

Jeunesse et entrepreneuriat : analyse du prix dans la chaîne de valeur pomme de terre de la commune Rurale de Kambila

Oumar Diandjo TRAORE^{1*}, Doudou Ben Béchir NIANG², Mohamed Amadou Salia DICKO³, Mamoutou SAMAKE¹, Issa Barou SAMAKE¹ et Salia Sinaly TRAORE³

¹ *Université de Ségou, Faculté d'Agronomie et de Médecine Animale (FAMA)*

² *Institut National de la Jeunesse et de Sport*

³ *Université des Sciences Sociales et de Gestion, Faculté des Sciences Economiques et de Gestion*

(Reçu le 14 Novembre 2022 ; Accepté le 26 Janvier 2023)

* Correspondance, courriel : oumardiandjotraore@yahoo.fr

Résumé

Cette étude consiste à analyser la chaîne de valeur pomme de terre dans la commune de Kambila à Kati dans le Cercle de Kati. Le souci majeur des exploitants agricoles est le mécanisme de fixation du prix de leurs produits. L'analyse de la structure du marché et de la fixation du prix des producteurs de pomme de terre dans la commune de Kambila permet ainsi une prise de décisions stratégiques plus fine et performante surtout en matière de la fixation du prix. Il s'agit surtout d'une analyse du prix dans la chaîne de valeur de la filière pomme de terre chez les producteurs de Kambila dans le cercle de Kati. Les données ont été collectées auprès d'un échantillon de 70 producteurs choisis de manière raisonnée avec un questionnaire. Les données ont été collectées à travers un questionnaire sur KOBO collecte. Après les analyses descriptives univariées et bivariées, les hypothèses ont été testées par le test de student. En effet, il a été constaté qu'aucune différence significative n'existe sur les prix pratiqués sur les marchés pendant la période de soudure. Cette étude a démontré que, Le prix pratiqué sur le marché varie selon la période. Le prix oscille entre 450 FCFA et 240 FCFA pendant la période de soudure et varie entre 450FCFA et 150 FCFA pendant la période d'abondance. L'écart entre les deux prix montre que les producteurs ne maîtrisent pas le prix pratiqué sur le marché. Ils subissent le prix. Cette étude contribue à renforcer la revue de la littérature sur la pomme de terre.

Mots-clés : *pomme de terre, prix, Kambila, test de Student, chaîne de valeur.*

Abstract

Youth and entrepreneurship : price analysis in the potato value chain of the Rural Commune of Kambila

This study consists of analyzing the potato value chain in the commune of Kambila in the Circle of Kati. The main concern of farmers is the pricing mechanism for their products. The analysis of the market structure and price setting of potato producers in the municipality of Kambila thus allows for finer and more effective strategic decision-making, particularly in terms of price setting. It is mainly an analysis of the price in the value chain of the potato sector among the producers of Kambila in the circle of Kati. The data was collected

from a sample of 70 producers chosen in a reasoned way with a questionnaire. The data was collected through a questionnaire on KOBO collection. After the univariate and bivariate descriptive analyses, the student test tested the hypotheses. Indeed, it was found that no significant difference exists in the prices charged on the markets during the lean season. This study has shown that the price practised on the market varies according to the period. The price oscillates between 450 FCFA and 240 FCFA during the lean season and varies between 450 FCFA and 150 FCFA during the period of abundance. The difference between the two prices shows that the producers do not control the price charged on the market. They suffer the price. This study contributes to strengthening the review of the literature on potatoes.

