,85 Kg à 8,89 Kg/tête) par rapport à 1975, tandis que celle des bananes (douces) a diminué de 1,91 Kg à 1,12 Kg (TOLLENS, 2004) cité par (Patience MPANZU BALOMBA, 2007). L'Etat congolais ne s'est pas beaucoup préoccupé du mode de fonctionnement du marché des produits alimentaires, et encore moins des difficultés auxquelles sont confrontés les commerçants impliqués dans la filière approvisionnement en produits alimentaires. (MPANZU BALOMBA P., 2007)

La banane est la seconde culture du pays après le manioc tant du point de vue de la production que de la demande ; la production totale de bananes et d'autres fruitiers atteint une valeur annuelle moyenne de 4,1 millions de tonnes dont 47% pour les différents produits de banane : plantain (25%), douce (8%), de bière (14%), (République Démocratique du Congo, ministère de l'agriculture, 2012)

Cependant, au cours de cette dernière décennie, les plantations de bananes jadis abondantes dans plusieurs territoires de la province du Sud-Kivu qui approvisionnaient la ville de Bukavu en bananes, ont été totalement décimées par le « wilt bactérien », réduisant du coup la production locale avec un impact certain sur la commercialisation de cette denrée dans la ville de Bukavu qui était et qui est toujours approvisionnée par les milieux ruraux de la province du Sud-Kivu.

Les méthodes de vente de bananes employées dans la ville de Bukavu mériteraient d'être améliorées au regard des dysfonctionnements généralisés qui s'observent sur le champ.

La pratique actuellement semble consister surtout en transactions immédiates d'achat et de vente sans tenir compte des besoins et exigences réelles des consommateurs qui parfois refoulent cette denrée, entraînant du coup des invendues et des pertes chez les petits vendeurs et revendeurs. Les conditions et méthodes relatives à la vente de bananes douces, dessert et plantains perpétuent souvent les difficultés des vendeurs et des consommateurs de cette commune dans ville de Bukavu.

L'examen de marchés de bananes douce, dessert et plantain en commune d'Ibanda révèle les carences et dysfonctionnements dans cette filière et sont en défaveur des vendeurs surtout les plus petits. Les déficiences constatées concernent en premier lieu, l'insuffisance des équipements marchands pour contenir tous les vendeurs en nombre toujours croissant, les tracasseries fiscales, administratives, policières, sociales et commerciales dont les victimes sont surtout les vendeurs pauvres sur différents sites et marchés de vente.

La construction des marchés dans cette commune s'est révélée insuffisante pour desservir correctement l'ensemble de zones face à l'augmentation considérable du nombre de vendeurs, les marchés existants voient leur capacité d'accueil être largement dépassée, sous l'œil indifférent de l'autorité communale.

Tous ces facteurs conjugués sont en large partie à l'origine de la saturation observée dans les marchés formels et décentralisés à travers toute la commune, les rues, les trottoirs et points de vente de bananes, la désorganisation, l'insalubrité dans les marchés, ainsi que, l'occupation généralisée des emprises de la voirie par les vendeurs, la multiplication des marchés spontanés dans les quartiers, aux abords des routes et avenues, sur des lieux très fréquentés par la population et les passants.

D'autres vendeurs et vendeuses de bananes font le tour de toute la commune d'Ibanda et de la ville de Bukavu, à travers les quartiers, les rues et avenues, les bureaux, les lieux de travail, les entreprises, vendant à la sauvette leurs bananes à des prix et unités souvent négociables et non standardisés.

Les clés de l'efficacité pour cette vente résident dans la capacité de négociation des prix, de la qualité de bananes, la capacité et le courage de pouvoir sillonner toutes les rues de la commune, les routes, les bureaux et les avenues de la ville en général.

Sur des marchés informels et décentralisés éparpillés à travers la commune d'Ibanda, les vendeurs ne disposent pas d'informations en vue d'équilibrer l'offre et la demande pour ainsi limiter d'excessives fluctuations de prix de bananes qui

refoulent certains consommateurs et entraînent des invendus considérables ainsi que la chute des recettes de vente à réaliser quotidiennement.

Les pouvoirs publics et leurs services ne prêtent que très peu d'attentions aux problèmes pratiques des marchés de bananes dans cette ville, alors qu'ici, les faibles revenus journaliers et le faible pouvoir d'achat de la majorité d'habitants, limitent les demandes individuelles et par conséquent, freinent la prospérité commerciale et sociale des vendeurs de bananes douces, dessert et plantains qui n'ont que ce métier pour subvenir aux besoins ménagers.

La vente de bananes dessert, douces et plantains sur les marchés et points de vente de la commune d'Ibanda se caractérise par un niveau élevé de risque et d'incertitude pour les vendeurs et vendeuses vu le caractère périssable de ces produits en l'absence d'infrastructures de transformation, de stockage et de conditionnement, à cause d'une demande irrégulière accompagnée de la fluctuation des prix à la baisse et à la hausse, le manque d'informations commerciales, l'environnement institutionnel, la conjoncture économique du marché, des taxations excessives, arbitraires et abusives pratiquées par les agents publics et gestionnaires des marchés et l'absence des pratiques réglementaires adaptées.

On constate aussi de nombreuses dérives dans la gestion des marchés de cette commune avec une taxation souvent abusive de petites vendeuses détaillantes, les ententes avec les plus grands vendeurs, des fraudes diverses, etc.

IL se révèle alors que les problèmes relevés dans le domaine de la commercialisation de bananes plantains, douces et dessert en commune d'Ibanda touchent à des domaines multiples, les contraintes sont d'ordre administratif, législatif, économique, commercial, organisationnel, social et humain.

Ces difficultés affectent tous les vendeurs et vendeuses de bananes œuvrant tant sur les marchés officiels que sur les marchés informels décentralisés et spontanés rencontrés par ci par là dans les quartiers et rues de cette commune. Il est d'autant plus nécessaire, qu'on améliore les conditions de vente de bananes douces, dessert et plantains en commune d'Ibanda, pour améliorer la sécurité alimentaire de la population, lutter contre la pauvreté chez ceux qui exercent cette profession par la stabilisation des emplois informels créés surtout pour les femmes et jeunes filles qui sont plus nombreuses dans cette activité. L'insuffisance d'études orientées vers les stratégies d'amélioration de la filière banane dans la commune d'Ibanda en particulier et la ville de Bukavu en général, le souci de contribuer à poser des bases scientifiques à l'analyse des diagnostics fiables de la filière dans ce milieu afin d'arrêter des stratégies cohérentes et concrètes basées sur les réalités et données de terrain, ont motivé la réalisation de cette recherche. Ainsi, l'étude entend apporter une réponse à l'insuffisance d'informations commerciales, de formation et d'éducation commerciales des femmes et autres petits détaillants de bananes démunis souvent oubliés et laissés pour compte par les services publics, les organismes syndicaux et associatifs, et les organismes d'aide pour les aider à développer leur sens des affaires commerciales afin de gérer avec succès leur activité commerciale.

La recherche avait aussi pour visée d'informer sur les dysfonctionnements qui s'observent dans la commercialisation de bananes dessert, de bananes douces et bananes plantains qu'il conviendrait de corriger, car ils empêcheraient les vendeurs d'écouler suffisamment les bananes et de réaliser des recettes élevées, en vue d'améliorer cette filière pour réduire la pauvreté de vendeurs, de stabiliser les emplois informels urbains créés par cette activité, d'accroître la sécurité alimentaire, de valoriser socialement ce métier et permettre aux petits vendeurs et vendeuses d'accéder à un certain bien-être.

Les objectifs spécifiques poursuivis par cette recherche menée auprès des vendeurs et vendeuses de bananes dessert, bananes douces et bananes plantains exerçant en commune d'Ibanda étaient :

- de décrire la vente de bananes dessert, douces et plantains telle qu'elle se réalise sur les marchés formels et informels de la commune d'Ibanda, afin de répondre à certaines questions de curiosité scientifique et de l'opinion publique de la ville de Bukavu comme les suivantes : les ventes de bananes dessert sont-elles supérieures aux ventes de bananes douces et plantains sur les marchés de cette commune ? qui vendent plus de bananes entre les hommes et les femmes ?, sur quel marché de la commune d'Ibanda, les ventes de bananes sont plus importantes par rapport aux autres ? sur quel marché de la commune d'Ibanda, la clientèle de bananes est plus stable ? quels sont les facteurs qui influencent la quantité de bananes douces, plantains et dessert vendue sur les marchés officiels et informels dans la commune d'Ibanda ? etc;
- de présenter certaines caractéristiques sociodémographiques et commerciales de vendeurs et vendeuses de bananes en commune d'Ibanda;
- de déceler les principaux facteurs de limitation de la filière banane dans cette commune de la ville de Bukavu ;
- de formuler et proposer des stratégies concrètes capables de contribuer à accroître les quantités vendues de bananes douces, plantains et dessert ainsi que l'amélioration de cette activité au bénéfice de la population qui l'exerce et qui constitue pour elle l'unique source de revenus pour la survie de leurs ménages dans une ville où la loi de la survivance du plus fort s'impose à tous.

## **2 ZONE GÉOGRAPHIQUE DE L'ÉTUDE**

Cette recherche a été effectuée dans la commune d'Ibanda, l'une de trois communes qui constituent la ville de Bukavu, chef-lieu de la province du Sud Kivu en République Démocratique du Congo. Elle abrite la majorité de bureaux et services administratifs provinciaux ainsi que les sièges de plusieurs entreprises et ONG locales qu'internationales opérant en province du Sud Kivu. La commune d'Ibanda a été créée par l'arrêté n°111/203 du 03 octobre 1958. Elle est la commune la plus urbanisée de la ville de Bukavu et est composée de trois grands quartiers à savoir : Ndendere, Nyalukemba et Panzi.

