

Analyse des marges de commercialisation et de l'équité du commerce de l'huile de palme dans la province du Haut-Uele, en RD.CONGO

[Analysis of the margins of merchandising and the fairness of the trade of the palm oil in the Haut-Uele province, in DR Congo]

Jean-Claude SHINDANO MUTUNDU

Chef de Travaux à l'Université de l'Uele à Isiro, RD Congo

Leonard MUANASAKA KABUITA

Professeur Ordinaire à l'IFA-Yangambi à Kisangani, RD Congo

Prosper SENGI BANGAMA

Professeur Ordinaire à l'UNIKIS à Kisangani, RD Congo

Samuel MOLANDAY

Assistant, Université de l'Uele à Isiro, RD Congo

RESUME

L'objectif de cette étude est de contribuer à l'amélioration de la performance de la commercialisation de l'huile de palme dans la province du Haut-Uele, en RDC. L'analyse a porté sur les marges de commercialisation et l'équité du commerce de l'huile de palme. Pour y arriver, 180 personnes (producteurs, détaillants, dépositaires, *kadhahuiles*, commerçants et exportateurs) ont été enquêtées dans les six territoires du Haut-Uele. Les paramètres étudiés étaient relatifs aux prix d'achat et de vente, aux coûts engagés, aux contraintes de commercialisation de l'huile de palme dans la région, les marges de commercialisation. Les résultats ont montré que les marges nettes diffèrent d'un acteur à un autre variant entre 2.884,05 FC (chez le dépositaire) et 5.827,50 FC (chez l'exportateur) pour le bidon de 24 litres et d'un territoire à un autre (2.167,77 FC à Niangara et 6.252,23 FC à Watsa). En outre, toutes les valeurs de l'équité du commerce de l'huile de palme sont positives tant chez tous les intervenants que dans tous les territoires variant entre 1,26 et 122,7. Le commerce de l'huile de palme dans cette province est donc bénéfique chez tous les acteurs mais n'est pas équitable.

Les problèmes d'infrastructures routières, d'insécurité dans les territoires au Nord de la province (Dungu et Faradje), les diverses tracasseries aux innombrables barrières dressées dans le Haut-Uele, etc., sont à la base des différences des marges observées entre les acteurs, et aussi entre les territoires.

Mots clés : Coûts, Prix, Rentabilité, contraintes, Acteurs

ABSTRACT

The objective of this study is to contribute to the improvement of the performance of the merchandising of the palm oil in the province of the Haut-Uele, in DRC. The analysis was about the margins of merchandising and the fairness of the trade of the palm oil. To arrive there, 180 people (producers, retailers, depositories, kadhahuiles, tradesmen and exporters) have been investigated in the six territories of the Haut-Uele Province. The studied parameters were relative to the prices of purchase and sale, to the committed costs, to the constraints of merchandising of the palm oil in the region, the margins of merchandising. The results showed that the clean margins vary from an actor to another between 2.884,05 FC (at the depository) and 5.827,50 FC (at the exporter) for the can of 24 liters and a territory to another (2.167,77 FC in Niangara and 6.252,23 FC in Watsa). Besides, all values of the fairness of the trade of the palm oil are so much positive among all intervening parties that in all territories varying between 1,26 and 122,70. The trade of the palm oil in this province is therefore beneficial among all traders but is not equitable.

The problems of road infrastructures, of insecurity in the territories to the North of the province (Dungu and Faradje), the various harassments to the countless barriers erected in the road in the Haut-Uele Province, etc., are the basis of the observed differences margins between the actors, and also between the territories.

Words keys: Costs, Price, Profitability, constraints, Actors,

1. INTRODUCTION

En République Démocratique du Congo (RDC), il n'y a pas que le diamant, l'or, le cobalt et le cuivre qui peuvent amener au développement du pays. L'agriculture a toujours été avant, pendant et après la colonisation, une source importante de revenu de sa population. Plusieurs cultures tant annuelles que pérennes sont exploitées en RDC parmi lesquelles nous pouvons citer le palmier à huile.

