



HAL
open science

Dynamique ville-campagne au Burkina Faso : le marché rural de Kokologho

Vincent Zoma, Didier Ilboudo, Gabriel Sangli

► **To cite this version:**

Vincent Zoma, Didier Ilboudo, Gabriel Sangli. Dynamique ville-campagne au Burkina Faso : le marché rural de Kokologho. *Espace géographique et société marocaine*, 2022, 1 (65), pp.191-217. hal-03836199

HAL Id: hal-03836199

<https://hal.science/hal-03836199v1>

Submitted on 1 Nov 2022

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Dynamique ville-campagne au Burkina Faso : le marché rural de Kokologho

Vincent ZOMA¹, Didier ILBOUDO², Gabriel SANGLI³

¹(Département de Géographie, Université Joseph KI-ZERBO, Burkina Faso,

²(Laboratoire Dynamique des Espaces et Sociétés, Université Joseph KI-ZERBO, Burkina Faso

³(Institut Supérieur des Science de la Population (ISSP), Université Joseph KI-ZERBO,

Résumé :

La ville et la campagne dans leur interaction jouent à la fois des rôles de production, de collecte et de redistribution de produits. L'accès aux marchés est donc un aspect important des stratégies de subsistance de nombreux ménages ruraux et citadins. Ce présent article vise à analyser le rôle du marché de Kokologho, commune rurale situé à 45km de la ville de Ouagadougou dans la dynamique des relations ville-campagne. Cette étude, basée sur l'observation directe sur le terrain et une enquête permet d'appréhender une brève présentation, les circuits d'échange, les acteurs, les transactions des produits, le poids socio-économique et les problèmes de fonctionnement de ce marché. Il ressort surtout de la recherche que ce marché est fourni en produits de base notamment les produits céréaliers qui attirent de nombreux consommateurs urbains nationaux et étrangers et, contribue de ce fait à 50% des recettes propres de la commune.

Mots clés : Marché, rural, ville-campagne, Kokologho, Burkina-Faso.

Urban-rural dynamics in Burkina Faso: the rural market of Kokologho

Abstract: The city and the countryside in their interaction play both production, collection and redistribution roles of products. Access to markets is therefore an important aspect of the livelihood strategies of many rural and urban households. This article aims to analyze the role of the market of Kokologho, a rural town located about 45km from the city of Ouagadougou in the dynamics of

city-countryside relations. This study, based on direct observation on the train and a survey, provides a brief presentation of the exchange circuits, the actors, the product transactions, the socio-economic weight and the operating problems of this market. Above all, research shows that this market is supplied with basic products, particularly cereal products, which attracts many domestic and foreign urban consumers and therefore contribute to 50% of the municipality's own revenue.

Keywords: Market, rural, city-countryside, Kokologho, Burkina-Faso.

Introduction

Les marchés ont longtemps été considérés par les spécialistes de la ville africaine comme des équipements publics standards. L'analyse de ces marchés a été traitée sous forme de projets d'urbanisation opérationnelle, d'aménagement voire plus simplement encore de construction, sans considérer l'équipement au sein des réseaux complexes qui composent le système d'approvisionnement et de distribution : le marché est en effet le terminal des circuits d'approvisionnement de la ville en divers produits. Il est le lieu où s'organisent les modes de stockage et de distribution des produits. Ces fonctions engendrent un grand nombre de flux spécifiques, d'activités parfois liées entre elles et l'ensemble constitue enfin, un agent essentiel de structuration de l'urbain (T. Paulais et L. Wilhem, 2000).

Pourtant, l'approvisionnement des villes par les marchés ruraux demeure de nos jours une préoccupation en Afrique de l'Ouest, actuellement confrontée à une explosion démographique.¹ Cette augmentation rapide de la population urbaine suscite des inquiétudes face à l'approvisionnement vivrier de ces dernières en termes de sécurité alimentaire. En effet, la situation est alarmante en raison de la

¹ D'après le dernier rapport de l'ONU sur les perspectives démographiques mondiales, la population en Afrique de l'Ouest (391 millions d'habitants en 2019) devrait doubler d'ici 2050 (796 millions d'habitants) et être multipliée par 3,8 à la fin du siècle (1,5 milliard d'habitants). (MEFSIN, 2019), [https://www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/CI/perspectives-demographiques-en-afrique-de-l-ouest#:~:text=La%20population%20en%20Afrique%20de%20l'Ouest%20\(CEDEAO%20et%20Mauritanie,en%202100%20\(%2B284%25\)](https://www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/CI/perspectives-demographiques-en-afrique-de-l-ouest#:~:text=La%20population%20en%20Afrique%20de%20l'Ouest%20(CEDEAO%20et%20Mauritanie,en%202100%20(%2B284%25).). Consulté le 22/07/2022.

