



Programme

«Approvisionnement et distribution alimentaires des villes»



Collection «Aliments dans les villes»

**Les circuits d'approvisionnement
alimentaire des villes
et le fonctionnement des marchés
en Afrique et à Madagascar**

Laurence Wilhelm

Communication présentée au séminaire sous-régional FAO-ISRA
«Approvisionnement et distribution alimentaires
des villes de l'Afrique francophone»
Dakar, 14 • 17 avril 1997



AC/03-97F - 1997



Les appellations employées dans ce document et la présentation des données qui y figurent n'impliquent de la part de l'Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture aucune prise de position quant au statut juridique des pays, territoires, villes ou zones, ou de leurs autorités, ni quant au tracé de leurs frontières ou limites.

Les opinions contenues dans ce document restent sous la seule responsabilité de leur(s) auteur(s) et ne sauraient engager les personnes citées. Elles ne reflètent pas nécessairement, non plus, le point de vue officiel des institutions citées ou de leurs pays membres.

Tous droits réservés. Aucune partie de ce document ne peut être reproduite, mise en mémoire dans un système de recherche bibliographique ni transmise sous quelque forme ou par quelque procédé que ce soit: électronique, mécanique, par photocopie ou autres, sans autorisation préalable. Adresser une demande motivée, en indiquant les passages ou illustrations en cause, au

Rédacteur en chef
Revue et Collection «Aliments dans les villes»
Service de la commercialisation et des financements ruraux (AGSM)
FAO
Viale delle Terme di Caracalla
00100 Rome, Italie
Télécopies: (+39 6) 5705 6850 - 5705 4961
Adresse électronique: sadaseries@fao.org

<http://www.fao.org/ag/sada.htm>

Remerciements

La FAO remercie la Caisse française de développement pour avoir mis à disposition le rapport «Les circuits d'approvisionnement et le fonctionnement des marchés en Afrique et à Madagascar, synthèse des études socio-économiques récentes», rédigé par Mme Laurence Wilhelm en 1994.

Résumé

Les circuits d'approvisionnement et les marchés

Les circuits d'approvisionnement

Les circuits marchands fournissent l'essentiel de l'approvisionnement urbain en produits vivriers.

Deux types d'organisations différencient les circuits d'approvisionnement:

- le grossiste collecteur est obligé de se déplacer lui-même physiquement le long du circuit, assurant la plupart des opérations nécessaires à la circulation du produit, c'est-à-dire la prospection, la collecte, le groupage, le convoyage et la mise sur le marché. Ce type de grossiste est, par conséquent, relativement spécialisé dans un produit et une zone d'approvisionnement;
- le commerçant est inséré dans un réseau marchand qui, grâce à la circulation des flux d'information et des flux financiers entre ses membres, permet la démultiplication, dans le temps et dans l'espace, de ces opérations et, par conséquent, une maîtrise bien supérieure des risques et des contraintes inhérents au commerce des produits vivriers.

La gamme de produits sur lesquels le grossiste intervient est alors beaucoup plus diversifiée au gré des opportunités commerciales: la commercialisation des produits manufacturés et des denrées alimentaires de base (riz, farine, sucre) complète celle des produits vivriers et représente souvent une composante du fret de retour entre correspondants.

L'environnement économique du commerce des produits vivriers se caractérise par un niveau élevé de risque et d'incertitude. L'environnement institutionnel, quant à lui, se caractérise par l'existence de pratiques réglementaires inadaptées et tatillonnes ainsi que de taxations abusives et fréquemment arbitraires. A ces différentes contraintes s'ajoutent celles propres aux commerçants - de capital, d'accès au crédit -, pour ne citer que les deux plus importantes.

Ces contraintes affectent, en conséquence, tous les commerçants, façonnent leurs comportements, orientent leurs choix et fixent leurs stratégies.

Ces stratégies revêtent des formes identiques quels que soient les produits ou les types d'organisation des circuits: les pratiques visent avant tout, à travers des relations personnalisées avec les producteurs et

les détaillantes, des associations et des systèmes de crédit, à restreindre l'entrée des «outsiders» dans le commerce, afin de garantir une certaine régulation d'un marché caractérisé par une forte instabilité (de prix, d'offre et de demande).

En définitive, on remarque que les grossistes des marchés constituent des communautés dont l'accès est relativement fermé, soudées par de forts liens sociaux et ethniques et où la concurrence joue peu. C'est en effet la condition de la permanence et de la régularité de leurs activités.

Par conséquent, les grands marchés urbains sur lesquels s'exerce l'essentiel des activités de gros d'approvisionnement ne sont pas des lieux de formation des prix (au sens de la rencontre entre une offre et une demande); ceux-ci se fixent en amont par le jeu des rapports de force et de négociation entre le producteur et le commerçant, et en aval entre les détaillantes et les acheteurs, suivant les relations de crédit et de confiance qu'ils ont nouées et, en dernier ressort, suivant le pouvoir d'achat des consommateurs urbains.

Dans le domaine des produits manufacturés tout particulièrement, l'approvisionnement des marchés, à partir des circuits de la fraude, est le fait marquant de la situation actuelle.

Les marchés

La place des marchés dans le secteur commercial urbain

Les marchés concentrent aujourd'hui l'essentiel de l'activité et du dynamisme du secteur commercial informel urbain. Ils sont encore l'endroit où s'approvisionne la très grande majorité de la population urbaine, aussi bien pour les produits manufacturés et vivriers que pour les grands produits de base de première nécessité (riz, sucre, farine, etc.).

On distingue très nettement deux sous-secteurs spécifiques dans l'activité des marchés:

- celui des commerces de produits manufacturés, qui présentent les caractéristiques de développement économique les plus rapides et réalisent les chiffres d'affaires les plus élevés. A ce sous-secteur des produits manufacturés, il faut rattacher du point de vue du dynamisme commercial, les commerçants des grandes denrées de base (riz, sucre, farine etc.);
- celui des commerces de produits vivriers. Dans la vente des produits vivriers, la micro-activité est la

forme commerciale généralisée et les revenus sont très faibles. Les commerçantes occupent les secteurs les plus dégradés des marchés, ceux qui cristallisent tous les dysfonctionnements: surconcentration, enclavement, manque d'hygiène, bâti vétuste à la limite du dangereux, etc.

Le réseau des marchés

Le réseau des marchés ne présente pas un caractère figé dans le temps: selon les saisons, les produits, leur origine géographique, l'importance respective des marchés d'approvisionnement et de redistribution se modifie, le nombre de grossistes qui s'y trouvent augmente ou, au contraire, se contracte fortement.

L'évolution des conditions et des modes de transport, tant des voyageurs que des marchandises, et leur organisation dans le tissu urbain, spontanée ou formalisée par des interventions administratives, expliquent l'émergence de certains marchés d'approvisionnement, comme leur déclin, voire leur disparition.

Une certaine volatilité des marchés de gros traduit une capacité de réaction très rapide des circuits d'approvisionnement à toute intervention extérieure.

Ceci concerne en particulier les grossistes opérant hors de l'emprise physique des marchés, dans des conditions très précaires, en particulier sur la chaussée.

On observe souvent, suite à des mesures administratives restrictives (réglementation de la circulation, interdiction de tel ou tel commerce pour cause de nuisances, délocalisation, etc.), la disparition des activités de ces grossistes et leur reconstitution dans un autre lieu de la ville qui entraîne de nouvelles concentrations de détaillants. Ainsi se développe un véritable marché d'approvisionnement et de redistribution.

A la différence des circuits d'approvisionnement des produits vivriers qui organisent une certaine hiérarchisation des marchés, dans le cas des produits manufacturés, on observe toujours une polarisation des activités sur un seul marché et dans une seule zone urbaine: le centre-ville.

Le développement d'hypercentres et le déséquilibre des réseaux de marchés

Le développement d'hypercentres concentrant au coeur des agglomérations l'ensemble des formes d'activité commerciale (gros, demi-gros, détail et micro-détail), à la fois sur l'espace public du marché, dans les rues adjacentes et dans les entrepôts des

grossistes des quartiers environnants, est un aspect caractéristique de l'urbanisme commercial des villes subsahariennes aujourd'hui.

Or, il est frappant de constater que les activités d'approvisionnement et de distribution des produits vivriers occupent en définitive une place secondaire dans les flux économiques et financiers brassés par ces commerces.

Le véritable moteur de l'activité économique de l'hypercentre - qu'il s'agisse des magasins et entrepôts des grossistes importateurs, des vendeurs réguliers des marchés ou des innombrables vendeurs à la sauvette -, c'est la vente des produits manufacturés, en particulier de tous ceux provenant de la fraude et/ou de ceux qui seront écoulés par les réseaux clandestins transfrontaliers des grands commerçants, ou par la petite entreprise contrebandière.

On doit souligner, par conséquent, que cette surconcentration d'activités et de vendeurs sur un marché pôle exerce un «effet d'ombre» sur l'ensemble du réseau de distribution. Seuls peuvent subsister de très petits marchés dont la multiplication, dans un contexte de très faible solvabilité de la clientèle, contribue à les fragiliser dangereusement.

La problématique des marchés de gros

L'organisation spatiale des activités de gros de produits vivriers dans les grandes villes en Afrique et à Madagascar présente deux caractéristiques principales:

- l'absence d'équipements et d'installations spécialisés que l'on pourrait qualifier de marchés de gros. Les grossistes exercent en effet leurs activités sur des lieux non spécialement aménagés à cet effet;
- il n'existe pas un seul pôle de concentration de grossistes faisant office, à l'image d'un Rungis, de centre de redistribution pour tous les produits et pour la ville toute entière. On observe le plus souvent, au contraire, plusieurs pôles de regroupement de grossistes, relativement dispersés dans le tissu urbain, fonctionnant généralement en synergie avec les grands marchés de consommation (que ce soit sur l'emprise même de ces marchés, sur les voies adjacentes ou à proximité immédiate, dans des quartiers «spécialisés» de grossistes).

Ce sont ces concentrations de grossistes que l'on désigne, selon les sources, par les noms d'«aires de dégroupage», «aires de gros», «centres grossistes» et que, par commodité, on appellera «marchés de gros».

On observe que les conditions d'activité des grossistes de produits vivriers sont toujours particulièrement défectueuses, en particulier dans le cas des grossistes de produits frais.

La relative dispersion spatiale des grossistes de produits vivriers dans le tissu urbain permet une bonne irrigation du réseau des marchés et des innombrables points de vente qu'ils approvisionnent (étals des rues, commerces du soir, etc.) et, de ce fait, une optimisation des coûts de redistribution, compte tenu du prix très élevé du transport urbain.

De nombreux grossistes de produits frais, produits les plus générateurs de déchets, sont contraints d'exercer leurs activités sur la chaussée à proximité des marchés. Dans ces conditions, leur activité représente un facteur parfois non négligeable, mais surtout le plus visible et souvent le plus spectaculaire, des nuisances attachées à la présence des grossistes de produits vivriers dans les villes. Cette situation alimente le discours des autorités sur «la nécessaire délocalisation des grossistes du centre-ville».

Les marchandises générales et les denrées alimentaires de première nécessité: une surconcentration d'entrepôts dans le centre-ville

Par contraste avec cette relative dispersion des lieux d'activité des grossistes de produits vivriers, il faut remarquer que le commerce de gros des marchandises générales et des denrées alimentaires importées est une donnée fondamentale de l'activité commerciale des centres-villes.

Aussi faut-il souligner que le trafic fret généré par ces commerces de gros représente une source d'encombrement de la circulation et de congestion du centre-ville souvent bien plus importante que celle occasionnée par les activités des grossistes de produits vivriers.

Partant du constat fait par les Autorités des nuisances associées à la présence des seuls grossistes de produits vivriers sur les grands marchés du centre-ville, on s'interroge sur la pertinence de la création de marchés de gros à l'extérieur des agglomérations, comme le souhaitent généralement les responsables municipaux.

Toute création d'un marché de gros de produits vivriers, très loin des zones les plus peuplées et des lieux d'activités du centre urbanisé, semble vouée à l'échec considérant la logique des circuits d'approvisionnement actuels.

Trois points doivent être soulevés:

- les conséquences sur les coûts de la distribution intra-urbaine;
- une telle implantation entraînerait inmanquablement une multiplication des lieux de déchargement sauvages dans le centre-ville, recréant ainsi les nuisances que l'on pensait supprimer;
- la délocalisation éventuelle des activités de gros de produits vivriers ne suffirait pas, à elle seule, à résoudre tous les problèmes observés aujourd'hui.

Comme on l'a souligné, la congestion du centre-ville tient, pour une large part, aux activités liées aux grands entrepôts des grossistes importateurs. Or, pour le moment, on ne constate pas de la part des Autorités l'intention de prendre des mesures vigoureuses visant à limiter la prolifération de ces entrepôts privés en plein coeur des villes (incitations à la délocalisation vers une zone de stockage excentrée, application plus rigoureuse de règlements de circulation, de stationnement et de traversée de la ville pour les poids lourds, etc.).

En conclusion, un aménagement de marché de gros de produits vivriers doit se donner pour premier objectif d'améliorer les conditions d'activité des opérateurs et non de les pénaliser, de fournir les facilités en matière de services (eau, gardiennage, sécurité, éclairage etc.), de stockage, de groupage et de conditions de manutention qui sont régulièrement réclamées par les grossistes.

C'est pourquoi, lorsque c'est possible (configuration du terrain, possibilité d'extension, localisation par rapport aux flux principaux), il faut privilégier la réorganisation des activités de gros sur le site existant. Dans d'autres cas, la délocalisation peut s'avérer nécessaire: des sites d'implantation potentielle doivent être recherchés à distance raisonnable des lieux d'activités du centre urbanisé.

L'organisation des marchés

Les aménagements et les équipements des marchés

La halle (qui remonte souvent à la période coloniale) est le premier équipement, et souvent le seul, qui ait été construit sur les marchés centraux. La plupart de ces marchés ne comprenait aucun aménagement spécifique en matière d'installations de vente ou de stockage.

Il faut attendre la fin des années 60 et le début des années 70 pour voir la réalisation de nouveaux équipements sur plusieurs marchés centraux. Ces bâtiments en hauteur, selon la mode de l'époque, ont d'abord été réalisés sur les lieux du commerce de produits manufacturés. Ces équipements se sont révélés souvent non fonctionnels, et ont été insuffisants pour répondre à la demande croissante de places de vente sur les marchés centraux.

Ils n'ont pu enrayer le développement incontrôlé d'un grand nombre de constructions précaires ni celui des marchés «zone» qui caractérisent les années 80.

Les installations de vente et de stockage sur les marchés

La multiplicité et l'hétérogénéité des installations de vente semblent, à première vue, caractériser les marchés africains. Un examen plus attentif montre qu'en fait, on retrouve toujours les quatre mêmes grandes catégories d'installation de vente, dont le niveau d'équipement est directement fonction du niveau de revenu du commerce considéré. Cette typologie, classée par niveau d'équipement, distingue: les bâtiments et les boutiques, l'installation délimitée par quatre poteaux, couverte et ouverte (hangar), la table et l'étalage au sol.

D'une façon générale, on constate que sur les marchés africains, les aménagements ont été réalisés et financés en grande partie par les commerçants eux-mêmes.

Les caractéristiques physiques des marchés

Du point de vue des caractéristiques physiques, on peut classer les marchés africains en deux grandes catégories: les marchés «centres commerciaux» et les marchés «zone».

Les marchés «centres commerciaux» sont d'origine souvent ancienne et de taille plutôt réduite car ils ont été implantés dans le coeur commercial des cités. Leurs emprises ont été bien circonscrites dès leur création. Ils sont fortement structurés et organisés et les vendeurs de produits manufacturés sont les plus nombreux.

Les marchés «zone» (Marché au mil, Dantokpa, Andravoahangy) ont été implantés sur de vastes terrains, à l'origine relativement éloignés du centre tertiaire et marchand de la cité. Leurs limites n'ayant jamais été définies avec précision, ils se sont étendus et développés de façon quasi spontanée. Sur ces marchés, le bâti est très hétéroclite: boutiques modernes très bien construites, misérables baraques bricolées en matériaux de récupération.

Les statuts et modes d'utilisation des installations de vente: des enjeux de pouvoir

Les règles d'attribution des places de marché, qui interdisent la sous-location et imposent qu'il n'y ait qu'un attributaire par emplacement et qu'un vendeur ne puisse en cumuler plusieurs, sont partout transgressées. Le nombre d'installations d'un marché ne correspond jamais au nombre de vendeurs: de même, la liste d'attributaires que l'on peut trouver auprès de la municipalité n'a qu'un lointain rapport avec la réalité.

La sous-location et la revente de pas de porte

Il s'agit de pratiques généralisées sur tous les grands marchés.

Les montants de la sous-location représentent une charge beaucoup plus lourde que le paiement de la redevance mensuelle ou du droit de place.

La cession d'installations semble aussi une pratique courante. Elle aurait été particulièrement fréquente entre la fin des années 70 et le début des années 80, dates qui marquent sur les marchés l'essor important des vendeurs de produits manufacturés (les produits «riches»). A cette époque, en effet, l'essentiel des cessions aurait consisté en la revente, par les vendeuses de produits vivriers, de leur installation (hangar).

La multipropriété

Il est très courant qu'un vendeur dispose de plusieurs installations de vente à travers des prête-noms. On constate que ces cas de multipropriété concernent exclusivement des commerçants de produits manufacturés à forte valeur ajoutée et des commerçants de produits alimentaires de première nécessité (riz, sucre, farine, sel).

Le recours à cette multipropriété est souvent la façon de satisfaire les besoins de locaux de stockage de faible capacité qui caractérisent les marchés, besoins qui ne peuvent être satisfaits par la location d'entrepôts en ville, trop grands ou trop chers.

Le partage d'installation

On constate que la pratique inverse de partage d'une installation par plusieurs vendeurs est tout aussi répandue. Deux causes distinctes sont à l'origine de cette situation: d'une part, la saturation des marchés et l'impossibilité d'obtenir un emplacement et, d'autre part, la nécessité de partager les frais d'installation et d'exploitation de l'installation.

Les vendeurs et les produits

Le développement des vendeurs «illégaux»

Les différentes observations faites sur les grands marchés urbains en Afrique et à Madagascar confirment toutes ce même constat: il y a une réelle mutation dans la composition et le comportement des vendeurs des marchés.

Ce qui frappe aujourd'hui dans cette population c'est, d'une part, le nombre croissant d'ambulants itinérants, semi-itinérants et occasionnels, d'autre part, la forte mobilité spatiale qui caractérise les stratégies commerciales des vendeurs installés.

Les distinctions, opératoires autrefois, entre sédentaires et ambulants, réguliers et occasionnels, deviennent de plus en plus floues: l'image du vendeur à l'étal attendant son client et de l'ambulant se portant au devant de celui-ci est aujourd'hui totalement brouillée.

Les vendeurs réguliers payant redevance sont prompts à dénoncer la concurrence des ambulants, des occasionnels, des «illégaux» squattant les allées et les abords des marchés et à exprimer leur regret d'un âge d'or où l'ordre régnait sur les marchés, où chacun était à sa place; mais ces discours véhéments masquent des comportements ambigus: ces vendeurs sont souvent aujourd'hui les premiers à utiliser des ambulants pour écouler plus rapidement leurs marchandises, et à se déplacer eux-mêmes sur d'autres marchés régionaux où ils concurrencent à leur tour les vendeurs régulièrement installés.

L'organisation interne des marchés

Des services inexistantes ou largement insuffisants palliés par les vendeurs

- Sécurité et gardiennage;
- entretien, nettoyage et enlèvement des ordures;
- équipements sanitaires;
- un besoin sur tous les marchés: le stockage des invendus; un service adapté: le stockage à façon;
- un service omniprésent sur tous les marchés: la restauration populaire.

En règle générale, la sécurité des personnes et le gardiennage des marchandises ne sont de fait jamais assurés par le gestionnaire des marchés ou l'Autorité publique. Les vendeurs se sont organisés en conséquence.

Un nettoyage intérieur des marchés est dans presque tous les cas assuré par l'Autorité du marché, mais toujours de façon très insuffisante. Les vendeurs pallient dans la mesure du possible l'insuffisance de ce service (recours à un aide familial qui est chargé de faire le nettoyage de la place très tôt le matin). Si le nettoyage pose peu de problèmes pour les vendeurs de produits manufacturés, en revanche les commerces produisant beaucoup de déchets (produits vivriers et surtout boucheries) ont beaucoup plus de mal à atteindre un niveau minimal d'hygiène.

Presque tous les marchés sont équipés de latrines (à l'exception notable des marchés de N'Djamena) qui sont dans des états plus ou moins satisfaisants. Elles sont de toute façon toujours en nombre insuffisant et chères.

Sur tous les marchés fonctionnent des systèmes de gardiennage et de stockage temporaire (à façon) mis en place et assurés par les commerçants. Ils consistent en réseaux d'installations où les commerçants viennent déposer le soir leur marchandise contre paiement d'un loyer calculé à la journée ou au mois et dont le montant est indexé sur la valeur de la marchandise. Ces installations sont le plus souvent des constructions fermées - boutiques, magasins - mais on rencontre aussi des «gardiens à façon» installés sous des hangars ou autour des marchés dans les installations des particuliers.

Les gargotes des marchés ont pour clients tous les usagers (vendeurs et acheteurs), et sont devenues les cantines des travailleurs des quartiers environnants. Ce sont les seuls endroits, comme à Antananarivo par exemple, où peuvent s'approvisionner les ménages très démunis.

Le coût et le revenu des activités commerciales sur les marchés

On constate une remarquable stabilité de la structure des chiffres d'affaires par catégorie d'activités sur l'ensemble des marchés étudiés.

Les tableaux ci-après résument les chiffres d'affaires quotidiens et les coûts par marchés, en francs CFA, observés en Afrique centrale et occidentale (Libreville excepté).

Chiffres d'affaires

(FCFA)

<i>Produits</i>	<i>Détail</i>	<i>Gros</i>
Vivriers	2 000 - 5 000	20 000 - 80 000
Alimentaires	11 000 - 28 000	50 000 - 155 000
Manufacturés	10 000 - 30 000	80 000 - 1 400 000

On notera la particulière faiblesse des chiffres d'affaires des produits vivriers qui aboutissent à des marges commerciales se situant entre FCFA 500 et 1 000 par jour pour les toutes petites détaillantes qui forment la grande majorité des vendeuses.

Coûts par marché

(FCFA)

Postes de coûts	Afrique de l'Ouest		Libreville	
	Vivrier	Manufacturé	Vivrier	Manufacturé
Gardien	33	113	100	166
Eau	25	25	100	100
Latrines	25	29	100	200
Nettoyage	17	8	50	-
Droit de place	25	93	500	1 000
Sous-location	17	150	666	-
Total charges	142	418	1 516	1 466
Chiffres d'affaires	3 000	16 666	20 000	40 000

La logique spatiale et l'organisation des marchés

La division entre commerces riches et pauvres commande l'organisation spatiale des marchés. Cette dynamique, qui a entraîné de profondes mutations ces dix dernières années dans la physionomie des marchés, consiste en l'expulsion progressive des vendeurs de produits «pauvres» (vivriers) par les vendeurs de produits «riches» (manufacturés). Ce phénomène ne se limite pas au commerce de détail mais intéresse aussi le commerce de gros.

Aujourd'hui, les produits manufacturés occupent la plus grande partie de l'emprise des marchés et le véritable marché alimentaire s'exerce bien souvent dans les rues autour du marché.

Les souhaits des commerçants à l'occasion d'un réaménagement du marché

Au-delà de la diversité des situations étudiées, il faut souligner certaines préoccupations des usagers des marchés.

Les souhaits des détaillants sont apparemment très simples.

En premier lieu, ils souhaitent avoir une place sur le marché, ce qui est loin d'être acquis pour tous les vendeurs selon leur statut et leur catégorie d'activité,

leur ethnité, leur nationalité, leur situation dans le secteur informel.

Les facteurs d'exclusion sont innombrables et jouent à plein dans la situation d'un réaménagement d'un marché. Il ne faut pas masquer cette réalité-là.

En second lieu, s'ils ont une place, ils désirent pouvoir payer la redevance, ce qui est loin d'être acquis pour les commerces les plus pauvres et les artisans.

Si, aujourd'hui, la plupart de ces marchés sont des marchés polyvalents où chacun a malgré tout une chance d'entrer, l'augmentation des droits de place consécutive à un réaménagement, entraîne l'exclusion de ces commerces pauvres et les rejette vraisemblablement à la périphérie immédiate du marché, voire, dans le cas des artisans, à la périphérie de la ville, ce dont sont bien conscients de nombreux acteurs de ces marchés.

Ensuite, ils veulent disposer d'un certain nombre de services dont l'amélioration est demandée de façon unanime:

- la sécurité (marché clôturé, éclairage nocturne, service de police efficace);
- l'approvisionnement en eau;
- les équipements sanitaires: latrines et douches.

Enfin, ils désirent être dans un marché couvert. La protection contre la pluie et le soleil passe avant toute autre considération relative aux équipements de vente.