Aliment traditionnel des populations congolaises (Nicolai, 2014), l'huile prend une part essentielle dans la satisfaction des besoins en lipides de la population. Une enquête a montré que le régime alimentaire associant manioc et huile de palme était, parmi les régimes congolais, celui qui fournit le plus de calories. On le trouve surtout dans le Maniema, la Province Orientale, l'Équateur et le Bas-Congo (Marivoet, 2013). L'huile de palme arrive en troisième position (après la farine de manioc et la farine de maïs) parmi les vingt produits alimentaires principaux consommés en R.D.C. en 2004 - 2005.

Ce produit est d'une importance socio-économique non négligeable dans ce pays en général et dans la Province du Haut-Uele où nous sommes intéressé à analyser ses marges de commercialisation et l'équité dans son commerce.

Cet article a pour but de déterminer si le commerce de l’huile de palme est bénéfique dans la province du Haut-Uele et chez tous les intervenants ; mais aussi de vérifier si ces acteurs perçoivent plus ou moins qu’ils ne contribuent dans cette activité. En effet, les marges de commercialisation et l’équité du commerce sont des déterminants du bon fonctionnement du marché (Diakite, 2006).

2. MATERIELS ET METHODES

2.1. Milieu

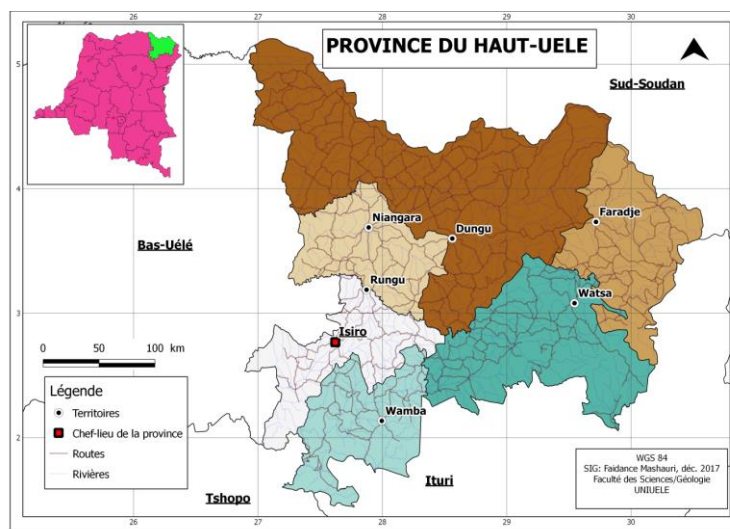


Figure 1. Carte administrative de la province du Haut-Uele

Le Haut-Uele est situé au Nord-Est de la RDC et couvre une superficie totale de 89.683 km² répartie en six territoires (Dungu, Faradje, Niangara, Rungu, Wamba et Watsa). Il est limité au Nord-Ouest par la République Centrafricaine, au Nord par le Sud-Soudan, à l’Est par la province de l’Ituri, au Sud par les provinces de l’Ituri et de la Tshopo, et à l’Ouest par la province du Bas-Uele. Le Haut-Uele est situé au Nord-Est de la RDC et couvre une superficie totale de 89.683 km² répartie en six territoires (Dungu, Faradje, Niangara, Rungu, Wamba et Watsa). Il est compris entre 1°15’ et 5°30’ de latitude Nord ; entre 26°20’ et 30°40’ de longitude Est (Omasombo et al, 2011).

Le Haut-Uele est caractérisé par le type de climat (AM) qui constitue la transition entre le climat équatorial (AF) et le climat à saison sèche marquée (AW) qui couvre particulièrement le Territoire de Dungu, Niangara et de Faradje. Il a une température moyenne de plus ou moins 27° (minimum de 29° et maximum de 37°), avec un volume de précipitation annuelle de 1500 à 2000 mm (Ministère provincial de l’intérieur du Haut-Uele, 2016). La saison sèche commence

en novembre ou décembre et se termine en février. La saison de pluies va de mars à octobre (PNUD/UNOPS, 1998).