main-d'œuvre agricole vieillissante, un mécanisme de production toujours rudimentaire, des rendements faibles et un climat de plus en plus capricieux en milieu rural. Ainsi, face à la persistance des méthodes agricoles encore traditionnelles, aggravée par l'exode rural des jeunes, les campagnes éprouvent plus de difficultés à satisfaire la demande urbaine sans cesse croissante en vivres. « Dans ce contexte, il est judicieux de s'interroger sur la capacité des systèmes d'approvisionnement nationaux à satisfaire les consommateurs urbains » (J. Chaleard , P. Moustier et A. Leplaideur , 2002). Autrement dit, depuis les années 70, le débat entre la capacité des campagnes africaines à nourrir les villes ou à donner la priorité aux importations alimentaires est un sujet de grande controverse. Pour les économistes libéraux, il est plus efficace de nourrir les villes africaines avec des aliments importés à des coûts inférieurs aux produits de cru. Cependant, presque toutes les grandes villes africaines ont développé des bassins d'approvisionnement où, grossistes et transporteurs régulent la demande alimentaire à partir de l'offre agricole des campagnes. Comme le montre G. Courade (1985), les relations villes-campagnes s'inscrivent dans une série de rapports de force qui évoluent avec les techniques de contrôle de l'espace. Les marchés ruraux offrent non seulement une gamme de produits variés permettant d'améliorer la ration alimentaire des villes, mais permet aussi de générer des revenus. La présente investigation vise alors, à analyser le rôle du marché de Kokologho, commune rurale situé à 45km de la ville de Ouagadougou et à 55Km de celle de Koudougou dans la dynamique des relations ville-campagne.

1. Démarche méthodologique

La collecte des données de terrain s'est effectuée dans la commune rurale de Kokologho au Burkina Faso (Carte n°1).

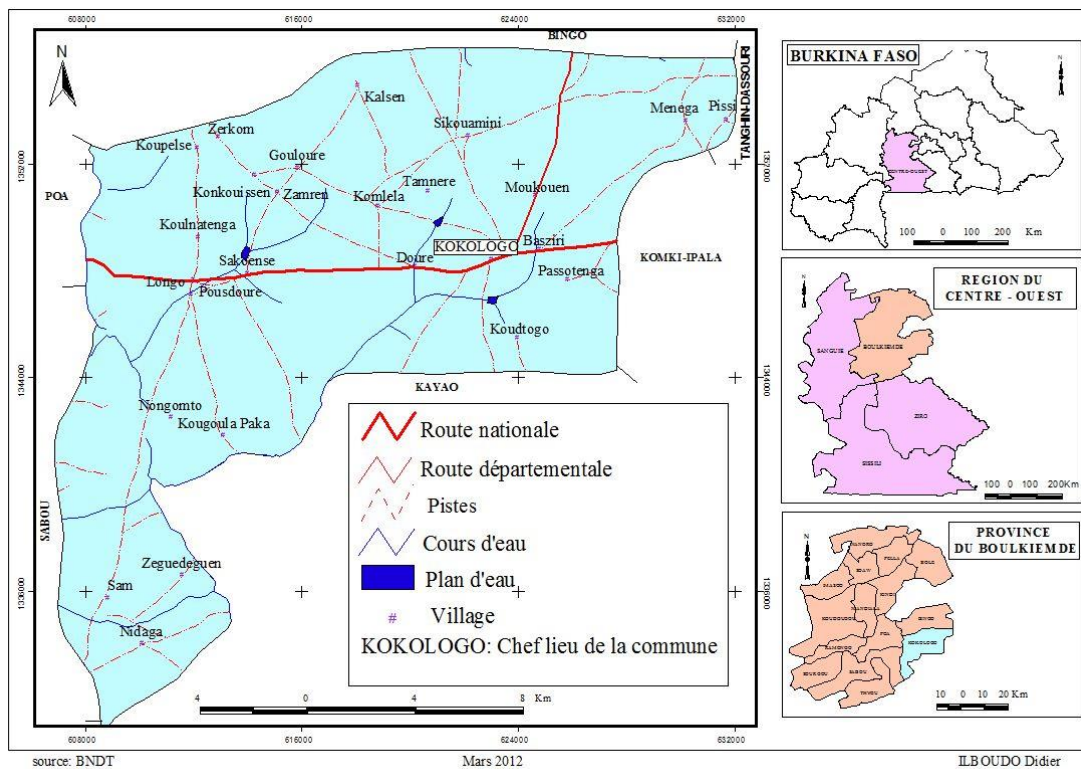
La collecte des données de terrain à Kokologho a porté sur l'observation directe et une enquête auprès d'un échantillon raisonné de 210 personnes acteurs du marché. Ce choix s'explique par l'indisponibilité de données fiables concernant

