REVUE INTERDISCIPLINAIRE FRANCOPHONE
RIFRA
https://rifra-unikin.cd/
ISSN ()
2957-8574
Editeur: Faculté de lettres, UNIKIN
Vol. 3, No.2, à préciser, s.d.
DOI:10.68356/rifra.019.v03.i02.08

ARTICLE DE RECHERCHE

Le contrepoids de la hausse des prix sur le marché kanangais

Louis Divin BOP'A MBEKHY[1*]

[1]Assistant à l'Institut Supérieur Pédagogique de Mweka (Kasaï).
[*]Louis Divin BOP'A MBEKHY

Corresponding author:
louisdivin@gmail.com

Received: Non renseignée
Accepted: Non renseignée
Available online: Non renseignée

Abstract
Dans la ville de Kananga, chef-lieu de la province du Kasaï-central, les commerçants se livrent à des pratiques de hausse de prix des produits de première nécessité en rendant la vie difficile aux paisibles citoyens. Cette pratique est non seulement condamnable, mais aussi non régie par le ministère de tutelle. Ainsi, pour pallier à cette situation, il faut des pratiques économiques de contrepoids pour aboutir à la normalisation du commerce et à la protection du pouvoir d'achat des consommateurs dans le marché kanangais.

Keywords: Contrepoids économique, produits alimentaires, hausse de prix, normalisation du commerce, ville de Kananga.

Introduction

Le système économique d'un pays, quel mécanisme qui regroupe les ressources naturelles, la main d'œuvre, la technologie et les aptitudes nécessaires d'administration et de gestion. Tout système économique se propose d'anticiper les besoins de la population, puis d'y répondre en assurant la production et la distribution des biens et services. Si le type de système économique adopté par un pays résulte d'une décision politique, il dépend en fait bien plus d'une expérience historique qui, avec le temps, devient la culture même de cette nation185. L'intérêt porté à la protection du consommateur Congolais a évolué et continuera sans doute à évoluer davantage. Si les consommateurs et les fournisseurs prennent des décisions qui façonnent l'économie, il faut néanmoins tenir compte d'un troisième partenaire qui est l'Etat. Le pouvoir public exerce bel et bien une influence considérable sur l'économie centre kasaïenne. La hausse des prix des marchandises sur le marché est un des aspects les plus inquiétants de l'économie Kanangaise au cours de l'année 2019. Bien que l'on puisse faire remonter ce courant à une dizaine ou vingtaine d'années, la hausse des prix est désormais considérée comme un des

Louis Divin Bop'A Mbekhy est Assistant à l'Institut Supérieur Pédagogique (ISP) de Mweka (Kasai). L. ROBERT, L'économie des Etats-Unis, Washington, centre de services éducatifs, 1980, p.16.

problèmes les plus pressants, sinon prioritaires auxquels l'Etat doit faire face sur la ville. Les consommateurs cherchent les meilleurs qualités et prix, tandis que les fournisseurs s'efforcent d'obtenir le prix maximum pour leurs marchandises et réaliser le plus de bénéfices possibles. L'Etat, qu'il s'agisse du niveau provincial ou urbain, assure le bien-être de sa population par une gamme de prestations. Il réglemente et contrôle de bien des façons les entreprises privées, pour s'assurer qu'elles servent bien les intérêts de l'ensemble de la population. L'Etat détient tout d'abord le monopole du pouvoir de contrainte sur tout le territoire national. Il dispose seul de la capacité de contraindre éventuellement les particuliers à se conformer aux règles de conduite qu'il a édictées. Max WEBER a notamment défini l'Etat comme l'instance qui, sur un territoire donné, possède le « monopole de contrainte physique légitime »186. Mais ses services rendus n'ont pas encore significativement contribué à l'amélioration des conditions de vie de la population Kanangaise, notamment en ce qui concerne la protection du pouvoir d'achat des consommateurs, sachant que le fournisseur X ou prestataire Y est aussi consommateur de produit et ou service X, Y. En principe, tout habitant de la ville de Kananga est consommateur et a ainsi droit à cette protection. La planification qui est sœur jumelle de la réglementation repose sur un document « plan », qui présente les grandes orientations économiques et sociales pour l'avenir. Définit comme une « ardente obligation » (De Gaulle) ou comme « un examen de conscience » (V. Giscard d'Estaing), comme « l'antihasard

Cite as: Louis Divin BOP'A MBEKHY(s.d.). Le contrepoids de la hausse des prix sur le marché kanangais. UNIVERSITE DE KINSHASA, 3(2) (s.d.) à préciser. https://doi.org/10.68356/rifra.019.v03.i02.08

This work is licensed under Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License

» (P. Massé) ou encore comme « l'esprit d'organisation introduit dans l'économie » (J. Dayre), le plan est fondamentalement une tâche collective et un refus du laisser-faire187. Ainsi le plan est un instrument de la politique économique qui constitue un élément de contrainte pour les différents acteurs économiques. Dans notre cas, le programme d'actions du gouvernement provincial du Kasaï central pour la mandature 2019-2024, est donc un instrument de gouvernance qui articule la vision de la province, définit les objectifs à atteindre et énonce les actions adéquates à entreprendre, entre autres :

J. Y. CAPUL et O. GANNIER, Dictionnaire d'économie et de sciences sociales, Paris, éditions Hatier, 2015, p. 213. M. BIALES et all, Notions fondamentales d'économie, Paris, Editions Foucher, 1995, p.87.

- La gestion économique performante et incitative ; - Le renforcement de la gouvernance par la restauration de l'autorité de l'Etat ; - L'impulsion d'un développement économique inclusif ; - Le respect des normes dans les opérations commerciales ; - La coordination et l'optimisation des interventions des structures impliquées dans le processus de contrôle de qualité des services et des marchandises188. Le gouvernement provincial demande à chaque citoyen à son niveau, chaque organisation, chaque entreprise, chaque institution publique ou privée dans la province, de s'approprier et capitaliser cet outil pour le progrès collectif189.

I. La matière de prix

Selon Jacques Simon, le prix est le taux d'échange d'un bien contre un autre bien : combien faut-il donner d'unités d'un bien pour obtenir une unité de l'autre bien. C'est l'expression monétaire de la valeur d'échange d'un bien 190 . Nous parlons ici de prix de marché qui correspond à la valeur courante d'un bien.

1.1. Mécanisme de prix

La détermination du prix sur le marché, qui est une rencontre de l'offre et la demande, se fait au moyen d'un mécanisme.

1.1.1. Dans la concurrence parfaite

Le marché de concurrence pure et parfaite est un marché souverain où l'adaptation se fait par les quantités et non par les prix comme dans la concurrence imparfaite. Ce marché repose sur des hypothèses ou axiomes qui concernent à la fois l'offre et la demande191.