Elle est limitée comme suit:

- à l'Est par la rivière Ruzizi qui constitue la frontière de la RDC avec la République du Rwanda
- à l'Ouest par la rivière Kawa qui la sépare de la commune sœur de Kadutu
- au Nord par le lac Kivu
- au Sud par le quartier Cahu de la commune de Bagira et le groupement Mudusa dans le territoire de Kabare. Sa superficie est de 12,30 km<sup>2</sup> et son altitude moyenne est de 1612 mètres (Commune d'Ibanda, rapport 2018)

## **3 MÉTHODOLOGIE**

Pour disposer de données et informations nécessaires et fiables pour cette étude, des observations directes et participatives ont été réalisées dans différents marchés et sites de vente de bananes. Des entretiens avec les vendeurs et vendeuses de bananes ont également été effectués dans les marchés formels et informels et dans différents points de vente disséminés dans les rues, quartiers, places publiques, lieux fréquentés dans la commune d'Ibanda. Une recherche documentaire a aussi été réalisée pour compléter les informations obtenues par les techniques précitées. Des interviews informelles libres ont eu lieu dans les marchés publics et marchés informels, décentralisés et spontanés éparpillés dans la commune d'Ibanda et nous ont permis de récolter différents points de vue des personnes interviewées sur la vente de bananes douces, dessert et bananes plantains. Une enquête participative a aussi été réalisée dans les marchés et points de vente au près d'un échantillon aléatoire de 84 vendeurs constitué par la méthode probabiliste tiré parmi les vendeuses et vendeurs de bananes douces, dessert et plantains exerçant en commune d'Ibanda. Cette enquête s'est déroulée du 19 mai au 24 juin 2018 sur l'ensemble de marchés tant officiels, qu'informels et décentralisés se trouvant dans la commune d'Ibanda dans la ville de Bukavu.

Pour la collecte de données primaires sur terrain, nous avons fait usage du questionnaire écrit, de la grille d'observation, d'un guide d'interview, des documents officiels et privés consultés sur terrain, des documents consultés dans les bibliothèques de Bukavu, d'un cahier d'enregistrement d'informations collectées sur le champ, des papiers et stylos ainsi que d'une machine calculatrice.

Le recours au traitement informatique de données collectées s'est avéré nécessaire pour la conception de la matrice de données, les traitements et les analyses statistiques des données. Pour cette fin, les logiciels ci-après : SPSS (pour la construction de la matrice de données et quelques analyses statistiques), et Stata 12 pour effectuer d'autres analyses statistiques ont été utilisés. L'approche quantitative a été utilisée pour l'analyse de données collectées sur terrain (dans les marchés officiels, marchés informels, marchés de rues, décentralisés et spontanés implantés dans les quartiers, dans les rues, les trottoirs, les carrefours, les lieux fréquentés par la population, etc).

## **4 RÉSULTATS ET DISCUSSION**

Cette partie présente les principaux résultats poursuivis par cette étude (répondant à l'objectif principal et aux objectifs spécifiques), puis les résultats d'analyses secondaires et complémentaires pour éclairer correctement l'opinion publique de cette ville sur la filière banane dans la commune d'Ibanda.

**RÉSULTAT 1 : CARACTÉRISTIQUES SOCIODÉMOGRAPHIQUES DE VENDEUSES ET VENDEURS DE BANANES DOUCES, DESSERT ET BANANES PLANTAINS ENQUÊTÉS SUR LES MARCHÉS ET SITES DE VENTE DE LA COMMUNE D'IBANDA (ANALYSE DESCRIPTIVE DE L'ÉCHANTILLON)****a. Lieu de résidence**

Désignation de la résidence du vendeur enquêté	Score	Pourcentage
Kabare (Mudaka, Mbiza, Kabare centre et sud)	5	6,0
Nyantende, Nyangezi, Kasihe, Kabugo,	9	10,7
Rwanda	2	2,4
Bagira, Brasserie, Kasha,	6	7,1
Kadutu (Cimpunda, Karhale, Buholo, Nyamugo)	18	21,4
Ibanda (Keredi, Nguba, Muhungu, Panzi, Feu-rouge, Nyawera, Nyalukemba, Major Vangu)	44	52,4
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>

Les vendeuses et vendeurs de bananes enquêtés trouvés sur les marchés formels et informels de la commune d'Ibanda proviennent en grande partie de cette commune dans les quartiers suivants : Giamba, Nguba, Nyalukemba, Feu-rouge, avenue Ruzizi, avenue du plateau, Keredi, Panzi, Muhungu, etc. Certains autres vendeuses et vendeurs viennent de Kabare, Mudaka et de Nyantende, Nyangezi et transportent les bananes sur leurs têtes ou au dos jusqu'à Bukavu faisant le tour des quartiers en vendant ces produits. D'autres habitent le Rwanda et traversent la frontière pour venir vendre les bananes à Bukavu.

**b. Genre de vendeurs de bananes**

Sexe des vendeurs enquêtés	Score	Pourcentage
Masculin	10	11,9
Féminin	74	88,1
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>

Ce sont bien les femmes (femmes mariées ou veuves, et les filles) qui dominent dans le métier de la vente de bananes douces, plantains et dessert sur les marchés tant officiels qu'informels dans la commune d'Ibanda. Quelques jeunes hommes et garçons s'adonnent aussi à cette profession et sillonnent bureaux, quartiers et rues avec les bananes dessert (bananes fruits « bitika ») surtout vendues accompagnées d'arachide. Les bananes font partie des produits vendus dans le cadre du petit commerce dominant dans la ville de Bukavu. Dans ce cadre, le WFP et al. (2011) font observer que l'activité commerciale (vente des produits alimentaires) au Sud Kivu et dans le Maniema est principalement féminine. Les femmes sont essentiellement impliquées dans le commerce des produits alimentaires locaux. Et pour Kristof Titeca et al. (2012), les revenus du commerce sont principalement utilisés dans les ménages pour couvrir des besoins primaires, comme l'alimentation ou la scolarisation des enfants. Les femmes en particulier jouent un rôle important dans ce commerce, car elles constituent la majorité des commerçant(e)s et que ce commerce est leur principal moyen de subsistance. Les femmes commerçantes vendent surtout des produits alimentaires de faible valeur marchande, tandis que les commerçants hommes vendent une plus grande variété de produits de valeur supérieure. Les femmes commerçantes sont confrontées à des difficultés spécifiques : elles ont le plus petit capital de départ, elles font généralement du commerce des biens qui génèrent le moins de profits.

**c. L'âge de personnes qui vendent les bananes en commune d'Ibanda**

Tranche d'âge des vendeurs et vendeuses de bananes à Ibanda	Fréquence	Pourcentage
15-18 ans	10	11,9
18- 30 ans	31	36,9
30-40 ans	32	38,1
41-50 ans	9	10,7
51 - 60 ans	2	2,4
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>

Ce sont des personnes qui ont des charges familiales qui s'occupent en nombre à cette activité pour pouvoir subvenir aux charges sociales et familiales de leurs ménages. La moyenne d'âge des vendeurs et vendeuses des bananes douces, dessert et plantains est de 30,3 ans.

**d. Situation matrimoniale de vendeurs et vendeuses de bananes**

Statut marital des enquêtés	Fréquence	Pourcentage
Marié(e)	46	54,8
Célibataire	22	26,2
Veuve (veuf)	9	10,7
Divorcé(e)	7	8,3
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>

Les bananes sont vendues en majorité par les personnes mariées généralement les femmes qui supportent et assument des responsabilités et les charges de leurs ménages. Les garçons sont plus intéressés par les bananes fruits tandis que les femmes combinent à la fois les bananes plantains, dessert et douces.

**e. Taille de ménages des vendeurs et vendeuses de bananes en commune d'Ibanda**

Composition familiale des vendeuses et vendeurs enquêtés	Fréquence	Pourcentage
1-2 personnes	13	15,5
2-5 personnes	39	46,4
6-10 personnes	23	27,4
11 -15 personnes	9	10,7
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>

Les ménages des vendeuses et vendeurs des bananes douces, dessert et plantains sont constitués en moyenne de 6 membres. Parmi eux, 46,4% proviennent des familles composées d'un nombre de personnes variant entre 2 et 5; tandis que 10,7% viennent des familles formées de 11 à 15 personnes.

**f. Niveau d'étude de vendeurs de bananes sur les marchés de la commune d'Ibanda**

Niveau d'étude de vendeurs de bananes	Fréquence	Pourcentage
Secondaire	30	35.71
Primaire	27	32.14
n'a pas étudié	26	30.95
sup/universitaire	1	1.19
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>

Dans la ville de Bukavu, le chômage bat record même parmi les détenteurs des diplômes. Certaines personnes instruites finissent par s'adonner aux activités informelles pour tenter de se prendre en charge. C'est ainsi que la vente de bananes sur les marchés d'Ibanda devient un refuge qui occupe une partie de ces personnes en chômage.

**g. Catégorie de vendeurs de bananes**

Type de vendeurs de bananes aux marchés de la commune d'Ibanda	Score	Pourcentage	Cum.
Producteur (produit seul les bananes et les vend au marché)	3	3.57	3.57
Revendeur/producteur (revendeur qui achète auprès du producteur)	18	21.43	25.00
Revendeur/revendeur (vendeur qui achète auprès d'un autre vendeur)	63	75.00	100.00
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	

On retrouve plus les revendeurs (petits détaillants) de bananes (75% d'enquêtés) qui s'approvisionnent en bananes auprès d'autres revendeurs qui se sont ravitaillés soit auprès des producteurs dans les villages et marchés ruraux ou dans les marchés étrangers.

#### h. Origine du capital de vendeurs de bananes exerçant en commune d'Ibanda

Origine du capital du vendeur	Fréquence	Pourcentage	Cum.
Crédit	10	11.90	11.90
Aides familiales	39	46.43	58.33
Vente des biens durables ou non durables du ménage	13	15.48	73.81
Revenus issus des activités	22	26.19	100.00
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	

Ce sont les familles qui donnent souvent le capital pour démarrer une activité entrepreneuriale, les sources d'accès au financement n'étant pas accessibles à tous. Surtout, les petits vendeurs des bananes douces, dessert et plantains n'ont pas accès au crédit dans la ville de Bukavu dans le circuit formel. Dans le rapport « Marcher dans l'obscurité : Le commerce informel transfrontalier dans la région des Grands Lacs » 2012, les auteurs, ont trouvé que le capital utilisé par les commerçant(e)s provient en grande partie des ressources du ménage. La deuxième source du capital vient des emprunts à la famille ou aux amis. (Kristof Titeca, et al. 2012).

#### i. Appartenance du vendeur à une association de vendeurs au sein du marché

Appartient à une association de vendeurs dans le marché		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Non	72	85,7	85,7	85,7
	Oui	12	14,3	14,3	100,0
	<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Les petits détaillants, vendeurs et revendeurs de bananes n'ont pas la possibilité d'être enregistrés, reconnus et acceptés dans les associations de vendeurs bien établies dans les marchés, car les conditions financières leur imposées pour en faire partie ne leur sont pas abordables. Voilà pourquoi, ils sont très souvent refoulés dans les marchés, et sont alors obligés de s'installer sur les emprises des routes, des rues, de sillonner les rues, les quartiers et différents lieux fréquentés pour vendre les bananes aux passants, dans les ménages, dans les lieux de travail, etc.

