

# ESSAIE D'ANALYSE DES MARCHES HUILES PALMISTES ET DES TOURTEAUX DANS LA VILLE DE BOMA, DE 2019 A 2021.

**Romain LUBIOKA MUNUNZI**

*(Chef de Travaux) Instructeur Supérieur Pédagogique de Boma*

**Rachidi LUBIOKA ILUNGA**

*(Assistant 2) Instructeur Supérieur Pédagogique de Boma*

*lubiokaromain@gmail.com*

## **Résumé :**

*Notre étude consiste à faire une analyse comparative sur les produits huiles palmistes et tourteaux pour voir lesquels de deux est plus utilisé et plus rentable. Il s'agit principalement de déterminer les recettes réalisées pour chaque produit en FC et préciser les marchés cibles pour la vente de ces produits. Pour atteindre cet objectif, nous nous sommes appuyés sur les méthodes historique, inductive, systémique, comparative et aux techniques d'observation directe, documentaire et d'enquête par sondage. A la fin de cette étude nous aboutissons aux résultats selon lesquels, les huiles palmistes est plus rentables et plus vendus sur les marchés ciblés. Ainsi, les huiles palmistes ont été plus offertes sur le marché, dans l'ensemble, par rapport aux tourteaux et cela se justifie par l'usage plus répandu des huiles palmistes par rapport à l'usage des tourteaux servant à la fabrication des savons artisanaux.*

**Mots Clés :** *Essaie, Analyse, Marchés, Huiles palmistes et Tourteaux.*

## **Abstract:**

*Our study aims at a comparative analysis on palmist oils and crabs in order to see which of both is most used and more profitable. Mainly, it is to determine in Congolesse franks for each product the taking that are realised and to precise*

*the targetmarket for the sale of thoseproducts. To reachthis objective, wewerebased on histirical, inductive, systemic and comparative methods and the direct observation techniques, documentary and opinion poll investigation. At the end of the study, the resultsrevealedthat not only the palmistoils are mostsold, but alsothey are more profitable in the targetmarket. Thus, the palmistoilsgenerally have been more offered in the targetmarketthan the crabs. This state of affairsisjustified by the palmistoilsspread usage than the crabs' simplybecause of handicraft soap making.*

**Key words:** *Attempt, Analysis, Markets, Palmistoils and Crabs.*

## **Introduction**

L'économie de la République Démocratique du Congo, RDC en sigle, traverse une crise presque dans tous les secteurs de la vie nationale en général et celle de la Province du Kongo Central en particulier. Nous ne pouvons ignorer que dans toute société, la population cherche son bien-être. Elle est constituée de l'ensemble des personnes qui y habitent et qui y vivent avec toutes leurs caractéristiques : âge, habitudes, genre de vie, traditions, valeurs, qualifications, etc.

Dans l'analyse du marché, toute entreprise recherche son propre intérêt et cela de manière rationnelle. Notre ville de Boma constituée en majeure partie par une population rurale, celle-ci cherche de quoi subvenir à ses besoins. Cette position a poussé la population à trouver un mécanisme de contourner la crise. Dans cette logique, elle s'est lancée à diverses activités notamment : **l'élevage des porcs, des volailles, et de la fabrication des savons à base des huiles palmistes.**

Ainsi, depuis la période coloniale, une usine a été implantée par les colons Belges appelée « **ELBEMA** ». Cette usine avait la vocation de produire de l'huile palmiste qu'elle commercialise. Après traitement des amandes palmistes, les déchets étaient versés dans une décharge, ne pouvant à servir à rien.

Vers les années 1994 après les pillages, l'économie congolaise était en phase de récession causant ainsi le chômage de la population. Celle-ci ayant constatée que les huiles palmiste leur serviraient à la fabrication des savons et surtout les déchets (tourteaux) constitués un aliment de base pour les porcs et volailles, elle s'est lancée dans ces deux activités. La société ELBEMA, qui aujourd'hui absorbée par la Société des Cultures et Agricoles au Mayumbe (SCAM/PKO), avait donc trouvé un marché pour l'écoulement de ses deux produits, à savoir : les huiles palmistes et déchets, appelés « **tourteaux** ».

Dans le but de rentabiliser la société, la vente des tourteaux était devenue une source d'autofinancement servant à résoudre certains problèmes auxquels l'entreprise est confrontée. Bien que l'activité de la vente des tourteaux ne soit pas l'activité principale, les recettes réalisées sont orientées vers le fonctionnement.

Au regard de tout ce qui vient d'être évoqué pour la vente des huiles palmistes et les tourteaux à la population Bomatracienne, notre souci majeur est de connaître le rouage de ce marché dans la ville portuaire de Boma. Toutefois, nous nous posons quelques questions suivantes :

- est-ce que le marché des huiles palmistes et des tourteaux est-il rentable dans la ville de Boma?

- la vente des huiles et tourteaux évolue dans quel type de marché ?
- les détaillants qui exercent l'activité des huiles palmistes et tourteaux réalisent-ils des bénéfices ?

Dans la recherche des solutions à nos questions, nous formulons les réponses provisoires suivantes :

- le marché des huiles palmistes et tourteaux contribue réellement au développement socio-économique de la ville de Boma et serait rentable.
- bien qu'évoluant dans un marché de monopole, tous les intervenants trouvent satisfaction à ce marché.
- les intermédiaires de ce marché, exerçant le commerce des huiles palmistes et tourteaux, réalisent des recettes journalières qui leur permettent de gagner par rapport au niveau des dépenses engagées.

Le présent article a été réalisé par les recours des méthodes et techniques suivantes :

**LA METHODE INDUCTIVE :** Sur le plan théorique, l'induction consiste à élaborer un sujet de recherche sur une population donnée ou d'une partie de celle-ci, pour généraliser par la suite, les conclusions tirées sur l'ensemble d'individus ou champ d'investigation. Ainsi, au cours de l'élaboration de notre article, nous avons choisi un échantillon aléatoire de quelques sujets intervenant dans le marché de la vente des huiles palmistes et tourteaux dans la ville de Boma auprès de qui les différents aspects économiques et sociaux retenus ont été étudiés. Et les résultats obtenus et les conclusions tirées ont été extrapolés sur

tous les consommateurs (fabricants de savon **kibola bola** et éleveurs) de la ville de Boma.

**LA METHODE HISTORIQUE** : Cette méthode a permis de remonter l'histoire d'une institution, d'un fait et/ ou phénomènes sociaux dans le temps et dans l'espace. C'est dans le cadre de reconstitution d'un passé humain que cette méthode est abordée, notamment retracer en grandes lignes l'évolution historique de la ville Portuaire et historique de Boma et celle de la Société des Cultures et Agricoles au Mayumbe (SCAM) et, les autres éléments nécessaires à notre étude pour les replacer dans le temps et dans l'espace couverts par notre étude.

**LA METHODE SYSTEMIQUE** : Pour cette méthode, en sciences sociales, les phénomènes et faits sociaux sont liés entre eux et, pour cela, aucun ne peut être saisi sans prendre en considération les interférences des autres, puisqu'ils s'influencent mutuellement. L'étude de la vente des huiles palmistes et des tourteaux peut comprendre sans penser à l'organisation politique et administrative de la ville de Boma qui du reste constitue le champ de nos investigations et aux conditions légales d'accès au marché des huiles palmistes et des tourteaux, à l'âge, des acheteurs, à leurs état civil, à leur sexe... car les déclarations faites et le comportement observé par les enquêtés sur le marché en dépend aussi.