Programme d'actions du gouvernement provincial du Kasaï central 2019-2024, Kananga, p.p. 3, 24, 26 et 40. Idem, p. 54 JACQUES SIMON, Vocabulaire économique, Kinshasa, Editions, INEP/ CONTINENTAL, p. 89. MUBAKE MUMEME, Cours d'économie politique 1, Sciences économiques, Unikin, Kinshasa, 2006, Inédit.

1) L'atomicité du marché : vendeurs et acheteurs plus ou moins nombreux si bien qu'aucun d'eux n'exerce une influence décisive sur le marché ; 2) L'homogénéité des produits : produits jugés identiques par les acheteurs ; 3) La libre entrée sur le marché : pas de restriction de fait ou de droit ; pas de barrières ni pour entrée ni pour sortie des acheteurs comme des vendeurs, en d'autres mots, pas d'handicap :192 4) La parfaite transparence du marché : connaissance complète pour les vendeurs comme pour les acheteurs, des coûts et des prix pratiqués sur le marché ; 5) La parfaite mobilité des facteurs de production, c'est-à-dire, la libre circulation des ressources. Cette dernière condition implique qu'aucune barrière n'entrave la circulation des ressources productives entre les différentes activités. Partant de cet éventail des conditions énumérées ci-dessus, le marché Kanangais remplit les trois premières. Il y a une diversité incontestable des vendeurs et acheteurs, avec une homogénéité de produits sur un marché libre. 1.1.2. Dans la concurrence imparfaite Elle existe lorsqu'une ou plusieurs conditions de la concurrence pure et parfaite ne sont pas réalisées. C'est la situation dans laquelle soit un ou plusieurs vendeurs, soit un ou plusieurs acheteurs, ont une position telle sur le marché que leur action peut modifier les conditions pour tous les acheteurs. C'est ainsi que nous avons : 1) Monopole : situation dans laquelle il existe un seul vendeur qui peut imposer ses conditions. Les situations de monopole sont des monosituations caractérisées par le fait que l'offre et la demande, ou chacune d'elles, est assurée par un seul agent. On parlera donc selon le cas, de souveraineté du producteur ou de l'acheteur193. 2) Monopole bilatéral : situation dans laquelle un vendeur unique ne rencontre qu'un seul acheteur (le cas d'une région où l'on trouve une seule entreprise et un seul syndicat) ;

MUBAKE MUMEME, op.cit.

3) Monopsone : situation dans laquelle il existe un seul acheteur (le cas d'une région où il n'y a qu'une entreprise. Elle est seul acheteur de la main d'œuvre) ; 4) Oligopole, oligopsone : marché réunissant un grand nombre d'acheteurs pour un nombre des vendeurs assez restreint, afin que ces échangistes puissent apercevoir les liens d'indépendance qui les unissent ; 5) Entente : accords conclus entre les entreprises indépendantes en vue de limiter la concurrence ou de régulariser les marchés. Le plus souvent, les ententes visent à remplacer une situation qui permet aux entreprises d'imposer leurs conditions aux consommateurs ; 6) Cartel : c'est un groupe d'entreprises indépendantes dont le but concerté est de réduire ou d'empêcher la concurrence. Un cartel est formé lorsque des entreprises conviennent de ne pas se livrer concurrence, tout en maintenant l'illusion de la concurrence194 ; 7) Trust : une grande entreprise qui en a racheté d'autres, plus petites, afin de limiter la concurrence et de gagner de l'ampleur au sein du marché. Un trust est une grande entreprise qui possède des positions fortes, voire dominantes, sur plusieurs marchés proches, au sein d'un secteur industriel. Le droit de la concurrence vise à lutter contre les trusts qui peuvent se rendre coupables d'abus de position195. Le trust est différent du cartel, où plusieurs petites entreprises s'associent afin de gagner le pouvoir de marché, de manière à générer plus de profit. Le vrai marché qui existe dans le monde réel des humains est un marché imparfait, lequel revêt plusieurs formes énumérées ci-dessus. C'est ce que nous vivons encore dans le marché Kanangais au Kasaï central.

1.2. Détermination de prix

Le marché est conclu (en équilibre) lorsque l'offre rencontre la demande. Il est donc fonction de la demande et de l'offre. En régime de concurrence parfaite, les prix dépendent de la loi de l'offre et de la demande196.

1.2.1. La loi de l'offre et de la demande

http//www.google, Mécanisme de prix, consulté jeudi, le 21 janvier 2021. http//Wikipédia, Mécanisme de prix, consulté jeudi, le 21 janvier 2021.

La loi de l'offre et de la demande représente le modèle principal de l'économie du marché et repose sur l'équilibre de la quantité de biens ou services offerts et la demande de ces biens ou services, le tout se reposant sur le prix. Elle stipule que toutes choses restant égales par ailleurs, l'offre est fonction croissante du prix et la demande est fonction décroissante du prix197.

Offre : elle est représentée par la quantité de biens que les vendeurs sont disposés à offrir sur le marché, à condition que

le prix ne descende pas sous une limite minimum. Figure 1. La courbe de l'offre Prix s
Qté offerte
Commentaire : Nous remarquons que quand les prix augmentent, la quantité offerte augmente. Demande : la demande d'un bien quelconque est la quantité de ce bien qui peut être écoulée à chaque prix possible pendant une unité de temps déterminée sur un marché donné. Figure 2. La courbe de la demande Prix
Qté demandée
Commentaire : On sait voir que la quantité demandée diminue quand le prix augmente.
http//Facebook, La loi de l'offre et de la demande, consulté dimanche, le 10 janvier 2021.
La loi de l'offre et de la demande s'énonce de la façon suivante : le prix d'un bien correspond au point de rencontre de l'offre et de la demande ; c'est-à-dire au moment où les quantités offertes sont égales aux quantités demandées. Car, s'il était plus élevé, il baisserait et s'il était plus bas, il monterait198. Figure 3. Prix d'équilibre Prix
Le prix de la marchandise sera donné par le point de rencontre de deux courbes (point x) ; c'est-à-dire quand la quantité demandée sera égale à la quantité offerte. Ce prix est appelé prix d'équilibre. Cette loi de l'offre et de la demande joue pleinement dans un régime de concurrence parfaite. En cas de concurrence imparfaite ou de monopole, cette loi est faussée soit du côté de la demande ou du côté de l'offre, soit de deux côtés à la fois. Ainsi il arrive parfois que pour des raisons sociales, les autorités locales comme le Gouverneur de province ou le maire de la ville, imposent un prix pour un produit de base (maïs, manioc, pain, . . .) venant à manquer. Ce qui a pour effet de fausser la loi de l'offre et de la demande et d'engendrer automatiquement un marché noir ou parallèle. C'est un marché officieux qui se forme parallèlement au marché officiel. Ce marché s'explique dans le sens que le prix imposé par les autorités n'est pas le prix correspondant au point de rencontre demande-offre. Les demandeurs insatisfaits à ce prix accepteront de payer plus cher au marché noir bien entendu puisque par hypothèse, le prix officiel imposé n'est pas variable. Figure 4. Prix d'équilibre et prix autoritaire
http//Facebook, La loi de l'offre et de la demande, consulté dimanche, le 10 janvier 2021.
Si les autorités veulent une baisse de prix sans provoquer la formation d'un marché noir, elles doivent veiller à augmenter l'offre O en O'. A ce moment, le prix désiré par les autorités correspond à celui donné par la loi de l'offre et de la demande. A ce prix les demandeurs insatisfaits n'existent plus et par conséquent le marché noir devient sans objet.
1.2.2. L'élasticité et l'inélasticité de l'offre et de la demande On vient de voir que quand le prix varie, automatiquement l'offre et la demande varient aussi. Mais il peut arriver qu'en cas de variation de prix, la variation de l'offre et de la demande de certains produits se fassent intensément ou au contraire légèrement. C'est ce qu'on appelle l'élasticité et l'inélasticité de l'offre et de la demande 199 . Ainsi la demande des produits essentiels est plutôt inélastique ; celle des produits plus accessoires, comme les produits de luxe est plutôt élastique200.

