

## Déterminants du succès de l'agrobusiness familial dans le Sud-Kivu montagneux en République Démocratique du Congo

### [ Determinants of the success family agrobusiness in mountainous South Kivu in the Democratic Republic of Congo ]

*Jean-Pierre Kashangabuye Cirimwami*

Institut Supérieur de Développement Rural de Bukavu, Sud-Kivu, RD Congo

---

Copyright © 2024 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:** Local markets in mountainous South Kivu are characterized by imperfect competition because not only is information imperfect, but also transaction costs are high, sometimes arbitrary and hinder arbitrage in the marketing chain. The prices of agricultural products on the market are not stable. The oligopoly situation experienced in the sector is caused by the concentration of producers. Suppliers thus have power resulting from their domination and strong demand. Oligopoly is dangerous for consumers to the extent that the few players present in this market may be tempted to agree on the prices they impose on buyers. Thus, the latent factors determining the success of agribusiness in beans and corn are the profile, infrastructure, resources used, production technologies used, entrepreneurial orientation and marketing. The latent factors determining the success of cassava agribusiness are the resources mobilized and infrastructure. The latent factors determining the success of potato agribusiness are infrastructure, entrepreneurial orientation, marketing and production techniques. The variable exploited and secured surface area proved to be discriminatory for family agribusiness. Apart from the cultivation of potatoes considered as cash crops on any surface area, only medium and large producers can boast of doing agribusiness on beans, corn and cassava. The direct use of land covered by official and lasting titles offers more guarantee than usufruct for family agribusiness. In addition to land guarantees, the common latent factors for doing family agribusiness are the personal characteristics of the producer, infrastructure, resources used, production technologies used, entrepreneurial orientation and marketing.

**KEYWORDS:** Mountainous South Kivu, imperfect competition, oligopoly situation, determinants of agribusiness success, family agribusiness.

**RESUME:** Les marchés locaux dans le Sud-Kivu montagneux sont caractérisés par une concurrence imparfaite car non seulement l'information est imparfaite, mais aussi les coûts de transaction sont élevés, parfois arbitraires et gênent l'arbitrage dans la chaîne de commercialisation. Le prix des produits agricoles sur le marché ne sont pas stables. La situation d'oligopole vécue dans le milieu est provoquée par la concentration des producteurs. Les offreurs possèdent, ainsi, un pouvoir résultant de leur domination et d'une forte demande. L'oligopole est dangereux pour les consommateurs dans la mesure où les rares acteurs présents sur ce marché peuvent être tentés de s'entendre sur les prix qu'ils imposent aux acheteurs. Ainsi, les facteurs latents déterminants du succès de l'agrobusiness sur le haricot et le maïs sont le profil, les infrastructures, les ressources utilisées, les technologies de production utilisées, l'orientation entrepreneuriale et la commercialisation. Les facteurs latents déterminants du succès de l'agrobusiness sur le manioc sont les ressources mobilisées et les infrastructures. Les facteurs latents déterminants du succès de l'agrobusiness sur la pomme de terre sont les infrastructures, l'orientation entrepreneuriale, la commercialisation et les techniques de production. La variable superficie exploitée et sécurisée s'est avérée discriminatoire pour faire l'agrobusiness familial. A part la culture de la pomme de terre considérée comme cash-crops sur n'importe quelle superficie, seuls les moyens et les grands producteurs peuvent se prévaloir de faire de l'agrobusiness sur le haricot, le maïs et le manioc. Le faire-valoir direct des terres couvertes par des titres officiels et durables offre plus de garantie que l'usufruit pour

faire de l'agrobusiness familial. En plus des garanties foncières, les facteurs latents communs pour faire l'agrobusiness familial sont les caractéristiques personnelles du producteur, les infrastructures, les ressources utilisées, les technologies de production utilisées, l'orientation entrepreneuriale et la commercialisation.

**MOTS-CLEFS:** Sud-Kivu montagneux, concurrence imparfaite, situation d'oligopole, déterminants du succès de l'agrobusiness, agrobusiness familial.

## 1 INTRODUCTION

L'adoption des techniques de l'intensification agricole n'est pas automatiquement synonyme de l'adoption de l'agrobusiness familial. Un ménage peut bien produire mais pas nécessairement pour créer un revenu. Par contre, on ne peut pas envisager développer un agrobusiness familial sans intensifier la production. Même si le bilan actuel de la « révolution verte » basée sur la modernisation des exploitations familiales et l'intensification de la production est finalement très mitigé sinon inquiétant [1]. L'agriculture, secteur primaire d'activités est l'un des piliers qui booste l'économie et changement social d'une nation. Selon le Fonds International de Développement Agricole [2], le monde compte près de 500 millions de petits exploitants agricoles, et la petite paysannerie permet de faire vivre plus de deux milliards de personnes. Le commerce international des produits vivriers et les règles du libre-échange qui le commandent ne sont pas adaptés au secteur agricole en général et menacent la survie de petits agriculteurs [3]. Son environnement économique se caractérise par un niveau élevé des risques et d'incertitudes. L'environnement institutionnel, quant à lui, se caractérise par l'existence de pratiques réglementaires inadaptées ainsi que de taxations abusives [4]. Le Sud-Kivu montagneux à l'Est de la RDC continue à être une des plaques tournantes du commerce transfrontalier [5], avec une forte dépendance de son économie alimentaire du Rwanda, du Burundi, de l'Ouganda et de la province du Nord-Kivu. Les acteurs impliqués dans les filières maïs, manioc, pomme de terre et haricot, font face aux défis ci-après: faible connaissance en entrepreneuriat agricole, pratiques agricoles rudimentaires; marché non organisé et non contrôlé; faible connectivité entre acteurs de la chaîne de valeur; financement agricole pas accessible à un bon nombre d'acteurs œuvrant dans le secteur; infrastructures/routes de dessertes agricoles en mauvais état [6], les sols sont de plus en plus épuisés, les autres ressources de ménages (surtout ruraux) sont trop faibles pour un investissement agricole conséquent [7]. Cinq décennies de « développement » et trois décennies des politiques néolibérales ont eu pour effet d'augmenter les disparités entre petites et grandes exploitations au détriment des paysans et de l'environnement. La contrée sous étude a connu énormément d'intentions de politiques agricoles et des campagnes agricoles pour les cultures vivrières en dépit desquelles leur importation bat son record. L'augmentation de la demande alimentaire a donné une impulsion nouvelle à la commercialisation de la production vivrière. Cependant, l'acheminement des produits agricoles des zones de production vers les marchés urbains et leur distribution entre les marchés primaires et les marchés de gros posent problème [8]. La meilleure façon de faciliter les échanges serait l'incitation à la production locale tout en amoindissant les coûts des transactions et/ou de transport, faciliter la commercialisation tout en éradiquant la concurrence déloyale des produits importés. Certes, le paysan vit principalement de l'agriculture et toute sa situation économique en dépend par le biais des échanges avec les milieux urbains, mais l'agriculture paysanne malgré son assiduité aux activités agricoles ne parvient pas toujours à satisfaire la demande urbaine [3].