### RÉSULTAT 2 : CARACTÉRISTIQUES COMMERCIALES DE LA VENTE DES BANANES SUR LES MARCHÉS FORMELS ET INFORMELS DANS LA COMMUNE D'IBANDA

#### ❖ Produit vendu ou type de banane que vend l'enquêté

Produit vendu ou type de banane	Score	Pourcentage	Cum.
Bananes dessert	39	46.43	46.43
Bananes plantain et douce	45	53.57	100.00
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	

On trouve plus des femmes vendeuses de bananes douces et plantains sur les marchés que ceux qui vendent les bananes dessert qui sont très souvent en tournée dans les quartiers, les rues, les lieux fréquentés. En général, les jeunes gens (garçons et filles) moins nombreux que les femmes vendent exclusivement les bananes dessert et laissent aux femmes la vente des bananes douce et plantain qui est une exclusivité féminine à Bukavu.

❖ L'origine ou la provenance de bananes vendues sur les marchés de la commune d'Ibanda

Lieu d'achat ou origine de bananes vendues par les enquêtés	Score	Pourcentage	Cum.
Nyangezi-Nyantende-Kasihe	21	25.00	25.00
Rwanda	16	19.05	44.05
Marché beach Muhanzi	21	25.00	69.05
Marché central de Kadutu	5	5.95	75.00
Kabare-Mbiza-Mudaka-Kabare sud	10	11.90	86.90
Idjwi nord et sud-Kalehe	11	13.10	100.00
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	

Les bananes vendues sur les marchés de la commune d'Ibanda viennent principalement des territoires de Kabare, Idjwi nord et sud, Kalehe et du Rwanda. Le marché beach Muhanzi est alimenté par les bananes qui viennent d'Idjwi, de Birava, de Luhihi, de Kalehe. Il en est de même du marché de Kadutu qui est aussi approvisionné par les produits venant d'autres territoires comme Walungu, Mwenga, Kankinda, Ngweshe, Mugogo, etc.

❖ Auprès de qui les vendeurs s'approvisionnent en bananes

A qui achetez-vous les bananes que vous vendez?	Fréquence	Pourcentage	Cum.
Producteur	26	30.95	30.95
Revendeur	58	69.05	100.00
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	

Les marchés de la commune d'Ibanda sont des marchés de détail de bananes. C'est pourquoi plus des vendeurs y trouvés sont des détaillants qui s'approvisionnent dans d'autres marchés soit de la ville de Bukavu ou de territoires pour venir détailler en commune d'Ibanda.

Le WFP, la FAO et le Conseil Norvégien pour les réfugiés(2011), mentionnent dans leur étude que, de façon générale, trois types de marché avaient été identifiés dans le Sud Kivu et le Maniema, marchés de collecte, marchés de regroupement, et les marchés de consommation dont ceux de la ville de Bukavu dont le rôle principal est de satisfaire les besoins de consommation des populations urbaines. On rencontre toutes les catégories d'acteurs sur ces marchés mais les plus nombreux sont les détaillants.

❖ Principaux acheteurs de bananes dans les marchés de la commune d'Ibanda

A qui vous vendez très souvent les bananes ?	Fréquence	Pourcentage	Cum.
Consommateurs	72	85.71	85.71
Revendeurs (vendant aux autres vendeurs pour les détails)	12	14.29	100.00
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	

Ce sont essentiellement les consommateurs qui achètent en nombre les bananes vendues sur les marchés de la commune d'Ibanda, qui sont généralement des marchés de détail où viennent s'approvisionner les ménages en denrées alimentaires dont les bananes.

FOLEACK Denis et al.(2013), font observer qu'« En Afrique subsaharienne, la croissance rapide de la population urbaine pose un triple défi: le défi des changements dans la composition de la demande alimentaire dus à l'urbanisation des populations, le défi posé par la pauvreté globale des populations urbaines et le défi d'une demande alimentaire en constante augmentation qui suppose une réadaptation permanente de modalités de l'approvisionnement, depuis la production jusqu'à la commercialisation »

## ❖ Clientèle pour les bananes vendues

Avez-vous une clientèle stable et suffisante de bananes dans votre marché ?	Fréquence	Pourcentage	Cum.
Oui	49	58.33	58.33
Non	35	41.67	100.00
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	

Sur les marchés de la commune d'Ibanda, il ya une certaine clientèle pour les bananes y vendues, cette commune étant habitée par la bourgeoisie de la ville de Bukavu qui s'approvisionne en ces produits sur ces marchés, c'est ce qui explique une certaine clientèle suffisante auprès de vendeurs. La banane fait partie des produits alimentaires quotidiennement consommés au sein des ménages de Bukavu.

## ❖ Quantité achetée par rotation d'approvisionnement en bananes douces, plantains et dessert par les vendeurs et revendeurs enquêtés

## Nombre de colis qu'achète l'enquêté par rotation

Nombre de colis acheté par le vendeur par rotation		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-3 colis	41	48,8	48,8	48,8
	4-8 colis	28	33,3	33,3	82,1
	9-15 colis	15	17,9	17,9	100,0
	<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Par ces résultats ci-haut, nous trouvons que les vendeurs de bananes en commune d'Ibanda apportent en moyenne 5 colis par rotation la semaine. Les colis dont question ici varient selon le commerçant, selon le milieu, les habitudes, pour les uns, il s'agit de bassin plastique, le sac, pour d'autres le panier, et d'autres encore, c'est le régime de banane qui constitue le colis.

Comme on le voit à travers ces résultats, l'approvisionnement en bananes par les petits détaillants qui exercent sur les marchés de la commune d'Ibanda, porte sur de quantités qu'il est difficile d'estimer en poids, les acteurs commerciaux étant financièrement et commercialement limités, ils achètent souvent des quantités dont ils peuvent supporter les charges.

## ❖ Nombre de rotations qu'effectuent les petits revendeurs et détaillants de bananes douce, dessert et plantain enquêtés

Nombre de rotations la semaine		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 rotations	43	51,2	51,2	51,2
	3-5 rotations	25	29,8	29,8	81,0
	5-7 rotations	16	19,0	19,0	100,0
	<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Les vendeurs de bananes sur les marchés de la commune d'Ibanda effectuent en moyenne 3 rotations par semaine pour s'approvisionner en marchandises (en bananes douces, bananes dessert et plantains). Les résultats nous montrent que les rotations sont entre 1 à 2 la semaine pour 51,2% de vendeurs interrogés, ce qui laisse comprendre que l'écoulement de bananes n'est pas très important.

**RÉSULTAT 3 : LES PRINCIPAUX FACTEURS DE LIMITATION DE LA PERFORMANCE DE LA FILIÈRE BANANE SUR LES MARCHÉS DE LA COMMUNE D'IBANDA VILLE DE BUKAVU**

❖ **Place de vendeurs et revendeurs de bananes dans les marchés**

Le vendeur a-t-il une place fixe au marché où exercer la vente de bananes?	Score	Pourcentage	Cum.
Non	51	60.7	47.62
Oui	33	39.2	100.00
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100.00</b>	

Certains détaillants et vendeurs font le tour de la commune d'Ibanda, parcourant rues et quartiers, bureaux et entreprises, bananes sur la tête ou au dos faute de disposer d'une place fixe dans les marchés tant officiels qu'informels pour y vendre leurs bananes. D'autres étalent ces produits sur les trottoirs, sur les emprises de la route, etc avec toutes les conséquences sanitaires, commerciales et financières que cela comporte sur leur activité et sur leur vie. Cette mauvaise présentation de bananes vendues à des endroits inappropriés et parfois insalubres, poussent certains consommateurs à ne pas désirer le produit et ainsi conduit à des invendus considérables chez les vendeuses et revendeurs, à obtenir des faibles recettes journalières, etc.

«...cette poubelle sert de marché de quelques vivres. Des mamans y étalent leurs marchandises sans tenir compte des conséquences qui peuvent y découler. Sur place, ces femmes vendent plusieurs catégories de denrées alimentaires comme les légumes, les fruits, la viande, les fretins, et autres. Nous étalons notre marchandise ici car nous n'avons pas d'accès dans des vrais marchés. Les vrais marchés sont destinés aux plus nantis» (La PrunelleRDC.info : Des marchés sur les poubelles persistent partout dans la ville, sur <https://www.laprunelle.rdc.info/2018/02/26/bukavu-des-marches-sur-les-poubelles-persistent-partout-dans-la-ville/> ).

❖ **Paiement journalier de la taxe d'étalage et autres frais avec effet sur la recette journalière**

Payez-vous la taxe journalière d'étalage et d'autres frais de marché lorsque vous vendez les bananes ?

Modalités		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Oui	68	81,0	81,0	81,0
	Non	16	19,0	19,0	100,0
	Total	84	100,0	100,0	

Sur les marchés informels et formels de la commune d'Ibanda, les détaillants, les vendeuses, revendeurs et vendeurs de bananes font face à plusieurs frais à payer quotidiennement (frais d'assainissement, taxe d'étalage, frais de rayon, frais de marché, diverses cotisations, frais de la police qui assure la garde du marché, de la mairie, du comité administrateur de marchés, etc) qui constituent un handicap à leur émergence car affectent ou empiètent la recette journalière obtenue par le vendeur qui du reste est insuffisante. Ces frais impératifs sont une charge supplémentaire pour les vendeurs et affectent négativement les recettes reçues chaque jour par le commerçant. Les agents commerciaux qui vendent les bananes en commune d'Ibanda payent une taxe journalière de valeur variant entre 200 et 500FC pour l'étalage de leurs marchandises quel que soit le lieu où ils exercent.

Les vendeurs et revendeurs de bananes rencontrent les agents et acteurs suivants sur les marchés et sites de vente : les taxateurs, les policiers, les agents de la mairie, les agents de diverses associations.

