

**ANALYSE DIAGNOSTIQUE DU COMMERCE AMBULANT AU
BURUNDI DANS LES SEPT ZONES DE LA MAIRIE DE BUJUMBURA**



**HARAGEZE : Libérer le commerce ambulant pour réduire la pauvreté : un
autre moyen de créer l'emploi et les opportunités pour tout le monde**



**CENTRE FOR
DEVELOPMENT
AND ENTERPRISES
GREAT LAKES**

Centre For Development and Enterprises Great Lakes

Produit et Publié par le Think Tank, Centre For Development and Enterprises Great Lakes (CDE Great Lakes)

9 Chaussée du Prince Louis Rwagasore
Bujumbura- Burundi

Boite Postale : 7188 Bujumbura- Burundi
Téléphone : + 257 79977386

Email : info@centrefordevelopmentgreatlakes.org
Site web : www.centrefordevelopmentgreatlakes.org

Un Think Tank (groupe de réflexion) au service de la liberté économique. La mission du CDE Great Lakes est de réduire les barrières de la prospérité et d'opportunité grâce aux principes d'une société libre et de marché libre au Burundi.

Presse médiatique : contactez notre Directrice de la Communication, Madame Monia Wakana, wmonia@centrefordevelopmentgreatlakes.org



Ce document a été rendu possible grâce au financement de la Fondation Atlas Network. Le Contenu de ce document est la responsabilité de notre Think Tank, le Centre For Development and Enterprises Great Lakes et non celle de la Fondation Atlas Network.

Les médias sont libres d'imprimer et de relayer l'information contenue dans cette publication dans le respect du contenu produit notre Think Tank.

**ANALYSE DIAGNOSTIQUE DU COMMERCE AMBULANT AU BURUNDI
DANS LES SEPT ZONES DE LA MAIRIE DE BUJUMBURA**

**HARAGEZE : Libérer le commerce ambulant pour réduire la pauvreté : un
autre moyen de créer l'emploi et les opportunités pour tout le monde**

Par Mme Yvette MANIRAKIZA

Auteure

Éditeurs :

Pr. Siméon BARUMWETE

Dr. Franck Arnaud NDORUKWIGIRA

Mr. Aimable MANIRAKIZA



Centre For Development and Enterprises Great Lakes

Bujumbura, Burundi

Décembre, 2022

TABLE DES MATIERES

0.	Résumé.....	3
1.	INTRODUCTION.....	4
2.	CLARIFICATION CONCEPTUELLE	6
2.1.	Définition des termes.....	7
2.2.	Définition du commerce de rue et des différents statuts du commerçant	7
3.	METHODOLOGIE DE L'ANALYSE	8
3.1.	Phase préparatoire de l'enquête.....	8
3.2.	Réalisation de l'enquête auprès des commerçants ambulants.....	9
3.3.	Entretien qualitatif auprès des autorités administratives.....	9
3.4.	Traitement et analyse des données.....	10
4.	ELEMENTS CONTEXTUELS SUR LE COMMERCE AMBULANT.....	10
4.1.	Cadre légal et institutionnel du commerce ambulant.....	10
4.2.	Problème d'employabilité.....	11
4.3.	Ralentissement de l'activité économique.....	11
4.4.	Degré d'adéquation entre la loi, les pratiques et les besoins des commerçants	12
5.	LES PRINCIPAUX RESULTATS DE L'ETUDE	14
5.1.	Profil des commerçants.....	14
5.2.	Provinces d'origines	16
5.3.	Trajectoires éducatives et professionnelles.....	17
5.4.	Environnement de travail des commerçants ambulants.....	17
5.5.	Description des produits et services vendus.....	18
5.6.	Mode d'approvisionnement et d'écoulement des produits vendus.....	19
5.7.	Concurrence et système de fixation de prix.....	21
5.8.	Types et provenance des appuis reçus pour le démarrage de l'activité commerciale.....	22
5.9.	Estimation des recettes annuelles 2021-2022	23
5.10.	Stratégie d'entraide et de regroupement des commerçants ambulants.....	24
6.	CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS.....	25
7.	BIBLIOGRAPHIE	27
8.	Annexe 1. Questionnaire d'enquête.....	28
	ENQUETE SUR LE COMMERCE AMBULANT AU BURUNDI : BUJUMBURA MAIRIE.....	28
A.	Identification du répondant.....	28
B.	Caractéristiques sociodémographiques.....	28

C.	Caractéristiques de l'activité commerciale et relations à l'intérieur de la filière.....	29
D.	Circuit d'approvisionnement et de commercialisation	31
E.	Concurrence et politiques tarifaires	32
9.	Annexe 2. TERMES DE REFERENCE DU PROJET « HARAGEZE ».....	33



ANALYSE DIAGNOSTIQUE DU COMMERCE AMBULANT AU BURUNDI DANS LES SEPT ZONES DE LA MAIRIE DE BUJUMBURA

0. RÉSUMÉ

L'objet principal de cette analyse est de faire un diagnostic quantitatif du commerce ambulant des produits agroalimentaires et des services de transport par les vélos, motos et tuk tuk dans les 7 zones de la ville de Bujumbura, connaître le fonctionnement des commerçants ambulants, et d'identifier leurs besoins, les contraintes rencontrées et les opportunités pouvant favoriser leur entrée dans le secteur formel entrepreneurial.

Cette analyse est basée sur une collecte des données pluri dimensionnelles combinée à une enquête auprès de 273 commerçants détaillants et des entretiens qualitatifs avec les structures publiques et privées qui encadrent et appuient les commerçants du secteur informel.

Cette analyse diagnostique révèle d'une manière globale le mode de vie précaire des commerçants ambulants composés à majorité de jeunes de moins de 40 ans très actifs mais économiquement pauvres, et qui errent dans la capitale économique du Burundi pour subvenir aux besoins de leurs familles pour certains, et d'autres pour leur survie.

Cette situation est due principalement au chômage qui a été accentué par le ralentissement de l'activité économique du pays depuis 2015 suite au climat d'instabilité socio-politique, à la corruption et à la mauvaise gouvernance économique.

Pour accompagner ces commerçants à travailler dans le secteur formel et contribuer efficacement à la lutte contre la pauvreté et à la croissance économique du Burundi, l'analyse propose une série de recommandations aux acteurs du pays.

L'enquête a porté sur quatre thèmes suivants :

- L'identification des commerçants ;
- Caractéristiques socio démographiques ;
- Caractéristiques de l'activité commerciale et relation avec le marché des produits agricoles et du transport (vélo, moto et Tuk tuk) ;
- Concurrence et politique tarifaire.

1. INTRODUCTION

L'analyse diagnostique du commerce ambulant au Burundi réalisée par le Centre for Development and Enterprises (CDE) Great Lakes, une organisation de recherche et de plaidoyer, vise à légaliser et à la formalisation du commerce ambulant pour promouvoir l'entrepreneuriat formel comme moteur du développement et de la croissance économique au Burundi, via les ministères concernés (Ministère du Commerce, du Transport, de l'Industrie et du Tourisme, Ministère de la Fonction Publique, du Travail et de l'Emploi, Ministère des Finances, du Budget et de la Planification Économique entre autres) dans sa volonté de mettre en place une politique plus efficace, ambitieuse et inclusive d'appui à la formalisation du secteur commercial.

Elle a été réalisée dans sept zones de la Mairie de Bujumbura : zones Kamenge, Buterere et Kinama de la Commune Ntahangwa ; zones Buyenzi et Rohero de la Commune Mukaza ; zones Musaga et Kanyosha et de la Commune Muha. Compte tenu de la complexité du secteur informel, les produits agroalimentaires et services de transport (motos, vélos et tuk tuk) ont été pris comme échantillon des produits commercialisés dans le commerce ambulant.

Elle part du constat que les personnes qui font du commerce ambulant en Mairie de Bujumbura sont des personnes jeunes, actives mais économiquement pauvres (à faible revenu) et rencontrent des obstacles non seulement au niveau de leur propre sécurité, mais aussi celle de leurs biens et services commercialisés, et cette situation affecte l'économie burundaise en général et leurs familles respectives en particulier; ce qui constitue un

frein à l'esprit d'entreprise et d'innovation dans le secteur du commerce au Burundi.

Concernant l'environnement légal du commerce ambulant, la Loi no 1/01 du 16 janvier 2015 portant révision de la Loi no 1/07/ du 26 avril 2010 portant code du commerce autorise le commerçant ambulant à exercer cette activité professionnelle. Toutefois, l'ordonnance ministérielle fixe les produits interdits au commerce ambulant¹.

En 2019, le Maire de la Ville de Bujumbura a suspendu le commerce ambulant dans la commune de Mukaza². Cette décision porte à confusion de quant à son interprétation car elle parle de la municipalité de Bujumbura mais à son article 1, elle spécifie la commune de Mukaza.

Avec cette décision, les commerçants ambulants de la commune Mukaza se trouvent quelques fois pourchassés et/ou malmenés par la Police et sont souvent dépouillés de leurs marchandises.

La méconnaissance de la législation et de la hiérarchie des normes pour certains acteurs du commerce ambulant devient une contrainte majeure sur l'activité commerciale en pleine expansion dans la ville de Bujumbura.