La présente étude a eu comme objectif global de faire une analyse du succès de l'agrobusiness familial basé sur certains produits agricoles vivriers (manioc, maïs, haricot et pomme de terre) au Sud-Kivu montagneux. De manière spécifique, elle a analysé les déterminants de l'agrobusiness familial et Identifié des stratégies y relatives dans les régions voisines en vue d'en dégager un modèle optimal.

## 2 MÉTHODOLOGIE

### 2.1 MILIEU D'ÉTUDE

Les données de cette étude concernent les 3 zones agro écologiques que sont la basse altitude (<1000m); la moyenne altitude (1001-1400 m) et la haute altitude (1400m et plus) de la Province du Sud - Kivu. Les ménages enquêtés sont ceux de la région culturelle du Bushi répartis sur 3 territoires suivants: Kabare, Mwenga et Walungu qui couvrent 5.039 km<sup>2</sup> situés dans la zone 2°latitude Sud et 28° à 29° de longitude Est.

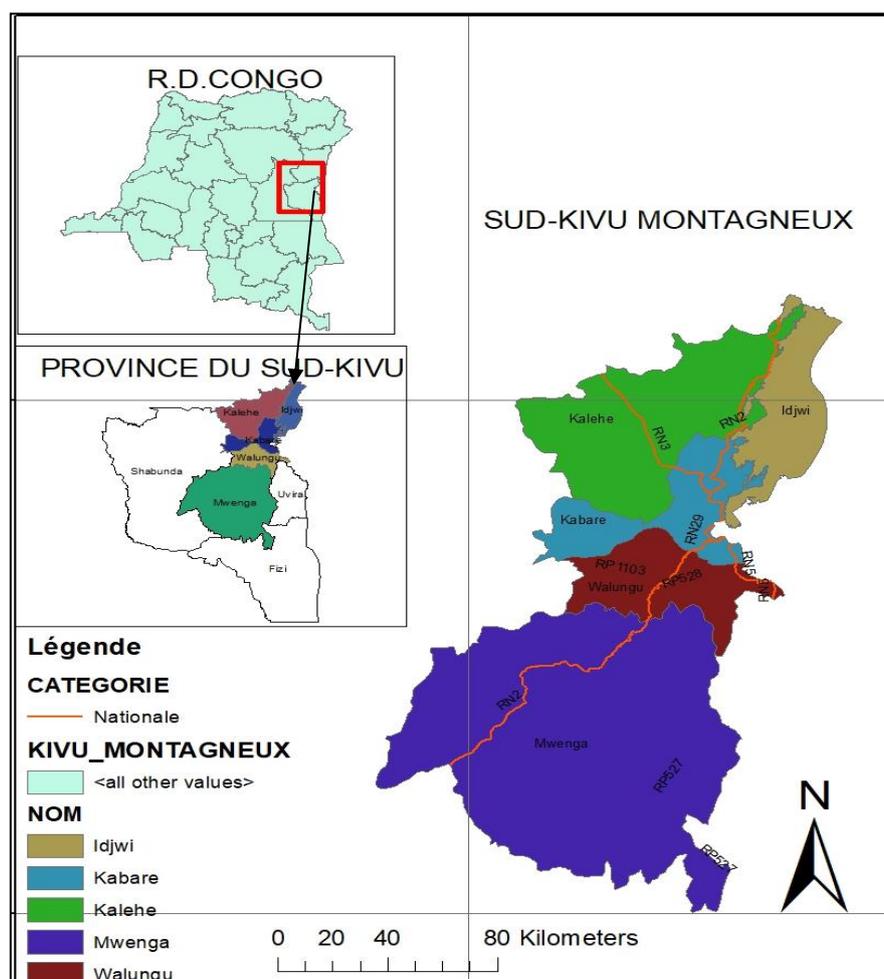


Fig. 1. Le milieu d'étude

Source: l'auteur

## 2.2 MÉTHODOLOGIE UTILISÉE

Il a été question de vérifier l'affirmation selon laquelle « le succès de l'agrobusiness familial des produits étudiés dépend étroitement de 6 facteurs déterminants ».

L'étude a fait recours à un échantillon raisonné et non aléatoire. Un questionnaire a été remis aux producteurs qui exploitent au moins 0,50 ha pour le haricot, le maïs et le manioc, la polyculture étant dominante. La pomme de terre étant considérée comme une culture de rente, le questionnaire a été remis aux petits, moyens et grands producteurs. Ces producteurs ont été identifiés à partir de la base de données sur l'adoption des technologies de l'intensification au sein de Chefferies Burhinyi, Kabare, Kaziba, Luhwinja et Ngweshe pour une étude de confirmation. Le choix des villages et des groupements a été guidé par la même base de données. Leurs informations ont été couplées à celles récoltées auprès des producteurs expérimentés en agrobusiness familial à Idjwi (pour le manioc), à Kalehe et Minova (pour les 4 cultures) et à Kamanyola dans la Plaine de la Ruzizi (pour le haricot, le maïs et le manioc).

Cet échantillon a été réparti comme suit: 79 ménages pour le haricot, 112 ménages pour le maïs et 79 ménages pour le manioc, 79 ménages qui exploitent la pomme de terre. L'enquête auprès des producteurs a été réalisée au deuxième semestre de l'année 2019.

Les variables latentes ayant fait l'objet de l'analyse confirmatoire sur SPSS sont les caractéristiques individuelles de l'exploitant, les techniques de production, les infrastructures, la commercialisation, l'investissement et/ou ressources, l'orientation entrepreneuriale et le développement de l'agrobusiness familial pour chaque culture sous étude. L'étude a retenu, après une analyse factorielle confirmatoire, les variables suivantes par culture et par composante.

Pour le haricot, l'étude a retenu les variables ci-après: les caractéristiques individuelles de l'exploitant (le sexe, l'appartenance à une association et le niveau d'instruction), les techniques de production (le système de culture et l'adoption de l'utilisation des produits phytosanitaires), les infrastructures (l'existence du marché, les voies d'accès au marché et la taille du marché), la commercialisation (la concurrence, le type de produit vendu, le type d'acheteur, qui fixe le prix de vente, l'existence des cas de mévente et le niveau de satisfaction des clients), l'investissement et/ou ressources (l'évolution du capital engagé, l'évolution de l'épargne et le type de la main d'œuvre utilisée), l'orientation entrepreneuriale (la capacité d'innover, la bonne collaboration avec les acteurs, le travail en équipe, le travail en synergie, l'orientation pour le futur, l'existence d'une patience, la possession d'un compte en banque, la planification, les stratégies pour se maintenir, la vision, le contrôle et l'agilité face aux commandes), et le développement de l'agrobusiness familial (la proportion de la production vendue en saison A et saison B, la satisfaction par rapport à la production et la productivité).