❖ **Le mode de transport utilisé par les vendeuses et vendeurs pour faire arriver les bananes sur les marchés de vente**

Mode de transport qu'utilisent les vendeurs de bananes en commune d'Ibanda

Moyen de transport utilisé	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Véhicule	28	33,3	33,3	33,3
Moto	6	7,1	7,1	40,5
tête d'homme	50	59,5	59,5	100,0
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Le moyen de transport utilisé pour acheminer les bananes sur les marchés figure aussi parmi les facteurs qui limitent la performance de la filière banane, le transport à tête et dos d'homme étant le plus utilisé. Ainsi très souvent, le vendeur atteint le marché fatigué, les bananes déjà en mauvais état (surtout les bananes fruit), ce qui impacte directement sur le prix et corrélativement sur la recette à recevoir, les bananes ayant déjà perdue leur qualité pour attirer les acheteurs, elles ne sont plus attirantes. Les quantités que le vendeur peut offrir sur un marché varient en fonction de la distance à parcourir pour atteindre le marché ou le site de vente. Pour faire arriver une quantité considérable de bananes sur le marché, le vendeur recourt à d'autres personnes, soit un membre de sa famille ou une tierce personne. Les vendeurs proviennent de Kabare, de Nyantende, de Mbiza, de Bushwira, de Cirunga, de Mudaka, etc et sillonnent toute la ville bananes sur la tête. Le transport utilisé limite ainsi la quantité que le vendeur est capable d'apporter sur le marché et du coup, la quantité à vendre.

L'étude menée au Maniema et au Sud-Kivu, montre qu'au Sud Kivu et dans le Maniema, les difficultés liées aux moyens de transport et l'état des routes est en partie pallié par l'utilisation des motocyclettes et des bicyclettes pour le transport des personnes et des biens (WFP et al.2011)

#### ❖ Distance que parcourt un vendeur de bananes de son domicile jusqu'au marché de vente

Quelle distance en temps de marche se trouve entre votre domicile et le marché de vente ?

Distance en temps de marche	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
10 à 30 minutes	35	41,7	41,7	41,7
30 à 45 minutes	28	33,3	33,3	75,0
45 minutes à 1 h	12	14,3	14,3	89,3
1 h à 3 h	9	10,7	10,7	100,0
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Comme mentionné dans les pages précédentes, le gros de vendeurs de bananes qui exercent sur les marchés de la commune d'Ibanda, sont des habitants de la même commune et exercent souvent non loin de chez eux, à une distance qu'ils parcourent en moyenne entre 10 à 30 minutes pour le grand nombre d'entre eux, soit 41,7% d'enquêtés, alors qu'il ya 10,7% d'autres qui mettent une durée variant entre 1 à 3h pour atteindre le lieu de vente. Ceux-ci viennent soit de Mudaka, de Kabare centre et sud, de Nyantende, de Mbiza, etc

Elles sont nombreuses, femmes et jeunes filles paysannes des territoires proches de la ville de Bukavu qui ont pour métier la vente de « bitika » ou bananes, très consommées à Bukavu parce qu'elles coûtent moins chères que les autres fruits. (<https://congoblog.wordpress.com/2009/02/26/bukavu-congolais-debrouillards-vendeuses-des-bananes/>)

#### ❖ Unité(s) utilisée(s) lors de la vente de bananes sur les marchés de la commune d'Ibanda

Sur les marchés de cette commune, les unités ne sont ni uniformisées, ni standardisées, elles varient d'un marché à un autre, d'un vendeur à un autre et d'un acheteur à l'autre. Les autres éléments qui font varier l'unité de vente, sont le prix auquel on vend ainsi que l'argent dont dispose l'acheteur.

Unité utilisée durant l'opération de vente		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Une main de bananes	38	45,2	45,2	45,2
	Un régime de bananes	17	20,2	20,2	65,5
	Une banane(ou le doigt)	29	34,5	34,5	100,0
	<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	

Ces résultats montrent que trois principales unités sont les plus courantes dans la vente de bananes sur les marchés de la commune d'Ibanda. De fois on vend la moitié de la main, et rare sont les acheteurs qui se payent un régime entier de banane douce, de banane dessert ou plantain faute d'argent suffisant. La main est l'unité qui prédomine dans la vente de bananes douces et plantains (pour 45,2% d'enquêtés), alors que la banane est la principale unité pour les bananes dessert « bitika ». Mais sur tous les marchés, l'unité de vente est variable et discutable comme le prix entre le vendeur et l'acteur suivant l'avis du demandeur. Rien n'est standard que ce soit le prix et/ou l'unité de mesure.

Des observations répétées effectuées sur différents sites de vente de bananes dans cette commune, il ressort que le prix d'une main de bananes douces oscille entre 2000 et 3000FC, pour les bananes plantains c'est entre 3500 et 5000FC. Alors que pour les bananes dessert, le prix d'une banane varie entre 200FC et 300FC et même parfois 3 bananes se vendent pour 500FC. Le régime de bananes douces se paye entre 15000 et 30000FC tandis que pour les plantains, il coûte entre 10 dollars et 25 dollars américains.

Et pour P.M. BALOMBA, (2007), l'augmentation de la production agricole ne doit pas être considérée comme l'objectif ultime d'une politique agricole, encore faut-il être en mesure de pouvoir assurer la commercialisation de la récolte obtenue et donc la possibilité pour les populations d'accéder aux produits alimentaires. L'opportunité de pouvoir vendre sa production agricole est un incitant important pour les producteurs. L'Etat congolais ne s'est pas beaucoup préoccupé du mode de fonctionnement du marché des produits alimentaires, et encore moins des difficultés auxquelles sont confrontés les commerçants impliqués dans la filière approvisionnement en produits alimentaires.

**RÉSULTAT 4 : ANALYSES DE LA SITUATION DE LA VENTE DE BANANES DOUCES, DESSERT ET BANANES PLANTAINS SUR DIFFÉRENTS MARCHÉS ET LIEUX DE VENTE DANS LA COMMUNE D'IBANDA**

Grace à l'analyse de données de cette recherche collectées sur terrain, nous allons présenter les résultats des analyses statistiques sur la vente de bananes en partant de différentes variables choisies dans le cadre de l'étude. Pour cette étude, la variable endogène était la variable « quantité vendue par jour ». Les données récoltées ont été analysées en prenant comme seuils de signification 5% et par moment 1%.

❖ **Analyse bivariée de la situation de la place par rapport aux différents marchés :**

**Place fixe au marché \* Lieu de vente (Cross tabulation)**

A travers cette analyse, nous avons voulu savoir pour les différents sites de vente visités, si les vendeurs y rencontrés disposeraient de leurs places propres où ils vendent régulièrement les bananes ou alors ils s'y retrouvent par instant et peuvent être déboutés par moment par la police tel que cela est vécu à Bukavu (police en guerre contre les vendeurs et revendeurs de rues).

Count

		Lieux, sites (ou marchés) de vente de bananes douces, plantains et dessert en commune d'Ibanda					Total
		Feu-rouge-La botte et environs	Marché de Nyawera et ses environs	Major vanguard Kamagama-Panzi-	Marchés de rues et autres marchés décentralisés	Marché de Nguba	
Place fixe et sûre au marché	Oui	14	3	5	8	3	33
	Non	7	6	14	19	5	51
	<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>27</b>	<b>8</b>	<b>84</b>

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,210 <sup>a</sup>	4	,184
Likelihood Ratio	6,318	4	,177
Linear-by-Linear Association	2,720	1	,099
N of Valid Cases	84		

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,81.

	Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,262			,184
Interval by Interval Pearson's R	,181	,107	1,667	,099 <sup>c</sup>
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,182	,108	1,673	,098 <sup>c</sup>
N of Valid Cases	84			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Les résultats ci-haut nous démontrent la situation de chacun de marchés de la commune d'Ibanda et on trouve que 60,7% de vendeurs interrogés n'ont pas de place fixe au marché. Parmi les marchés officiels qui sont Feu-rouge, Nyawera, Nguba et Kamagama, c'est sur le marché Kamagama situé sur l'axe Major Vangu- Kamagama-Panzi où l'on trouve plus de vendeurs qui n'ont pas de place fixe dans le marché ou site de vente de bananes. Les marchés informels, décentralisés situés dans les quartiers, les rues et trottoirs comportent plus des vendeurs qui n'ont pas trouvé de la place dans les marchés officiels. Les vendeurs exerçant sur l'axe feu-rouge- labotte ont à 66,6% (14 sur 21 vendeurs) leurs propres places fixes où ils travaillent. Précisons que les principaux marchés urbains (Feu-rouge, Nyawera, Nguba) sont une propriété d'une poignée des vendeurs et revendeurs bien connus et identifiés à ces lieux, ces marchés sont très cloisonnés, fermés à l'entrée des autres revendeurs (surtout les plus petits à faibles capitaux). L'analyse khi-deux donne une valeur de  $p=.184$ (soit 18,4%) supérieure à .05(5%), le résultat est non significatif, conduisant au rejet de l'hypothèse de recherche qui postulait que sur tous les marchés officiels et informels de la commune d'Ibanda, tous les vendeurs, vendeuses et revendeurs n'avaient pas des places fixes et sûres, et à l'acceptation de l'hypothèse nulle qui estimait que sur tous les marchés, les places fixes et sûres sont les mêmes, ne varient pas d'un site à un autre.

Le lien entre les deux variables est d'intensité moyenne car le coefficient de contingence est de .262

#### ❖ Situation de la clientèle de bananes par rapport à différents sites de vente et marchés en commune d'Ibanda

Ici, nous voulions comprendre comment se répartit la clientèle des bananes sur les différents marchés de la commune. Est-elle stable et suffisante partout, sur tous les marchés ou pas ? L'analyse bivariée ci-dessous va nous inspirer sur cette question.

#### Clientèle stable \* Lieux ou marchés de vente de bananes (Cross tabulation)

Count

Variable	Modalités	Lieux, sites ou marchés de vente de bananes					Total
		Feu-rouge-Labotte et environs	Marché de Nyawera et ses environs	Major vangu-Panzi-Kamagama	Marchés de rues et autres marchés décentralisés	Marché de Nguba	
Clientèle stable et suffisante	Oui	16	4	17	8	4	49
	Non	5	5	2	19	4	35
	<b>Total</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>27</b>	<b>8</b>	<b>84</b>

Les vendeurs qui exercent sur l'axe major Vangu-Panzi jusqu'au marché de Kamagama, sont ceux qui ont le plus une clientèle stable et suffisante par rapport aux autres qui exercent ailleurs. Alors que ceux qui sont installés sur les rues, aux abords des routes, dans les marchés informels et décentralisés disséminés dans la commune d'Ibanda n'ont pas des clients sûrs et stables pour acheter les bananes qu'ils vendent.

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	20,431 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	21,994	4	,000
Linear-by-Linear Association	6,320	1	,012
N of Valid Cases	84		

a. 3 cells (30,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,33.