Variation de la demande de produits à demande élastique Si le prix des appareils de télévision augmente, la demande baissera fortement. Beaucoup de gens se passeront d'en acheter. De même si le prix diminue, la demande augmentera aussi fortement. Beaucoup de gens seront tentés d'en acheter.
Variation de la demande de produits à demande inélastique Si le prix du sucre ou du sel augmente, la demande ne variera que très légèrement, car ce sont des produits essentiels dont on peut difficilement se passer. Et si le prix du sucre ou du sel diminue, la demande ne variera aussi que très légèrement, car ce sont des produits dont on ne peut chaque fois se dépasser la consommation. Variation de l'offre de produits à offre élastique Il s'agit des biens durables comme T.V., voiture, frigo, etc. si le prix de télévision augmente, l'offre augmentera très fort car les vendeurs vont sortir tout leur stock. Si le prix de télévision diminue, l'offre diminuera très fort car les vendeurs vont les stocker en attendant que le prix remonte. C. VAN LIERDE, Economie politique, Kinshasa, Edition C.R.P., 1983, p. 37.

Variation de l'offre de produits à offre inélastique Il s'agit de produits périssables comme les fruits par exemple. Si le prix des fruits diminue, l'offre ne baissera que légèrement car les fruits doivent se vendre rapidement sous peine de pourrir. Si le prix des fruits par contre augmente, l'offre n'augmentera que légèrement car on ne possède que les fruits existants.

1.3. Coûts et coût de revient

Par essence, le coût est un total de dépenses rapporté à un moment donné, soit à (un) des objet(s) ou prestation(s) de service, pris à un stade autre que le stade final de la livraison au client201. Et le coût de revient d'un objet, d'une prestation de service, d'un groupe d'objets ou de prestations de services est constitué par le total des coûts relatif à cet objet, cette prestation de service, ce groupe d'objets ou de prestations de services parvenus au stade final de la livraison aux clients202. 1.3.1. Le coût d'achat Le coût d'achat représente tout ce qu'ont coûté les marchandises en stock, en magasin. o Eléments constitutifs : - Prix d'achat (montant des factures de fournisseurs) ; - Frais accessoires d'achat (F.A.A.). A) Frais accessoires à caractère externe : frais de transport et de la manutention effectués par les tiers, frais de douane, de dépôt, d'assurance, taxes dues à l'achat, coulage, . . . B) Frais accessoires à caractère interne : frais de transport et de manutention, . . . effectués par l'entreprise elle-même. En général, ce sont des frais de la fonction approvisionnement augmentés éventuellement de quote-part des fonctions auxiliaires qui sont les fonctions, administrative et financière, pour les grandes entreprises.
Diminutions obtenues hors factures : remise, rabais, ristourne (RRR).
Formule : Coût d'achat = P.A. + F.A.A. - R.R.R. obtenues + Quote-part fonctions auxiliaires sur achat. A. VERHULST, Comptabilité analytique, Kinshasa, Edition C.R.P., 1994, p. 33. Idem, p. 49.
Principe : Les entrées des marchandises en magasin sont effectuées à leur coût d'achat. Concernant les fonctions auxiliaires, généralement la fonction administrative et la fonction financière, ont comme rôle de permettre la réalisation des fonctions principales (approvisionnement et distribution). L'adjectif « auxiliaire » exprime une idée d'aide, d'assistance et de subordination aux fonctions principales. 1.3.2. Le coût de distribution Le coût de distribution représente seulement ce qu'ont coûté les opérations relatives à l'exécution de la vente. Il est constitué exclusivement et uniquement des charges de la fonction de distribution, augmenté éventuellement d'une quote-part des coûts des fonctions auxiliaires (administrative et financière).
Formule : Coût de distribution = Coût de la fonction distribution + éventuellement quote-part fonctions auxiliaires sur distribution
Principe : Tout article stocké sort de magasin (dépôt) au prix auquel il est entré. Précisons donc que le coût de distribution n'est rien d'autre la sommation des charges relatives à la vente : transport et déplacements, manutention, dépôt vente,

marketing, publicité, taxes dues à la vente, fournitures de bureau en pourcentage. Autres services consommés (ASC) : eau, électricité, et gaz, personnel de distribution et quote-part des fonctions auxiliaires, emballages non facturés et non repris, . . . A ne pas confondre les emballages commerciaux et les matières de conditionnement ou empaquetage, ces derniers qui font corps avec le produit fini. Ce sont les éléments directs de fabrication ; parce qu'on ne saurait pas produire sans ces matières. Sont incorporables dans le coût de production. Tel est le cas des flacons de médicaments et parfums, boites de sardines, . . . Tandis que les emballages commerciaux ne font pas corps avec le produit fini. Ils sont utilisés pour rendre la vente et le transport possibles. Donc à considérer comme frais imputables au coût de distribution. 1.3.3. Le coût de revient
Nous tenons à signaler ici qu'il existe deux sortes de coût de revient (C.R.) : C.R. industriel et C.R. commercial, selon que l'entreprise est industrielle ou commerciale. C'est cette dernière qui nous intéresse dans notre étude. Le coût de revient commercial est la sommation de tout ce qu'a coûté un produit ou une marchandise depuis le magasin du grossiste jusqu'à sa livraison entre les mains du client. Dans une entreprise commerciale, c'est le C.R. qui représente le coût total, autrement dit coût final. Il est, sous cet angle de vue, également un coût cumulé. (16) Il est constitué du coût d'achat et de coût de distribution.
Formule : Coût de revient = coût d'achat + coût de distribution
Principe : Dans une entreprise commerciale, pas de fonction de production, les trois coûts hiérarchisés sont : le coût d'achat, coût de distribution et le coût de revient.
Schéma de la hiérarchisation des coûts
Prix d'achat Frais Frais de Frais Frais d'achat distribution administratifs financiers
Coût d'achat Coût de distribution Coûts annexes
COUT DE REVIENT Source : Livre de comptabilité analytique d'A. VERHULST de 2018.