Keywords : *potato, price, Kambila, Student test, value chain.*

1. Introduction

A partir des années 1980, la chaîne de valeur est devenue un outil stratégique qui permet de détecter les activités qui génèrent le plus de valeur [1]. Elle met en lumière les activités grâce auxquelles les entités se différencient de la concurrence, celles sur lesquelles elles peuvent se positionner pour développer leur valeur ajoutée et se pérenniser [2]. Comme une entreprise le but d'une exploitation est de créer des produits agricoles destinés au marché pour satisfaire un besoin ou une demande exprimée par une clientèle tout en dégagant une marge. En ce sens, selon Porter la chaîne de valeur permet d'envisager l'exploitation du point de vue du maillage de ses activités connectées les unes aux autres où la commercialisation occupe une place prépondérante [3]. Le souci majeur des exploitants agricoles est le mécanisme de fixation du prix de leurs produits. L'analyse de la structure du marché et de la fixation du prix des producteurs de pomme de terre dans la commune de Kambila permet ainsi une prise de décisions stratégiques plus fine et performante surtout en matière de la fixation du prix. En effet ; au Mali la loi d'orientation insiste sur un impératif majeur, celui du développement de l'agriculture, l'ambition s'inscrit désormais dans une optique de développement économique, en s'intéressant à présent à promouvoir l'agriculture intensive allant de la production à la commercialisation et la valorisation. Pour la filière pomme de terre, les producteurs n'arrivent pas à se dégager des niveaux de marge suffisamment rémunérateurs.

Pourtant, au cours des dernières années, ce tubercule a acquis une place de choix dans le modèle de consommation alimentaire Malien aux côtés des céréales et du lait [4]. La filière pomme de terre a donc acquis un poids considérable dans l'économie agro-alimentaire du pays, mais la construction d'une filière réellement performante reste encore inachevée [5]. Le nombre d'exploitants sur l'ensemble des bassins de production est estimé à 300 000 [6]. La filière PT avec un chiffre d'affaires minimum évalué à 45 milliards FCFA/an (300 000t à 150 F SNDPT 2021) elle est considérée comme la deuxième source de revenu du secteur agricole après le coton. La chaîne pomme de terre se voit en face d'une demande avec une tendance à la croissance. Cet accroissement s'explique par la croissance démographique, l'urbanisation et le changement des habitudes alimentaires. Casimir Coulibaly, Direction Régionale de l'Éducation, Sikasso Cyprien Dakouo, Diocèse, Sikasso [7]. La formation des prix est au centre des préoccupations des économistes libéraux depuis la fin du XVIIIe siècle. En effet, les prix des marchandises varient, en situation de concurrence, en fonction de plusieurs paramètres. Ce sont ces paramètres, et les règles selon lesquelles ils peuvent agir, que la théorie économique tente d'élucider. Un prix est un nombre qui indique la valeur d'une marchandise. Généralement, cette valeur est exprimée en unités monétaires. Un des objets essentiels de la science économique consiste à expliquer la formation des prix, et ses conséquences sur la production, les échanges et le bien-être. L'existence d'un prix unique est donc une condition d'équilibre assez peu commune et l'on doit se demander ce qui se passe dans la réalité lorsqu'elle ne se rencontre pas.

- Il y a deux manières de considérer le prix en tant qu'objet économique. Soit il est « donné » : c'est la conception néoclassique, selon laquelle le prix résulte de la libre confrontation entre une offre et une demande ; ce qui implique qu'un agent individuel sur un marché n'a pas de prise sur le prix qu'il pratique, il est donc « price taker » [8] ;
- Soit, au contraire, il est « fixe » : c'est la conception hétérodoxe, selon laquelle le prix résulte d'une décision de l'entrepreneur, décision qui doit faire face à certaines contraintes, mais qui laisse aussi une certaine autonomie, il est donc « price maker ». La notion de « price making » ne renvoie pas tant au caractère imparfait de la concurrence [9] qu'au fait que sur un marché décentralisé, en l'absence de commissaire-priseur, les entreprises doivent forcément déterminer un prix pour ensuite réaliser des transactions : dans cette conception, les prix précèdent donc les transactions [10], alors que dans la conception orthodoxe ce sont les volontés de transactions qui déterminent le prix d'équilibre [11]. De ces deux conceptions découlent logiquement deux définitions du marché. D'un côté, le marché constitue un mécanisme de confrontation entre une offre et une demande, dont la résultante est le prix de marché. De l'autre côté, le marché constitue, non pas un mécanisme, mais un « processus institutionnalisé » au sens de dont résulte la circulation de monnaie et de biens dans la société [12].