La prolifération des activités dans le commerce de la rue ou commerce ambulant dans la capitale économique du Burundi explique en partie l'échec relatif des politiques et programmes antérieurs d'emploi en faveur des jeunes lauréats des humanités et universitaires, qui n'ont pas pu, au cours de ces dernières années (2015-2022) les accompagner dans leurs initiatives entrepreneuriales, et ce sont lancés dans le secteur informel aujourd'hui croissant en Mairie de Bujumbura. Cette situation constitue une entrave à la formalisation de leurs projets commerciaux et à la promotion du travail décent.

Pour inverser cette situation, sur base de l'état des lieux du commerce ambulant dans les zones de l'échantillonnage, les résultats vont aider à faire comprendre les logiques de fonctionnement des commerçants et leurs

¹ Ordonnance Ministérielle n°750/2014 du 03/11/2016 déterminant les produits interdits au commerce ambulant (BOB n°11/2016 Page 1647)

² Décision n°531.018/015 du 21/11/2019 portant réglementation du commerce ambulant et du commerce sous les parasols dans la municipalité de Bujumbura.

besoins, afin de permettre aux décideurs et législateurs d'avoir une lumière sur cette activité commerciale, et se doter par conséquent d'instruments

efficaces pour promouvoir la formalisation des filières commerciales non interdites³.

La présente analyse constitue une base de connaissance des réalités et des pratiques des commerçants ambulants qui peut être un document de plaidoyer pour un cadre analytique de ce secteur qui mène à l'élaboration des recommandations politiques en matière de formalisation.

Le chiffre d'affaires à ne pas dépasser dans le commerce ambulant est fixé à 2 000 000Fbu⁴.

L'analyse diagnostique du commerce ambulant au Burundi dans les zones d'échantillonnage détermine entre autres l'indice du volume des ventes exprimé en chiffre d'affaires pour les deux dernières années 2021-2022.

Elle a choisi délibérément de se focaliser sur le commerce ambulant des produits agroalimentaires et services de transport par les vélos, motos et tuk tuk car le secteur informel est très complexe. Le traitement de cette problématique nécessite au préalable de préciser certains éléments conceptuels et méthodologiques permettant de situer le périmètre de l'analyse et d'apprécier plus finement les principaux résultats obtenus.

L'échantillon de l'enquête a porté sur 273 répondants, dont 154 femmes (soit 56,4%) et 119 hommes (43,6 %). L'enquête a porté sur quatre thèmes suivants :

- L'identification ;
- Caractéristiques socio démographiques ;
- Caractéristiques de l'activité commerciale et relation avec le marché des produits agricoles et du transport (vélo, moto et Tuk tuk) ; - Concurrence et politique tarifaire.

³ Ordonnance Ministérielle n°750/2014 du 03/11/2016 , Op cit p.3.

⁴ Ordonnance ministérielle conjointe n°540/750/2107 du 21/11/2016 fixant le chiffre d'affaires maximum qualifiant le commerce ambulant. (BOB n°11/2016, p.1693)

2. CLARIFICATION CONCEPTUELLE

2.1. DÉFINITION DES TERMES :

Le commerce désigne l'activité économique d'achat et de revente de biens et de services, en particulier l'achat, dans le but de revendre avec un profit ou un bénéfice⁵.

Ambulant : qui se déplace pour exercer à divers endroits son activité professionnelle. Ses synonymes sont : errant, itinérant, mobile, nomade, vagabond⁶.

Conformément à l'article 45 de la loi n° 1/01 du 16 Janvier 2015 portant révision de la loi n° 1/07 du 26 Avril portant code de commerce du Burundi, **est commerçant ambulant** le marchand détaillant qui se déplace constamment d'un endroit à un autre du territoire national, pour une durée variable, afin d'y exercer un commerce dont le chiffre d'affaires ne dépasse pas un montant déterminé par ordonnance conjointe des ministres ayant les finances et le commerce dans leurs attributions.

Indice : c'est un signe apparent qui indique avec probabilité.

L'indice d'une grandeur est le rapport entre la valeur de cette grandeur au cours d'une période courante et sa valeur au cours d'une période de base. Il mesure la variation relative de la valeur entre la période de base et la période courante. Pour le cas de cette analyse, l'indice utilisé est l'indice de volume des ventes exprimées en chiffres d'affaires pour les deux dernières années 2021-2022.

2.2. DEFINITION DU COMMERCE DE RUE ET DES DIFFERENTS STATUTS DU COMMERÇANT.

Le commerce ambulant appelé aussi commerce de rue se définit selon les termes de référence de l'analyse comme étant une activité entrepreneuriale

⁵ Google, Wikipédia encyclopédie libre

⁶ Google, dictionnaire le Robert

à faible coût qui se présente comme un moyen de survie pour les personnes à faible revenu et la principale source de revenu.

3. MÉTHODOLOGIE DE L'ANALYSE

3.1. PHASE PRÉPARATOIRE DE L'ENQUÊTE

La mission de mener une analyse diagnostique du commerce ambulante au Burundi est de type quantitatif, descriptif et analytique. Afin de recueillir les inputs du commanditaire de cette analyse, une séance de cadrage a été organisée avec les cadres du CDE pour la présentation de l'approche méthodologique, les outils de collecte des données (le questionnaire et l'application Kobo Collecte) et le programme de collecte.

En revanche, pendant la séance de cadrage, le CDE a fourni des indications informatives et qualitatives pour affiner la conduite de la mission sur terrain.

L'implication des cadres de la maison commanditaire (CDE) a été incontournable pour la réussite de la mission. En plus des aspects administratifs, de la supervision et des séances de cadrage à chaque étape, une personne du CDE Great Lakes a été mise à la disposition de l'équipe de travail pour l'accompagnement durant cette mission.

Avant la collecte des données proprement dite du commerce ambulante dans les zones de l'échantillonnage, les mesures et démarches suivantes ont été adoptées :

- Désignation de (7) enquêteurs par le CDE ;
- Recrutement de cinq (5) enquêteurs par le Cabinet ;
- L'élaboration d'un questionnaire d'enquête par le Cabinet ;
- La programmation du questionnaire d'enquête dans l'application Kobo collecte suivi d'une formation des enquêteurs par le Cabinet ;
- L'obtention de la lettre du CDE annonçant la mission et un ordre de mission.

Pour collecter des données et informations fiables, douze (12) enquêteurs et cadres superviseurs ont été formés sur la collecte des données sous l'application android Kobo collect et sur les techniques de conduite des entretiens notamment sur le respect de l'éthique. Lors de la formation, les enquêteurs ont été sensibilisés sur le fait que les interviews doivent se passer dans un cadre confidentiel. Pendant la collecte et le traitement des données, nous avons adopté des démarches susceptibles de garantir, une assise éthique et de protéger la confidentialité et la dignité de nos enquêtés.

3.2. REALISATION DE L'ENQUETE AUPRES DES COMMERÇANTS AMBULANTS

Cinq groupes d'enquêteurs ont été constitués pour collecter les données qualitatives et quantitatives auprès des commerçants ambulants dans les 7 zones de la Ville de Bujumbura :

- Deux enquêteurs dans la zone Kamenge ;
- Cinq enquêteurs dans la zone Kinama et Buterere;
- Deux enquêteurs dans la zone Rohero et Buyenzi;
- Trois enquêteurs dans la zone Kanyosha et Musaga;

Tous ces enquêteurs ont enquêté 273 commerçants ambulants dans les 7 sept zones.

3.3. ENTRETIEN QUALITATIF AUPRES DES AUTORITES ADMINISTRATIVES.

Pour pouvoir compléter la base des données collectées auprès des commerçants, des entretiens ont été menés auprès des autorités des Institutions suivantes ;

- Le Ministère en charge du Commerce et Industrie ;
- Le Ministère en charge des Finances ;

- Le Ministère en charge de la Sécurité ;
- La Mairie de Bujumbura ;
- La Zone Rohero ;
- Le Centre d'Etudes et de Documentations Juridiques (C.E.D.J);
- Les associations en charge d'accompagnement des commerçants de la rue
(SYVEBU, INGIRO Center)

3.4. TRAITEMENT ET ANALYSE DES DONNEES

A la suite de la collecte des données, nous avons procédé au traitement et à l'analyse des données qualitatives et quantitatives. Les données quantitatives ont été agrégées à l'aide de l'application Kobo toolbox. La base de données constituée a été ensuite exportée et analysée à l'aide d'outils statistiques. L'analyse et la rédaction du rapport est centrée sur le traitement statistique des données collectées durant l'enquête, complétées par les données qualitatives collectées auprès des différents niveaux d'acteurs et également le recours aux sources secondaires disponibles.

4. ÉLÉMENTS CONTEXTUELS SUR LE COMMERCE AMBULANT

4.1. CADRE LEGAL ET INSTITUTIONNEL DU COMMERCE AMBULANT

La section 2 de la loi n° 1/01 du 16 janvier 2015 précitée parle du commerce ambulant et de ses obligations.

À titre illustratif, le commerçant ambulant est dispensé de l'immatriculation au registre de commerce et des sociétés. Toutefois, il est tenu d'obtenir dans la commune de sa résidence un numéro d'identification de commerçant ambulant.

Ce numéro d'identification est délivré gratuitement sur simple demande écrite du commerçant ambulant conformément à l'article 46 de la même loi.

