

L'accès au marché des cultures maraichères : Focus sur la production et l'évolution des prix des légumes à Lubumbashi en RD Congo

[Market access for vegetable crops : Focus on the production and evolution of vegetable prices in Lubumbashi in DR Congo]

Nkulu Mwamba Lionel¹, Mabela Séraphin¹, Mukoko Yves², Mungala Tamufu Patrick³, Kidindwe Mbuya Joel², Luhembwe Ngongo Jacques⁴, and Ntumba Ndaye François⁴

¹Association pour la Promotion de l'Education et de la Formation à l'Etranger (APEFE) secteur agricole, Wallonie Bruxelles International (WBI), Bureau de Lubumbashi, RD Congo

²Département de contrôle qualité, Centre de Recherche Agro-Alimentaire (CRAA), Lubumbashi, RD Congo

³Ministère de l'intérieur, sécurité et affaires coutumières, Kinshasa RD Congo

⁴Faculté des Sciences Agronomiques, Université de Lubumbashi B.P 1825, Lubumbashi, RD Congo

Copyright © 2020 ISSR Journals. This is an open access article distributed under the **Creative Commons Attribution License**, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

ABSTRACT: This study reports the results of research on the production and marketing of market gardening in Lubumbashi. The approach used is the analysis of the situation by comparing the level of production, that is to say the crop yields with the flow of prices observed on the market during a period of 12 months spread over two years, from September 2018 to August 2019. From these results, it appears that the areas allocated to market garden crops are small: between a maximum of 0.1 ha per member in associations and 0.8 ha for farmers. The average yields obtained on all the crops concerned vary between 12.3 tons of pepper per hectare in an association against 13.5 tons per hectare on a farm and 33.4 tons per hectare of cabbage in an association against 37.7 tons per hectare in a farm. In addition, market gardening is mostly seasonal in the different sites: more intense in the dry season. On the market, demand for vegetables is permanent over time with peak periods in the rainy season, between November and February. The potato is the product that sells best, its price varies between 1810.5 Congolese Francs and 3143.4 Congolese Francs per kg, while the cabbage has the lowest price of a kg which has varied between 950 and 985 Congolese francs during the observation periode.

KEYWORDS: Market gardening, Price, Yield, income, Marketing.

RÉSUMÉ: La présente étude rapporte les résultats d'une recherche sur la production et la commercialisation des cultures maraichères à Lubumbashi. L'approche utilisée est l'analyse de la situation par la comparaison du niveau de production, c'est-à-dire les rendements des cultures avec le flux des prix observés sur le marché durant une période de 12 mois étalés sur deux années, soit de septembre 2018 à août 2019. De ces résultats, il ressort que les superficies allouées aux cultures maraichères sont petites : entre un maximum de 0.1 ha par membre dans les associations et 0.8 ha pour les fermiers. Les rendements moyens obtenus sur l'ensemble des cultures visées varient entre 12.3 tonnes de poivron à l'hectare dans une association contre 13.5 tonnes à l'hectare dans une ferme et, 33.4 T/ha de chou pommé dans une association contre 37.7 T/ha dans une ferme. De plus, la production maraichère est surtout saisonnière dans les différents sites : plus intense en saison sèche. Sur le marché, la demande en légumes est permanente dans le temps avec des périodes de pointe en saison de pluie, entre novembre et février. La pomme de terre est le produit qui se vend le mieux, son prix varie entre 1810.5 Francs congolais

et 3143.4 Francs congolais le kg, alors que le chou pommé a le plus bas prix du kg qui a varié entre 950 et 985 francs congolais durant la période d'observation.

MOTS-CLEFS: Maraîchage, Prix, Rendement, Revenu, Commercialisation.

1 INTRODUCTION

L'augmentation de la demande alimentaire a donné une impulsion nouvelle à la commercialisation de la production agricole [1]. Face au taux de chômage élevé plusieurs habitants des villes et de leurs environs se sont lancés dans la pratique des cultures maraîchères qui se trouvent être un moyen garantissant un revenu pour la survie des ménages dont un bon nombre pour lequel le faible niveau d'études ne permet pas d'aspirer à des emplois plus exigeants en qualification et relativement plus ponctuels en rémunération [2].

A cet égard, il suffit parfois de sillonner les périmètres maraîchers de Lubumbashi ainsi que les différents marchés de la ville pour constater la présence de plusieurs sortes de légumes fournis pour la plupart des cas par des petits producteurs dont les superficies dépassent à peine les 10 ares par individu dans les associations.