De ces deux conceptions découlent aussi deux définitions du rôle de l'entrepreneur. Dans le premier cas, dans des conditions de marché données (de concurrence, de niveau de prix), il s'agit pour l'agent néoclassique (ou homo oeconomicus), de maximiser son profit individuel, en optimisant ses coûts en fonction d'un espace des possibles qu'il connaît et auquel il associe des probabilités d'occurrence. Dans le second cas, au sein d'une structure de concurrence changeante et de prix conditionnés ????, il s'agit pour l'acteur économique, de mettre en œuvre des stratégies afin de rencontrer effectivement les anticipations de ventes qu'il avait précédemment formulées. Pour établir vos tarifs, plusieurs méthodes sont à votre disposition. Il est possible de les regrouper en 3 grandes familles en se basant sur :

- Le coût de revient + un pourcentage de marge
- Le montant que le client est disposé à payer (pratiqué sur certains marchés, notamment le prêt-à-porter, le prix de vente fixe un coût de revient cible. En boutique, il suffit de multiplier le coût d'achat par un coefficient pour obtenir le tarif)
- Les tarifs de la concurrence.

L'étude a porté sur la stratégie de commercialisation orientée vers la mise en marché de trois grands systèmes de vente. Il s'agit de la vente au bord du champ pratiquée en grande partie par les petits producteurs (70 %), la vente différée par les grands et producteurs moyens respectivement 20 % et 30 %, et enfin la vente en détail pratiquée uniquement par les producteurs petits et moyens (20 %). Cette pratique favorise une hétérogénéité des prix sur les marchés [13]. La commercialisation comme étant le processus managérial destiné à approvisionner en produits ou en services les consommateurs qui en ont besoin et qui désirent s'engager dans les échanges à travers un réseau de commerce. Elle est donc le processus de transfert des produits des producteurs aux consommateurs. La perspective de la commercialisation des produits oriente les études soit sur les marchés physiques, soit sur les chaînes de commercialisation [14]. La saisonnalité de la production agricole induit un certain nombre de contraintes sur l'offre de services financiers : les demandes en crédit se concentrent sur la période qui précède les plantations alors que les remboursements et les dépôts d'épargne augmentent en période de récolte [15]. Les conséquences de la saisonnalité portent d'une part sur la gestion des liquidités de l'institution. D'autre part, la productivité des agents de crédit agricole est soumise à ces fluctuations saisonnières ce qui augmente les coûts fixes en personnel. Enfin, les remboursements se font plutôt par échéance annuelle, plus difficiles à surveiller que les remboursements hebdomadaires ou mensuels proposés par les IMF [16]. Les agriculteurs sont confrontés à plusieurs difficultés qui sont : une augmentation des prix d'achat, des intrants fournis en retard, des produits de traitement de mauvaise qualité,

une incertitude sur les prix de vente, un retard de paiement. DJASTAM Honoré MOTANGARI « Celui qui peut stocker est maître de sa commercialisation ». L'amélioration du stockage permet de renforcer significativement les possibilités de commercialisation d'un pays : soit en attendant de meilleurs prix, soit en recherchant de meilleurs marchés. Ces différents constats constituent les raisons principales du choix de la thématique. Ce travail vise à entreprendre une analyse du prix dans la chaîne de valeur de la filière pomme de terre chez les producteurs de Kambila dans le cercle de Kati, afin de répondre à une problématique majeure :

- Qu'elle est le mécanisme de fixation du prix de pomme de terre sur les différents marchés ?
- Ainsi, l'objectif de cette recherche est d'analyser la structure du prix sur les différents marchés de Kati.

2. Méthodologie

Nous avons d'abord procédé à un diagnostic pour l'ensemble des maillons existants de la chaîne de valeur de la pomme de terre. De la production à la commercialisation en passant par la consommation, tout en indiquant le mode d'organisation et la structure actuelle de son marché. Ensuite nous nous sommes intéressés à l'analyse approfondie de la chaîne et à la proposition d'un plan d'action pour le redressement de son état.

2-1. Zone d'étude

L'étude s'est déroulée à Kambila chef-lieu d'une commune rurale du cercle de Kati dans la région de Koulikoro au sud-ouest du Mali. La commune a une superficie de 429 km² et comprend 15 villages. Lors du recensement de 2009 (RGPH), la commune comptait 13 974 habitants. Le village de Kambila se trouve juste à l'est de la route nationale 1(RN1) et à 9 km au nord de Kati, le chef-lieu du cercle. Les activités économiques principales des habitants de la commune de Kambila sont entre autres l'élevage, le commerce et l'agriculture.