ces acteurs, dû au caractère informel de leurs activités. Ainsi, 120 commerçants, 80 clients dont 40 clients ordinaires et 40 acheteurs revendeurs et 10 transporteurs ont été enquêtés à travers un questionnaire semi-directif.

La collecte des données a porté sur les foyers d'approvisionnement, la commercialisation des produits, les revenus et l'utilisation qui en est faite par les acteurs. L'enquête a permis de cerner les aires d'échanges, de suivre les transactions sur les produits et de déterminer les circuits de commercialisation.

Les résultats de cette collecte des données sont présentés et discutés dans les points qui suivent.

Carte n°1 : Zone d'étude



2. Résultats et discussion

Les résultats de cette étude qui portent sur le marché de Kokologho et la dynamique ville-campagne permettent d'appréhender une brève présentation, les circuits d'échange, les acteurs, les transactions des produits, le poids socio-économique et les problèmes de fonctionnement de ce marché.

2.1. Le marché de Kokologho: une brève présentation

Le marché de cette commune rurale est situé en bordure de la route nationale n°1 (carte n°1). Avec une superficie de 28 500 m², le marché de Kokologho comporte plus de 250 boutiques dont 5 ont été construites par la mairie et les 245 par les bénéficiaires des places.

La partie centrale abrite les hangars où les commerçants viennent vendre et/ ou acheter des produits de première nécessité (céréales, condiments...), les produits de l'artisanat, etc. Les hangars du marché sont de sommaires abris ouverts sur les côtés. Ils sont simplement faits en paille. De nombreux cabarets occupent la partie Sud-Ouest du marché. À côté de ceux-ci se trouve le marché des petits ruminants. On y trouve également des produits manufacturés finis ou semi- finis (friperie, pièces de rechange pour cycles et cyclomoteurs, etc.). D'une manière générale, l'affluence est grande surtout les jours de marché. Les allées sont parfois saturées par des étalages rendant souvent l'accès difficile.

Ce marché constitue le plus grand centre commercial de la commune. Sa gestion est assurée par la mairie qui recrute des agents pour le prélèvement des taxes, les jours de marché (tous les trois jours). Pour obtenir une place sur le site du marché, il faut adresser d'abord une demande au comité de gestion en précisant le type de construction. Les bénéficiaires sont responsables de la mise en valeur de l'espace attribué en fonction de leur domaine d'activité.

Dans le marché de Kokologho, deux types de taxes sont essentiellement prélevés : le droit de place dans le marché (entre 25 et 200 FCFA tous les jours de marché) et la contribution du secteur informel pour le développement de la commune (entre 10 000 et 25 000 FCFA par an). Les taxes perçues dépendent de la valeur des marchandises. Les boutiques situées tout autour de la place centrale sont ouvertes tous les jours. Les jours de marché qui coïncident avec un dimanche connaissent un engouement particulier. En effet, à la différence des

jours de marché ordinaire, le jour de marché de dimanche est reconnu sous l'appellation de « 21 de *Kokologho* » par allusion à sa fréquence qui est de 21 jours. Etant un cycle, la coïncidence avec un dimanche se produit tous les 21 jours.

Au-delà des jours de marchés spécifiques, d'une manière générale, ce marché fonctionne grâce à des circuits d'échanges qui mettent en relief la relation ville-campagne.

2.2. Les circuits d'échange du marché: trois principales zones d'approvisionnement et des liaisons routières insuffisantes

Le marché de Kokologho offre plusieurs possibilités d'approvisionnement grâce à un réseau routier diversifié. Autrement dit, l'approvisionnement du marché de Kokologho en produits ruraux se fait à partir des lieux très diversifiés. Selon les modes d'approvisionnement, trois principaux lieux s'offrent aux marchands. Il s'agit de l'approvisionnement sur place au marché, de celui en ville et enfin de l'approvisionnement fait à partir des points extérieurs.

