



Analyse socioéconomique de l'uniformisation des unités de vente de *Gnetum africanum* « fumbwa » dans les marchés de Kinshasa

Stéphane Mindele Sasa^{*1}, Glody Sita Ngutuka², Jean Tshitundu Kasonga³, Nancy Kasongo Grace², Raphael Palata Kadjeng¹, Jennyfer Pondo Lusanga⁵, Rodrigue Mandeke Wanga⁴, Verra Bitanya Boliki¹, Jean Kalume Tshikayi¹, Narcel Ndola Kimanu¹, Ruphin Lomba Bayina¹, Gracias Kisoki¹, Junior Bungu Mupepe¹, Jean Aunge Muhiya¹, Aiko Ikonso Mwengi¹, Jean de Dieu Minengu¹, Apollinaire Biloso Moyene¹

⁽¹⁾Université de Kinshasa. Faculté des sciences Agronomiques et Environnement. BP 117 Kinshasa XI (RDC). E-mail : mindelestephane@gmail.com

⁽²⁾Autorité Congolaise de Réglementation Pharmaceutique (ACOREP). BP 11998 Kinshasa/Gombe (RDC).

⁽³⁾Minière de Bakwanga (MIBA). Mbuji-mayi/ Kasai Orientale (RDC)

⁽⁴⁾Ministère de la Santé publique, Hygiène et Prévoyance sociale. Kinshasa/Gombe (RDC)

⁽⁵⁾Université de Kinshasa. Faculté des Sciences et Technologie. BP 190 Kinshasa XI (RDC).

Reçu le 15 mai 2026, accepté le 29 juin 2026, publié en ligne le 29 septembre 2026

DOI : <https://dx.doi.org/10.4314/rafea.v9i3.1>

RESUME

Description du sujet. Actuellement, *Gnetum africanum* est vendu sous des formes non standardisées (bottes, tas, sachets ou bassins), ce qui entraîne des variations de prix. Cette situation provoque des inégalités entre acteurs, réduit la transparence des transactions et limite l'efficacité du marché. C'est pourquoi une étude a été menée de janvier à mars 2026 dans huit marchés de Kinshasa.

Objectif. L'étude vise à optimiser les avantages liés à la proposition d'harmonisation des unités de vente du *Gnetum africanum* à Kinshasa.

Méthodes. Un questionnaire a été administré à un échantillon de 237 commerçants-transformateurs, sélectionnés par échantillonnage non probabiliste de convenance par choix raisonné. Les données ont été soumises à des analyses statistiques sur SPSS et Stata.

Résultats. Bien que certaines modalités restent à définir, 15,6 % des commerçants reconnaissent les avantages de l'uniformisation, notamment la transparence et la stabilité des prix. Les bénéfices identifiés incluent l'équité, la confiance et la réduction des asymétries d'information, rendant le marché plus efficace.

Conclusion. La commercialisation de *Gnetum africanum* à Kinshasa reste dominée par des pratiques informelles et une absence de standardisation. Néanmoins, l'intérêt pour l'uniformisation constitue une opportunité majeure pour améliorer l'efficacité économique et la gouvernance de ce marché.

Mots-clés : *Gnetum africanum*, uniformisation des unités de vente, commercialisation, asymétrie d'information, Kinshasa.

ABSTRACT

Socio-economic analysis of the standardization of *Gnetum africanum* ("fumbwa") sales units in Kinshasa markets

Description of the subject. Currently, *Gnetum africanum* is sold in non-standardized forms (bunches, heaps, bags, or basins), leading to price variations. This situation causes inequalities among stakeholders, reduces transaction transparency, and limits market efficiency. Therefore, a study was conducted from January to March 2026 across eight markets in Kinshasa.

Objective. The study aims to optimize the benefits associated with the proposed harmonization of *Gnetum africanum* sales units in Kinshasa.

Methods. A questionnaire was administered to a sample of 237 processing traders, selected through non-probability purposive convenience sampling. The collected data were subjected to statistical analyses using SPSS and Stata software.

Results. Although certain modalities remain to be defined, 15.6 % of the traders recognize the advantages of standardization, notably price transparency and stability. The identified benefits include equity, trust, and the reduction of information asymmetries, thereby making the market more efficient.

Conclusion. The marketing of *Gnetum africanum* in Kinshasa remains dominated by informal practices and a lack of standardization. Nevertheless, the interest expressed in standardization represents a major opportunity to improve economic efficiency and market governance.

Keywords: *Gnetum africanum*, standardization of sales units, marketing, information asymmetry, Kinshasa.

1. INTRODUCTION

Gnetum africanum, communément appelé fumbwa en République Démocratique du Congo, est un produit forestier non ligneux largement consommé en Afrique centrale pour ses qualités nutritionnelles, médicinales et socioéconomiques. Selon Tabuna (2007), les produits forestiers non ligneux jouent un rôle essentiel dans la sécurité alimentaire et dans la génération des revenus des ménages africains. De même, Ndoye *et al.* (1997) soulignent que la commercialisation des produits forestiers contribue significativement à la réduction de la pauvreté dans les zones urbaines et périurbaines d'Afrique centrale.

Dans la ville de Kinshasa, *Gnetum africanum* constitue une source importante de revenus pour les commerçants intervenant dans les marchés urbains. Cependant, la commercialisation de *Gnetum africanum* reste dominée par des pratiques traditionnelles caractérisées par l'utilisation d'unités de vente non standardisées telles que les bottes, tas, sachets ou bassins. Selon Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (2018), l'absence de standardisation des unités de mesure dans les marchés informels africains limite la transparence des transactions commerciales et réduit l'efficacité économique des échanges. Dans le même ordre d'idées, Lombard (2016) affirme que l'hétérogénéité des unités de mesure favorise les asymétries d'information entre vendeurs et acheteurs, entraînant souvent des conflits commerciaux et des pertes économiques.