Vendre ses produits agricoles à un bon prix. Voilà ce que souhaite tout agriculteur après avoir obtenue sa récolte. Cependant, pour satisfaire ses besoins immédiats, le petit cultivateur est souvent obligé de recourir à la vente de sa récolte quel qu'en soit le prix. Dans cette transaction, il en sort rarement gagnant car il doit faire face à une multitude de défis comme : l'instabilité des prix, les irrégularités saisonnières, les cultures soumises aux aléas climatiques, la concurrence des produits importés, le pouvoir d'achat limité des consommateurs, le fonctionnement non optimal des marchés tel que le non ajustement de l'offre et de la demande, les difficultés liées aux infrastructures de stockages, le manque des règles et de transparence, le faible ou manque d'accès au crédit, etc.

Alors qu'ils sont dispersés et avec un accès limité à l'information sur les marchés, les producteurs se retrouvent souvent en situation non compétitive face à des commerçants aguerris, en nombre limité et en position dominante [3].

Malgré le fait qu'ils bénéficient de la proximité des marchés urbains et périurbains [4], les maraîchers de Lubumbashi ne sont pas exemptés de la plupart de problèmes susmentionnés. Pourtant, le maraîchage fait partie de la stratégie de diversification des revenus agricoles, au même titre que l'élevage ou la transformation de produits agricoles [5]. De plus il présente l'avantage de procurer des revenus réguliers sur l'année, et la demande est en pleine expansion.

A Lubumbashi, les prix des légumes sont souvent instables d'une semaine à une autre voire d'une année à une autre pour la même période considérée. Ces fluctuations attirent du monde dans l'activité, laissant entrevoir là une opportunité à saisir quitte à s'improviser producteur. L'impréparation est dans cette de situation la principale cause d'échecs pour bon nombre des producteurs. Le manque des connaissances techniques [4], le manque d'informations sur l'évolution des prix tendent à décourager les producteurs non averti quoique ces cultures soient rentables.

Ainsi, cette étude s'intéresse à la production, au rendement ainsi qu'à la variation des prix pour les spéculations maraîchères qui ont une valeur ajoutée plus importante. Pour cela, elle se focalise volontairement sur quelques légumes fruits, légumes bulbes et légumes tubercules parmi lesquels le poivron, la tomate, les aubergines, l'oignon et la pomme de terre. Le chou pommé est le légume feuille le mieux coté sur le marché de Lubumbashi, c'est donc le seul illustré dans ce cas d'étude. La question à laquelle nous voulons répondre est comment réussir la production de ces dits légumes et parvenir à bien les écouler dans les conditions des marchés de Lubumbashi. Les résultats issus de l'analyse des données collectées sur terrain dégageront plusieurs éléments de réponse à cela.

2 MILIEU ET METHODE

2.1 MILIEU D'ÉTUDES

Les producteurs maraîchers ciblés ont été répertoriés sur plusieurs axes débouchant sur la ville de Lubumbashi (figure1). Il s'agit principalement des associations des producteurs œuvrant dans un rayon maximum de 40 km au tour de la ville. Ce rayon a été choisi pour des raisons logistiques et pratiques, il permettait à la fois de parcourir plusieurs sites dans un maximum de temps et de pouvoir les fréquenter régulièrement, mais aussi de ne considérer que les maraîchers qui ont réellement la possibilité d'atteindre physiquement les marchés de Lubumbashi compte tenu de la détérioration rapide des produits

maraichers une fois récoltés ainsi que des difficultés liées au transport et à la conservation. Les axes parcourus sont la Route Kafubu, la Route Kasumbalesa, la route Kinsevere, la route Kasenga, la route Likasi, la route Kilobelobe, la route Rwashu et la route Kipushi. La dispersion de ces sites autour de la ville nous a ainsi permis d'obtenir un échantillon représentatif d'un point de vue de diversité des producteurs et de la nature d'informations recueillies.

Le regroupement des maraichers en association des producteurs a servi de critère sélectif, cela a facilité la compréhension du rôle de l'entraide sous forme de savoir-faire technique, d'organisation de travail et de tout partage d'informations entre les membres et leurs effets sur la conduite des cultures et sur les résultats obtenus. Quelques-unes des fermes situées dans ce rayon d'action ont aussi été sélectionnées aléatoirement afin d'en ressortir les points de divergence avec les associations dits 'petits producteurs'.

NB : Dans cette étude nous entendons par « association maraichère » : un groupe de plusieurs individus producteurs des cultures maraichères travaillant ensemble, le plus souvent dans une même zone et partageant les mêmes terres cultivées, ayant en commun l'agriculture comme principale activité et source de revenu dont ils sont eux même la principale main d'œuvre. Cela exclue les regroupements des fermiers en association sous formes des coopératives et autres qui quant à eux, n'ont pas cette même structuration.

Les données sur l'évolution des prix ont été prélevées sur les quatre plus importants marchés de Lubumbashi à savoir le marché Kenya commune, Le marché Mimbulu, le marché Rails et le marché Zambia. La collecte de ces données s'étale sur une période de 12 mois allant de septembre 2018 à Août 2019.