Concernant l'approvisionnement sur place, le tableau n°1 donne les lieux d'approvisionnement de ce marché en pourcentage.

Tableau 1: Lieux d'approvisionnement du marché de Kokologho

Lieux d'approvisionnement	Pourcentage (%)
Sur place	59
En ville	11
Sur place et en ville	15,4
Hors de la commune	14,6
Total	100

Source : *Travaux de terrain*

L'enquête révèle que 59% des commerçants font leurs provisions sur place au marché. L'offre des produits au marché est l'apanage des producteurs eux-mêmes ou bien des intermédiaires grossistes ou semi-grossistes. Certains commerçants, pour éviter les déplacements supplémentaires et une perte de

temps, s'approvisionnent chaque jour de marché par le canal de livreurs habituels. Cependant, le nombre de ces derniers est difficile à déterminer car un seul commerçant peut avoir deux ou trois livreurs différents selon le produit livré ainsi que pour un même produit. Les grossistes fréquentent généralement les marchés de collecte dans les villages de *Basziri*, *Douré*, *Goulouré*, *Koudtogo*, *Koulhatenga*, *Manéga*, *Moukonen*, *Nidaga*, *Pitmoaga*, *Sakoensé* et *Sam* qui relèvent tous de la Commune rurale de Kokologho. En effet, chaque village a un petit marché communément appelé « yaar ». Ce sont des petits marchés qui sont insuffisamment aménagés où les transactions se font à une échelle assez réduite ; mais qui disposent parfois d'importants stocks de céréales et de condiments séchés. Une fois les produits achetés, les grossistes encore appelés « collecteurs » les acheminent vers le marché de Kokologho.

Pour ce qui est des fruits et légumes, l'approvisionnement sur place est rendu possible, grâce à la livraison habituelle au marché par les camions en provenance d'autres localités du pays (Orodara en particulier où la production de fruits est abondante) et surtout du Ghana. Les principaux fruits sont : l'orange, le citron, la mangue, la pastèque, la mandarine. Les légumes se composent de choux, d'aubergine, de la tomate. Pendant les périodes d'abondance (d'Avril à Août), les marchands font de grands stocks. Les fruits et légumes sont l'apanage des femmes qui viennent de Kokologho et des autres villages de la commune. Leurs clients sont des consommateurs locaux (des fonctionnaires, des acteurs du secteur informel...), mais aussi des étrangers (Ghanéens en majorité) qui achètent couramment la tomate, les oignons et les ruminants.

Kokologho, c'est aussi le marché où convergent les véhicules transportant des céréales et des produits forestiers non ligneux. L'approvisionnement sur place est rendu possible grâce à la livraison habituelle par les charrettes, les engins à

deux roues², et par les camions en provenance de la province du Boulkièmdé et des communes rurales voisines (Tanghin Dassouri, Pôa, Komki Ipala, Bingo...). En dehors des communes voisines, le marché de Kokologho est ravitaillé par la région des Hauts-Bassins en maïs et en tubercules. Cet approvisionnement se trouve accentué en période de soudure alimentaire. Les périodes d'abondance dépendent de la bonne pluviométrie et de la faible attaque des ravageurs. Lorsque les récoltes sont bonnes, les commerçants constituent de grands stocks notamment de céréales. Mais tout comme pour l'ensemble du pays, les moyens de stockage et de conservation demeurent précaires et parfois même inexistantes. Cette situation peut être liée au faible niveau technologique et un manque d'appui des autorités en matière de stockage et de conservation des produits.

L'approvisionnement en ville concerne celles des principales villes surtout les produits manufacturés. Il s'agit des denrées alimentaires, des produits de beauté, des ustensiles de cuisine, du textile, des pièces détachées, de la quincaillerie ; mais aussi des produits régionaux comme la kola, le sel, le poisson séché, etc. Près de 50% de ces produits viennent de Ouagadougou, 22,9% de Bobo-Dioulasso, 18% de Koudougou et 9,1% pour les autres localités. Cette forme d'approvisionnement maille les relations entre villes et campagnes et contribue au ravitaillement des ruraux.