2-2. La collecte de données

Pour la collecte de données, un questionnaire a été élaboré et testé auprès de personnes plus ou moins familières avec le sujet et la problématique. Il s'agit, plus précisément d'une trentaine de producteurs. Le questionnaire a été administré par la technique en face à face. Au terme de chaque pré-test, nous avons posé les deux questions suivantes à chaque répondant. D'abord, nous avons demandé au répondant s'il aurait été en mesure de répondre convenablement au questionnaire sans notre aide. Par la suite, nous lui avons demandé d'identifier la question à partir de laquelle il aurait été tenté d'arrêter de répondre au questionnaire en raison de sa complexité ou de sa longueur. L'objectif de cette procédure de validation du questionnaire consiste à vérifier que les questions sont bien claires (Vocabulaire, énoncé, Lisibilité, etc.), que les questions sont comprises dans le sens voulu, que les répondants sont capables de répondre à toutes les questions et que le temps de répondre n'est pas long. Cette étape a permis de reformuler les questions jugées ambiguës par les répondants et de retirer celles qui sont jugées redondantes ou peu pertinentes à la vérification des hypothèses de recherche.

2-3. L'administration du questionnaire

Il existe multiples types d'administration pour les enquêtes par questionnaires : la voie postale, le face à face, le téléphone, la voie électronique, etc. [17] En ce qui concerne notre recherche, les modalités d'administration du questionnaire dépendaient entre autres, de deux critères : le choix de l'échantillon retenu et la forme du questionnaire. Nous expliquerons les choix opérés au fur et à mesure de l'avancement de l'enquête. En outre, l'enquête face à face (par le chercheur) s'est imposée comme moyen adapté à notre

enquête. Cette modalité nécessitait bien entendu une implication très importante de notre part. Nous avons opté pour l'enquête par face à face. Ce type d'administration du questionnaire nous a permis d'augmenter le taux de réponse. Notre présence nous a permis de communiquer avec les producteurs et de discuter leurs critiques. Compte tenu de la forte sensibilité de certaines questions, un soin particulier a été consacré à garantir l'anonymat des répondants. Lors des enquêtes par voie postale, on préconise généralement la rédaction d'un courrier d'accompagnement. Cette procédure a pour objectif de présenter la recherche, de lui donner une crédibilité et d'inciter les personnes à répondre. L'autre difficulté a été que, les producteurs que nous avons rencontrés pendant l'enquête exploratoire nous ont expliqué qu'ils n'ont pas beaucoup de temps pour recevoir de visiteurs.

2-4. Échantillonnage

L'échantillon est « un ensemble d'éléments tirés de l'ensemble mère et qui sont représentatifs et applicables à la population » [18] d'autres pensent que l'échantillon est « un nombre limité d'individus, d'objets ou d'événements dont l'observation se sert pour tirer des conclusions applicables à la population entière ». Nous pouvons considérer l'échantillon comme le prélèvement d'un certain nombre d'éléments dans un ensemble qu'on veut observer ou traiter et dont la partie souhaitée observée tire ses caractéristiques. Dans le cadre de cette étude, la technique d'échantillonnage par choix raisonné a été utilisée. Après la recherche exploratoire, 70 producteurs ont été retenues pour cette étude. L'enquête s'est intéressée aux différentes catégories de producteurs, commerçants et consommateurs dans le bassin de production de Kambila et de la ville de Kati.

- Les producteurs moyens leurs superficies sont comprises entre 0,1 à 0,49 ha ;
- Les petits producteurs leurs superficies sont comprises entre 0,5 à 0,9 ha ;
- Les grands producteurs leurs superficies sont comprises entre 1 à 10 ha.

Le bassin de production, les différents comportements des acteurs et les contraintes de commercialisation et conservation sont à identifier. Leurs problèmes de commercialisation et conservation sont similaires. Il s'agit notamment les fluctuations des prix, la saisonnalité, insuffisance d'infrastructure de conservation et l'insuffisance d'organisation des acteurs de la chaîne de valeur Pomme de Terre. Méthode d'analyse et traitement des données. Pour l'analyse des données, nous nous sommes servis des techniques d'analyse descriptive et exploratoire avec des tests statistiques.