II. Le marché katangais

Le marché Kanangais dont il est question dans ce point, constitue notre terrain d'investigations. Le terme marché est pris ici dans le sens concret où nous voyons un espace public où se rencontrent les acheteurs et les vendeurs de la ville de Kananga, échangeant les marchandises diverses contre les monnaies en circulation en RDC. Anciennement appelée Luluabourg, la ville de Kananga est une entité administrative décentralisée qui constitue le chef-lieu de la province du Kasaï central, située au cœur de la République démocratique du Congo, sur une superficie de 743 Km², répartie en cinq communes urbaines
dont : Kananga, Katoka, Lukonga, Ndesha et Nganza203. A ceci, s'ajoute deux instances de prise des décisions économiques qui sont, la division provinciale de l'économie nationale et le bureau urbain de l'économie. A travers ses marchés éparpillés, se pratiquent toutes sortes des prix, en gros ou en détails ; chose qui a éveillé notre attention.

2.1. Le prix de vente

Le prix de vente (P.V.) est égal au prix de revient augmenté du pourcentage de la marge bénéficiaire ou de bénéfice, selon qu'il est fixé en conformité avec la loi économique et commerciale, ou alors arbitrairement. Nos investigations révèlent deux catégories de prix de vente pratiqués sur le marché de la ville de Kananga, à savoir204 : Prix de vente officiel (P.V.O.) : c'est le P.R. augmenté du pourcentage de marge bénéficiaire (M.B.) tel que fixé par la loi ;205 Prix de vente illicite P.V.I.) : c'est le P.V. augmenté du bénéfice fixé selon le grès du commerçant, sans considération de la loi, donc anarchiquement ; d'où l'adjectif « illicite » parce que méconnu par l'Etat. C'est le P.V.O. que nous soutenons ici, parce que vivons dans un pays réglementé, un état de droit avec l'ordre économique.
Formule : P.V.O. = P.R. + M.B.
2.1.1. Le bénéfice Le bénéfice est le supplément ajouté par le commerçant au P.R. de la marchandise, en vue de rémunérer le service qu'il rend aux consommateurs ou clients. C'est en réalité son gain personnel, celui qui lui sert à nourrir sa famille, à réaliser des nouveaux investissements ou à épargner206. Le bénéfice a un caractère arbitraire, c'est-à-dire soumis au hasard et à la volonté du commerçant. Le commerçant centre Kasaïen est libre dans la plupart des cas et selon son gré, ou en suivant soit les contraintes de l'offre, soit les
J-P. DUBOIS, La distribution in le guide de la famille, n° 104 (Juillet 1981), p. 10. Hôtel de ville de Kananga, dépliant touristique, Kananga, 2019. J-P. DUBOIS, op. cit., p. 17. Idem, p. 17.
contraintes de la demande, de faire varier le tarif de ses marchandises. Il est normal qu'il vende cher les denrées alimentaires en période de soudure, mais devra se référer aux marges bénéficiaires fixées par l'état congolais, pour éviter des pratiques anti-sociales. 2.1.2. La marge bénéficiaire La marge bénéficiaire (M.B.) est la différence entre le C.R. et le P.V. Elle est en d'autres termes, la rémunération de l'exploitant et est réglementée et surveillée par la loi économique et commerciale en vigueur en RDC. Elle est toujours fixée en pourcentage pour permettre une concurrence entre les opérateurs économiques sur terrain et fait ainsi la différence avec le bénéfice qui est aléatoire et arbitraire. Les marges bénéficiaires applicables au coût de revient sont plafonnées à 20% pour la production industrielle et à 25% pour la production artisanale207. Les grossistes et les détaillants ne sont autorisés à n'appliquer que les marges bénéficiaires déterminées dans l'Arrêté départemental n°BCE/ENI/0018/76 du 30 mars 1976 portant mode de calcul des prix des produits industriels. Aucune transaction ne peut comporter le cumul des marges bénéficiaires des grossistes et des détaillants, lorsque l'activité du grossiste et celle du détaillant sont confondues208. Selon l'annexe 1 de l'Arrêté ministériel n°20 CAB/MIN.ECO & COM/2012 du 18 Sept. 2012 portant fixation des marges bénéficiaires et des quantités autorisées dans l'exercice du commerce en RDC, on a plafonné à 20% la marge bénéficiaire des produits alimentaires et non alimentaires dans le commerce proprement dit.

2.2. La hausse de prix

Pour ce qui nous concerne, la hausse de prix est l'augmentation excessive des prix de vente d'une marchandise, en dépassant la marge bénéficiaire fixée par l'Etat. Ce qui est différent de changement ou augmentation de prix. Le fait qu'un commerçant achète un article à un prix X et le vend à ses clients à un prix élevé Y avec un bénéfice officiel, ne veut pas dire qu'il y a eu hausse de prix, mais plutôt un changement, une augmentation de prix. Article 8 de l'Arrêté ministériel n° 020 CAB/MIN/ECO&COM/2012 du 18 sept. 2012 portant mesures d'exécution du décret n° 011/37 du 11 oct. 2011 portant mesures conservatoires en matière d'exercice du petit commerce et du commerce de détail. Articles 4 et 5 de l'Arrêté ministériel n° 001/CAB/MIN-ECONAT&COM/2008 du 30 janvier 2008 relatif à la fixation et au contrôle des prix des produits de base.