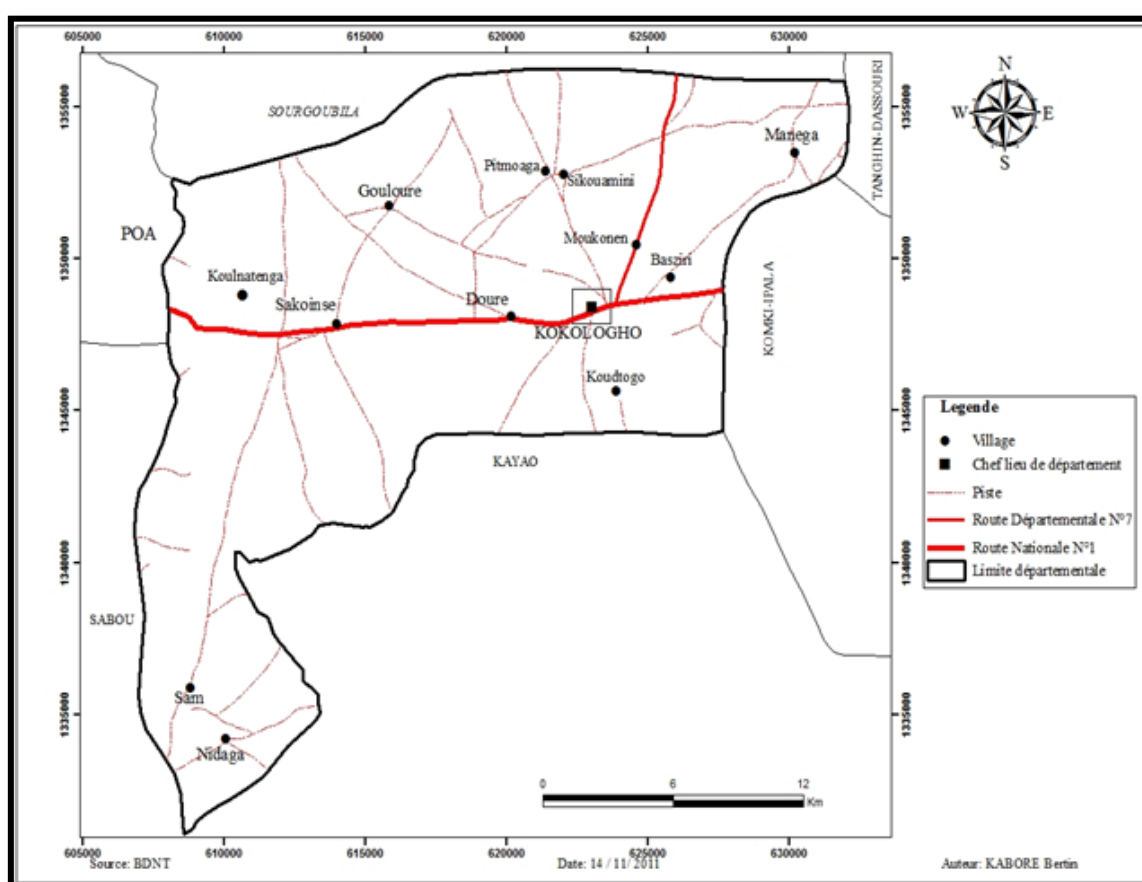
Pour l'approvisionnement hors de la commune, l'étude montre que 14,6% des commerçants font leur approvisionnement hors de la commune de Kokologho ; notamment à *Kalao, Pôa, Koudougou, Bingo, Tanghin-Dassouri, Pabré, Tintilou Laye, Komsilga, Nargrwingo, Komki-Ipala, etc.* Dans ces communes rayonnent une variété de produits forestiers non ligneux ; notamment les amandes de karité, les graines de néré, les gousses de kapok, le tamarin et les feuilles de baobab. Le flux de ces produits est difficile à déterminer à cause des

² C'est aussi le cas à propos des fruits et des légumes

entrées incontrôlées. Les stocks sont généralement réalisés pendant l'hivernage et séchés au soleil.

Ces différents circuits d'approvisionnement permettent d'alimenter un réseau de commercialisation assez structuré qui va au-delà de la commune. Les transactions de marchandises sont constituées de produits locaux et de produits importés. Les produits sont transportés avec des moyens de transport divers sur des pistes parfois impraticables (carte 2).

Carte 2: Le réseau routier de la commune rurale de Kokologho



La voie la plus importante dans le réseau routier de la commune de Kokologho est la route nationale n°1. Elle traverse la commune d'Est en Ouest reliant la localité à Ouagadougou, Bobo-Dioulasso et en partie vers Koudougou. De nombreux véhicules de transport de marchandises empruntent cette voie en direction du marché de Kokologho et des localités environnantes. Le reste du réseau routier est constitué de pistes rurales qui relient les différents villages de

la commune à la route nationale n°1. En d'autres termes, certaines pistes relient le marché central de Kokologho aux petits marchés de la commune. Les flux des produits transportés diminuent selon qu'on se trouve sur la route nationale n°1, départementale ou sur les pistes rurales. Cela serait dû au fait que les routes nationales offrent plus d'accessibilité à d'autres localités par rapport aux pistes rurales. Dans l'ensemble, les liaisons routières sont insuffisantes et certaines pistes restent précaires car, impraticables surtout en saison pluvieuse.