**LA METHODE COMPARATIVE** : Enfin, celle-ci est adoptée pour faire ressortir les variations, les différentes, les similitudes, les divergences ; les convergences des variables, faits et phénomènes tant dans le domaine social que celle des sciences naturelles dites exactes. Aussi, les sciences utilisent la comparaison dans des phénomènes, des faits ou des situations

qui dans leur actualisation, peuvent suggérer les ressemblances et les différences. Pour cet article, cette méthode a été d'une si grande importance parce qu'elle nous a permis de combiner dans certains tableaux deux à trois variables dont nous avons observé la concomitance, la diversité et aussi les réponses des consommateurs (fabricants et éleveurs) sont comparées aux notions théoriques du marché de la vente des huiles palmistes et tourteaux telles qu'elles sont exploitées ou développées dans les généralités au premier point de notre article.

Etant donné que les techniques sont au service de la méthode, le présent article a fait recours aux techniques suivantes :

**L'OBSERVATION DIRECTE :** La vente d'huile palmiste et des tourteaux est pratiquée dans la ville de Boma par la Société des Cultures et d'Industries Agricoles au Mayumbe (SCAM/PKO) au vu et su de tous, mais c'est plutôt le type d'attention y accorder qui varie d'une personne à une autre dans la mesure où toute la population de la ville n'est pas toute fabricante des savons et/ou éleveurs. Mais par le fait que la fourniture des deux produits par la SCAM est saisonnière ces deux produits deviennent rare, car dans la ville de Boma, celle, la SCAM/PKO à le monopole de la vente des huiles palmistes et tourteaux. Etant donné que la production des deux produits n'est pas annuelle, nous nous sommes mis à observer le comportement de l'offreur face à la demande. Cette attitude nous a permis d'obtenir certaines informations qui nous ont été utiles dans l'élaboration de notre mémoire.

**LA TECHNIQUE DOCUMENTAIRE :** Celle-ci nous conduit à recueillir des informations par la lecture des documents mis à notre disposition traitant des notions à notre étude et/ ou

comportant des données utiles et aussi des ouvrages trouvés dans les bibliothèques de la place.

**LA TECHNIQUE D'ENQUETE PAR SONDAGE :** Cette technique nous a permis d'élaborer un questionnaire à soumettre aux personnes enquêtées exerçant l'activité de l'achat et de la vente des huiles palmistes et tourteaux dans la ville de Boma et les environs.

## **I. Considérations générales**

La présente partie s'articule autour des points ci-après : le marché selon l'approche marketing, l'approche économique et les huiles palmistes et tourteaux.

### ***1.1. Le concept marketing***

Dans cette partie, nous parlons succinctement de trois points, à savoir : la définition du mot marketing, le rôle du marketing et les types de marketing.

#### ***1.1.1. Définition du mot marketing***

Plusieurs définitions sont données au terme marketing selon les différentes pensées des différents auteurs. Ainsi, dans le cadre de notre travail, nous allons proposer quelques-unes :

- **Jean-Marc Lehu**, dans l'encyclopédie du marketing définit le marketing comme étant une science qui consiste à concevoir l'offre d'un produit en fonction de l'analyse des attentes de consommation (consommer Le marketing) est le mécanisme économique et social par lequel l'individu et

groupe de personnes satisferont leurs besoins et leur désir au moyen de la création et de l'échange de produit et autre entité de valeur pour autrui.

- « Le marketing est le processus sociétal par lequel les individus et les groupes obtiennent ce dont ils ont besoin et ce qu'ils désirent ; ce processus consiste à créer, offrir et échanger avec autrui les produits et les services de valeur ».

- KOTLER et DUBOIS font allusion à plusieurs définitions du marketing qui ont été données dans le passé. Cependant, nous n'en avons retenu qu'une : « Le marketing est pris comme l'ensemble des activités humaines ayant pour but de faciliter et d'effectuer les échanges ». (KOTLER ET DUBOIS, 2000 : 322)

En définitive le marketing est considéré dans cette étude comme étant une procédure par laquelle les individus cherchent à satisfaire les besoins des personnes au moyen de l'offre et de la demande.

### ***1.1.2. Rôle du marketing***

Partant de son activité managériale, le rôle du marketing est :

- d'analyser les ressources du déclin et déterminer si la demande peut être relancée en s'adressant à de mauvais clients, et modifiant les caractéristiques du produit ou en changeant la communication en cas de la demande déclinante.
- de maintenir le niveau et le rythme d'achat, et mesurer les conditions de la satisfaction des clients de manière à résister



aux attaques de la concurrence en cas de la demande continue ;

- d'évaluer le marché potentiel et faciliter le lancement des produits et services correspondants lorsque la demande est lente.
- d'anticiper et de s'adapter à toutes les demandes, en proposant des produits cibles, qui s'inscrivent dans la notion d'échange et du marché.
- d'identifier et mesurer les besoins insatisfaits des consommateurs ;
- choisir ceux que l'entreprise servira en priorité ;
- et enfin à décider des biens, services et plans d'actions correspondants. (KOTLER, 2005 : 11)

Ainsi, une entreprise qui adhère à la vision marketing, celle-ci joue trois rôles supplémentaires importants, à savoir :

### **1) Le marketing découpe l'entreprise**

C'est-à-dire les barrières traditionnelles entre les différentes directions de l'entreprise tombent dans la mesure où les activités de la firme sont focalisées et orientées vers le client. D'où la nécessité de laisser passer des réponses mieux coordonnées et plus rapides aux changements des besoins des clients et aux offres de la concurrence.

### **2) Le marketing comme stratégie d'entreprise**

Le marketing cherche à assurer la rentabilité à long terme de l'entreprise par son obtention d'un profit réalisé suite à la

satisfaction des clients en créant davantage de la valeur pour eux et qui entrainerait leur dimension de la valeur et qui entrainerait leur fidélisation par une simple augmentation de volume des ventes suite aux astuces des valeurs et autres abus sur les consommateurs.

### **3) Le marketing comme culture d'entreprise**

Dans une entreprise qui adhère à la vision marketing, le marketing devient une responsabilité partagée, un état d'esprit, un élément de culture, un ensemble de valeurs et croyances qui placent le client toujours à la première place ou au centre de toute décision provenant de n'importe quelle fonction ou direction de l'entreprise.

#### ***1.1.3. Types de marketing***

D'une manière générale, les types de marketing dépendent des orientations des différents auteurs. Mais, il faut noter tout simplement que le marketing dans sa conception moderne ou actuelle est un grand ensemble de principes et techniques de gestion. Dans sa dimension, nous avons deux types de marketing, à savoir :

##### ***a) Le marketing stratégique***

Est compris comme étant une démarche d'analyse des facteurs du marché (les consommateurs, les concurrents, l'environnement, l'entreprise elle-même et...) pour mieux comprendre les opportunités et menaces commerciales afin d'adapter d'une façon permanente l'ensemble d'activités de

l'entreprise à l'évolution de ces variables du marché par sa conception et la mise en place des stratégies marketing appropriées

### ***b) Le marketing opérationnel***

Celui-ci est considéré comme étant le bras commercial ou la partie la plus visible du marketing ; une démarche volontaire de conquête des marchés existants dont l'action est fondée sur une bonne maîtrise et combinaison cohérente des variables du marketing Mix ou les 4P classiques. Le marketing opérationnel a comme objectif l'augmentation du chiffre d'affaires et de la part de marché à court terme.

### ***1.2. Approche économique***

Les points suivants sont abordés, à savoir : la définition du marché et des types de marché. En économie, nous ne pouvons évoquer la notion du marché sans pourtant parler de l'offre, la demande et le prix.