2.2. Matériels et méthodes

Dans le cadre de cette recherche, nous avons fait usage des méthodes analytique, comparative et inductive, à l'issus d'une enquête par sondage appuyée par les techniques documentaire, d'entretien et de questionnaire.

Un échantillon de 180 enquêtés était donc tiré dans l'ensemble de territoires de cette Province. Les données utilisées dans cette étude proviennent de l'enquête menée entre janvier et décembre 2015 auprès de 40 producteurs, 40 détaillants, 20 commerçants (grossistes), 20 dépositaires (semi-grossistes installés dans de petits entrepôts), 25 exportateurs, 40 Kadhahuiles (petits commerçants cyclistes), contrairement à l'affirmation de Yilmaz (2015) qui fixe à quatre les types d'acteurs du commerce équitable.

Pour déterminer les marges de commercialisation et l'équité, nous avons appliqué les formules suivantes proposées par KAY (Diakite, op. cit):

Marge brute de commercialisation = Prix de vente – prix d'achat

Marge nette = Marge brute de commercialisation – Coûts engagés

$$Equité = \frac{Marge\ brute\ de\ commercialisation}{Coûts\ engagés}$$

3. RESULTATS ET DISCUSSION

3.1. Analyse des marges brutes de commercialisation de l'huile de palme

Le calcul des marges de commercialisation se base sur les prix à l'achat et à la vente de l'huile de palme. Ainsi, les prix moyens à l'achat et à la vente au niveau de chaque acteur seront présentés par territoire et leurs marges brutes analysées. Notons que les prix présentés dans l'analyse de la marge brute de commercialisation et l'équité sont ceux du bidon d'une capacité de 24 litres.

Les tableaux 1 et 2 présentent les prix d'achat et de vente moyens du bidon d'huile de palme au niveau de chaque acteur par territoire.

Tableau 1. Prix d'achat moyen d'huile de palme par territoire et par acteur (FC/Bidon)

ACTEURS	DUNGU	FARADJE	NIANGARA	RUNGU	WAMBA	WATSA
Producteur	8000,00	7250,00	4120,13	1891,62	2396,20	283,49
Kadhahuile	12000,00		8500,00	4784,00	5000,00	7534,48
Dépositaire	12500,00		7592,59	8018,18	8100,00	10100,00
Commerçant		7700,00		10204,10	6140,63	11293,41
Détaillant	12400,00	10000,00	7693,18	8018,18	7000,00	18000,00
Exportateur	12400,00	9100,00				
Moyenne	11460,00	8512,50	6976,48	6583,21	5727,37	9442,28

Source : Conçu par nous sur base des données récoltées sur terrain

Tableau 2. Prix de vente moyen d'huile de palme par territoire et par acteur (FC/Bidon)

ACTEURS	DUNGU	FARADJE	NIANGARA	RUNGU	WAMBA	WATSA
Producteur	12000,00	11100,00	7159,72	6160,42	6831,25	7962,96
Kadhahuile	14000,00		12000,00	10300,00	15000,00	23931,03
Dépositaire	21000,00		12500,00	9545,45	10172,50	17500,00
Commerçant		12133,33		18607,44	17446,72	15851,85
Détaillant	15000,00	16000,00	11636,36	10211,40	9000,00	23466,67
Exportateur	22600,00	18300,00				
Moyenne	16920,00	14383,33	10824,02	10964,94	11690,09	17742,50

Source : Conçu par nous sur base des données récoltées sur terrain

De ces tableaux, il apparait clairement que les prix d'achat et de vente de l'huile de palme dans le Haut-Uele diffèrent d'un territoire à un autre, et d'un acteur à un autre. Il est faible pour les zones de production et élevé pour les zones minières et les grands centres de consommation (Shindano et al, 2017). En outre, ce prix augmente pour les acteurs au fur et à mesure qu'ils s'éloignent du producteur (Moango et al, 2013).

