

Analyse des déterminants de la consommation de la banane (*Musa sp.*) à Brazzaville, République du Congo

G.F. Mialoundama Bakouétla¹, Y. Berton Ofouémé², I.R. Tchouamo³, H. Boukoulou¹, D. P. Folefack⁴, F. Mbemba⁵, A.B. Loubelo⁵, H. Makouya¹ & Z. Mboundou⁵

¹Laboratoire d'Économie et Sociologie Rurales, École Nationale Supérieure d'Agronomie et de Foresterie (ENSAF), Université Marien Ngouabi, Congo.

²Faculté des Lettres et des Sciences Humaines (FLSH), Université Marien Ngouabi, Congo.

³Faculté d'Agronomie et de Sciences Agronomiques, Université de Dschang, BP. 35 302 Yaoundé, Cameroun.

⁴Unité de Recherche Système d'Information Économique et de Mesure des Impacts des Innovations, Centre Africain de Recherches sur Bananiers et plantains (CARBAP), Cameroun.

⁵Laboratoire de Nutrition, Santé et Motricité Humaine, Institut Supérieur des Sciences de l'Éducation Physique et du Sport (ISSEPS), Université Marien Ngouabi, Congo.

Correspondant : gmialoundama2016@gmail.com / (+242) 06 603 67 67

Mot clés : Banane, consommation, consommateurs, déterminants, socio-économique

Key words : Banana, consumption, consumer determinants, socioeconomic

1 RESUME

Cet article analyse les déterminants de la consommation de la banane à Brazzaville en République du Congo. L'étude a été réalisée à Brazzaville auprès d'un échantillon de 229 consommateurs et de 20 maîtres cuisiniers. Les résultats montrent que les consommateurs qui ne consomment pas régulièrement la banane sont deux fois plus importants que ceux qui en consomment régulièrement (31,4 %). La principale raison qui limite la consommation régulière de la banane est le prix d'achat élevé ; c'est un produit de luxe. La plupart des consommateurs ont vu leur consommation de banane baissé ces dernières années. Cette baisse est due à l'augmentation du prix d'achat, le faible revenu des consommateurs, etc. l'habitude alimentaire est la principale raison évoquée par la catégorie des consommateurs qui ont eu une consommation stable. La 3^{ème} catégorie des consommateurs (consommation à la hausse) évoque surtout l'augmentation, mais aussi la prise de conscience des apports nutritifs de la banane.

ABSTRACT

This study analyzes the determinants of consumption of bananas in Brazzaville, Republic of Congo. The study was conducted in Brazzaville with a sample of 229 consumers and 20 chefs. The results show that consumers who do not regularly consume bananas are twice as important as those who regularly consume (31.4%). The main reason that limits the regular consumption of bananas is the high purchase price ; it is a luxury product. Most consumers have seen their banana consumption decline in recent years. This was due to increased purchase prices and low-income consumers. Food habit is the main reason given by the consumer category that had

a stable consumption. The third category of consumers (consumption rising) refers mainly to the increase, but also the awareness of the nutrient inputs of the banana.

2 INTRODUCTION

Le bananier constitue une source alimentaire pour des millions des personnes dans le monde. Sa culture s'étend sur plus de 120 pays des régions tropicales et subtropicales à travers les cinq continents (Jenny et Corneel, 2002) et constitue non seulement un aliment de base pour plus de 400 millions de personnes dans les pays en développement de l'Amérique du Sud, du Sud-est Asiatique et de l'Afrique, il constitue également une véritable source de revenus (Teycheney *et al.*, 2007). En Afrique Centrale et de l'Ouest, les bananes desserts et les bananes plantains contribuent de manière essentielle à la sécurité alimentaire, la création d'emplois, la diversification de revenus dans les zones rurales et urbaines à la consolidation du produit intérieur brut (PIB) et, ce faisant à la lutte contre la pauvreté (Temple *et al.*, 1997 ; NKédah, 2001). Au Congo, le manioc reste le premier aliment de base mais dans certaines régions ou districts, la banane plantain est parfois plus consommée que le manioc. C'est le cas des districts de Sembé et Souanké dans la Sangha (Bascoulergue et Bergot, 1967 ; Mialoundama, 2004), Mbomo dans la Cuvette et Kibangu dans le Niari (Mialoundama, 2004). Haeringer (1967) et Dupré (1985) font remarquer que la banane fait partie des habitudes