L'article 48 stipule que nul ne peut exercer le commerce ambulant s'il n'est détenteur du numéro d'identification de commerçant ambulant.

Les produits agroalimentaires et d'élevage concernés par l'analyse ne sont pas soumis aux dispositions des articles 45 à 48.

4.2. PROBLEME D'EMPLOYABILITE

D'après les analyses récentes sur l'employabilité des jeunes au Burundi, les opportunités d'emploi sont difficilement accessibles pour les jeunes car la relation entre les compétences des chercheurs d'emploi et les compétences requises sont souvent inadéquates. Des programmes et initiatives publics et privés pour les jeunes et les femmes existent (BIJE, Banque de femmes, PAEJ, ABEJ, OBEM...) mais ne suffisent pas vu le niveau de chômage élevé.

Ce phénomène accentue l'exode rural et les jeunes sans emploi se déversent dans le secteur informel en général et le commerce ambulant en particulier car ce dernier est le moins exigeant par rapport au commerce formel ; d'où la naissance et la prolifération des produits agroalimentaires mûrs, crus et /ou cuits pour certains et le service de transport par vélos, motos ou tuk tuk pour d'autres dans les zones périphériques de la ville de Bujumbura ainsi que les parasols pour la vente des unités téléphoniques.

4.3. RALENTISSEMENT DE L'ACTIVITE ECONOMIQUE

Le Burundi est un pays enclavé de l'Afrique de l'Est et vit de plus de 80 % de l'agriculture et de l'élevage. Ce secteur constitue la base de l'économie car il contribue à plus de 36.4% du Produit Intérieur Brut. C'est une agriculture de subsistance.

L'activité économique est caractérisée par des activités de production, de distribution et de services impliquant les échanges marchands et non marchands.

L'activité économique du Burundi s'est ralentie à cause de principaux facteurs internes et externes suivants :

- La rareté des devises ;
- La mauvaise gouvernance économique,
- La corruption,
- La Pandémie du Covid -19 ;
- La dévaluation de la monnaie
- La guerre Russo-Ukrainienne

Au cours des deux dernières années, les indicateurs macroéconomiques du pays sont au rouge. Les taux d'inflation ont plus que doublé entre 2012 et 2022, passant de 8.4% à 18.4%. Le déficit de la balance de commerciale a augmenté de 28 % du PIB en 2021 et à 28.7% du PIB en 2022 : et le déficit du compte courant de 11% du PIB en 2021 à 13.4% du PIB en 2022⁷.

Cette situation a accentué la vie précaire de la population des commerçants en général et celle des commerçants ambulants en particulier par manque de sources d'approvisionnement et de la diminution du pouvoir d'achat de leurs Clients.

4.4. DEGRE D'ADEQUATION ENTRE LA LOI, LES PRATIQUES ET LES BESOINS DES COMMERÇANTS

La loi précitée sur le commerce au Burundi autorise les commerçants ambulants à exercer l'activité commerciale. Mais d'autres mesures ont été prises pour suspendre le commerce ambulant en Mairie de Bujumbura. Cette situation fragilise les activités du commerce ambulant. La plupart des

commerçants se trouvent souvent menacés par les services de la police et de l'administration ; ce qui les induit à verser des pots de vin pour pouvoir

⁷ Indicateurs macroéconomiques de l'INSBU

continuer d'exercer cette activité commerciale enregistrant souvent des manques à gagner énormes.

Les principales contraintes exprimées par les commerçants ambulants enquêtés sont reprises dans le tableau ci-dessous :

Contraintes exprimées	Estimation en % des réponses obtenues
Manque d'encadrement	60%
Capital insuffisant	77%
Méconnaissance de la loi et des textes d'application	32%
Délimitation géographique	28%
Réduction des heures de commerce	19%
Insécurité	48%
Conditions climatiques défavorables aux marchandises et même aux commerçants (pluies, soleil accablant, poussière...)	81%
Infrastructures. Les espaces occupés ne sont pas aménagés et non propres	12%
Les conditions d'approvisionnement défavorables (transport, collaboration avec les fournisseurs) et de stockage des marchandises	16%
Mauvais traitements par les services de la police	34%

Les besoins exprimés sont nombreux ; ils sont classés dans quatre catégories : (pouvez-vous exprimer ces besoins en termes de pourcentage ?) et si possible faire un graphique

Besoins exprimés	Estimation en % des réponses obtenues
Financement	89%
Renforcement des capacités	45%
Stabilité des prix des marchandises	63%
Encadrement pour la formalisation	20%
Lieux aménagés	41%

5. LES PRINCIPAUX RESULTATS DE L'ETUDE

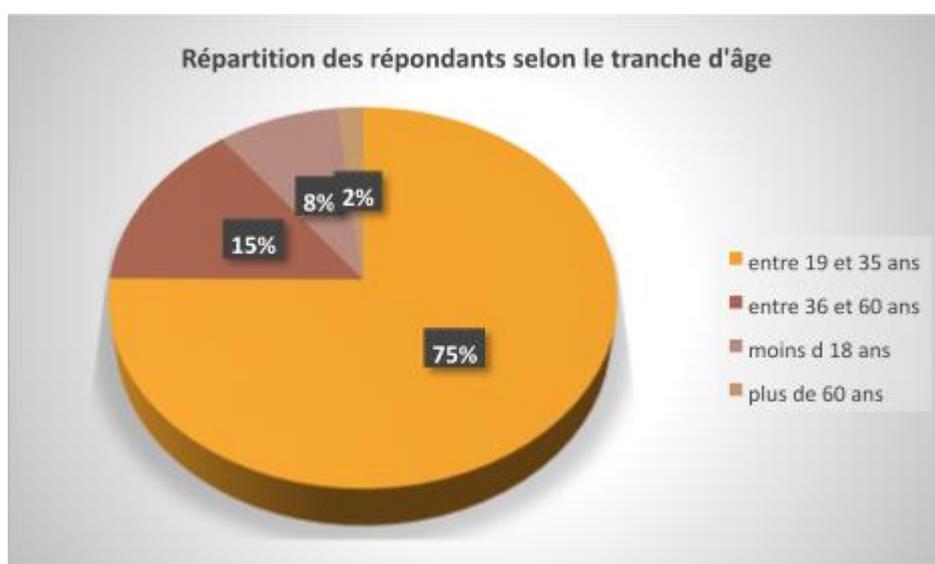
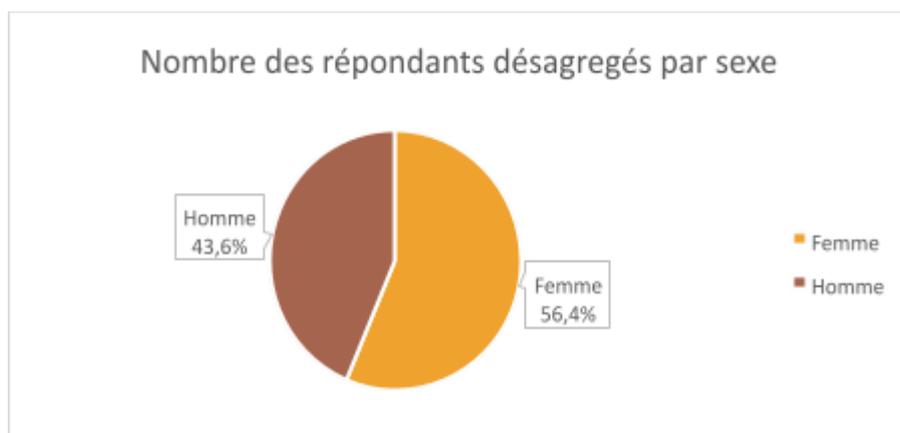
L'analyse a été réalisée dans sept zones de la Mairie de Bujumbura : zones Kamenge, Buterere et Kinama de la Commune Ntahangwa ; zones Buyenzi et Rohero de la Commune Mukaza ; zones Musaga et Kanyosha et de la Commune Muha. Compte tenu de la complexité du secteur informel, les produits agroalimentaires et services de transport (motos, vélos et tuktuk) ont été pris comme échantillon des produits commercialisés dans le commerce ambulancier.

. L'enquête a porté sur quatre thèmes suivants :

- L'identification (nom et prénom de l'enquêté, téléphone, syndicat d'appartenance/groupement commercial et lieu de l'interview) ;
- Caractéristiques socio démographiques (sexe, âge, niveau d'éducation, langue parlée, province d'origine, incitation à lancer l'activité commerciale, âge, statut matrimonial et type d'appui reçu au moment du démarrage ;
- Caractéristiques de l'activité commerciale et relation avec le marché (mode d'organisation commerciale, Collaboration avec les acteurs de la filière et circuit d'approvisionnement) ;
- Concurrence et politique tarifaire ;

5.1. PROFIL DES COMMERÇANTS

L'échantillon de l'enquête a porté sur 273 répondants, dont 154 femmes (soit 56,4%) et 119 hommes (43,6 %). Les commerçants enquêtés sont dans les tranches d'âge de 0 à 20 ans, 20 à 40 ans et 40 à 60 ans ; la tranche prédominante est de 20 à 40 ans.