2.2 METHODOLOGIE ET MATERIELS DE TRAVAIL

Pour l'identification des producteurs maraichers nous nous sommes surtout basés sur la liste des associations maraichères telle que répertoriées dans la base des données de l'inspection Provinciale de l'agriculture Pêche et Elevage (INSPAGRIPEL) du Haut-Katanga associée à celle de l'Association pour la Promotion de l'Education et de la Formation à l'Etranger (APEFE) dans cette même province.

Un échantillon aléatoire simple de 8 Fermes et 14 Associations maraichères pour un total de 273 Bénéficiaires rencontrés, a donc été tiré de cette liste. Un suivi au cas par cas a été fait directement sur le terrain afin de réunir toutes informations nécessaires à la compréhension de la problématique et à la réalisation de cette étude. Les descentes sur le terrain ont duré 12 mois et ont couvert 3 à 4 cycles de productions selon les sites et les cultures produites.

La cartographie du terrain (Figure 1) a été réalisée à l'aide de la géolocalisation sur google map, sur base des axes routiers de La ville de Lubumbashi qui ont été parcouru dans le cadre de cette étude.

Les données sur les prix et poids des légumes ont été collectées grâce à une fiche d'enquête et une balance de poche au près des vendeurs et vendeuses des différents marchés. Celles qui touchent les rendements des cultures ont été prélevées à la fin de chaque récolte sur le terrain, calculées sur base des superficies réelles emblavées et extrapolées à l'hectare afin de les rendre homogènes. Après encodage et traitement dans un fichier Excel nous avons pu ressortir les résultats sous formes des graphiques simples en courbes et histogrammes.

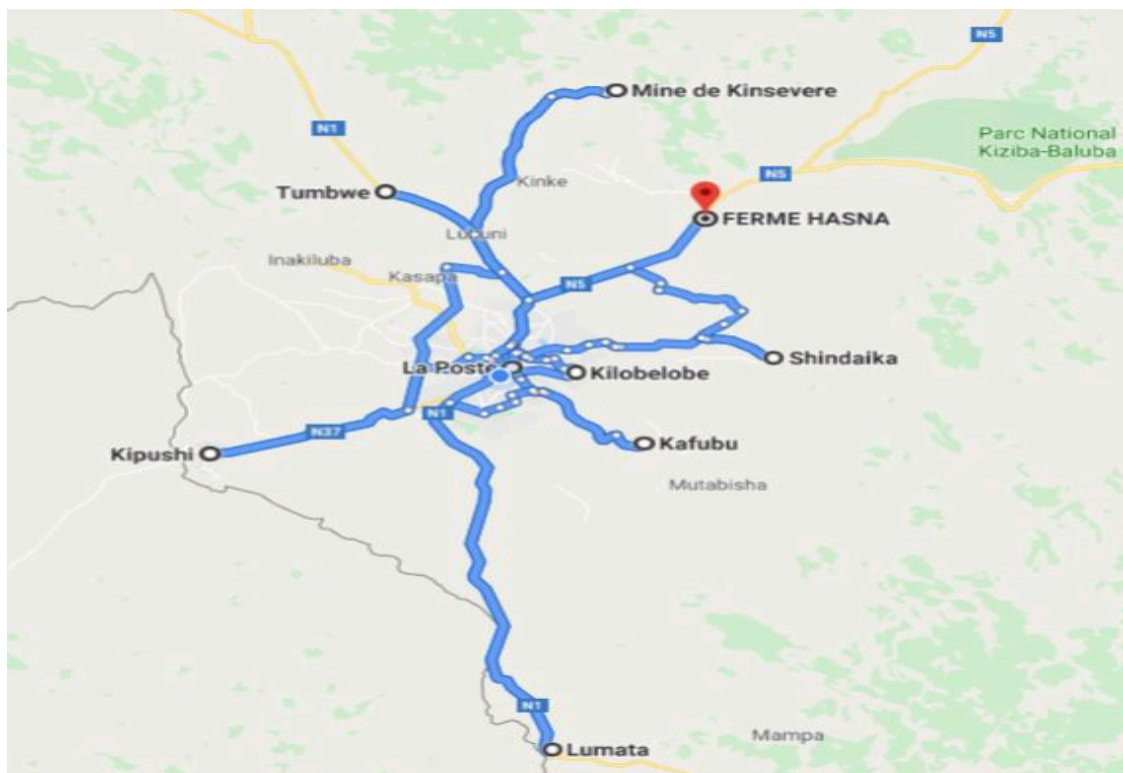


Fig. 1. Axes routiers parcourus débouchant à Lubumbashi

3 PRESENTATION ET DISCUSSION DES RESULTATS

Afin d'alléger le document, les données traitées sont exposées dans les résultats en une seule moyenne par catégorie d'information. Ainsi, la moyenne des prix sur l'ensemble des marchés est considérée comme le prix moyen de la ville de Lubumbashi et le rendement moyen de l'ensemble des associations et/ou des fermes est pris pour le rendement qu'une association ou une ferme de Lubumbashi est capable d'atteindre pour chaque culture analysée.