#### ***1.2.1. Offre :***

- L'offre est la quantité de produits, des biens ou services proposée par l'offreur un moment donné, à un endroit donné et à un prix donné.
- L'offre est la quantité de biens qui peut être vendue ou écoulee sur un marché à un prix déterminé.
- C'est la quantité de biens que les vendeurs sont disposés à céder à condition que le prix ne descende pas sous une limite minimum.

Nous pouvons ainsi affirmer que l'offre est la quantité de biens et services produits par un agent économique qu'il livre sur le marché au profit des consommateurs. Ainsi, les éléments qui influencent l'offre sont de deux ordres tels que le volume et le prix.

### ***1.2.2. Demande***

La demande sur un marché est l'expression de l'attitude des candidats acheteurs vis-à-vis de l'achat. La demande est la quantité de biens que les consommateurs désirent se procurer moyennant un certain prix. Si le prix d'un bien s'élève par rapport aux autres prix, le consommateur paiera moins le bien et cela pour des raisons ci-après :

- La hausse du prix rend le consommateur moins riche et il est obligé de réduire sa consommation ;
- Le consommateur (l'acheteur) tentera de remplacer le bien dont le prix s'est élevé par rapport aux biens substituables.

La loi de la demande s'énonce comme suit : toutes choses restant égales par ailleurs, la quantité demandée dépend de son prix.

### ***1.2.3. Prix***

Le prix traduit la valeur d'une chose, d'un bien ou d'un service, il est également exprimé en monnaie. C'est la conséquence d'une convention entre l'offreur et le demandeur. Souvent, les deux parties se réfèrent au prix du marché, c'est-à-dire au prix qui est le résultat de l'offre et de la demande se manifestant dans un lieu déterminé (PAUWELS .M : 1979, P8).

Ainsi, à la base de toute économie se trouvent les échéances : personne n'est capable de produire tous les biens et services qui

lui sont nécessaires. Il doit les acheter. Cependant, aucune région, aucune économie ne peut vivre sur elle-même, les échanges avec d'autres économies sont nécessaires et se font sur le marché des biens et services.

### ***1.3. Les huiles palmistes et tourteaux***

Ce troisième point, s'articule sur deux aspects; à savoir le palmier à huile et le tourteau.

#### ***1.3.1. Le palmier à huile***

Le palmier à huile est cultivé pour les huiles comestibles qui sont extraites de la pulpe, son fruit (huile de palme) et de son amande (huile de palmiste). Un hectare de palmiers produit de deux à sept tonnes d'huile par an. Les huiles sont utilisées :

- *à 80 % pour l'alimentation humaine* : margarines, matière grasse végétale de base, huile alimentaire, huile de friture et graisses spécialisées ;
- *pour la fabrication de dérivés à usages industriels* : acides gras, savons et cosmétiques, savons métalliques, esters méthyliques, encres, résines époxydes, aliments pour animaux (tourteaux) ;
- *comme énergie verte*.

Les déchets d'huilerie sont valorisés comme fertilisants et pour la production d'électricité ou de méthane. Outre le fruit, d'autres parties sont fréquemment utilisées : la sève (vin de palme), le stipe (ébénisterie), les feuilles (toitures), etc.

Le palmier à huile est une monocotylédone de la famille des acéracées, largement cultivé pour ses fruits et ses graines riches en huile à usage alimentaire et industriel, appelée huile de palme,

devenue depuis quelques années la « première source de corps gras végétal sur le marché mondial.<sup>1</sup>

L'exploitation de la palmeraie naturelle est régulière dans certains pays tels que Nigeria, République Démocratique du Congo et sporadique dans d'autres comme la Guinée.

Plante pérenne d'un grand encombrement, le palmier est caractérisé à l'âge adulte par :

- une puissante couronne de trente à quarante palmes vertes, de cinq à neuf mètres de longueur ;
- un stipe cylindrique unique ;
- un unique bourgeon végétatif situé au centre de la couronne ;
- un système racinaire de type fasciculé (plusieurs milliers de racines), prenant naissance sur le bulbe. Quatre ordres de racines sont présents. Seules les racines quaternaires sont totalement absorbantes. Elles se rencontrent principalement dans les cinquante premiers centimètres de sol ;
- des cycles successifs d'inflorescences mâles et femelles (plante monoïque), situées à l'aisselle des feuilles.

Dans de bonnes conditions le palmier à huile produit toute l'année. Toute limitation des conditions environnementales se traduit par une réduction de la productivité par un allongement des cycles mâles, diminution des cycles femelles et du poids moyen des régimes, puis avortements d'inflorescences, surtout femelles. Dans les cas extrêmes, on peut observer la mort de l'arbre. Le potentiel maximal du palmier à huile ne peut être atteint que s'il dispose :

- d'une pluviométrie de 1800 mm d'eau par an, bien répartie sur toute l'année ;

---

<sup>1</sup> <http://fr.wikipedia.org/wiki/Palmier>.

- d'un minimum de 1800 heures d'ensoleillement par an et d'un rayonnement global supérieur à 12 MJ/m<sup>2</sup> ;
- de minima mensuels de température supérieurs à 18°C et de maxima compris entre 28 et 34°C.

Le palmier à huile est assez peu exigeant concernant les sols. Néanmoins, il lui faut un sol meuble et profond et exclure les sols gravillonnaires ou trop argileux et les sables purs. Il affectionne les pH proches de la neutralité mais supporte bien les pH acides jusqu'à 4 - 4,5.

La plupart des substrats géologiques peuvent être exploités : sédiments du tertiaire, socle ancien, terrasses alluviales anciennes, dépôts alluviaux récents, formations organiques, sédiments volcaniques. Les pentes et les bas-fonds inondables doivent être spécialement aménagés avant leur exploitation.

Le palmier est très sensible à la composition chimique du sol. Il exprime son déficit nutritionnel par des réductions de productivité et des symptômes foliaires de carence. Les besoins sont variables d'une région à l'autre et dépendent de nombreux facteurs.

Le pilotage de la nutrition minérale se fait à partir d'expérimentations agronomiques spécifiques et d'analyses de la composition des feuilles en éléments minéraux. Il prend aussi en compte la rentabilité économique de la fertilisation. Dans le cas des plantations familiales, ce pilotage devrait être effectué avec l'appui de groupements de planteurs ou de sociétés ou organismes de conseil spécialisé.

La Malaisie a développé un système d'exploitation où les planteurs, soumis à un organe fédérateur, ont acquis la maîtrise de leur filière.

En Côte d'Ivoire et en Colombie se développent des plantations de taille intermédiaire (50 à 500 ha), appartenant à de gros planteurs privés qui cherchent à acquérir, à travers leurs associations, un traitement indépendant de leurs régimes (KAPINGA MADIMBA : 2016, 23).

Dans cette sous-section, nous essayons de parler de la production du PKO. Ainsi, l'huile palmiste est produite de la matière première appelée « les amandes palmistes, elles-mêmes proviennent des noix de palme. Après achat des amandes palmistes, ces derniers sont concassés et traités pour l'obtention des produits finis. C'est ce produit fini obtenu suite à la transformation que l'on appelle « PKO » prêt à être commercialisé.

Ce produit fini est commercialisé à l'intérieur et à l'extérieur du pays. A l'intérieur du pays, la société « **MARSAVCO** » est le client potentiel qui s'en sert pour la fabrication des savons, margarines, dentifrices, laits de beauté et autres.

### ***1.3.2. Les tourteaux***

Les tourteaux sont des déchets obtenus après extractions des huiles palmistes à partir des amandes palmistes. Ainsi dans les lignes qui viennent nous allons donner son utilisation dans la vie des certaines espèces.