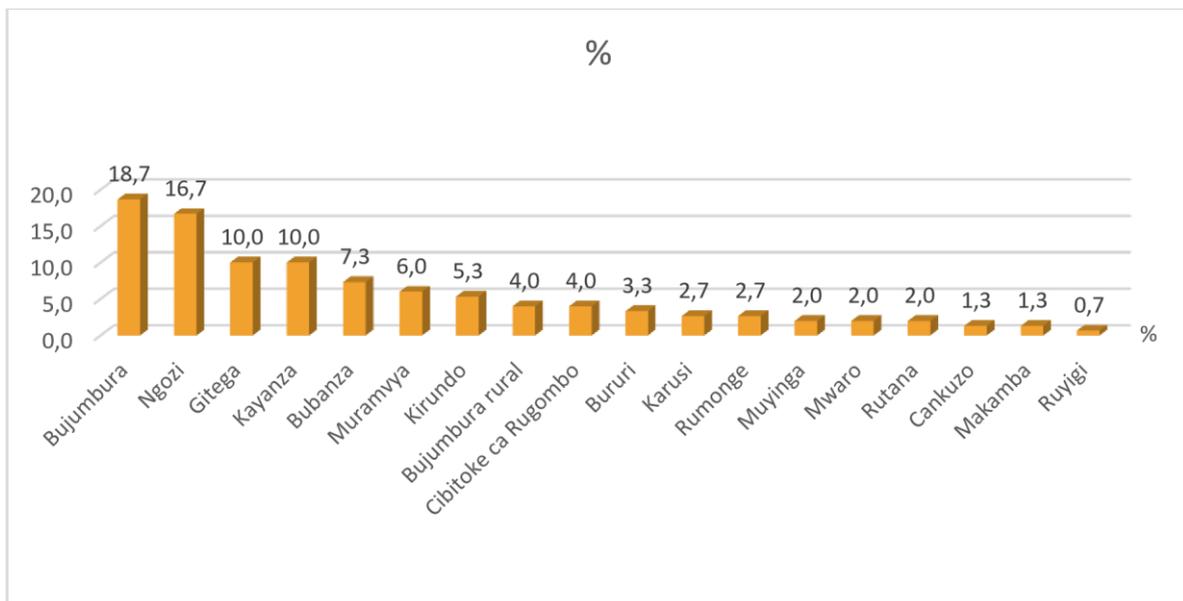


Ces commerçants sont à plus de 99% des détaillants.



5.2. PROVINCES D'ORIGINES

Les commerçants enquêtés viennent des provinces Bujumbura, Ngozi, Gitega, Bubanza, Mwaro, Kayanza, Karusi, Kirundo, Muramvya, Bujumbura rural, Bururi, Muyinga, Rumonge, Cankuzo, Makamba, Rutana et Ruyigi.

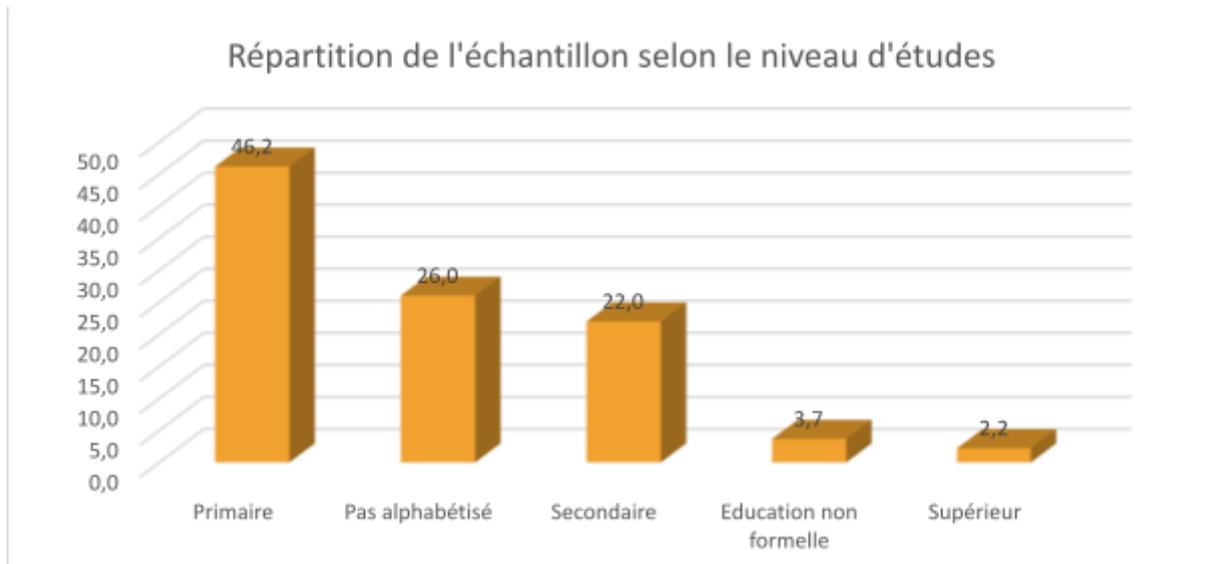


Les raisons qui ont poussées ces commerçants à exercer cette activité sont en grande partie :

Avoir de l'argent, la recherche du boulot, aider la famille, les circonstances (séparation de couple, la mort des parents.....), la pauvreté, la passion et la survie.

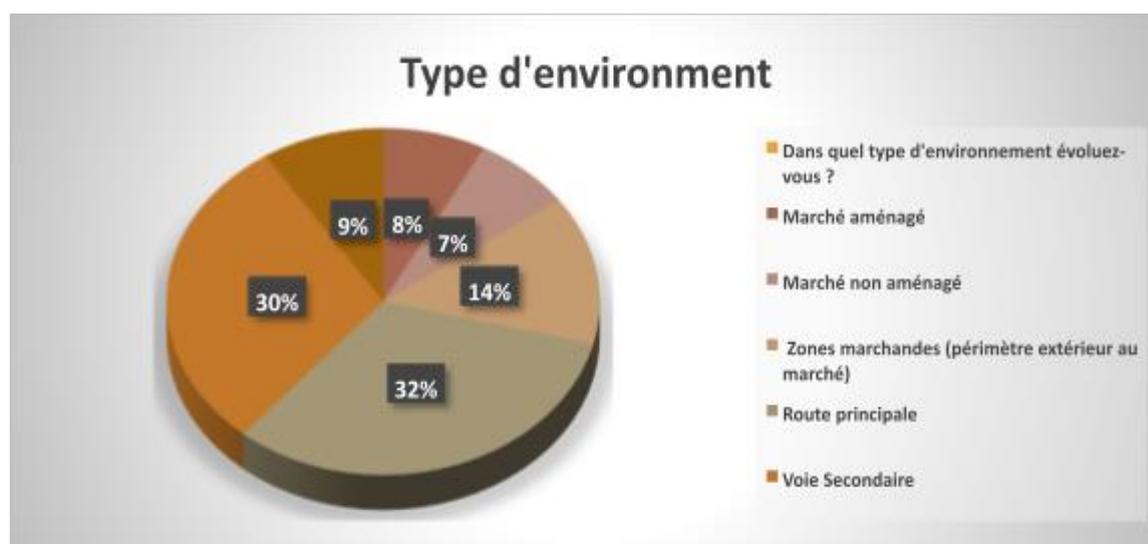
5.3. TRAJECTOIRES EDUCATIVES ET PROFESSIONNELLES

Les niveaux d'éducation des commerçants enquêtés sont généralement non formels, primaire et secondaire.



5.4. ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL DES COMMERÇANTS AMBULANTS

Les commerçants ambulants opèrent dans six environnements différents : route principale (32 %), voie secondaire (30 %), zone marchande : périmètre extérieur au marché (14 %), autres points (9 %), marché aménagé (8 %), marché non aménagé (7%). Ceux qui sont dans le transport ont des points de stationnement mais eux aussi peuvent se déplacer d'un point à un autre en fonction de la demande.



5.5. DESCRIPTION DES PRODUITS ET SERVICES VENDUS

Les produits agroalimentaires vendus sont catégorisés en produits frais (légumes, fruits, tubercules) ; mûrs (les fruits) ; crues et cuits/grillés.