alimentaires chez les Bembés et fait l'objet des cultures couramment cultivées en jardins de case et au sein des exploitations agricoles. En République du Congo, la population est inégalement répartie entre les villes et les zones rurales, à Brazzaville par exemple, la population est estimée à 1373382 habitants, avec une densité de 13733,8 habitants / km² (Anonyme, 2012). C'est donc une zone de consommation de masse des produits agricoles en provenance des zones rurales. Les bananes desserts et plantains sont vendues régulièrement dans les marchés de Brazzaville et semble faire partie des habitudes alimentaires des populations. Plusieurs études ont montré que la consommation alimentaire dépend de plusieurs facteurs : les revenus, les préférences des consommateurs, le prix du produit, les habitudes alimentaires, etc. (Corniaux *et al.*, 2005 ; Musimbi Mushuba, 2009 ; Pierret, 2011). Au regard de ces études, nous formulons l'hypothèse que plusieurs facteurs socio-économiques semblent déterminer la consommation de la banane à Brazzaville. Cette étude analyse les déterminants socio-économiques de la consommation de la banane, tout en jetant un regard sur l'évolution de la consommation de la banane.

3 METHODOLOGIE

La population cible de cette étude est représentée par la population de Brazzaville consommatrice ou non de la banane (dessert ou plantain). Le choix de Brazzaville se justifie parce que c'est l'une des principales zones de consommation des produits agricoles en provenance du milieu rural congolais. La méthodologie d'échantillonnage utilisée est de type empirique ou raisonnée. Trois (3) critères nous ont permis de sélectionner l'échantillon : (i) être résident à Brazzaville ; (ii) être âgé de dix huit ans (18) minimum, et être capable de donner les informations sur le ménage ; (iii) être disponible à répondre à nos questions.

Le choix d'un individu de plus de dix huit ans (18) au minimum comme enquêté se justifie selon Schöbi et Jove (2001) par l'âge à partir duquel un individu est susceptible de disposer d'argent et de procéder à des achats par lui-même. Ainsi, sur la base de ces critères nous avons pu échantillonner deux cent vingt neuf (229) consommateurs qui ont fait l'objet de nos enquêtes. L'enquête de terrain auprès des consommateurs a été menée pendant les mois de Juillet et Août 2014. Au cours de l'enquête d'opinion, plusieurs techniques d'enquêtes ont été utilisées, notamment : des entretiens individuels formels par le biais de la

fiche d'enquête et des causeries libres. Lors des entretiens, chaque consommateur recevait un questionnaire à remplir sur place après un rappel des objectifs de l'étude, chaque répondant n'était interviewé qu'une seule fois et tout individu dubitatif à répondre à nos questions était systématiquement écarté. Les entretiens ont concernés également 20 maîtres cuisiniers exerçant au sein des restaurants gastronomiques choisis aléatoirement dans la ville de Brazzaville.

Les données collectées sur le terrain à l'issue de l'enquête d'opinion, ont été saisie sur Excel afin de constituer une base de données. Le dépouillement des données a été fait à l'aide du logiciel Sphinx V5. Les questions fermées ont fait l'objet d'une analyse statistique en déterminant la fréquence, l'intervalle de confiance et le test de Khi deux. Cependant les questions ouvertes issus de la fiche d'enquête et des causeries libres ont fait l'objet d'une analyse de contenu.

4 RESULTATS

4.1 Répartition des consommateurs selon la régularité de consommation de la banane :

L'analyse des résultats montre que toutes les personnes enquêtées à Brazzaville, ont déjà consommé la banane. Cependant, tous ne consomment pas régulièrement la banane, seule 31,4 % des personnes enquêtés qui affirment consommer régulièrement la banane. 68,1 % des consommateurs enquêtés affirment ne pas consommer régulièrement la banane (tableau 1). Le test de Khideux met en évidence l'existence de

différences très significatives en termes de consommation régulière de la banane ($\chi^2 = 157,74$, ddl = 2, 1-p = >99,99%); les consommateurs qui affirment ne pas consommer régulièrement la banane sont deux fois plus nombreux que ceux qui prétendent en consommer régulièrement. La fréquence de consommation moyenne est de 3,5 fois par mois pour la banane dessert et 2,5 fois par mois pour la banane plantain