Par ailleurs, plusieurs travaux montrent que l'uniformisation des unités de vente peut améliorer le fonctionnement des marchés agricoles et alimentaires. Selon la Banque mondiale (2020), la normalisation des systèmes de mesure contribue à renforcer la confiance des acteurs économiques, à faciliter la fixation des prix et à améliorer la compétitivité des marchés locaux. De plus, Aka (2019) indique que les unités standardisées permettent une meilleure équité dans les échanges commerciaux tout en réduisant les pratiques frauduleuses dans les marchés urbains africains.

Malgré l'importance économique du *Gnetum africanum*, peu d'études se sont intéressées à l'analyse socioéconomique de l'uniformisation de ses unités de vente dans les marchés de Kinshasa. Pourtant, dans un contexte marqué par l'urbanisation croissante et l'augmentation de la demande en produits alimentaires, la question de la

standardisation des unités de vente devient un enjeu majeur pour l'amélioration des circuits de commercialisation.

L'objectif général de cette étude est d'analyser les implications socioéconomiques de l'uniformisation des unités de vente du *Gnetum africanum* dans les marchés de Kinshasa, afin d'évaluer ses effets sur les revenus des commerçants, la transparence des transactions et l'efficacité des marchés. Spécifiquement, l'étude vise à optimiser la satisfaction ou les avantages que procure la proposition de l'harmonisation des unités de vente du *Gnetum africanum*.

En remplaçant les unités de vente arbitraires (tas, bassins, etc.) par des mesures standardisées, l'étude montre comment stabiliser les prix. Elle permet à ce que les acheteurs et les vendeurs disposent du même niveau d'information, ce qui rend le marché plus fluide et efficace. L'harmonisation permet de rendre les transactions plus claires et comparables d'un marché à un autre.

2. MATERIEL ET METHODES

2.1. Site d'étude

L'enquête a été menée dans huit marchés de la ville Province de Kinshasa notamment : Matété, Zando, Zigida, Gambela, Pascal, Liberté, Selembao et Matadi kibala (Figure 1).

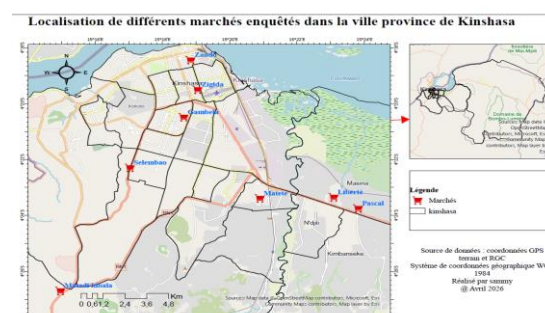


Figure 1. Carte de la zone d'étude (Mindele, 2026)

La ville province de Kinshasa s'étend sur une superficie de 9 965 km². Elle est située à l'Ouest du pays entre, 3,9 et 5,1° de latitude Sud et entre 15,2 et 16,6° de longitude Est. Elle est limitée au Nord-Est par la province du Bandundu, au Sud par celle du Bas-Congo, au Nord-Ouest et à l'Ouest par la République du Congo Brazzaville, sur une frontière naturelle formée par une partie du Fleuve Congo (Ministère du Plan, 2005 ; De Saint Moulin, 2005).

Le relief de la ville province de Kinshasa est constitué d'un grand plateau, d'une chaîne de collines, d'une plaine et de marécages aux abords du Fleuve Congo. En effet, le massif du Plateau du Kwango, de 600 à 700 m d'altitude, domine complètement la partie Est de la ville province de Kinshasa. Sa portion située dans la ville est appelée Plateaux des Batéké. Elle totalise une superficie d'environ 7500 km², soit 75,3 % de l'ensemble de l'étendue de la ville. La densité démographique y est faible. Les collines doucement vallonnées (300 à 600 m d'altitude) où l'on trouve les Monts Ngaliema, Amba et Ngafula, constituent la frontière commune avec le Kongo central et forme la partie Sud de la ville, jusqu'au Sud-Est, où se trouve les Plateaux des Batéké. Ces collines, y compris les hauteurs de Binza et de Kimwenza, seraient issues du démantèlement de ce Plateau (PNUD, 2015).

Le climat de Kinshasa est du type Aw4 suivant la classification de Köppen ; il s'agit d'un climat tropical humide soudanien avec deux saisons, une saison sèche qui s'étend de mi-mai à mi-septembre et une saison humide qui débute à mi-septembre pour s'achever à mi-mai (METTELSAT, 2020).

Les sols de la ville de Kinshasa présentent des caractéristiques spécifiques en fonction de la structure géomorphologique de l'endroit où l'on se trouve. Ainsi, elles sont différentes sur le massif des Plateaux des Batéké, sur les collines, dans les plaines ou dans les marécages.

La séquence des sables ocres qui a donné naissance aux sols des Plateaux des Batéké est supérieure à l'aplanissement d'érosion du mi-tertiaire sur lequel ils reposent et antérieure à l'érosion qui a façonné l'aplanissement à la fin du tertiaire (Ndembo, 2000).