Les besoins prioritaires exprimés par les grossistes de produits vivriers sont:

- la localisation sur un marché, étant donné que bon nombre d'entre eux exercent leurs activités sur la chaussée;
- des infrastructures et des superstructures conçues de la manière la plus «simple» possible afin d'ajuster les coûts d'exercice sur le marché de gros à leurs marges réelles (et non supposées);
- des superstructures simples, que les grossistes sont en général disposés à aménager et à financer eux-mêmes ou en partie, selon un cahier des charges précis;
- l'amélioration des conditions de fonctionnement de leurs activités par la mise à disposition des

quelques services réellement adaptés à leurs besoins;

- le choix du site d'implantation du marché de gros, question cruciale, en concertation avec les opérateurs concernés.

Les détaillants, comme les grossistes, demandent en outre de façon insistante à être informés à l'avance du contenu et des objectifs des projets de réaménagement de marchés et être associés à la gestion et à l'organisation interne du marché futur.

Conclusions et recommandations

Informier et appuyer les autorités locales dans la mise en oeuvre d'une stratégie globale des marchés pour l'approvisionnement urbain

Les carences générales dans le secteur des marchés urbains entraînent des coûts sociaux, économiques et politiques élevés pour la collectivité, tandis que les autorités locales manquent d'éléments pour définir les interventions prioritaires: par quel marché commencer, quelle hiérarchie dans les actions, quels en seront les différents coûts, les différents impacts, etc.?

Il est par conséquent impératif d'appuyer les Autorités locales dans la mise en oeuvre d'une stratégie globale des marchés pour l'approvisionnement urbain suivant trois axes:

- élaboration des outils nécessaires à la prise de décision;
- implication, responsabilisation et appui des Autorités locales;
- information et formation des Autorités locales.

Elaborer des outils facilitant la prise de décision

Les ressources à mettre en oeuvre sont rares et, par conséquent, il est primordial d'avoir une vision d'ensemble afin d'établir des priorités pour les actions à entreprendre. Les outils suivants doivent apporter les premiers éléments indispensables à la prise de décision en permettant de clarifier les objectifs attendus des interventions dans le secteur des marchés et de mettre à jour leur impact économique:

- l'étude des circuits d'approvisionnement des marchés et des pôles commerciaux urbains;

- le Schéma de développement urbain des marchés;

- l'étude de la création de marchés de gros.

Cette première phase doit fournir l'occasion de mettre en place l'indispensable processus de concertation avec les commerçants usagers de ces équipements sans lequel la réussite est loin d'être assurée.

Présentation de l'auteur

Laurence Wilhelm est diplômée en sciences politiques de l'Institut universitaire des hautes études internationales (IUHEI, Genève) et en sociologie de l'Institut universitaire d'études du développement (IUED, Genève).

Elle travaille depuis 25 ans sur différents problèmes relatifs au développement rural et urbain en Afrique. Après avoir enseigné pendant neuf ans à l' IUED en sociologie du développement, effectué un séjour de recherche de deux ans au Burkina Faso et mené parallèlement diverses études de consultation pour des organismes internationaux (UNCTAD et UNRISD), elle travaille depuis 1981 comme consultant indépendant en Afrique et en France. En Afrique, elle a réalisé de nombreuses enquêtes socio-économiques en milieu rural et urbain, en particulier sur les circuits de commercialisation et de distribution des produits alimentaires, et l'approvisionnement des villes. En France, elle a mené diverses études sur la fonction commerciale en relation avec l'aménagement urbain des centres-villes ainsi que dans les quartiers en difficulté (politique de la ville).

Table des matières

Résumé	iii
Présentation de l'auteur	x
Liste des sigles	xiv
Liste des tableaux	xiv
Liste des encadrés	xiv
Introduction	1
1. Les circuits d'approvisionnement et les marchés	1
1.1 Les circuits d'approvisionnement des villes et les acteurs	1
1.1.1 Les produits vivriers: circuits marchands et non-marchands	1
1.1.1.1 L'auto-approvisionnement aujourd'hui en milieu urbain: une réponse à la crise	1
1.1.1.2 Les circuits marchands fournissent l'essentiel de l'approvisionnement urbain en produits vivriers	2
1.1.2 L'organisation des circuits marchands indirects	3
1.1.2.1 Des fonctions commerciales spécifiques	3
1.1.2.2 L'organisation des circuits marchands et mainmise sociale sur l'information commerciale	4
1.1.3 Le fonctionnement dans un environnement économique risqué: des stratégies et des pratiques non concurrentielles	4
1.1.4 Les acteurs des marchés: grossistes et détaillants	5
1.1.4.1 Les grossistes	5
1.1.4.2 Les détaillantes des marchés	6
1.1.5 Les produits manufacturés et les denrées alimentaires de base (riz, farine, sucre)	7
1.2 Le secteur des marchés	7
1.2.1 La place des marchés dans le secteur commercial urbain	7
1.2.1.1 Un secteur moderne de la grande distribution	7
1.2.1.2 Un secteur import-export animé principalement par des grands commerçants nationaux organisés en réseaux	8
1.2.1.3 Un secteur de la petite distribution formelle gratifié	8
1.2.1.4 Un secteur des marchés qui concentre l'essentiel de l'activité et du dynamisme du secteur commercial informel urbain	8
1.2.2 Les caractéristiques des marchés	9
1.2.2.1 Les marchés dont l'influence s'exerce sur la ville, le quartier ou les zones inter-médiatives	9
1.2.2.2 Les marchés « officiels », « administrés » ou « organisés » (suivant les appellations en vigueur) par opposition aux marchés de rue ou spontanés	9
1.2.2.3 Les marchés polyvalents	10
1.2.2.4 Les marchés urbains et les marchés villageois	10
1.2.2.5 Les marchés diurnes et les marchés « de nuit »	10
1.2.2.6 Les marchés provisoires et les emplacements réservés	10
1.2.3 La localisation et la répartition des marchés sur le territoire de la ville	11
1.2.3.1 Du point de vue géographique	11
1.2.3.2 Du point de vue de la population desservie	11
1.2.3.3 La répartition en fonction du découpage administratif	11
1.2.4 Le rôle des marchés dans les circuits d'approvisionnement intra-urbains	12
1.2.4.1 Les marchés d'approvisionnement et de redistribution	12
1.2.4.2 Les marchés de consommation	12

1.2.5 Les relations fonctionnelles entre marchés et pôles commerciaux: l'importance des moyens de transport pour la redistribution	13
1.2.6 La situation actuelle des marchés: diagnostic technique, sanitaire et économique	14
1.2.7 Le développement d'hypercentres	14
1.3 La problématique des marchés de gros	15
1.3.1 Des situations diverses qui appellent des réponses adaptées	15
1.3.2 Les caractéristiques des activités de gros dans le tissu urbain: lieux et modes de fonctionnement	15
1.3.2.1 Les produits vivriers	16
1.3.2.2 Les marchandises générales et les denrées alimentaires de première nécessité: une surconcentration d'entrepôts dans le centre-ville	17
1.3.3 Les fonctions d'approvisionnement et de réexpédition	17
1.3.3.1 Les marchés de gros terminaux: une dominante, la fonction approvisionnement	17
1.3.3.2 Des villes-carrefours assurant les fonctions de groupage pour la réexpédition	20
1.3.3.3 La fonction réexpédition: un rôle moteur pour les grossistes importateurs de riz et de denrées alimentaires	20
1.3.4 La problématique de la création de marchés de gros	20
1.3.4.1 Le choix du site d'implantation	20
1.3.4.2 Le regroupement des grossistes sur un marché de gros unique? Quelles incitations?	21
1.3.4.3 La gestion et la concertation	22
1.3.4.4 L'importance de constituer des réserves foncières	22
2. Le fonctionnement et l'organisation des marchés urbains	23
2.1 Les aménagements et les équipements des marchés	23
2.1.1 Les équipements publics: un bref rappel historique	23
2.1.2 L'effectif et la densité des marchés	23
2.1.3 Les installations de ventes et de stockage sur les marchés aujourd'hui	23
2.1.3.1 Des aménagements réalisés en grande partie par les commerçants eux-mêmes	24
2.1.3.2 Des installations financées dans leur très grande majorité par les commerçants eux-mêmes	24
2.1.3.3 Des installations de vente en majorité ouvertes	24
2.1.3.4 Des «installations» ambulantes (tables individuelles et étalages au sol) qui ont envahi tous les espaces interstitiels des marchés	26
2.1.4 Les caractéristiques physiques de deux exemples types de marchés	26
2.1.4.1 Les marchés «centre-commerciaux»	26
2.1.4.2 Les marchés «zone»	26
2.2 La gestion des marchés, les statuts et les modes d'occupation par les commerçants	27
2.2.1 La gestion des marchés	27
2.2.1.1 La gestion et l'organisation des marchés	27
2.2.1.2 La contribution des marchés aux finances locales	29
2.2.2 Les statuts et les modes d'utilisation des installations de vente: des enjeux de pouvoir	30
2.2.2.1 La sous-location et la revente de pas-de-porte	31
2.2.2.2 La cession	31
2.2.2.3 La multipropriété	31
2.2.2.4 Des installations gélées par des particuliers pour leurs besoins de stockage	31
2.2.2.5 Le partage des installations	32
2.2.3 Les dysfonctionnements	32
2.2.3.1 Des marchés vides à l'intérieur	32
2.2.3.2 Les magasins habitations: les marchés comme lieux de repli	32

2.3 Les vendeurs et l'activité économique	32
2.3.1 Les comportements des vendeurs et les stratégies commerciales: les effets de la crise	32
2.3.2 L'activité économique sur les marchés: commerces «riches» et commerces «pauvres»	33
2.3.2.1 Les commerces de détail	33
2.3.2.2 L'artisanat et les services	33
2.3.2.3 Les commerces de gros	33
2.4 L'organisation des marchés et les dynamiques spatiales à l'oeuvre	34
2.4.1 Des services inexistantes ou largement insuffisants palliés par les vendeurs	34
2.4.1.1 La sécurité et le gardiennage	34
2.4.1.2 L'approvisionnement en eau: marchands d'eau et branchements privés	34
2.4.1.3 L'entretien, le nettoyage et l'enlèvement des ordures	35
2.4.1.4 Les équipements sanitaires	35
2.4.1.5 Un besoin permanent sur tous les marchés: le stockage des invendus; un service adapté: le stockage à façon	35
2.4.1.6 Un service omniprésent sur tous les marchés: la restauration	35
2.4.2 Le coût de l'exercice de l'activité sur les marchés	35
2.4.2.1 Les droits de place	35
2.4.2.2 Le récapitulatif des coûts par marché	36
2.4.3 La dynamique d'occupation spatiale	38
2.4.3.1 La division entre commerces riches et pauvres commande à l'organisation spatiale des marchés	38
2.4.3.2 Le refoulement des activités de gros de produits vivriers	39
2.5 Les souhaits des vendeurs des marchés	39
3. Conclusions et recommandations	41
3.1 Les aspects-clés de la situation actuelle du secteur des marchés: des coûts économiques élevés	41
3.1.1 Les coûts directs pour la commune	41
3.1.2 Les coûts indirects pour la collectivité	41
3.2 Le secteur des marchés: recommandations pour une stratégie globale	41
3.2.1 Un impératif: informer et appuyer les Autorités locales dans la mise en oeuvre d'une politique globale des marchés pour l'approvisionnement urbain	41
3.2.2 Elaborer des outils facilitant la prise de décision	42
3.2.2.1 L'étude des circuits d'approvisionnement des marchés et des pôles commerciaux urbains	42
3.2.2.2 Le Schéma de développement des marchés urbains	43
3.2.2.3 La création de marchés de gros	43
3.3 En amont et en aval du secteur des marchés: l'amélioration des circuits d'approvisionnement et de redistribution	43
Notes de bas de page	44
Bibliographie	45

Liste des sigles

BIC	Bénéfices industriels commerciaux
CFAO	Compagnie française de l'Afrique occidentale
CFD	Caisse française de développement
CIRAD	Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement
FCFA	Francs de la communauté financière africaine
SADA	Système d'approvisionnement et de distribution alimentaire
SCOA	Société commerciale pour l'Afrique occidentale
SEM	Société d'économie mixte

Liste des tableaux

1: Marchés centraux en Afrique et à Madagascar	24
2: Effectif des installations et des vendeurs. Nombre moyen de vendeurs par installation	25
3: Répartition des installations par type	26
4: Répartition des installations de vente en installations permanentes (fixes) et mobiles	27
5: Répartition des installations de vente en installations couvertes et non couvertes	28
6: Budget des collectivités locales en Afrique centrale et de l'Ouest	30
7: Chiffres d'affaires journaliers en Afrique centrale et de l'Ouest	34
8: Coût de l'exercice d'activité sur les marchés	37

Liste des encadrés

1: Importance de quelques marchés de gros dans différentes villes d'Afrique et de Madagascar	18
--	----

Introduction

Si la ville est un acteur-clé du développement social et économique de l'Afrique actuelle, citadins et paysans ont longtemps été opposés dans une vision très réductrice de leurs intérêts et de leurs compétences que ce soit par les acteurs nationaux ou internationaux.

L'approvisionnement des villes met en évidence l'extraordinaire dynamisme dont font preuve les acteurs urbains comme ceux des campagnes, leurs communautés de dessins et aussi les fortes contraintes qui s'exercent sur la réalisation quotidienne de leurs activités.

Comment améliorer la consommation des citadins en quantité, régularité, qualité et prix, et comment, dans un juste retour des choses, cette amélioration se traduira-t-elle par une meilleure rémunération de l'effort paysan? Tel est l'enjeu aujourd'hui de l'approvisionnement et de la distribution alimentaires des villes en Afrique, tel est, par conséquent, l'enjeu de l'arbitrage public.

Cette contribution comprend trois parties: la première examine le cadre général de l'approvisionnement des villes et traite du rôle et des fonctions des marchés urbains en Afrique subsaharienne et à Madagascar. La seconde se concentre exclusivement sur l'analyse de l'organisation et du fonctionnement internes des grands marchés d'approvisionnement et de redistribution. En conclusion sont élaborées des recommandations pour la mise en oeuvre d'une stratégie globale du secteur des marchés.

L'analyse qui suit est réalisée à partir des résultats et des conclusions d'études socio-économiques que l'auteur a menées dans le cadre de diverses missions ainsi qu'au cours d'études de projets de réhabilitation de marchés financés par la Coopération française et la Caisse française de développement (CFD) (WILHELM, 1994). La présente étude a été actualisée et remaniée à partir de données complémentaires collectées par l'auteur depuis 1994.

Les éléments chiffrés qui sont donnés (coûts de l'exercice sur les marchés, droits de place, etc.) datent pour la plupart d'avant la dévaluation. Les données complémentaires recueillies récemment sur les coûts de l'exercice de l'activité sur les marchés indiquent qu'ils n'ont pas changé substantiellement.

1 Les circuits d'approvisionnement et les marchés

1.1 Les circuits d'approvisionnement des villes et les acteurs

En distinguant produits vivriers et produits manufacturés, on présentera dans cette partie le fonctionnement des circuits d'approvisionnement et les caractéristiques de leurs acteurs urbains: les grossistes et les détaillants.

Alors que les études sur le commerce des produits manufacturés restent extrêmement rares, il existe une abondante littérature sur les systèmes de commercialisation des produits alimentaires, vivriers en particulier. C'est la raison pour laquelle on est limité, pour ces produits, à faire le point sur les acquis de la recherche.

On soulignera, en particulier, le rôle déterminant de la mainmise sociale sur l'information commerciale comme facteur-clé de différenciation dans l'organisation et le fonctionnement des systèmes d'approvisionnement, et l'importance des pratiques non concurrentielles en tant que réponses économiques à un environnement imparfait.

1.1.1 Les produits vivriers: circuits marchands et non-marchands

L'approvisionnement des citadins des villes subsahariennes est assuré conjointement par des circuits marchands et non-marchands. Parmi les premiers, on a coutume de distinguer les circuits directs dans lesquels le producteur vend directement au consommateur, et les circuits indirects, qui font intervenir un nombre plus ou moins grand d'intermédiaires. Par circuits non-marchands, on fait référence aux diverses formes de l'auto-approvisionnement (auto-production et échanges intra-familiaux).

1.1.1.1 *L'auto-approvisionnement aujourd'hui en milieu urbain: une réponse à la crise*

Au début des années 70, l'existence d'activités agricoles dans les capitales africaines était mise en relation par les géographes avec le bas niveau d'urbanisation des pays et la faible capacité intégratrice de leurs centres urbains. Vingt ans plus tard, malgré la pression du foncier dans des métropoles dépassant parfois le million d'habitants, on constate non seulement la permanence d'activités agricoles urbaines

mais aussi leur dynamisme soutenu, en particulier dans le secteur du maraîchage.

L'agriculture urbaine - entendue au sens large, à la fois intra-urbaine et surtout périurbaine - recouvre des situations très différentes du point de vue de l'approvisionnement alimentaire. Parmi les ménages pratiquant des activités agricoles on ne connaît pas la proportion de ceux qui assurent toute, ou l'essentiel de leur consommation avec leurs propres cultures (auto-production), ni la proportion de ceux qui sont des acheteurs nets, leur production ne couvrant que très imparfaitement leurs besoins de base en grands produits vivriers.

On sait, toutefois, que les activités agricoles, qu'il s'agisse de parcelles cultivées à proximité de la ville ou du retour au village de certains membres du groupe familial au chômage, représentent aujourd'hui non seulement une stratégie de rechange en matière de revenus mais parfois aussi un moyen de survie pour des ménages urbains durement touchés par la crise.

C'est, par conséquent, dans ce contexte qu'il faut analyser aujourd'hui le rôle des échanges alimentaires intra-familiaux dans l'approvisionnement des citadins. Entre le village et la ville, depuis longtemps les produits alimentaires circulent dans les deux sens: du village à la ville à la récolte, en sens contraire pendant la période de soudure et pendant «les mauvaises années».

Le recours accru à l'auto-approvisionnement, qu'il s'agisse des cultures urbaines ou périurbaines ou des échanges intra-familiaux, est attesté par différentes sources et par nos propres interlocuteurs: il apparaît bien comme l'une des réponses à la dégradation des conditions de vie en milieu urbain.

1.1.1.2

Les circuits marchands fournissent l'essentiel de l'approvisionnement urbain en produits vivriers

Souples, efficaces, très structurés et surtout organisés, tels sont décrits les systèmes privés de commercialisation des produits vivriers (ARDITI, 1975; CIRES, 1980; COUTY et BARRIS, 1977; YUNG, 1983). Ils ont fait la preuve de leur capacité d'assurer, sans heurt important, l'approvisionnement des grandes métropoles, et cela même dans les conditions les plus difficiles. Ils ont su s'adapter en permanence aux changements de la demande alimentaire urbaine et ont, en retour, provoqué nombre de mutations dans les systèmes de production agricole.

Les circuits commerciaux, loin d'être perçus comme un facteur d'appauvrissement du monde rural (approche caractéristique de nombreux travaux des

années 70), sont plus souvent analysés aujourd'hui comme la principale sollicitation externe au développement des campagnes.

La permanence des circuits directs

La commercialisation directe du producteur au consommateur est un fait encore observée sur les marchés de toutes les villes africaines.

Le rôle et l'importance de ce circuit varient fortement selon les produits, les saisons culturales, les types de marchés urbains, et le niveau de développement de la fonction commerciale dans le pays.

Il concerne prioritairement les produits maraîchers des cultures intra et périurbaines, moins fréquemment, les autres produits vivriers. Les zones d'approvisionnement sont rarement distantes de plus de trente kilomètres de la ville, et au-delà, la fonction commerciale prend généralement le relais, sauf situation exceptionnelle. Les ventes de produits vivriers en ville par les producteurs - ou plus généralement par les femmes de ceux-ci - s'effectuent principalement après la récolte et sur les marchés de quartier, beaucoup plus rarement sur les marchés centraux. Elles ne se pratiquent d'ailleurs pas que sur les marchés, la vente de porte à porte étant courante dans les quartiers périphériques, proches des zones de culture.

Les apports par vendeur représentent nécessairement de très faibles quantités, mais le volume global peut être significatif: en 1988, Chaleard soulignait comme un fait marquant dans l'approvisionnement de Bouaké en manioc frais, l'importance des ventes directes réalisées par les femmes de planteurs (plus du tiers, semble-t-il).

Les circuits indirects: un rôle majeur dans l'approvisionnement urbain

Alors que «crises agricoles et crises alimentaires» (CNRS, 1987) se succèdent dans la plupart des pays africains compromettant la sécurité alimentaire des populations rurales, on constate que les circuits privés, considérés dans leur dynamique historique (GUYER, 1991), ont montré leur capacité à assurer sur le long terme et sans trop d'à-coups l'approvisionnement de villes à la forte croissance démographique (LEPLAIDEUR et MOUSTIER, 1991).

Il est vrai que cet approvisionnement est souvent réalisé à un coût élevé, et ce, tant en raison des contraintes s'exerçant sur les conditions de la production agricole qu'en raison de celles propres aux systèmes privés de commercialisation. La politique d'importations de biens de première nécessité - en

particulier de riz - a répondu moins au souci des Autorités de se prémunir contre les risques de pénurie urbaine qu'à celui de garantir le maintien de la paix sociale en permettant de ravitailler à prix modiques les «segments les plus vulnérables des consommateurs urbains».

Dans les pays sahéliens, quand bien même les Offices céréaliers ont été appuyés dans leurs activités par des aides substantielles, leurs achats de céréales locales n'ont jamais représenté que de très faibles tonnages. L'essentiel des céréales qu'ils ont fourni aux populations urbaines - et encore s'agissait-il de certaines catégories très minoritaires - a consisté en maïs, sorgho ou riz importés. En définitive, les circuits privés de commercialisation ont assuré, en quantité et en régularité, l'approvisionnement de la très grande majorité des consommateurs des capitales sahéliennes et ce, même dans les pires conditions.

D'une manière générale, les interventions autoritaires des Etats dans les circuits de commercialisation ont été plus efficaces pour faire disparaître les produits des étals que les sécheresses, les inondations ou les guerres (l'approvisionnement de N'Djamena en céréales n'a jamais cessé, même lorsque la guerre civile transforma la capitale en champ de bataille) (ARDITI, 1993). Nombreux sont les exemples de métropoles dont les habitants ont survécu grâce à la faculté des systèmes privés d'organiser des circuits parallèles d'approvisionnement qui ont permis de compenser, et surtout de suppléer au rationnement alimentaire organisé par les Autorités (Antananarivo, ou Conakry, par exemple).

Ainsi, les circuits privés d'approvisionnement ont non seulement réussi à organiser des flux réguliers sur les villes en produits vivriers de base (céréales, tubercules, féculents) qui composent encore une très grande part de l'alimentation urbaine domestique, mais ils ont su aussi s'ajuster aux changements de cette demande et répondre à celle de nouveaux secteurs tels que la restauration populaire, la fabrication de plats cuisinés, et les filières de transformation artisanales agroalimentaires: on relève, par exemple, le développement remarquable des filières maraîchères urbaines, périurbaines et même internationales, celui de la commercialisation de l'igname précoce comme variété de «luxe», des circuits de commercialisation et de transformation du manioc pour la fabrication de l'attiéké, et du sorgho germé pour la fabrication de la bière de mil.

1.1.2

L'organisation des circuits marchands indirects

1.1.2.1

Des fonctions commerciales spécifiques

En amont de la chaîne de commercialisation, on n'observe pas d'intégration de la production par le commerce.

Des cas existent, certes, de grands commerçants urbains mettant en valeur d'importantes exploitations agricoles à l'aide d'une main-d'oeuvre salariée. Mais, dans ces exemples qui concernent d'ailleurs toujours les zones soudano-sahéliennes, la finalité est presque toujours domestique (l'approvisionnement du groupe familial et du vaste réseau de dépendants) et secondairement commerciale (ventes des excédents).

La situation inverse est fréquente. Ainsi des producteurs de zones mal desservies par les commerçants peuvent se grouper pour affréter un véhicule, des planteurs à la tête d'exploitations produisant plusieurs dizaines de tonnes de tubercules peuvent acheter un camion pour maîtriser les circuits de gros, etc. Ces tentatives, nombreuses, restent très épisodiques et se soldent souvent par des échecs. Si l'activité de commercialisation devient régulière, c'est généralement parce que le producteur s'est spécialisé dans le convoyage et la vente de ses récoltes et de celles d'autres exploitants, accédant de ce fait au statut de «commerçant-exploitant».

En aval, quand la distribution jusqu'au consommateur n'est pas organisée seulement par les détaillantes mais aussi par les artisans de la transformation agroalimentaire, meuniers, restaurateurs des gargotes, préparatrices des plats cuisinés, etc., le travail des détaillantes se spécialise. Par exemple, la redistribution intermarchés est assurée exclusivement par les détaillantes.

L'approvisionnement des villes en produits vivriers est donc organisé par des grossistes dont le métier spécifique recouvre plusieurs opérations: la prospection, l'achat, le groupage des produits, leur collecte, l'expédition, le transport et la mise sur les marchés.

Ces opérations peuvent être assurées par des agents différents, relativement spécialisés, ou par un seul et même agent, seule la fonction transport étant alors remplie par un intervenant spécialisé.

1.1.2.2

L'organisation des circuits marchands et mainmise sociale sur l'information commerciale

La façon dont se réalise la mainmise sociale sur l'information commerciale est un élément-clé de différenciation dans l'organisation des circuits d'approvisionnement.