Pour le maïs, l'étude a retenu les variables ci-après: les caractéristiques individuelles de l'exploitant (le sexe, l'appartenance à une association et le niveau d'instruction), les techniques de production (le système de culture et l'adoption de l'utilisation des fertilisants, l'adoption de la mécanisation agricole), les infrastructures (l'existence du marché, les voies d'accès au marché, la fréquence du marché dans le milieu et la taille du marché), la commercialisation (le type de produit vendu, le type d'acheteur, le prix de vente unitaire (FC) en saison A, l'investissement et/ou ressources (l'évolution de l'épargne), l'orientation entrepreneuriale (la capacité d'innover, le travail en équipe, la capacité de négocier, la possession d'un compte en banque, la capacité de prendre le risque, la planification, les stratégies pour se maintenir et l'orientation des clients), et le développement de l'agrobusiness familial (la proportion de la production vendue en saison A, la satisfaction par rapport à la production et la productivité).

Pour le manioc, l'étude a retenu les variables ci-après: les caractéristiques individuelles de l'exploitant (l'âge et l'appartenance à une association), les techniques de production (le statut foncier du champ, le prix de location du champ, le système de culture et l'adoption de la mécanisation), les infrastructures (la fréquence du marché dans le milieu, la possession d'un dépôt), la commercialisation (la concurrence, le type de produit vendu, qui fixe le prix de vente, la compétitivité du produit), l'investissement et/ou ressources (l'évolution du capital engagé, l'évolution de l'épargne et le type de la main d'œuvre utilisée), l'orientation entrepreneuriale (la capacité d'innover, la bonne collaboration avec les acteurs, le travail en synergie, la communication, la possession d'un compte en banque, la planification, la prise de risque, le contrôle et l'orientation des clients), et le développement de l'agrobusiness familial (la proportion de la production vendue en saison B, le niveau de satisfaction par rapport à la production et la productivité).

Pour la pomme de terre, l'étude a retenu les variables ci-après: les caractéristiques individuelles de l'exploitant (l'âge, la taille du ménage, la proportion fille-garçon dans le ménage, l'appartenance à une association et le niveau d'instruction), les techniques de production (le système de culture, l'accès au crédit agricole et l'adoption de l'utilisation des produits phytosanitaires), les infrastructures (la possession d'un dépôt, la fréquence du marché dans le milieu et la taille du marché), la commercialisation (la concurrence, le type de produit vendu, l'existence des cas de mévente et la compétitivité du produit), l'investissement et/ou ressources (la main d'œuvre utilisée), l'orientation entrepreneuriale (la fierté de création, le travail en équipe, la communication et la vision), et le développement de l'agrobusiness familial (la proportion de la production vendue en saison A et en saison B, le niveau de satisfaction par rapport à la production).

Pour toutes les cultures, les variables de l'orientation entrepreneuriale ont été réduites à quatre lors de l'élaboration des modèles d'équations structurelles avec le logiciel STATA en guise d'une analyse confirmatoire. Les résultats ont été présentés sous forme de schémas intelligents.

Les résultats sur les déterminants de l'agrobusiness familial sont représentés par quatre modèles d'équations structurelles (SEM) des variables qui identifient la force des facteurs latents dans le système pour chaque culture sous étude. Les variables latentes / composantes sont représentées par des ellipses/cercles. Les variables explicatives sont représentées par des rectangles ou des carrés. Des flèches relient les composantes/variables latentes à l'unique composante dépendante (elle a aussi ses variables explicatives). Chaque flèche est accompagnée d'un coefficient qui détermine sa force avec un signe positif ou négatif en termes d'influence. Chaque variable est également accompagnée de la marge d'erreur représentée par «  $\epsilon$  » d'un signe négatif ou positif.

La significativité des variables explicatives et des composantes est identifiée par leur p-value respective expliquée par un coefficient, la valeur de « Z score », un intervalle de confiance et une constante dans un tableau généré par le test. Des régressions linéaires ou logistiques sont utilisées pour déduire des équations économétriques.

### 3 RÉSULTATS

#### 3.1 LES DETERMINANTS DU SUCCES DE L'AGROBUSINESS FAMILIAL DANS LE SUD-KIVU MONTAGNEUX

Les modèles d'équations structurelles (SEM) utilisés ont les mêmes composantes et non les mêmes facteurs explicatifs à l'intérieur de ces composantes suivant le tri des variables qui ont montré un effet significatif et selon les cultures (Analyse confirmatoire avec des régressions linéaires ou logistiques). Les modèles sur la culture du haricot, du maïs, du manioc et de la pomme de terre au sein des ménages d'agrobusinessmen du Sud-Kivu montagneux ont été tracés (Figure à Figure) en Annexe 2.

##### 3.1.1 LES DETERMINANTS DU SUCCES DE L'AGROBUSINESS DE LA CULTURE DU HARICOT

Le modèle des déterminants de l'agrobusiness du haricot (Figure et Tableau 2) par l'analyse SEM montre que la composante « agrobusiness familial sur le haricot » est significativement influencée par toutes les variables latentes étudiées (présentées en cercle): l'orientation entrepreneuriale, le profil de l'agriculteur, les infrastructures, la commercialisation, les technologies utilisées et les ressources ( $p < 0,001$ ).

L'existence de l'infrastructure (coef = 3,4) présenté en cercle constitue un facteur latent qui a une influence positive élevée sur le succès de l'agrobusiness familial. Les ressources mobilisées (coef=-3) ont une influence négative élevée. Les caractéristiques individuelles des responsables des ménages (coef = 1,2), la commercialisation (coef = -0,25), les techniques de production (-0,14) et l'orientation entrepreneuriale (-0,001) ont une faible influence.

L'équation économétrique dégagée par une régression logistique se présente comme suit (Tableau 1).

Tableau 1. Régression agrobusiness sur le haricot

Proportion vendue A ou B	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf.	Interval]
Sexe	.68	.30	2.22	<b>0.030</b>	.06	1.29
Concurrence	-1.25	.33	-3.77	<b>0.000</b>	-1.90	-.58
Type produit vendu	1.01	.37	2.71	<b>0.009</b>	.26	1.76
Type acheteur	.57	.20	2.84	<b>0.006</b>	.17	.97
Qui fixe le prix	.96	.29	3.25	<b>0.002</b>	.37	1.55
Mévente	.81	.27	2.94	<b>0.004</b>	.26	1.36
Satisfaction des clients	-1.04	.31	-3.32	<b>0.001</b>	-1.66	-.41
<b>_cons</b>	<b>-0.87</b>	<b>.71</b>	<b>-1.22</b>	<b>0.227</b>	<b>-2.29</b>	<b>.55</b>

Number of obs = 78 ; F( 9,68) = 4.18; Prob > F = 0.0003; R-squared = 0.3562; Adj R-squared = 0.2710

L'équation économétrique dégagée par une régression logistique se présente comme suit:

**Propension de la proportion vendue de la production du haricot en saison A ou B = -0.87 +1,01 type de produit vendu + 0,96 Qui fixe le prix +0,81 mévente + 0,68 sexe + 0,57 type acheteur -1,25concurrence – 1,04 satisfaction du client**

##### 3.1.2 LES DETERMINANTS DU SUCCES DE L'AGROBUSINESS DE LA CULTURE DU MAÏS

Le modèle des déterminants de l'agrobusiness du maïs par une analyse SEM montre que la composante « agrobusiness familial sur le maïs » n'est pas significativement influencée par toutes les variables latentes mobilisées: l'orientation entrepreneuriale, le profil de l'agriculteur, les infrastructures, la commercialisation, les technologies utilisées et les ressources ( $p > 0,05$ ).