2.2. Matériel

Dans le cadre de cette étude, plusieurs matériels ont été mobilisés pour assurer la collecte, le traitement et l'analyse des données : (i) Questionnaire d'enquête (un questionnaire structuré a été élaboré en fonction des objectifs de l'étude. Il a permis de recueillir des données quantitatives et qualitatives auprès des acteurs enquêtés, (ii) Balance de précision : elle a servi à peser les différentes formes de présentation de *Gnetum* chez les commerçants-transformateurs dans les marchés ciblés, (iii) *Gnetum africanum* (il constitue le matériel biologique de cette étude). Très présente sur les marchés urbains de Kinshasa, cette plante joue un rôle socioéconomique important, notamment pour les femmes impliquées dans sa commercialisation. Son choix se justifie par sa forte valeur alimentaire et par les enjeux liés à la non-uniformisation de ses unités de vente.

2.3. Démarche méthodologiques et d'analyse

Une démarche méthodologique rigoureuse a été utilisée dans cette étude. Elle a commencé par une approche déductive à travers la revue de la littérature spécifique à la thématique de recherche et a abouti à la formulation d'hypothèses. La véracité des hypothèses ainsi formulées a été testée grâce aux données primaires collectées, traitées et analysées selon une procédure statistique adaptée.

La population cible regroupe l'ensemble des individus ou unités statistiques concernés par le phénomène étudié (Grawitz, 2001). Pour des raisons budgétaires, temporelles, logistiques et d'accessibilité, l'étude s'est concentrée sur les commerçants-transformateurs de *Gnetum* dans huit marchés de la ville-province de Kinshasa : Matete, Gambela, Zando, Zigida, Pascal, Liberté, Selembao et Matadi Kibala. Cette recherche a été réalisée sur une période de deux mois, de janvier à mars 2026.

Les moments d'observation directe ont été mis à profit pour procéder à la vérification des déclarations des personnes enquêtées. Ils ont également permis d'enregistrer des faits perceptibles essentiels non évoqués lors des interviews, garantissant une meilleure exploitation des données.

La recherche documentaire a permis de prendre connaissance des différentes études et publications relatives à la commercialisation de *Gnetum* sur les plans local, régional, national et international. Ces informations ont servi à identifier les raisons principales qui expliquent les pratiques commerciales actuelles du produit.

La phase exploratoire a consisté à réaliser des entretiens non directifs auprès de 20 vendeurs dans les huit marchés de Kinshasa cités ci-dessus, à raison de 2 à 3 vendeurs par marché. Cette étape a permis d'identifier la population à enquêter, de délimiter le champ de la recherche, d'affiner les hypothèses de travail et de définir les concepts clés. Les transformateurs ont ainsi été ciblés comme les unités statistiques de l'enquête. Selon Malhotra (2007), le questionnaire constitue l'un des outils les plus utilisés pour la collecte des données dans les études de marché. De même, Kotler souligne qu'il permet de recueillir des informations primaires auprès des acteurs afin d'analyser leurs comportements et préférences, pour les raisons suivantes : il permet d'introduire des aspects quantitatifs fondamentaux dans l'analyse sociale d'une représentation. L'analyse quantitative aide à repérer l'organisation des réponses et à mettre en évidence les facteurs explicatifs ou discriminants entre les différents groupes étudiés, ce qui est particulièrement pertinent pour une approche comparative. Grâce à sa structure uniformisée, le questionnaire réduit la subjectivité lors du recueil

des données et limite les variations interindividuelles d'expression chez les sujets.

En définitive, le questionnaire permet d'aborder une large gamme de thématiques en un seul passage. Il a servi à récolter des informations structurelles telles que les caractéristiques sociodémographiques des enquêtés, les modes d'approvisionnement en *Gnetum*, les unités de vente actuelles, les mécanismes de formation des prix et la perception de l'uniformisation. L'outil a été conçu pour recueillir l'opinion des acteurs sur l'idée d'uniformiser les unités de mesure et les prix. Il permet d'évaluer le niveau d'acceptation d'une standardisation, d'identifier les avantages perçus et de relever les résistances ou contraintes, mesurant ainsi l'acceptabilité sociale d'une éventuelle réforme du marché.

Au vu de la thématique, une méthode non probabiliste par choix raisonné a été privilégiée. La sélection des commerçants-transformateurs dans les différents marchés de la ville a été réalisée par un plan d'échantillonnage de convenance pour les motifs suivants : (i) l'absence d'une liste exhaustive préétablie de la population cible ou de l'unité de sondage initiale (les transformateurs commercialisant *Gnetum africanum*), (ii) des contraintes économiques, l'échantillonnage aléatoire nécessitant des moyens financiers et des ressources plus importants. La taille de l'échantillon a été fixée par convenance à travers les différents marchés de la ville-province de Kinshasa, pour un total de 237 commerçants-transformateurs enquêtés (Tableau 1).

Tableau 1. Tableau de répartition des échantillons

Marchés	Fréquence	Pourcentage
Gambela	42	17,7
Liberté	36	15,2
Matadi kibala	23	9,7
Matete	25	10,5
Pascal	41	17,3
Selembao	25	10,5
Zando	20	8,4
Zigida	25	10,5
Total	237	100,0

Les données collectées à l'aide du smartphone ont été transférées sur Excel, puis importées dans SPSS afin de constituer la base de données. Les logiciels SPSS et Stata ont permis de tester la cohérence des données, de produire des tableaux croisés ainsi que des graphiques. Ces outils ont également servi à réaliser les tests statistiques nécessaires pour analyser les tendances observées et identifier les liens entre les variables.