Tableau 1 : Répartition des consommateurs selon la régularité de consommation de la banane

Consommation régulière	Effectifs	Intervalles de confiance (%)
Non	156	62,1 < 68,1 < 74,2
Oui	72	25,4 < 31,4 < 37,5
Non réponse	1	0,0 < 0,4 < 1,3
Total	229	

4.2 Raisons de la consommation irrégulière de la banane :

Plusieurs raisons sont évoquées par la catégorie des consommateurs qui ne consomment pas régulièrement la banane (tableau 2). La principale raison évoquée par cette catégorie de consommateurs est le prix d'achat, la banane coûte trop cher par rapport au budget réservé à la consommation ; c'est un produit de luxe comme l'affirment 42,8 % des consommateurs enquêtés. La seconde raison évoquée du non consommation régulière de la banane est la disponibilité du produit sur le

marché à certaines périodes de l'année, 10 % de l'échantillon de consommateurs évoquent cette raison. 7,4 % des consommateurs ne consomment pas régulièrement la banane à cause de son goût trop sucré surtout pour la banane dessert, 4,8 % évoquent les interdits alimentaires liés aux problèmes de santé (colopathie, constipation, méfiance du sucre, etc.) pour justifier la non consommation régulière de la banane ; et enfin 3,5 % évoquent les problèmes d'habitudes alimentaires.

Tableau 2 : Raisons de la consommation irrégulière de la banane par les ménages

Raison de la consommation irrégulière	Effectifs	Intervalles de confiance (%)
Prix d'achat élevé	98	36,4 < 42,8 < 49,2
Non réponse	72	25,4 < 31,4 < 37,5
Disponibilité du produit	23	6,2 < 10,0 < 13,9
Goût trop sucré	17	4,0 < 7,4 < 10,8
Interdit alimentaire	11	2,0 < 4,8 < 7,6
Habitudes alimentaires	8	1,1 < 3,5 < 5,9
Total	229	

Les écarts observés en termes de fréquence moyenne relatives aux raisons de non consommation régulière sont très significatifs ($\chi^2 = 184,74$, ddl = 5, $1-p = >99,99\%$), cependant les différences observées entre les fréquences de ceux qui évoquent comme raison la disponibilité du produit, le goût trop sucré, l'interdit alimentaire et les problèmes d'habitudes alimentaires ne sont pas significatives. Pour les maîtres cuisiniers enquêtés, les principaux déterminants de la consommation de la banane sont : le revenu du consommateur et le prix d'achat élevé de la banane, l'appartenance aux groupes ethniques et les habitudes alimentaires des populations. D'après eux, il existe des ethnies qui consomment souvent la banane dans leur alimentation, c'est le cas des bakouélé dans le district de Sembé (Département de la Sangha) qui font de la banane leur aliment de base. Les ethnies proches des zones forestières intègrent la consommation de la banane dans leurs habitudes alimentaires. Cependant la plupart des consommateurs du département du Pool ont plus de préférence sur le manioc que la banane plantain. La tranche d'âge du consommateur, le sexe du consommateur, et le niveau d'instruction du consommateur n'influencent pas la consommation régulière de la banane. Le prix

d'achat élevé est donc un facteur déterminant de la consommation régulière de la banane. La banane plantain est un aliment de luxe, certains consommateurs le consomment uniquement à des occasions particulières (cas du restaurant, jour de fête, etc.). Les causeries libres avec les consommateurs ressortissants des localités de production de la banane (cas de Souanké, Sembé, Mabombo, Mouyondzi), nous ont permis de constater avant leur arrivée à Brazzaville, ils consommaient régulièrement la banane, non pas seulement par habitude alimentaire mais aussi et surtout à cause de son prix d'achat abordable même pour ceux qui ne pas assez de moyens. Mais depuis qu'ils se sont installés à Brazzaville, la consommation de la banane n'est plus régulière à cause du prix d'achat trop élevé (par rapport au budget réservé à la consommation) et de la rareté du produit sur le marché.