Les tourteaux sont utilisés en alimentation animale. Ils constituent la 2<sup>ème</sup> classe d'aliments la plus importante après les céréales. Principale source de protéines en alimentation animale, ils contiennent également de la cellulose, qui n'est digestible que par les ruminants.



Toutefois, tous les tourteaux ne sont pas utilisables en alimentation animale, soit parce qu'ils n'ont aucune valeur alimentaire, par exemple le tourteau de **karité** est trop riche en lignine, soit parce qu'ils sont toxiques : en particulier le tourteau de ricin qui contient de la ricinée, le tourteau (drêches) de moutarde est également toxique. Ainsi donc, les tourteaux sont plus utilisés dans la Province du Kongo Central, dans ville portuaire de Boma. Ce produit permet aux éleveurs de pouvoir nourrir leurs porcs et volailles.

Ainsi donc, notre approche économique se justifie par le fait que dans ce marché, il y a un seul offreur face à plusieurs demandeurs. Nous pouvons alors dire que les tourteaux sont des résidus solides obtenus après extraction de l'huile des graines ou des fruits oléagineux.

## **II. Présentation du milieu d'étude**

La seconde partie de cet article fait une brève présentation sur la province du Kongo Central et de la ville portuaire de Boma. La province du Kongo Central est l'une de vingt-six provinces de la République Démocratique du Congo en général et en particulier la ville de Boma qui est la deuxième ville du Kongo Central après celle de MATADI. La société de Culture et d'Industries Agricoles au Mayumbe qui est notre champ d'investigation en matière de production des huiles palmistes et des tourteaux, fut créé en 1912 sous le régime colonial où elle faisait partie des sociétés anonymes de Droit Belge.

### III : Présentation et interprétation des résultats

La présentation et l'interprétation passent par la détermination de la procédure des calculs des statistiques de base, la description de la structure des marchés des huiles palmistes et tourteaux et l'évolution des marchés.

#### *III.1. Procédure des calculs des statistiques de base*

Dans ce paragraphe, nous essayons de présenter les modes de calcul des statistiques simples : caractéristique de valeur centrale et caractéristique de dispersion.

##### - La moyenne

La formule générale de la moyenne d'une série chronologique de terme général  $x$  pour laquelle nous disposons de  $n$  observation est :

$$\text{Moyenne : } \bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

Le calcul de la moyenne présente un intérêt limité : deux séries de ventes peuvent avoir une moyenne identique alors que leur allure générale est très différente. Egalement dans le cas des séries ayant une forte tendance soit à la baisse, soit à la hausse, la moyenne variera fortement à chacune des nouvelles réalisations. C'est pourquoi il est préférable de présenter avec la moyenne, un coefficient permettant de prendre en compte la dispersion (MANDOSI MAMPUYA: 2000 :15).

##### - La variance

La variance d'une série chronologique permet d'évaluer la

dispersion autour de la moyenne (KINTAMBO MAFUKU : 2000 :59). Nous devons distinguer deux cas, selon que nous sommes en présence de toute la population de façon exhaustive ou que nous disposons seulement d'un échantillon de réalisation considéré comme représentatif de la population totale. La formule de la variance (var) dans le cas d'une population connue totalement (variance théorique) est :

### **VARIANCE DE LA POPULATION**

$$\text{VAR (X)} = \frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{N}$$

La formule de la variance dans le cas d'un échantillon (variance empirique) est donnée par :

### **VARIANCE ECHANTILLON**

$$\text{VAR (X)} = \frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{n-1}$$

Dans la littérature statistique ou économique, on préfère présenter la racine carrée de la variance appelée écart-type.

Nous disons que l'écart-type est l'un des indicateurs fondamentaux de la difficulté à prévoir une chronique, il présente l'avantage de l'exprimer dans la même unité que l'historique. Pour pouvoir interpréter sa valeur, il convient de le rapporter à la moyenne.

#### **- Le coefficient de variation**

Le coefficient de variation se définit comme étant le rapport de l'écart-type à la moyenne, calculé à partir de la série brute. Il rend compte de la difficulté prévisionnelle d'un historique. Plus il est élevé, plus la variance de la série est importante rapportée à la moyenne et, donc, plus la tâche du prévisionniste est à priori délicate.

Les historiques des ventes en fonction de ce coefficient peuvent se classer de la manière ci-après :

- inférieur à 0,5 : à priori facile à prévoir ;
- compris entre 0,5 et 1 : de dispersion moyenne ;
- supérieur à 1 : la variance de la série est importante rapportée à sa moyenne et donc, cette série s'avérer difficile à prévoir.

Toutefois, le coefficient de dispersion de la série brute ne préjuge pas complètement des difficultés ultérieures : une série fortement fluctuante peut être largement « expliquée » par des coefficients saisonniers très marqués et/ou par un facteur explicatif très influent.

### ***III.2. La description de la structure des marches des huiles palmistes et tourteaux***

Dans cette section, les principales articulations se résument en deux volets, à savoir : la description de l'offre et la description de la demande selon les enquêtes.

#### **- Description de l'offre**

Point n'est besoin de rappeler que l'offre est la quantité produite par une entreprise pouvant satisfaire à la demande des consommateurs.

Dans la contrée choisie comme espace de nos recherches, une seule entreprise produit et commercialise l'huile palmiste et les tourteaux : c'est la SCAM/PKO. Ainsi, nous pouvons affirmer que nous sommes dans un *marché de monopole* caractérisé par la présence d'un seul offreur et face à plusieurs demandeurs.

### **III.3. Evolution du marché des approvisionnements des Amandes Palmistes (APA)**

Nous évoquons dans cette partie le comportement des marchés des huiles palmistes et tourteaux dans la ville portuaire de Boma. Toutefois, pour y parvenir nous tenons à préciser que les amandes palmistes constituant des matières premières qui proviennent des différents points d'approvisionnement dans les territoires de Tshela et de Lukula. Parmi ces marchés, nous citons le marché de : **Tsanga Nord, Nganda Tsundi, Dizi, Mbata Mbenge, Bula Naku et Tshela**. En matière d'approvisionnement, il y a lieu de signaler que le prix d'achat de ces amandes est fixé de commun accord entre les fournisseurs et l'acheteur bien identifié appelé la SCAM/Tshela. Dans le chapitre premier relatif aux considérations théoriques, du point de vue marketing, il a été dit que les marchés des huiles palmistes et des tourteaux évoluent en monopole, c'est-à-dire un seul acheteur face à plusieurs vendeurs. Cette thèse se justifie par le fait que dans le Mayumbe, celle, la Société des Cultures et Agricoles au Mayumbe qui est dans ce domaine bien que certains particuliers tentent d'entrer dans ce domaine.

Ainsi, nous présentons dans le tableau ci-dessous de l'approvisionnement des amandes palmistes.

Tableau n°1: Approvisionnement des amandes palmistes (en Kg)

Années	2019	2020	2021
<b>Janvier</b>	214970	151648	311714
<b>Février</b>	16600	156416	236110
<b>Mars</b>	-	180500	359912
<b>Avril</b>	-	244258	375298
<b>Mai</b>	117574	194110	325204

<b>Juin</b>	223352	628978	513918
<b>Juillet</b>	384296	861981	380656
<b>Août</b>	425034	638840	537064
<b>Septembre</b>	-	682642	536782
<b>Octobre</b>	286218	307408	323489
<b>Novembre</b>	171908	169214	279294
<b>Décembre</b>	207558	176106	279526
<b>TOTAUX</b>	<b>2.047.510</b>	<b>4.392.101</b>	<b>4.458.967</b>

Source : Elaboré par nous-mêmes sur base des rapports annuels

En analysant les approvisionnements des amandes palmistes durant les trois années sous études, il ressort ce qui suit :

- En 2020, les approvisionnements des APA ont augmenté de l'ordre de 2.344.591kg, soit un accroissement de 114,5% par rapport en 2019 ;
- En 2021, les approvisionnements ont également accru de 66.866 kg, soit un accroissement de 1,50% par rapport en 2020.