3.1 CONDUITE DES CULTURES MARAICHÈRES DANS LES SITES DE LUBUMBASHI

Le maraichage est perçu comme une activité saisonnière (saison sèche). Pour la plus parts des producteurs rencontrés, il se pratique dans des bas-fonds, des terrains marécageux qui sont facilement inondés en saison de pluie. Seuls quelques-uns savent valoriser les portions des terres surélevées (non inondable en saison de pluie) qui peuvent facilement évacuer l'excès d'eau et ne retenir que la quantité nécessaire à la croissance des cultures.

En effet, telle que schématisé sur la figure 2 ci-dessous, les maraichers de Lubumbashi se focalisent dans la production des cultures au moment où ils auront constaté sa rareté sur le marché accompagnée de la hausse de prix pour celle-ci. N'ayant pas pris en compte le cycle culturale (allant de 3 à 5 mois pour les cultures considérées) et de l'évolution rapide des prix sur le marché, ces derniers se retrouvent tous en train de livrer le même produit, sur le même marché et à la même période ce qui entraîne la corrélation inverse entre l'offre et la demande. Cette situation d'offre surabondante par rapport à la demande met les producteurs dans une situation de faiblesse face aux acheteurs.

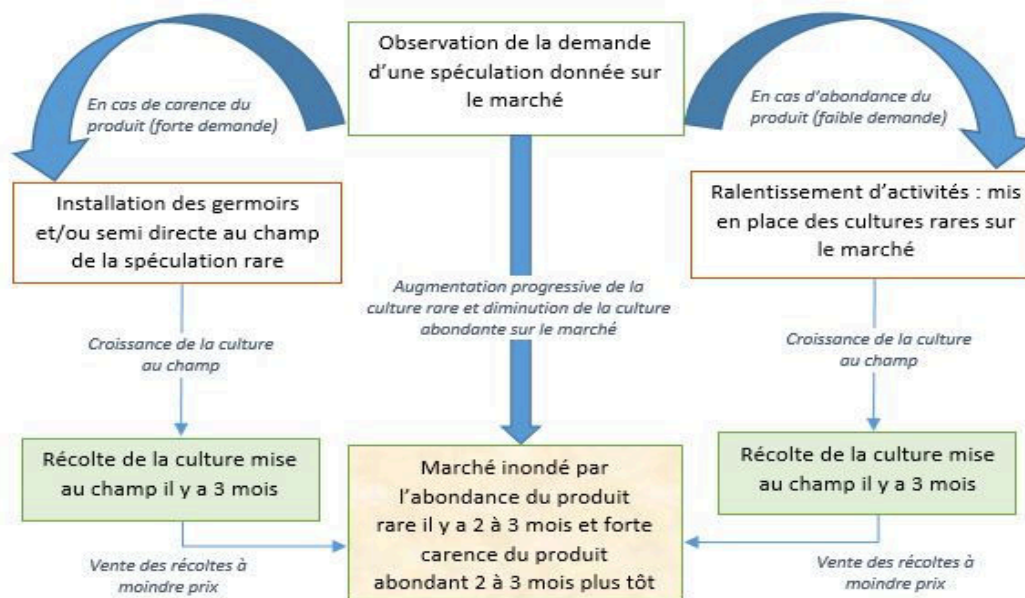


Fig. 2. Mode de conduite culturale du maraîchage en fonction du prix du marché à Lubumbashi

3.2 CONNAISSANCE TECHNIQUE ET JUSTIFICATION DES PRATIQUES

L'accès au savoir-faire technique reste un défi majeur pour le producteur. Il est évoqué par [4] aux côtés des faibles superficies emblavées et des l'utilisation d'outils aratoires rudimentaires en plus de l'usage des semences non améliorées comme la cause du non épanouissement de ce secteur. Bon nombre des maraichers rencontrés ont déclaré avoir bénéficié par le passé de la part d'acteurs de développement, d'une forme d'appui matériel et financier. Cependant, ces appuis ont manqué d'efficacité car ils n'ont pas suffisamment pris en compte le transfert des connaissances techniques (de l'agronome vers le paysan) pour avoir privilégié la seule dotation en ressources matériels. De plus, l'introduction des nouvelles variétés supposées améliorer le rendement, implique par ailleurs des habitudes nouvelles chez le producteur : coûts supplémentaires en fertilisants, produits phytosanitaires, quantité de travail, etc. Le non accompagnement technique du producteur se révèle ici comme étant l'une des causes majeures qui ont générées l'échec d'une telle approche.

Pour ce faire, la maîtrise des principes fondamentaux du maraîchage est cruciale à la réussite de ceci. Les aspects suivants qui entrent en jeu dans la décision de produire ont été analysés.