Toutefois, une régression logistique (Tableau) a dégagé une équation économétrique qui se présente comme suit:

Tableau 2. Régressions agrobusiness sur le maïs

Proportion vendue saison A	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf.	Interval]
Niveau d'instruction	-.21	.11	-1.86	<b>0.066</b>	-.45	.01
Fréquence marché dans le milieu	.24	.13	1.82	<b>0.072</b>	-.02	.51
Evolution de l'épargne	-.31	.15	-2.01	<b>0.047</b>	-.62	-.003
Négociation	-.41	.20	-2.04	<b>0.044</b>	-.80	-.01
<b>cons</b>	2.48	.77	3.22	<b>0.002</b>	.95	4.02

Number of obs = 112; F( 22, 89) = 1.83 ; Prob > F = 0.0247; R-squared = 0.3120; Adj R-squared = 0.1420

D'où,

**Propension à la proportion vendue de la production du maïs en saison A = 2,48 + 0,24 Fréquence du marché dans le milieu - 0,41 Capacité de négociation - 0,31 Evolution de l'épargne - 0,21 Niveau d'instruction.**

### 3.1.3 LES DETERMINANTS DU SUCCES DE L'AGROBUSINESS DE LA CULTURE DU MANIOC

Le modèle des déterminants de l'agrobusiness du manioc par l'analyse SEM montre que le facteur latent « agrobusiness familial sur le manioc » est significativement influencé par les infrastructures et les ressources ( $p \leq 0,05$ ).

Le facteur latent le plus influent pour cette culture ce sont les ressources mobilisées (coef = 0,87). En deuxième position, ce sont les infrastructures disponibles mais avec une influence négative (coef=-0,27).

D'où:

**Propension à la proportion vendue en saison B = 1,02 + 0,63 adoption mécanisation + 0,47 Système de culture + 0,27 Fréquence du marché dans le milieu - 0,85 capacité de collaboration - 0,01 âge du producteur (Tableau 1)**

Tableau 3. Régressions agrobusiness sur le manioc

Proportion vendue saison B	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf.	Interval]
Age	-.01	.01	-0.88	0.381	-.03	.01
Système de culture	.47	.29	1.60	0.113	-.11	1.07
Adoption mécanisation agricole	.63	.24	2.60	<b>0.011</b>	.15	1.13
Fréquence marché dans le milieu	.27	.15	1.82	<b>0.073</b>	-.02	.57
Collaboration	-.85	.33	-2.57	<b>0.012</b>	-1.5	-.19
<b>cons</b>	1.02	.54	1.88	<b>0.065</b>	-.06	2.12

Number of obs = 79; F( 5,73) = 2.96 ; Prob > F = 0.0172; R-squared = 0.1688; Adj R-squared = 0.1118

### 3.1.4 LES DETERMINANTS DU SUCCES DE L'AGROBUSINESS DE LA POMME DE TERRE

Le modèle des déterminants de l'agrobusiness de la pomme de terre par une analyse SEM montre que la composante « agrobusiness familial sur la pomme de terre » est significativement influencée par l'orientation entrepreneuriale, les infrastructures, les technologies de production et la commercialisation ( $p \leq 0,05$ ).

Le facteur latent le plus influent c'est l'orientation entrepreneuriale (coef = 0,92). En deuxième et troisième position, c'est successivement la commercialisation (coef = -0,32), les technologies de production (coef = 0,03) et les infrastructures utilisées (coef = -0,04).

D'où:

**Propension à la proportion vendue en saison A = 1,01 + 0,11 Main d'œuvre utilisée + 0,08 Existence produit concurrentielle - 0,15 Adoption des produits phytosanitaires (Tableau).**

Tableau 4. Régressions agrobusiness sur la pomme de terre

Proportion vendue saison A	Coef.	Std. Err.	t	P>t	[95% Conf.	Interval]
Adoption phytosanitaires	-.15	.08	-1.79	<b>0.078</b>	-.33	.012
Concurrence	.08	.04	2.24	<b>0.029</b>	.01	.16
Type main d'œuvre utilisée	.11	.05	2.08	<b>0.042</b>	.004	.21
_cons	1.01	.16	6.11	<b>0.000</b>	.68	1.35

Number of obs = 76; F( 18, 57) = 2.08 ; Prob > F = 0.0189; R-squared = 0.3965; Adj R-squared = 0.2059

## 4 DISCUSSION

En termes de rentabilité par are, l'ordre décroissant suivant est observé: la pomme de terre, le haricot, le manioc et le maïs [9]. Par rapport au Coût-Valeur maximum, l'ordre d'importance décroissant devient le haricot (3,5), la pomme de terre (3,3), le manioc sans tenir compte des boutures (3,2) et le maïs (2,1). Ce rapport peut augmenter en appliquant la fertilisation avec ou sans « zéro labour ». Malgré l'importance du marché, il n'y a pas d'entreprises spécialisées dans le secteur. A la colonisation, c'était des entreprises autour des cultures commerciales et pérennes. Avec l'agrobusiness familial, on va vers la production familiale et pour créer le revenu.

### 4.1 LES DÉTERMINANTS POUR LE HARICOT

Les individus qui produisent du haricot – semence vendent une proportion plus élevée par rapport à ceux qui produisent le haricot à consommer. La semence rapporte plus que le haricot à consommer. Lorsque le prix est fixé par les producteurs, la proportion vendue de la production du haricot est élevée par rapport à la fixation du prix par l'Etat pris comme référence. Les producteurs vendent une grande proportion de leur production quand il n'y a pas mévente. Les individus de sexe masculin vendent une grande proportion de leur production du haricot que ceux de sexe féminin pris comme référence. Les producteurs vendent une proportion élevée de leur production de haricot aux grossistes par rapport aux détaillants pris comme référence. La présence d'une quantité importante de haricot produit ailleurs impacte négativement la proportion à vendre par les producteurs locaux. Les consommateurs préfèrent plus le haricot importé que celui produit localement à cause du prix, la rapidité de la cuisson et le goût. Lorsque les clients ne sont pas satisfaits du haricot produit localement, la proportion vendue de la production du haricot diminue.

L'existence sur le marché de haricots hors zone, le niveau de satisfaction des clients, le type de haricot vendu, les acteurs qui fixent le prix, l'absence des cas de mévente sont plus explicatifs de la proportion vendue de la production du haricot à cause de leurs ratios de Student (en valeur absolue) et des coefficients plus élevés (Tableau 1).

Les cas d'échecs pour les années et les saisons agricoles sont fréquents. Ces échecs sont attribués la plupart de fois aux effets des changements climatiques [10], aux technologies utilisées et causent une distorsion entre l'offre et la demande [11].