#### - Evolution de l'offre de l'huile palmiste (PKO) en litre de 2019 à 2020

Dans le tableau ci-dessous nous présentons la production des PKO durant les périodes susmentionnées.

Tableau n°2: Production des PKO (litre)

Années	2019	2020	2021
<b>Janvier</b>	66942	53630	5200
<b>Février</b>	59864	51170	139290
<b>Mars</b>	-	66280	113739
<b>Avril</b>	-	83601	115226
<b>Mai</b>	41927	77158	118880

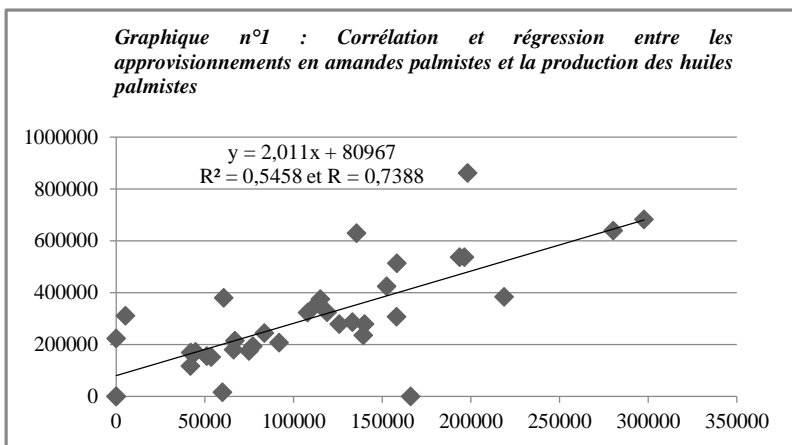
<b>Juin</b>	-	135600	158350
<b>Juillet</b>	218680	198240	60640
<b>Août</b>	152495	280290	196452
<b>Septembre</b>	166150	297730	193720
<b>Octobre</b>	133260	158200	108000
<b>Novembre</b>	44800	42050	140050
<b>Décembre</b>	91790	74920	125746
<b>TOTAUX</b>	975.908	1.518.869	1.522.093

Source : Elaboré par nous-mêmes sur base des rapports annuels

Comme illustré au tableau ci-dessus, nous constatons que la production n'a cessé d'augmenter d'une année à l'autre.

- La production a augmenté en 2020 de l'ordre de 542.961 litres, soit 55,6% par rapport en 2019 ;
- Enfin en 2021, elle a également accru de 3.224 litres, soit un accroissement de 0,2% par rapport en 2020.

L'huile palmiste est extraite à partir des amandes palmistes. Nous supposons que les variations de la production de l'huile sont, en partie, expliquées par celles de sa matière première. C'est ce que nous essayons de représenter au graphique n°1.



Source : Elaboré par nous-mêmes, à partir des tableaux 1 et 2.

Il ressort du graphique n°1 une corrélation positive entre les approvisionnements en amandes palmistes et la production en huile palmiste, car les deux variables sont liées à 0,7388.

Par ailleurs, les variations des quantités des matières premières ont permis d'expliquer la production à **54,58%**, toutes choses restant égales par ailleurs.

**- Evolution de l'offre des tourteaux (PKE) en kg de 2019 à 2021**

Nous présentons dans ce tableau l'évolution de la production de PKE durant la période ci-haut.

Tableau n°3 : Production des PKE (Kg)

Années	2019	2020	2021
<b>Janvier</b>	76058	67765	69770



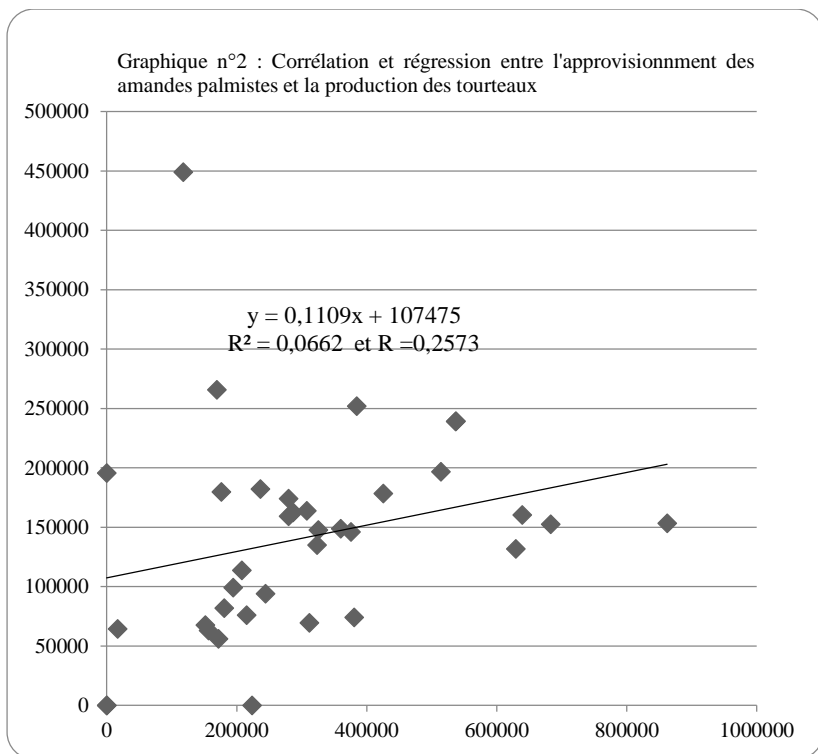
<b>Février</b>	64512	63305	182417
<b>Mars</b>	-	82125	148847
<b>Avril</b>	-	94190	146260
<b>Mai</b>	449222	99200	147910
<b>Juin</b>	-	131840	196831
<b>Juillet</b>	252137	153350	74364
<b>Août</b>	178541	160400	239575
<b>Septembre</b>	195715	152600	239133
<b>Octobre</b>	162687	163950	135047
<b>Novembre</b>	56160	265800	174309
<b>Décembre</b>	113950	179900	159397
<b>TOTAUX</b>	<b>1.144.682</b>	<b>1.882.722</b>	<b>1.913.860</b>

Source : Elaboré par nous - mêmes sur base des rapports annuels

Après analyse des données collectées, nous observons que la production de PKE n'a fait qu'augmenter d'une année à l'autre comme le démontre le tableau ci-dessus :

- En 2020, la production des PKE a augmenté de 738040kg, soit un accroissement de l'ordre de 64,48% par rapport en 2019 ;
- En 2021, elle a aussi augmenté de 3118kg, soit 1,65% par rapport en 2020.

Le tourteau est le rebut des amandes palmistes après usinage. Nous pouvons supposer que plus il y a des amandes palmistes, plus la production des rebuts serait grande. Les résultats sur la corrélation et la régression entre les approvisionnements en amandes palmistes et la production des tourteaux sont représentés au graphique n°2 ci-dessous.



Source : Elaboré par nous-mêmes, à partir des tableaux 3.