- Logiciel d'analyse

Les données collectées sont saisies, analysées à l'aide de programme de saisie, d'analyse des données (Word, Excel, logiciel SPSS, KOBO collecte, etc.).

3. Résultats et discussion

Les résultats sont présentés, analysés, interpréter et discutés. Il nous permet de connaître les aspirations de la population par rapport à notre recherche sur « Analyse de la chaîne de valeur chez les producteurs de pomme de terre dans la commune rurale de Kambila. Les résultats issus de notre étude sont consignés dans les figures et tableaux suivant. La superficie occupée par les grands producteurs est 2,9 %, producteurs moyens 30 % et petits producteurs 64,3 %. Cette tendance s'explique par les difficultés de la production de pomme de terre et le fait que la production se fait en grande partie de façon traditionnelle. Ces chiffres corroborent avec ceux estimés lors d'une étude menée à l'INSTITUT DU SAHEL sur « la diagnostic de la filière pomme de terre dans trois pays de l'Afrique de l'ouest ». Cette étude est arrivée à la conclusion que la Pomme de terre est cultivée sur 6 % de la superficie cultivable [19].

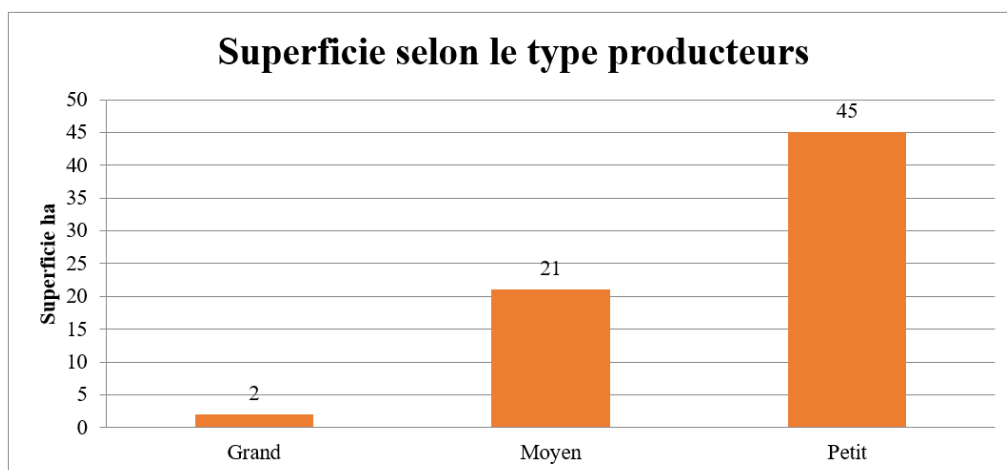


Figure 1 : Superficie en fonction du type de producteurs

Tableau 1 : Le Niveau d'instruction des producteurs

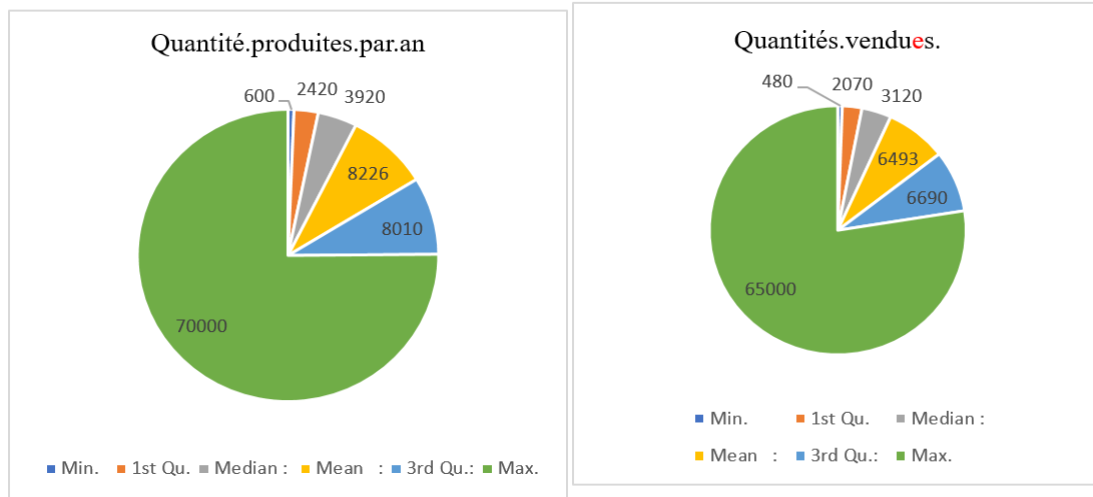
Niveau d'instruction			
		Effectifs	Pourcentage
	Aucun	22	31,4
	Primaire	14	20,0
	Second cycle	25	35,7
	Secondaire	3	4,3
	Universitaire	6	8,6
	Total	70	100,0