2.2.1. Dispositions spéciales applicables au prix Tout opérateur économique est tenu de transmettre sa structure des prix des marchandises, avec tous les détails y afférents, au Ministère ayant l'économie nationale dans ses attributions, qui a la mission d'exercer un suivi et un contrôle à posteriori. Ce prix doit être licite conformément aux critères prévus aux articles 5 et 6 du Décret-loi du 20 mars 1961 relatif aux prix209. Pour toute modification ultérieure à la structure de prix transmise, les éléments affectés doivent être communiqués au Ministère avec tous les justificatifs y relatifs le jour de l'application de la nouvelle structure, ainsi que les renseignements suivants : - Nature et spécification des produits concernés par ledit réajustement des prix ; - Prix de vente ex-usine pratiqué au moment de l'établissement de la structure dont la modification est requise et c'est pour chaque produit concerné ; - Tableau comparatif des structures détaillées des éléments du coût de revient à la date de la dernière structure et celle de la demande de modification ; - Bilans et comptes d'exploitation de l'entreprise. Tout opérateur économique est tenu : - D'afficher lisiblement le prix, en monnaie locale ou en équivalent, des produits exposés ou offerts en vente ; - De publier le tarif des prestations offertes au public, à l'exception de celles qui relèvent de l'exercice d'une profession libérale ; - De délivrer la facture de vente chaque fois que le prix est de 5.000 FC au moins210. 2.2.2. Diverses natures de la hausse de prix Les hausses des prix sur le marché Kanangais peuvent être classées en trois catégories. Elles reflètent des situations économiques et posent des problèmes théoriques totalement différents. a) Hausse générale des prix

Articles 5 et 6 du Décret-loi du 20 mars 1963 relatif aux prix. Articles 6 – 8 de l'Arrêté ministériel n° 001/CAB/MINECONAT1COM/2008 relatif à la fixation et au contrôle des prix.

Elle est due à des diminutions de la valeur de l'unité monétaire. Les prix peuvent hausser ensemble d'un même pourcentage ou à des taux différents. Dans ce cas, la mesure du changement ne peut être obtenue qu'en calculant une moyenne ou un indice de prix. Cet indice exprime l'évolution du niveau général des prix courants par rapport à une période de référence. Si l'indice des prix passe de 50 à 100, les prix ont doublé et le pouvoir d'achat de l'unité monétaire considérée a diminué de moitié par rapport à son niveau antérieur. Le changement des prix généraux correspond ainsi à une modification de la valeur de l'étalon monétaire. b) Hausse spécifique des prix En l'absence de mouvement des prix généraux ou de changement de la valeur de l'unité monétaire, la hausse de prix d'un article donné représente une hausse de sa valeur d'échange. Par conséquent, si un commerçant possède un bien et que son prix spécifique (ou sa valeur d'échange) augmente, il en résulte un « gain de possession » ; si son prix spécifique diminue, il en résulte « une perte de possession » qui sera prise en compte dans l'analyse de résultat. Prenons le cas d'un article qui a été acheté à 100 FC et vendu à 150 FC au moment où son coût d'entrée est de 120 FC. Le bénéfice brut est de 30 FC et le gain de possession est de 20 FC. c) Hausse relative des prix En situation normale, les prix des biens et services fluctuent à des taux différents et quelques fois même dans des directions opposées. Le rapport entre cette variation et celle de l'indice du niveau général des prix représente une hausse de prix relative. Si tous les prix augmentent de 25% pendant que le produit A augmente de 30%, l'augmentation relative de A est de 5%. 2.2.3. Causes de la hausse des prix Sur la ville de Kananga, de janvier à décembre 2019, les causes de la hausse des prix sont diverses et varient à des moments selon la position du marché. Néanmoins, les causes de la hausse des prix sont différentes de celles d'une simple augmentation des prix. Ainsi, toute augmentation n'est pas une hausse et toute hausse est une augmentation. A l'issu de nos investigations, les sept principales causes de la hausse des prix sur le marché Kanangais sont les suivantes : 1) Vouloir progresser vite

Le désir ardent de progresser vite de nos opérateurs économiques urbains du Kasaï central, mêlé parfois à des trafics d'influence et aux corruptions de toutes sortes, est la première cause de la hausse des prix vécue au quotidien. Cette avidité d'avancement est en fait, une mauvaise volonté de leur part ; parce qu'en haussant les prix, ils font souffrir les consommateurs pauvres au pouvoir d'achat moindre. 2) L'ignorance coupable Les jeunes opérateurs économiques, au début de leur carrière, fixent les prix de vente sans considération ni de l'Etat, ni de leurs semblables. Il s'agit là d'une ignorance coupable, parce que toute personne qui veut prendre son travail au sérieux, doit s'informer à suffisance de tout ce qui s'y fait, et même la déontologie des hommes d'affaires ne permet pas à un commerçant de vivre isolé de ses collègues. D'ailleurs, l'ex Ministre de l'économie nationale, le Professeur TSHIUNZA MBIYE le souligne en disant : « compte tenu des répercussions sociales de cette activité, le principe de droit selon lequel nul n'est censé ignorer la loi doit être ici plus qu'ailleurs d'application »211. 3) La politique de crémage du marché Dans la politique commerciale d'une entreprise, et dans les stratégies de lancement d'un nouveau produit sur le marché, la plupart des entreprises utilisent la politique de crémage du marché, qui consiste à vendre le nouveau produit à un prix élevé avec perspective de vendre des quantités limitées. Epinglons ici les produits pharmaceutiques. C'est là aussi une pratique à déconseiller qu'on doit remplacer par la politique de pénétration, visant à s'assurer une large diffusion de vente en fixant les prix très bas. 4) La concurrence imparfaite Certains commerçants expérimentés et mal intentionnés profitent des conditions de concurrence imparfaite sur terrain, pour se positionner en donneurs des prix, en provoquant toujours la hausse, avec certitude de trainer les consommateurs derrière eux tant bien que mal. Il revient à l'Etat de créer des conditions propices à la concurrence pure et parfaite, afin de contourner ce genre des pratiques qui ne profitent qu'à une minorité.

CABINET DU COMETAT A L'ECONOMIE, Législation et règlementation économique et commerciale, Kinshasa, Edition SODAZ, 1987, p. 5.

5) La période de soudure Pour certains produits agricoles, en l'occurrence le maïs, faussent tous les calculs des prix et amènent les demandeurs de wagons, ainsi que les évacuateurs des produits de « kumanda » à imposer leurs propres prix avec une hausse considérable, surtout pendant les quatre derniers mois de l'année (période de soudure). Faire la soudure, c'est-à-dire assurer l'approvisionnement entre deux récoltes ou deux livraisons de maïs pour les consommateurs de Kananga, n'est pas chose facile. Ils sont alors appelés à s'incliner devant les vendeurs malgré la hausse de prix. A cette étape, l'Etat devra créer une zone économique spéciale au Kasaï central, surtout dans la ceinture verte de la ville, avec vision de maintenir les prix bas des produits agricoles pendant la période de soudure. Ça sera une bonne façon de gérer autrement la ville. Ça nous amènera à une économie d'échelle pour produire sur une grande échelle, permettant d'augmenter la quantité vendue avec diminution de prix. 6) La carence des OPJ en matières économiques et commerciales Sont qualifiés pour procéder à toute mission de contrôle des prix, les agents et fonctionnaires sous statut, du ministère ayant l'économie nationale dans ses attributions, revêtus de la qualité d'officier de police judiciaire à compétence restreinte en matière économique, por-

teurs d'un ordre de mission délivré à cet effet par l'autorité compétente212. Le besoin en personnel toujours déficitaire se fait sentir tant au bureau urbain de l'économie nationale qu'à toutes les cinq communes urbaines, surtout à Lukonga et Ndesha, où l'on note la présence d'un seul et de deux agents. L'organigramme de service prévu par le ministère de tutelle n'a jamais été d'application 213 . Ainsi nous retrouvons pour toute la ville, 19 agents sur les 43 prévus normalement. Et parmi eux, un seul, le chef de bureau urbain a qualité d'Inspecteur – OPJ. Chose pareille ne pourra jamais permettre un bon contrôle des prix. Nous interpellons le gouvernement central qui en a l'habilitation, de recruter et former les cadres compétents pouvant combler ces trous sur la