Le graphique n°2 nous révèle une très faible corrélation entre quantités approvisionnées en matières premières (amandes palmistes) et la quantité des tourteaux produite par la SCAM/PKO de la ville de Boma du fait que le coefficient de corrélation est de **25,73%**. Ces approvisionnements ne permettent pas d'expliquer les variations de la production (**6,62%**), toutes choses restant égales par ailleurs.

- **Synthèse de l'offre de PKO et PKE (kg) de 2019 à 2021**

Nous illustrons dans le tableau ci-dessous la synthèse de production de **PKO et PKE** durant les trois années. Cette synthèse fait une comparaison entre les produits de la SCAM/PKO.

Tableau n°4: Synthèse de l'offre de PKO et PKE (kg) 2019 à 2021

Année	PKO		PKE	
	Kg	%	Kg	%
<b>2019</b>	975908	24	1144682	23
<b>2020</b>	1518869	37	1882722	38
<b>2021</b>	1522093	39	1913860	39
<b>TOTAUX</b>	<b>4016870</b>	<b>100</b>	<b>4941264</b>	<b>100</b>

Source : Elaboré par nous-mêmes sur base des rapports annuels

**1°. Synthèse de l'offre de PKO**

Sur une production totale 4.016.870 litres, les productions de trois années sont respectivement de 39% en 2015, 37% en 2020 et 24% en 2019.

## 2°. Synthèse de l'offre de PKE

Pour un total de la production de 4.941.264kg des tourteaux, l'évolution durant les trois années a été respectivement de 39% en 2021,38% en 2020 et 23% en 2019.

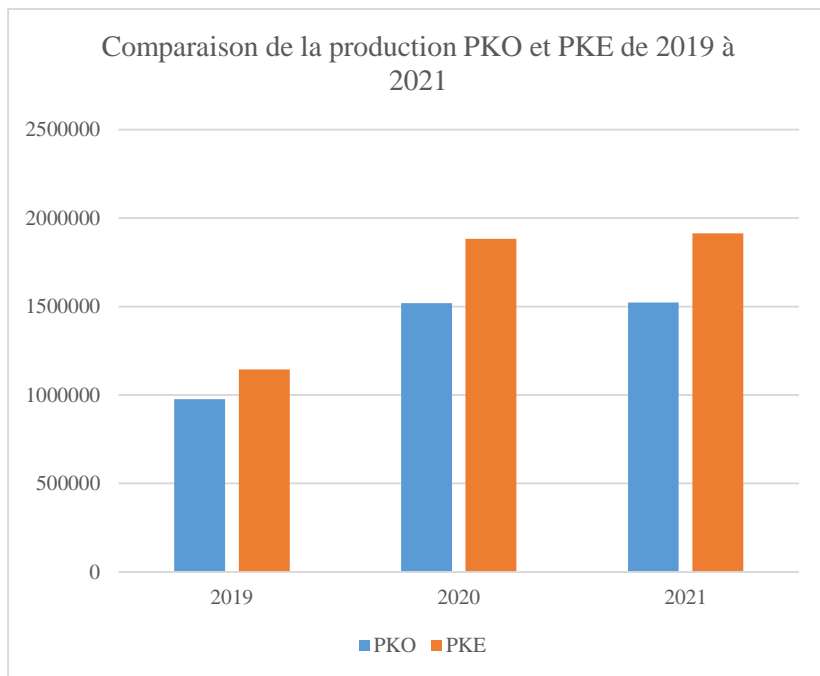
Le tableau n°5 présente les principaux indicateurs statistiques de synthèse de la production des PKO et PKE.

Tableau n°5 : Indicateurs de synthèse des productions PKO et PKE	
INDICATEURS	VALEURS
MOYENNE PKO	110.279,7
MOYENNE PKE	141.035,2
ECART TYPE PKO	73.823,1
ECART TYPE PKE	86.577,3
COEFF. DE VARIATION PKO	66,9%
COEFF. DE VARIATION PKE	61,4%

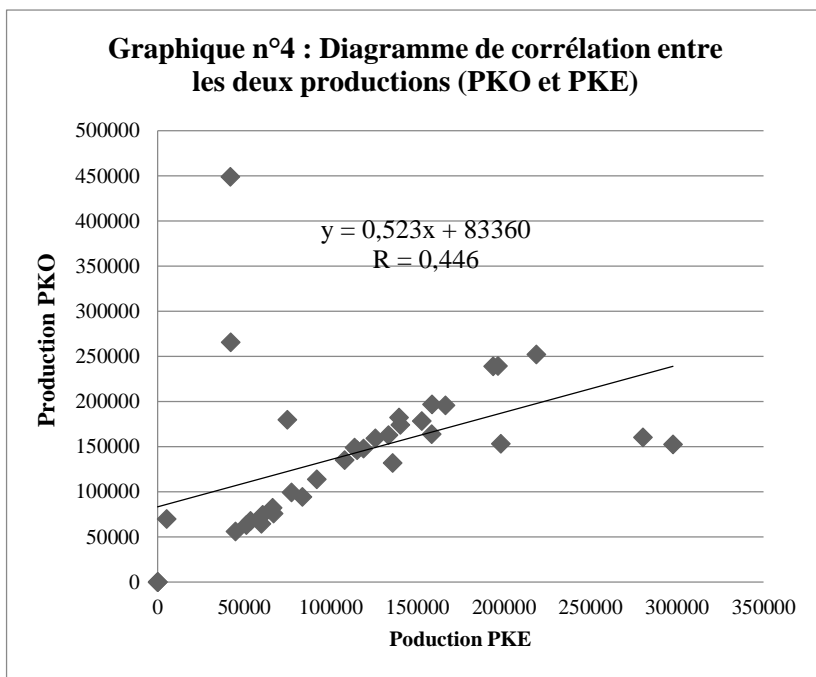
Source : Elaboré par nous – mêmes

Le tableau n°5, nous indique qu'en moyenne, 110.279,7 litres de PKO ont été produits, avec un écart-type de 73.823,1 ; soit un coefficient de variation de **66,9%** autour de la moyenne. Pour le PKE, 141.035,2 sacs étaient produits en moyenne avec un écart-type 86.577,3, soit un coefficient de variation de **61,4%**.

**Graphique n°3 : Comparaison de la Production PKO et PKE**  
Le graphique n°3 compare la production de ces deux produits afin de connaître celui qui a été plus offert sur le marché.



Les résultats visualisés au graphique n°3 ci-dessus renseignent que parmi les deux produits sous-étude, le PKE a été plus offert sur le marché, dans l'ensemble, par rapport au PKO. Cela se justifie par l'usage plus répandu du PKE par rapport à l'usage du PKO servant à la fabrication des savons artisanaux. Nous allons vérifier, à présent, l'existence d'une liaison entre les deux productions, car les deux dérivent de la même matière première à savoir, les amandes palmistes.



Source : Elaboré par nous-mêmes

Le graphique n°4 nous renseigne une forte dispersion entre les points représentant les combinaisons des deux productions. Cette situation se traduit statistiquement par une corrélation faible (0,446, soit 44,6%) entre les deux variables.

#### - Evolution de la demande des tourteaux

Nous allons présenter les comportements du consommateur face à ce produit sur le marché dans la ville de Boma. L'unité de mesure de la vente des tourteaux à la SCAM/PKO est de 50kg par sac. Ainsi étant donné que les données recueillies sont en kg,

nous avons déterminé le nombre kg en sac de 50kg par mois et également calculé les quantités vendues en valeur.