Le commerce à moyenne et longue distance suppose en effet un réseau d'informations rassemblant des données sur la production, sur la demande quantitative et qualitative, et sur celui des routes. Comme le souligne Bredeloup (1989): «Il ne suffit pas d'être présent dans la chaîne de distribution pour avoir une connaissance précise et actualisée de la situation. Chaque maillon détient une information partielle et partielle. De façon à maîtriser l'information, il convient de se déplacer physiquement tout au long du circuit ou bien d'avoir intégré dans son organisation des agents spécialisés».

L'existence de réseaux anciens de commercialisation, les trajectoires migratoires des commerçants urbains, leurs relations avec leurs zones d'origine et leur type d'implantation dans le pays, leur essaimage dans des villes relais sur le plan national et international, expliquent le développement de fonctions commerciales spécialisées dans certains circuits d'approvisionnement des villes, indépendamment du produit traité.

On peut distinguer deux formes principales d'organisation des circuits d'approvisionnement:

- dans le premier cas, l'agent principal de l'approvisionnement, le grossiste collecteur, est obligé de se déplacer lui-même le long du circuit, assurant la plupart des opérations nécessaires à la circulation du produit: prospection, collecte, groupage, convoi, mise sur le marché (cette dernière opération étant parfois abrégée par les «grossistes assis» sur le marché terminal de distribution). Ce grossiste est par conséquent relativement spécialisé dans un produit et une zone d'approvisionnement;
- dans le second cas, le grossiste collecteur est inséré dans un réseau marchand qui, grâce à la circulation des flux d'information et des flux financiers entre ses membres permet, en démultipliant ces opérations dans l'espace et le temps, une maîtrise bien supérieure des risques et des contraintes inhérents au commerce des produits vivriers. La gamme de produits sur lesquels le grossiste intervient est alors beaucoup plus diversifiée au gré des opportunités commerciales: la commercialisation des produits manufacturés et des denrées alimentaires de base (riz, farine, sucre) complète celle des produits

vivriers et représente souvent une composante du fret retour entre correspondants.

Les systèmes d'approvisionnement des villes sont caractérisés par la coexistence de différents types de circuits et de réseaux, sans que l'on puisse toujours saisir avec précision leurs articulations dans le temps et dans l'espace, leurs relations exactes de concurrence, de complémentarité ou de dépendance versus domination.

1.1.3

Le fonctionnement dans un environnement économique risqué: des stratégies et des pratiques non concurrentielles

Dans le commerce des produits vivriers, le niveau élevé d'atomisation des acteurs, la faiblesse relative des marges, compte tenu de la très forte dispersion de l'offre agricole et de l'importance du temps improductif, les volumes limités traités par la plupart des grossistes urbains, et le faible montant de capital nécessaire au démarrage dans ce type d'activité, ont souvent fait conclure à l'existence d'un système ouvert fonctionnant de façon «plutôt concurrentielle» en dépit de certaines «imperfections du marché».

Les travaux de recherche actuels, en mettant l'accent sur l'analyse des stratégies commerciales et du comportement des acteurs, ouvrent de nouvelles perspectives dans la compréhension du fonctionnement des systèmes d'approvisionnement. Pour la plupart, elles relèvent l'importance des comportements anti-concurrentiels mis en oeuvre pour prévenir les risques et l'instabilité des marchés.

L'environnement économique du commerce des produits vivriers se caractérise par un niveau élevé de risques et d'incertitudes: en amont, il s'agit des risques dus aux aléas de la collecte compte tenu d'une offre agricole dispersée et irrégulière, au manque d'information sur la disponibilité des produits, aux insuffisances de l'offre de transport, à son irrégularité et à son prix. En aval, les risques découlent de la conjoncture du marché, de la concurrence permanente de nouveaux arrivants, des fluctuations des prix et de la demande sous l'effet de différents facteurs non prévisibles. L'environnement institutionnel, quant à lui, se caractérise par l'existence de pratiques réglementaires inadaptées et tatillonnes, de taxations abusives et fréquemment arbitraires, etc. A ces différentes contraintes s'ajoutent celles propres aux commerçants - de capital, d'accès au crédit -, pour ne citer que les deux plus importantes.

Ces contraintes affectent, par conséquent, tous les commerçants, façonnent leurs comportements, orientent leurs choix et fixent leurs stratégies.

Ces stratégies revêtent des formes identiques, quels que soient les produits ou les types d'organisation des circuits (collecteur indépendant ou inséré dans un réseau marchand): ce sont des pratiques d'achat et de vente basées sur des relations personnalisées pour fidéliser à la fois les vendeurs et les acheteurs, des contrats et des commandes anticipées pour réguler l'approvisionnement, des systèmes de crédit pour sécuriser l'approvisionnement et garantir l'écoulement des marchandises, la constitution d'associations entre commerçants visant à limiter la concurrence sur les marchés d'achat ou sur les marchés de vente, et à restreindre l'accès au crédit des «outsiders», etc.

Les recherches menées par l'IRAT/CIRAD sur les filières maraîchères en Afrique centrale sont particulièrement intéressantes à cet égard¹. Dans ce secteur marqué par une très grande variabilité des flux et des prix, on s'aperçoit que plus la mise de fonds initiale nécessaire est faible, plus facile est, théoriquement, l'entrée dans le commerce, et plus fortes sont les pratiques des acheteuses collectrices visant à limiter la concurrence de façon à garantir un niveau d'activité à peu près régulier. L'accès sélectif des nouvelles venues aux réseaux de crédit est au coeur de ces pratiques.

A une toute autre échelle, un certain nombre d'études anciennes (SAUL, 1985; WILHELM, 1994) et plus récentes (ARDITI, 1993) sur le commerce des céréales en zone soudano-sahélienne soulignent, à certains moments-clé, le rôle que jouent les pôles d'accumulation représentés par les grands grossistes stockeurs hors marchés. Les études remettent en cause l'opinion généralement partagée (depuis les rapports Berg) de systèmes commerciaux concurrentiels.

En définitive, on remarque que les grossistes des marchés constituent des communautés dont l'accès est relativement fermé, soudées par de forts liens sociaux et ethniques dans lesquels la concurrence joue peu, ce qui permet la permanence et la stabilité de leurs activités.

La prolifération d'intermédiaires occasionnels peut créer l'illusion de marchés vivriers «ouverts»; en réalité, la durée de vie très limitée de leur commerce et les faillites rapides et fréquentes qui les sanctionnent, montrent à l'évidence que «le jeu économique reste le plus souvent déterminé par le système social».

On en voit les conséquences sur le processus de formation des prix: les grands marchés urbains sur lesquels s'exerce l'essentiel des activités de gros d'approvisionnement ne sont pas forcément des lieux de formation des prix (au sens de la rencontre entre offre

et demande); ceux-ci se fixent en amont, par le jeu des rapports de force et de négociation entre le producteur et le commerçant et, en aval, entre les détaillantes et les acheteurs, suivant les relations de crédit et de confiance nouées et, en dernier ressort, suivant le pouvoir d'achat des consommateurs urbains.

1.1.4

Les acteurs des marchés: grossistes et détaillants

1.1.4.1

Les grossistes

Les grossistes des marchés urbains sont pour la plupart des grossistes collecteurs traitant des quantités limitées de produits.

Dans le commerce des céréales, en particulier pour les produits secs et les tubercules, d'après nos enquêtes sur les marchés de Ouagadougou et de Bobo-Dioulasso, la majorité des grossistes commercialise en moyenne entre 200 et 300 tonnes par an. Une minorité (moins d'une dizaine pour les deux principales villes du pays) peut intervenir sur un millier de tonnes par an².

A N'Djamena, sur le Marché au mil, les ordres de grandeur sont sensiblement les mêmes: sur 70 grossistes environ, quelques six commerçants seulement commercialisent entre 600 et 1 000 tonnes par an, la plupart ne dépassant pas les 300 tonnes.

L'enquête générale sur les grossistes en Côte d'Ivoire permet de se faire une idée du volume moyen d'activité de ces commerçants dans des villes assez différentes: par exemple, sur les marchés d'Abidjan, les grossistes de produits secs et féculents traitent moins d'une tonne par jour, en moyenne entre 0,5 et 0,8 tonne.

En revanche, les grossistes expéditeurs de la ville de Bouaké, principal centre de redistribution et d'expédition des produits vivriers pour tout le pays, traitent entre deux et trois tonnes par jour, en moyenne.

A Madagascar, les grossistes du marché d'Isotry ne traitent que rarement plus de 0,4 tonne par jour, signe de perte de vitesse de ce marché alors que, d'après nos enquêtes, ceux d'Andravoahangy et surtout d'Anosibe commercialisent entre 0,8 et 2 tonnes par jour en moyenne.

Cette moyenne de une tonne par jour sur l'année dans le commerce des produits secs, des tubercules et des fruits (produits majoritairement commercialisés par les grossistes hommes) donne une idée assez

concrète du volume d'activité de la majorité des grossistes exerçant sur les marchés de distribution terminale des grands centres urbains.

La maîtrise des débouchés est le principal souci des grossistes car la rapidité de rotation des expéditions en dépend. Ils se déplacent peu, ne possèdent pas de véhicule, utilisent les services de collecteurs ou achètent aux paysans qui se rendent sur les marchés en convoyeurs de leurs récoltes.

La collecte étant longue et coûteuse, les grossistes cherchent à limiter au maximum leurs dépenses et leur temps. Le coût du stockage et du transport, ainsi que les risques de pertes impliquent que l'écoulement soit d'autant plus rapide que la collecte a été longue.

En ce qui concerne les produits périssables (produits maraîchers) et semi-périssables (manioc, féculents), les quantités traitées par les grossistes collecteurs sont beaucoup plus variables.

Sur de très grands marchés comme celui de la ville de Dakar, les grossistes collecteurs de produits maraîchers traitent également environ une tonne par jour. Mais, l'essentiel de ces opérateurs commercialise des volumes nettement plus limités, entre 300 et 500 kg par jour.

Ces grossistes collecteurs sont en général en contact étroit avec les zones de production.

Les femmes sont en nette majorité sur les marchés et sont spécialisées dans les produits périssables: bananes, manioc, produits maraîchers. Elles assurent la recherche du produit (et souvent sa récolte), son groupage, la recherche du véhicule et le convoyage du chargement.

Convoyeuses de produits fragiles, ne disposant pas de réseau de commercialisation ni souvent de structures d'accueil, elles cherchent à assurer la sécurité de leurs débouchés par des réseaux courts, intégrant détaillantes, gros consommateurs et transformatrices.

Le risque de leur profession est élevé, les opérateurs occasionnels de ce créneau venant nombreux en pleine période de commercialisation les concurrencer dans leurs zones d'achat.

Ces collectrices manquent d'information sur la demande ponctuelle, font face à la faible solvabilité des clients (les détaillantes) et doivent financer une partie de la filière en aval pour fidéliser leur clientèle.

Les caractéristiques de ces circuits concourent à rendre la revente et la marge bénéficiaire aléatoires et irrégulières.

En conclusion:

- dans leur quasi-totalité, les grossistes des marchés ne possèdent pas de véhicule et sont dépendants des transporteurs;
- étant donné la faiblesse de leur capital commercial, la stratégie de vente de ces intervenants est guidée par une recherche de rapidité de la circulation des capitaux et donc de circulation des stocks;
- les coûts élevés de commercialisation sont largement grevés par les frais de transport;
- dans le commerce de gros des produits vivriers, les marges nettes sont limitées;
- la productivité de l'activité et du travail est très faible.

1.1.4.2

Les détaillantes des marchés

L'activité des détaillantes est principalement conditionnée par l'extrême faiblesse de leur capital commercial. Les quantités pouvant être journalièrement commercialisées sont de ce fait toujours très limitées.

En conséquence, la détaillante est fortement dépendante des possibilités de crédit accordées par le grossiste, ce qui l'empêche de jouer entre plusieurs fournisseurs selon les saisons ou l'état du marché, pour pouvoir obtenir le « meilleur prix ».

Le transport urbain intermarché représente un coût particulièrement élevé dans l'ensemble des frais de redistribution, et ceci en dépit du développement dans toutes les grandes villes de moyens de transport (mécanisés et surtout non mécanisés: pousse-pousse, charrette, etc.) adaptés précisément aux faibles quantités commercialisées par les détaillantes de produits vivriers. Par conséquent, une bonne partie du transport se fait encore par portage (soit par la détaillante elle-même, soit par porteur), ce qui limite encore les quantités pouvant être commercialisées.

A la vente, l'activité de la détaillante est soumise à une double contrainte: celle de la concurrence d'innombrables autres marchandes, en particulier de toutes les vendeuses à la sauvette, et celle des possibilités financières réduites de sa clientèle.

1.1.5

Les produits manufacturés et les denrées alimentaires de base (riz, farine, sucre)

Dans le domaine des produits manufacturés, l'approvisionnement des marchés, principalement à partir des circuits de la fraude, est le fait marquant de la situation actuelle.

En effet, le recours massif aux importations frauduleuses a permis de satisfaire les besoins des citoyens alors même que les circuits de distribution, mis en place par des industries nationales érigées à la grande époque de la substitution des importations (le secteur textile principalement mais aussi les industries agroalimentaires et le petit tissu manufacturier national), se sont révélés incapables de s'adapter en prix et en qualité à la demande de ménages paupérisés.

L'essentiel de l'approvisionnement urbain en marchandises générales et en denrées alimentaires de base a longtemps dépendu des réseaux marchands très structurés des grands patrons de commerce. S'ils gardent la maîtrise de certains grands secteurs - denrées de base (riz, en particulier), mais aussi matériaux de construction -, on assiste, depuis la fin des années 80, à la prolifération de nouveaux intervenants dans les circuits d'approvisionnement de produits manufacturés: ce sont tous «les exclus des systèmes productifs villageois et urbain à la recherche d'un hypothétique revenu dans la petite entreprise contrebandière».

En amont, dans les opérations d'approvisionnement, les recherches actuelles³ (LABAZEE, 1993) mettent en évidence les phénomènes de concurrence qui se développent entre ces différents circuits et leur répercussion en matière de partage de la rente frontalière. En aval, compte tenu de la multiplicité des canaux par lesquels les produits manufacturés arrivent aujourd'hui sur les marchés, il faut souligner aussi l'exacerbation de la concurrence entre les vendeurs réguliers payant patente et droit de place et les innombrables colporteurs ambulants démarchant les consommateurs urbains. On ajoutera que, dans un tel contexte, il est extrêmement difficile d'estimer les marges actuelles des commerçants des marchés de produits manufacturés.

C'est le circuit des denrées alimentaires (riz, farine, etc.) qui a offert les plus grandes opportunités d'accumulation rapide de richesses ces dernières années en Afrique. En conséquence, la formation et le contrôle de la répartition de la rente interne et/ou frontalière (réexportations non contrôlées) ont fait l'objet des conflits les plus vifs entre grands commerçants et fonctionnaires.

C'est dans le circuit de commercialisation des denrées importées que l'on observe les investissements les plus élevés en capacités de stockage (magasins et boutiques divers sur les marchés) et véhicules lourds (semi-remorques).

Ce circuit occupe dans le tissu urbain des espaces toujours bien délimités et d'une grande lisibilité - zones de concentration d'entrepôts autour des marchés ou dans certains quartiers, boutiques bien construites sur les marchés - et dont le statut d'occupation est pour l'essentiel bien défini (bail, location, propriété titrée), ce qui en garantit la pérennité, contrairement à la précarité caractéristique des installations de grossistes de produits vivriers.

Les circuits d'approvisionnement des denrées alimentaires sont encore dominés, comme on l'a noté, par un groupe de quelques grands importateurs ou distributeurs agréés (dans les pays où le secteur de l'importation est contrôlé par l'Etat) coiffant une pyramide, non seulement de nombreux grossistes régionaux et urbains, mais également de semi-grossistes des marchés. La filière de la distribution repose sur une cascade de crédits entre opérateurs. La rotation des stocks est particulièrement rapide, à tous les échelons, ce qui permet un rapide amortissement des investissements.

1.2

Le secteur des marchés

1.2.1

La place des marchés dans le secteur commercial urbain

Le secteur commercial de l'approvisionnement des villes d'Afrique subsaharienne peut être décrit succinctement comme suit:

1.2.1.1

Un secteur moderne de la grande distribution

Il se compose essentiellement des filiales de grandes sociétés commerciales étrangères (par exemple, de la Société commerciale pour l'Afrique occidentale (SCOA), de la Compagnie française de l'Afrique occidentale (CFAO), etc.). Depuis les années 60, elles sont intervenues principalement dans deux directions:

- l'importation et la distribution de produits spécifiques (biens d'équipement, outils agricoles, pièces détachées, matériaux de construction, véhicules) dont les Etats, par le biais des sociétés publiques ou des grands projets d'aménagement, ont été les principaux acheteurs;

- la distribution de produits de consommation courante grâce à l'ouverture, dans la plupart des villes africaines, de supermarchés et supérettes fréquentés uniquement par une clientèle aisée. Ce secteur a éprouvé de grandes difficultés du fait de la crise économique et de la concurrence de plus en plus aiguë des importations frauduleuses de produits manufacturés.

D'autres opérateurs étrangers ou nationaux ont ouvert, à leur suite, dans la plupart des grandes villes africaines, des supermarchés et des supérettes dont les caractéristiques en matière de produits (essentiellement importés, même pour les produits frais) et de clientèle sont semblables. On n'observe pas pour le moment un réel développement de ce secteur dans les villes.

1.2.1.2

Un secteur import-export animé principalement par des grands commerçants nationaux organisés en réseaux

Ce secteur fournit aujourd'hui à la population la plus grande partie de son approvisionnement en produits alimentaires de première nécessité et en produits manufacturés.

Ce secteur est issu des anciens circuits marchands à longue distance qui ont façonné l'organisation des échanges en Afrique depuis la période pré-coloniale. Organisant à l'origine les échanges entre des aires de production complémentaires (produits de la forêt comme la cola; contre produits de la zone soudano-sahélienne comme le natron, le poisson séché, le bétail; etc.), ces échanges se sont ensuite accrus pendant la période coloniale pour répondre aux exigences de ravitaillement des troupes et des villes naissantes (céréales, viande, oléagineux principalement). Progressivement, les marchands africains ont saisi les nouvelles opportunités commerciales de la collecte des «produits du cru» (karité, arachide, huile de palme, etc.), d'abord comme sous-traitants des grands comptoirs et des libano-syriens, ensuite pour leur propre compte, comme exportateurs.

Les grands commerçants d'aujourd'hui sont très souvent les descendants de ces anciennes lignées marchandes. Ils sont organisés en réseaux solidement structurés, reposant à la fois sur des rapports de parenté et de clientèle. Le «capital relationnel», en d'autres termes, le nombre de dépendants, qui peut être mobilisé à leur profit par ces «patrons de commerce» est une condition-clé de leurs stratégies commerciales et donc de leur réussite.

La diversification des risques entre plusieurs activités (commerce des produits agricoles, transport, impor-

tations de marchandises générales, etc.) est l'une des principales caractéristiques de la pratique entrepreneuriale de ces commerçants.

Ces réseaux marchands ont des champs géographiques d'intervention multiples. Ils opèrent aussi bien à l'échelle régionale, nationale, transfrontalière qu'intercontinentale⁴ (LABAZEE, 1993). Ils mettent en oeuvre simultanément des circuits officiels et des circuits parallèles à cheval sur plusieurs pays, «jouant des différences de politiques économiques suivies par les Etats, de leur appartenance à des zones monétaires distinctes, du prix et de la disponibilité de ces marchandises de part et d'autre de ces frontières» (EGG et al., 1988).

Ils sont les principaux fournisseurs des revendeurs des marchés en produits manufacturés et en denrées de première nécessité (riz importé, farine, sucre, etc.). Dans les pays soudano-sahéliens, ces grands commerçants ont aussi maintenu un rôle déterminant dans les circuits de commercialisation des céréales locales et, à ce titre, ils sont les fournisseurs privilégiés, à certaines périodes de l'année, des grossistes des marchés.

1.2.1.3

Un secteur de la petite distribution formelle fragilisé

Il s'agit de l'ensemble des petites entreprises commerciales de la ville répertoriées par la Chambre de commerce: boulangeries, quincailleries, librairies-papeteries, commerces alimentaires, etc. Ces entreprises ont peu de rapports économiques avec les commerçants des marchés. L'essentiel de leur clientèle se recrute parmi les ménages salariés du secteur public et privé.

Aussi victimes de la concurrence des produits de la fraude, les petites entreprises sont surtout touchées par les conséquences de la crise économique sur les revenus et l'emploi des ménages salariés.

1.2.1.4

Un secteur des marchés qui concentre l'essentiel de l'activité et du dynamisme du secteur commercial informel urbain

Le marché est encore l'endroit où s'approvisionne la très grande majorité de la population urbaine aussi bien pour le manufacturé et le vivrier que pour les grands produits de base de première nécessité (riz, sucre, farine, etc.).

Le commerce des produits alimentaires est un élément important de l'activité économique des marchés. Mais les grands marchés centraux doivent leur dynamisme, leur rayonnement national, et même

souvent international, à la vente des produits manufacturés.

Selon leur situation - proximité de plusieurs frontières, marchés de capitales portuaires -, ils sont devenus des centres privilégiés de groupage et d'éclatement de produits manufacturés acheminés par les multiples circuits animés tant par les réseaux fortement structurés des grands commerçants que par les «petites entreprises contrebandières» (LABAZEE, 1993) (détaillants des marchés, petits trafiquants et «aventuriers» des villes). C'est essentiellement pour ces produits que se pressent autour des boutiques et des étals les consommateurs urbains, les producteurs des régions voisines, les commerçants et les colporteurs étrangers venus chercher auprès de leurs logeurs des lots de pagnes, de tissus, de friperie, de pièces détachées, etc.

Aussi distingue-t-on nettement deux sous-secteurs dans l'activité des marchés:

- celui des commerces de produits manufacturés dont le développement économique est le plus dynamique, qui réalise les chiffres d'affaires les plus élevés et occupe la plupart des constructions récentes, en dur et de bonne qualité, que l'on observe sur les marchés. En moins d'une dizaine d'années, il a envahi la majeure partie de l'espace public des marchés urbains. Ce faisant, il a «repoussé» à l'extérieur des marchés une grande partie du vivrier. A ce sous-secteur, il faut rattacher, du point de vue du dynamisme commercial, les commerçants des grandes denrées alimentaires importées;
- celui des commerces de produits vivriers, dans lesquels la micro-activité est la forme commerciale généralisée et les revenus sont très faibles. Le commerce du vivrier de détail, en effet, appartient tout entier à ce vaste secteur informel qui permet, en fournissant aux femmes ressources et emplois, à la très grande majorité des ménages urbains de survivre.

Les commerçantes de vivriers occupent les secteurs les plus dégradés des marchés, ceux qui cristallisent tous les dysfonctionnements: surconcentration, enclavement, manque d'hygiène, bâti vétuste à la limite du dangereux. Quant à la rue, elle accueille aujourd'hui non seulement les petites détaillantes progressivement refoulées hors des marchés par les vendeurs de produits manufacturés, mais aussi, en nombre toujours plus grand, des grossistes de produits vivriers.

1.2.2

Les caractéristiques des marchés

Suivant les critères de niveaux de desserte, d'équipement et de services, ainsi que de catégories de produits vendus, il existe différentes typologies de marchés urbains.

1.2.2.1

Les marchés dont l'influence s'exerce sur la ville, le quartier ou les zones intermédiaires

Les grands marchés historiques localisés dans les quartiers anciennement urbanisés exercent un rayonnement sur la ville toute entière.

Souvent dénommés marchés centraux, même s'ils ne sont plus situés au centre géographique de la ville actuelle, ils réunissent le nombre le plus important de commerçants, ceux dont la gamme de produits et de services est la plus étendue. Le rayonnement de certains de ces marchés centraux dépasse de loin la seule clientèle locale (la ville) mais atteint la région, le pays tout entier ou même des territoires plus vastes.

Les marchés de quartier (parfois appelés secondaires) sont des équipements de proximité assurant essentiellement un approvisionnement alimentaire des habitants. On considère que leur desserte correspond à environ 10 000 habitants.

Dans les grandes agglomérations, on observe, pour quelques marchés, une desserte à un échelon intermédiaire: selon les découpages administratifs, on parlera de marché d'intérêt communal ou de marché de secteur, voire de marché interquartiers. Leur chalandise concerne au moins 100 000 habitants.

1.2.2.2

Les marchés «officiels», «administrés» ou «organisés» (suivant les appellations en vigueur) par opposition aux marchés de rue ou spontanés

Parmi les marchés organisés, les plus anciens s'exercent sur un terrain officiellement affecté spécifiquement à cet usage. Ils se caractérisent généralement par un certain niveau d'équipement (halle, hangars, stalles, latrines, borne-fontaine) et d'organisation, et, à ce titre, ils bénéficient de prestations de la mairie pour l'entretien et le nettoyage. D'autres marchés, dits organisés, sont d'origine spontanée et ne disposent d'aucun équipement public mais sont officiellement «reconnus». Dans les deux cas, la distinction entre marché organisé et marché spontané est surtout d'ordre fiscal: les marchés «organisés» sont ceux où les droits de place sont en principe régulièrement perçus.

La plupart des marchés de quartiers sont des marchés spontanés, localisés dans la rue, et leur commerçants sont uniquement des tabliers ou des vendeurs à la sauvette. Leur existence est connue des services de la municipalité mais celle-ci n'y perçoit pas de droits de place et n'y assure aucun service.