L'analyse descriptive a été effectuée afin de caractériser les variables en termes de fréquences et de pourcentages. Elle a également permis de définir, pour certaines variables, les éléments relevant du noyau central et ceux de la périphérie. Pour analyser la structure d'une représentation liée à l'uniformisation, et notamment la centralité de ses composantes, une double approche quantitative et qualitative a été adoptée (Philippe, 2015). Dans un premier temps, des traitements statistiques simples ont été réalisés afin de décrire les caractéristiques sociodémographiques des enquêtés. À ce niveau, les spécificités propres à chaque marché étudié ont été mises en évidence et comparées à l'aide de tableaux croisés.

3. RESULTATS

3.1. Caractéristiques sociodémographiques des répondants

Au total, 237 commerçants transformateurs ont été questionnés lors de l'enquête dans huit marchés à savoir : Gambela, Matete, Liberté, Pascal, Selembao, Zando, Matadi kibala, et Zigida (Tableau 2).

Tableau 2. Caractéristiques sociodémographiques des enquêtés

Profils du répondant	Modalités	Effectif	%
Variables qualitatives			
Niveau instruction	Aucun	1	0,4
	Primaire	120	50,6
	Secondaire	106	44,7
	Supérieur et universitaire	10	4,2
	Total	237	100,0
Etat civil	Célibataire	6	2,5
	Divorcé	13	5,5
	Marié	174	73,4
	Veuf (ve)	44	18,6
	Total	237	100,0
Variables quantitatives			

Variables	Moyenne/Ecart-Type	Minimum/Maximum
Age	48,0±12,0	22,0/71,0
Taille de ménage	7,0±3,0	1,0/19,0
Expérience	28,0±11,0	3,0/51,0

Les résultats de l'analyse montrent que la totalité des répondants (100 %) sont de sexe féminin. Les hommes sont totalement absents (0 %) de cette activité de vente de *Gnetum* transformé dans les marchés ciblés. Concernant la situation matrimoniale des personnes enquêtées, les mariés sont les plus représentés avec 73,4 %. Les veufs et veuves représentent 18,6 % de l'échantillon, tandis que les célibataires et les divorcés constituent ensemble les 8,0 % restants.

Pour ce qui est du niveau d'instruction, les répondants ont majoritairement un niveau d'études primaires (50,6 %). Une proportion significative (44,7 %) a suivi des études secondaires. En revanche, seuls 4,2 % des commerçants interrogés possèdent un niveau universitaire, suivis par une faible minorité de personnes non scolarisées (0,4 %). L'âge moyen des commerçants est de 48 ± 12 ans, avec des extrêmes allant de 22 à 71 ans, ce qui traduit une grande diversité sur le plan de l'expérience et des perspectives individuelles.

La taille moyenne des ménages des répondants s'élève à 7 personnes, avec une variabilité prononcée allant de 1 à 19 membres, un facteur susceptible d'influencer directement leurs besoins en ressources. Enfin, l'ancienneté moyenne dans l'activité est de 28 ± 11 ans. Les profils varient fortement, allant de vendeurs récemment installés à des professionnels expérimentés comptant jusqu'à 51 ans d'exercice dans la commercialisation du *Gnetum africanum*.

3.2. Sources de connaissances des répondants sur l'uniformisation

La figure 2 illustre les sources de connaissances des répondants sur l'uniformisation des unités de vente de *G. africanum*.