43 Raisons de la consommation régulière de la banane : Les consommateurs qui affirment consommer régulièrement la banane quant à eux, évoquent trois principales raisons (figure 1) : le goût de la banane, la présence des éléments nutritifs (Potassium, Magnésium, fibres, etc.), ainsi que l'accessibilité de la banane par rapport à d'autres fruits.

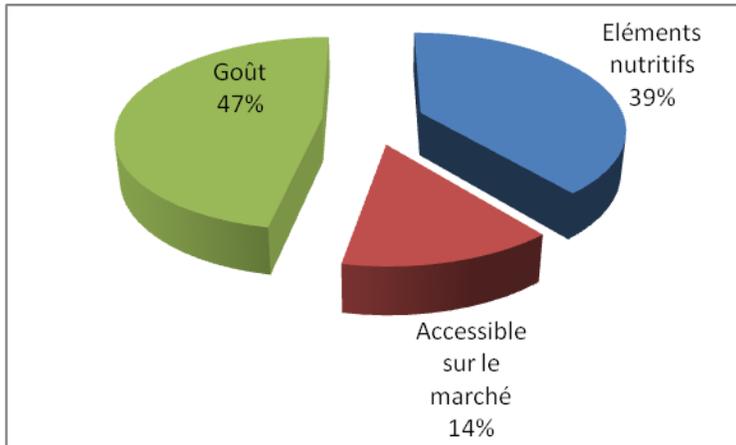


Figure 1 : Raisons de la consommation régulière de la banane

4.4 Évolution de la consommation de la banane : L'analyse de l'évolution de la consommation de la banane des cinq (5) dernières années, des consommateurs enquêtés permettent de distinguer trois catégories de consommateurs : les consommateurs dont la consommation de la banane a baissé (61,1 %),

ceux dont la consommation est stable (21,8 %) et enfin ceux dont la consommation est en hausse (17 %). Les différences observées sont confirmées par le test de Khideux ($\chi^2 = 80,45$, $ddl = 2$, $1-p = >99,99\%$); la plupart des consommateurs ont donc vu leur consommation en banane baissé ces dernières années (tableau 3).

Tableau 3 : Évolution de consommation de la banane des dernières années

Évolution de la consommation	Effectifs	Intervalles de confiance (%)
Baisse	140	54,8 < 61,1 < 67,4
Stable	50	16,5 < 21,8 < 27,2
Hausse	39	12,2 < 17,0 < 21,9
Total	229	

La figure 2 illustre à travers une Analyse Factorielle des Correspondances en sigle AFC, la relation entre les modalités de l'évolution de la

consommation et celles de la justification de ces évolutions.

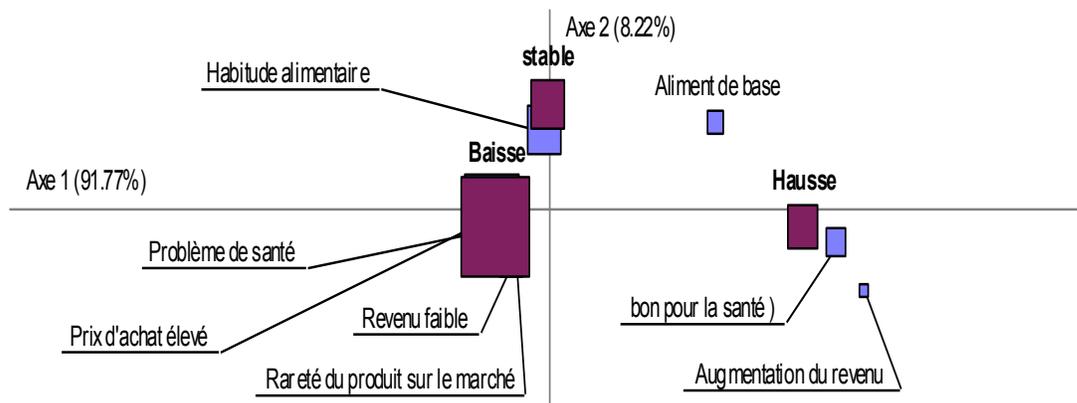


Figure 2 : Résultats de l'AFC effectuée sur l'évolution de la consommation de la banane et sa justification

Il ressort de l'examen de la figure 2 que :