En effet, s'il existe souvent une liste et une première typologie des marchés de la collectivité locale, celles-ci ne prennent généralement en compte que les marchés où sont perçus les droits de place. Il est alors très important de réintroduire les marchés de rue pour une première appréciation, non seulement de la dynamique des marchés en termes de fonctions et de services au public, mais aussi pour évaluer les recettes potentielles pour la collectivité locale.

1.2.2.3

Les marchés polyvalents

A l'exception des marchés spécialisés, tous les marchés urbains sont polyvalents, c'est-à-dire des marchés vendant aussi bien tous les produits manufacturés que les produits alimentaires, des marchés spécialisés dans un seul produit ou une gamme de produits.

Dans cette catégorie, seuls diffèrent d'un marché à l'autre l'étendue de la gamme de produits, le nombre et la variété de services (artisans, réparateurs, etc.) et les prix. Les grands marchés présentent toujours la gamme complète de prix et de qualité nécessaire à la satisfaction d'une demande hétérogène (clientèle de proximité pour les produits banals, clientèle de produits de luxe, nationale et/ou étrangère).

Nombre de marchés spécialisés résultent d'une décision des Autorités qui ont regroupé en un lieu déterminé des activités et des commerces qu'elles ne voulaient plus laisser subsister au centre-ville, du fait des nuisances entraînées par les ventes de combustibles, de matériaux de construction et d'animaux, les activités d'artisans divers (ferrailleurs, forgerons, réparations automobiles, etc.) ou bien celles dont les vendeurs sont devenus si nombreux qu'elles justifient un emplacement spécifique.

On constate que, progressivement, sous l'effet de l'intervention des Autorités ou du fait des commerçants et artisans à la recherche d'espace plus fonctionnels, les marchés spécialisés et les artisans sont repoussés de plus en plus loin des centres-villes. C'est particulièrement le cas pour tous les produits et les services liés à la construction de l'habitat domestique. Cet éloignement représente un coût additionnel d'approvisionnement pour la population.

On associe aux marchés spécialisés les «marchés de gares routières» qui ne sont pas non plus de véritables marchés d'approvisionnement polyvalents.

On désigne sous ce terme la concentration d'activités commerciales liées à la présence de voyageurs. Ces marchés se caractérisent par le nombre important d'activités et de services liés à la restauration (gargotes, vente de produits alimentaires préparés ou non sur place) et le grand nombre de vendeurs ambulants.

D'autres caractéristiques peuvent être retenues pour spécifier certains marchés dans l'ensemble du secteur commercial non sédentaire de la ville.

1.2.2.4

Les marchés urbains et les marchés villageois

Dans certaines grandes villes subsahariennes, les villages ayant été englobés par l'extension urbaine ont pu maintenir des caractères propres à leur origine rurale, comme le type d'habitat, la proportion élevée d'habitants pratiquant une activité agricole régulière, et notamment la fréquence des marchés. Dans ces «villages-quartiers», la fréquence des marchés n'est pas celle quotidienne des marchés urbains.

1.2.2.5

Les marchés diurnes et les marchés «de nuit»

Des marchés de quartier peuvent ne présenter de jour qu'une activité réduite (faible nombre de commerçants, gamme de produits limitée) et jouer au contraire un rôle dominant dans l'approvisionnement urbain le soir ou la nuit. C'est le cas, par exemple, du marché de Farakan à Bobo-Dioulasso qui, dès 19 heures, prend le relais du marché central. De jour, il compte environ une centaine de commerçants et, la nuit, il totalise plus de 1000 vendeurs, offrant aussi bien des produits vivriers que toute une gamme variée de produits manufacturés (vêtements, équipements domestiques, etc.).

1.2.2.6

Les marchés provisoires et les emplacements réservés

Les marchés provisoires sont installés sur des terrains réservés par l'Administration pour la construction de marchés dans les zones d'extension. On trouve, dans cette catégorie, des marchés en cours de construction et des terrains vagues. Ces terrains, actuellement non utilisés, constituent une réserve d'emplacements pour les années à venir.

1.2.3

La localisation et la répartition des marchés sur le territoire de la ville

1.2.3.1

Du point de vue géographique

La répartition des marchés, du point de vue géographique, est forcément très variable d'une ville à l'autre selon la morphologie de la ville (contraintes de site plus ou moins importantes), le type d'urbanisation, les politiques foncières mises en oeuvre, etc. La répartition des marchés sur le territoire de la ville est aussi tributaire de la plus ou moins grande facilité de circulation des marchandises et des commerçants: elle est donc intimement liée au développement du réseau routier.

Mais, au-delà d'une simple localisation des marchés sur une carte, c'est le croisement de l'analyse typologique des marchés avec leur mode de répartition spatiale sur le territoire de la ville qui fait apparaître les facteurs d'équilibre ou de déséquilibre dans le réseau des marchés urbains.

Si l'examen du réseau des marchés, d'une ville à l'autre, révèle bien évidemment des situations variées, la polarisation des activités commerciales sur un seul grand marché et ses effets de dépression sur le réseau des marchés secondaires s'observe fréquemment. Nous aurons l'occasion d'y revenir et d'en mesurer ses implications à la fin de ce chapitre.

1.2.3.2

Du point de vue de la population desservie

Les données précises sur la population desservie par marché sont difficiles à établir et demandent toujours une étude approfondie. Mais la démarche est nécessaire afin de constituer une base pour la programmation des besoins futurs en équipements commerciaux.

Elle doit partir des observations et des analyses des marchés qui ont permis d'apprécier le niveau d'activité, le nombre de vendeurs, les surfaces commerciales et la nature des produits vendus. La répartition des zones d'influence est définie en privilégiant la fonction de proximité que chaque marché, même le plus important, est appelé à jouer sur la population environnante pour les besoins quotidiens.

On peut alors calculer la population actuellement desservie et celle à desservir par le marché à court et moyen termes, compte tenu du taux de croissance démographique rapporté aux densités observées et au type d'urbanisation de la zone desservie.

Le ratio m^2 de surface commerciale (marché) pour 100 habitants fournit les indications concernant le niveau de desserte actuelle. Sur la base d'un ratio de $15 m^2$ pour 100 habitants, généralement estimé comme un niveau de desserte commerciale satisfaisant, on détermine la surface de terrains nécessaire pour les marchés à prévoir et le niveau du déficit pour chaque marché existant.

On notera que la saturation de nombreux marchés et la prolifération de vendeurs à la sauvette dans les rues sont certainement le signe de l'insuffisance de places de marchés dans certains quartiers.

Inversement, le gonflement de l'effectif des marchés et la multiplication des petits métiers de rue sont aussi à mettre en rapport avec une situation économique générale médiocre.

Dans ce contexte, il faut pouvoir distinguer entre les besoins en nouveaux marchés, dont la création devra accompagner la croissance de la population urbaine, et ceux qui, du fait de la réduction extrême du chiffre d'affaires et de la parcellisation des volumes de vente caractérisant pour longtemps encore l'activité commerciale des vendeurs non sédentaires, ne pourront être satisfaits.

1.2.3.3

La répartition en fonction du découpage administratif

La distribution des marchés dans une ville, en fonction du découpage administratif, permet d'apprécier le niveau d'équipement marchand de chaque commune.

Il n'y a, en général, pas d'équilibre entre les communes pour des raisons qui tiennent à la fois à l'histoire et au mode de développement urbain:

- les grands marchés bien équipés dont le rayonnement s'étend à la ville entière sont localisés logiquement dans les parties anciennement urbanisées de l'agglomération: ils sont presque toujours compris dans le périmètre de la commune de la ville centrale;
- les communes périurbaines ou les banlieues les plus éloignées du centre n'ont en général que quelques marchés organisés et faiblement équipés et, surtout, des marchés de rue, quelle que soit la taille de ces marchés;
- la répartition des marchés spécialisés est très variable d'une ville à l'autre, mais on a noté la tendance à la décentralisation de ce type de marchés dans les communes périphériques.

Cette répartition, forcément provisoire, évolue au fur et à mesure que la ville se développe, et a une incidence sur la gestion des marchés et le montant des recettes perçues.

Les communes de périphérie, lorsqu'elles sont très peuplées, ont un grand besoin des recettes que leur apportent les marchés. Ce sont précisément celles dont les marchés sont les plus pauvrement équipés en boutiques et où les locations mensuelles représentent des ressources plus sûres que les faibles droits de place versés par les micro-détaillantes de vivriers constituant le gros de l'effectif des vendeurs de leurs marchés.

D'où la tentative des communes d'augmenter la rentabilité de ces marchés en délivrant des permis de construire à des commerçants souvent absentéistes qui profitent de cette opportunité pour «geler» leur installation (boutique transformée en dépôt), ce qui aboutit à l'effet inverse à celui recherché en terme de dynamisme économique.

1.2.4

Le rôle des marchés dans les circuits d'approvisionnement intra-urbains

Le rôle joué par les marchés dans ces circuits et la hiérarchisation ou spécialisation des places de marchés qui se dessinent dans l'armature commerciale varient selon les produits considérés: vivriers ou manufacturés.

Suivant les fonctions qu'ils remplissent dans les circuits d'approvisionnement en produits vivriers, on distingue deux grandes types de marchés urbains:

1.2.4.1

Les marchés d'approvisionnement et de redistribution

Ce sont ceux où opèrent les grossistes de vivriers. Ainsi, les marchés d'approvisionnement et de redistribution fonctionnent tout à la fois comme «marchés de gros» et «marchés de détail». Ces concentrations de grossistes correspondent souvent à des points de rupture de charge qui varient selon la géographie des approvisionnements (axes routiers principaux, aires à proximité de gares routières ou ferroviaires, débarcadères, etc.). Mais elles trouvent aussi leur origine dans le contexte socio-économique et politique ayant marqué le développement du secteur marchand de la ville (formation du réseau des marchés, interventions de l'État).

Les principaux d'entre eux représentent toujours des lieux d'articulation entre circuits nationaux et circuits locaux, entre circuits internationaux et nationaux.

Pour leur approvisionnement, ils drainent les productions et les marchandises bien au-delà des frontières nationales, leur clientèle se composant aussi bien des revendeurs détaillants, locaux et étrangers, que de l'ensemble des consommateurs urbains.

Ils assurent souvent une fonction de réexpédition pour des villes éloignées.

Quatre facteurs les caractérisent comme places de gros prééminentes:

- le nombre élevé de grossistes (au minimum une centaine);
- la gamme étendue de produits sur laquelle ils interviennent;
- des tonnages commercialisés importants;
- la permanence des flux de ces produits sur toute l'année.

D'autres marchés d'approvisionnement ont une influence plus locale. Le nombre de grossistes y est réduit (une vingtaine tout au plus), mais on y observe un nombre assez élevé de «revendeuses-détaillantes». La fonction d'approvisionnement et de redistribution qu'ils assurent se limite aux besoins de consommation de la capitale, et éventuellement à un ensemble de quartiers des zones suburbaines.

Ils sont souvent spécialisés dans un ou deux types de produits vivriers, liés à leur situation géographique (proximité d'une zone de grande production maraîchère, etc.). En amont, les grossistes de ces marchés se réapprovisionnent à certaines saisons sur les marchés principaux tandis qu'en aval, leur réseau de redistribution ne concerne qu'un nombre réduit de marchés.

Il faut souligner dès à présent qu'il existe toujours plusieurs marchés d'approvisionnement et de redistribution en milieu urbain.

La dispersion de places de gros est un élément important de la problématique de la création des marchés de gros dans les villes subsahariennes.

1.2.4.2

Les marchés de consommation

Sous le nom de marchés de consommation sont regroupés les marchés de quartier, officiels et spontanés, les marchés spécialisés et les marchés de gare routière. Il s'agit toujours des marchés de détail.

Les marchés d'approvisionnement et de redistribution structurent l'espace urbain sur un réseau de centres de décision commerciale qui présente les caractéristiques suivantes:

- un réseau qui n'est pas figé dans le temps;

Le réseau des marchés ne présente pas un caractère figé dans le temps: selon les saisons, le type de produit et leur origine géographique, l'importance respective des marchés d'approvisionnement et de redistribution se modifie, le nombre de grossistes qui s'y trouvent augmente ou, au contraire, se contracte.

L'évolution des conditions et des modes de transport, tant des voyageurs que des marchandises, l'organisation des parcours, spontanée ou guidée par des interventions administratives, expliquent l'émergence de certains marchés d'approvisionnement, leur déclin, voire leur disparition.

- une forte «volatilité» des places de marchés où opèrent les grossistes;

Elle traduit une capacité de réaction très rapide des circuits d'approvisionnement à toute intervention extérieure.

Ceci concerne surtout les grossistes qui travaillent à l'extérieur des marchés, dans des conditions très précaires, en particulier sur la chaussée.

On observe souvent, suite à des mesures administratives concernant la réglementation de la circulation, l'interdiction de tel ou tel commerce pour cause de nuisance, la disparition, voire la reconstitution, des activités des grossistes dans d'autres lieux de la ville, ce qui entraîne de nouvelles concentrations de détaillants et, par là même, le développement d'un véritable marché d'approvisionnement et de redistribution.

- une hiérarchie des marchés très différente selon les filières de produits.

Il y a à la fois autonomisation partielle et hiérarchisation des places de marchés du point de vue des circuits d'approvisionnement en produits vivriers.

En effet, si les grossistes des places de gros secondaires ont leurs réseaux d'approvisionnement directs auprès des producteurs ou des grossistes régionaux, en période de rareté (chronique comme la soudure ou conjoncturelle), ils sont toujours obligés de se réapprovisionner auprès des grossistes du principal marché de gros qui ont seuls les moyens financiers et le réseau de collecteurs

capables de garantir l'approvisionnement pérenne de la ville.

Ce dernier type de marché organise de fait une hiérarchisation dans les circuits de distribution infra-urbains.

Dans le cas des produits manufacturés, on observe toujours une polarisation des activités d'approvisionnement et de redistribution sur un seul grand marché (marché spécialisé ou marché polyvalent).

1.2.5

Les relations fonctionnelles entre marchés et pôles commerciaux: l'importance des moyens de transport pour la redistribution

L'analyse des relations fonctionnelles entre marchés ne doit pas se limiter aux seuls marchés (organisés ou spontanés). Une approche en terme de circuits d'approvisionnement doit prendre en compte d'autres pôles commerciaux qui constituent, avec les marchés, l'ensemble des centres d'approvisionnement et de redistribution d'une ville. Ils assurent les fonctions commerciales essentielles de conditionnement, de stockage, de conservation, de transformation des produits et de transport, sans lesquelles les produits n'arriveraient pas sur les marchés.

Il nous apparaît indispensable de pouvoir situer sur une carte, en même temps que les marchés, ces différents pôles d'approvisionnement et de redistribution pour comprendre la dynamique des relations entre les marchés au sein de la ville. On peut, de cette manière, saisir les raisons pour lesquelles des marchés s'implantent à tel ou tel endroit, celles qui font que certains marchés s'étiolent, ou que d'autres connaissent au contraire un fort développement.

Les systèmes de transport qui relient les marchés entre eux, et entre ces derniers et les pôles commerciaux, jouent un rôle particulièrement important.

Trop souvent, lors des opérations d'aménagement ou de création de marchés, la question des transports est oubliée. L'organisation fonctionnelle doit prévoir des aires de stationnement pour le déchargement (poids lourds pour l'approvisionnement, camionnettes, véhicules légers, taxis, ou transport non mécanisé pour la redistribution).

La réflexion sur les conditions d'approvisionnement des ménages urbains doit tenir compte de ce réseau commercial et de transport urbain spontané qui est le moins coûteux et le plus adapté aux revenus des citadins.

En tenir compte, c'est principalement définir des emplacements qui leur seront réservés.

1.2.6

La situation actuelle des marchés: diagnostic technique, sanitaire et économique

Toutes les grandes villes africaines ont connu et connaissent encore une forte croissance démographique. Parallèlement, la situation économique a engendré le développement du secteur informel et la multiplication des petits métiers.

Ces éléments ont eu pour conséquence l'augmentation considérable des effectifs des vendeurs sur les marchés existants et, de façon générale, dans toute la ville. Cette augmentation n'a pas été accompagnée d'une expansion significative du nombre d'équipements commerciaux.

Ces deux facteurs conjugués sont en grande partie à l'origine de la situation actuelle caractérisée par la saturation, la désorganisation et l'insalubrité des équipements existants ainsi que par l'occupation généralisée des emprises de la voirie par les vendeurs.

La situation de profondes carences techniques et sanitaires qui prévaut sur l'ensemble des marchés a deux causes essentielles: une insuffisance d'infrastructures techniques de base (drainage, eau, électricité) et un manque d'entretien et de services.

Sur la plupart des marchés, les infrastructures de base font défaut, soit parce que ces marchés n'ont jamais été construits (c'est la situation de tous les marchés spontanés), soit parce que, bien qu'existants, en particulier sur les grands marchés centraux, ils ne fonctionnent pas ou sont insuffisants. Quant à l'entretien et aux services (évacuation des ordures ménagères, nettoyage, entretien des installations et des réseaux) en raison des difficultés tant financières qu'organisationnelles de la part des Autorités, ils sont assurés de manière très imparfaite et, seulement, sur les quelques marchés organisés.

Du point de vue organisationnel, les dysfonctionnements les plus apparents se traduisent principalement par le mélange des activités de gros et de détail, le regroupement non fonctionnel des produits, la présence d'activités nuisibles ou dangereuses sur les marchés (utilisation de foyers dans les activités de restauration, blanchisserie, repassage, etc.).

L'ensemble de ces facteurs techniques, sanitaires et organisationnels créent des risques graves pour les usagers consommateurs et commerçants.

Certains dysfonctionnements sont moins connus et demandent à être soulignés. On mentionnera, en particulier, le cercle vicieux qui s'est instauré à cause de la concurrence des vendeurs à la sauvette qui s'agglutinent autour des grands marchés: la prolifération de ces vendeurs qui, pour la plupart, ne paient pas de droits de place, finit par entraver l'accès de celui-ci aux usagers consommateurs. Cette situation incite alors les commerçants du marché, qui eux paient des droits, à en sortir à leur tour pour tenter de maintenir leur chiffre d'affaires. C'est l'une des raisons de la sous-occupation de l'intérieur des grands marchés que l'on peut constater un peu partout.

Il faut noter, enfin, le faible dynamisme commercial de nombreux marchés de quartier créés à l'occasion de programmes d'urbanisme récents. Ces marchés ont été en général enclavés en plein coeur du quartier, suivant une démarche urbanistique classique, mais aujourd'hui obsolète en Europe, qui fait abstraction des axes de circulation et de chalandise. Ces marchés n'ont jamais correctement fonctionné, les vendeurs ayant toujours préféré s'installer sur les voies routières les plus passantes à la lisière du quartier.

1.2.7

Le développement d'hypercentres

Le développement d'hypercentres concentrant au coeur des agglomérations l'ensemble des formes d'activité commerciale (gros, demi-gros, détail, micro-détail), à la fois sur l'espace public du marché, dans les rues adjacentes et dans les entrepôts des grossistes des quartiers environnants, est un aspect caractéristique de l'urbanisme commercial de nombreuses villes subsahariennes aujourd'hui.

Il est frappant de constater que les activités d'approvisionnement et de distribution des produits vivriers occupent, en définitive, une place secondaire dans les flux économiques et financiers brassés par ces commerces.

La vente des produits manufacturés est le véritable moteur de l'activité économique de l'hypercentre. Certains sont fournis par les circuits non contrôlés d'importation et de réexportation. D'autres permettent une accumulation plus rapide de capital dans un contexte de crise économique aiguë. Les denrées de base importées telles que le riz, le sucre, le sel, la

farine, et les produits manufacturés tels que les tissus, les articles de friperie et les pièces détachées, occupent le premier rang dans les échanges transfrontaliers.

La polarisation des activités commerciales dans le centre-ville s'explique largement par le rôle charnière que joue la plupart des grands marchés entre ces différents circuits.

On doit souligner, par conséquent, que cette surconcentration d'activités et de vendeurs sur un marché pôle exerce un effet dépressif sur l'ensemble du réseau de distribution.

Les marchés de quartier étant peu attractifs, les usagers (clients et commerçants) les délaissent au profit du marché central pôle, qui exerce alors, à l'échelle urbaine, une majeure attraction. Ce processus précipite le déclin des autres marchés dont le niveau de recettes est tellement faible qu'ils ne peuvent pratiquement faire l'objet d'aucun investissement en l'état actuel des choses.

Cette analyse montre comment des interventions publiques peuvent influencer le fonctionnement de l'ensemble du réseau des marchés. En effet, une intervention limitée au marché pôle risque fort d'accentuer encore le déséquilibre de l'armature des marchés en survalorisant l'effet d'attraction de celui-ci.

Il est donc nécessaire d'inscrire les interventions publiques dans une stratégie d'ensemble de rééquilibrage du réseau des marchés.

1.3

La problématique des marchés de gros

1.3.1

Des situations diverses qui appellent des réponses adaptées

La création de marchés de gros est aujourd'hui une nécessité pour les grandes villes subsahariennes. Le marché de gros est en effet la réponse rationnelle pour le développement d'une fonction commerciale moderne.

Cette solution suppose cependant de saisir correctement le fonctionnement des circuits de gros à l'intérieur de la ville, circuits sur lesquels les décideurs ont le plus souvent une vision réductrice et quelquefois erronée.

Un même problème, en effet, détermine des situations très diverses qui demandent des réponses différentes, cas par cas:

- Quels sont les grossistes concernés, ceux des produits frais et périssables, ceux des produits secs ou des produits importés?
- Où s'exercent leurs activités commerciales aujourd'hui, tant du point de vue de l'approvisionnement que des ventes et du stockage?
- Quelles sont les fonctions principales assurées par ces activités de gros dans les circuits d'approvisionnement urbain et interurbain et quelles en sont les implications en matière de flux de circulation, de problèmes d'acheminement, de stationnement, etc.?
- Quels sont les souhaits des différents types de grossistes concernant leur regroupement éventuel sur un futur marché de gros?

Les caractéristiques ainsi dégagées permettent d'apprécier les besoins réels de délocalisation, voire simplement de localisation et de définir les nécessités du ou des marchés de gros à créer.

On peut aussi, et c'est fondamental, évaluer l'amélioration de l'approvisionnement urbain ou au contraire l'aggravation des dysfonctionnements que telle ou telle solution entraîne. Le souhait des Autorités est plus souvent dicté par des considérations sur l'environnement (réductions des nuisances) que soutenu par la conviction que la création d'un marché de gros est une étape économique nécessaire pour l'amélioration des circuits d'approvisionnement des populations urbaines. Bien que ces deux raisons ne s'excluent d'ailleurs pas l'une l'autre, les effets attendus ne sont pas les mêmes et les retombées politiques seront différentes. Il faudra donc définir très précisément les objectifs.

1.3.2

Les caractéristiques des activités de gros dans le tissu urbain: lieux et modes de fonctionnement

L'organisation des activités de gros recouvre des situations contrastées suivant les groupes de produits (vivriers locaux et importés) et les catégories de grossistes.

On notera, en préambule, ces deux caractéristiques majeures de la répartition spatiale des circuits de gros qui sont communes à toute la sous-région:

- la dispersion dans le tissu urbain des grossistes de produits vivriers;
- la concentration des zones d'entreposage des denrées alimentaires importées.

1.3.2.1

Les produits vivriers

L'approvisionnement des villes en produits vivriers est organisé par des grossistes regroupés sur les marchés dans des quartiers proches des grands marchés, et de plus en plus sur la voie publique.

Les lieux d'activité se différencient nettement en fonction des types de produits commercialisés.

Les grossistes de produits frais (légumes surtout) et de féculents (banane plantain) exercent leurs activités sur les marchés mais aussi, le plus souvent, sur la voie publique. Ces aires de dégroupage des cargaisons peuvent s'être développées sur un des axes principaux de pénétration de la ville, très souvent à côté d'une gare routière.

Cette situation est générale. Elle s'observe aussi bien à Conakry et à Abidjan qu'à Bouaké, Bangui, Brazzaville, Dakar, etc.

Pour les fruits et les tubercules, il faut remarquer que les plates-formes d'arrivée fonctionnent à la fois comme relais dans le trajet des poids lourds et comme lieux d'achat. Il s'agit d'aires de stationnement situées à côté de grands marchés et de gares routières où sont donnés les ordres d'acheminement vers l'intérieur de la ville. Les chargements étant le plus souvent achetés en bloc, le dégroupage y est rare.

Ce mode de distribution par chargement est fonction de la taille du marché de consommation urbain: il se développe dans les villes de plus d'un million d'habitants.

Les grossistes de produits vivriers secs, tels que les céréales, les légumineuses, les tubercules et, dans certains cas, les fruits (ces deux produits pouvant être traités ensemble par les mêmes grossistes) sont installés principalement sur les marchés (principaux et secondaires) ou dans les quartiers où ils forment souvent un ensemble dense de magasins réunis dans une ou deux rues.

Le regroupement des grossistes sur un marché ou dans un quartier résulte de la combinaison d'un ensemble de facteurs historiques (primauté et pouvoir des commerçants de produits secs par rapport aux acteurs des autres circuits commerciaux), eth-

niques et familiaux (spécialisation dans un type de produits), et enfin socio-économiques (communautés de besoins et d'intérêts).

Les quartiers «spécialisés» dans lesquels opèrent aujourd'hui les grossistes de produits vivriers sont situés à proximité immédiate du marché central⁵.