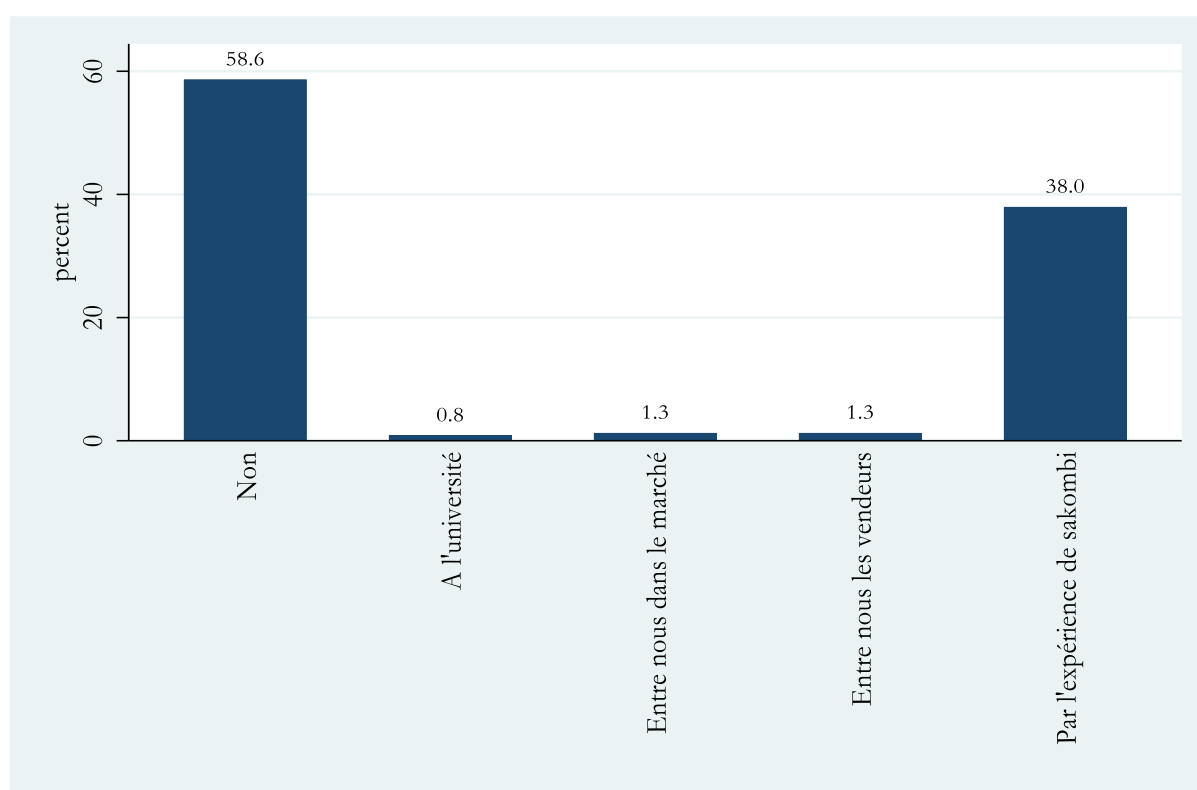


Figure 2. Sources de connaissances des répondants sur l'uniformisation des unités de vente de *G. africanum*

Les résultats de la figure 2 indiquent que la principale source de connaissances sur l'uniformisation provient de l'expérience liée au « sakombi » (38,0 %), suivie par les échanges entre les vendeurs au sein du marché (1,3 %). Les sources formelles de connaissance sur l'uniformisation des unités de vente de *G. africanum*, telles que l'université, restent très marginales (0,8 %). Cela démontre que la diffusion de l'information s'opère principalement par des canaux informels, ce qui, sur le plan économique, limite la fiabilité et la standardisation des pratiques commerciales.

3.3. Avis des répondants sur l'utilisation de l'unité standardisée de vente de *G. africanum*

La figure 3 ci-dessous présente les avis des enquêtés sur l'utilisation de l'unité standardisée de vente de *G. africanum*.

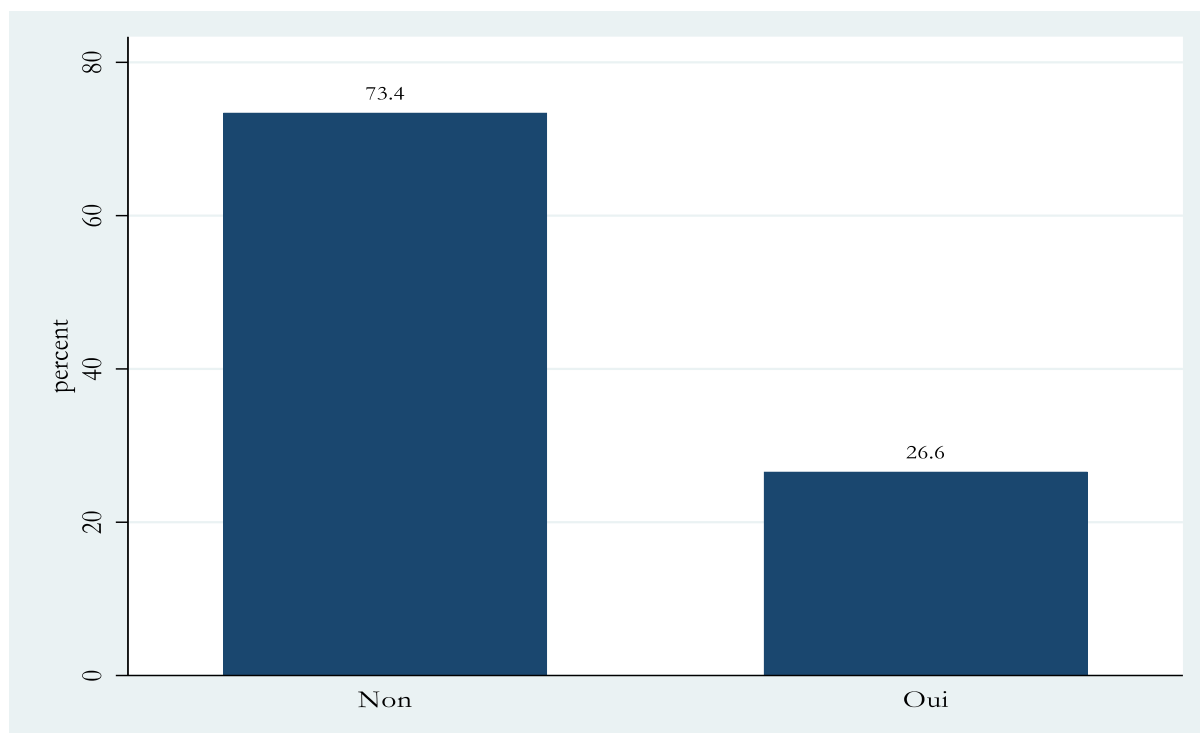


Figure 3. Avis des répondants sur l'utilisation de l'unité standardisée de vente de *G. africanum*

Les résultats de la figure 3 indiquent que 73,4 % des répondants affirment que les unités de vente utilisées sur le marché ne sont pas standardisées, contre 26,6 % qui soutiennent le contraire.

3.4. Avantages liés à l'uniformisation

Le tableau 3 présente les avis des répondants sur les avantages liés à l'uniformisation des unités de vente de *G. africanum*.

Tableau 3. Avantages liés à l'uniformisation

Avantage de l'uniformisation	Effectif	Pourcentage
Système manquant	176	74,3
Equité et Confiance	18	7,6
Stabilité des prix	3	1,3
Transparence	1	0,4
Transparence Confiance	1	0,4
Transparence et Equité	1	0,4
Transparence et Stabilité des prix	37	15,6
Total	237	100,0

Les résultats montrent qu'une partie des commerçants (15,6 %) reconnaissent l'existence d'avantages liés à l'uniformisation, à savoir la transparence et la stabilité des prix, bien que certaines modalités restent mal définies. Parmi les bénéfices identifiés figurent l'équité, la confiance, la transparence et la stabilité des prix. Sur le plan économique, l'uniformisation permettrait de réduire les asymétries d'information, d'améliorer la confiance entre les acteurs et de rendre le marché plus efficace.