Article 14 de l'Arrêté ministériel n° 001/CAB/MINECONAT1COM/2008 relatif à la fixation et au contrôle des prix. Rapport annuel 2019 du bureau urbain de l'économie nationale à Kananga.

ville le plus tôt possible, afin d'avoir la maîtrise et bonne gestion de l'évolution des prix sur le marché Kanangais. 7) L'irrégularité et l'incohérence des contrôles des prix Sur la belle ville de Kananga, nous rencontrons trois paliers de la hiérarchie économique chargés de contrôle des prix. Il s'agit de la division provinciale, du bureau urbain et des cinq bureaux communaux. Leurs agents contrôleurs et OPJ se retrouvent à certains moments sur le même marché avec des ordres de missions différents auprès des mêmes contribuables, et personne ne veut connaître une défaite par rapport à l'autre. Ces contrôles sont opérés d'une façon disparate, sans aucune planification ou calendrier. Cependant, gouverner c'est prévoir. Dans le monde des opérateurs économiques, ça s'appelle tracasseries parce qu'un opérateur non éveillé peut subir trois contrôles des prix simultanément de ces trois paliers. Chose grave, la plupart des magasins éventaires des commerçants expatriés sont exemptés de ces contrôles, sous protection de l'autorité provinciale de l'économie, qui les gère à l'interne. Chose inadmissible dans un état de droit. Il serait mieux que tous les trois paliers se concertent pour former un corps unique des OPJ, sous les orientations du chef de division provinciale ou alors du chef de bureau de l'inspection économique et commerciale, comme chef de corps et, en collaboration avec le ministère public comme gestionnaire de tous les OPJ. De ces orientations, ils pourront former les nouveaux OPJ et leurs faire prêter serments devant le procureur de la République. Ils programmeront les contrôles réguliers selon une périodicité connue d'avance, et se répartiront les catégories des opérateurs économiques à contrôler de façon à donner à la division provinciale les grands établissements, au bureau urbain, les moyens, et les petits ou débutants aux cinq bureaux communaux. C'est de cette façon que peut régner l'ordre et la cohérence. Evolution des prix pratiques sur le marché kanangais en 2019, les prix de 2018 pris pour référence N° NATURE DE PRODUIT UNITE PRIXMOYENS VARIATION EN EN FC TERMES 2018 2019 ABSOLU RELATIVES(%) ES(FC) A) CEREALES 01 Farine de froment 50 Kg sac 63.000 90.000 +27.000 +42,85 02 Riz local Kg 800 1.400 +600 +75

B) FECULENTS 03 Banane plantain Kg 700 1.100 +400 +57,14 04 Cossette de manioc de 50 Kg sac 50.000 70.000 +20.000 +40 C) POISSONS 05 Poissons frais de la rivière Kg 6.000 7.000 +1.000 +16,66 06 Poissons salés locaux Kg 8.000 10.000 +2.000 +25 D) VIANDES 07 Abat de bœuf (trippes) Kg 7.500 13.000 +5.500 +73,33 08 Viande avec os (bouillis) Kg 10.000 14.000 +4.000 +40 E) BOISSONS 09 Bière locale : SKOL/PRIMUS/ Ble 3.000 3.500 +500 +16,66 TEMBO 10 Vin grenadine Ble 9.000 10.000 +1.000 +11,11 F) PRODUITS LAITIERS 11 Lait concentré sucré 78grs Bte 500 800 +300 +60 12 Mayonnaise Pce 3.500 4.600 +1.100 +31,42 G) MENAGE 13 Savon de ménage LE COQ Pce 450 500 +50 +11,11 14 Charbon de bois Sac 10.000 11.000 +1.000 +10 H) SANTE 15 Quinine Cés 150 200 +50 +33,33 16 Sérum (glucosé, mixte) Pce 2.500 3.000 +500 +20 J) HABILLEMENT 17 Wax anglais 6 yards Pce 14.500 20.000 +5.500 +37,93 18 Pantalon prêt à porter dame Pce 12.000 15.500 +3.500 +29,13 I) ELECTROMENAGERS 19 Fer à repasser PHILIPS Pce 15.000 19.500 +4.500 +30 20 Thermos Pce 15.000 18.000 +3.000 +20 K) BUREAUTIQUE 21 Agrafeuse Pce 4.000 5.000 +1.000 +25 22 Cahiers 200 pages Pqt 3.000 4.650 +1.650 +55 Source : Rapport annuel 2019 du bureau urbain de l'économie nationale. Commentaire : Dans ce tableau de 22 produits ou articles pris d'une façon aléatoire sur le marché Kanangais, on sait voir l'évolution de la hausse des prix, allant de 10 à 75%, dans l'intervalle d'une année seulement. Donc, la hausse des prix est effective sur ce marché.

III. Le contrepoids de la hausse des prix

Le contrepoids est une force qui est là pour diminuer ou anéantir les effets d'une autre force contraire. Il est différent d'une solution ou d'un remède momentané ; car il a un caractère214 permanent avec des effets solides et durables. Concernant notre étude, la hausse des prix donc, il n'y a que l'Etat seul, le législateur, qui puisse trouver le vrai contrepoids au profit du bien être de toute sa population, fournisseurs comme clients autrement appelés consommateurs. Pour ce faire, l'Etat Congolais a pu créer la

M. MBUYU, cours d'économie politique, G1 Finance et douane, 1987, I.S.T.G., Lubumbashi, inédit.

commission de police de commerce, que nous voulons voir servir pleinement de contrepoids à tout moment et à tous les niveaux. La police de commerce de Kananga manifeste des faiblesses qui lui arrachent sa force et ses mérites ; d'où les garde-fous que nous proposons dans les lignes qui suivent, afin que la compétence et l'autorité lui reviennent et que le consommateur soit protégé sur la ville.