- les principales raisons de la baisse de la consommation de la banane sont : le prix d'achat élevé, le faible revenu des consommateurs, les problèmes de santé et la rareté du produit sur le marché ;
- la principale raison évoquée par la catégorie de consommateurs qui affirment avoir eu une consommation stable ces dernières années, est l'habitude alimentaire. Le plantain constitue pour cette catégorie l'aliment de base et sont par conséquent contraint d'en consommer. De plus, la

banane dessert est reconnue pour son goût et sa valeur nutritive riche en minéraux (Potassium, Magnésium, etc.) qu'elles apportent ;

- deux principales raisons sont évoquées par les consommateurs qui ont vu leur consommation en banane à la hausse : l'augmentation du revenu mais aussi la prise de conscience des apports nutritifs de la banane, ils pensent que le plantain et la banane dessert sont nécessaires pour maintenir la bonne santé.

5 DISCUSSION

Les résultats de l'enquête de consommation ont révélé que les Brazzavillois mangent la banane dessert dite également douce, mais aussi la banane plantain. 31,4 % de nos enquêtés affirment consommer régulièrement la banane contre 68,1 % qui la consomment irrégulièrement. L'analyse de l'évolution de la consommation de la banane révèle que les consommateurs qui ont vu leur consommation baissée (61,1 %) ces dernières années nous permettent de retenir 4 principales raisons : prix d'achat élevé de la banane par rapport au budget réservé à la consommation du ménage, faible revenu des consommateurs, problèmes de santé et quelques fois, la rareté du produit sur le marché surtout en saison sèche. Les raisons évoquées par les consommateurs qui ont vu leur consommation augmentée (17 %) sont essentiellement liées à l'augmentation du revenu et à la reconnaissance de l'intérêt de la consommation des fruits pour la santé humaine ; la banane dessert est plus disponible et accessible sur les marchés que d'autres fruits dont la disponibilité alimentaire sur le marché est saisonnière. De plus, cette catégorie de consommateurs pense que la valeur nutritive du plantain est plus intéressante que celle du manioc, et trouve en cet aliment un moyen de

diversification de l'aliment de base. Les résultats de Temple et *al.*, (1997), ont rapporté que le caractère bourratif du plantain est un élément recherché par les consommateurs camerounais qui préfèrent un produit lourd à digérer « qui tient mieux au ventre » que le riz, qui est perçu comme un produit inconsistant « on a toujours faim après un plat de riz ». Ces mêmes auteurs, pensent que la baisse de la consommation du plantain au Cameroun est due à la diminution des disponibilités alimentaires, à la baisse des revenus monétaires des populations urbaines et rurales, mais aussi à l'augmentation du prix de vente du plantain. Ces résultats vont dans le même sens que ceux obtenus par Bikoï (1998) qui note qu'en ville, la consommation suit l'évolution des revenus, lorsque ces derniers diminuent, les consommateurs réduisent la quantité de banane plantain consommée. Nos résultats vont également dans le même sens que Broutin et *al.*, (2002) au Sénégal ainsi que ceux obtenus par Corniaux et *al.* (2005) sur la consommation des produits laitiers. D'après ces auteurs les déterminants socio-économiques de la consommation sont : le lieu de résidence, le revenu, le prix du produit, la variation saisonnière, les habitudes ou coutumes alimentaires, l'hygiène, etc. Musimbi Mushuba

(2009) travaillant sur les déterminants de la consommation de la pomme de terre à Goma dans la province du nord Kivu en RDC, obtient globalement les mêmes déterminants de la consommation. La consommation est à la fois un fait social et un fait économique, elle a par voie de conséquence les déterminants sociaux et économiques, mais le premier déterminant de la consommation des ménages est le revenu (Montoussé et Renouard, 1997). En s'appuyant sur la « loi psychologique fondamentale » de l'économiste Jhon Maynard Keynes, ces auteurs soulignent, lorsque le revenu augmente, les dépenses de consommation augmentent aussi. La faiblesse des revenus des populations traduit la faible fréquence de consommation des bananes dessert (50 % des enquêtés en consomment moins de 3 fois par mois) et plantain (60,53 % en consomment moins de 3 fois par mois). L'enquête congolaise auprès des ménages pour l'évaluation de la pauvreté, avait révélé qu'à Brazzaville, le niveau de pauvreté monétaire des ménages atteignait 45 % (Anonyme, 2006). Le prix de vente de banane étant perçu cher par rapport au budget de consommation et à la taille du ménage, plusieurs consommateurs sont donc contraints de réduire significativement le budget de consommation en l'affectant à l'essentiel des produits alimentaires du ménage ; la banane devient donc un produit de luxe pour la plupart d'entre eux. Madembo et *al.*, (1998) constate que la banane plantain semble perdre progressivement sa deuxième place d'aliment de base des congolais, ceci à cause de l'effet de la concurrence du manioc, du pain et du riz dont les prix sont plus attractifs. L'analyse de nos données sur la consommation a montré que la principale raison évoquée pour expliquer la stagnation de la consommation de la banane (21,8 %) ces dernières années, est essentiellement due aux habitudes alimentaires. Certains travaux montrent que l'urbanisation n'introduit pas de ruptures sociales brutales entre la campagne et les villes, mais une juxtaposition de plusieurs modèles culturels et la permanence d'un mode de vie rural