3.2.1 LE CHOIX DU TERRAIN

Le sol est le substrat principal des cultures, il joue plusieurs rôles pour la survie des plantes dont celui d'encrage et d'assiette qui nourrit les racines en contenant les éléments minéraux et organiques nécessaires à la croissance et au développement de la plante. La croissance de l'urbanisme est forte [6], cela restreint la possibilité d'accroître les superficies emblavées ni même de pratiquer l'assolement et la rotation culturale dans le milieu urbain et péri urbain. Ce défi se vit tout aussi bien chez les maraichers de Lubumbashi qu'ailleurs.

Les bas-fonds quoique riches en alluvions ne favorisent pas une production continue à saison et à contre saison des cultures maraichères. Dans le contexte de Lubumbashi, la saison sèche va de mai à septembre et la saison pluvieuse de novembre à mars [7] avec avril et octobre comme période de transition. Cette situation freine la potentialité de pratiquer le maraîchage toute l'année lorsque les terrains exploités sont des marécages, elle réduit la production à un seul voire deux cycles maximum sur une année en lieu et place de 3 ou 4 cycles culturaux.

L'utilisation des fumures organiques (fumier, composte, déchets ménager, etc.) est non seulement une source importante de réduction des déchets dans les milieux urbains et périurbains [4] mais aussi et surtout, une solution écologiquement responsable dans l'amélioration de la structure et la texture du sol ainsi que dans l'accroissement de sa productivité.

3.2.2 LE CHOIX DES CULTURES

Que produire ? Dans les marchés comme sur le terrain, il a été constaté que les productions sont plus ou moins périodiques et identiques. Il y a une faible diversité des cultures dans les champs. L'offre locale est discontinuée alors que la demande en légumes est permanente. Les prix demeurent fréquemment élevés et à la récolte l'on remarque des fluctuations de prix entre l'avant et l'après production [11]. Ce paradoxe du marché a tendance à dissuader les producteurs sur l'élargissement des superficies emblavées et sur la mise en place d'un système de production ininterrompue. Un renforcement des capacités dans l'étude du marché serait un appui de grande importance dans la consolidation de l'activité : élargissement des espaces cultivées et production sur une plus longue durée avec impact positif sur le revenu. Cette approche a permis, au Burkina Faso [8], de créer un impact positif sur la mise en marché des produits agricoles dont la création d'une entreprise sociale qui cherche les débouchés les plus rémunérateurs et signe des contrats de production, de qualité et de prix garantis avec les femmes productrices.



Fig. 3. Production des choux pommés et aubergines blanches dans un site maraîcher de Lubumbashi

3.2.3 LA PÉRIODE DE PRODUCTION

Quand faut-il produire ? La réponse à cette question détermine la pertinence d'une décision de produire ou pas. C'est une étape importante dans la recherche du profit, car bonne récolte ne signifie pas forcément bonne rente. Des grandes récoltes mal calculées peuvent occasionner des grosses pertes financières. Ainsi donc, il convient aux producteurs de bien gérer l'offre en quantité de production. Selon [9] cela permet aux producteurs de veiller à ce que les prix soient suffisants pour couvrir leurs coûts de production et leur donne l'assurance d'une certaine stabilité du prix.

Tableau 1. Période de production des légumes dans les sites maraîchers

Période de production → Spéculations ↓	Janv.	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin	Juill	Aout	Sept	Oct	Nov	Déc
Tomate												
Chou pommé												
Oignon												
Poivron												
Aubergines												
Pomme de terre												

Légende :

Période de forte production
 Période de production moyenne
 Période sans production

Du tableau 1 se dégagent les arguments qui montrent que la production de la plus part des cultures ne couvrent pas l'entière période d'une année. Les aubergines semblent se sortir du lot avec seulement une période de diminution de production sans un arrêt complet pour près de 6 mois. La pomme de terre quant à elle, suite à sa courte période de production

au niveau locale, elle maintient une bonne tendance de prix sur le marché. La tomate pour sa part est totalement absente des champs durant la période des fortes pluies, cela coïncide également à la période à laquelle elle est plus sollicitée sur le marché.



Fig. 4. Récolte du chou pommé et de la tomate dans une ferme de Lubumbashi

La périssabilité des récoltes maraichères est bien plus rapide que celle d'autres cultures, leur taux d'humidité élevé les fait se dégrader très vite, leur conservation est de l'ordre de quelques jours seulement [10]. Cet aspect est une contrainte supplémentaire à la bonne conduite de cette activité car, une période de soudure ne peut être observée sur ces récoltes faute d'équipements adéquats de conservation, transformation et stockage. Le producteur est de ce fait contraint à écouler sa production dans un délai très bref entre la récolte et la consommation finale.