Les facteurs les plus influents au sein de l'orientation entrepreneuriale sont la possession des capacités d'innover et une vision de l'avenir. Le niveau d'instruction et l'appartenance à une association sont les plus influents pour le profil des agripreneurs. Les voies utilisées pour accéder au marché et la taille du marché ont une influence similaire sur les infrastructures. Les facteurs les plus influents de la commercialisation sont par ordre d'importance les types d'acheteurs, l'existence ou non des cas de mévente, le type de production vendu (semence ou haricot de consommation), les modalités de fixation du prix et le niveau de satisfaction des clients. Pour les techniques de production, le niveau d'adoption de l'utilisation des produits phytosanitaires constitue le facteur le plus influent pour distinguer les agripreneurs. Les autres facteurs ont une influence similaire. Les facteurs les plus influents des ressources des agripreneurs sont l'évolution du capital et l'évolution de l'épargne (Figure).

Pour cette culture, la période de rareté sur le marché est constituée des mois de février à avril, septembre à novembre; elle est favorable au business car le haricot est rare sur le marché, le prix à l'achat est élevé, le prix de vente est élevé et le producteur peut faire de grands bénéfices. Les mois de juin, juillet, décembre et janvier sont défavorables pour les producteurs; c'est la période de récolte. Pendant ce temps, l'offre est élevée, les prix à l'achat ne sont pas stables et les prix de vente sont très bas [12].

#### 4.2 LES DÉTERMINANTS POUR LE MAÏS

Les producteurs vendent une proportion élevée de leur production quand la fréquence du marché dans le milieu augmente. Ceux qui n'ont pas des capacités de négociation vendent une proportion moins élevée. Ceux qui gagnent peu à épargner vendent une proportion moins élevée de leur production du maïs. Les producteurs instruits vendent une proportion moins élevée que les analphabètes qui, eux, ne font pas de compte d'exploitation.

La capacité de négociation et l'évolution de l'épargne sont plus explicatives de la proportion de la production vendue en saison A que la fréquence du marché dans le milieu et le niveau d'instruction car elles ont des ratios de Student (en valeur absolue) et des coefficients plus élevés.

Dans le milieu, on produit le maïs pour la vente (jusqu'à 95% de la production). La majorité vend des maïs frais laitoux. Rares sont ceux qui attendent que le maïs sèche au champ par peur du vol des récoltes. Vendre le maïs grain est plus rentable.

La possession d'une planification constitue le facteur le plus influent de l'orientation entrepreneuriale. En deuxième position c'est la possession des stratégies pour se maintenir. La prise de risque et la possession des capacités d'innover ont une influence similaire. Le sexe est le facteur le plus influent pour le profil des agripreneurs. L'appartenance à une association et le niveau d'instruction ont une influence similaire. Les facteurs les plus influents des infrastructures sont par ordre d'importance les voies utilisées pour accéder au marché, l'existence des marchés, la taille des marchés et la fréquence de marché par semaine. Le type de produit vendu est le facteur le plus influent de la commercialisation. Le type d'acheteur et le prix de la saison A ont une influence similaire. Le facteur le plus influent des technologies de production est l'adoption de l'utilisation des fertilisants. L'adoption de la mécanisation agricole et les systèmes de production utilisés ont une influence similaire. Le facteur le plus influent pour les ressources est l'évolution de l'épargne (Figure).

Pour cette culture, la période de rareté sur le marché est constituée des mois de janvier, février, et octobre à décembre; elle est favorable au business car le maïs, à cette période, est rare sur le marché; le prix à l'achat est élevé; le prix de vente est élevé et le producteur peut faire de grands bénéfices. Les mois de mars, avril, mai et septembre sont plus ou moins favorables car l'offre est moyenne, les prix à l'achat et à la vente ne sont pas stables [12].

#### 4.3 LES DÉTERMINANTS POUR LE MANIOC

Le manioc est généralement récolté en saison sèche. Ce produit occupe une place particulièrement importante dans l'alimentation des ménages au Sud-Kivu montagneux. Cultivé principalement pour ses racines et secondairement pour ses feuilles [13], les données sur les quantités produites dans plusieurs pays de l'Afrique subsaharienne sont rares [14]. La demande des ménages porte essentiellement sur la farine de manioc. Mais les producteurs vendent directement les cossettes de manioc ou le manioc carotte. Une nouvelle forme de vente est en train de s'installer: vendre au champ et en gros au grand désavantage des producteurs. La vente groupée n'est pas trop répandue.

Les facteurs qui différencient les agripreneurs par rapport aux ressources mobilisées pour cette culture sont l'évolution de l'épargne et l'évolution du capital engagé. Les facteurs qui différencient les agripreneurs par rapport aux infrastructures existantes pour cette culture sont l'existence et la fréquence du marché dans le milieu et la possession d'un dépôt (Figure).

Les individus qui ont adopté la mécanisation ont une grande proportion à vendre par rapport aux non adoptants. Ceux qui font l'association des cultures disposent d'une plus grande proportion de la production du manioc à vendre que ceux qui ont fait la monoculture. Lorsque la fréquence du marché dans le milieu augmente, les producteurs vendent une plus grande proportion du manioc produit. Les producteurs du manioc qui ont opté pour une vente groupée écoulent une faible proportion de leur production que ceux qui travaillent en solo. Les clients payent facilement auprès des producteurs qu'auprès des associations car ils peuvent négocier le prix au désavantage du producteur. Les jeunes producteurs ont moins à vendre que les producteurs âgés par le simple fait que l'expérience va de pair avec l'âge.

La possession des capacités de collaboration, l'adoption de la mécanisation et le système de culture sont plus explicatifs de la proportion de la production vendue du manioc en saison sèche car ils ont les ratios de Student (en valeur absolue) et des coefficients plus élevés.

La période de rareté sur le marché de Bukavu est constituée des mois d'octobre à février; elle est favorable au business car le manioc est rare sur le marché, le prix à l'achat est élevé, le prix de vente est élevé et le producteur peut faire de grands bénéfices. Les mois de juin à août sont des mois de récolte. Ils sont défavorables au producteur car l'offre est élevée, le prix d'achat n'est pas stable et les prix de vente sont bas. Ce sont les clients qui dictent le [12]. Les principales contraintes identifiées le long de la chaîne de valeur de manioc sont l'insuffisance des matériels de plantation de qualité, la faible fertilité du sol, le

faible accès au crédit, le manque d'équipement de transformation [15], le manque ou mauvais état d'infrastructure (dépôts, routes...) et le manque d'une forte connexion entre les acteurs et parties prenantes.

#### **4.4 LES DETERMINANTS POUR LA POMME DE TERRE**

La possession d'un dépôt constitue le facteur qui différencie les agripreneurs par rapport aux infrastructures mobilisées pour cette culture; il permet de réduire la teneur en eau pour une meilleure vente. L'existence d'un marché, la taille du marché et la fréquence du marché dans le milieu ont la même influence. En effet c'est le même facteur: le marché, sans lequel les producteurs subissent des cas de mévente. Les facteurs qui différencient les agripreneurs par rapport à l'orientation entrepreneuriale pour cette culture sont la fierté de création, le travail en équipe, la possession d'une vision de l'avenir et la communication. Les facteurs de la commercialisation et des techniques de cultures utilisées n'ont pas une influence significative. A n'importe quel prix, on finit par vendre (Figure).