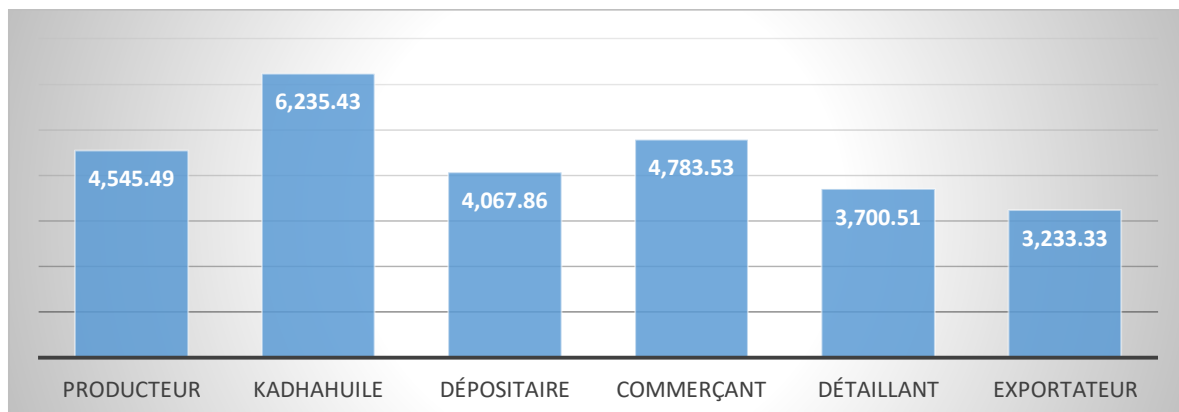


Figure 2. Marge brute par acteur (FC/Bidon)

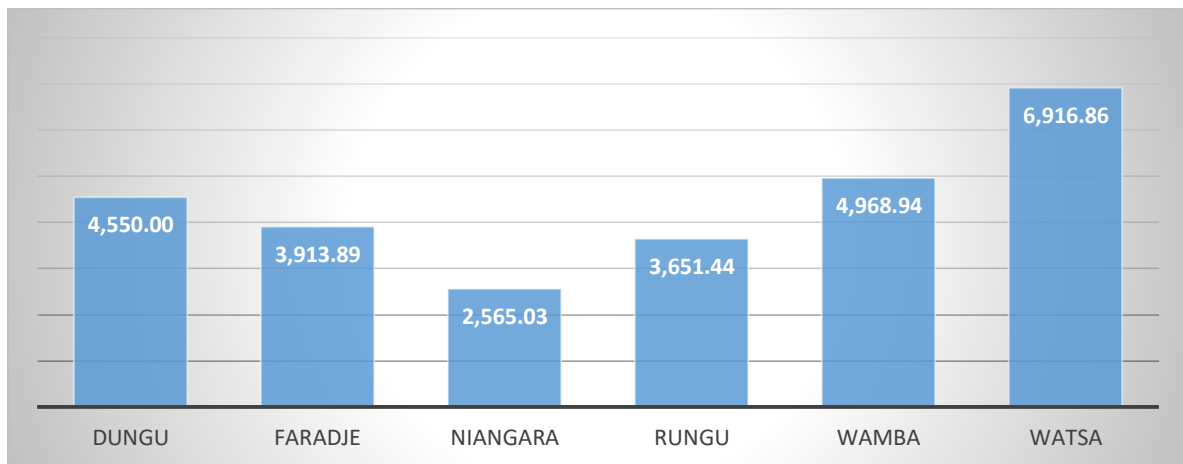


Figure 3. Marge brute par territoire (FC/Bidon)

Des figures ci-dessous, il apparait des différences des marges brutes de commercialisation de l’huile de palme dans les différents territoires et différents intervenants dans la filière huile de palme dans la province du Haut-Uele.

Si le territoire de Watsa a dans l’ensemble la plus grande marge, celui de Niangara a la plus petite. Cette situation est justifiée par la forte intensité des activités des kadhahuiles dans les zones minières de ce territoire difficilement accessibles par les autres acteurs (commerçant et dépositaire) faute d’infrastructures routières (inexistantes ou impraticables).