dans les villes (Temple et *al.*, 1997). Ces résultats vont dans le même sens que ceux obtenus par Kimfoko (2014) sur la consommation des larves de lépidoptères (chenilles) et de *Rhyncophorus phoenicis* (Coléoptère) à Brazzaville. Il souligne que le genre ou sexe et l'ethnie constituent les principaux déterminants de la consommation des chenilles à Brazzaville. D'après le sociologue français Baudrillard (1970) cité par Montoussé et Renouard (1997), la consommation est un acte symbolique, c'est-à-dire le consommateur n'achète pas un objet uniquement pour la satisfaction qu'il tire de son utilisation, mais pour afficher son appartenance à un groupe social qui lui sert de référence. Selon Bourdieu (1979) cité par Montoussé et Renouard (1997), la consommation est liée à la notion d'habitus. Les individus ont des goûts et des préférences qui leur paraissent naturels, mais qui sont en réalité le résultat d'un habitus qui lui-même résulte de la société, de la classe sociale et de l'histoire personnelle des individus. Ainsi, la consommation permet donc à un individu, soit de s'affilier à son propre groupe pris comme référence, soit en se démarquant de son propre groupe par référence à un groupe de statut supérieur (Bourdieu, 1979 cité par Gonzalez et Urbain, 2007). Pour Aurier et *al.*, (2004), la consommation permet aux consommateurs de se situer par rapport aux autres. Elle comprend un ensemble de pratiques identitaires par lesquelles les individus structurent leur identité sociale par d'incessants mécanismes d'échange (Heilbrunn, 2005). Les déterminants de la consommation sont certes nombreux, mais l'individu dispose d'un choix individuel, ses goûts sont donc en partie déterminés par son groupe social (Montoussé et Renouard, 1997), qui ont été inculqué lors du processus de socialisation. D'après Granger (1993), la consommation est le reflet du style et des habitudes alimentaires. Ces deux termes introduisent une dimension culturelle aux faits alimentaire ; l'alimentation est à la fois biologique, anthropologique et sociale (Calvo, 1992). Les travaux de Meillassoux (1964) cité par Granger

(1993) montrent que la consommation alimentaire est l'expression d'un groupe et la référence à un lignage. En prenant le cas du manioc, premier aliment de base au Congo, Massamba (1987) constate que les congolais en consommant le manioc, ils ne consomment pas que des calories, ils consomment aussi toutes les valeurs symboliques qui s'y rattachent de sorte que cela leur permet de se situer dans un environnement socioculturel. La consommation ne sert donc pas seulement à satisfaire uniquement un besoin d'usage, elle sert aussi à satisfaire un besoin social, à montrer l'appartenance ou la référence à un groupe. Les analyses de données sur une enquête budget-consommation réalisée en Côte d'Ivoire, ont

révélé l'importance des variables telles que le groupe ethnique, la taille et la catégorie socio-professionnelle, le lieu de résidence dans la consommation alimentaire des produits traditionnels de base (Odounfa, 1984). Les ménages appartenant aux ethnies originaires des zones de production de la banane, ont intégré dans leurs habitudes alimentaires la consommation de la banane plantain et/ou dessert ; la culture de la banane étant une culture très largement dominée en forêt. Les travaux de Bikoï (1998) ont montré qu'au Cameroun, la banane plantain est surtout consommée dans la zone de production (partie forestière) et les céréales dominant dans la zone de savane.