3.5. Avis des enquêtés sur l'utilisation de la balance

La figure 4 présente les enquêtés sur l'utilisation de la balance.

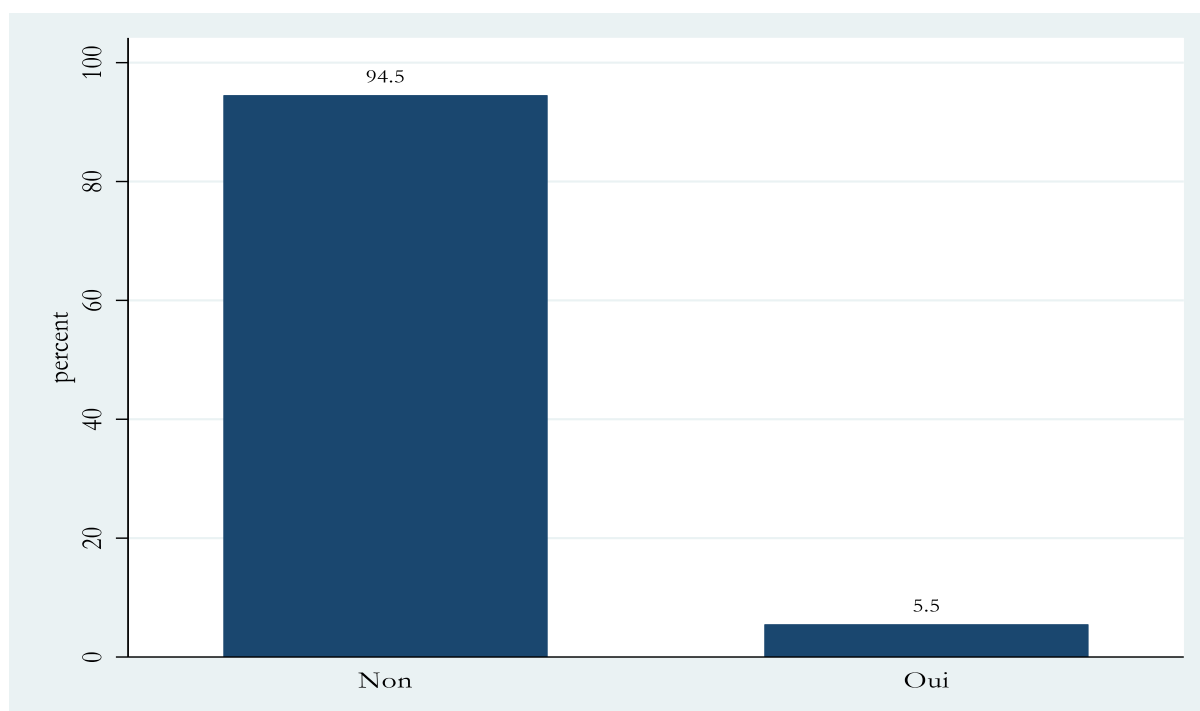


Figure 4. Avis des enquêtés sur l'utilisation de la balance

Les résultats de la figure ci-dessus indiquent que 94,5 % des commerçants n'utilisent pas la balance pour la vente de *Gnetum africanum*. En revanche, 4,5 % d'entre eux y ont recours uniquement en présence d'acheteurs issus des supermarchés, ces derniers exigeant des mesures précises et pesées.

3.6. Contraintes liées à l'utilisation de la balance

Les contraintes liées à l'utilisation de la balance sont énumérées au tableau 4.

Tableau 4. Contraintes liées à l'utilisation de la balance

Contraintes	Effectif	Pourcentage
Cout d'achat de balance	2	0,8
Cout d'achat de balance et Difficulté d'adaptation	3	1,3
Difficulté d'adaptation	63	26,6
Difficulté d'adaptation et Refus des clients	72	30,4
Méconnaissance	2	0,8
Refus des clients	93	39,2
Système manquants	2	0,8
Total	237	100,0

Les principales contraintes liées à l'utilisation d'une unité standard sont le refus des clients (39,2 %) et les difficultés d'adaptation (30,4 %). D'autres obstacles incluent le coût d'achat des balances et le manque d'information. Sur le plan économique, ces contraintes montrent que la transition vers une standardisation nécessite non seulement des équipements, mais aussi une sensibilisation des acteurs du marché.

3.7. Test bivarié

Le tableau 5 présente les résultats du Test Khi-deux (rélation entre le marché et le niveau d'instruction).

Tableau 5. Test Khi-deux (rélation entre le marché et le niveau d'instruction).

Test	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-carré de Pearson	24,287 ^a	21	0,279
Rapport de vraisemblance	21,577	21	0,424
Association linéaire par linéaire	1,134	1	0,287
N d'observations valides	237		

Le test de Khi-deux donne une valeur de $p = 0,279 (> 0,05)$, ce qui indique qu'il n'existe pas de relation statistiquement significative entre le marché et le niveau d'instruction des commerçants. Cela signifie que le niveau d'instruction est indépendant du marché dans lequel les commerçants exercent leur activité. Le tableau 6 illustre les résultats du test de Kkhi-deux (relation entre l'utilisation et les contraintes liées à l'utilisation de la balance).