Tableau ci-dessus montre que 22 producteurs soit 31.4 % des personnes enquêtés n'ont aucune formation formelle c'est-à-dire qui ne savent pas lire. Par contre 35,7 % ont un niveau du second cycle, 20 % du primaire, 8,6 % universitaire et en fin 4.3 % secondaire. Ces résultats s'expliquent par la proximité de la zone d'étude de Bamako. La majorité de ces producteurs savent établir leurs comptes exploitations. Ce résultat va de pair avec le taux d'alphabétisation estimé par le ministère de l'éducation nationale du Mali soit 70 % en 2022.

Tableau 2 : Relation producteurs/clients

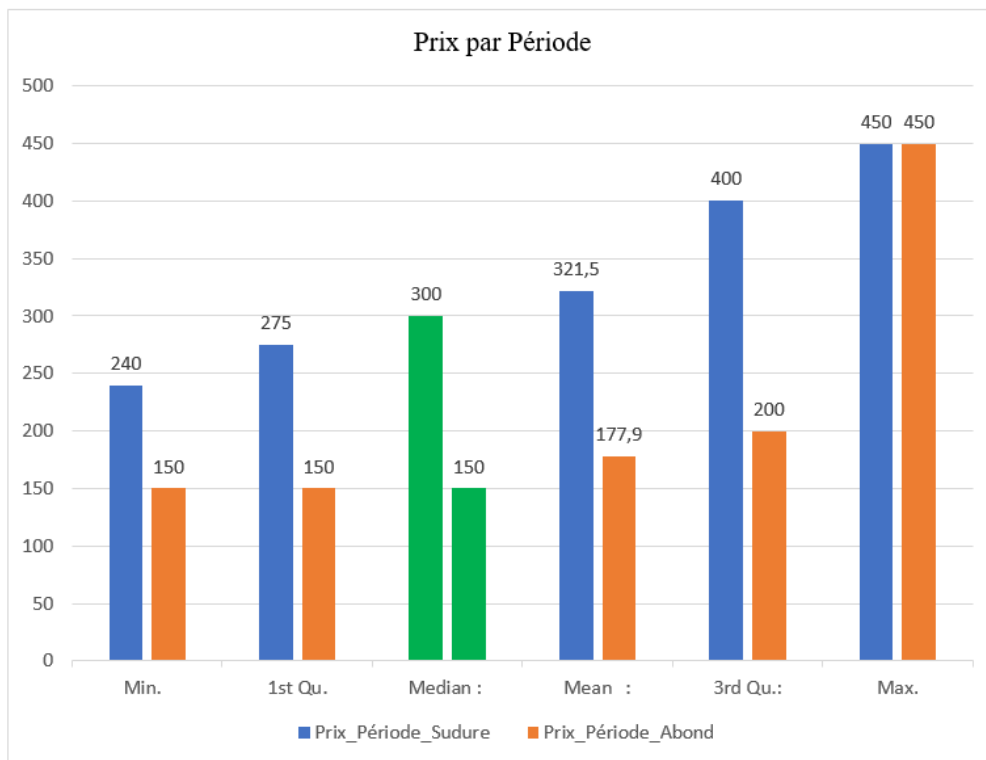
Effectifs	Pourcentage	
Contrat avec paiement et parfois la vente à crédit.	10	14,2
Contrat de commercialisation	50	71,4
Préfinancement des campagnes	10	14,2
Total	70	100,0

Tableau ci-dessus nous montre le degré de relation qui existe entre un producteur et un commerçant. Il ressort que cinquante (50) producteurs sont concernés par la relation contrat de commercialisation soit 71,4 %, dix (10) producteurs avec le contrat de paiement immédiat et parfois la vente à crédit soit 14,2 % et dix (10) autres avec le préfinancement des campagnes soit 14,2 %. Cette situation nous montre que le choix de relation dépend d'un certain nombre de facteurs à savoir l'insuffisance d'organisation au sein de la chaîne de valeur pomme de terre en général et plus particulièrement le maillon production, manque de subvention à la production et insuffisance d'accompagnement des partenaires techniques et financiers en termes de formation et financement.