6 CONCLUSION

L'étude sur l'analyse des déterminants de la consommation de la banane à Brazzaville a permis l'identification des déterminants socio-économiques de la consommation de la banane, mais aussi l'analyse de l'évolution de sa consommation à Brazzaville. Il ressort de cette étude que les consommateurs qui ne consomment pas régulièrement la banane sont deux fois plus importants que ceux qui affirment en consommer régulièrement. La principale raison qui limite la consommation régulière de la banane est le prix d'achat élevé de la banane par rapport au budget réservé à la consommation ; elle est qualifiée de produits de luxe. D'autres raisons sont également évoquées, notamment la disponibilité du produit sur le marché à certaines périodes de l'année (saison sèche), les habitudes alimentaires, etc. la tranche d'âge, le sexe et le niveau d'instruction du consommateur n'influencent pas la consommation régulière de la banane. L'étude a aussi révélé que la plupart des consommateurs ont vu leur consommation de banane baissé ces dernières années. Cette baisse

de la consommation est due au prix d'achat élevé, au faible revenu des consommateurs, aux problèmes de santé et à la rareté du produit sur le marché à certaines périodes de l'année. Cependant l'habitude alimentaire est la principale raison évoquée par la catégorie des consommateurs qui ont eu une consommation stable. Les consommateurs qui ont vu leur consommation de banane à la hausse, évoquent surtout l'augmentation du revenu, mais aussi la prise de conscience des apports nutritifs de la banane. Les résultats sur les déterminants de la consommation de la banane remettent en question la nécessité d'améliorer le revenu des populations afin d'accéder aux denrées alimentaires et de garantir la sécurité alimentaire des populations. Afin de modifier certaines habitudes alimentaires et stimuler la consommation de la banane, il serait intéressant de vulgariser les recettes à base de banane auprès des ménages ; cela permettrait de diversifier les menus à base de banane.

7 REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier l'équipe d'enquête ainsi que les consommateurs et autres personnes

ressources ayant apporté une contribution à l'amélioration de ce travail. Les auteurs ne

sauraient oublier les lecteurs anonymes qui ont

permis d'améliorer le draft initial du document.

8 REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Anonyme, 2006. Rapport final d'analyse sur le profil de la pauvreté au Congo en 2005. Enquête congolaise auprès des ménages (ECOM) pour l'évaluation de la pauvreté. Centre National de la Statistique et des Études Économiques (CNSEE). Ministère du Plan, de l'Aménagement du Territoire et de l'Intégration Économique. République du Congo, 124 p.
- Anonyme, 2012. Monographie départementale de Brazzaville, Étude du secteur agricole, Société Française de réalisation d'étude et conseil (SOFRECO) et centre d'étude et de recherche sur les analyses et politique économique (CERAPE), 85p.
- Aurier P., Evrard Y. et N'Goala G., 2004. Comprendre et mesurer la valeur du point de vue du consommateur. *Recherche et Applications en Marketing*, 19 (3) : 1- 20.
- Bascoulergue et Bergot, 1967. L'alimentation rurale dans les pays du Niari. In *Quinze ans des travaux et recherches dans les pays du Niari (1949 – 1964)*. Études socio-économiques. Éditions ORSTOM, pp : 169 – 194.
- Bikoï A., 1998. Les productions bananières au Cameroun : étude de cas. In *Bananas and Food Security. Les productions bananières : un enjeu économique majeur pour la sécurité alimentaire* (C. Picq, E. Fouré and E.A. Frison, eds). Proceedings of an International symposium held in Douala, Cameroon, 10-14 November 1998, pp: 89 – 101.
- Broutin C., François M., Ndoye F., Sokona K., Marpeau G., 2002. Analyse de la consommation des produits laitiers à Kolda. Programme INCO MPE agroalimentaires. Synthèse des résultats, Dakar, GRET – Enda GRAF, 21 p.
- Calvo E., 1992. Le fait alimentaire : débats et perspectives. *Revue Tiers Monde*, I.E.D.E.S. Institut d'Études du Développement Économique et Social, Paris, 132 : 727-742.
- Corniaux C., Niafo Y., Pocard Chapuis R., coulily D., 2005. Consommation de lait et de produits laitiers dans les ménages de Ségou. Ségou : Projet FSP Lait, 21 p.
- Dupré G., 1985. Les naissances d'une société : espace et historicité chez les Beembé du Congo. Éditions ORSTOM, 418 p.
- Gonzalez C. et urbain C., 2007. Les représentations sociales de la consommation chez les étudiants : une étude exploratoire auprès d'étudiants. 6^{ème} journées normandes de recherche sur la consommation : société et consommations, 19 – 20 mars 2007. Groupe ESC Rouen, 20 p.
- Granger J-M., 1993. Le manioc au Congo : Ethnosociologie d'un circuit vivrier traditionnel du producteur au consommateur (Région du Pool, District de Mindouli). Mémoire pour l'obtention du diplôme universitaire d'études de la pratique sociale, mention : pratique sociale du développement. Université François – Rabelais , Tours, France, 374 p.
- Granger J-M., 1993. Le manioc au Congo : Ethnosociologie d'un circuit vivrier traditionnel du producteur au consommateur (Région du Pool, District de Mindouli). Mémoire pour l'obtention du diplôme universitaire d'études de la pratique sociale, mention : pratique sociale du développement. Université François – Rabelais , Tours, France, 374 p.
- Haeringer, 1967. L'économie rurale dans la région de Mouyondzi. In *Quinze ans des travaux et recherches dans les pays du Niari (1949 – 1964)*. Études socio-économiques. Éditions ORSTOM, pp : 245 – 293.