L'analyse de données ci-dessus par le test khi-carré montre que,  $p=.000$ (soit 0%) inférieur à .05(5%), donc résultat significatif conduisant à rejeter l'hypothèse nulle et à accepter l'hypothèse de recherche ( $H_0$  : la clientèle stable et suffisante des bananes en commune d'Ibanda est la même et ne dépend pas du marché où exerce le vendeur ou le revendeur de bananes et  $H_1$  : la clientèle stable et suffisante de bananes varie selon qu'on a une place fixe ou non au marché officiel). Ce qui nous amène à affirmer que la stabilité et la certitude de la clientèle de bananes douces, plantains et dessert en commune d'Ibanda varient selon qu'on a une place au marché officiel plus fréquenté, plus populaire ou sur les axes stratégiques de la ville ou selon qu'on n'en a pas. Ce sont ceux qui ont de la place fixe dans les marchés officiels ou sur les axes stratégiques, populaires, très fréquentés par la bourgeoisie, par plus des consommateurs urbains qui ont aussi de la clientèle stable, suffisante et sûre pour vendre les plus grandes quantités de bananes.

❖ Situation des unités utilisées selon les sites ou marchés de vente de bananes en commune d'Ibanda

A travers cette analyse, cette recherche souhaitait éclairer sur les unités pratiquées sur chaque marché dans la commune d'Ibanda.

Lieu de vente \* unité utilisée à la vente (Cross tabulation)

Count

Variable	Modalités (Marchés et sites de vente) de bananes en commune d'Ibanda	Unité utilisée à la vente			Total
		Main de bananes	Régime de bananes	Banane	
Lieu de vente	Feu-rouge-Labotte et leurs environs	2	7	12	21
	Marché de Nyawera et ses environs	6	0	3	9
	Major vangu-Essence-Panzi-Kamagama	11	1	7	19
	Marchés de rues, marchés décentralisés, au bord de la route	13	7	7	27
	marché de Nguba et ses environs	6	2	0	8
	Total	38	17	29	84

A travers les informations du tableau ci-haut, il se dégage que les unités utilisées varient d'un marché à l'autre.

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	21,837 <sup>a</sup>	8	,005
Likelihood Ratio	28,924	8	,000
Linear-by-Linear Association	10,685	1	,001
N of Valid Cases	84		

a. 8 cells (53,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,62.

Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,454			,005
Interval by Interval Pearson's R	-,359	,088	-3,481	,001 <sup>c</sup>
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	-,346	,091	-3,338	,001 <sup>c</sup>
N of Valid Cases	84			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

L'analyse de résultats montre pour chacun de marchés et points de vente de bananes en commune d'Ibanda, les différentes unités utilisées par les vendeurs. L'unité « main de bananes » est plus utilisée sur les marchés décentralisés, marchés de rues. Les marchés feu-rouge et axe la botte utilisent plus l'unité « banane », alors que, l'unité « régime de banane » est une spécialité pour les marchés décentralisés, de quartiers et le marché feu-rouge. Contrairement à l'hypothèse nulle  $H_0$  qui postulait que sur tous les marchés les unités utilisées sont les mêmes, l'analyse des résultats de la présente recherche donnent un résultat significatif dont la valeur de  $p=.005$ (soit 0,5% ) inférieure à .05(ou 5%) conduisant au rejet de cette hypothèse et à la confirmation de l'hypothèse alternative  $H_1$  qui stipulait que chacun des marchés de la commune a ses unités de vente les plus préférées par les vendeurs et les consommateurs qui s'y approvisionnent.

## Résidence \* Quantité vend/jr (Cross tabulation)

Count

		Quantité vend/jr					Total
		0,5 à 1 régime	1 à 2 régimes	2 à 2,5 régimes	3 à 4 régimes	4 à 5 régimes	
résidence	Kabare(Mudaka-Kabare)	4	0	1	0	0	5
	Nyantende-Nyangezi	2	3	1	3	0	9
	Rwanda	1	0	1	0	0	2
	Bagira(Brasserie-Kasha)	4	1	0	0	1	6
	Kadutu	13	1	2	0	2	18
	Ibanda	27	4	2	6	5	44
Total		51	9	7	9	8	84

## Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Quantité vend/jr - résidence	-2,86905	2,14970	,23455	-3,33556	-2,40253	-12,232	83	,000

## ❖ Analyse de la quantité vendue par jour par rapport au lieu de résidence de vendeurs et revendeurs de bananes

Le résultat du test T ci-haut étant significatif avec une valeur de  $p=.000$  (soit 0%) inférieure à .05(5%), à la marge de confiance de 95%, nous pouvons affirmer que ce sont les vendeurs qui habitent en commune d'Ibanda qui vendent les grandes quantités de bananes sur les marchés et sites de vente de cette commune.

## ❖ Analyse de la vente de bananes douces, dessert et plantains selon les lieux d'approvisionnement ou d'achat de bananes

Par cette analyse, cette étude voudrait savoir si les quantités vendues varieraient selon l'origine de provenance de bananes. Tous les axes de provenance de bananes vendues n'offrent pas les mêmes avantages commerciaux. Sur certains marchés, les charges à supporter ne sont pas élevées mais c'est le contraire ailleurs. Tout cela se répercute alors sur le prix de vente et corrélativement sur la quantité à vendre.

## Quantité vend/jr \* Lieu d'achat ou origine (Crosstabulation)

Count

	M	Lieu d'achat ou lieu de provenance de bananes vendues(origine)						Total
		Nyangezi-Nyantende-Kasihe	Rwanda	Marché beach Muhanzi	Marché de Kadutu	Kabare centre et sud-Mudaka	Idjwi-Birave-Kalehe	
Quantité vend/jr	0,5 à 1 régime	12	6	14	2	8	9	51
	1 à 2 régimes	3	2	0	1	1	2	9
	2 à 2,5 régimes	1	2	1	2	1	0	7
	3 à 4 régimes	5	2	2	0	0	0	9
	4 à 5 régimes	0	4	4	0	0	0	8
Total		21	16	21	5	10	11	84

**Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Quantité vend/jr Pair 1 - Lieu d'achat ou origine	-1,02381	2,48357	,27098	-1,56278	-,48484	-3,778	83	,000

**Symmetric Measures**

		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,523			,048
Interval by Interval	Pearson's R	-,253	,073	-2,373	,020 <sup>c</sup>
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-,218	,093	-2,019	,047 <sup>c</sup>
N of Valid Cases		84			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Les résultats ci-dessus nous confirment l'hypothèse H<sub>1</sub> selon laquelle, les quantités de bananes vendues varient ou ne sont pas les mêmes selon la provenance de bananes. Il s'observe que les bananes achetées à partir de marchés Nyantende, Nyangezi, Kasihe et beach Muhanzi se vendent en plus grandes quantités que les bananes achetées ailleurs. Le test T nous donne une valeur de p=.000 soit 0% inférieure à 5%, donc résultat significatif qui conduit au rejet de l'hypothèse H<sub>0</sub> qui postulait que les quantités vendues sont les mêmes quelle que soit la provenance de bananes. Les deux variables ont une relation d'intensité forte de valeur .523, impliquant une variation de la quantité vendue suivant la provenance de bananes.

❖ **Analyse de la situation de la vente de bananes par le test T entre la variable « quantité de bananes vendues par jour » avec les variables « site ou lieu de vente » de bananes douces, plantains et dessert, « genre ou sexe de vendeurs », « type de banane vendue (ou produit vendu) », « unité utilisée lors de la vente », et « place fixe au marché ».**

Les tableaux ci-dessous, présentent les résultats descriptifs et comparatifs du test T à la marge de confiance de 99%.

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Quantité vend/jr & genre	84	,072	,514
Pair 2	Quantité vend/jr & Lieu de vente	84	,308	,004
Pair 3	Quantité vend/jr & produit vendu	84	,086	,436
Pair 4	Quantité vend/jr & unité utilisée à la vente	84	-,155	,159
Pair 5	Quantité vend/jr & place fixe au marché	84	,255	,019

**Paired Samples Correlations**

		N	Correlation	Sig.
Pair 1	Quantité vend/jr & genre	84	,072	,514
Pair 2	Quantité vend/jr & Lieu de vente	84	,308	,004
Pair 3	Quantité vend/jr & produit vendu	84	,086	,436
Pair 4	Quantité vend/jr & unité utilisée à la vente	84	-,155	,159
Pair 5	Quantité vend/jr & place fixe au marché	84	,255	,019

## Paired Samples Test

		Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
		Mean	Std. Deviation	Std. Error	99% Confidence Interval of the Difference				
					Lower	Upper			
Pair 1	Quantité vend/jr – genre	,09524	1,42794	,15580	-,31551	,50599	,611	83	,543
Pair 2	Quantité vend/jr - Lieu de vente	-,92857	1,62648	,17746	-1,39643	-,46071	-5,232	83	,000
Pair 3	Quantité vend/jr - produit vendu	,44048	1,45909	,15920	,02077	,86019	2,767	83	,007
Pair 4	Quantité vend/jr - unité utilisée à la vente	,08333	1,78486	,19474	-,43009	,59675	,428	83	,670
Pair 5	Quantité vend/jr - place fixe au marché	,45238	1,37451	,14997	,05700	,84776	3,016	83	,003

## a. Quantité vendue/jr \* Lieu de vente (Cross tabulation)

Variable testée	Modalités	Lieu ou marché de vente de bananes					Total
		Feu-rouge-Labotte	Marché de Nyawera et ses environs	Major vangu-Panzi-Kamagema	Marchés de rues et autres marchés décentralisés	Marché de Nguba et ses environs	
Quantité vendue/jr	0,5 à 1 régime	19	4	10	14	4	51
	1 à 2 régimes	2	0	4	3	0	9
	2 à 2,5 régimes	0	2	2	1	2	7
	3 à 4 régimes	0	1	3	5	0	9
	4 à 5 régimes	0	2	0	4	2	8
	<b>Total</b>		<b>21</b>	<b>9</b>	<b>19</b>	<b>27</b>	<b>8</b>

A travers ces résultats ci-haut, nous trouvons que chaque marché de la commune d'Ibanda a sa spécialité par rapport à la quantité de bananes y vendues. En termes de quantité vendue, ce sont les marchés informels, de rues, de quartiers et décentralisés qui écoulent une grande quantité étant donné qu'ils s'installent très souvent sur des places très fréquentés, très populaires, sont plus nombreux et regorgent le plus grand nombre de vendeurs et connaissent un grand engouement des consommateurs qui s'y approvisionnent à prix bas par rapport aux marchés officiels. Un autre facteur explicatif est que, sur ces marchés, les prix sont plus abordables et négociables, ce qui accroît la demande et le nombre de consommateurs disposant des revenus faibles. Certains marchés de la commune d'Ibanda sont réservés à la classe bourgeoise de la ville de Bukavu (marché feu-rouge, marché de Nguba, marché de Nyawera) où les prix ne sont toujours abordables, conduisant à une faible demande, alors que d'autres reçoivent les populations démunies et où les prix sont plus bas. Sur les marchés où les prix des denrées alimentaires sont bas, les ventes sont plus élevées.