Les producteurs qui utilisent la main d'œuvre payée vendent une plus grande proportion que ceux qui utilisent la main d'œuvre familiale. Les producteurs vendent facilement une grande portion de leur production de la pomme de terre lorsqu'il n'existe pas sur le marché de la pomme de terre qui vient de l'extérieur (Nord-Kivu, Rwanda, etc.). Les producteurs qui n'ont pas utilisé des produits phytosanitaires pour la pomme de terre ont une faible production à vendre à cause du faible rendement. L'existence sur le marché de la pomme de terre importée est plus explicative de la proportion vendue que les deux autres facteurs car, en effet, elle a le ratio de Student (en valeur absolue) et le coefficient élevé.

Les mois où les producteurs connaissent le cas de mévente sont: septembre à décembre pour ceux qui exploitent les marais; mai à août pour ceux qui exploitent les zones d'altitude [16].

En général, plusieurs plans et programmes agricoles élaborés depuis l'indépendance de la RDC n'ont pas atteint leurs objectifs. Ils ont été inadaptés et même certains n'ont jamais dépassé le stade des tiroirs [20]. Parmi ces plans et programmes, on peut citer le plan intérimaire de relance agricole (1966-1972), le Programme Agricole Minimum (1980-1981), le Plan de relance agricole (1982-1984), le Programme d'Autosuffisance Alimentaire (1987-1990), le Plan directeur du Développement Agricole et Rural (1991-2000), le Programme National de Relance du Secteur Agricole et Rural « PNSAR » (1997-2001), le Programme triennal d'appui aux producteurs du secteur agricole (2000-2003), les Programmes et projets appuyés par la FAO ainsi que les différents Programmes bilatéraux et multilatéraux qui sont restés tous des simples slogans. Les causes communes de l'échec ou tout simplement la non ou la faible implémentation sont la mauvaise gouvernance et le manque de volonté politique.

En clair, l'élément de discrimination au développement de l'agrobusiness pour ces cultures c'est le revenu à en tirer; la conviction que c'est rentable et que le marché est certain. L'étude retient, à la lumière de Cirimwami et al [17] et Entraïdes et Fraternité [18] que si ces conditions sont réunies, l'effectivité de l'agrobusiness familial fonctionnerait comme décrit par la Figure. Contrairement aux défenseurs de l'agrobusiness basé sur des cultures de rente, cette étude préconise le modèle de l'agriculture paysanne familiale [18] qui, appuyé correctement, a la capacité de fournir de nombreux emplois tout en respectant les modes de vie traditionnels, de lutter contre la pauvreté, de garantir la sécurité alimentaire des générations présentes et futures, de préserver la biodiversité et les ressources naturelles et de lutter contre le changement climatique. Cette étude ne considère pas l'agrobusiness familial comme une extension logique des politiques d'industrialisation agricole et de libéralisation qui se sont imposées un peu partout dans le monde, au cours des 2 dernières décennies au travers de programmes de « développement ». Mais plutôt un développement de l'agriculture de moyens et grands producteurs (exploitent plus d'1ha par saison) dans une approche de marché où la demande conditionne la productivité et la compétitivité.

Il s'agit, à la lumière d'Entraïdes et Fraternité [18], d'un modèle de l'agrobusiness qui met beaucoup en avant aujourd'hui la « résilience » de l'agriculture familiale. Les études d'exploitations familiales réalisées montrent que l'un des ressorts de cette capacité d'adaptation de l'agriculture familiale pouvant aider à faire face aux contraintes et aux aléas est la diversification. Elle permet de répartir les risques (naturels, économiques) et de mieux se saisir des opportunités de marché ou climatiques. Elle a aussi des conséquences positives sur l'emploi familial (notamment des femmes) et l'équilibrage des rapports intrafamiliaux; mais elle affecte également les circuits et les échanges micro et macro-économiques. Elle renforce l'autosuffisance de l'exploitation familiale et les possibilités d'échanges de proximité sur les marchés locaux; elle favorise ainsi les circuits courts, autonomise en partie les économies locales et réduit les distances, et donc les coûts énergétiques pour les transports. En un mot, la diversification réduit la dépendance.

Les aptitudes et compétences sur l'agriculture commerciale doivent être renforcées pour améliorer la capacité entrepreneuriale. Il sera en même temps important d'élever la connaissance et de renforcer les capacités des acteurs sur l'adaptation climatique afin qu'ils l'intègrent dans leurs activités et leurs stratégies [15]. Les efforts devront être centrés sur le

développement des nouveaux systèmes agricoles afin d'améliorer la fertilité du sol et la qualité de matériel de plantation pour accroître le rendement à l'hectare.

Cinq focus s'avèrent nécessaires (Figure).

- Offrir des incitations appropriées aux agrobusinessmen et garantir l'existence de conditions leur permettant de réagir à ces incitations

A cette fin, en amont, le pouvoir public pourrait mettre en œuvre des politiques micro-économiques saines et capables de faciliter l'accès au crédit agricole, aux intrants, à un accompagnement agricole via des institutions de recherche. Ainsi, une infrastructure institutionnelle et physique, propre à appuyer les agripreneurs en facilitant l'accès à la terre, au financement rural, aux connaissances techniques et aux services de communication et de transport, et en assurant un encadrement à des écoles à vocation agricole qui seront mises en place. A ceci s'ajoute la réhabilitation des routes de desserte agricole en vue de permettre que les produits agricoles atteignent les marchés [26].