Tableau n°6: Evolution de la demande des tourteaux (sac de 50kg) 2019 à 2021

Année /mois	2019	2020	2021
<b>Janvier</b>	6190	1355	3033
<b>Février</b>	9049	1266	3751
<b>Mars</b>	-	1643	2699
<b>Avril</b>	-	1884	3102
<b>Mai</b>	-	1984	3939
<b>Juin</b>	898	2637	3314
<b>Juillet</b>	4802	3067	3200
<b>Août</b>	3804	3208	3810
<b>Septembre</b>	3469	3052	3521
<b>Octobre</b>	3667	3279	4131
<b>Novembre</b>	1162	5316	4496
<b>Décembre</b>	2262	3598	4545
Totaux	<b>35.303</b>	<b>32.289</b>	<b>43.541</b>

**Source :** Elaboré par nous-même sur base des rapports annuels

Au regard de ce tableau sur la demande des tourteaux des consommateurs, nous voyons que la demande a diminué en 2020 et a augmenté en 2021.

- En 2020, la demande a régressé de 3014 sacs, soit une diminution 8.5% par rapport en 2019 ;
- Et enfin en 2021, la demande des tourteaux a accru de 11252 sacs ; soit un accroissement de 34,80% par rapport en 2020.

#### - Evolution de la demande des huiles palmistes

Le tableau ci-dessous présente l'évolution de la vente des huiles palmistes au consommateur de la ville de Boma

par la SCAM/PKO. Ces huiles servent pour la fabrication des produits cosmétiques et autres à usage domestique, tel que la fabrication des savons à base des huiles palmistes.

Pour ce faire, nous avons jugé opportun de présenter son évolution sur le marché des biens et des services. Il y a lieu de signaler que durant la période sous étude, le prix est resté inchangé, c'est-à-dire à **1050Fc**.

Tableau n°7: Evolution de la demande des huiles palmistes (litre) (FC) 2019 à 2020.

Année /mois	2019	2020	2021
<b>Janvier</b>	10296300	18769800	48987750
<b>Février</b>	-	53728500	-
<b>Mars</b>	-	48586650	1050462
<b>Avril</b>	-	38556000	525
<b>Mai</b>	24418800	27004950	36762600
<b>Juin</b>	-	35595000	47237400
<b>Juillet</b>	91845600	104076000	35679000
<b>Août</b>	103302150	173119800	79821000
<b>Septembre</b>	58152507	156308250	50400000
<b>Octobre</b>	102144000	83055000	50400000
<b>Novembre</b>	47046300	26491500	244020000
<b>Décembre</b>	48189750	19666500	-
<b>Totaux</b>	<b>485.395.407</b>	<b>784.957.950</b>	<b>594.358.737</b>



Source : Elaboré par nous-même sur base des rapports annuels.

En analysant le tableau n°7, nous constatons que la vente des huiles palmistes a augmenté en 2020 et a diminué en 2021. Néanmoins, en 2020, les ventes ont augmenté de l'ordre de 299562543 francs congolais, soit un accroissement de 62% par rapport en 2019 et en 2021, les ventes ont régression de l'ordre de 190599213 francs congolais, soit une diminution de 24,28% par rapport en 2020.

Tableau n°8: Evolution de la demande des tourteaux (sac de 50kg) en valeur (FC) 2019 à 2021

Année /mois	2019	2020	2021
<b>Janvier</b>	30950000	6775000	15165000
<b>Février</b>	45245000	6330000	18755000
<b>Mars</b>	-	8215000	13495000
<b>Avril</b>	-	9420000	15510000
<b>Mai</b>	-	9920000	19695000
<b>Juin</b>	4490000	13185000	16570000
<b>Juillet</b>	24010000	15335000	16000000
<b>Août</b>	19020000	16040000	19050000
<b>Septembre</b>	17345000	15260000	17605000
<b>Octobre</b>	18335000	16395000	20655000
<b>Novembre</b>	5810000	26580000	22480000
<b>Décembre</b>	11310000	17990000	22725000
<b>Totaux</b>	<b>176.515.000</b>	<b>161.445.000</b>	<b>217.705.000</b>

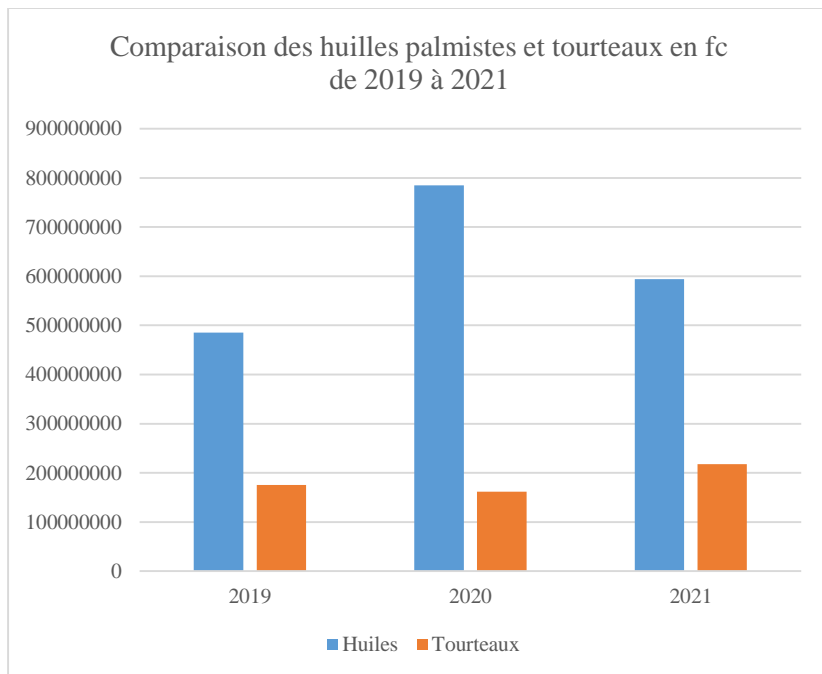
Source : Elaboré par nous-même sur base des rapports annuels

- Mutatis mutandis, en 2020 la demande en valeur a diminué de 15.070 FC, soit une régression de 8,5% par rapport en 2019 ;
- Tandis qu'en 2021, celle-ci a accru de 56.260 franc congolais, soit une augmentation 34,80%.

### - Etude comparative des ventes de deux produits

Le graphique n°5 compare les ventes de deux produits en francs congolais afin de savoir celui qui a rapporté le plus des liquidités à l'entreprise. Le tableau n°20 présente quelques paramètres de synthèse de deux distributions.

Graphique n°5 : Comparaison, des huiles palmistes et tourteaux



Source : Elaboré par nous-même sur base des rapports annuels

Il ressort du graphique n°5 qu'entre les deux produits, les barres de l'huile palmiste ont été très largement supérieures à celles des tourteaux pour la quasi-totalité des mois considérés dans cette étude. Par conséquent, l'huile palmiste a rapporté le plus des liquidités à l'entreprise par rapport au tourteau, car c'est le produit leader correspondant à la raison sociale de l'entreprise.

Tableau n°9: Comparaison de quelques paramètres de synthèse de deux distributions

QUELQUES MESURES DE SYNTHÈSE	HUILE PALMISTE	TOURTEAU X
<b>MOYENNE</b>	51.797.558,17	15.435.138,9
<b>ECART-TYPE</b>	54.018.636,8	8.893.224,91
<b>COEFFICIENT DE VARIATION</b>	104,3%	57,6%

Source : Elaboré par nous-même sur base des rapports annuels.