3.1. Intervention de l'Etat

La hausse des prix oppose toujours deux catégories des gens, qui sont les victimes (clients) et les bénéficiaires (fournisseurs). Face à cet état de choses, l'Etat ne reste pas indifférent et son intervention peut prendre diverses formes. Elle peut être directe, lorsqu'il impose un prix, et indirecte, quand il tente d'influencer l'offre ou la demande qui déterminent le prix final215. Le gouvernement réglemente et contrôle de bonne façon les entreprises privées, pour s'assurer qu'elles servent bien les intérêts de l'ensemble de la population. Une telle réglementation est nécessaire, voir indispensable dans le marché Kanangais où chaque opérateur économique s'impose avec ses prix, au mépris de la loi. L'Etat permet alors à ces entreprises de réaliser des bénéfices raisonnables, mais les empêche d'augmenter leurs prix de façon « injuste », puisque le public est obligé de recourir à leurs services. Bien souvent, ce contrôle s'exerce dans le but de protéger et conserver le pouvoir d'achat du consommateur.

3.2. La police de commerce

La réglementation sur le prix est une matière très importante pour le ministère de l'économie nationale qui a notamment dans ses attributions, la protection du consommateur et le fonctionnement harmonieux des marchés ; elle fait l'objet de

la commission de police de commerce composée des OPJ en matières économiques et commerciales pour toujours faire des enquêtes et des contrôles des prix de vente sur le marché. La police de commerce créée à Kinshasa le 20 septembre 1983 par l'ordonnance n°83-178, a pour mission de veiller de manière permanente au respect de la législation économique et commerciale par les

Parole de Maxime MINGA, Inspecteur – Chef de bureau de l'inspection économique, commerciale, industrielle et des services.

opérateurs économiques, qu'ils soient producteurs industriels, producteurs de services, commerçants grossistes ou détaillants216. 3.2.1. Les O.P.J. économiques L'importance que le système judiciaire de notre pays accorde à la mission de la police judiciaire est considérable. En effet, ce sont les OPJ économiques qui, par leur présence, assurent l'efficacité de la répression des infractions en matière économique et commerciale. Ce sont eux qui le plus souvent, rassemblent les premiers éléments des dossiers répressifs et entrent en contact avec les justiciables. Ils s'occupent de : - Rechercher et constater les infractions ; - Faire des enquêtes pour recevoir les dénonciations et plaintes ; - Consigner dans les procès-verbaux la nature et les circonstances de ces infractions, le temps et le lieu où elles ont été commises, les preuves ou indices à la charge de ceux qui en sont des auteurs présumés ; - Interroger les auteurs présumés des infractions et recueillir leurs explications ; telles sont les principales attributions des OPJ217. Les OPJ en matières économiques et commerciales sont à juste titre « l'œil et les bras » du ministère public. Ils font partie de la famille judiciaire, à côté des magistrats et autres agents de l'ordre judiciaire. Dans l'exercice de leurs attributions judiciaires, ils sont tous sous la direction, l'autorité et la surveillance du ministère public de leur ressort. De ce fait, il s'ensuit que :

1. Aucun OPJ, quelle que soit sa compétence, retreinte ou générale, n'a

le pouvoir ni de contrôler l'activité d'un autre OPJ, ni d'orienter le sens de ses décisions, ni de gêner l'accomplissement de sa mission ;

2. Aucun chef hiérarchique du corps auquel appartient l'OPJ ne peut

s'ingérer dans l'exercice des attributions de celui-ci, sous prétexte de sa supériorité administrative en grade ou en fonction. S'il arrive à le faire, il commet un abus de pouvoir et usurpe de ce fait, les fonctions de l'OMP, ce qui l'exposerait aux poursuites judiciaires conformément à l'article 123 du code pénal218.

CABINET DU COMETAT A L'ECONOMIE, op. cit., p. 190.

CONSEIL JUDICIAIRE, Ordonnance n° 78-289 du 03 juillet 1978 relative à l'exercice des attributions d'officier et agent de police judiciaire près les juridictions de droit commun. CONSEIL JUDICIAIRE, op. cit.

3.3. Le contrôle des prix

Le contrôle des prix constitue l'arme efficace pour la police de commerce, contre toute hausser de prix sur toute l'étendue de la ville de Kananga. Selon M. Maxime MINGA, le Chef de bureau de l'inspection économique et commerciale du Kasaï central, ce contrôle est un processus qui commence par la présentation dans un établissement commercial donné, d'un ordre de mission dûment signé par une autorité compétente. Puis, on prélève d'abord les prix pratiqués, on les vérifie dans la structure des prix de cet établissement. Si on y constate des infractions, on passe alors à la pénalité pour clore le dossier. Par pénalité, il faudra entendre des amendes transactionnelles payées à l'OPJ pour le compte du trésor public ou au niveau du ministère public au cas où le dossier lui est transmis. 3.3.1. Les infractions liées aux prix En faisant la synthèse de la loi organique (L.O.) n°18/020 du 09 juillet 2018 relative à la liberté des prix et à la concurrence, nous retenons cinq infractions liées aux prix. - Entrave volontaire et empêchement reposant sur le refus de permettre aux OPJ de procéder au contrôle économique dans un éventaire. Infraction à l'article 62. Pénalité : article 76 et 81 de la loi organique ; - Non communication de structure des prix pratiqués, avec tout le dossier y afférent pour un contrôle à posteriori. Infraction aux articles 6,15 et 60 de la L.O. Pénalité à l'article 68 ; - Pratique des prix illicites, non justifiés par les éléments justificatifs et constitutifs desdits prix. Infraction prévue aux articles 25 et 60, avec pénalité à l'article 64 ; - Non affichage des prix des marchandises en vente. Infraction citée à l'article 12 et punie à l'article 08 ; - Hausse de prix en général, quelle que soit la nature et sa forme. Infraction citée à l'article 05 avec pénalité au même article. 3.3.2. Faible indicateur

Le contrôle de prix que nous voulons « arme efficace » de la police de commerce présente un indicateur faible pendant toute l'année 2019. Son application est inefficace, sinon insignifiante. Pour une multitude des opérateurs économiques sur la ville, un montant de 2.300.000 FC versé comme amendes transactionnelles de l'année et cinq dossiers judiciaires seulement dans le chef des opérateurs économiques, sommés de payer des amendes ont été transférés à l'officier du ministère public, parquet de grande instance via division provinciale de l'économie219. Les résultats des contrôles des prix ci-haut, le montant des amendes transactionnelles et le nombre des dossiers transmis à l'OMP, constituent un indicateur faible pour la police de commerce et nécessite des mesures ou stratégies urgentes pour le relever, afin de servir pleinement la population. 3.3.3. Le bénéfice indûment réalisé (B.I.R.) A part les peines listées au point 3.3.1., le bénéfice indûment réalisé (B.I.R.), qui est en quelque sorte un gain volé dans la population, est plus qu'une amende et pourra bien redresser la morale des commerçants hausseurs des prix et insensibles aux petites amendes habituelles. Force est de constater que les commerçants n'en ont jamais entendu parler ou même payé une fois, depuis le 1er janvier jusqu'au 31 décembre 2019. En cas d'infraction qualifiée de pratique des prix illicites ou de hausse illicite des prix, la somme correspondante au BIR, c'est-à-dire le surplus du montant de prix de vente officiel, sera versé intégralement au compte du trésor public.