3.3 RENDEMENTS DES CULTURES DANS LES SITES MARAICHERS

3.3.1 DISTINGUO ENTRE FERMES ET ASSOCIATIONS

Cette comparaison vient différencier les rendements obtenus dans les fermes de ceux des associations des petits producteurs. En effet, ces deux catégories des producteurs sont organisées de deux manières différentes : les responsables des fermes ont un rang social plus élevé que celui des paysans, ils sont par ailleurs détenteurs d'autres sources de revenu qui leur permette d'investir de façon plus conséquente dans la production agricole, ce qui leur donne un certain atout dans la prise des décisions relatives à la production. Le tableau 2 fait ressortir les principaux aspects typiques.

Tableau 2. Analyse comparative des fermiers et associations dans la production maraichère

Fermiers	*Associations maraichères
Propriétaires des terres : sont en sécurité foncière, ont une grande superficie emblavée et peuvent produire à saison et à contre saison, sont libre de faire toute sorte d'aménagement et de production à cycle long ;	Locataire par bail à métayage ou fermage : risque d'être délogé, difficulté de pérenniser la production, exploitation des petites superficies et particulièrement des bas-fonds (pas de rotation culturale ni d'assolement, maraîchage limité à la saison sèche) ;
Niveau de vie élevé : investissement plus important, diversité des cultures au champ, accès facile aux intrants de qualité, possibilité de recourir à un professionnel (ingénieur agronome), évacuation facile vers les marchés éloignés du champ ;	Niveau de vie inférieur : investissement très faible, dans les cultures à faible valeur ajoutée et plus ou moins facile à produire (légumes feuilles : amarantes, chou de chines, feuille de courge, etc.), vente sur pieds ou au bord du champ aux intermédiaires ;
Bonnes techniques de production : rendement plus élevé, meilleure qualité de récolte, accès au meilleur part du marché, revenu élevé, etc.	Mauvaises techniques de production : faible rendement, mauvaise qualité des produits, vente à moindre prix, faible revenu, etc.

* Ces producteurs quoique regroupés en associations, ne font que peu d'échanges d'expériences et de savoir entre les membres. Le regroupement en association permet pour la plupart de s'identifier au près du gouvernement et de ses partenaires qui œuvrent dans le secteur agricole, pour pouvoir ainsi bénéficier d'appui en matériels aratoires et autres intrants agricoles (semences, engrais, binettes, arrosoirs, etc.). Cela se constate facilement par le changement régulier des effectifs des membres selon l'intérêt qui est porté au groupe. Cela constitue un blocage à l'épanouissement de ces membres.

Toutes fois, quelques-unes de ces associations visitées, notamment les associations KASSAMBA et TAFIMBWA, s'organisent de manière à se développer collectivement, l'entraide y est plus visible : négociation de prix et vente commune des récoltes ; en plus des champs individuels, il y a aussi la production sur champ collectif (figure 5) qui est aussi le lieu de réunion et de partage des savoirs ; avec une bonne organisation de travail (répartition des tâches, suivi de présence, etc.) ; mise en place d'une caisse d'épargne et de crédit bien structurée, participation à des ateliers de formation et foires d'exposition agricoles, etc.



Fig. 5. Arrosage d'un champ collectif d'oignon dans une association maraîchère

3.3.2 PRESENTATION DES RENDEMENTS DES CULTURES

La figure 6, illustre l'évolution des rendements pour un certain nombre des cultures. Ceux-ci sont satisfaisants du point de vue des maraichers. Les cultures maraîchères, du fait de leur faible besoin en espace, permettent d'obtenir des récoltes multiples sur la même parcelle au cours d'une année. A l'inverse, cette multiple productivité attachée au cycle court de production, conditionnée aussi par les espaces réduits en milieu urbain et périurbain encourage les productions en monoculture qui induisent une dégradation des sols de suite de l'intense exploitation. Toutes fois, ce paradoxe est bienfaisant car il suscite l'utilisation des matières organiques telles que la bouse de vache et la fiente de poule comme moyen de revitalisation des sols, avec pour conséquences : la réduction des déchets dans les milieux urbains et périurbains [8], la fertilisation des sols par des techniques agroécologiques [5] et par ricochet l'accroissement des rendements culturales. Les résultats obtenus s'apparentent à ceux observés chez les producteurs sénégalais [9] dans la production de l'oignon qui ont avoisiné les 30 tonnes à l'hectare.