- Heilbrunn B., 2005. La consommation et ses sociologies. Éditions Armand Colin, 128 p.
- Jenny C., et Correelf H., 2002. Banana in: Hannen in: Genetic Diversity of Tropical plants, science Publisher Inc, pp: 555-560.
- Madembo C., Ngouaka F., Gaye A., Yoyo – Moussitou N., Ngoua – Oka E., 1998. Les productions bananières au Congo : synthèse. In Bananas and Food Security. Les productions bananières : un enjeu économique majeur pour la sécurité alimentaire (C. Picq, E. Fouré and E.A. Frison, eds). Proceedings of an International symposium held in Douala, Cameroon, 10-14 November 1998, pp: 113-117.
- Massamba J., 1987. Étude de la problématique du rôle des produits à base de manioc dans le modèle de consommation alimentaire au Congo. L.E.R.P.A.N (Laboratoire des Études et des Recherches sur la Physiologie, l'Alimentation et la Nutrition), Faculté des Sciences, Brazzaville, Congo, 29 p.
- Mialoundama F., 2004. Importance économique du bananier et du bananier plantain. In Actes de l'atelier sur la production rapide des rejets sains de bananiers et plantains. Brazzaville du 07 au 10 décembre 2004. Société de Biologie du Congo, pp : 22 – 24.
- Montoussé M. et Renouard G., 1997. 100 fiches pour comprendre la sociologie. Éditions Bréal, 234 p.
- Musimbi Mushuba J.L., 2009. Déterminants de la consommation de la pomme de terre dans le quartier Mabanga – Sud à Goma dans la province du nord – Kivu en RDC. In <http://www.memoireonline.com/11/11/4919/Determinants-de-la-consommation-de-la-pomme-de-terre-dans-le-quartier-Mabanga-sud--Goma-dans-la-pr.html>
Consulté le 10 décembre 2014.
- Odounfa A., 1984. Analyse et publication des résultats de l'enquête budget-consommation 1979 de Côte d'Ivoire, Direction de la statistique de Côte d'Ivoire, 20 p.
- Pierret K. 2011. Évolution des coûts intermédiaires des filières bananières d'approvisionnement du marché européen : mise en place d'un outil d'analyse. Mémoire de fin d'études d'ingénieur en Agronomie, Agro campus Ouest Rennes, 66 p.
- Temple L., Bikoï A., et Châtaigner J., 1997. La consommation de la banane plantain au Cameroun. *Les cahiers de la recherche développement*, (44) :73-85.
- Teycheney P. Y., Lockhart B. E. L., Acina I. and Candresse T., 2007. Dectection of banana mild manioc virus and banana virus x by polyvalent degenerate olizonucleotide RT-PCR (PDO RT-PCR). *Journal of biological methods*, 142: 41 - 49.