Formule : BIR = différence entre prix officiel et prix pratiqué X quantité vendue.

N.B. : cette formule est à appliquer pour chaque catégorie de marchandise et s'il y a eu de changement des prix de vente avant contrôle, le faire pour chaque prix pratiqué. La perception de BIR devra se faire avec beaucoup de rigueur et pour toute catégorie de marchandise vendue sur le marché urbain Kanangais. Cette pratique sera considérée comme le fer de lance de notre arme efficace, le contrôle des prix. Les commerçants auteurs de la hausse des prix pourront tomber en faillite sous ce coup, surtout ceux de

CONSEIL JUDICIAIRE, op. cit., à mi-chemin.

marchandise unique ; ce qui pourra bien amener les autres opérateurs économiques à respecter les prix ; car une loi sans effets n'est rien. 3.3.4. La saisie des marchandises Au cas où l'assujetti présumé auteur de la hausse de prix refuse de

payer les amendes transactionnelles lui proposées ou de verser le BIR, l'OPJ instrumentant à pouvoir de saisir les marchandises, avec l'approbation de l'OMP. C'est ce qui justifie la double casquette des OPJ économiques. L'OPJ saisit tout objet susceptible de confiscation. Les objets saisis sont présentés à leur propriétaire aux fins de les reconnaître et les identifier. Ce dernier les marquera d'un signe distinctif indélébile. Ils sont soigneusement décrits dans le procès-verbal de saisie signé par l'OPJ économique et ce dernier. Il doit transmettre tous les objets saisis à l'OMP à la fin de leurs opérations et en même temps tous les procèsverbaux dressés en la cause220.

Conclusion

La légende décrit le consommateur soit comme souverain, puisque sa demande régit la distribution, soit comme la proie du commerçant qui le manipule de façon subtile par la publicité, en lui refusant le choix, et en trafiquant les prix. Comme toujours, la vérité se trouve avec le temps, le consommateur exerce en fait une influence quelconque sur le marché. Abraham Lincoln en parlant de réaction des électeurs aux machinations politiques déclarait : « on peut duper une partie de la population à tout moment ; on peut duper toute la population pendant un moment, mais il est impossible de duper tout le monde tout le temps. »221. Il en est de même avec la manipulation du pouvoir d'achat du consommateur Kanangais par les opérateurs économiques. Certes, il y a des gens qui peuvent être facilement leurrés à tout moment, il y a même des périodes où tout le monde semble être berné, en fin de compte, voilà le temps pour que le consommateur Kanangais arrive à se dégager d'une telle exploitation, pour conserver son pouvoir d'achat. Il est temps de lever l'étendard et déclarer la guerre à ce phénomène de la hausse des prix, qui constitue une infraction, une épidémie commerciale, un danger contre le bien-être socio-économique sur la ville de Kananga.

Rapport annuel 2019 du bureau urbain de l'économie nationale à Kananga. L. ROBERT., op. cit., p. 61.

Par-dessus le marché, le contrepoids de la hausse des prix sur le marché Kanangais, demeure le contrôle des prix, permanent, rigoureux et à postériori par l'Etat. Ce contrôle se fera dans le seul but de protéger le pouvoir d'achat des consommateurs Kanangais. Il est indispensable pour la normalisation du commerce et du climat des affaires.

Bibliographie

1. Article 14 de l'Arrêté ministériel n° 001/CAB/MIN-ECONAT

1COM/2008 relatif à la fixation et au contrôle des prix.

2. Article 8 de l'Arrêté ministériel n° 020/CAB/MIN/ECO&COM

/2012 du 18 sept. 2012 portant mesures d'exécution du décret n° 011/37 du 11 oct. 2011 portant mesures conservatoires en matière d'exercice du petit commerce et du commerce de détail.

3. Articles 4 et 5 de l'Arrêté ministériel n°001/CAB/MIN-

ECONAT&COM/2008 du 30 janvier 2008 relatif à la fixation et au contrôle des prix des produits de base.

4. Articles 5 et 6 du Décret-loi du 20 mars 1963 relatif aux prix

5. Articles 6 – 8 de l'Arrêté ministériel n° 001/CAB/MIN-ECONAT

1COM/2008 relatif à la fixation et au contrôle des prix.

6. BIALES, M. et alii, Notions fondamentales d'économie, Paris,

Editions Foucher, 1995, p.87.

7. CABINET DU COMETAT A L'ECONOMIE, Op. cit., p. 190

8. CONSEIL JUDICIAIRE, Ordonnance n°78-289 du 03 juillet 1978

relative à l'exercice des attributions d'officier et agent de police judiciaire près les juridictions de droit commun.

9. DUBOIS, J.-P., « La distribution » in Le guide de la famille, n°

104 (Juillet 1981), p. 10.

10. Hôtel de ville de Kananga, Dépliant touristique, Kananga, 2019.

11. http//www.google, Mécanisme de prix, consulté jeudi 21/01/21.

12. M. MBUYU, Cours d'économie politique, G1 Finance et douane,

1987, I.S.T.G., Lubumbashi, inédit.

13. MUBAKE MUMEME, Cours d'économie politique 1, Sciences

économiques, Université de Kinshasa, 2006, Inédit.

14. Parole de Maxime MINGA, Inspecteur-Chef de bureau de

l'inspection économique, commerciale, industrielle et des services.

15. Programme d'actions du gouvernement provincial du Kasaï

central 2019-2024, Kananga, pp. 3, 24, 26 et 40.

16. Rapport annuel 2019 du Bureau urbain de l'économie nationale à

Kananga.

17. Rapport annuel 2019 du Bureau urbain de l'économie nationale à

Kananga.

18. SIMON, Jacques, Vocabulaire économique, Kinshasa, Editions

INEP/Continental.

19. VAN LIERDE, C., Economie politique, Kinshasa, Editions

C.R.P., 1983.

20. VERHULST, A., Comptabilité analytique, Kinshasa, Editions

C.R.P., 1994.

21. VERHULST, A., Comptabilité analytique, Kinshasa, Editions

C.R.P., 2018.