Tableau 6. Test de Khi-deux

Test de khi-deux			
Test	Valeur	ddl	Signification asymptotique (bilatérale)
Khi-carré de Pearson	3,524	6	0,741
Rapport de vraisemblance	3,893	6	0,691
Association linéaire par linéaire	0,131	1	0,717
N d'observations valides	237		

Le test du Khi-deux donne une valeur de $p = 0,741 (> 0,05)$, ce qui indique qu'il n'existe pas de relation statistiquement significative entre l'utilisation de la balance et les contraintes liées à l'utilisation de la balance chez commerçants. Cela signifie que le niveau d'instruction est indépendant du marché dans lequel les commerçants exercent leur activité.

3.8. Attitude des répondants face aux choix d'unité de vente de *G. africanum*

La figure 5 indique le choix des enquêtés sur l'unité de vente de *G. africanum*.

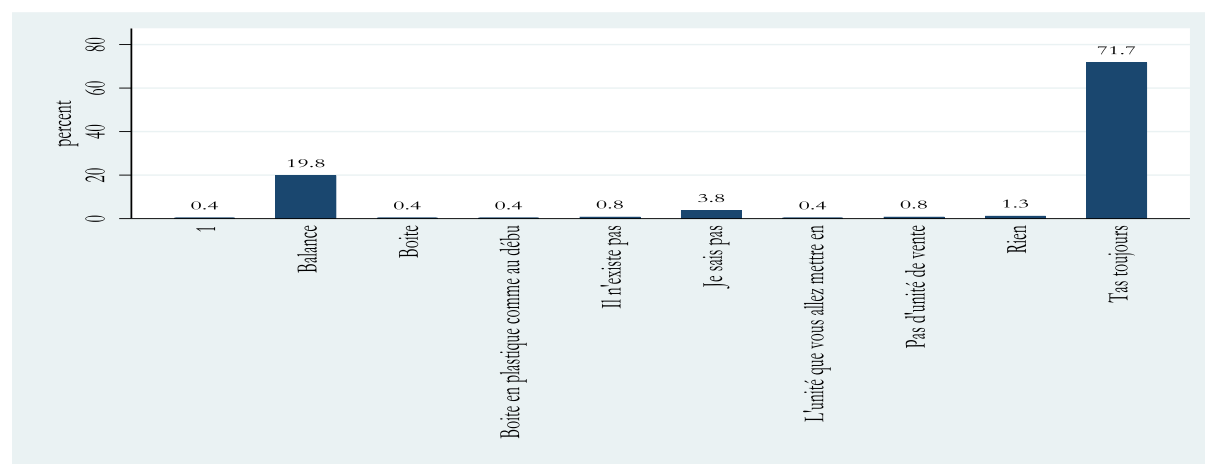


Figure 5. Choix d'unité de vente de *G. africanum*

Les résultats concernant les préférences des répondants face au choix d'une unité de vente indiquent que 71,7 % souhaitent la continuité de la vente au tas. En revanche, 19,8 % proposent l'introduction de la balance, tandis que 0,4 % suggèrent la vente en boîte. Le reste des commerçants se prononce pour l'utilisation de boîtes en plastique, comme cela se faisait à l'origine, ou pour l'adoption de l'unité de mesure qui sera mise à leur disposition. Ces propositions traduisent une volonté d'amélioration du système actuel. Sur le plan économique, elles peuvent servir de base à l'élaboration de politiques publiques visant à structurer et moderniser le marché de *Gnetum*.

4. DISCUSSION

Les résultats de cette étude montrent que la commercialisation de *Gnetum africanum* dans les marchés de Kinshasa reste dominée par des pratiques informelles, caractérisées par l'absence

d'unités de vente standardisées. Cette situation confirme les observations de Tabuna (2007), selon lesquelles, les produits forestiers non ligneux (PFNL) en Afrique centrale sont généralement commercialisés dans des circuits peu structurés où les systèmes de mesure restent traditionnels et variables d'un acteur à l'autre. De même, les travaux de Biloso Moyene *et al.* (2010), réalisés à Kinshasa, ont montré que le commerce de *Gnetum africanum* fonctionne principalement dans un environnement informel marqué par une faible organisation structurelle.

Les résultats indiquent également que la majorité des commerçants ne maîtrisent pas le concept d'uniformisation des unités de vente. Cette faible appropriation pourrait s'expliquer par le déficit de formation commerciale et par l'absence de programmes de sensibilisation dans les marchés urbains. Ces observations rejoignent celles de l'Organisation des Nations Unies pour

l'alimentation et l'agriculture (FAO, 2018), qui souligne que le manque d'information et d'encadrement des acteurs constitue l'un des principaux obstacles à la modernisation des marchés alimentaires africains. Les connaissances acquises essentiellement à travers l'expérience informelle démontrent aussi que les mécanismes de transmission des pratiques commerciales restent traditionnels.

Par ailleurs, les résultats révèlent qu'une partie des commerçants reconnaissent les avantages potentiels de l'uniformisation, notamment la transparence, l'équité et la stabilité des prix. Ces observations corroborent celles de la Banque mondiale (2020), qui affirme que la standardisation des systèmes de mesure améliore la transparence des échanges et réduit les asymétries d'information entre vendeurs et acheteurs. De même, Aka (2019) souligne que les unités de vente standardisées favorisent une meilleure confiance entre les acteurs économiques et contribuent à la réduction des pratiques frauduleuses dans les marchés urbains africains.