L'analyse du test T donne la valeur de  $p = .000$  (soit 0%) inférieure à 5% (.05), au seuil de signification de 1%, le résultat est significatif et conduit au rejet de l'hypothèse nulle ( $H_0$ : la quantité vendue par jour est la même sur tous les marchés et dans tous les sites de vente de bananes où opère le vendeur).

Au seuil de signification de 5%, les tableaux ci-contre nous donnent la lumière du test T comme suit :

Paired Samples Test

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)	
	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean	95% Confidence Interval of the Difference					
				Lower	Upper				
Pair 1	Quantité vend/jr – genre	,09524	1,42794	,15580	-,21464	,40512	,611	83	,543
Pair 2	Quantité vend/jr - Lieu de vente	-,92857	1,62648	,17746	-1,2815	-,57560	-5,232	83	,000
Pair 3	Quantité vend/jr - produit vendu	,44048	1,45909	,15920	,12383	,75712	2,767	83	,007
Pair 4	Quantité vend/jr - unité utilisée à la vente	,08333	1,78486	,19474	-,30401	,47067	,428	83	,670
Pair 5	Quantité vend/jr - place fixe au marché	,45238	1,37451	,14997	,15409	,75067	3,016	83	,003

Même à la marge de confiance de 95%, l'analyse des données de cette recherche nous pousse à affirmer qu'en commune d'Ibanda, la quantité de banane vendue varie en fonction du lieu où l'on exerce, c'est-à-dire du marché et/ou site de vente. C'est ainsi que c'est sur les marchés de rues, de trottoirs, les marchés de quartiers et autres marchés décentralisés opérant sur des sites plus populaires, plus fréquentés, du reste plus nombreux, avec des prix plus abordables, plus négociables, recevant toutes les catégories sociales, où les quantités vendues par jour sont les plus élevées.

**b. Quantité vendue/jr \* genre (Crosstabulation) : l'analyse bivariée sur la quantité vendue et le sexe de vendeurs et revendeurs de bananes**

Par les résultats ci-dessous, nous serons capables de connaître par inférence à travers l'analyse statistique, au sein de la population sur les marchés de la commune d'Ibanda, qui, entre les hommes et les femmes vendraient plus en quantité cette denrée. Par cette analyse est établie la comparaison de la quantité vendue selon le genre ou le sexe de vendeurs et revendeurs de bananes sur les différents marchés officiels comme non officiels en commune d'Ibanda.

Variable testée	Modalités	Genre ou sexe du vendeur et/ou revendeur de bananes		Total
		Masculin	Féminin	
Quantité vendue/jr	0,5 à 1 régime	8	43	51
	1 à 2 régimes	0	9	9
	2 à 2,5 régimes	0	7	7
	3 à 4 régimes	1	8	9
	4 à 5 régimes	1	7	8
	Total	10	74	84

Au sein de l'échantillon, ce sont les femmes qui vendent plus de bananes que les hommes sur les marchés de la commune d'Ibanda.

Par contre, l'analyse par le test T nous donne une valeur de  $p = .543$  (soit 54,3%) supérieure à .05 (5%), conduisant à accepter l'hypothèse nulle ( $H_0$  : qui postulait que les quantités de bananes vendues seraient les mêmes quel que soit le sexe de vendeurs) et au rejet de l'hypothèse de recherche  $H_1$  qui stipulait que les femmes plus nombreuses sur les marchés et sites de vente de bananes vendraient plus que les hommes, moins nombreux aux marchés. La différence observée entre les deux groupes est donc liée au hasard car le résultat obtenu par le test T est non significatif (valeur de p supérieur au seuil de signification ici de 5%). Ceci nous pousse à conclure que sur les marchés de la commune d'Ibanda, au sein de la population vendeuse de bananes douces, plantains et dessert, les femmes écouleraient les mêmes quantités de bananes que les hommes comme la valeur de  $p = .543$  (soit 54,3%) est supérieure à .05 (5%),

Les femmes veuves et mariées ainsi que les filles qui n'ont pas pu être scolarisées, les jeunes désœuvrés, les chômeurs, provenant des villages riverains et quartiers pauvres de la ville de Bukavu parcourent plusieurs kilomètres pour rejoindre la ville de Bukavu où se trouvent les clients et traversent rues et quartiers de cette ville. Le bénéfice qu'elles réalisent leur permet

de scolariser les enfants, les nourrir, et de supporter le poids de leurs familles pour les uns et répondre à d'autres besoins personnels pour d'autres. Pour toutes ces catégories sociales, la vente de bananes est et reste pour eux la seule profession pour leur survie.

**c. Quantité vendue/jr \* unité utilisée lors de la vente (Crosstabulation) :** analyse de la quantité de bananes douces, plantains et dessert vendue selon les principales unités utilisées sur différents marchés.

Par cette analyse, nous avons voulu déterminer pour quelle unité les quantités vendues sont plus élevées et pour laquelle elles les sont moins sur les marchés de la commune d'Ibanda.

Count

Variable testée	Modalités	Unités utilisées sur différents marchés lors de la vente			Total
		Main de bananes	Régime de banane	Une banane	
Quantité vendue/jr	0,5 à 1 régime	20	12	19	51
	1 à 2 régimes	4	2	3	9
	2 à 2,5 régimes	5	0	2	7
	3 à 4 régimes	3	1	5	9
	4 à 5 régimes	6	2	0	8
	Total	38	17	29	84

Au sein de l'échantillon, il se note que c'est l'unité main de bananes qui génèrent de grandes quantités vendues de bananes sur les marchés et points de vente dans la commune d'Ibanda.

L'analyse de résultats du test T ci-dessus, montre que pour toutes les unités utilisées lors de la vente de bananes en commune d'Ibanda, les quantités vendues resteraient les mêmes, étant donné que le test T donne un résultat non significatif pour une valeur de  $p=0.670$  soit 67% au seuil de signification de 5% et même à celui de 1%, D'où la différence observée au niveau de l'échantillon est liée au hasard. Les résultats du test effectué nous conduisent à accepter l'hypothèse nulle selon laquelle, les quantités vendues seraient les mêmes pour toutes les unités utilisées et au rejet de l'hypothèse alternative qui postulait que les quantités vendues seraient variables suivant l'unité utilisée lors de la vente.

**d. Analyse de la variable « quantité vendue par jour » avec la variable « produit vendu ou catégorie de banane vendue »**

A travers cette analyse bivariée et par le test T, nous avons voulu comprendre au sein de l'échantillon et puis par comparaison au sein de la population vendeuse de bananes, si quelle que soit la catégorie de banane, les quantités vendues sont les mêmes ou si elles sont différentes. Le recours au test statistique T nous a permis de trouver une réponse statistique à ce questionnement de l'opinion publique et scientifique de la ville de Bukavu intéressée par des recherches agro-économiques dans cette ville, comme nous pouvons le voir par les résultats ci-dessous et le résumé tiré du tableau d'analyse statistique du test T ci-haut.

**Quantité vend/jr \* produit vendu ou catégorie de banane (Crosstabulation)**

Count

Variable testée	Modalités	Produit vendu ou catégorie de banane vendue		Total
		Bananes dessert	Bananes douces et plantains	
Quantité vend/jr	0,5 à 1 régime	25	26	51
	1 à 2 régimes	4	5	9
	2 à 2,5 régimes	4	3	7
	3 à 4 régimes	3	6	9
	4 à 5 régimes	3	5	8
	Total	39	45	84

Symmetric Measures

		Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,126			,853
Interval by Interval	Pearson's R	,086	,107	,783	,436 <sup>c</sup>
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	,078	,108	,712	,478 <sup>c</sup>
N of Valid Cases		84			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Pour presque toutes les tranches sauf la tranche 2 à 2,5 régimes, au sein de l'échantillon, c'est pour les bananes plantains et douces qu'on enregistre les plus grandes quantités vendues. Les résultats du test T ci-dessus, donne à la marge de confiance de 95% une valeur de  $p=.007$  soit 0,7% inférieure à 5%, un résultat significatif qui nous conduit à rejeter l'hypothèse nulle ( $H_0$ ) qui stipulait que les quantités vendues seraient les mêmes pour toutes les catégories de bananes vendues en commune d'Ibanda à accepter l'hypothèse selon laquelle, les quantités vendues ne sont pas les mêmes pour toutes les catégories de bananes vendues sur les marchés et sites de vente.

❖ **Analyse de la vente de bananes douces, plantains et dessert vendue selon le type ou la catégorie de banane vendue et suivant les sites de vente**

A travers cette analyse, nous cherchions à savoir pour chaque marché et site de vente, suivant le type de banane vendue (entre les bananes douces et plantains et les bananes dessert), les ventes sont-elles les memes ou elles sont différentes suivant la catégorie du produit et selon les préférences des consommateurs. Mais également il fallait analyser la relation entre la catégorie de banane vendue et le lieu ou le marché où se réalise la vente. Il faut préciser que dans la ville de Bukavu et en commune d'Ibanda en particulier, les bananes mûres sont les fruits les plus consommés.

**Produit vendu(ou type de banane vendue) \* Lieu de vente (Crosstabulation)**

d'Ibanda et à accepter l'hypothèse alternative  $H_1$  qui stipulait que les ventes sont variables suivant la catégorie de banane que propose le vendeur. Les résultats fournis par le test T confirment à la marge de confiance de 95% que ce sont les bananes douces et plantains qui sont les plus vendues sur les marchés œuvrant en commune d'Ibanda. En effet, les bananes plantains et les bananes douces font partie des produits alimentaires quotidiennement consommés dans les ménages de la ville de Bukavu bien qu'ils se vendent à un prix pas accessible à toutes les bourses. Ils sont consommés accompagnés de haricot, de la viande, du poisson et des fretins. Dans les restaurants de la ville de Bukavu, les plats cuisinés comprenant les bananes douces et/ou plantains sont parmi les plus chers des menus proposés.