Etant donné le prix élevé des produits agricoles (dont l’huile de palme) dans ce territoire où une bonne partie de la population abandonne l’agriculture au profit de l’exploitation artisanale de l’or, une forte affluence des commerçants est observée dans la région. Ainsi, la distance des zones de production (Niangara, Rungu et Wamba) par rapport au territoire de Watsa (zone minière et grand centre de consommation) ainsi que le mauvais état des routes expliquent les différences des marges brutes observées.

Quant aux intervenants, les kadhahuiles ont les meilleures marges brutes de commercialisation de l’huile de palme dans le Haut-Uele et les exportateurs enregistrent les plus faibles. L’importance de l’offre et celle du prix aux lieux de vente expliquent les différences des marges brutes observées dans le Haut-Uele.

3.2. Analyse des marges nettes de commercialisation de l’huile de palme

Tableau 3. Coûts moyens dans le commerce d’huile de palme par territoire et par acteur (FC/Bidon)

AUTEURS	DUNG U	FARADJ E	NIANGAR A	RUNG U	WAMB A	WATS A	MOYENN E
Producteur	600,00	1000,00	869,51	410,26	2702,14	62,08	940,67
Kadhahuile	1200,00		1550,00	1988,00	2500,00	5190,47	2071,41
Dépositaire	1760,00		1777,29	587,54	1024,36	1953,72	1183,82
Commerçant		2313,33		1882,68	3367,17	2502,48	1677,61
Détaillant	435,00	1750,00	354,55	200,00	800,00	531,25	678,47
Exportateur	4850,00	1195,00					1507,50
MOYENN E	1474,17	1043,06	758,56	844,75	1732,28	1706,67	1343,25

Source : Conçu par nous sur base des données récoltées sur terrain

Le tableau ci-dessus renseigne sur les dépenses moyennes de la commercialisation de l'huile de palme dans le Haut-Uele. Ces dépenses diffèrent d'un intervenant à un autre, et d'un territoire à un autre suite à diverses contraintes. Les principales contraintes enregistrées au niveau de la commercialisation de l'huile de palme sont entre autres: les problèmes d'infrastructures (mauvais état des routes d'accès aux marchés), l'insécurité dans les territoires au Nord de la province (Dungu et Faradje), tracasseries diverses aux innombrables barrières dressées dans le Haut-Uele, les difficultés de financement des acteurs (cause de faibles quantités d'huile commercialisées), absence totale d'organisation des acteurs de la commercialisation de l'huile de palme, absence totale de politique de prix, etc.

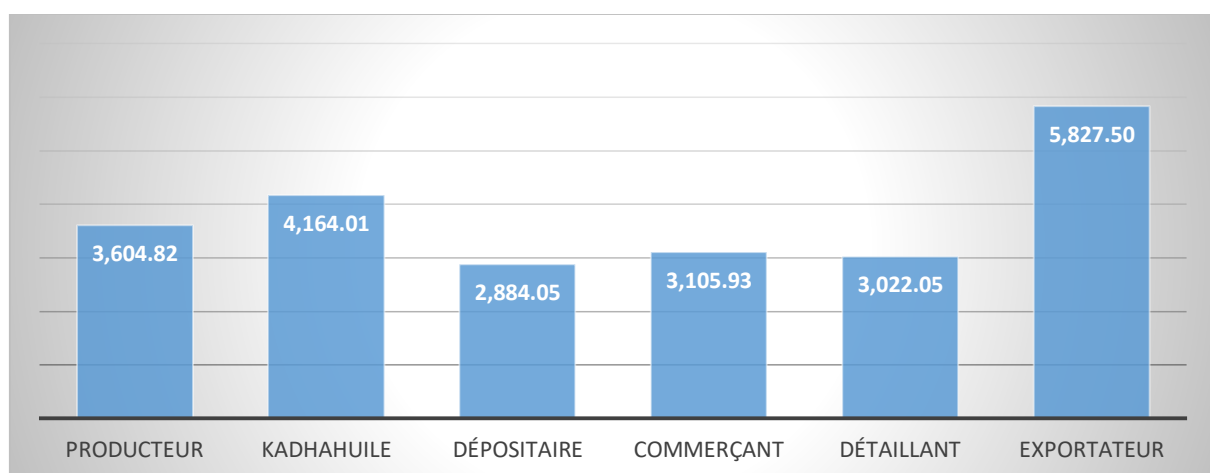


Figure 4. Marge nette des acteurs (FC/Bidon)