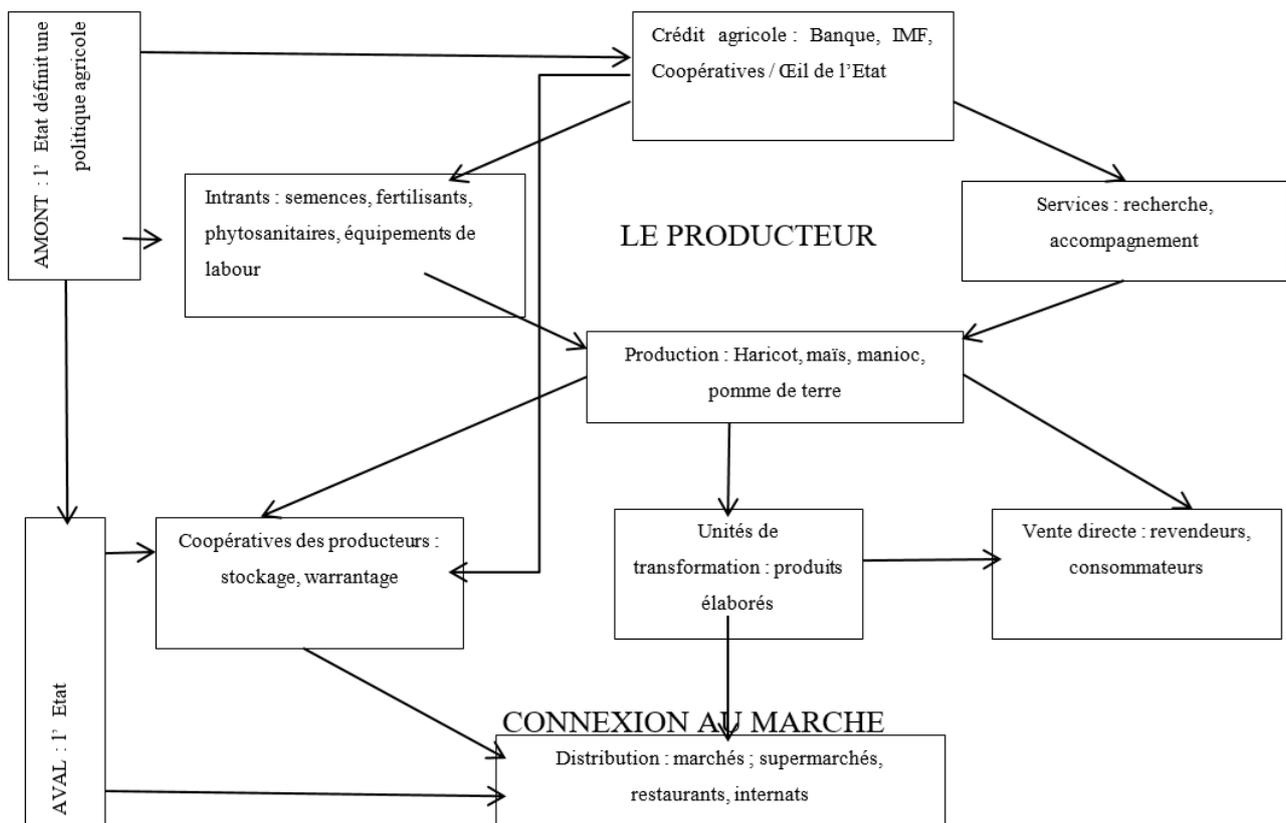


Fig. 2. Fonctionnement de l'agrobusiness familial

- Garantir une sécurité des investissements

En amont comme en aval, l'Etat, dans les responsabilités qui lui incombent, peut trouver des mécanismes pour améliorer les conditions du travail et sécuriser les investissements dans le domaine de l'agriculture, promouvoir et renforcer les organisations professionnelles agricoles, garantir un calme social et une fiscalité stable [27]. Un volet qui instaure et sécurise le développement du warrantage est nécessaire. L'analyse a dégagé l'existence des périodes de mévente et de carence qui font fluctuer les prix sur le marché. Les producteurs peuvent solliciter et obtenir des crédits agricoles auprès des banques, des institutions de micro-finance et les coopératives contre une garantie faite de la production stockée et mieux conditionnée par les coopératives ou les unités de transformation. Leurs produits, une fois vendus pendant la période de carence, à un prix plus rémunérateur pourraient rembourser les crédits, les frais, les intérêts et créer un bénéfice conséquent.

- Reformuler la loi foncière en faveur des producteurs ruraux

Cette stratégie permettra de faciliter un accès équitable de tous les agriculteurs au capital foncier. Il permettra aussi de réduire le dualisme entre la loi foncière et les us et coutumes et assurera la protection de la propriété privée contre les vols et

les accaparements des hommes forts [19]. Cette mise à l'ordre de la loi foncière aidera à sécuriser les tenures foncières et attirer les investissements dans le secteur agricole.

- Réguler le marché

Comme retenu par Namegabe [29], la concurrence imparfaite qui régit le marché des produits agricoles peut défavoriser les producteurs à cause des produits importés vendus moins chers. L'hétérogénéité des produits sur le marché n'est pas mauvaise mais doit répondre aux préférences des demandeurs à consommer local. C'est un signe de diversification soutenue comme un indicateur de développement. Le prix et les taxes doivent être stables, accessibles à toutes les bourses et identiques sur tous les marchés de la ville. Au sein des chefferies du Sud-Kivu montagneux, les prix d'achat des produits agricoles devraient être fixés par le pouvoir public en tenant compte de la distance à parcourir vers les centres de consommation de façon qu'il soit possible de les livrer dans les normes identiques que ceux de la concurrence. Les tracasseries sont des barrières au développement agricole car trop de taxes tuent la taxe. L'information devrait être connue de la même façon et accessible à tous sans coûts ou si coût existe, devrait être accessible à tous. Une concurrence contrôlée devrait fixer des normes qui sécurisent et encourage la production interne.

- Garantir une connectivité au marché

Avec Serge [30], l'étude soutient qu'un partenariat stratégique et une collaboration entre tous les acteurs des chaînes de valeur devront être renforcés pour l'accroissement du pouvoir de négociation et la réalisation des profits attractifs des uns et des autres. Ce rôle pourrait être assuré par un regroupement des producteurs, pour ceux qui le veulent, en des coopératives agricoles bien que ce facteur n'ait pas été déterminant parce que mal connu. Le renforcement de ce partenariat et des plateformes existantes à tous les niveaux aurait aussi pour avantage de faciliter une gestion partagée de l'information sur les mesures d'adaptation aux perturbations climatiques. Il permettra l'utilisation plus efficace des ressources, l'amélioration de la coordination et l'implémentation des activités de régulations et le développement des systèmes d'information performants entre les acteurs.

Ainsi, l'Etat aura comme rôle principal de garantir à la nation toute entière la vie et la protection de celle-ci, à travers ses multiples services. Il doit instaurer une politique pouvant permettre les services de bien travailler. Les opérateurs politiques regroupant gouvernement et parlement au niveau central, provincial et entités territoriales décentralisées d'une part, et d'autre part les services techniques représentant l'administration doivent assurer l'exécution des politiques publiques par le niveau politique. Chaque niveau dans cet arsenal a sa compétence qui lui est définie par la constitution de la République. Les services de vulgarisation, par des efforts et techniques appropriées, vulgarisent des nouvelles techniques culturelles en vue d'améliorer la production agricole et par là la situation socio-économique des ménages des agriculteurs ruraux. Ils sont non seulement reconnus par l'Etat mais aussi contrôlés par lui, pour avoir une idée sur l'impact de leurs activités sur le terrain.

Les agrobusinessmen ne pourront produire pour créer un revenu suffisant que s'ils adoptent à grande échelle les technologies adaptées de l'intensification. La prise de risque va jouer un rôle prépondérant parmi les facteurs de la composante « orientation entrepreneuriale ». La population agricultrice doit adopter un comportement responsable pouvant l'aider à émerger pour quitter une vie de moins être vers une vie de plus être. Ce que Defour [20] considère comme une liberté qui n'est pas faite par le seul fait de ne pas être soumis à l'exploitation économique et être apte à satisfaire lui-même ses besoins primaires matériels, mais plutôt d'acquérir son droit de l'autodétermination, de décider son mode de vie, de maîtriser son devenir. On ne peut jamais arriver ici sans que les acteurs locaux prennent une part active à cet exercice.

La viabilité de ces stratégies est conditionnée par la participation active de tous les acteurs intervenants dans le domaine de l'agriculture et l'accès non discriminatoire aux informations sur le marché ainsi que les normes et techniques culturelles plus productrices.