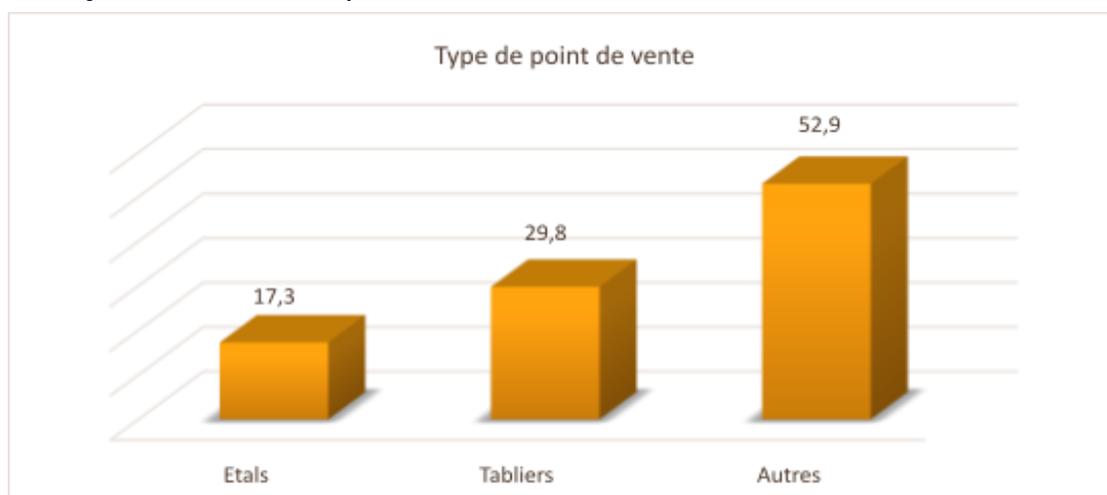
Quartier/colline	Filières	Produits Phares
Kanyosha, busoro, avenue rwihinda; Buterere, buterere2, 3; Buterere, buterere2	Transport	Taxi velo, Service bajaj, Transport Moto, Transport des biens et personnes
Rohero, Quartier Asiatique; Buyenzi, Marché de Ruvumera	Types tubercules	Maïs, Patates douce haricot, riz, bananes, pomme de terre, Corcase ,
Rohero, Rohero I; Buterere, Buterere2B, Kanyosha, busoro, avenue rwihinda;	Fruits	Avocat, Pastèque, papaye, prune de Japon, orange, mandarine, citron, Ananas, citron,
Quartier/colline	Filières	Produits Phares

Buyenzi, Marché de Ruvumera; Buyenzi, Marché de Ruvumera	Aliments cuits/Grillés	Crêpes, Mais cuites, Arachides, œufs, Frites, bouillie, Haricot cuits, thé, Beignets, thé, Chapatis, samboussa, Arachides grillés et Oeufs cuits, Frites des patates douces, Boulette pâte de maïs, pâte de manioc,
Buyenzi, Marché de Ruvumera	Légumes	Aubergine, citron, tomate, oignon, amarante, gingembre, poivrons, piment Haricot vert, Brocoli, Oignons blancs et rouge, poivrons, Poireaux, carottes, petits pois, Choux, Concombre,
Rogero I, Q asiatique, Musaga, Kanyosha	Poissons	Mukeke, Indagara,
Musaga, Route Gasekebuye		Charbons

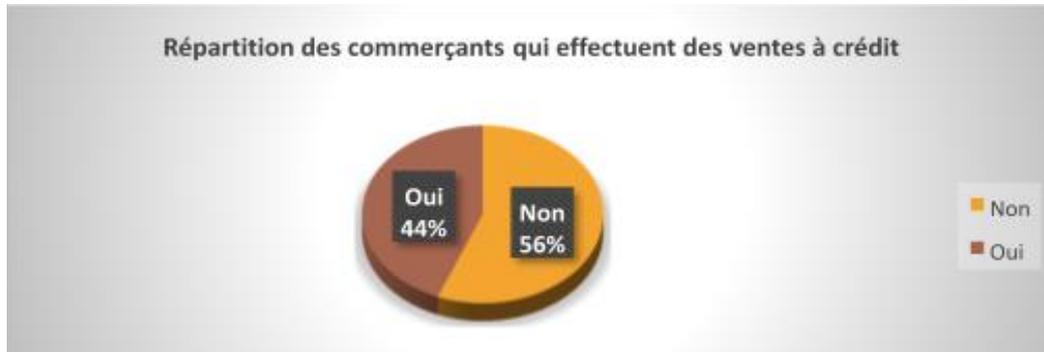
5.6. MODE D'APPROVISIONNEMENT ET D'ÉCOULEMENT DES PRODUITS VENDUS

La majorité des commerçants des denrées alimentaires s'approvisionnent aux marchés soit de la ville (COTEBU, chez SION, Kamenge, Kinama) soit aux marchés des provinces Bujumbura rural, Cibitoke, Bubanza, Rumonge et Bubanza.

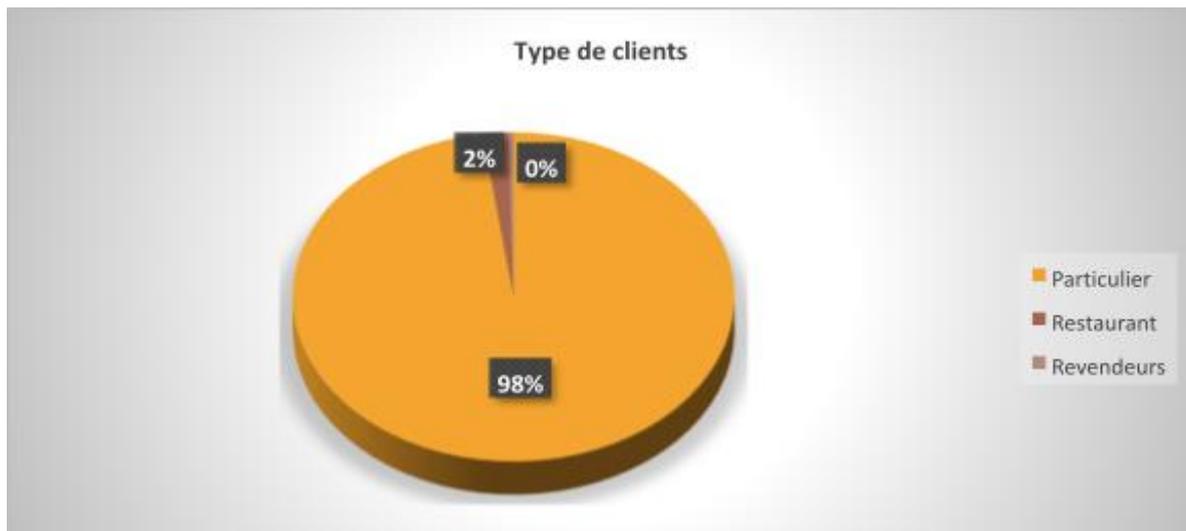
Ils écoulent leurs marchandises à leurs points de ventes (tables ou étals) et de façon mobile. Presque toutes ces marchandises sont vendues en détail.



Parmi les commerçants qui ont répondu à la question concernant la vente à crédit ou non, 44% vendent parfois à crédit aux clients fidèles et qui paient le plus tôt.



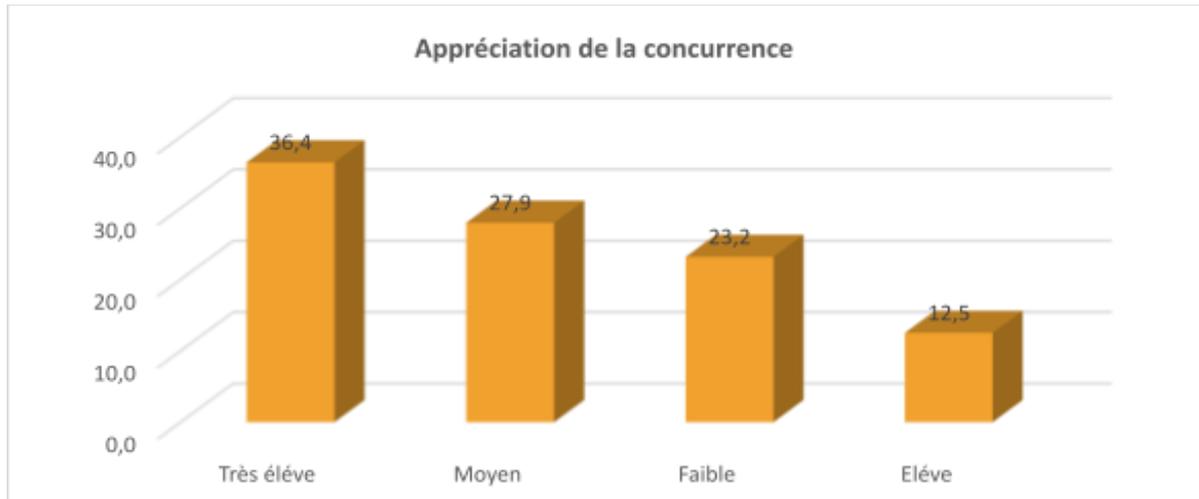
Les clients sont généralement des particuliers/familles. Les restaurants occupent une place très peu significative tandis que les commerçants qui s'approvisionnent auprès des commerçants ambulants (les revendeurs) sont quasiment inexistants.