Du tableau n°9 ressort qu'en moyenne, les ventes de l'huile palmiste ont été de 51.797.558,17 FC par mois, avec un large écart-type de 54.018.636,8 ; soit un coefficient de variation de 104,3% autour de la moyenne alors que pour le tourteau, la moyenne mensuelle était de 15.435.138,9 FC avec un écart-type de 8.893.224,91FC, soit un coefficient de variation de 57,6% autour de la moyenne.

Après analyse des collectes de données sur les approvisionnements en amande palmiste durant les trois années sous étude, il ressort que les achats en amande ont augmenté de 114,5% en 2019 et 1,5% en 2021. Au regard de cette situation observée, la production des huiles palmistes (PKO) a aussi accru en 2020, soit une augmentation de 55,6% et en 2021 bien que faible, soit 0,2% et enfin, celle des tourteaux (PKE) a augmenté en 2020 et 2021, soit respectivement de 64,48% et 1,65% toute chose restant égale par ailleurs.

En comparant les deux produits, nous sommes arrivés à une conclusion selon laquelle la production des deux produits n'a fait qu'augmenter dans les propositions telles que 24%,37% et 39% respectivement en 2019, 2020 et 2021 pour l'huile palmiste et 23%, 38% et 39% pour les tourteaux.

## **Conclusion**

La présente conclusion porte sur les points ci-après :

### **1°. Synthèse de l'étude**

Le présent article qui s'achève a porté sur l'analyse des marchés des huiles palmistes et tourteaux dans la ville de Boma. La rédaction de cet article a eu pour objectif de faire une analyse sur l'évolution des marchés des deux produits entre l'huile palmiste et le tourteau par rapport à l'offre et à la demande.

## **2°. Principaux résultats**

Après investigation, les résultats ci-après ont retenu notre particulière attention :

### **► Evolution des approvisionnements en amandes palmistes**

Durant les trois années sous études, les achats ont été de 2.047.510 kg en 2019, 4.392.101 kg en 2020 et 4.458.967 kg en 2021. Quant à sa variation, il ressort en 2020 les achats en amande palmiste ont accru de l'ordre de 114,5% par rapport en 2019, en 2021, ils ont augmenté de 1,5%. Si les achats ont connu une faible variation en 2021, cette situation se justifie par le fait qu'au mois de juin et au mois septembre 2021, les vendeurs des amandes palmistes se sont livrés à d'autres activités principalement celles liées aux travaux de champ.

### **► Evolution de l'offre de l'huile palmiste PKO**

La production des huiles palmistes a également connu une augmentation durant la période sous étude suivant les proportions que voici : 975.908 litres en 2019, 1.518.869 litres en 2020 et 1522093 litres en 2021. Durant les trois années analysées, les analyses font état de ce qui suit : la production des huiles palmistes ont accru de 55,6% en 2020 par rapport en 2019 et 0,2% en 2021 par rapport en 2020. La faible production observée au mois juillet à octobre est due suite à la baisse des approvisionnements, toutes choses restant égales par ailleurs.

### ► **Evolution de l'offre des tourteaux PKE**

Nous référant au tableau n°3, nous constatons que la production des tourteaux tels qu'on l'appelle en comptabilité analytique et de gestion (déchets et rebuts), celle-ci a augmenté dans l'ordre que voici : un accroissement de 64,48% de kg en 2020 par rapport en 2019 et 1,65% de kg par rapport en 2020.

### ► **Comparaison entre l'offre des huiles palmistes et des tourteaux**

En comparant la production des deux produits, il ressort ce qui suit : la production des huiles palmistes a été de 4.016.870 litres, avec une moyenne de 110.279,7 litres, un écart-type de 73.823,1 litre et un coefficient de variation 66,9% et celle des tourteaux a été 4.941.264 kg, avec une moyenne de 141.035,2kg, un écart-type de 86577,3 kg soit un coefficient de 61,4%.

### ► **Evolution de la demande des huiles palmistes et des tourteaux.**

En observant le tableau n°7 relatif à la demande de l'huile palmiste, celle-ci a varié de 62% en 2019 et 24,28% en franc congolais rapport en 2020. Par contre, le tableau n°8 sur la demande des tourteaux renseigne qu'en 2020 la demande a diminué de 8,5% et a accru de 34,80% en franc congolais en 2021.

La comparaison de quelques paramètres de synthèse de deux produits ; à savoir : l'huile de palmiste et le tourteau, nous observons que la moyenne est de 51.797.558,17 litres, un écart-type de 54.018.636,8 litres et un coefficient de variation de 104,3% pour les huiles palmistes et une moyenne de

15.435.138,9kgs, un écart-type de 8.893.224,91kgs et un coefficient de variation 57,6% pour le tourteau.

### **3°. SUGGESTIONS**

Nous suggérons aux différents acteurs des marchés des huiles palmistes et de tourteaux ce qui suit :

- La société SCAM/PKO devra revoir sa politique d'approvisionnement en amandes palmiste afin d'éviter certaines ruptures de stock, stimuler les fournisseurs des amandes en leur proposant le meilleur prix. Dans le même ordre d'idée, nous pensons que la SCAM doit aider la population Bomatracienne en matière d'achat d'huile palmiste et tourteau de pouvoir catégoriser le prix de vente de deux produits, ceci permettrait aux consommateurs même ceux à faible revenu d'accroître leurs activités pour la fabrication des savons à huiles palmistes et également pour l'alimentation de leurs volailles et des porcs.

- Aux consommateurs (détaillants), nous leurs conseillons de soutenir la société dans la mesure que celle-ci est la seule société qui produit ceux dont ils ont besoin. Ils devront également rencontrer les dirigeants de la société en matière de fixation de prix.

- A l'Etat congolais, nous pensons qu'il est impérieux de conserver les quelques acquis qui nous restent pouvant participer à l'amélioration des recettes du Trésor public. Certes nous n'avons pas abordé la matière liée à la fiscalité, mais, nous demandons seulement aux autorités de revoir leurs politiques

fiscales afin d'éviter les différentes fermetures des sociétés existantes. Ainsi, pour sa pérennité et surtout que la société est dans une situation de monopole, cette dernière est dans l'obligation d'offrir aux consommateurs la meilleure qualité des produits afin de ne pas perdre la confiance des consommateurs au profit des nouveaux entrants dans le domaine des huiles palmistes et des tourteaux.

## Références bibliographiques

### Bibliographie

ALEXANDER HIAM et SHEWE.MBA C, (1994) ; *Marketing, les concepts*, 12<sup>ème</sup> édition, University of California, Paris, .

BARREAU J et Jibard G, (1980), *Economie et organisation de l'entreprise*, 3<sup>ème</sup> Edition Sirey Paris, p 26.

KOTELR P, (2005), *Marketing et contre marketing*, Janvier- février, p 11.

KOTLER et Dubois, (2000), *Marketing management*, 10<sup>ème</sup> édition, Publi-union, Paris, p 32.

MARK LEHU J, *L'encyclopédie du marketing*

PAUWELS M, (1979), *Principes d'économie commerciales et comptabilité*, 3<sup>ème</sup> Ed A Broeck. Bruxelles, p 8.

VAN LAETHEM Nathalie, (2005), *Toute la fonction marketing*, Dunod, Paris, p 10-11.

WASSEIGE Y, (2005), *L'Economie politique*, Edition couleur livres, Bruxelles, P 34.



## **Rapports, articles et textes légaux**

Mairie de Boma, Rapport annuel 2021  
SCAM/Tshela, Rapport annuel des productions 2019 à  
2021

VOL 3 N ° 7 / Avril 2024

COLLECTION RECHERCHES & REGARDS D'AFRIQUE

ISBN : 978-2-493659-12- 5