❖ **Analyse de la catégorie de banane demandée par site de vente en commune d'Ibanda**

Pour cette analyse, l'intention était de savoir, pour les différents marchés et sites de vente visités, quelle est la catégorie de banane ou type de produit le plus acheté sur chacun d'eux. Les résultats ci-contre nous en dit plus.

Count

Variable	Modalités	Lieu, marché ou site de vente de bananes					Total
		Feu-rouge-La botte	Marché de Nyawera et ses environs	Major vangu-Panzi-Kamagema	au bord de la route, marchés informels	marché de Nguba et ses environs	
produit vendu	bananes dessert	12	4	8	9	6	39
	bananes douces et plantains	9	5	11	18	2	45
	Total	21	9	19	27	8	84

## Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,613 <sup>a</sup>	4	,230
Likelihood Ratio	5,739	4	,219
Linear-by-Linear Association	,284	1	,594
N of Valid Cases	84		

a. 4 cells (40,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,71.

## Symmetric Measures

	Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,250			,230
Interval by Interval Pearson's R	,058	,111	,530	,597 <sup>c</sup>
Ordinal by Ordinal Spearman Correlation	,052	,112	,475	,636 <sup>c</sup>
N of Valid Cases	84			

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

c. Based on normal approximation.

Au sein de l'échantillon, sur l'ensemble de tous les marchés de cette commune, c'est sur le marché Feu-rouge-labotte et leurs environs qu'on enregistre les plus grandes ventes pour la catégorie bananes dessert. Pour les bananes douces et plantains, c'est sur les marchés de rues, les marchés informels et décentralisés opérant par ici par là qu'on enregistre les plus grandes ventes. Mais au sein de toute la population vendeuse de bananes, les résultats du test khi-deux ci-dessus confirment l'hypothèse nulle  $H_0$  qui stipulait qu'il existe une relation entre le marché et la catégorie ou le type de banane vendue. Sur tel ou tel marché, il serait possible qu'il y ait une catégorie de banane plus préférée que l'autre. La valeur de  $p=.230$  (soit 23%) étant supérieure à .05 (ou 5%), résultat non significatif, nous amène à rejeter l'hypothèse de recherche  $H_1$  qui présumait que la catégorie de banane achetée ne dépendrait pas du marché ou site de vente, et donc conclure qu'il existe une relation entre le marché (ou lieu de vente) et la catégorie de banane vendue. Cette relation ne peut pas être attribuée au hasard; il existe donc un lien entre ces deux variables au sein de la population vendeuse de bananes dessert, douces et plantains en commune d'Ibanda. La relation entre le lieu de vente de bananes (site de vente ou marché) et le type de banane vendue est d'intensité moyenne dont la valeur est .250 ou 2,5%.

#### ❖ Les facteurs qui influencent la quantité de bananes douces, plantains et dessert vendues sur les marchés et sites de vente en commune d'Ibanda au jour le jour

Différentes variables considérées par cette recherche contribuent à la détermination de la quantité de bananes vendues sur les marchés de la commune d'Ibanda. L'analyse par le modèle de la régression nous montre que ces variables ci-dessous présentées expliquent à 43,3% la quantité de bananes douces, plantains et dessert vendue dans cette commune pour les deux premiers tableaux ci-dessous.

Le troisième tableau ici-bas démontre la contribution de chaque variable sur la variable expliquée « quantité de banane vendue par jour ».

ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	43,386	11	3,944	2,317	,017 <sup>b</sup>
Residual	122,566	72	1,702		
Total	165,952	83			

a. Dependent Variable: Quantité vendue par jour

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,003	1,397		,718	,475
unité utilisée à la vente	-,014	,181	-,009	-,077	,939
place fixe au marché	,533	,302	,190	1,763	,082
clientèle stable	,642	,315	,225	2,036	,045
Lieu de vente	-,054	,162	-,052	-,336	,738
produit vendu	,308	,294	,109	1,049	,298
Lieu d'achat ou origine	-,315	,111	-,382	-2,830	,006
Genre	,214	,459	,049	,466	,643
niveau d'étude	-,058	,184	-,035	-,318	,751
auprès de qui vs vendez	,006	,431	,002	,014	,989
mode de transport	-,351	,178	-,232	-1,971	,053
distance domicile et marché	,211	,181	,149	1,165	,248

a. *Dependent Variable: Quantité vend/jr*

b. *Predictors: (Constant), distance domicile et marché, auprès de qui vs vendez, produit vendu, Lieu d'achat ou origine, genre, clientèle stable, place fixe au marché, niveau d'étude, unité utilisée à la vente, mode de transport, Lieu de vente.*

Case Processing Summary

Variables	Modallités	N	Marginal Percentage
Quantité vend/jr	0,5 à 1 régime	51	60,7%
	1 à 2 régimes	9	10,7%
	2 à 2,5 régimes	7	8,3%
	3 à 4 régimes	9	10,7%
	4 à 5 régimes	8	9,5%
Genre	Masculin	10	11,9%
	Féminin	74	88,1%
Produit vendu	bananes dessert	39	46,4%
	bananes plantains et douces	45	53,6%
Lieu d'achat ou origine	Nyangezi-Nyantende-Kasihe	21	25,0%
	Rwanda	16	19,0%
	marché beach Muhanzi et ports de Bukavu	21	25,0%
	marché de Kadutu et parkings de Kadutu	5	6,0%
	Kabare sud et centre-Mudaka	10	11,9%
Auprès de qui vous vendez	Idjwi-Kalehe	11	13,1%
	Consommateur	72	85,7%
Lieu de vente	Revendeur	12	14,3%
	Feu-rouge-axe la botte et environs	21	25,0%
	Marché de Nyawera et environs	9	10,7%
	Major vangu-Panzi-Kamagema	19	22,6%
	au bord de la route, sur les trottoirs, rues, tours dans la ville	27	32,1%
mode de transport	marché de Nguba et ses environs	8	9,5%
	Véhicule	28	33,3%
	Moto	6	7,1%
Oui	tête d'homme	50	59,5%
		49	58,3%

clientèle stable, sûre et abondante	Non	35	41,7%
place fixe au marché	Non	40	47,6%
	Oui	44	52,4%
unité utilisée à la vente	main de bananes	38	45,2%
	régime de bananes	17	20,2%
	Banane	29	34,5%
Résidence	Kabare (Mudaka-Kabare centre, Moshu, Mbiza, Ludaha)	5	6,0%
	Nyantende-Nyangezi	9	10,7%
	Rwanda	2	2,4%
	Bagira(brasserie-Kasha)	6	7,1%
	Kadutu	18	21,4%
	Ibanda	44	52,4%
Valid		84	100,0%
Missing		0	
Total		84	
Subpopulation		81 <sup>a</sup>	

a. The dependent variable has only one value observed in 79 (97,5%) subpopulations.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,529 <sup>a</sup>	,280	,181	1,27949	,280	2,837	10	73	,005

a. Predictors: (Constant), résidence, auprès de qui vs vendez, produit vendu, Lieu d'achat ou origine, clientèle stable, place fixe au marché, unité utilisée à la vente, genre, mode de transport, Lieu de vente

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	46,445	10	4,645	2,837	,005 <sup>b</sup>
Residual	119,507	73	1,637		
Total	165,952	83			

a. Dependent Variable: Quantité vend/jr

b. Predictors: (Constant), résidence, auprès de qui vs vendez, produit vendu, Lieu d'achat ou origine, clientèle stable, place fixe au marché, unité utilisée à la vente, genre, mode de transport, Lieu de vente

Les tableaux qui précèdent nous montrent qu'il existe bel et bien une relation, un lien entre la variable « quantité de bananes vendues par jour » avec les variables indiquées ci-haut qui guident le comportement des vendeurs et revendeurs, les prix de vente sur les marchés et sites de vente, et qui influencent la quantité que chaque vendeur est capable d'écouler chaque jour.

#### RÉSULTAT 5 : STRATÉGIES D'ACCROISSEMENT DE LA QUANTITÉ DE BANANES PLANTAINS, DOUCES ET DESSERT VENDUE PAR LES VENDEURS ET REVENDEURS ŒUVRANT SUR LES MARCHÉS OFFICIELS ET NON OFFICIELS DE LA COMMUNE D'IBANDA

Améliorer le système de distribution de bananes en commune d'Ibanda pour accroître les recettes reçues par les vendeurs et revendeurs de bananes doit s'attacher à élargir l'éventail des consommateurs desservis en ces denrées pour ainsi ouvrir aux vendeurs et vendeuses des débouchés en expansion commerciale pour leur bien-être par la valorisation de leurs emplois informels créés par l'exercice de cette activité.

C'est ainsi que les actions suivantes devraient être développées dans cette commune pour améliorer la filière banane:

- La constitution d'associations de vendeurs de bananes en vue de limiter la concurrence sur les marchés de vente;
- La modernisation, l'extension ou la construction de nouveaux équipements et infrastructures commerciales;
- L'allègement de la taxation abusive et excessive qui frappe les recettes journalières de petits détaillants et petites détaillantes exerçant dans cette commune dans la filière banane;
- Reformuler les normes d'accès aux marchés et revoir les règles de gestion des marchés communaux;
- Imaginer des actions innovantes pour créer un cadre d'activité satisfaisant(l'hygiène de produits, la salubrité au lieu de travail,...)pour le commerce ambulante et celui exercé dans les rues dans cette commune ;
- Construire et aménager des petits marchés de détail dans les quartiers pour accroître le volume de vente de bananes dessert et plantain ;
- Mettre en application un cadre réglementaire et législatif qui garantit la maîtrise de la qualité de bananes locales par les vendeurs et vendeuses œuvrant en commune d'Ibanda ;
- Mettre en place des services et agents gouvernementaux compétents pour suivre le respect par tous des normes établies ;
- Elaborer des politiques rationnelles de commercialisation de produits agricoles en général et les bananes en particulier ;
- Eriger des infrastructures publiques de transformation, d'entreposage, de stockage et de conditionnement de bananes à Ibanda ;
- Segmenter le marché de bananes douce, plantain et dessert en orientant les bananes vers les points de vente ou vers les marchés spécifiques ou des niches de marché plus prometteuses ;
- Multiplier les centres commerciaux de bananes et encourager la tactique qui consiste à amener les bananes au plus près du consommateur à l'intérieur des quartiers ;
- Créer des conditions qui permettent de réaliser le maximum de fluidité de bananes, à l'acheminement du produit jusqu'au consommateur final au coût le plus abordable et efficace possible pour chacun des acteurs de la chaîne ;
- Mettre en place des politiques gouvernementales qui favorise l'émergence d'une classe sociale moyenne consommatrice des produits locaux dont les bananes ;
- Développer l'approche « demande structurée » avec les ménages, les entreprises, les organismes publics(les écoles, les prisons, les universités, l'armée, la police nationale, les hôpitaux,...), qui conduit à un système de commercialisation organisé de bananes plantain, douce et bananes dessert qui permet aux vendeurs et vendeuses d'accéder à des acheteurs prévisibles et importants ;
- Réduire au maximum les coûts et charges de commercialisation supportées par les vendeurs et différents intermédiaires pour enfin obtenir de meilleurs prix au niveau de consommateurs afin d'accroître la demande et les volumes commercialisés ;
- Améliorer les compétences commerciales de vendeurs, leur savoir-faire technique par des conseils, par des séances de sensibilisation, par des formations (commerciale, technique, financière,...) pour qu'ils développent leurs méthodes de vente ;
- Planifier des actions promotionnelles et de manipulation de consommateurs (stratégie publicitaire sur les lieux de vente, stimulation des acheteurs, petites réductions de prix, fidélisation de la clientèle, amélioration de la présentation de produits aux consommateurs,...) ;
- Participer à des foires agricoles et commerciales, des salons d'exposition et kermesses souvent organisées dans la ville de Bukavu ;
- Organiser des grandes foires agricoles dans la ville de Bukavu avec les bananes à l'honneur en incitant producteurs, vendeurs, revendeurs et détaillants à venir vendre les meilleures bananes sur les marchés ;
- Adopter et promouvoir l'approche marketing-mix dans tous les marchés et points de vente de bananes plantain et dessert dans la commune d'Ibanda ;
- Organiser un système de vente structurée de bananes avec une vente organisée auprès d'organismes publics(universités, écoles, prisons, hôpitaux, armée, police, grandes entreprises) pour éliminer les spéculations et la corruption sur les prix, les tracasseries, la qualité de bananes vendues, les coûts et charges à supporter par les vendeurs afin d'obtenir de meilleures recettes, de meilleurs prix pour tous, une demande stable de bananes et accroître les commandes ;
- Créer une interprofession des vendeurs, revendeurs et détaillants de bananes en commune d'Ibanda pour contribuer au développement de ce secteur ;

- Améliorer la qualité de bananes vendues en commune d'Ibanda en se conformant au goût et préférences des habitants de la ville suivant le pouvoir d'achat de consommateurs ;
- Faire travailler les vendeurs et revendeurs en synergie pour les amener à développer la compétitivité de leurs affaires et réussir l'émergence de tous;
- Accompagner les femmes vendeuses de bananes pour qu'elles améliorent leur savoir-faire local dans les processus de démarches qualité (hygiène, respect des normes qualité, de goût, de préférences) et la mise en marché des produits (vente, promotion, présentation,...);

## 5 CONCLUSIONS

La vente de bananes plantains, douces et dessert est un secteur qui permet à une franche de la population de la ville de Bukavu et des villages riverains à cette ville de survivre grâce aux revenus que génère cet emploi informel.

Les résultats de cette recherche ont montré que ce sont les bananes douces et plantains qui se vendent plus que les bananes dessert sur les marchés et sites de vente en commune d'Ibanda. Les ventes de bananes se font ici au micro-détail à des prix non fixés d'avance.

Parmi trois unités utilisées lors de la vente de bananes douces, plantains et dessert, à savoir : main de bananes, un régime de bananes, une banane, c'est l'unité « main de bananes » qui est la plus utilisée et qui donne les plus grandes quantités vendues de bananes sur les marchés officiels et informels opérant dans la commune d'Ibanda. Quel que soit le sexe de vendeurs et revendeurs de bananes dans la commune d'Ibanda, à 95%, les quantités vendues sont presque les mêmes pour les deux groupes.

Dans cette commune, les marchés officiels et axes stratégiques ne sont pas accessibles pour les pauvres et petits revendeurs du reste plus nombreux, qui se voient ainsi obliger d'étaler leurs produits le long des routes, près de la chaussée, sur les trottoirs, dans les carrefours, à sillonner toute la ville, bananes au dos ou sur la tête.

Les marchés décentralisés, marchés de rues, marchés informels, fonctionnant dans les places très fréquentés, pratiquant des prix négociables et plus abordables par les populations démunies, enregistrent les plus grandes quantités de vente plus que les marchés officiels fréquentés par les bourgeois.

Les vendeurs et revendeurs exerçant sur les marchés non officiels, n'ayant pas trouvé une place fixe où vendre dans les marchés populaires et fréquentés ainsi que sur les axes stratégiques, n'ont pas une clientèle sûre, suffisante et stable pour les bananes qu'ils vendent.

Les marchés communaux de la ville de Bukavu sont une alternative intéressante pour l'accroissement des volumes de vente de bananes douces, dessert et plantains.

C'est pourquoi, ils ne doivent pas être négligés par les programmes de développement communal des gouvernements, des organismes nationaux et internationaux ainsi que dans le plan de développement urbain de la ville de Bukavu.

Les petits vendeurs et détaillants de ces produits susmentionnés (bananes) ont besoin d'aide technique, financière, commerciale, fiscale, administrative, ... pour identifier les marchés et les conditions de vente les mieux adaptés à leurs produits ainsi que les exigences spécifiques pour savoir comment accéder à ces marchés porteurs d'opportunités, pour le développement de leur activité commerciale par l'accroissement des volumes de vente et des recettes de vente. Ils ont aussi besoin des conseils pertinents pour la prospérité de leurs emplois informels qui le font survivre.

L'amélioration des infrastructures commerciales est également essentielle, de même que les compétences commerciales qui sont cruciales pour qu'ils deviennent réellement des entrepreneurs dignes et compétitifs dans la filière banane. Il est plus que nécessaire aujourd'hui, que les vendeurs de bananes dessert, douces et plantains, petits comme grands, présentent sur les marchés et points de vente de la commune d'Ibanda leurs produits de manière plus attractive face à la concurrence et aux exigences de consommateurs urbains pour qu'ils réalisent des recettes importantes et accroissent les volumes de vente. Pour cette fin, ils doivent développer leur savoir-faire technique et commercial.

La modernisation de la commercialisation de bananes en commune d'Ibanda au profit de tous les acteurs intéressés ne devrait pas simplement être réduite à quelques aspects (financier, économique) mais, pour aboutir pleinement, elle devrait associer les vendeurs et revendeurs et leur donner un accès aux marchés urbains et aux technologies, sachant que, structurer la vente des produits agricoles du vendeur au consommateur final reste un casse-tête dans cette commune. Cette structuration pourtant, permettrait à l'ensemble des acteurs de la filière de réduire les risques et de réaliser plus de profits. Le

développement de la vente de bananes sur les marchés et différents sites de vente en commune d'Ibanda ne peut toutefois se mettre en place et prospérer sans être soutenue par les pouvoirs publics.

L'Etat a indubitablement un grand rôle à jouer dans ce domaine, mais aussi, les mécanismes de marché doivent fonctionner correctement et normalement.

Des stratégies d'accroissement de la vente de bananes dans les marchés de cette commune doivent être développées, encouragées et soutenues par tous pour faire que les vendeurs réalisent des recettes élevées.

Cette recherche pose les bases pour des diagnostics de la filière bananes douces, bananes dessert et plantains au niveau de petits vendeurs et vendeuses détaillants œuvrant dans les marchés et points de vente éparpillés dans cette partie de la ville de Bukavu, pour ainsi formuler et suggérer aux et aux autres la mise en application des stratégies d'accroissement des volumes de vente basées sur les réalités de terrain, pour le bien-être de vendeurs et la prospérité de la filière banane dans cette commune.

## REFERENCES

- [1] Congo Blog- Ba Leki, Congolais débrouillards, vendeuses des bananes (en ligne) <https://congloblog.wordpress.com/2009/02/26/bukavu-congolais-debrouillards-vendeuses-des-bananes/>
- [2] CTA, (2012), L'essor des chaînes de valeur agricoles, revue spore, hors-série
- [3] CTA, (2011), Modernisation des exploitations agricoles, les chemins de la réussite, revue spore, hors-série
- [4] FAO, WFP, Conseil Norvégien pour les réfugiés, (2011), Etude des marchés dans les territoires du Sud-Kivu et du Maniema, République Démocratique du Congo, (en ligne), <http://www.wfp.org/>, consulté le 29 février 2019
- [5] FAO, (2015), La situation des marchés des produits agricoles, commerce et sécurité alimentaire : trouver un meilleur équilibre entre les priorités nationales et le bien commun, Rome, (en ligne), <http://www.fao.org/publications>, consulté le 18 juin 2019
- [6] FOLEFACK Denis Pompidou et DJOULDE Darman Roger, (2011), Stratégies de commercialisation des produits maraichers sur le marché de Maroua
- [7] Kristof Titeca avec Célestin Kimanuka, Marcher dans l'Obscurité : Le commerce informel transfrontalier dans la région des Grands Lacs, Rapport de recherche, International Alert avec ONU Femmes, (en ligne), <http://www.Google.com>, consulté le 8 janvier 2019
- [8] La PrunelleRDC.info : Des marchés sur les poubelles persistent partout dans la ville <https://www.laprunelle.rdc.info/2018/02/26/bukavu-des-marches-sur-les-poubelles-persistent-partout-dans-la-ville/>
- [9] Patience MPANZU BALOMBA, (2007), Approvisionnement de la ville de Kinshasa en banane dessert et banane plantain, mémoire DEA, Faculté Universitaire des Sciences Agronomiques de Gembloux, consulté le 5 février 2019 sur <https://www.memoireonline.com/up/publication.html>
- [10] République Démocratique du Congo, Agence Nationale pour la Promotion des Investissements, Investir dans le secteur agricole en République Démocratique du Congo, Kinshasa, Février 2016)
- [11] République Démocratique du Congo, Ministère de l'Agriculture, (2012), Programme National de Sécurité Alimentaire (P.N.S.A)
- [12] WFP, (2015), Accroître la résilience en vue d'améliorer la sécurité alimentaire et la nutrition, projet de politique du PAM, Rome, Italie.
- [13] WFP, FAO, Conseil Norvégien pour les Réfugiés, (2011), Etude des marchés dans les territoires du Sud-Kivu et du Maniema, RDC, consulté sur <http://www.wfp.org/fr> le 25 mai 2019