5.7. CONCURRENCE ET SYSTEME DE FIXATION DE PRIX

Le niveau de la concurrence est apprécié comme suit :

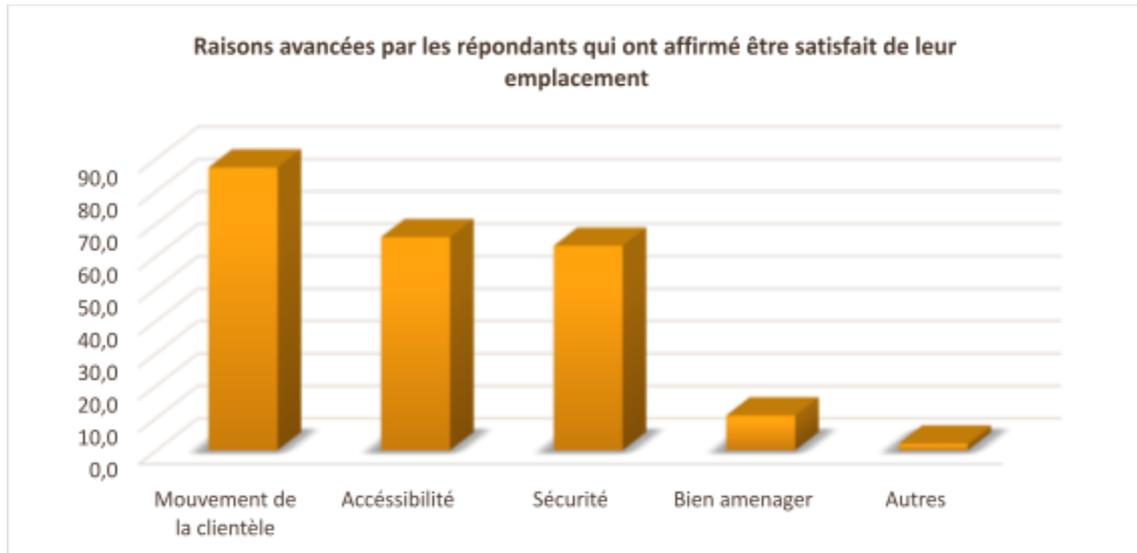
- Très élevé : 36.4%
- Élevé : 12.5%
- Moyen : 27.9% • Faible : 23.2%



Le calcul de la marge bénéficiaire détermine la fixation des prix des marchandises plus que tout autre facteur. Les autres facteurs étant l'entente commerciale et les prix imposés par le marché.

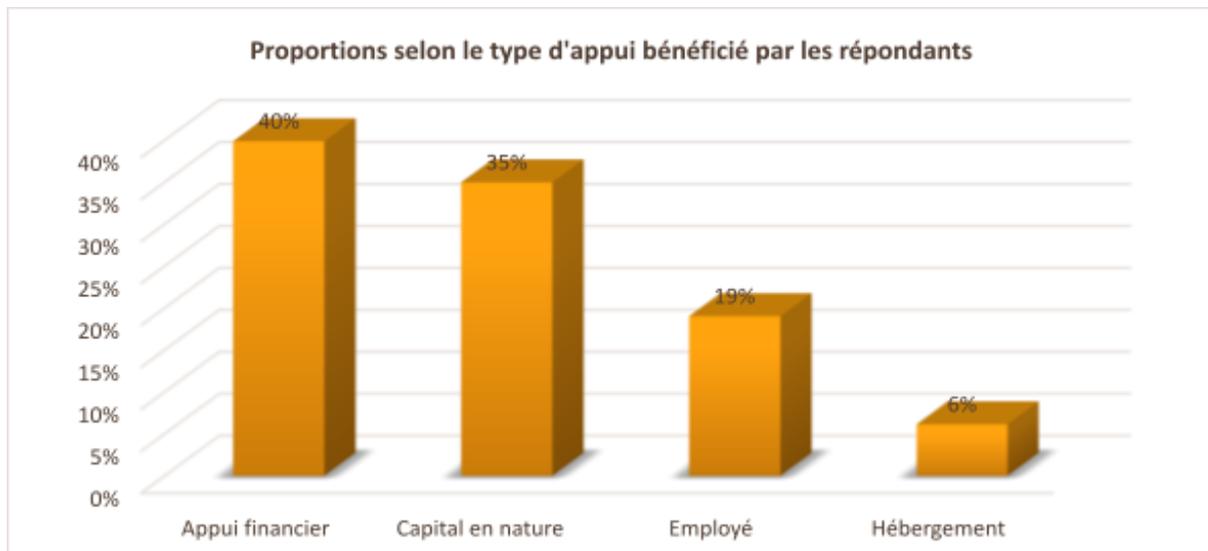


L'emplacement est jugé satisfaisant en fonction du mouvement de la clientèle, de l'accessibilité, de la sécurité et de l'aménagement de son point de vente.

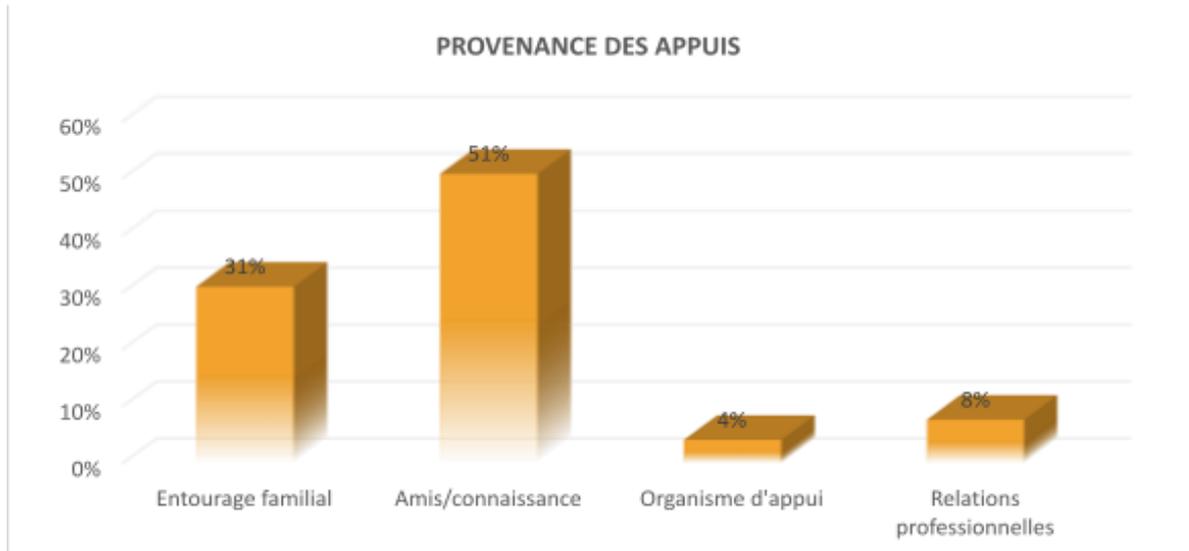


5.8. TYPES ET PROVENANCE DES APPUIS REÇUS POUR LE DEMARRAGE DE L'ACTIVITE COMMERCIALE.

Les types d'appui reçus pour démarrer les activités sont d'ordre financiers, capital en nature, emploi et hébergement.

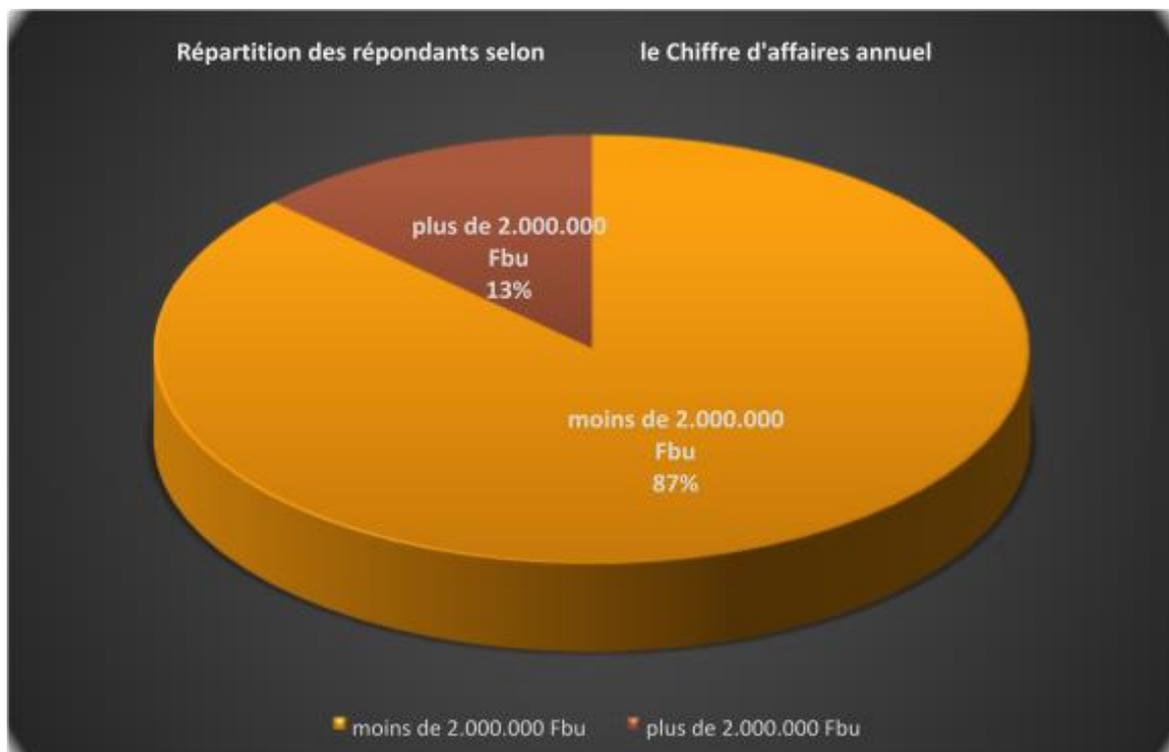


Ces différents appuis viennent des amis et connaissances, de l'entourage familial, des relations professionnelles et organismes d'appui.