Ce processus, assez récent, de transformation du tissu urbain d'habitation autour des marchés au profit de la fonction commerciale (plus spécialement le commerce de gros et le stockage) trouve sa source dans la pression foncière qui découle de la saturation des installations actuelles des marchés centraux.

En résumé, on observe que les lieux où s'exerce le commerce de gros de produits vivriers présentent trois caractéristiques:

- une absence d'équipement spécialisé, tel que le souligne une étude sur les marchés vivriers de Côte d'Ivoire, «... si certaines de ces concentrations de grossistes fonctionnent effectivement comme des marchés, au sens de lieux de formation des prix, la plupart ne sont en fait que des aires techniques sans fonction commerciale commune au départ, des plates-formes à fonction purement physique (entreposage et dégroupage)»;
- une dispersion dans le tissu urbain et une redistribution facilitée: la relative dispersion spatiale des grossistes de produits vivriers dans le tissu urbain permet une bonne irrigation du réseau des marchés et des innombrables points de vente qu'ils approvisionnent (étals des rues, commerces du soir, etc.) et, de ce fait, une optimisation des coûts de redistribution, compte tenu du prix très élevé du transport intra-urbain;
- des conditions toujours défectueuses de fonctionnement sur les marchés, dans les quartiers, et a fortiori sur la voie publique, les activités de gros de produits vivriers rencontrant toutes de très gros problèmes: absence ou insuffisance des équipements de stockage, mauvaises conditions de conservation, manque de place pour le stationnement des véhicules et les opérations de déchargement, problèmes d'hygiène et d'insécurité. On voit ainsi un marché conçu au départ spécialement pour des activités de gros (Sikasso Cira à Bobo-Dioulasso) en être réduit aujourd'hui, suite à l'implantation d'une gare routière sur son site, à se tenir presque entièrement sur la chaussée. Quant à la majorité des grossistes du marché Mont-Bouët, ils n'ont d'autre choix que de pratiquer leur commerce «à la sauvette» sur les trois grandes rues entourant le marché.

Dans ces conditions, l'activité des grossistes représente un facteur parfois non négligeable, mais surtout le plus visible et souvent le plus spectaculaire, des nuisances liées à la présence des grossistes de vivriers dans les villes. Cette situation alimente le discours des Autorités sur «la nécessaire délocalisation des grossistes du centre-ville».

Les besoins prioritaires exprimés par les grossistes de produits vivriers sont de deux types:

- la localisation de ceux qui, pour des raisons diverses, n'ont d'autre lieu d'exercice que la rue;
- l'amélioration des conditions d'activité des grossistes des marchés et des quartiers (encadré).

1.3.2.2

Les marchandises générales et les denrées alimentaires de première nécessité:

une surconcentration d'entrepôts dans le centre-ville

Contrairement à l'activité des grossistes de produits vivriers dont l'activité est dispersée, le commerce de gros des marchandises générales et denrées alimentaires importées se déroule essentiellement dans les centres-villes.

Les lieux d'activités dans le commerce de gros des denrées alimentaires se différencient suivant la catégorie du commerçant:

Les grands grossistes importateurs
ou grossistes distributeurs

La commercialisation des denrées alimentaires est organisée depuis leur réseau de magasins entrepôts.

Les magasins des grands importateurs grossistes peuvent être regroupés en majorité dans un seul quartier adjacent au marché central, comme Dantokpa-Gbogbanou à Cotonou ou Madina à Conakry, ou quelque peu dispersés dans l'agglomération. Mais même dans ce dernier cas, on observe toujours une nette concentration d'entrepôts dans les quartiers du centre-ville.

On rappellera que la stratégie de la plupart des grands grossistes de denrées alimentaires cherchant à limiter au maximum leurs coûts de stockage consiste à revendre immédiatement la plus grande partie du stock aux clients semi-grossistes. Ces opérateurs cherchent à entreposer les stocks les plus réduits dans leurs magasins, qui sont souvent d'anciens entrepôts situés dans leurs concessions et dont les dépenses d'entretien sont minimales. C'est le cas généralement des grossistes des villes sahéliennes.

Au contraire, des dépenses importantes pour la construction d'entrepôts de grande taille ou la location de magasins sont consenties par les principaux grossistes et/ou importateurs de villes côtières, telles que Cotonou ou Conakry, grâce aux profits substantiels générés par le commerce de réexpédition non contrôlé (riz principalement) vers les pays voisins.

Les conditions d'activité, du point de vue de la majorité de ces opérateurs privés, sont par conséquent satisfaisantes.

Tout au plus existe-t-il un problème pour les «derniers arrivés» du fait de la saturation aujourd'hui presque totale des quartiers-entrepôts adjacents aux marchés centraux. C'est la raison pour laquelle on a pu observer quelques implantations décentrées de nouveaux magasins de stockage, comme à Conakry en 1991 ou à N'Djamena en 1992.

Mais ces initiatives restent très ponctuelles et ne constituent pas les prémices d'un mouvement plus général.

La tendance encore et toujours observée est celle de la densification du centre-ville par les magasins des grands grossistes importateurs et distributeurs de denrées alimentaires ou de produits manufacturés: Cotonou et Conakry en sont des exemples types.

Les petits grossistes

Les lieux d'activités sont identiques à ceux des commerçants de produits vivriers de base: on les trouve aussi bien sur les marchés que dans les quartiers, et exceptionnellement sur la chaussée, comme à Cotonou, à côté du marché Dantokpa. Leurs contraintes étant pratiquement les mêmes que celles des grossistes de produits vivriers, leurs souhaits, en matière d'amélioration du fonctionnement de leurs activités, sont identiques.

1.3.3

**Les fonctions d'approvisionnement
et de réexpédition**

1.3.3.1

*Les marchés de gros terminaux: une dominante,
la fonction approvisionnement*

Ils opèrent le dégroupage nécessaire à la répartition entre les différents marchés de quartiers. En aval, les clients sont principalement les petites détaillantes des marchés et, secondairement, les consommatrices.

Encadré 1

Importance de quelques marchés de gros dans différentes villes d'Afrique et de Madagascar

Bobo-Dioulasso

Une ville secondaire de quelque 300000 habitants en 1990, mais un centre de réexpédition pour les fruits et les céréales.

A Bobo-Dioulasso, deux marchés centralisent les activités des grossistes: le marché de fruits et tubercules de Sikasso Cira, organisé par des grossistes, et tourné quasi exclusivement vers la réexpédition sur la capitale et les villes du Niger, et le Marché central polyvalent de la ville où exercent les petits grossistes de céréales ainsi que les grossistes de légumes (sur la voirie à côté du marché) pour l'approvisionnement local.

Les quantités traitées par les grossistes du Marché central et de ses abords (légumes frais) portent environ sur 30000 tonnes, celles traitées par le marché de Sikasso Cira sur environ 70000 tonnes.

Il faut également noter les 60000 tonnes environ de céréales transitant par les magasins des grossistes stockeurs de la ville qui sont, pour l'essentiel, destinées à la réexpédition sur Ouagadougou et les villes sahéliennes.

N'Djamena

Une ville moyenne d'environ 600000 habitants en 1991.

A N'Djamena, le Marché au mil constitue la plus importante concentration des activités de gros de produits vivriers de la capitale (plus de 60000 tonnes de céréales), loin devant le Marché central (20000 tonnes) qui est pourtant le pôle dominant pour l'approvisionnement en produits secs et frais. Des aires de dégroupage très actives (produits frais, céréales et aussi poisson frais) se sont développées sur des marchés d'approvisionnement secondaires tels Dembe et Choléra. Au total, on a évalué à environ 45000 tonnes les flux commerciaux de produits maraîchers, fruits et tubercules arrivant sur les quatre marchés d'approvisionnement et de redistribution de la capitale tchadienne, dont 80 pour cent sur les deux principaux marchés urbains (Marché au mil et Marché central).

Dakar

Une très grande agglomération de près de deux millions d'habitants en 1994.

Il existe plusieurs marchés d'approvisionnement et de redistribution de produits vivriers à Dakar. Les deux plus importants en nombre de grossistes et en volumes traités sont situés dans la commune de Pikine: il s'agit du marché de fruits Syndicat, regroupant environ 200 grossistes et plus de 1500 vendeurs semi-grossistes, et du marché de légumes et de tubercules de Thiaroye-Gare. Le premier traite environ 260000 tonnes par an alors que le seul «parc à produits» de Thiaroye-Gare, qui regroupe environ 200 grossistes et courtiers, traite à plus de 100000 tonnes de produits frais périssables par an. Ces deux marchés s'exercent dans des conditions extrêmement difficiles.

Antananarivo

Une grande ville d'environ 1,1 million d'habitants en 1991.

La géographie des zones d'approvisionnement de la capitale malgache a suscité le développement de deux grands marchés, Anosibe et Andravoahangy, aux points de rupture de charge des camions et des camionnettes en provenance de l'Ouest et du nord.

L'activité du marché d'Anosibe, qui s'est développée de façon spontanée sur une ancienne gare routière au sud-Ouest de la ville, porte sur quelques 100000 tonnes annuelles, dont 60 pour cent en produits frais périssables (fruits et légumes) et le reste en produits secs. Environ 12000 à 15000 tonnes de fruits et légumes sont réexpédiées sur Toamasina et Majunga. Andravoahangy est devenu le premier centre d'approvisionnement de produits secs (riz et légumineuses) des quartiers nord très peuplés et des localités suburbaines. Ce marché de gros assure aussi la commercialisation des légumes verts produits dans la couronne maraîchère nord et nord-est, et il est un important centre de stockage et de

commercialisation de l'oignon et de l'ail. Son activité pour les produits secs porte sur au moins 20000 tonnes.

Quant à Isotry, situé en plein centre urbain à proximité de la gare ferroviaire et officiellement seul marché de gros de la capitale, il a perdu une grande partie de sa fonction de redistribution des produits secs au profit des deux autres marchés de gros. Le marché d'Analakely ne représente plus, quant à lui, le pôle de redistribution qu'il a assuré au niveau des circuits d'approvisionnement dans les années 60. Il n'assume plus guère un rôle de gros que pour la commercialisation de certains légumes verts (brèdes, cressons et tous les légumes «haut de gamme» dits «européens»).

Bouaké

Une petite ville moyenne d'environ 500000 habitants, mais un rôle exceptionnel de carrefour dans les circuits de commercialisation de produits vivriers de la sous-région.

La ville de Bouaké et son marché de gros jouent un rôle particulièrement important et fort ancien dans les circuits marchands de produits vivriers, non seulement de la Côte d'Ivoire, mais aussi de la sous-région de l'Afrique de l'Ouest.

Ce marché traitait en 1993 près de 360000 tonnes, dont plus des deux tiers étaient réexpédiées. On estime qu'en 1997, année de son ouverture, le futur marché de gros traitera environ 650000 tonnes, dont seules quelque 200000 tonnes représenteront la consommation urbaine de Bouaké.

La majorité des réexpéditions concerne l'igname qui fait de Bouaké le plus grand centre de redistribution de ce tubercule de la sous-région, un tiers des tonnages réexpédiés portant sur des produits secs (maïs et arachide). La cola transite dans le sens sud-nord et Bouaké constitue le principal lieu de stockage et de reconditionnement des noix avant leur exportation dans les pays voisins du nord.

Le fractionnement des lots est très important étant donné la faiblesse des capacités commerciales de la majorité des acteurs de la redistribution; l'utilisation de moyens de transport non mécanisés est une pratique courante et concerne, dans presque toutes les villes, une part importante de la redistribution inter-marchés.

En amont, les moyens de transport acheminant les produits jusque sur les aires techniques des grossistes sont extrêmement divers, mais les véhicules légers forment une grande partie du trafic fret et la quasi-totalité de celui des marchés de produits frais (à Dakar, N'Djamena, Cotonou, etc.).

La plupart des marchés de gros de produits vivriers assurent aussi une fonction secondaire de réexpédition plus ou moins développée selon le produit, le marché, et le rôle de la ville dans les circuits d'approvisionnement interrégionaux⁶. Cette fonction peut être ancienne (N'Djamena), saisonnière et récente (Cotonou) ou permanente (Anosibe à Antananarivo). Bien que portant sur des tonnages limités, les réexpéditions jouent un rôle économique non négligeable sur le développement de l'ensemble de l'activité des grossistes.

1.3.3.2

Des villes-carrefours assurant les fonctions de groupage pour la réexpédition

Certaines villes secondaires remplissent une fonction stratégique de groupage et de réexpédition de produits vivriers dans les circuits à longue distance interrégionaux et/ou internationaux.

Les tonnages traités par les grossistes pour la réexpédition excèdent largement ceux destinés à la consommation urbaine locale. C'est le cas de Bouaké en Côte d'Ivoire et, dans une bien moindre mesure, celui de Bobo-Dioulasso au Burkina Faso.

Les lieux d'activités et les acteurs ne sont d'ailleurs pas les mêmes selon que l'on considère la fonction approvisionnement de la ville à Bobo, assurée par les petits grossistes du Marché central et des rues adjacentes, ou celle de réexpédition, gérée par les grossistes transporteurs de Sikasso Cira et les grands commerçants stockeurs de la ville.

1.3.3.3

La fonction réexpédition: un rôle moteur pour les grossistes importateurs de riz et de denrées alimentaires

Pour les grands grossistes importateurs ou les grossistes distributeurs de denrées alimentaires, la fonction réexpédition joue toujours un rôle aussi important

que celle de la consommation urbaine, et peut même représenter le moteur de leur activité (Cotonou, Conakry). Leurs clients sont quasi exclusivement des grossistes et semi-grossistes urbains et ruraux, nationaux et étrangers. En amont comme en aval, l'approvisionnement des magasins, comme les flux de réexpédition, se font essentiellement par les gros porteurs.

Aussi faut-il souligner que le trafic fret généré par ces commerces de gros représente une source d'embouteillage et de congestion du centre-ville souvent bien plus importante que ceux occasionnés par les activités des grossistes de produits vivriers.

Ces problèmes généraux de circulation et d'organisation des flux de transport (passagers et marchandises), dont souffrent les grandes villes, ont suscité l'élaboration de nombreux projets: plans de circulation, projets de rationalisation des activités de transport et projets d'équipements connexes en périphérie des villes (plates-formes bimodales, gares routières, zones d'entreposage, etc.). Force est de constater que peu de projets ont été réalisés jusqu'à présent (ils supposent toujours une mobilisation importante de financements extérieurs) et peu de mesures ont été prises par les Autorités pour limiter la prolifération des entrepôts privés en plein coeur des villes sur le court terme (incitations à la délocalisation vers une zone de stockage, application plus rigoureuse de règlements de circulation, de stationnement et de traversée de la ville pour les poids lourds, etc.).

1.3.4

La problématique de la création de marchés de gros

La création de marchés de gros représente une étape nécessaire aujourd'hui pour l'amélioration de l'approvisionnement et de la distribution alimentaires des grandes villes en Afrique. Les avantages économiques qu'ils offrent à l'organisation des filières sont bien identifiés⁷ (GERGELY, 1996; TOLLENS, 1997). La question qui se pose actuellement est celle des modalités de leur réalisation et non plus seulement de leur justification.

A cet égard, un nombre de facteurs doit être pris en considération.

1.3.4.1

Le choix du site d'implantation

La création d'un marché de gros en-dehors de la ville a l'avantage de la simplicité (peu ou pas du tout de problème foncier, pas d'expropriation à envisager) et le mérite de proposer une réponse apparemment rationnelle.

Cependant, à la lumière des analyses qui ont été menées dans plusieurs villes en Afrique et dans la capitale malgache, la création d'un seul marché de gros de vivriers *ex nihilo* implanté très à l'extérieur des zones les plus peuplées et des lieux d'activités du centre urbanisé semble vouée à l'échec, étant donné la logique actuelle des circuits d'approvisionnement.

En ce qui concerne les critères d'implantation des marchés de gros, le débat est ouvert entre les partisans d'une implantation à distance minimum des points de vente principaux (les centres de gravité du réseau des marchés de détail) afin de diminuer les temps de transport intra-urbain (dont le coût est le plus élevé), et ceux qui estiment «... que l'impact du marché sur la circulation est plus déterminant: une implantation en périphérie offrirait une facilité d'accès qui compenserait le surcoût du trajet pour le détaillant.» (DCGTX, 1988).

Deux aspects de la question doivent être soulignés:

1. L'impact sur les coûts du transport intra-urbain et, d'une manière générale, sur les coûts de redistribution.

Le principal coût dans les circuits de distribution intra-urbaine est celui du transport.

L'une des conséquences de la réalisation d'un marché de gros très loin hors de la ville est vraisemblablement, dans un premier temps, la hausse sensible des coûts de distribution intra-urbaine.

Pour pouvoir effectivement amortir ces hausses de prix du transport, il faudrait que les revendeuses puissent augmenter substantiellement leur volume d'achat, ce qui paraît difficile dans l'immédiat, vu la faiblesse de leurs disponibilités financières.

Il faut souligner, à cet égard, qu'on ignore en grande partie le coût réel de la redistribution en milieu urbain. Cette méconnaissance des caractéristiques et du coût du fret urbain pour la redistribution intermarchés, qui n'est pas propre aux grandes villes africaines (DIAGONAL, 1996), appelle un certain pragmatisme en matière de localisation des équipements de gros et, surtout, une connaissance plus approfondie de cet aspect déterminant de l'approvisionnement urbain.

2. La multiplication des déchargements sauvages au cœur de la ville.

Une implantation loin à l'extérieur de la ville est susceptible d'entraîner la multiplication des lieux de déchargement sauvages à proximité des mar-

chés de détail, recréant ainsi les nuisances que l'on pensait supprimer. L'extrême volatilité des places de grossistes a déjà été soulignée.

Il faut, en effet, tenir compte des spécificités propres du fret approvisionnant les grossistes urbains en fruits et légumes: une très grande part de ces produits est acheminée par véhicules légers (de une à deux tonnes de charge utile). On constate quotidiennement, dans les capitales, combien il leur est facile de «contourner» (au sens propre et figuré) les différentes réglementations de police sur la circulation et le stationnement.

En conclusion, un aménagement de marché de gros de vivriers doit avoir, pour premier objectif, d'améliorer le fonctionnement des circuits d'approvisionnement ainsi que les conditions d'activité des opérateurs (grossistes comme détaillants) et non de les pénaliser.

C'est pourquoi, lorsque c'est possible (configuration du terrain, possibilité d'extension, localisation par rapport aux flux principaux, situation déjà à la périphérie de la ville), il faut privilégier la réorganisation des activités de gros sur les sites existants.

Dans d'autres cas, la délocalisation peut s'avérer nécessaire: des sites d'implantation potentielle doivent être recherchés à distance raisonnable des lieux d'activités du centre urbanisé.

1.3.4.2

Le regroupement des grossistes sur un marché de gros unique? Quelles incitations?

Il s'agit de considérer les types de regroupements de grossistes qui peuvent être envisagés en fonction des produits vendus, et la possibilité de rassembler la totalité des grossistes des diverses places de gros de la ville en un seul lieu: le futur marché de gros.

Dans un premier temps, les regroupements possibles et prioritaires concernent les produits frais périssables et semi-périssables (tubercules). Dans les villes de plus d'un million d'habitants, les tonnages commercialisés justifient amplement la création de marchés de gros spécifiquement destinés à ces produits. Dans de plus petites villes, notamment celles de la zone soudano-sahélienne dont la consommation comprend encore une part importante de céréales locales, il peut être envisagé de regrouper commerçants de produits secs et les grossistes de vivriers frais. Bon nombre de ces grossistes de produits secs exercent aujourd'hui dans les magasins de certains quartiers «spécialisés». Ils sont souvent locataires. Il faut donc les intéresser à se délocaliser sur un marché de gros (conditions de location plus

sûres, financièrement abordables, meilleur fonctionnement, etc.). C'est un processus qui demande à être organisé par étapes.

D'une manière générale, on soulignera qu'il semble indiqué d'associer au départ des opérateurs qui partagent des conditions communes de fonctionnement et d'organisation et de ne pas associer des filières aussi différentes que les filières animales (foirail ou abattoir, comme dans l'exemple du projet de Dakar mentionné ci-dessus) à celles de produits vivriers.

La possibilité de regrouper la totalité des grossistes de la ville dès le démarrage du marché de gros dépend de la taille et de la configuration géographique de la ville - et donc de la dispersion des places de gros sur son territoire -, mais aussi de la fonction principale des grossistes urbains (approvisionnement, réexpédition). Le regroupement des grossistes sur l'équipement envisagé tient aussi, et surtout, aux efforts de concertation déployés et aux mesures incitatives mises en place pour le favoriser.

Cela suppose un processus de concertation qui tienne compte des souhaits en matière de services (eau, gardiennage, sécurité, éclairage, etc.), d'installation de stockage, de groupage, de conditionnement et de manutention.

1.3.4.3

La gestion et la concertation

Si le marché de gros représente une condition pour l'amélioration du fonctionnement de l'approvisionnement urbain, ses répercussions ne se feront sentir que progressivement sur le moyen et long termes, au cours d'un processus de mutation des circuits de gros, des comportements des opérateurs et de l'apparition de nouveaux opérateurs. Ces changements ne pourront se réaliser sans un processus correspondant de concertation entre les partenaires concernés.

Les marchés de gros sont des équipements dont les communes attendent légitimement des gains supplémentaires, quel que soit le mode de répartition adopté entre l'Etat, l'agglomération et la commune où sera implanté le marché.

Par conséquent, le succès d'un marché de gros dépendra étroitement de la volonté des opérateurs d'y participer et de développer leurs activités dans ce cadre nouveau. Il est donc impératif d'impliquer dès le démarrage du projet les grossistes concernés. En particulier, ceux-ci doivent être consultés, non seulement sur le site d'implantation, mais aussi sur les ins-

tallations de vente, les services et les règles de fonctionnement du marché et de gestion.

Le type de gestion adopté pour le marché de gros représente un aspect-clé de l'implication des grossistes. Dans le cadre des quelques expériences de Sociétés d'économie mixte (SEM) gérantes de grands marchés urbains en Afrique (marchés polyvalents en général), le rôle mineur dévolu dans le capital social aux usagers grossistes directement intéressés ou au secteur privé est une des principales raisons des nombreuses défaillances de gestion.

On préconise aujourd'hui dans le montage institutionnel, quand la formule d'une SEM est retenue, de limiter l'apport dans le capital social des organismes publics et parapublics afin d'éviter une mainmise de l'Administration, de droit ou de fait, sur la gestion courante de la société. D'autres pistes doivent être enfin explorées, comme celle de la privatisation qui supposent un secteur privé acceptant de prendre des risques.

1.3.4.4

L'importance de constituer des réserves foncières

Quelle que soit la solution retenue pour le court terme, une démarche de programmation urbaine sur le long terme semble nécessaire afin de préparer l'avenir.

En particulier, il semble important d'attirer l'attention des Autorités, dès la mise en oeuvre d'un projet de réaménagement ou de création d'un marché de gros, sur la nécessité impérieuse de procéder à la constitution de réserves foncières qui sont une condition de la réalisation du réseau d'équipements nécessaires à la mutation progressive souhaitée des circuits d'approvisionnement.

2 Le fonctionnement et l'organisation des grands marchés urbains

2.1 Les aménagements et les équipements des marchés

2.1.1 Les équipements publics: un bref rappel historique

Des halles anciennes et vétustes, des bâtiments récents peu fonctionnels, des places en nombre insuffisant: telles sont les principales caractéristiques des équipements publics des marchés aujourd'hui.

La halle est le premier équipement, et souvent le seul, ayant été construit sur les marchés centraux. La plupart datent de la période coloniale.

Hormis la halle, la plupart de ces marchés ne comprenait aucun aménagement spécifique en matière d'installations de vente ou de stockage.

Il faut attendre la fin des années 60 et le début des années 70 pour voir la réalisation de nouveaux équipements sur plusieurs marchés centraux. Ils ont concerné en priorité l'aménagement d'emplacements pour les commerçants de produits manufacturés lorsque la configuration du marché s'y prêtait: c'est la vogue des bâtiments à étages, principalement dans les grandes villes côtières (Lomé, Abidjan, Cotonou, Douala, Yaoundé, etc.). Ce type de construction devait répondre aux contraintes d'espace et des nombreuses installations de vente nécessaires au cœur des capitales.

Le rez-de-chaussée de ces bâtiments était généralement conçu pour accueillir un certain nombre de commerçants de produits vivriers (étals maçonnés). Mais ces installations n'ont pas toujours été occupées conformément à leur destination originelle. Dans de nombreux cas, sous la pression de la demande, on y a installé des vendeurs de produits manufacturés qui les ont progressivement transformées (ajouts de tables et présentoirs, grillage, construction de murs en dur autour de l'étal, etc.) pour les adapter à leurs besoins d'exposition, de stockage et, par conséquent, de sécurité.

Si l'on excepte les grands projets de réaménagement récents (marchés de Niamey et de Ouagadougou), les équipements construits depuis les années 70 se sont souvent révélés non fonctionnels, car ils n'étaient que partiels. Ils n'ont, par conséquent, pas

pu répondre à la demande croissante de places de vente sur les marchés centraux.

Ils n'ont pu enrayer le développement incontrôlé d'un grand nombre de constructions précaires, d'abord sur les espaces encore non bâtis du marché, ensuite dans les allées intérieures, aboutissant ainsi à la saturation définitive de celui-ci.