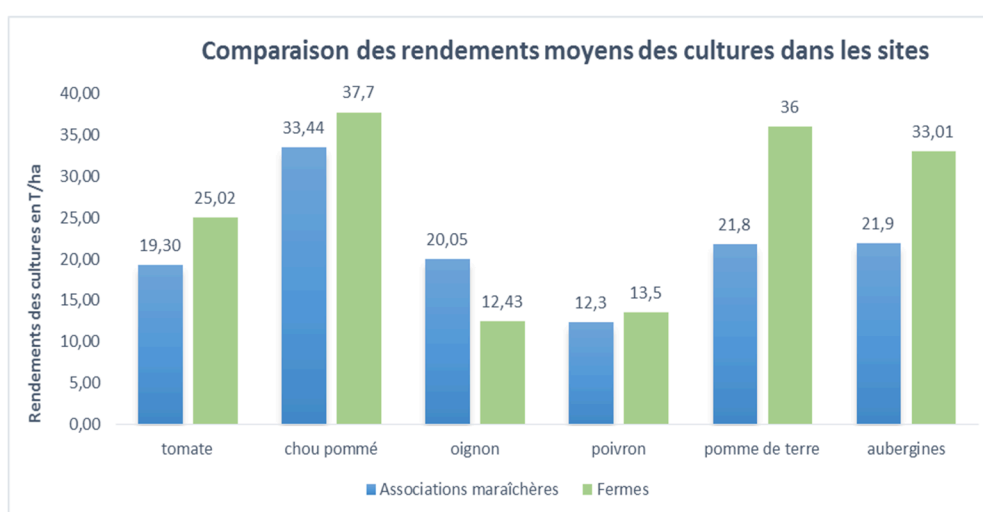


Fig. 6. Rendements des cultures dans les sites maraichers de Lubumbashi

3.4 FONCTIONNEMENT DES MARCHÉS DE LUBUMBASHI

3.4.1 LA SAISONNALITÉ DE LA PRODUCTION ET LA RIGIDITÉ DE LA DEMANDE

Les denrées agricoles ne sont pas produites en permanence. De plus, la demande en produits agricoles est assez constante dans le temps, elle est rigide par rapport aux prix [10]. Ainsi, l'arbitrage entre le choix des cultures et la période de production découle surtout de l'idée qu'a le producteur du marché et de son fonctionnement. Le prix est la clé de la commercialisation (Figure 7), maîtrisé il permet de jauger l'offre et la demande du marché. C'est ainsi que l'on a pu observer au Burkisa Faso, d'après [8], pendant les récoltes d'oignon au mois de mars le prix tombe à 250/350 FCFA le kilo. Mais quatre mois plus tard (juillet), les prix flambent à 700 FCFA jusqu'en janvier-février de l'année suivante. Les marchés sont alors approvisionnés avec des oignons des Pays-Bas, du Maroc et du Niger.

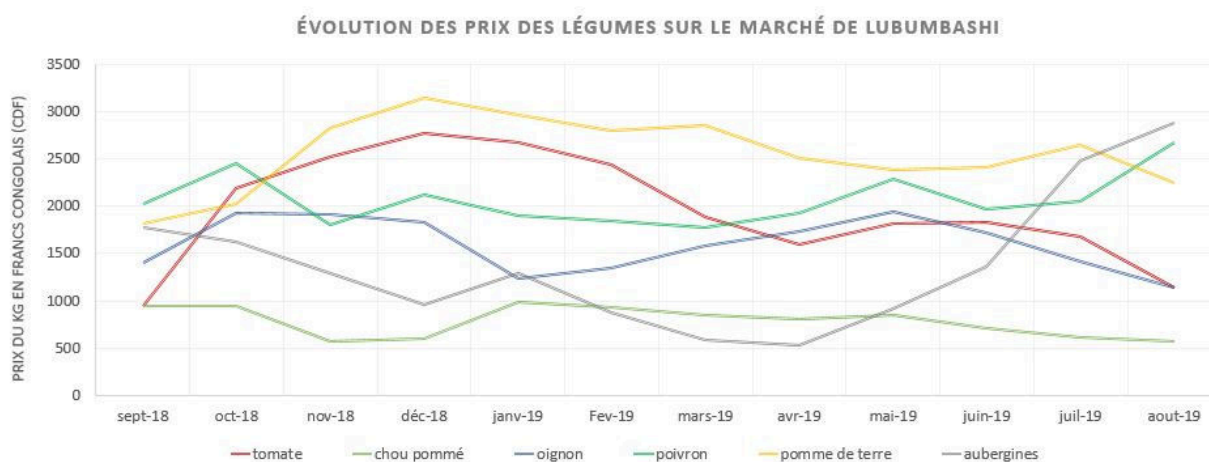


Fig. 7. Prix des cultures maraichères à Lubumbashi

La Figure 7 ci-dessus présente comment ont évolués différents prix des légumes sur les marchés de Lubumbashi pendant 12 mois. Les périodes de pointe où les légumes ont coûté chers, correspondent à la fin de saison. Le besoin en principaux légumes est ainsi couvert par l'importation en provenance des pays limitrophes, principalement la Zambie et la Tanzanie. Face à la concurrence, les maraichers se livrent à la vente aux petits marchés de faible consommation dans les quartiers périphériques. Dans ce contexte, les stratégies commerciales développées sont majoritairement caractérisées par un modèle traditionnel : vente sur pied et orientée vers une population sensible ayant accès à ces points de ventes [12]. Cette situation ne fait que restreindre les incitations à participer à l'économie monétaire, et les producteurs ont tendance à se replier sur une agriculture de subsistance au lieu de se tourner vers des activités plus commerciales.