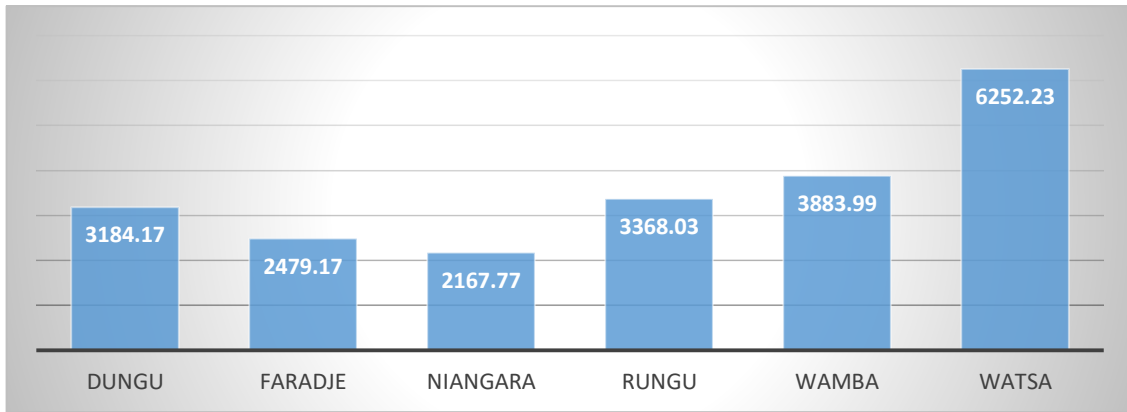


Figure 5. Marge nette par territoire (FC/Bidon)

Comme les autres variables (marges brutes, coûts et prix) les marges nettes du producteur varient d’un territoire à un autre. L’importance des coûts engagés dans la distribution de l’huile de palme ainsi que celle de la marge brute sont à la base des différences observées dans les marges nettes.

Signalons que dans ce dernier territoire, l’activisme des rebelles ougandais de la LRA (Lord’s Resistance Army) limite sensiblement le commerce des kadhahuiles et coupe le trafic en deux parties dans le territoire de Dungu: une vers le Nord où les produits vont vers la frontière du Sud-Soudan centré à Doruma ; et l’autre dans la partie Sud où les routes sont aussi dangereuses, laissant surtout la place au trafic des véhicules (Shindano et al, op.cit).

Ainsi donc, le commerce de l’huile de palme est bénéfique dans tous les territoires du Haut-Uele et chez tous les intervenants comme l’avait déjà constaté Shindano (2014) à Isiro.