Enfin, au cours de la décennie 1980-90, l'occupation anarchique des rues adjacentes du marché par les installations des vendeurs ambulants devient très fréquente: de véritables «marchés parallèles» se créent dont les effectifs peuvent être aussi importants que ceux des marchés centraux.

2.1.2 L'effectif et la densité des marchés

Les chiffres fournis dans ce chapitre concernent neuf grands marchés centraux en Afrique et à Madagascar. L'importance de ces marchés est indiquée au tableau 1, à trois niveaux:

- le marché officiel, soit les points de vente à l'intérieur des limites officielles du marché retenues par le gestionnaire de ces marchés (municipalités et SEM dans le cas du marché Dantokpa de Cotonou), pour effectuer la collecte des droits de place;
- le marché réel, à savoir les vendeurs du marché officiel, plus tous les vendeurs à proximité immédiate du marché;
- l'hypercentre, c'est-à-dire l'ensemble des points de vente recensés dans les rues entourant le marché.

Le plus petit de ces marchés compte quelque 1 300 installations de vente, le plus grand environ 15 500. Quatre marchés sur neuf comptent environ 4 500 points de vente.

Ces marchés couvrent des surfaces très variables, de moins d'un ha à près de 19 ha. Mais la densité des marchés présente toutefois deux situations types: des marchés très denses avec 8 à 9 m² par vendeur, et des marchés dont la densité est faible avec 14 à 17 m² par vendeur. Environ un ha de marché dense comprend à peu près de 1 100 à 1 400 vendeurs (tableau 2).

2.1.3 Les installations de vente et de stockage sur les marchés aujourd'hui

La multiplicité, voire l'hétérogénéité, des installations de vente semblent, à première vue, caractériser les

Tableau 1

Marchés centraux en Afrique et à Madagascar

Marchés centraux: marchés officiels et marchés réels

Ville: Marché:	Bobo-	N'Djamena		Cotonou	Libreville	Antananarivo		
	Dioulasso Marché central	Marché central	Marché au mil	Dantokpa	Mont- Bouët	Analakely Andravoahangy	Anosibe	Isotry
Officiel	4 837	2 663	4 293	15 342	4 251	4 356		
Réel	5 332	3 895	4 693	n.d.	5 982	5 467	2 564	1 495
Hypercentre	7 234	8 588*		n.d.	6 682	9 179**	3 551**	2 296**

N.B.: (*) Hypercentre constitué du marché central et du marché à mil, ainsi que des vendeurs ambulants;

(**) Zoma + jour de foire;

(n.d.) non disponible.

marchés africains. Un examen plus attentif montre qu'en fait, on retrouve toujours les quatre mêmes grandes catégories d'installation de vente, dont le niveau d'équipement est directement fonction du niveau de revenu du commerce considéré. Cette typologie, classée par niveau d'équipement, distingue: les bâtiments clos (boutique, magasin), l'installation délimitée par quatre poteaux, couverte et ouverte (hangar), la table et l'étalage au sol.

2.1.3.1

Des aménagements réalisés en grande partie par les commerçants eux-mêmes

Les aménagements réalisés par les Autorités gestionnaires des marchés ne représentent qu'une faible part (0 à 30 pour cent) des installations de vente actuelles sur les marchés centraux, à l'exception du Marché central de Bobo-Dioulasso (68 pour cent) qui est l'un des rares à avoir fait l'objet d'un aménagement complet après l'Indépendance.

2.1.3.2

Des installations financées dans leur très grande majorité par les commerçants eux-mêmes

Jusque vers la fin des années 70, la construction des boutiques et des hangars a été laissée le plus souvent à la libre initiative des commerçants. A partir des années 80, à l'occasion de travaux partiels de réaménagement des marchés par le gestionnaire - ou suite aux incendies - les constructions ont dû plus fréquemment respecter un cahier des charges minimum concernant essentiellement la trame des installations de vente, leur alignement, ainsi qu'une certaine sectorisation des produits vendus.

2.1.3.3

Des installations de vente en majorité ouvertes

Les hangars, tables et étalages au sol représentent entre 60 et 80 pour cent du total des installations recensées sur les marchés (tableau 3).

Tableau 2

**Effectif des installations et des vendeurs
Nombre moyen de vendeurs par installation**

AFRIQUE

Ville	Bobo-		N'Djamena		Cotonou		Libreville
	Dioulasso						
Marché	Marché central	Marché central	Marché au mil	Dantokpa nord	Dantokpa sud	Dantokpa nord et sud	Mont-Bouët
Total intallations	4 837	2 663	4 293	13 299	2 043	15 342	4 251
Installations en activité	4 603	2 539	4 006	11 352	1 699	13 051	3 769
Vendeurs principaux	5 440	3 259	5 325	12 115	1 838	13 953	3 884
Vendeurs auxiliaires	919	329	744	4 166	680	4 846	n.d.
Total actifs	6 359	3 588	6 069	16 281	2 518	18 799	3 884
Vendeurs/intallation	1,18	1,28	1,33	1,07	1,08	1,07	1,03
Vendeurs auxiliaires/installation	0,20	0,13	0,19	0,37	0,40	0,37	n.d.
Total actifs/installation	1,38	1,41	1,52	1,44	1,48	1,44	n.d.

MADAGASCAR

Ville	Antananarivo			Anosibe		Isotry		
	Analakelmy			Andravoahangy				
Marché	Jour ordinaire officiel	Jour ordinaire réel	Foire	Jour ordinaire	Foire	Jour ordinaire	Jour ordinaire	
Total intallations	3 456	5 467	9 179	2 564	3 551	1 495	1 294	2 296
Installations en activité	2 938	4 634	8 347	2 190	3 082	1 358	1 202	2 175
Vendeurs principaux	2 938	4 634	8 347	2 190	3 082	1 358	1 202	2 175

Tableau 3

Répartition des installations par type

Ville	Bobo-										
	Dioulasso	N'Djamena		Cotonou			Libreville	Antananarivo			
Marché	Marché central	central	au mil	nord	nord	sud	Mont-Bouët	Anala-kely	Andra-voahangy	Anosibe	Isotry
Total installations	4 837	2 663	4 293	15 342	13 299	2 043	4 251	3 456	2 564	1 495	1 294

Répartition en %

Installations	Dioulasso	N'Djamena	Cotonou	Libreville	Antananarivo
pouvant se fermer	53	39	29	16	16
Hangars	9	20	29	48	47
Tables	24	19	6	26	27
Étalages au sol	14	22	36	10	10
Total	100	100	100	100	100

En conséquence, sur tous les marchés, les vendeurs éprouvent d'énormes besoins de gardiennage et, surtout, d'organisation du stockage temporaire.

2.1.3.4

Des «installations» ambulantes (tables individuelles et étalages au sol) qui ont envahi tous les espaces interstitiels des marchés

Ces installations représentent entre 33 et 50 pour cent du total sur les marchés. La prolifération de ces installations précaires sur les voies de circulation soulève des problèmes considérables d'organisation, d'entretien et de nettoyage des marchés. Voir les tableaux 4 et 5.

2.1.4

Les caractéristiques physiques de deux exemples types de marchés

Du point de vue des caractéristiques physiques, on peut classer les grands marchés des villes africaines en deux types: les marchés «centres commerciaux» et les marchés «zone».

2.1.4.1

Les marchés «centres commerciaux»

Ils sont d'origine souvent ancienne et de taille plutôt réduite car ils ont été implantés dans le coeur commercial des cités. Leurs emprises ont été bien circonscrites dès leur création. Ils sont fortement structurés et organisés, le secteur des produits manufacturés domine en nombre de vendeurs, l'activité de gros et de demi-gros dans le vivrier y est réduite (Bobo-Dioulasso, Marché central de N'Djamena, et d'Analakely à Antananarivo).

Ces marchés sont densément bâtis⁸: les installations fermées (de type boutique) ou hangars en dur y représentent la majorité des installations de vente.

2.1.4.2

Les marchés «zone»

Ils se sont développés spontanément sur de vastes terrains, à l'origine relativement éloignés de l'épi-centre marchand de la cité.

Tableau 4

Répartition des installations de vente en installations permanentes (fixes) et mobiles

Ville	Bobo-		Cotonou	Libreville	Antananarivo						
	Dioulasso	N'Djamena			Dantokpa	Mont- Bouët	Anala- kely	Andra- voahangy	Anosibe	Isotry	
Marché	Marché central	Marché central au mil	nord nord et sud	sud							
Total installations	4 837	2 663	4 293	15 342	13 299	2 043	4 251	3 456	2 564	1 495	1 294
Répartition en %											
Permanents	64	64	58	67			50	31	43	31	20
Mobiles	36	36	42	33			50	69	57	69	80
Total	100	100	100	100			100	100	100	100	100

N.B.: (*) y compris les étals en maçonnerie sur certains marchés

Leurs limites n'ayant jamais été définies avec précision, ils se sont étendus de façon anarchique, principalement par adjonction de hangars bricolés et d'installations précaires. Suite à l'urbanisation, ils sont aujourd'hui entourés par des quartiers très peuplés. Du fait de la présence de ces gros marchés, la fonction habitat se transforme progressivement au profit de la fonction commerciale, d'entreposage principalement.

Il faut souligner qu'il existe sur chaque marché des secteurs semblables au type «centre commercial» et d'autres dont le bâti ressemble à celui du marché «zone».

Cette dualité est le reflet de la division entre commerces «riches» (produits manufacturés) et commerces «pauvres» (alimentaire, artisanat, friperie) qui commande à l'organisation spatiale de tous les marchés.

2.2

La gestion des marchés, les statuts et les modes d'occupation par les commerçants

2.2.1

La gestion des marchés

2.2.1.1

La gestion et l'organisation des marchés

A l'exception de quelques marchés récemment construits ou réhabilités grâce à des financements extérieurs, la plupart des marchés relèvent de la compétence municipale, aussi bien pour l'aménagement et l'entretien que pour le recouvrement des droits de place (régie directe).

L'intervention de la municipalité en matière d'organisation des marchés (et des gares routières) recouvre principalement quatre fonctions:

Tableau 5

Répartition des installations de vente en installations couvertes et non couvertes

Ville	Bobo-											
	Dioulasso	N'Djamena		Cotonou		Libreville		Antananarivo				
Marché	Marché central	Marché central	Marché au mil	nord	nord et sud	nord	sud	Mont-Bouët	Anala-kely	Andra-voahangy	Anosibe	Isotry
Total installations	4 837	2 663	4 293	15 342	13 299	2 043	4 251	3 456	2 564	1 495	1 294	

Répartition en %

Couverture permanente	69	76	64	70	71	66	51	42	49	40	33
Couverture précaire	9	8	13	9	8	12	30	39	n.d.	n.d.	n.d.
Non couverte	22	16	23	21	21	22	19	19			
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

N.B.: Couverture permanente: installations fixes et mobiles sous halle, hangar, bâtiment;
Couverture précaire: installations sous parasol, bâche, secco, etc.

- l'attribution des places et le recouvrement des taxes de marché;
- le règlement du marché;
- les aménagements complémentaires (constructions);
- les services et l'entretien.

Les services administratifs impliqués:

- selon les villes, il existera un service spécifique - Service des halles et marchés - où les fonctions ci-dessus seront assurées par les services techniques généraux de la Mairie en application des délibérations du Conseil municipal (attribution des places par exemple);

- les services techniques qui ne s'occupent que de façon marginale de la gestion des équipements marchands;

- la Trésorerie générale de l'Etat qui est aussi celle de Recette publique (receveur municipal). Le recouvrement des taxes est, dans la plupart des cas, assuré en régie par des collecteurs intervenant sous l'autorité du receveur municipal et sous le contrôle du maire;

- d'autres services, comme les services d'hygiène et la Police municipale, sont aussi appelés à intervenir dans le fonctionnement des équipements marchands, principalement dans celui des marchés.

Comme on l'a noté précédemment en matière d'aménagement et d'entretien, les interventions des communes sont en général très limitées par le manque de

moyens techniques et financiers: le bâti est souvent vétuste, les équipements sanitaires sont déficients, voire absents et, de façon générale, l'assainissement des marchés est insuffisant. La maintenance est réduite à sa plus simple expression et, dans la pratique, la gestion des sites des marchés est laissée aux commerçants et à leurs associations.

2.2.1.2

La contribution des marchés aux finances locales

Les municipalités ont vu, au fil des années, leur situation financière se détériorer en raison des charges accrues et des besoins d'équipement et de services que l'accroissement de la population urbaine a généré.

Se sont ajoutées les difficultés financières liées à la diminution des versements de recettes par l'Etat et à l'unicité de caisse qui occasionne des problèmes de trésorerie à la municipalité⁹.

Les marchés constituent, a priori, des gisements importants de ressources au travers des loyers, des droits de place et des patentes¹⁰. On rappellera ici que les produits du Domaine «ont pour caractéristique d'être les seules ressources gérées en direct par les collectivités locales» (BREEF/CFD, 1994). Ils concernent surtout les services publics marchands (marchés, abattoirs, gares routières).

Dans la réalité, les marchés ne fournissent pas les recettes escomptées, qui ne dépassent que très rarement 10 pour cent des recettes courantes des grandes villes d'Afrique subsaharienne.

Par exemple, les comptes administratifs de la commune de Ouagadougou montrent que les marchés et les gares routières alimentent le budget de la ville à hauteur de FCFA 40 à 50 millions (les marchés représentant FCFA 12 millions). Ce montant équivaut à cinq pour cent des recettes de fonctionnement réelles de la commune.

Les raisons de cette faible contribution financière sont presque toujours les mêmes et combinent plusieurs facteurs:

- la faiblesse générale des droits de place;
- l'évaporation des sommes recouvrées par les collecteurs. La faiblesse des rémunérations et des primes qui leur sont allouées favorise la fraude et la corruption (mise en circulation de faux tickets, entente entre les commerçants et collecteurs pour s'acquitter partiellement des droits de place, etc.);

- la qualification des personnes recrutées pour assurer la collecte est globalement insuffisante, voire inexistante puisque certaines d'entre elles sont illettrées. Bon nombre de collecteurs étant d'un niveau de formation faible ou inexistant, la tenue de leurs livres et registres oblige le régisseur municipal à pratiquer la substitution;

- le manque de moyens et les difficultés pratiques de recouvrement: les collecteurs, le plus souvent, ne disposent ni des plans des marchés, ni des listes des commerçants ou des emplacements. En l'absence d'une autorité reconnue et respectée, ils éprouvent généralement de grandes difficultés dans l'exercice de leurs fonctions, selon les marchés;

- les mauvais résultats de la collecte sont dus à l'absence de motivation des agents ou à la fraude. Ils se reproduisent parce que, en général, il n'existe pas de suivi régulier des recettes réalisées par chaque collecteur et parce que le contrôle semble relever d'actions ponctuelles;

- les difficultés à les recouvrer, a fortiori à les augmenter, en raison de l'absence générale de services et d'équipements sur les marchés.

Cependant, on n'explique pas le faible taux de recouvrement par le seul fait de collecteurs indécidés. On fait quelquefois le constat d'une mise à contribution des commerçants par les communes, lors de certains événements (élections), qui peut se traduire, par exemple, par un allègement de leurs contributions sous forme de droits de place.

Au total, les taux de recouvrement des droits de places dépassent rarement 30 pour cent sur l'ensemble des marchés d'une ville et l'impact sur les finances locales est encore aujourd'hui marginal (tableau 6).

On constate enfin rarement une réelle volonté politique de l'Autorité municipale d'améliorer les ressources financières, d'obtenir des résultats et de se doter des moyens nécessaires, malgré un cadre institutionnel, juridique et comptable peu ou pas adapté.

Les faits observés ne militent pas pour une gestion municipale centralisée des équipements marchands actuels ou futurs. On envisage fréquemment, à l'occasion d'un réaménagement de marché, un mode de gestion en régie directe avec une autonomie financière, ou déléguée. Une troisième voie pour les grands équipements marchands est envisagée également, celle de la concession à une structure mixte (SEM) ou privée. Les quelques exemples de SEM ou

de Chambres de commerce assurant la gestion de grands marchés urbains montrent suffisamment quelles sont les dérives qui guettent ce type de gestion dans la mesure où les marchés sont alors utilisés comme centres de profits; les services rendus aux usagers ne sont, la plupart du temps, pas beaucoup plus satisfaisants que ceux des municipalités.

2.2.2

Les statuts et les modes d'utilisation des installations de vente: des enjeux de pouvoir

«Obtenir une place sur le marché est un obstacle bien plus grand que d'obtenir des marchandises.» (LEWIS et ROBERTSON, 1976).

Ce constat, qui souligne la difficulté pour un commerçant d'avoir d'accès aux marchés centraux, qu'il

s'agisse de Dakar, d'Abidjan, de Lomé, d'Accra ou des grands marchés Yorouba à la fin des années 1970¹¹ est plus que jamais d'actualité (LEWIS et ROBERTSON, 1976).

Pourtant, la congestion de ces marchés par des vendeurs ambulants «illégaux» donnant à penser que les Autorités ont souvent renoncé à en réguler l'accès sous l'effet de la pression des commerçants, en particulier, et de l'opinion publique, en général, peut sembler paradoxale. En réalité, obtenir une place régulière sur le marché central reste l'objectif premier de tous ces vendeurs «illégaux» très conscients de la précarité de leur situation.

Des mesures restrictives visant à limiter l'entrée «d'outsiders» dans les circuits commerciaux et, de ce fait, sur les marchés, ont toujours existé parmi certaines catégories de commerçants, comme par

Tableau 6

Budget des collectivités locales en Afrique centrale et de l'Ouest (en milliards de FCFA)

	Sénégal	Cameroun	Côte d'Ivoire	Burkina Faso	Bénin
Fiscalité partagée	0,7	7,3	0	0,1	0
Dotation en fonctionnement	0	0	3,5	0	0
Fiscalité directe locale	7	5,2	12,3	1,2	1,1
Impôt per capita	1,8	0,8			
Taxes foncières	1,8		3,5		
Taxes d'habitation					
Patentes/licences	3,3	3,0	6,5	1,0	
Taxes municipales et produits du domaine	3,1	2,0	4,1	0,4	0,3
Dont marchés	1,9	0,4	2,1	0,1	
Autres (dont report)	0,2	10,0	1,7	0,5	0,05
Total	11,0	24,5	21,6	2,2	1,5

Source: BREEF/CFD, 1994.

exemple les interventions des revendeuses de tissus sur les grands marchés de la côte auprès des responsables visant à interdire l'attribution d'une place aux femmes «étrangères» et/ou fonctionnaires (LEWIS, 1976; CORDONNIER, 1987).

Mais à ces comportements corporatistes, acceptés comme des règles du jeu inhérentes à la réalisation de certaines activités commerciales, sont venues s'ajouter des pratiques dues à la concurrence exacerbée que se livrent les vendeurs pour obtenir une place sur des marchés déjà saturés. Cette situation a souvent accompagné des changements politiques dans le pays, facteurs qui ont accru d'autant le pouvoir discrétionnaire du gestionnaire dans l'attribution des emplacements au détriment des règles de consultation des associations des commerçants qui prévalaient autrefois, au cas par cas, sur certains marchés¹² (CORDONNIER, 1987).

Ceci explique l'opacité qui entoure encore, aujourd'hui, les conditions réelles d'attribution d'un emplacement sur le marché central et dont l'arbitraire est constamment dénoncé par les vendeurs: «Plus de démocratie et d'équité dans la distribution des places», tel est l'un des souhaits majeurs en matière de gestion des marchés.

Les règles d'attribution des places de marché, qui interdisent la sous-location et veulent qu'il n'y ait qu'un attributaire par emplacement et qu'un vendeur ne puisse en cumuler plusieurs, sont partout transgressées. Il n'y a jamais identité entre le nombre d'installations d'un marché et le nombre de vendeurs; de même, la liste d'attributaires que l'on peut trouver auprès de la municipalité n'a qu'un lointain rapport avec la réalité.

2.2.2.1

La sous-location et la revente de pas-de-porte

La sous-location et la revente de pas-de-porte sont des pratiques généralisées sur tous les grands marchés étudiés.

Les installations les plus couramment sous-louées sont les boutiques et les hangars. A Mont-Bouët, on observe une situation assez exceptionnelle: celle de la sous-location généralisée des «stands» (étals maçonnés). La sous-location de ce type d'installation se pratique entre attributaires nationaux «propriétaires non commerçants absentéistes» et commerçants étrangers.

Deux éléments principaux sont à souligner:

- dans presque tous les cas recensés (informations directes du vendeur), le sous-locataire paye sa redevance au service du marché en plus du loyer;
- les montants de la sous-location représentent toujours une charge beaucoup plus lourde que le paiement de la redevance mensuelle ou du droit de place.

Les montants de la sous-location varient fortement suivant le type d'installation, sa localisation et les produits vendus par le sous-locataire, en d'autres termes son chiffre d'affaires potentiel. Ces montants représentent une charge beaucoup plus lourde que le paiement de la redevance mensuelle ou du droit de place.

2.2.2.2

La cession

La cession d'installations est aussi une pratique courante. Elle aurait été particulièrement fréquente entre la fin des années 70 et le début des années 80, dates qui marquent, sur les marchés, l'essor important des vendeurs de produits manufacturés (produits «riches»).

A Bobo-Dioulasso dans les années 80, les montants ne dépassaient pas FCFA 150 000 à 300 000 selon la taille du hangar ou de la boutique. Aujourd'hui, les sommes sur un marché comme celui de Bobo-Dioulasso s'élèvent à plus d'un million de FCFA pour une boutique bien placée de neuf m².

Fin 1994, sur le marché de Thiaroye-Gare, la cession d'une «cantine» (boutique) montait à un peu plus d'un million de FCFA.

2.2.2.3

La multipropriété

Il est très courant qu'un vendeur dispose de plusieurs installations de vente à travers des prête-noms. On constate que ces cas de multipropriété concernent exclusivement les commerçants de produits manufacturés à forte valeur ajoutée et les commerçants de produits alimentaires de première nécessité (riz, sucre, farine, sel, etc.).

2.2.2.4

Des installations gelées par des particuliers pour leurs besoins de stockage

Le recours à cette multipropriété est souvent la façon de satisfaire les besoins de locaux de stockage de faible capacité qui caractérisent les marchés, besoins

qui ne peuvent être satisfaits par la location d'entrepôts en ville, trop grands ou trop chers.

2.2.2.5

Le partage des installations

La pratique inverse de partage d'une installation par plusieurs vendeurs est tout aussi répandue. Deux causes distinctes sont à l'origine de cette situation: la saturation des marchés et donc l'impossibilité d'obtenir un emplacement, de même que la nécessité de partager les frais d'installation et d'exploitation de l'installation.

2.2.3

Les dysfonctionnements

2.2.3.1

Des marchés vides à l'intérieur

La plupart des grands marchés urbains, que l'on désigne habituellement comme sursaturés, présentent toutefois toujours un secteur vide ou sous-occupé à l'intérieur. Il s'agit généralement d'un secteur compris dans la partie du marché aménagée à l'origine par le gestionnaire. Les installations vides fermées ou inoccupées que l'on recense s'expliquent pour diverses raisons:

Les faillites, maladies graves, décès, problèmes politiques ayant entraîné la ruine ou la fuite de commerçants

Ce sont les raisons les plus couramment évoquées de l'inoccupation des installations de vente fermées et/ou vides depuis plusieurs mois, voire (très rarement) depuis quelques années.

Situation ambiguë: théoriquement, toute cessation de l'exploitation commerciale sur le marché devrait être sanctionnée par la réattribution de l'emplacement à un autre commerçant. Dans la pratique, aucune mesure de ce genre ne peut être prise (absence d'un règlement intérieur, pressions multiples qui ne manquent pas de s'exercer sur le gestionnaire lorsque l'installation a été financée et construite par le commerçant, etc.) de telle sorte qu'au pire, la situation reste en l'état, au mieux, une solution est recherchée avec la famille (succession du commerçant ou sous-location de l'installation).

Des aménagements non fonctionnels, des défauts de construction, des problèmes économiques

Hormis ces cas ponctuels, on recense des rangées entières d'installations de vente vides ou très faiblement occupées depuis plusieurs années et ceci dans

les secteurs des marchés qui ont fait l'objet d'un aménagement par le gestionnaire.

L'existence de nombreuses installations vides dans ces secteurs peut s'expliquer par un ensemble de raisons dans lesquelles interviennent trois grands problèmes:

- les problèmes économiques fragilisant la profession commerciale: concurrence des vendeurs à la sauvette à l'intérieur et aux abords des marchés, délocalisation arbitraire de commerçants sur un site défavorable à leur activité économique, taux des sous-locations qui ne sont plus supportables dans une situation de crise;
- les dysfonctionnements propres à l'organisation des marchés: absence de sectorisation des produits, difficultés d'accès à certains secteurs du marché;
- les défauts de conception, de construction et/ou d'entretien des aménagements par le gestionnaire.

2.2.3.2

Les magasins habitations:

les marchés comme lieux de repli

On observe qu'une bonne partie des magasins sont en réalité de véritables habitations où résident de façon permanente des ménages (ménages des gardiens, de certaines catégories de grossistes de vivriers, etc.). Ces marchés «zone» présentent ainsi la caractéristique de ne pas fonctionner seulement comme centres de commerce mais aussi comme lieux de repli, de survie et d'habitation pour des familles très démunies de la ville.