4 CONCLUSION

Ce travail a voulu soulever, à travers ses résultats, le contexte dans lequel sont produites et commercialisées les cultures maraichères dans la ville de Lubumbashi. Pour cela, l'ensemble des données recueillies et présentées ci-haut nous mènent à conclure de la manière suivante :

Lorsqu'ils disposent d'informations sur les marchés et sur les prix, les paysans peuvent prendre des décisions concernant la commercialisation des produits qui sortent de leur exploitation, dès lors qu'on leur a appris à interpréter et à exploiter ces données, ainsi qu'à s'organiser collectivement, et ils sont également mieux à même de comprendre les mécanismes du marché et de mettre au point des stratégies qui leur permettent de produire pour une demande réelle existante, plus ou moins quantifiable.

La gestion de l'offre a pour avantage évident l'ajustement des prix du marché interne à un niveau souhaité et la stabilisation de ces prix. Ceci permet aux producteurs de veiller à ce que les prix soient suffisants pour couvrir leurs coûts de production et qu'il leur donne l'assurance d'une certaine stabilité. Cette possibilité d'ajuster les quantités disponibles fait de la gestion de l'offre un véritable outil de la sécurité alimentaire.

Un renforcement des capacités en « fonctionnement et gestion des mouvements associatifs » tel qu'en ont pu bénéficier quelques-unes des associations, serait une base pour la consolidation des efforts menés du sens de l'amélioration des conditions de vie afin que ces unions constituent réellement une force. L'amélioration des compétences des producteurs conduit à une orientation plus commerciale de la production. L'accès aux marchés revêt donc une importance capitale pour les systèmes de production.

RÉFÉRENCES

- [1] MASTAKI NEMAGABE J. L., 2006. « Le rôle des goulots d'étranglement de la commercialisation dans l'adoption des innovations agricoles chez les producteurs vivriers du Sud-Kivu. » Thèse, 250 p.
- [2] C. Keutgen, Les maraîchers urbains de Lubumbashi : artisans de paix. Commission Justice et paix. 2013
- [3] LOTHORE A. et DELMAS P., 2009. « Accès au marché et commercialisation de produits agricoles, Valorisation d'initiatives de producteurs. » Inter-réseau, Développement rural, 176 p.
- [4] TSHOMBA K.J., MUGALU N.L., NTUMBA N.F., MUSHAGALUSHA B.A., MUYAMBO M.E. et NKULU M.F.J., 2015. « Le maraîchage et ses fonctions dans le contexte socioéconomique de Lubumbashi. » International Journal of Innovation and Applied Studies, 291-302 pp.
- [5] Programme promotion de l'agriculture familiale en Afrique de l'Ouest, fiche entretien 2014, en ligne : <https://www.alimenterre.org/alimenter-kolda-en-legumes-locaux> (20 novembre 2019)
- [6] A. Mushagalusa, J. Momba, N. Kasanda, and J. Nkulu, "Caractéristiques de l'agriculture familiale dans quelques villages de Kipushi: Enjeux et perspectives pour la sécurité alimentaire , " International Journal of Innovation and Applied Studies, Vol. 10 No. 4, pp 1134-1143, 2015.
- [7] Malaisse F., 1990. La couverture végétale de Lubumbashi. In Bruneau J.C., Pain M., (Ed), atlas de Lubumbashi. Edition publidix, université Paris X- Nanterre, pp 30-31
- [8] Basquin H., 2017 FICHE CAPI PAFAO en ligne <https://www.alimenterre.org/system/files/films/pdf/mieux-conserver-l-oignon-pour-mieux-le-vendre> (20 novembre 2019)
- [9] DANAU A., FLAMENT J., et VAN DER STEEN D.. 2011, « Quelles stratégies pour améliorer le pouvoir de marché des producteurs agricoles? Instruments mis à l'épreuve ». Bruxelles, 111 p.
- [10] Agrodok 31, 2011 « le stockage des produits agricoles » 83p
- [11] FAIVRE DUPAIGRE B., ALARY P., BLEIN R., et GOURA SOULE B. Février 2008 « Améliorer le fonctionnement des marchés agricoles en Afrique de l'Ouest. », 75 p.
- [12] Souillot C. et Perrin A. 2013: Maraîchage bio: des stratégies commerciales en mutations
En ligne : https://saintmarthien.files.wordpress.com/2013/12/maraichage_bio_strategies_commerciales_mutation.pdf
(12 mai 2019)