Graphique 1 : Présentation de la production et de la vente de la pomme de terre

Au Mali, dans la commune de Kambila, la production de pomme de terre a atteint 70 000 tonnes en 2022. La production minimale s’estime à 8 010 tonnes. Selon les résultats de cette étude la production moyenne de la pomme de terre est 8 226 tonnes (**Figure 1**). Dans la même période, la quantité maximale vendue s’évalue à 65 000 tonnes avec une vente moyenne de 6 493 tonnes. Les résultats de l’enquête nous indiquent que 64.3 % des producteurs exploitent une petite superficie soit moins de deux hectares dans la commune de Kambila. Le Mali a produit près de 300 000 tonnes de pomme de terre. Elle est la culture non céréalière la plus productive en un temps très réduit du terrain. Au Mali 60 % de la production pomme de terre vient de la région de Sikasso qui constitue avec les régions de Koulikoro et de Ségou, les principaux bassins de production de la pomme de terre [20].



Graphique 2 : La structure du prix de la pomme de terre

Le prix pratiqué sur le marché varie selon la période. Le prix oscille entre 450 FCFA et 240 FCFA pendant la période de soudure et varie entre 450FCFA et 150 FCFA pendant la période d'abondance. L'analyse de L. DIAKITE et M. ZIDA, Février 2003 portant sur « étude diagnostique de la filière pomme de terre dans trois pays de l'Afrique de l'ouest avait soldé sur un prix moyen de 200 pendant la période d'abondance et 425 FCFA pendant la période soudure. Les marges dépendent beaucoup des variations du prix. Le constat fait au niveau des grossistes est le même au niveau des détaillants pour ce qui concerne la différence entre les périodes de production. Ces résultats confirment nos résultats sur l'étude du prix de la pomme de terre dans la région de Koulikoro à Kati (Kambila).

4. Conclusion

Cette étude avait pour objectif d'analyser la chaîne de valeur de la pomme de terre dans la commune de Kambila. Pour cela, elle a concerné les producteurs, les commerçants et les consommateurs. En effet, un questionnaire a été élaboré puis administré auprès d'un échantillon obtenu à l'aide de la technique de choix raisonné. L'analyse et le contrôle des prix des produits agricoles ont été au centre de cette étude. D'une manière précise elle a consisté à déterminer le comportement des producteurs agricoles face au changement du prix de la pomme de terre. Cette étude a démontré que, le prix pratiqué sur le marché varie selon la période. Le prix oscille entre 450 FCFA et 240 FCFA pendant la période de soudure et varie entre 450FCFA et 150 FCFA pendant la période d'abondance. L'écart entre les deux prix montre que les producteurs ne maîtrisent pas le prix pratiqué sur le marché. Ils subissent le prix. Par ailleurs, le niveau de production est influencé par la non maîtrise du prix. Cela suggère que les producteurs doivent mettre en place une stratégie qui leur permettra d'imposer le prix au lieu de le subir afin d'écouler plus facilement leur production agricole et par conséquent à encourager les agriculteurs à produire davantage. Les hypothèses relatives aux prix par marché fréquenté ont été testées avec le test de comparaison de moyenne de Student. Après la vérification des conditions d'application du test, il a été conclu qu'il n'y a pas de différence de prix moyen sur les différents marchés en période de soudure à 95 %. Avec $t = 0.096789$, $df = 38.148$, $p\text{-value} = 0.9234$ le test n'est pas significatif. Il a été conclu qu'il n'y a pas de différence de prix moyen sur les différents marchés en période d'abondance à $t = 0.2794$, $df = 29.237$, $p\text{-value} = 0.7819$ le test n'est pas significatif. Les deux hypothèses formulées ont été infirmées. Cette étude ouvre la voie à plusieurs perspectives de recherche sur la performance de l'offre agricole au Mali, en dépit de certaines de ses limites. D'autres facteurs, autres que les prix, sont pertinents à prendre en compte. D'autres études pourraient inclure, notamment, l'effet du niveau technologique, la qualité des intrants et même l'instabilité des régimes politiques dans le secteur agricole. Néanmoins, des recherches plus approfondies sur la réponse de l'offre agricole au Mali sont nécessaires pour contribuer à la conception de politiques de prix visant à favoriser la croissance du secteur agricole.