La perte de ce type d'habitat sur un marché réaménagé, est une des conséquences dramatiques et redoutées d'un «projet de marché».

2.3

Les vendeurs et l'activité économique

2.3.1

Les comportements des vendeurs et les stratégies commerciales: les effets de la crise

Les différentes observations faites sur les grands marchés urbains en Afrique et à Madagascar confortent toutes ce même constat: il y a une réelle mutation dans la composition et le comportement de la population des vendeurs des marchés.

Ce qui frappe aujourd'hui dans cette population, c'est bien, d'une part, le nombre croissant d'ambulants iti-

nérants, semi-itinérants et occasionnels et, d'autre part, la forte mobilité spatiale des stratégies commerciales des vendeurs installés.

Les distinctions, opératoires autrefois, entre sédentaires et ambulants, réguliers et occasionnels, deviennent de plus en plus floues; l'image du vendeur à l'étal attendant son client et de l'ambulant se portant au devant de celui-ci, est aujourd'hui totalement brouillée.

Les vendeurs réguliers payant redevance sont prompts à dénoncer la concurrence des ambulants, des occasionnels et des «illégaux» squattant les allées et les abords des marchés, et à exprimer leur regret d'un âge d'or où l'ordre régnait sur les marchés et où chacun était à sa place; mais ces discours véhéments masquent des comportements ambigus: ces vendeurs sont souvent aujourd'hui les premiers à utiliser des ambulants pour écouler plus rapidement leurs marchandises et à se déplacer eux-mêmes sur d'autres marchés régionaux où ils concurrencent, à leur tour, les vendeurs régulièrement installés.

2.3.2

L'activité économique sur les marchés: commerces «riches» et commerces «pauvres»

On constate une remarquable stabilité de la structure des chiffres d'affaires par catégorie d'activités sur l'ensemble des marchés étudiés.

2.3.2.1

Les commerces de détail

Sur l'ensemble des marchés d'Afrique de l'Ouest, les chiffres d'affaires journaliers des produits vivriers de base (condiments, légumes courants et produits secs) se situent entre FCFA 2 000 à 8 000 (Afrique de l'Ouest) et entre FCFA 10 000 à 20 000 (Libreville).

Le commerce général alimentaire génère un chiffre d'affaires deux à trois fois supérieur à celui du vivrier. Les bouchers sont les mieux lotis avec des chiffres d'affaires qui varient entre FCFA 25 000 et 40 000 selon les pays.

Dans le commerce des produits vivriers de gros comme de détail, les marges commerciales sont très limitées. Elles sont particulièrement faibles pour les toutes petites détaillantes qui forment la grande majorité des vendeuses. La marge brute se situe entre FCFA 500 et 1 000. Le bénéfice net, une fois déduits les coûts d'exercice de l'activité sur le marché, ne dépasse pas FCFA 500 à 700 par jour.

Pour les produits manufacturés, les chiffres d'affaires se situent entre FCFA 10 000 et 30 000 par jour en Afrique de l'Ouest et entre FCFA 20 000 et 40 000 au Gabon.

Les marges des commerçants de produits manufacturés sont très difficiles à saisir étant donné la multiplicité des sources d'approvisionnement et le poids des circuits de fraude. Ces derniers permettent d'ailleurs aux commerçants d'abaisser leurs prix et de garder ainsi un volume de vente suffisant bien plus que d'augmenter leurs marges. Sur des produits comme les pagnes de luxe (Wax de Hollande ou d'Angleterre), les marges se seraient considérablement réduites ces dernières années (pas plus de cinq pour cent du chiffre d'affaires comme bénéfice net).

On note que, sur tous les marchés, les chiffres d'affaires les plus faibles pour les produits manufacturés s'observent dans les commerces de friperie et d'articles artisanaux à usage domestique.

2.3.2.2

L'artisanat et les services

A l'exception de la restauration (les gargotes), ces activités génèrent les chiffres d'affaires les plus bas de tous les marchés: de FCFA 3 000 à 5 000 en Afrique de l'Ouest, et de FCFA 12 000 à 15 000 à Libreville.

2.3.2.3

Les commerces de gros

Dans le commerce de gros on observe, selon les catégories de produits, la même dispersion des chiffres d'affaires que pour les commerces de détail. Les relevés sur les marchés montrent que les grossistes ont un chiffre d'affaires de huit à dix fois supérieur pour un produit donné (vivrier ou manufacturé) à celui du détaillant correspondant.

D'une manière générale, les vendeurs soulignent tous la baisse de leurs chiffres d'affaires depuis ces cinq dernières années. La crise économique se répercute surtout sur les commerces les plus pauvres, comme les produits vivriers et les tout petits artisans; elle entraîne une réduction de leurs marges à la limite de la survie.

Le tableau 7 résume les chiffres d'affaires quotidiens, en FCFA, observés en Afrique centrale et occidentale (Libreville exceptée).

Tableau 7

Chiffres d'affaires journaliers en Afrique centrale et de l'Ouest (FCFA)

	Détail	Gros
Vivriers	2 000 - 8 000	20 000 - 80 000
Produits alimentaires	11 000 - 28 000	60 000 - 90 000
Produits manufacturés	10 000 - 30 000	80 000 - 1 400 000

2.4 L'organisation des marchés et les dynamiques spatiales à l'oeuvre

2.4.1 Des services inexistantes ou largement insuffisants palliés par les vendeurs

On examinera dans ce chapitre comment les vendeurs s'organisent pour exercer leurs activités, comment ils pallient la défaillance des services qui devraient normalement leur être fournis par l'Autorité du marché (eau, latrines, éclairage, stockage, nettoyage et sécurité, etc.) et ce qu'il leur en coûte.

2.4.1.1 *La sécurité et le gardiennage*

En règle générale, la sécurité des personnes et le gardiennage des marchandises ne sont, de fait, jamais assurés par le gestionnaire des marchés ou les pouvoirs publics. Les vendeurs se sont organisés en conséquence.

La sécurité

L'insécurité est devenue un problème majeur sur nombre de marchés, en particulier pour les grossistes qui manipulent de grosses sommes d'argent et dont l'activité se déroule souvent à la tombée de la nuit ou à l'aube, dans des zones généralement mal éclairées. Il faut dire que ce phénomène a pris une certaine ampleur sur les marchés d'Antananarivo et de Conakry. On assiste ainsi, sur certains marchés d'Antananarivo, à l'organisation par les grossistes de

véritables corps d'agents de sécurité rémunérés et recrutés parmi les porteurs. A Conakry, ce sont les détaillants de produits de haute valeur (hi-fi, radios, télévisions) du marché Niger, par exemple, qui entretiennent une milice permanente pour la protection des clients.

Le gardiennage des marchandises

Sur tous les marchés, l'emploi d'un gardien est la règle pour les commerçants installés dans une boutique ou dans un hangar, et est même assez fréquent chez les vendeurs disposant d'une table. Le coût du gardiennage est très souvent partagé entre plusieurs vendeurs. Le montant de la rémunération varie suivant la valeur des marchandises à garder et les services complémentaires qui peuvent lui être demandés (nettoyage).

Ce gardiennage privé semble insuffisant et tous les commerçants se plaignent du développement des vols, de nuit comme de jour.

2.4.1.2 *L'approvisionnement en eau: marchands d'eau et branchements privés*

L'eau est nécessaire à tous les vendeurs pour la boisson, le nettoyage et le rafraîchissement des légumes, le nettoyage des stalles des bouchers et des vendeuses de poisson frais, etc.

Les points d'eau sur les marchés sont inexistantes ou ne fonctionnent plus. L'approvisionnement des usagers se fait par porteurs d'eau ou en achetant l'eau

de branchements privés (souvent pirates). La diversité des situations rencontrées entraîne de fortes variations du prix d'achat de l'eau.

2.4.1.3

L'entretien, le nettoyage et l'enlèvement des ordures

Un nettoyage intérieur des marchés est, dans presque tous les cas, assuré par l'Autorité du marché, mais toujours de façon très insuffisante. Les vendeurs pallient, dans la mesure du possible, l'insuffisance de ce service en recourant à un aide familial qui est chargé de faire le nettoyage de la place très tôt le matin. Si le nettoyage pose peu de problèmes pour les vendeurs de produits manufacturés, en revanche, les commerces produisant beaucoup de déchets (les produits vivriers et surtout la boucherie) ont beaucoup plus de mal à atteindre un niveau minimal d'hygiène.

2.4.1.4

Les équipements sanitaires

Presque tous les marchés sont équipés de latrines (à l'exception bien connue des marchés de N'Djamena) dont l'état est plus ou moins satisfaisant. Elles sont, de toute façon, toujours en nombre insuffisant et chères.

2.4.1.5

*Un besoin permanent sur tous les marchés:
le stockage des invendus; un service adapté:
le stockage à façon*

Sur tous les marchés fonctionnent des systèmes de gardiennage et de stockage temporaire (à façon) mis en place et assurés par les commerçants. Ils consistent en réseaux d'installations dans lesquels les commerçants viennent déposer le soir leur marchandise contre paiement d'un loyer calculé à la journée ou au mois et dont le montant est indexé sur la valeur de la marchandise. Ces installations sont le plus souvent des constructions fermées (boutiques, magasins), mais on rencontre aussi des «gardiens à façon» installés sous des hangars ou autour des marchés dans les installations des particuliers.

Ce besoin, que l'on retrouve sur tous les marchés, n'a jamais été organisé ni même identifié à l'exception notable du marché Dantokpa où le gestionnaire a construit un certain nombre d'entrepôts à cet effet, mais dont la gestion est confiée à des privés.

Pour le cas particulier des bouchers et des vendeurs de poisson se développe un stockage à façon de bahuts congélateurs détenus par des commerçants. Ils sont encore en nombre insuffisant et pratiquent

souvent des tarifs élevés. On note que les quelques chambres froides qui ont pu être construites sur les marchés par le gestionnaire ne fonctionnent pas ou très mal.

2.4.1.6

*Un service omniprésent sur tous les marchés:
la restauration*

Les gargotes des marchés qui ont pour clients tous les usagers (vendeurs et acheteurs), sont devenues les cantines des travailleurs des quartiers environnants et sont aussi les seuls endroits, comme à Antananarivo par exemple, où peuvent s'approvisionner les ménages très démunis.

Ces services sont indispensables sur les marchés mais leur présence pose un certain nombre de problèmes de sécurité anti-incendie qu'il faut résoudre.

2.4.2

Le coût de l'exercice de l'activité sur les marchés

On fera ci-après le récapitulatif de tous les coûts que doit payer le vendeur pour exercer son activité dans l'enceinte d'un marché. Ces coûts comprennent la rémunération des services ci-dessus et la redevance ou droits de place prélevés par le gestionnaire du marché.

2.4.2.1

Les droits de place

On observe deux modes de paiement pour l'occupation d'un emplacement sur les marchés: la location mensuelle et le paiement journalier.

La location mensuelle

Sur tous les marchés, la location mensuelle concerne d'abord les commerçants installés dans une boutique, qu'il s'agisse d'une installation construite à leurs frais ou non. Les tarifs ont une progression plus ou moins corrélée avec la surface occupée. On s'aperçoit que l'échelle adoptée avantage en général presque toujours les grandes installations, sauf lorsqu'il existe un recensement systématique des surfaces, ce qui est très rare.

En principe, l'autorisation d'occupation d'un emplacement sur le domaine privé de l'Etat ou de la commune donne droit, une fois les différentes taxes payées, à la délivrance d'une carte de commerçant et à l'attribution d'un numéro apposé sur la boutique ou sur le hangar. La carte de commerçant est surtout utilisée pour l'établissement des patentes et de l'impôt sur les

Bénéfices industriels commerciaux (BIC). Les commerçants s'acquittant mensuellement de la location font toujours l'objet d'un recensement. Les documents existants contiennent rarement des informations sur l'identité du commerçant, ses activités, les surfaces occupées, etc. De plus, n'étant pas régulièrement mis à jour, ils ne permettent pas de suivre l'évolution de la situation des marchés (notamment la détermination des retardataires redevables).

Le droit de place journalier

Le paiement journalier s'effectue contre remise d'un ticket. Les tarifs pratiquent généralement une différence selon les catégories de vendeurs: entre ambulants et sédentaires (tous les marchés), commerçants de vivriers et manufacturés, «grosses» revendeuses et petites détaillantes de vivriers, manufacturé «riche» ou «pauvre» (fripier) (Mont-Bouët, Dantokpa), selon le type d'installation: précaire, table ou barnum (Antananarivo), et selon la surface et le type de marchandises au sol, matériaux de construction ou bassines (N'Djamena), etc.

Des critères aussi raffinés de différenciation des vendeurs non sédentaires étant forcément difficiles à appliquer, la multiplicité des tarifs ouvre la porte à tous les procédés arbitraires au gré des rapports de force entre collecteurs et vendeurs. La situation la plus courante observée sur de nombreux marchés est bien évidemment celle du paiement du droit de place journalier sans que le collecteur ne remette le ticket en contrepartie, le vendeur ne pouvant pas le lui réclamer.

La mise en place d'une nouvelle équipe de collecteurs honnêtes est la première des revendications des commerçants lorsque, à l'occasion d'un changement de régime, il leur est possible de se faire entendre du gestionnaire des marchés.

A Cotonou, ce fut, avec la réduction des tarifs exorbitants de la période Kérékou, l'une des raisons majeures de la marche des commerçantes sur le Palais présidentiel en 1991.

2.4.2.2

Le récapitulatif des coûts par marché

Le tableau 8 récapitule les coûts que doivent supporter les vendeurs pour exercer leurs activités sur les marchés. On a choisi deux catégories de détaillants: les vendeuses de produits vivriers et les commerçants de produits manufacturés. Les données chiffrées retenues correspondent à des chiffres d'affaires moyens (voir le chapitre ci-dessus).

Les détaillants de produits manufacturés

On a retenu une marge d'environ 25 pour cent en Afrique de l'Ouest et de 30 pour cent pour Libreville. Cette marge est très variable selon les sources d'approvisionnement: l'exemple du commerce des pièces détachées à Korhogo montre que, dans les circuits de la contrebande, la marge varie de 21 pour cent si les vendeurs du grand marché passent par les grossistes de la place, à 33 pour cent s'ils se risquent eux-mêmes à s'approvisionner directement au Mali; leur marge, en revanche, n'est que de 10 pour cent s'ils achètent les pièces dans le circuit officiel (LABAZEE, 1993). On rappellera que l'essentiel des produits manufacturés arrivant sur les marchés proviennent des circuits d'échanges transfrontaliers non contrôlés.

Les détaillantes de produits vivriers

On a retenu une marge d'environ 20 à 25 pour cent du chiffre d'affaires pour les petites détaillantes de produits vivriers, sur la base des résultats des enquêtes menées auprès de ces commerçantes et de leurs principaux fournisseurs (grossistes et semi-grossistes des marchés).

Dans tous les cas, il s'agit de la marge brute, les coûts d'acheminement (portage ou pousse-pousse) sur le marché même n'étant pas déduits. La toute petite détaillante assure elle-même le portage de sa marchandise, depuis les zones de déchargement ou de stockage des grossistes jusqu'à son emplacement sur le marché, mais dès qu'il s'agit d'un achat entre 50 et une centaine de kg, le recours à une main-d'oeuvre est indispensable. La rémunération d'un porteur sur les marchés d'Afrique de l'Ouest est de FCFA 25 à 100 le trajet et le poids de la marchandise de FCFA 50 à 100, s'il s'agit d'un pousse-pousse. A Libreville, l'acheminement des produits vivriers se fait exclusivement en brouette: les tarifs du «brouettier» sont de FCFA 100 à 200 le trajet, selon le poids des marchandises.

Les coûts de portage ne concernent pas seulement l'acheminement des marchandises depuis le lieu d'achat jusqu'à l'emplacement de vente. Ils représentent aussi un des postes de dépenses des systèmes de stockage à façon auxquels ont largement recours les vendeurs des marchés (voir ci-dessus). Le budget «stockage à façon» peut être, en définitive, supérieur à celui de l'emploi d'un gardien en groupe.

Le dernier point à souligner concerne la marge brute avant impôt (patente, BIC). Sur les marchés étudiés, les commerçants de produits manufacturés et une

Tableau 8

Coût de l'exercice d'activités sur les marchés (FCFA)

	BOBO-DIOULASSO		N'DJAMENA		COTONOU		LIBREVILLE	
	Marché central		Marché central		Dantokpa		Mont-Bouët	
	V	M	V	M	V	M	V	M
Postes de charge								
Gardien	25	100	50	140	25	100	100	166
Eau	25	25	25	25	25	25	100	100
Latrines	38	38			38	50	100	200
Nettoyage	25			25	25		50	
Droit de place	25	67	25	120	25	93	500	1 000
Sous-location		200	50	250			666	
Total charges	138	430	150	560	138	268	1 516	1 466
Chiffre d'affaires	3 000	15 000	2 200	20 000	3 800	15 000	20 000	4 000
Marge brute	750	3 750	652	5 600	950	3 750	5 000	11 200
Charges/marge brute	18%	11%	23%	10%	15%	7%	30%	13%
Charges/marge brute (hors sous-location)	18%	6%	15%	6%	15%	7%	17%	13%

partie des artisans (tailleurs, menuisiers) paient assez fréquemment la patente. Pour les vendeuses de produits vivriers, c'est très variable selon les produits et surtout les pays. Le paiement de la patente semble généralisé pour les commerçantes de vivriers à Libreville, assez fréquent à Cotonou et à Antananarivo. Sur les marchés soudano-sahéliens, c'est très rare. Les coûts retenus nous paraissent pour ces différentes raisons un strict minimum.

Les charges rapportées à la marge brute représentent, selon les pays, sept à 15 pour cent pour les vendeurs de produits manufacturés et 15 à 30 pour cent pour les produits vivriers.

Un des facteurs importants de renchérissement des coûts est la sous-location. Comme on l'a vu, elle est en général largement supérieure au droit de place payé par les commerçants. On comprend pourquoi les vendeuses de vivriers, sous-locataires de stands

à Mont-Bouët (Libreville), ont choisi de «sortir» du marché, la crise ayant laminé leurs marges.

On remarquera que le droit de place n'est pas le poste de dépenses le plus élevé, excepté pour Libreville où ces droits de place correspondent manifestement à la période faste durant laquelle les marges des commerçants étaient beaucoup plus élevées.

On notera encore, qu'au titre des dépenses quotidiennes pour l'exercice de l'activité sur le marché, les vendeurs donnent spontanément leurs dépenses de nourriture et/ou celles de l'aide revendeur. Le prix du «plat» s'élève entre FCFA 100 et 200 dans les villes bon marché (Bobo-Dioulasso et Cotonou), autour de FCFA 500 à N'Djamena et entre FCFA 500 et 1000 à Libreville.

2.4.3

La dynamique d'occupation spatiale

2.4.3.1

La division entre commerces riches et pauvres commande à l'organisation spatiale des marchés

C'est une situation générale sur tous les marchés.

Cette dynamique qui consiste en «l'expulsion progressive» des vendeurs de produits vivriers par les vendeurs de produits manufacturés est présente sur tous les marchés observés. Elle a entraîné de profondes mutations ces dix dernières années dans la physionomie et le fonctionnement des marchés.

Le mouvement d'occupation par les commerces de produits manufacturés se réalise en plusieurs étapes.

Dans un premier temps, les commerces de produits manufacturés occupent les installations fermées de type boutique, le vivrier - «le marché des femmes»- occupant les secteurs peu ou pas du tout équipés (au mieux quelques hangars, le plus souvent un espace nu). On observe une première transformation des secteurs vivriers par l'édification ici et là d'installations fermées. Cette transformation s'effectue par le jeu de cessions d'emplacements, plus rarement de sous-locations entre vendeuses de vivriers et commerçants de marchandises générales dont les moyens financiers sont nettement supérieurs.

Les produits vivriers sont alors progressivement refoulés dans les allées de circulation et repoussés dans les secteurs généralement les moins fréquentés du marché. Les problèmes de circulation, d'accessibilité et d'achalandage dont souffrent ces zones entraînent ces mouvements de navettes entre l'extérieur et l'intérieur que l'on observe de la part de nombreuses détaillantes de vivriers; cette turbulence est elle-même propice au grignotage de ces derniers emplacements par les commerces de produits manufacturés.

Lorsqu'il s'agit des rapports entre vendeurs de produits manufacturés et vendeuses de vivriers, la faiblesse des secondes est évidente. Souvent femmes de producteurs maraîchers ou petites commerçantes, leurs besoins de trésorerie les ont conduites à revendre leur emplacement aux vendeurs de produits manufacturés. D'autres encore, plutôt que de subir la concurrence des vendeuses à la sauvette installées sur les pourtours des marchés, ont préféré monnayer leur départ.

La situation doit être analysée à la lumière des rapports de force qui se jouent, non seulement au sein des marchés centraux entre différentes catégories de vendeurs selon les produits, mais aussi entre des commerçants dont les relations avec les appareils d'Etat et les stratégies sociales avec les classes au pouvoir fondent les différences et les alliances selon les périodes politiques. Il s'agit d'un conflit entre une dynamique de capital, de réseaux d'alliances et de crédits personnalisés.

Ces rapports de pouvoir marquent aussi les positions respectives sur les marchés des «nouveaux riches» (les commerçants de denrées alimentaires de première nécessité) et des tenants des anciens réseaux d'approvisionnement des capitales (grossistes de vivriers).

Dans les deux cas, les détaillantes comme les grossistes de vivriers voient leur espace se réduire de plus en plus.

On observe de ce fait une très nette coupure entre la zone des produits manufacturés et celle des produits vivriers.

Les secteurs à forte valeur ajoutée

Ce sont les secteurs des commerces de produits manufacturés riches et des commerces de denrées alimentaires (riz, farine et sucre).

Sur tous les marchés, certains secteurs réunissent les commerces à valeur ajoutée élevée ou à forte rotation des stocks, à savoir les commerces riches. On y relève les chiffres d'affaires les plus élevés.

Ces secteurs présentent, du point de vue du bâti, un aspect très caractéristique: boutiques soignées, allées entretenues, marchandises souvent de qualité et très grande propreté des parcours. Tous ces éléments en font une zone d'activités qui s'inscrit logiquement dans un centre urbain commercial et tertiaire «moderne». Ils bénéficient des meilleures conditions d'accès et attirent de ce fait le maximum de clients. Mais les abords de ces secteurs cumulent aussi embouteillage, prolifération de vendeurs ambulants et de commerces à la sauvette, ce qui ajoute encore à l'impression de dynamisme économique. Ils bénéficient de l'effet d'entraînement créé par le développement à proximité de zones de stockage et d'entreposage des grands produits de nécessité ou des produits manufacturés importés.

L'importance des affaires qui s'y traitent font bien de cette partie le coeur économique et financier de tout le quartier marché.

Les secteurs marginalisés spatialement et économiquement, les commerces à faible valeur ajoutée

Ce sont les zones des produits vivriers, des artisans, de certains services, des vendeurs de produits manufacturés de faible valeur comme l'équipement domestique: tous commerces dits «pauvres».

Ce sont les zones où les chiffres d'affaires sont les plus faibles, où les conditions d'exercice des activités sont les plus médiocres. Elles cristallisent la plupart des problèmes de fonctionnement du marché central: mauvaise accessibilité, conditions physiques dégradées, conditions sanitaires très médiocres, état du bâti vétuste.

Dans ces zones excentrées s'étaient autrefois repliés, vers le milieu des années 80, les grossistes de produits vivriers, parfois de bois et charbon, etc. Premiers occupants, ils disposaient de suffisamment d'espace (N'Djamena, Dantokpa). Dès la fin 80, ils ont été à leur tour progressivement envahis par les petits détaillants refoulés par les produits «riches».

En conclusion, aujourd'hui, les produits manufacturés occupent partout la plus grande partie de l'emprise des marchés, l'alimentaire étant réduit à la portion congrue. Le véritable marché alimentaire aujourd'hui en Afrique s'exerce dehors, dans les rues autour du marché.

2.4.3.2

Le refoulement des activités de gros de produits vivriers

L'expulsion des grossistes de produits vivriers ou leur refoulement dans les secteurs les plus excentrés a plusieurs causes.

Fonctionnelles, certes, compte tenu du développement des volumes commercialisés des grands produits vivriers traditionnels et du développement de nouvelles filières (légumes et fruits notamment); les grossistes ont été logiquement conduits à chercher des emplacements ayant un accès plus direct aux voies de circulation, à s'installer là où la place existait encore (zones excentrées) ou tout simplement à s'organiser sur la voirie parce qu'aucun emplacement n'avait jamais été prévu pour eux (les grossistes collectrices de légumes).

Lorsque le gros subsiste sur le marché, c'est «coincé» sur une étroite bande de terrain, comme dans le cas du Marché au mil, ou relégué dans les zones insalubres, comme sur le marché Dantokpa à Cotonou ou Anosibe à Antananarivo, ou plus caricatural encore, totalement enclavé dans un secteur prévu et équipé en conséquence pour des petites détaillantes, comme à Libreville sur le marché Mont-Bouët, obligeant les grossistes à des acrobaties pour faire tenir des piles de sacs sur des étals en ciment!

Dans certains cas, les grossistes ont demandé eux-mêmes directement aux Autorités de leur trouver un emplacement plus adéquat. C'est le cas des grossistes de fruits et tubercules anciennement installés sur le Marché central à Bobo-Dioulasso ou des grossistes de légumes exerçant sur la chaussée à côté de ce marché.