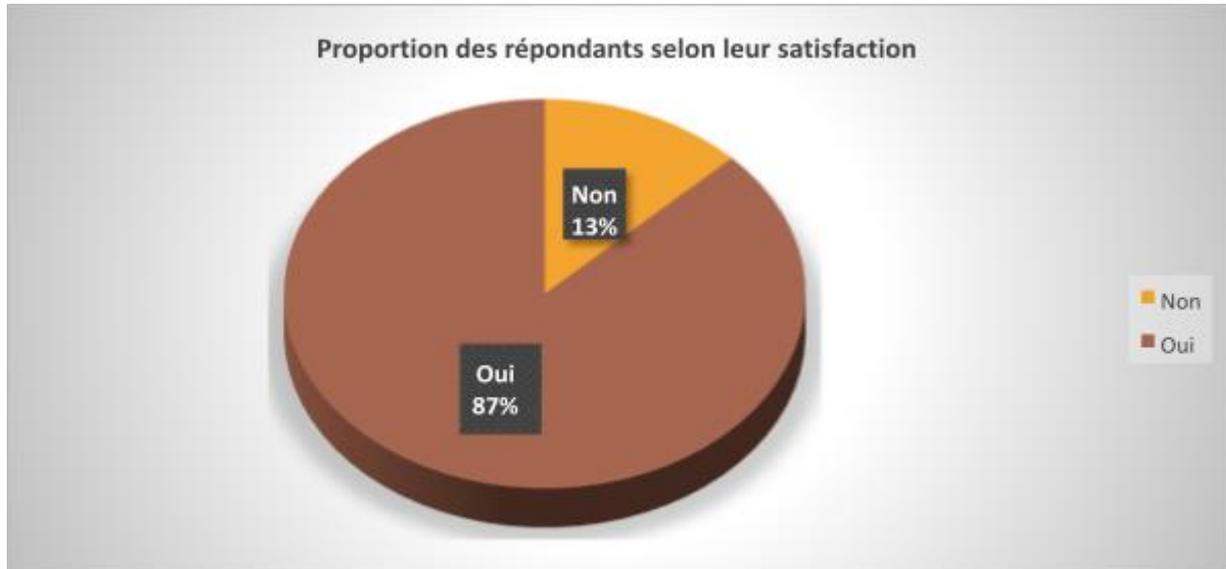
5.9. ESTIMATION DES RECETTES ANNUELLES 2021-2022

Les recettes annuelles estimées montrent que plus de 80% des commerçants atteignent le montant de 2 000 000FBu ; montant à ne pas dépasser dans le secteur informel conformément à l'Ordonnance Ministérielle conjointe n° 540/750/2107 du 21/11/ 2016 fixant le chiffre d'affaires maximum qualifiant le commerce ambulante.

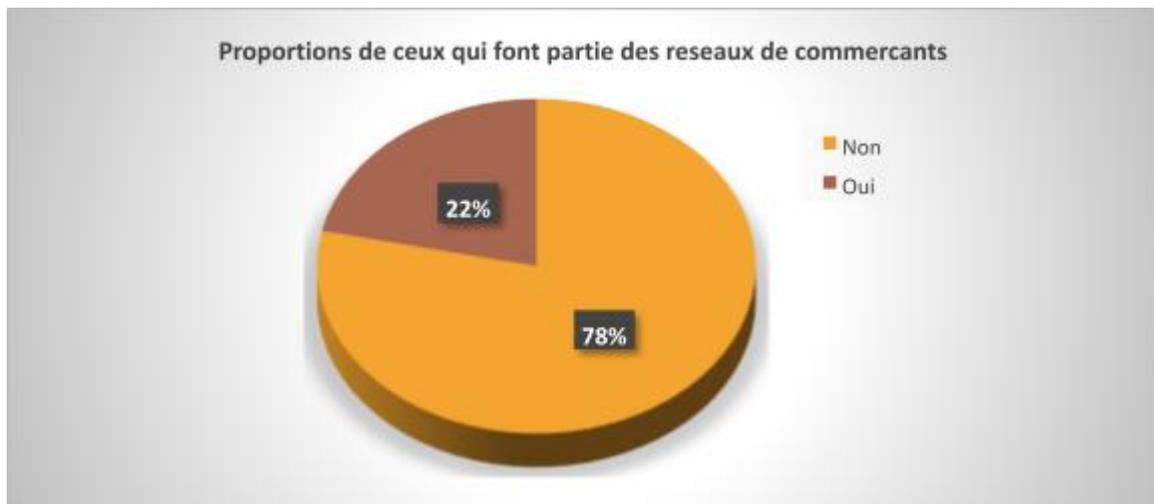


5.10. STRATEGIE D'ENTRAIDE ET DE REGROUPEMENT DES COMMERÇANTS AMBULANTS

Le niveau de collaboration entre les commerçants et les fournisseurs est jugé satisfaisant.



A peu près 1/4 des commerçants adhèrent dans des activités en réseau d'approvisionnement, épargne et crédit, Ikirimba, etc...



6. CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Au cours de cette analyse diagnostique sur le commerce ambulant au Burundi, il a été constaté que le commerce ambulant est reconnu par la loi burundaise régissant le code de commerce. Des mesures contraignantes handicapent les commerçants des produits agroalimentaires surtout dans la commune MUKAZA et les services de transport dans les certaines zones des communes Muha et Ntahangwa.

Le secteur informel fait vivre beaucoup de familles à Bujumbura et contribue à la réduction du temps et des kilomètres à parcourir par les consommateurs ainsi qu'à l'écoulement des produits potentiellement périssables (produits agroalimentaires). Ceci influe directement sur le développement de la chaîne de valeur des produits agroalimentaires qui souvent posent un grand problème de perte post récolte.

Les services de transport qui facilitent le déplacement des personnes à faibles revenus, des marchandises et autres biens sont seulement actuellement accessibles aux habitants de certaines zones.

Après tous ces constats, les recommandations ont été formulées

- Légaliser le commerce ambulant ;
- Simplification des procédures pour le commerce de rue dans leur zone d'action ;
- Diminution des cas de harcèlements et d'extorsion de vendeurs de rue
- Amélioration de compétitivité et l'innovation dans ce secteur qui est dominé par les produits agricoles.
- Renforcer les capacités organisationnelles, managériales et financières des commerçants et d'autres acteurs ;
- Vulgariser la loi sur le commerce ambulant et les textes d'applications à tous les niveaux ;
- Faire le plaidoyer pour les réformes éventuelles qui vont dans le sens de la promotion de la liberté économique.

- Ne pas interdire la commercialisation des produits autorisés par la loi
- Mettre en place un système d'identification et de gestion des commerçants ambulants décentralisé par zone

7. BIBLIOGRAPHIE

- (BOB n°11/2016 Page 1647) « Ordonnance Ministérielle n°750/2014 du 03/11/2016 déterminant les produits interdits au commerce ambulant »
- Décision n°531.018/015 du 21/11/2019 portant réglementation du commerce ambulant et du commerce sous les parasols dans la municipalité de Bujumbura.
- Ordonnance ministérielle conjointe n°540/750/2107 du 21/11/2016 fixant le chiffre d'affaires maximum qualifiant le commerce ambulant.
(BOB n°11/2016, p.1693)
- Indicateurs macroéconomiques de l'INSBU
- Burundi-eco.com « Les commerçantes ambulantes sous informées », 22 novembre 2019.
- <https://www.iwacu-Burundi.org> « Les commerçants ambulants en détresse », Bujumbura-Mairie, 2017.
- Kanté S. Le secteur informel en Afrique subsaharienne francophone, Genève, Bureau international du Travail, (2002) 70p.
- Programme des Nations Unies pour le Développement. Rapport mondial sur le développement humain » : Economica, 1997.
- République du Burundi. Constitution Nationale. Bujumbura, 2018. - République du Burundi, Plan National de Développement du Burundi 2018-2027, juin 2018.

- République du Burundi, Plan d'Actions prioritaires 2018-2022, juin 2018.
- Sengabo, B. « Commerce ambulant : Toujours pas de réponse aux vrais problèmes des vendeurs de rue », Journal Burundi-Eco, 28 juin 2019.

8. ANNEXE 1. QUESTIONNAIRE D'ENQUETE

ENQUETE SUR LE COMMERCE AMBULANT AU BURUNDI : BUJUMBURA MAIRIE

A. IDENTIFICATION DU REpondant

A1.	N° de l'enquêté :
A2.	Association/syndicat d'appartenance
A3.	Nom et Prénom(s)
A4.	Téléphone:
A5.	Lieu de l'interview:
A6.	Enquêteur

B. CARACTERISTIQUES SOCIODEMOGRAPHIQUES

B1.	Sexe (1. Homme, 2. Femme): _
B2.	Age

B3.	Niveau d'éducation (1.Pas alphabétisé, 2. Education non formelle, 3.Primaire, 5. Secondaire, 6. Supérieur) :
B4	Langues parlées: 1. kirundi 2. Français 3. Kiswahili
B5.	Province d'origine (commune/village si nécessaire
B6.	Qu'est-ce qui vous a incité à vous lancer dans une activité commerciale ?
B.7	A quel âge avez-vous démarré dans cette activité commerciale ?
B.8	Quel était votre statut matrimonial quand vous vous êtes lancé dans cette activité ?
B.9	Si quelqu'un vous a aidé à vous lancer dans cette activité, qui est-il ? 0.Aucun appui 1. Entourage familial, 2. Amis/connaissance, 3. Organisme d'appui, 4. Relations professionnelles, 5.Autres (A précisez))
B.10	Sous quelle forme ce soutien vous a-t-il été dispensé ? 1. Appui financier 2.capital en nature 3. Employe
B.11	Combien de personnes de votre famille sont également dans ce secteur?
B.12	En dehors de votre commerce, disposez-vous d'autres sources de revenu? 1. Oui, 2. Non
B.13	Si oui, lesquelles