3.3. Analyse de l’équité du commerce de l’huile de palme

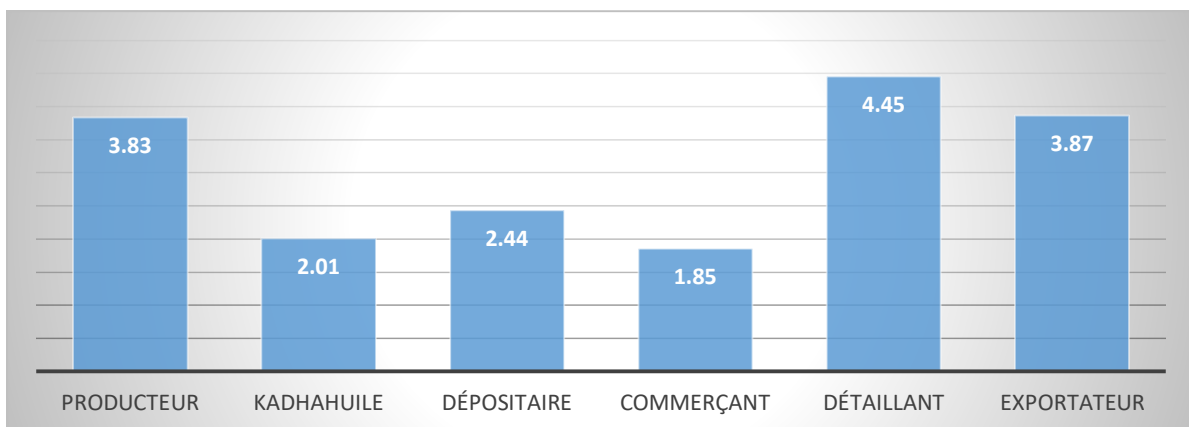


Figure 6. Equité du commerce de l’huile de palme par acteur

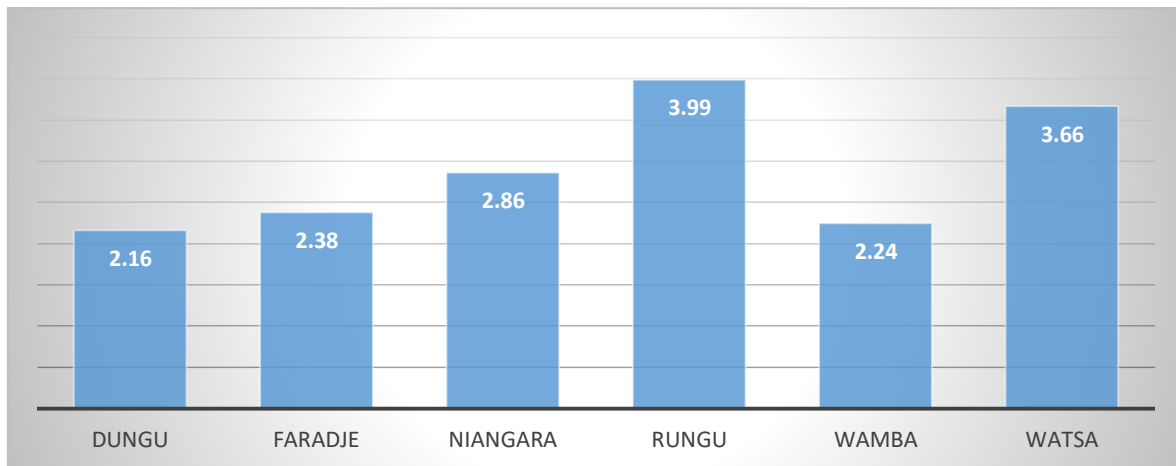


Figure 7. Équité du commerce de l'huile de palme par territoire

Les figures 6 et 7 renseignent que les équités du commerce de l'huile de palme sont supérieures à l'unité ($E > 1$) chez tous les acteurs et cela, dans tous les territoires. Toutefois, on a noté le contraire chez le producteur de Wamba ($E = 0,64$), le kadhahuile de Dungu ($E = 0,67$) et le commerçant de Faradje ($E = 0,92$) et Watsa ($E = 0,82$). Ceci veut dire que ces derniers sont lésés dans la distribution des bénéfices de la commercialisation de l'huile de palme (Diakite, op. cit). Cette situation s'explique d'une part par l'importance de leurs coûts de transfert ainsi que celle de leurs marges brutes.

Le constat confirme la réalisation des surprofits des autres acteurs et surtout du producteur du territoire de Watsa ($E = 122,7$) dans la chaîne de commercialisation de l'huile de palme. Cela se justifie par sa proximité avec les carrières minières ainsi que les faibles coûts de transfert. Quant aux autres intervenants, ils réalisent des profits modérés, les valeurs de leurs équités variant entre 1,26 à 10,12.

En outre, pour un type d'acteur donné, les valeurs de l'équité du commerce de l'huile de palme varient d'un territoire à un autre. Ceci s'explique par des raisons diverses évoquées ci-haut.