Le résultat est significatif de l'importance qui est accordée à cette profession: les grossistes ont été installés sur un vaste emplacement destiné, au départ, exclusivement au marché de gros de fruits et tubercules. Cinq ans après leur déplacement, la construction de la nouvelle gare routière voyageurs de Bobo-Dioulasso absorbait la quasi-totalité du terrain du marché, repoussant les grossistes à son extrémité et les contraignant à opérer en grande partie sur la voie publique. Quant aux femmes petits grossistes de légumes, le terrain qui leur avait été proposé était si loin du centre-ville (bien plus loin que le marché de gros des tubercules) qu'elles décidèrent de rester dans la rue à côté du Marché central et d'engager l'épreuve de force avec les Autorités municipales.

L'expulsion progressive des grossistes de vivriers des marchés, d'une part, mais aussi le peu d'intérêt que suscite la question de l'amélioration de leurs conditions de travail, d'autre part (en dehors de la solution toujours évoquée de leur délocalisation à l'extérieur de la ville, traitée au chapitre suivant), traduisent très clairement leur peu de «poids» dans les rapports de pouvoir actuels en Afrique.

2.5

Les souhaits des vendeurs des marchés

Les souhaits des commerçants, en matière de services et d'équipements, ont été systématiquement recueillis au cours des différentes études socio-économiques, préalables au réaménagement des marchés, menées sur différents grands marchés d'Afrique et de Madagascar¹³. Ils concernaient un ensemble varié de thèmes: équipements, services, installations souhai-

tées, regroupements préférentiels des produits, tarification, localisation pendant les travaux, etc. Ces souhaits étaient, bien entendu, fonction de la situation spécifique du marché et du projet envisagé.

Il apparaît qu'au-delà de la diversité des situations étudiées, certaines grandes préoccupations communes aux usagers des marchés émergent avec force et demandent à être soulignées.

Les souhaits sont apparemment très simples, le premier étant de pouvoir avoir une place sur le marché.

Mais ceci est loin d'être acquis pour toutes sortes de vendeurs, selon leur statut et leur catégorie d'activité, leur ethnie, leur nationalité et leur situation dans le secteur informel.

Les facteurs d'exclusion sont innombrables et jouent à plein dans la situation d'un réaménagement de marché.

S'ils obtiennent une place, le second souhait des commerçants est de pouvoir payer la redevance, ce qui est loin d'être acquis pour les commerces les plus pauvres et les artisans.

Si, aujourd'hui, la plupart de ces marchés sont des marchés polyvalents où chacun a malgré tout une chance d'entrer, il est clair qu'un réaménagement, qui a toujours pour conséquence d'augmenter les droits de place, risquerait d'entraîner l'exclusion de ces commerces pauvres pour les rejeter vraisemblablement à la périphérie immédiate du marché, voire, comme dans le cas des artisans, à la périphérie de la ville. De nombreux acteurs de ces marchés sont bien conscients de ce problème.

Leur troisième souhait est de disposer des trois services suivants:

- la sécurité (marché clôturé, éclairage nocturne, service de police efficace);
- l'approvisionnement en eau;
- les équipements sanitaires: latrines et douches.

Leur quatrième souhait est celui d'être dans un marché couvert.

La protection contre la pluie et le soleil passe avant toute autre considération relative aux équipements de vente.

Quant aux besoins prioritaires exprimés par les grossistes de produits vivriers, ils sont de deux types:

- la localisation de ceux qui, pour des raisons diverses, n'ont d'autre terrain d'exercice que la rue;
- l'amélioration des conditions de fonctionnement de leurs activités pour les grossistes des marchés, ce qui recouvre toute la gamme des services qui peut être envisagée sur un marché de gros.

Aux revendications mentionnées ci-dessus s'ajoute le souhait général de disposer de structures simples, qu'ils sont en général disposés à aménager et à financer eux-mêmes selon un cahier des charges précis. Le site d'implantation du marché de gros est enfin une question qui demande à être concertée avec ces opérateurs.

Enfin, une information plus large et plus régulière sur les objectifs et le contenu du projet de réaménagement du marché est la demande constamment émise par tous les vendeurs. Cette demande d'informations concerne notamment des points tels que:

- connaître la date de démarrage des travaux suffisamment à l'avance;
- le phasage des opérations;
- les conditions dans lesquelles s'opéreront les déplacements pendant les travaux et l'identification du lieu de transit;
- les critères d'identification des vendeurs qui seront destinés à être relocalisés sur le futur marché: actualisation des recensements et conditions de mise en oeuvre de ce recensement (impliquant les représentants des vendeurs et leurs émissaires de confiance), identification de la place occupée originellement;
- les critères de réattribution des places;
- la tarification projetée.

Il faut souligner, pour finir, que les vendeurs des marchés demandent toujours à être étroitement associés à l'organisation interne et à la gestion de leur marché.

3 Conclusions et recommandations

3.1

Les aspects-clés de la situation actuelle du secteur des marchés: des coûts économiques élevés

Les agglomérations ont connu et connaissent encore un fort accroissement de leur population. Parallèlement, la situation économique a engendré le développement du secteur informel et la multiplication des petits métiers.

Ces éléments ont notamment eu, pour conséquence, une augmentation considérable des effectifs des vendeurs sur les marchés existants et, de façon générale, en ville. L'accroissement de la demande (des commerçants) n'a pas été accompagnée d'une augmentation significative du nombre d'équipements commerciaux et de transports (de l'offre).

Ces deux facteurs conjugués sont à l'origine de la situation actuelle qui se caractérise par la saturation, la désorganisation et l'insalubrité des équipements existants, ainsi que par l'occupation fréquente de la voirie par les vendeurs.

Les conséquences du déficit en équipements à l'échelle urbaine engendrent une série de coûts économiques au titre desquels on peut notamment citer des coûts directs pour la commune et des coûts indirects pour la collectivité.

3.1.1

Les coûts directs pour la commune

Les commerçants occupant les emprises publiques ou installés en dehors des marchés officiels ne font que rarement l'objet de perception de droits.

Le désordre grandissant dans lequel fonctionnent les marchés complique la perception des droits et pèse sur les rendements de l'équipement et les possibilités d'entretien.

La dégradation continue du service fourni rend de plus en plus difficilement acceptable par les usagers les réajustements des tarifs.

3.1.2

Les coûts indirects pour la collectivité

Le manque d'équipements de gros et les contraintes pesant sur les circuits de distribution et de commer-

cialisation engendrent, selon toute vraisemblance, des surcoûts sur les produits et bloquent toute évolution vers une fonction moderne plus adaptée à la diversité des exigences des consommateurs.

L'occupation des emprises et le désordre dans lequel fonctionnent les marchés d'approvisionnement et de redistribution (les places de gros) créent d'importants dysfonctionnements de circulation (consommation de carburants, coûts d'exploitation, etc.).

Les conditions d'hygiène désastreuses engendrent des coûts de santé.

En conséquence, il apparaît nécessaire d'engager une stratégie globale pour le secteur des marchés qui puisse favoriser la mutation du système actuel vers une fonction moderne d'approvisionnement et de distribution des villes.

3.2

Le secteur des marchés: recommandations pour une stratégie globale

3.2.1

Un impératif: informer et appuyer les Autorités locales dans la mise en oeuvre d'une politique globale des marchés pour l'approvisionnement urbain

Le secteur des marchés, qui est l'une des préoccupations des Autorités locales, ne représente pas pour autant leur priorité immédiate, compte tenu des nombreuses responsabilités à assumer (logement, emploi, santé, équipements divers, etc.). Dans ce secteur, elles envisagent, au prime abord, la question du réaménagement ou de la création de nouveaux marchés de consommation pour leurs administrés.

Les objectifs poursuivis et les avantages qu'elles en attendent sont en effet nombreux et parfois contradictoires:

- l'amélioration de l'environnement par la réduction des nuisances, la diminution de la congestion de la circulation de leur ville et l'amélioration de l'évacuation des ordures autour des marchés;
- le développement de l'emploi dans le secteur des marchés qui est la source majeure d'emplois. Il faut, par conséquent, maintenir et développer un niveau élevé d'emplois dans le commerce et donc, en général, éviter une trop grande rupture avec les circuits traditionnels;

- l'amélioration des conditions de vie sanitaires de leurs administrés par le réaménagement ou la création de nouveaux marchés de détail, porteurs de progrès en matière d'hygiène;
- le bénéfice politique car les Autorités locales sont, de nos jours, légitimement intéressées à leur réélection, et sont donc en faveur d'actions visibles dont elles attendent un rapide impact urbain et économique.

On constate que les Autorités locales, bien que souvent conscientes de l'intérêt de la création d'un marché de gros, n'en voient pas toujours l'urgence étant principalement préoccupées par les problèmes de gestion urbaine immédiate qu'elles doivent résoudre quotidiennement.

Par ailleurs, les carences générales dans le secteur des marchés sont telles que les Autorités locales manquent d'éléments pour apprécier les priorités en matière d'intervention: par quel marché commencer? Quelle hiérarchie dans les actions? Quels en seront les différents coûts? Les différents impacts? etc.

Il est, par conséquent, impératif d'appuyer la mise en application des décisions indispensables à la politique d'approvisionnement de la ville, en particulier du secteur stratégique des marchés, suivant trois axes:

- l'élaboration des outils nécessaires à la prise de décision;
- l'implication, la responsabilisation et l'appui des Autorités locales;
- l'information et la formation des Autorités locales.

Les outils nécessaires à la prise de décision permettent de clarifier les objectifs attendus des interventions dans le secteur des marchés et de mettre à jour leur impact économique.

L'implication et la responsabilisation des Autorités locales demandent qu'elles soient appuyées dans leur volonté et leur engagement de créer les conditions d'une véritable politique d'approvisionnement de la ville.

A cet égard, s'il faut nécessairement distinguer les niveaux de responsabilités institutionnelles selon le type d'équipement et la fonction des marchés (marchés de gros d'intérêt national ou marchés urbains de consommation), il est important d'impliquer et d'intéresser les collectivités locales à l'ensemble de la pro-

blématique des marchés tout en privilégiant le renforcement de leurs responsabilités et de leurs compétences dans le secteur des marchés de détail urbains.

Enfin, il faut favoriser et développer les systèmes d'échanges d'expériences, d'informations et de formations des techniciens et des élus des villes d'Afrique subsaharienne afin de dégager les leçons des expériences en cours en Afrique, fournir des comparaisons et tirer des enseignements du fonctionnement des marchés dans d'autres continents.

On soulignera, dans cette perspective, l'importance du rôle d'appui et de conseil de la part des Associations internationales et nationales de pouvoirs locaux, des acteurs de la coopération décentralisée en général dans l'information et la formation des Autorités locales en ce qui concerne la gestion et l'organisation des marchés.

3.2.2

Elaborer des outils facilitant la prise de décision

Les ressources à mettre en oeuvre sont rares et, par conséquent, il est primordial d'avoir une vision d'ensemble afin d'établir des priorités pour les actions à entreprendre. Les premiers éléments indispensables à la prise de décision seront:

- l'étude des circuits d'approvisionnement des marchés et des pôles commerciaux urbains;
- le Schéma de développement des marchés urbains;
- l'étude de la création de marchés de gros.

3.2.2.1

L'étude des circuits d'approvisionnement des marchés et des pôles commerciaux urbains

On a examiné la complexité des circuits d'approvisionnement des villes africaines et souligné les fortes interdépendances entre les marchés d'une même ville et les différents équipements connexes de la fonction commerciale (zone d'entrepôts, gare routière marchandises et passagers, etc.).

Aussi, avant de prendre en considération un projet spécifique d'aménagement d'un marché, il est indispensable de connaître le rôle que remplit ce marché dans le système d'approvisionnement et de distribution afin de pouvoir évaluer globalement les effets de cet aménagement et s'assurer de sa pertinence.

Les circuits d'approvisionnement des villes sont, en général, mal connus des responsables municipaux et de l'administration du commerce, et leur caractère largement informel exige le plus souvent la réalisation d'enquêtes spécifiques.

L'importance de la connaissance globale du fonctionnement des circuits d'approvisionnement est amplement justifiée par le contexte actuel où toute intervention isolée sur un marché est susceptible de perturber le fonctionnement des marchés qui lui sont liés et de neutraliser les avantages escomptés.

3.2.2.2

Le Schéma de développement des marchés urbains

L'élaboration d'un Schéma de développement des marchés de détail est nécessaire pour établir la hiérarchisation des actions sur le court, moyen et long termes.

Ce type d'étude est directement opérationnel. Le Schéma de développement des marchés doit dégager un calendrier et un programme possible d'actions techniques et économiques. Les contraintes et les opportunités d'investissements doivent être clairement analysées. Les conditions de mise en oeuvre des actions de réaménagement ou de création de marchés seront présentées. Enfin, les modalités de gestion des marchés et les niveaux de services feront l'objet d'une première réflexion débouchant sur un certain nombre de scénarios.

3.2.2.3

La création de marchés de gros

Les études doivent fournir l'examen des conditions économiques, techniques, financières et juridiques nécessaires à la création de ce type d'équipement: volumes commercialisés, types et caractéristiques des opérateurs concernés, souhaits de ceux-ci, analyse des sites d'implantation possibles, structures physiques des installations, cadre réglementaire, niveaux de services, scénarios de gestion, etc.

Mais qu'il s'agisse des études sur les circuits d'approvisionnement, sur le Schéma de développement des marchés urbains, ou celles préalables à la création d'un marché de gros, cette première phase doit être l'occasion de mettre en place l'indispensable processus de concertation avec les commerçants usagers de ces équipements sans lequel leur réussite est loin d'être assurée.

3.3

En amont et en aval du secteur des marchés: l'amélioration des circuits d'approvisionnement et de redistribution

Il faut rappeler les importantes contraintes qui s'exercent sur les circuits d'approvisionnement, tant en amont (transport, production agricole, manque de fonds de roulement des grossistes, difficultés d'accès au crédit, taxations diverses, etc.), qu'en aval, où elles consistent notamment dans le manque de capital des détaillants et dans les difficiles conditions de fonctionnement du transport de marchandises intra-urbain pour l'approvisionnement des marchés.

Bien que ces contraintes fassent l'objet de divers programmes et politiques d'intervention de la part des Administrations concernées (Ministère de l'agriculture, Chambre de commerce, etc.), il nous faut mentionner ici deux axes de réflexion et d'études en relation directe avec le secteur des marchés:

- favoriser un meilleur accès au crédit commercial et d'équipement des agents en s'appuyant sur la plus grande transparence de leurs activités (montage de dossiers de financement et, éventuellement, possibilités de nantissement de stocks pour les grossistes). En effet, la création d'équipements marchands, en particulier de marchés de gros, permettra une meilleure identification et une plus grande transparence de l'activité économique, tant des agents grossistes - volumes traités, régularité de leurs rotations, conditions d'approvisionnement, prix pratiqués, etc. - que des transporteurs fréquentant ces équipements;
- améliorer substantiellement le cadre d'activité du transport intermarchés de produits vivriers, notamment par la prise en compte des besoins d'emplacements et de stationnement, l'amélioration du cadre réglementaire et de taxation des transporteurs, ainsi que la reconnaissance de leur rôle éminent dans l'approvisionnement des villes.

Notes de bas de page

1. Plusieurs études et recherches sur les filières maraîchères en Afrique et à Madagascar sont menées par des équipes IRAT/CIRAD.
2. Les très grands grossistes que l'on trouve dans le commerce des céréales au Burkina Faso, au Niger et au Mali, à la tête de réseaux marchands important pouvant mobiliser entre 3000 et 5000 tonnes par an, n'exercent jamais leurs activités sur les marchés.
3. Les études sur les circuits d'approvisionnement et de redistribution des produits manufacturés sont très rares.
4. Les pratiques entrepreneuriales, les logiques marchandes et l'organisation des réseaux des grands commerçants ont fait l'objet ces dernières années de plusieurs travaux de recherche.
5. La concentration de grossistes dans certains quartiers de la ville peut avoir une origine ancienne et être liée aux circuits de quelques produits très spécifiques: quartier des commerçants de cola, de poisson séché, etc. Dans ce cas, ces regroupements de grossistes sont rarement situés à proximité du marché central, leur champ d'action ayant toujours été principalement interrégional ou international et, secondairement, local.
6. On entend par réexpédition les flux destinés à d'autres villes, nationales ou étrangères. Ne sont donc pas considérées comme réexpéditions les ventes aux grossistes des localités suburbaines ou de la région rurale environnante.
7. «Le marché de gros constitue un lieu de concentration de l'offre et de la demande où s'effectue la formation des prix dans les meilleures conditions de transparence. Il favorise la spécialisation nécessaire des fonctions entre les opérateurs de gros et de détail. Il permet la concentration géographique des fonctions d'approvisionnement, bénéfique en termes d'aménagement urbain, et nécessaire pour l'existence d'un niveau minimal d'équipement du marché.» (GERGELY, 1996).
8. Pour Analakely, c'est vrai jusqu'à la fin des années 70 où quelque 900 pavillons représentaient près de 45 pour cent de l'effectif total des installations de vente. Aujourd'hui, ces boutiques ne sont plus qu'un petit lot en dur, submergé par la marée des tables, barnums et étalages au sol des commerçants.
9. En Afrique francophone, le «principe d'unicité de caisse», hérité du système francophone, s'est généralement perverti, notamment avec la crise des finances publiques. La rétrocession des ressources n'est plus assurée, ou s'effectue très irrégulièrement, car l'Etat utilise les sommes perçues par la commune pour sa trésorerie. A son niveau, il s'agit d'un enjeu financier marginal mais dont l'impact est parfois dramatique pour la majorité des communes. «Cette situation favorise la création de caisses officieuses par les municipalités qui ne déposent plus au Trésor la totalité de leurs recettes propres (marchés). On aboutit donc à une déresponsabilisation des acteurs vis-à-vis des autres.» (BANQUE MONDIALE, 1996).
10. La fiscalité directe locale constitue, dans la plupart des systèmes, la base de l'autonomie financière des communes. On y trouve essentiellement la patente (frappant les professionnels) et les taxes foncières (frappant les professionnels et les ménages).
11. Certains sujets ont périodiquement été soulevés par les femmes au marché Treichville pour faire pression sur les Autorités municipales: l'un des sujets récurrents est le désir d'exclure les femmes non ivoiriennes «qui prennent nos places dans le marché.» A Accra, les propriétaires d'éventaires forment le groupe le plus puissant du marché des femmes en termes d'influence sur les prix et de contrôle sur ceux qui sont autorisés à vendre dans le marché.» (ROBERTSON, 1976).
12. «Des listes de revendeuses désireuses de louer un étal sont remises au chef du Grand marché de Lomé. Son autorité est devancée, dans certains cas, par le soutien mutuel des revendeuses associées qui préservent l'intérêt de leurs membres. Lorsqu'une revendeuse s'absente, ses collègues s'occupent de son commerce et gardent son étal. Lorsqu'elle quitte définitivement le marché, l'association des revendeuses en est la première informée.» (CORDONNIER, 1987).
13. Voir introduction et tableaux.

Bibliographie

- Arditi, C. 1975. Analyse bibliographique: les circuits de commercialisation des produits du secteur primaire en Afrique de l'Ouest, MINCOOP, Paris, 1975 et actualisations en 1981 et 1983.
- Arditi, C. 1993. Commerce, Islam et Etat au Tchad, in *Grands commerçants d'Afrique de l'Ouest, logiques et pratiques d'un groupe d'hommes d'affaires contemporains*, sous la direction de E. Grégoire et P. Labazée. Karthala-ORSTOM, Paris.
- Banque Mondiale, 1996. Projets de développement urbain en Afrique francophone: un agenda pour le futur. Document AF5IN.
- Bredeloup, S. 1989. Négociants au long cours. L'Harmattan, Paris.
- BREEF/CFD, 1994. Guide d'analyse et d'informations financières des collectivités locales en Afrique occidentale et centrale, Rapport d'étude, Paris.
- Chaleard J-L. 1988. Le manioc, la ville et le paysan, in *Cahier des Sciences Humaines*, n° 24 (3), ORSTOM, Paris.
- CIRES, 1980. La production et la commercialisation de la banane plantain en Côte d'Ivoire, n° 27. Abidjan.
- CNRS, 1987. Crises agricoles et crises alimentaires. Journées de Géographie Tropicale.
- Cordonnier, R. 1987. Femmes africaines et commerce: les revendeuses de tissu de la ville de Lomé. L'Harmattan, Paris.
- Couty, P. & Barris, P. 1977. Prix, marchés et circuits commerciaux africains., n° 17. AMIRA/MINCOOP, Paris.
- DCGTX, 1988. Termes de référence du Programme national du réseau des marchés de gros de Côte d'Ivoire. Abidjan.
- DCGTX, 1990. Programme technique du Marché de gros de Bouaké. Abidjan.
- Devauges, R. 1982. Le neveu et l'apprenti in *Vivre et survivre dans les villes africaines*. PUF, Paris.
- DIAGONAL, 1996. La face cachée du transport: le fret urbain. *Revue bimestrielle des équipes d'urbanisme*, août-octobre 1996.
- Egg, J., Grégoire, E., Lambert, A., Costes, J., Harre, D., Igue, J., Arditi, C., & Amselle, J-L. 1988. Echanges régionaux, commerce frontalier et sécurité alimentaire en Afrique de l'Ouest. INRA-UNB-IRAM.
- Gergely, N. 1996. L'approvisionnement de la ville de Rabat en fruits et légumes, Collection «Aliments dans les villes», FAO, Rome.
- Guyer, J. 1991. Feeding the Cities. Sage, Londres.
- Hugon, P., Nhû Lê Abadie, Morice, A. 1977. La petite production marchande et l'emploi dans le secteur «informel» - le cas africain. IEDES, Paris.
- Labazée, P. 1993. Les échanges entre le Mali, le Burkina Faso et le nord de la Côte d'Ivoire. L'économie marchande à l'état pratique, in *Grands commerçants d'Afrique de l'Ouest, logiques et pratiques d'un groupe d'hommes d'affaires contemporains*, sous la direction de E. Grégoire et P. Labazée, Karthala-ORSTOM, Paris.
- Leplaideur, A. & Moustier, P. 1991. Dynamique du vivrier à Brazzaville, les mythes de l'anarchie et de l'inefficacité, *Cahier des Sciences Humaines*, ORSTOM, Paris.
- Lewis B.C. 1976. The Limitations of Group Actions among Entrepreneurs: the Market Women of Abidjan, Ivory Coast, in *Women in Africa, Studies in social and economical change*, Hafkin and Bay, SUP.
- Lewis, B.S. & Robertson, C. 1976. Women in Africa, Studies in social and economical change, Hafkin and Bay, SUP.
- MINCOOP/ISTED, 1977. Dynamique de l'urbanisation de l'Afrique au Sud du Sahara, dans les pays du champ de la Coopération française. Groupe de Travail «Mécanismes et logique de l'urbanisation», Document MINCOOP/ISTED, Paris.
- Robertson, C. 1976. Gawomen and socio-economic change in Accra, Ghana, in *Women in Africa, Studies in social and economical change*, Hafkin and Bay, SUP.
- Saul, M. 1985. The Marketing of Grain in Burkina Faso: an Interpretation on the Basis of Field Observations. University of Michigan.
- Tollens, E. 1997. Les marchés de gros dans les villes africaines; diagnostic, avantages et éléments d'étude et de Développement. Collection «Aliments dans les villes», FAO, Rome.

Wilhelm, L. & Derclayes, J. 1978. Le stockage des céréales en Afrique de l'Ouest. Ouagadougou, Genève, IUED, décembre 1978.

Wilhelm, L. 1977. Le risque de famine au Sahel. Revue de la Littérature. UNRISD, Genève, septembre 1977.

Wilhelm, L. 1980. Différences, oppositions et intersections entre les systèmes alimentaires de deux sociétés de cultivateurs: autochtones et immigrants à Kié (région de Solenzo, Burkina Faso), UNRISD, Genève, juin 1980.

Wilhelm, L. 1981. Le stockage dans les régions soudano-sahéliennes: les Offices, les commerçants et les Paysans, in *Entwicklung Développement*, DDA, Berne.

Wilhelm, L. 1985. Traders and Marketing Boards in Upper Volta: Ten Years of State Intervention in Agricultural Marketing, 1968-1978, in *Marketing Boards in Tropical Africa*, L. van der Laan, éd., ASC, Leiden, KPI.

Wilhelm, L. 1988. Circuits de commercialisation et de distribution en Guinée, UNCTAD, Genève.

Wilhelm, L. 1989. Le commerce privé des céréales in *Plan Céréaliier du Burkina Faso*, Burkina Faso/CILSS, SEDES, Paris.

Wilhelm, L. 1989. Etude sur la commercialisation et l'approvisionnement en produits vivriers de Libreville et des centres urbains du Woleu N'Tem, in *Etudes préparatoires à la mise en oeuvre de la stratégie OZI*, République du Gabon, SEDES, Paris.

Wilhelm, L. 1994. Les circuits d'approvisionnement et le fonctionnement des marchés en Afrique et à Madagascar, synthèse des études socio-économiques récentes, CFD, Paris.

Yung, J-M. 1983. La filière mil dans le bassin arachidier au Sénégal, MINCOOP-SEDES, Paris.