Références

- [1] - PATRICK THOUROT, Gestion de l'entreprise d'assurance, Collection : Management Sup, Éditeur : Dunod, (2017) 383 - 433 p.
- [2] - SOUFYANE FRIMOUSSE, JEAN-MARIE PERETTI, Impact social positif et création de valeur, question de management, (N°27) (2020) 91 - 130 p.
- [3] - FRANCK BRULHART et al., Analyser la capacité stratégique de l'entreprise Dans Stratégie, (2015) 36 - 69 p.
- [4] - YIRIMA, conseil, ETUDE POUR LA PROMOTION DES FILIERES AGRO-INDUSTRIELLES, USAID contract, N°624 C 00 98 00012 00, (2001)

- [5] - ETUDE POUR LA PROMOTION DES FILIERES AGRO-INDUSTRIELLES, DOCUMENT DE SYNTHESE Etude réalisée par : YIRIWA CONSEIL BP E-456 Tél/Fax : 22 32 89 Bamako
- [6] - Document provisoire, Politique de développement Agricole du Mali, (Mai 2013)
- [7] - HARCEL NANA TOMENI, Chaînes de valeur agricole et opportunités de développement pour la promotion de la sécurité alimentaire en Afrique de l'Ouest, (Janvier 2001)
- [8] - THOMAS DALLERY, FABIEN ELOIRE, JORDAN MELMIES, la fixation des prix en situation d'incertitude et de concurrence : Keynes et White à la même table, *Dans Revue Française de Socio-Économie*, 2 (4) (2009) 177 - 198 p.
- [9] - THOMAS DALLERY, et al, la fixation des prix en situation d'incertitude et de concurrence : Keynes et White à la même table, *Dans Revue Française de Socio-Économie*, 2 (4) (2009) 177 - 198 p.
- [10] - FABIEN ELOIRE, L'incertitude au cœur des marchés concrets. Confrontation entre théorie postkeynésienne et sociologie économique structurale, *Dans Innovations*, 1 (31) (2010) 131 - 156 p.
- [11] - TRICOU et al., La fixation des prix en situation d'incertitude, *la Découverte | « Revue Française de Socio-Économie »*, (2008)
- [12] - JEROME MANUCURANT et al., Post-keynésianisme et théorie de la régulation : des perspectives communes *Varia* Penser l'institution et le marché avec Karl Polanyi, (2011)
- [13] - OUMAROU TOUDOU DAOUDA, mémoire de master professionnel en innovation et développement en milieu rural, (2014)
- [14] - KÖHLER cité par MPANZU (2012), notion sur la commercialisation et les infrastructures de commerce, (2012)
- [15] - BILL SILLAR, La saisonnalité des techniques Saisonnalité et spécialisation artisanale dans les Andes *Embedded Technologies. Seasonality and craft specialisation in the Andes*, (2009)
- [16] - CECILE LAPENU, Adéquation entre l'offre des IMF et les besoins de l'agriculture familiale - Cerise Novembre, (2001)
- [17] - BAUMARD et al., La collecte de données et la gestion de leurs sources, *researchgate*, publication, 302017975, (1999)
- [18] - Dans *Méthodes de recherche en management* (2014), LOMALIZA, BOKOTA J. G, DELANDSHEERE, pense que l'échantillon est « un nombre limité d'individus, d'objets ou d'événements dont l'observation se sert pour tirer des conclusions applicables à la population entière », (1970) 551 p.
- [19] - LAMISSA DIAKITE, et al étude diagnostique de la filiere Pomme de terre dans trois pays de L'afrique de l'ouest, (2003)
- [20] - Pr ABDOULAYE SIDIBE, JSTM, article de presse sur la pomme de terre, (2019)