C. CARACTERISTIQUES DE L'ACTIVITE COMMERCIALE ET RELATIONS A L'INTERIEUR DE LA FILIERE

C.1.	Statut: 1. Grossiste, 2. Demi-grossiste, 3. Détaillant
C.2.	Listes des produits commercialisés: -
C.3	Dans quel Zone/quartier se situe le point de vente principale de votre activité?
C4	Dans quel type d'environnement évoluez-vous ? 1. Marché aménagé 2. Marché non aménagé
	3. Zones marchandes (périmètre extérieur au marché), 4. Route principale, 5. 5. Voie Secondaire, 6. Autres (à préciser)
C5.	De quel type de point de vente s'agit-il ? 1. Etals 2. Tabliers, 3. Autres
C6.	Payez-vous un loyer pour occuper cet espace commercial? 1. Oui, 2. Non
C7.	Si oui, auprès de quelle entité ? 1. Particulier 2. Taxes d'occupation de l'espace publique 3. Combien . Aucun loyer 6. Autres à préciser
C.8	Etes-vous satisfait de votre emplacement actuel (sécurité, durabilité) (question ouverte)?
C.9	Disposez-vous d'autres points de vente au sein de la ville ? 1. Oui 2. Non

C.10.	<p>Si oui, indiquez le type de point de vente (cf C1.6)</p> <p>Type de P.V</p> <p>*Point de vente* 1 Quels produits</p> <p>Type de P.V 2.... Quels produits.....</p> <p>Type de P.V 3 Quels produits.....</p>
C.11.	<p>Gérez-vous votre activité commerciale de manière autonome (pour votre propre compte)? 1.</p> <p>Oui</p> <p>2. Non)</p> <p>Question filtre amenant une dissociation des 3 questions ultérieures</p>
C.12.	Si oui, depuis combien d'années êtes-vous à votre propre compte ?
C. 13.	Pour qui travaillez-vous au préalable (catégorie d'individus)
C. 14.	<p>Gardez-vous des attaches commerciales avec ce dernier ?</p> <p>1. Oui</p> <p>2. Non</p>
C. 15.	Si non, pour le compte de quelle(s) personne(s) gérez-vous cette activité ?
C.16.	Depuis combien d'année êtes-vous liés à cette personne ?
C.17.	Sur quelle base s'organise cette collaboration (relation commerciale)
C.18.	<p>Pour gérer votre activité, disposez-vous d'une main d'oeuvre ?</p> <p>1, Oui</p> <p>2. Non</p>
C.19.	Si oui, combien d'employés qui travaillent pour vous ?
C. 20.	<p>Indiquez leur répartition par type d'emploi</p> <p>1. Main d'oeuvre familiale</p> <p>2. Journalier .</p> <p>3. Autre (A préciser)</p>
C. 21.	Collaboration avec les acteurs de la filière
C. 22.	<p>Faites-vous partie d'un réseau de commerçants (entente informelle,non reconnue) 1.</p> <p>Oui</p> <p>2.Non</p>
C.23.	Si oui, quelles sont les activités que vous menez en commun
C.24.	<p>Etes-vous membres d'une ou plusieurs associations, sorganisations de commerçants (structure reconnue par les autorités ?</p> <p>1. Oui</p> <p>2. Non</p> <p>Si oui, le ou lesquels?</p>
C.25.	Quelles sont les raisons qui vous ont motivé à en faire partie?

C.26.	Depuis combien d'années êtes-vous membre ?
C.27.	Quels sont les avantages liés à ce statut de membre?
C.28.	Quelles sont les activités auxquelles vous avez participé, les prestations reçues en 2022?

D. CIRCUIT D'APPROVISIONNEMENT ET DE COMMERCIALISATION

D.1.	Auprès de combien de fournisseurs avez-vous l'habitude de vous approvisionnez?
D.2.	De quel type de fournisseur s'agit-il ? 1. Importateur de biens étranger 2. Producteur de biens locaux 3. Demi-grossiste 4. Autres à préciser
D.3.	Où les achetez-vous?
D.4.	Etes-vous satisfait des fournisseurs avec lesquels vous collaborez? 1. Oui 2. Non Si oui,pourquoi?
D.5.	Si non pourquoi ?.
D.6.	Quels sont vos principaux clients ? 1. Particulier 2. Revendeurs 3. Restaurant 4. Autres...
D.7.	Quelles furent vos recettes mensuelles(volume total des ventes)au cours des 6 derniers mois? Meilleur mois:
D.8.	Estimation des recettes 2021-2022
D.9.	Pratiquez-vous la vente à crédit ? 1. Oui 2. Non
D.10.	Si oui,selon quelles conditions?

E. CONCURRENCE ET POLITIQUES TARIFAIRES

- E.1. Que pensez-vous du niveau de concurrence au sein de votre activité commerciale ?.
- E.2. Les produits que vous commercialisez connaissent-ils une forte fluctuation saisonnière ?

E.3.	Si oui, indiquez: les mois creux..... les mois à forte activité E.4. Comment gérer vous financièrement les périodes creuses (basse conjoncture)
E.5.	Comment fixez-vous les prix de vos produits ? 1. prix imposés par le marché, 2. calcul d'une marge bénéficiaire, 3. entente commerciale) ?
E.6.	Ces prix sont-ils stables au cours de l'année ? 1. Pas du tout, 2. Un peu, 3. Stable, 4. Très stable
E.7.	Si non quels sont les facteurs qui déterminent leur fluctuation?.....
E.8.	Possédez-vous un compte dans un établissement financier ?
E.9.	En tant que commerçant pensez vous que l'environnement entrepreneurial actuel soit favorable au développement de vos activités
E.10.	Pensez vous que votre secteur d'activité soit suffisamment soutenu/encadré ?
E.11.	Comment évaluez vous l'action de l'Etat vis-à-vis des commerçants ambulants ?
E.12.	Quelles sont vos trois principales difficultés de fonctionnement
E.13.	Ces difficultés ont-elles un impact sur votre volonté à vous formaliser ?
E.14.	Proposez trois mesures prioritaires que le gouvernement pourrait mettre en place pour favoriser la formalisation du commerce informel

E.15. Pour finir, quels sont vos principaux projets pour développer votre activité commerciale ?

9. ANNEXE 2. TERMES DE RÉFÉRENCE DU PROJET « HARAGEZE »

I. Contexte et justification

Le commerce de rue appelé aussi commerce ambulant est une activité entrepreneuriale à faible coût qui se présente comme un moyen de survie pour les personnes à faible revenu et la principale source de revenus estimatif pour 57% de la population burundaise. C'est un métier qui expose les commerçants ambulants à de nombreux risques allant de la perte de leur capital (99% ont un capital maximum estimatif de 30%), de leurs produits, à l'emprisonnement, en passant par l'atteinte à leur intégrité physique abusée par les autorités administratives locales. Bien

qu'omniprésents, les droits économiques et de propriété des marchands ambulants risquent souvent d'être abusés par les autorités municipales.

Ils vivent sous la menace constante d'expulsion, de confiscation de leurs biens agricoles et d'amendes arbitraires en raison de la loi restrictive sur le commerce ambulancier à leur égard, à partir de laquelle il devient difficile d'y prospérer, donc de s'auto-développer et de contribuer valablement à la croissance de leur foyer et de l'économie nationale.

I. Pourquoi l'initiative ?

Considérant les obstacles que le commerce ambulancier rencontre et qui affectent non seulement l'économie burundaise mais aussi les personnes à faible revenu et qui constituent un frein à l'esprit d'entreprise et d'innovation dans le secteur du commerce au Burundi. Le CDE vise à relever la conscience de l'impact positif du commerce ambulancier sur l'économie burundaise et montrer aux décideurs politiques que suspendre l'économie burundaise ne bénéficiera de la suspension du commerce ambulancier.

II. Objectif Global

L'objectif global de cette mission est de mener une analyse diagnostique/rétrospective du commerce ambulancier au Burundi pour en tirer des leçons et de construire un mécanisme de plaidoyer en vue d'éclairer l'élaboration d'une politique commerciale ambulancier au Burundi

III. Objectifs spécifiques

A travers les dialogues entre les parties concernées, les tables rondes et la mobilisation de l'opinion publique, nous visons à influencer les réformes sur la loi du commerce au Burundi.

- Production et Publication de l'indice du Commerce ambulancier au Burundi
- Présentation des résultats de l'étude auprès des professionnels des médias

- Facilitation des dialogues des parties concernées et le reste des intellectuels autour du besoin vital de réformes de la loi sur le commerce de rue qui affecte l'économie.

IV. Résultats attendus

Les résultats attendus de ce travail sont :

1. Une étude sur l'Indice du commerce ambulant au Burundi ;
2. Simplification des procédures pour le commerce de rue dans leur zone d'action ;
3. Diminution des cas de harcèlements et d'extorsion de vendeurs de rue ;
4. Amélioration de compétitivité et l'innovation dans ce secteur qui est dominé par les produits agricoles.