L'examen de la figure 6 signale des valeurs de l'équité supérieures à l'unité ($E > 1$) chez tous les acteurs. Ceci veut dire que ces acteurs perçoivent plus qu'ils ne contribuent dans la commercialisation de l'huile de palme dans le Haut-Uele (Diakite, op. cit). Il apparaît ainsi qu'il n'y a pas d'équité dans la commercialisation de l'huile de palme dans le Haut-Uele contrairement aux observations de Mushagalusa et al (2015) dans la commercialisation des choux à Lubumbashi.

4. CONCLUSION

A travers les investigations menées sur les marges de commercialisation et l'équité, un certain nombre de conclusions se dégagent : Les marges brutes de l'huile de palme varient selon les territoires et les acteurs. Elles sont relativement faibles dans les zones de grande production et assez élevées dans les régions minières et à faible production. Le type d'acteur le moins défavorisé dans la chaîne de commercialisation avec de marge nette relativement faible dépend d'un territoire à un autre. Pour quatre des six acteurs étudiés (producteur, *kadhahuile*, dépositaire et détaillant), le territoire de Watsa a les marges nettes de la commercialisation de l'huile de palme les plus élevées.

De l'analyse de l'équité, il faut noter qu'il n'y a pas d'équité dans la commercialisation de l'huile de palme dans le Haut-Uele.

Ces résultats invitent le gouvernement congolais à sécuriser le nord du Haut-Uele, à mettre fin aux tracasseries diverses en supprimant toutes les barrières érigées dans cette province, mais aussi à y aménager les infrastructures routières.

REFERENCES

- 1) DIAKITE L., *Fonctionnement du marché céréalier au Mali, une analyse néo-institutionnelle de son organisation et de son efficacité temporelle et spatiale*, Université de Ouagadougou, Thèse inédite, Ouagadougou, 2006, p264
- 2) MARIVOET W., « Mapping livelihoods in the DR Congo », International Conference Nutrition and Food Production in the Congo Basin, Brussels, 30 Sept.-1 Oct. 2013, Royal Academy for Overseas Sciences & National Committee for Biological Sciences, draft, pp. 56-57
- 3) MINISTERE PROVINCIAL DE L'INTERIEUR DU HAUT-UELE : *Rapport annuel 2015*, Isiro, 2016, p 208.
- 4) MOANGO M., SHINDANO M. et GAMBOLIPAY V. : La problématique de la production de l'huile de palme à Isiro et ses environs, *In CERIUUELE*, vol 5,1/2013, pp165-181
- 5) MUSHAGALUSA B., BIRINDWA V., BYAMUNGU B., KIRONGOZI S. et KAOMA M., Commercialisation des choux à Lubumbashi: acteurs, rentabilité et contraintes, *in International Journal of Innovation and Scientific Research*, vol. 15 n°1, May 2015, pp95-101
- 6) NICOLAÏ H. *Le Congo et l'huile de palme. Un siècle. Un cycle ?* <http://belgeo.revues.org/11772> consulté le 25 oct 2014
- 7) OMASOMBO T.J., ZANA, E.M, GAISE R., BUAGUO D et MOMBIGI G., *Haut-Uele, trésor touristique*, Musée royal de l'Afrique centrale, Tervuren, 2011, p436
- 8) PNUD/UNOPS : Monographie de la province Orientale, Kinshasa, 1998, p86

- 9) SHINDANO M., KATULA B., TEPATONDELE H. et AKANANGANA W., A comparative analysis on determinants of performance of the palm oil sector *in* Dungu and Wamba regions in the Democratic Republic of Congo, in IJIFER 5(3), pp23-28, 2017
- 10) SHINDANO M., *La formation des prix des produits agricoles de première nécessité dans une économie libéralisée, cas de la cite d'Isiro*, Mémoire DEA inédit, IFA-Yangambi, 2014, p368
- 11) YILMAZ M., : *le commerce équitable*, UNRISD, Genève, 2015, 22p