## **5 CONCLUSION**

Les marchés locaux sont caractérisés par une concurrence imparfaite car non seulement l'information est imparfaite, mais aussi les coûts de transaction sont élevés, parfois arbitraires et gênent l'arbitrage dans la chaîne de commercialisation. Il existe une liberté d'entrée et de sortie dans le marché mais l'information n'est pas connue de la même façon et accessible à tous sur tous les marchés. Il existe sur le marché plusieurs vendeurs, plusieurs acheteurs mais les produits sont hétérogènes. Le prix des produits agricoles sur le marché ne sont pas stables et pour cause: la dévaluation de la monnaie locale, des taxes imprévisibles et une sur-taxation, la multiplicité des services de taxation sur un même produit, la liberté dans la fixation des prix par les acteurs, des fournisseurs et/ou grossistes à la fois détaillants (concurrence déloyale), un choix des produits dicté par la provenance. Ce qui pour Keynes [21] est un libre jeu de marché qui n'induit pas automatiquement au retour à l'équilibre. Schumpeter estime que la concurrence imparfaite est nécessaire au bon fonctionnement du système capitaliste, dans la

mesure où elle stimule l'innovation. La situation d'oligopole vécue dans le milieu est provoquée par la concentration des producteurs. Elle leur permet d'atteindre la taille critique afin d'augmenter le rendement, de réaliser des économies d'échelle et de dégager des gains de productivité. Les offreurs possèdent, ainsi, un pouvoir résultant de leur domination et d'une forte demande. L'oligopole est dangereux pour les consommateurs dans la mesure où les rares acteurs présents sur ce marché peuvent être tentés de s'entendre sur les prix qu'ils imposent aux acheteurs.

Les facteurs latents déterminants du succès de l'agrobusiness sur le haricot et le maïs sont le profil, les infrastructures, les ressources utilisées, les technologies de production utilisées, l'orientation entrepreneuriale et la commercialisation. Les facteurs latents déterminants du succès de l'agrobusiness sur le manioc sont les ressources mobilisées et les infrastructures. Les facteurs latents déterminants du succès de l'agrobusiness sur la pomme de terre sont les infrastructures, l'orientation entrepreneuriale, la commercialisation et les techniques de production.

La variable superficie exploitée et sécurisée s'est avérée discriminatoire pour faire l'agrobusiness familial. A part la culture de la pomme de terre considérée comme cash-crops sur n'importe quelle superficie, seuls les moyens et les grands producteurs peuvent se prévaloir de faire de l'agrobusiness sur le haricot, le maïs et le manioc. Le faire-valoir direct des terres couvertes par des titres officiels et durables offre plus de garantie que l'usufruit pour faire de l'agrobusiness familial. En plus des garanties foncières, les facteurs latents communs pour faire l'agrobusiness familial sont les caractéristiques personnelles du producteur, les infrastructures, les ressources utilisées, les technologies de production utilisées, l'orientation entrepreneuriale et la commercialisation.

## REFERENCES

- [1] Brondeau, F. (2012), Agrobusiness et développement agricole. Quels enjeux pour quelles perspectives? Le cas de la zone Office du Niger, Mali, HAL, 20p.
- [2] FIDA (2015), Rapport sur la petite paysannerie, En Ligne sur Google.
- [3] Makhouredia, D. (2013), Commerce international des produits vivriers et règles de libre-situation, Rapport.
- [4] Said (2009), Caractéristique de l'environnement économique du commerce des produits vivriers, 44 p.
- [5] Vwima, S., Mastaki J.L. et Lebailly P. (2013), «Le rôle du commerce frontalier des produits alimentaires avec le Rwanda dans l'approvisionnement des ménages de la ville de Bukavu (Province du Sud-Kivu)», Les Cahiers de l'association Tiers-Monde, 28: pp 27-40.
- [6] Arhengerwa, D. (2011), La pomme de terre dans le Nord et Sud-Kivu, Rapport.
- [7] De Faily, D. (2000), «L'économie du Sud-Kivu 1990-2000: mutations profondes cachées par une panne», L'Afrique de Grands lacs, Annuaire 1999-2000: pp 161-188.
- [8] Luhiriri, D. (2013), L'augmentation de la demande alimentaire, impulsion nouvelle à la commercialisation de la production vivrière. En Ligne sur Google, consulté le 14/7/2019.
- [9] Mutabazi, C. (2019), Utilisation efficiente de différents niveaux de phosphore sur différents types de matières organiques sur le haricot commun (*Phaseolus vulgaris*) à Kabare, cas du groupement de Bugorhe. Bukavu, Université Catholique de Bukavu, 77 p.
- [10] Ngalamulume, G. (2016), Le développement rural en RD Congo. Quelles réalités possibles? Louvain-la-Neuve, Academia, L'Harmattan, 206 p.
- [11] Bwami, I. (1999), «L'agriculture vivrière et l'autosuffisance alimentaire dans la Province du Sud-Kivu», Cahier du CERPRU n° 13. ISDR Bukavu, pp 172-175.
- [12] Moga, B. (2019), Analyse de la politique alimentaire dans la ville de Bukavu, Province du Sud-Kivu. Mauritius: EUE 978-613-8-49213-9, 145 p.
- [13] Bisimwa, E. (2011), Epidémiologie, diversité génétique, distribution et contrôle des virus de la mosaïque africaine du manioc et son vecteur (*Bemisia tabaci*) dans la région du Sud-Kivu en RDC. Thèse, PhD, UCL, 123 p.
- [14] Aduni, V., Olufunmike, A., Mpoko, B. et Bussie, M. (2005), «The use of Cassava leaves as food in Africa», Ecology of food and Nutrition, 44: pp 423-435.
- [15] Masirika, S. 2015. Cartographie de la chaîne de valeur des tubercules et légumineuses au Sud-Kivu / RD Congo, Mémoire DEA. Bukavu: Université Evangélique en Afrique, 111 p.
- [16] Wafoyu, S. (2019), Développement de la filière pomme de terre de manière durable et rentable à Kabare - Centre, ISDR Bukavu, 69 p.
- [17] Cirimwami, K., Ramanarivo, S., Mutabazi, N., Muhigwa, B., Romaine, R., Razafiarijaona, J. et Bisimwa, E. (2019c), «Organization of agricultural production unit seen as a family business in mountainous South Kivu in the Democratic Republic of Congo», Moj Ecology and Environmental Sciences, Vol. 4, issue 6-2019: pp 296-306. En ligne sur MedCrave, Mojes 04-00167.
- [18] Entraides et Fraternité (2011), Rapport sur l'agrobusiness, En ligne sur Google, 16 p.

- [19] Nyenyezi, A. et Ansoms, A. (2016), « Droits et conflits fonciers à Bukavu: vers une anthropologie de mécanismes juridictionnels de résolution des conflits», in: Marysse, S. et J. Omasombo Tshonda, *Conjonctures congolaises 2016*, L'Harmattan: 358 p. <http://hdl.handle.net/2078.1/176777>.
- [20] Defour, G. (1994), *Le développement rural en Afrique central. Théories et essai d'analyse critique*. Bukavu: Bandari, 128 p.
- [21] Keynes, J.M. (1936), *Théories générales de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie*, Vol 109, *Encyclopedia Universalis*, 10 nov. 2015: 16 p.