Cependant, malgré les avantages identifiés, les résultats montrent que plusieurs contraintes limitent l'adoption d'unités standardisées, notamment le refus des clients, les difficultés d'adaptation et le coût d'acquisition des balances. Ces constats sont similaires à ceux de Lombard (2016), qui explique que les résistances au changement dans les marchés informels africains sont souvent liées aux habitudes commerciales et à la crainte de perdre certains avantages économiques associés aux pratiques traditionnelles. En outre, Tekwe *et al.* (2003) estiment que l'amélioration des systèmes de commercialisation des PFNL nécessite non seulement des innovations techniques, mais également l'accompagnement des acteurs à travers des politiques de sensibilisation et de formation.

Enfin, la préférence majoritaire des commerçants pour la poursuite de la vente au tas montre que les pratiques traditionnelles restent fortement ancrées dans les habitudes locales. Toutefois, la proportion de commerçants favorables à l'introduction de la balance traduit une volonté progressive de modernisation du secteur. Cette dynamique rejoint les conclusions de Ndoye *et al.* (1997), selon lesquelles, la structuration des marchés des produits forestiers non ligneux constitue une condition essentielle pour améliorer leur compétitivité et leur contribution au développement socioéconomique des ménages africains.

5. CONCLUSION

L'uniformisation des unités de vente dans la commercialisation de *Gnetum africanum* dans les marchés de la ville de Kinshasa apparaît comme un enjeu central d'organisation et d'efficacité économique. L'étude montre que cette réforme

influence à la fois le fonctionnement du marché, la transparence des transactions et la perception des acteurs impliqués. D'un côté, elle contribue à une meilleure lisibilité des prix, facilite les échanges et renforce la confiance entre vendeurs et acheteurs. De l'autre, elle impose des contraintes d'adaptation aux commerçants, notamment en ce qui concerne les habitudes locales de mesure et la flexibilité des ventes.

Ainsi, l'uniformisation ne doit pas être perçue uniquement comme une contrainte administrative, mais comme un processus d'amélioration progressive de la performance des marchés. Sa réussite dépend fortement de l'adhésion des acteurs, de la sensibilisation et de la prise en compte des réalités socioéconomiques locales.

En définitive, une harmonisation adaptée et participative des unités de vente pourrait contribuer à une meilleure organisation du commerce du *Gnetum africanum* à Kinshasa, tout en préservant les intérêts des différents acteurs de la filière.

Des études comparatives des marges bénéficiaires entre les collecteurs provinciaux, les grossistes et les commerçants-transformateurs de *Gnetum africanum* à Kinshasa s'avèrent indispensables.

Références

- Aka K., 2019. *Commercialisation agricole et standardisation des unités de mesure dans les marchés urbains africains*. Abidjan : Presses Universitaires de Côte d'Ivoire, 83 p.
- Arnold J. E. M., 2002. Clarifying the links between forests and poverty reduction. *International Forestry Review*, 4(3), 231–234.
- Banque mondiale, 2020. *Développement des marchés alimentaires et normalisation des échanges en Afrique subsaharienne*. Washington, DC : Banque mondiale, 184 p.
- Beaud M. & Latouche D., 2003. *L'art de la thèse : comment préparer et rédiger une thèse de doctorat, un mémoire de DEA ou de maîtrise ou tout autre travail universitaire*. Paris : La Découverte, 240 p.
- Benjamin N., Beegle K., Recanatini F. & Santini M., 2014. *Informal economy and the World Bank*.
- De Carlos P., 2015. *Économie des marchés et organisation des échanges agricoles*. Paris : Economica, 250 p.
- De Saint Moulin L., 2005. *Géographie de Kinshasa*. L'Harmattan, 235 p.
- Grawitz M., 2001. *Méthodes des sciences sociales*. 11^e éd. Paris : Dalloz, 1019 p.
- Lombard J., 2016. *Économie informelle et pratiques commerciales dans les marchés africains*. Paris : L'Harmattan, 97 p.
- Malhotra N.K., 2007. *Etudes marketing avec SPSS*. Paris : Pearson Education, 704 p.

Maliner R., *al.*, 2002. *Agricultural marketing and rural development*. London : Routledge, 125 p.

METTELSAT, 2020. *Données climatiques de Kinshasa*. Kinshasa.

Naresh K., 2007. *Marketing Research: An Applied Orientation*. New Delhi : Pearson Education, 878 p.

Ndembo J., 2000. *Hydrographie de Kinshasa*, 30 p.

Ndoye O. & Awono A., 2010. *Marchés des produits forestiers non ligneux en Afrique centrale : état des lieux et perspectives*. CIFOR, 80 p.

Ndoye O., Ruiz Pérez M. & Eyebe A., 1997. The markets of non-timber forest products in the humid forest zone of Cameroon. *Rural Development Forestry Network Paper*, pp. 112-118.

Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture (FAO), 2018. *Produits forestiers non ligneux et sécurité alimentaire en Afrique centrale*. Rome : FAO, 30 p.

Philippe de Carlos, 2015. *Le savoir historique à l'épreuve des représentations sociales : l'exemple de la Préhistoire et de Cro-Magnon chez les élèves de cycle 3*. Thèse de doctorat à l'Université de Cergy- pontoise, France), 300 p.

PNUD, 2015. *Rapport sur le développement humain en RDC*, 120 p.

Tabuna H., 2007. *Le marché des produits forestiers non ligneux d'Afrique centrale en France et en Belgique*. Bogor : CIFOR, 32 p.

Tchatat M. & Ndoye O., 1997. *Étude des produits forestiers non ligneux en Afrique centrale*. Bogor : CIFOR, 39 p.

World Bank, 2020. *Trading for development in the age of global value chains*. World Bank Publications, 293 p.

World Bank, 36 p.