Par ailleurs, au sein de ce marché de la commune rurale de Kokologho, certains commerçants assurent eux-mêmes le transport de leurs marchandises (58,8%); tandis que d'autres s'organisent en groupement et supportent les frais de location d'un véhicule (41,2%). Les moyens de transport sont constitués essentiellement de la marche à pied, des deux roues, des charrettes, des taxis et des camions. Le transport des marchandises se fait à partir des villages environnants ou à l'extérieur de la commune, a un coût qui varie selon la distance, le poids des marchandises, et le moyen de transport utilisé.

En ce qui concerne la marche, ce mode de déplacement résulte parfois de l'insuffisance des ressources financières chez certains commerçants qui ne peuvent avoir accès à un moyen de transport performant. Les produits transportés sont de quantité modeste. Toutefois, il joue un rôle important dans la collecte et l'acheminement des marchandises sur le site du marché. Ce mode de déplacement est beaucoup utilisé par les femmes détaillantes sur de courtes distances. Elles portent leurs marchandises sur la tête. Ce procédé, n'est pas économiquement rentable, dans la mesure où il fait perdre le temps. En outre, les deux roues (bicyclette et deux roues motorisées) et les tricycles sont également utilisés. La bicyclette est utilisée par les marchands des fruits et pour le transport de leurs produits vers le marché de Kokologho. Ce moyen de transport occupe 42,9% des enquêtées. La motocyclette offre plus de rapidité, mais son acquisition demande des revenus importants. Elle est beaucoup utilisée pour le

transport des légumes et de la volaille. Quant aux tricycles, ils sont plus utilisés pour le transport des marchandises lourdes, notamment les tubercules et les céréales. Les véhicules automobiles permettent de transporter de grande quantité de marchandises. Les commerçants qui louent les camions pour le transport de leurs marchandises, paient le plus souvent le coût de transport par nombre de sacs transportés. Le prix du transport par sac varie entre 300 et 1 000 FCFA. Le montant des coûts de transport dépend de la distance, du poids de la marchandise et du coût de l'essence au niveau national.

Ainsi, comme le soulignent O. Nikiema (1994) et S. Sida (1998), les activités des marchés créent des réseaux d'échanges qui permettent la construction de l'espace économique urbain et développent des villes. La place et le niveau d'équipement du marché créent des influences qui s'exercent avec des intensités diverses sur le reste de l'espace. Il prend en compte les circuits d'approvisionnement et de distributions des produits de base. Ce dynamisme permet d'apprécier l'influence des marchés ainsi que leurs impacts socio-économiques. Le marché de Kokologho reflète effectivement cette réalité. De fait, le marché occupe une grande partie de l'armature urbaine de la commune du fait du développement des équipements marchands, mais aussi la pluralité des formes d'approvisionnement et de la disponibilité des produits de consommation.

L'ensemble des circuits abordé ici est animé par des acteurs à travers des pratiques commerciales.

2.3. Les acteurs du marché de Kokologho et les pratiques commerciales

Les commerçants et les clients sont les principaux acteurs qui animent le marché de Kokologho.

Les commerçants constituent un maillon important dans la chaîne de commercialisation dont il est intéressant de connaître leur profil. En effet, concernant le profil des marchands de Kokologho, l'activité commerciale

occupe une grande partie de la population active et assure des revenus substantiels en complément de l'activité agricole. Il n'existe quasiment pas de famille sans commerçant dans la commune de Kokologho (P. Sam, 2008). Environ 60 % des commerçants ont un âge compris entre 19 et 40 ans, 32% entre 40 et 50 ans et 8 % plus de 50 ans. La jeunesse de cette population étudiée est liée au fait que beaucoup de jeunes burkinabé n'ont pas les moyens de poursuivre leurs études. Certains se retrouvent donc dans la vie active dans l'espoir d'assurer certaines dépenses familiales. La population commerçante enquêtée est constituée de 62,7% de mariés dont les ménages comptent en moyenne cinq enfants. Les commerçants ont en plus de leurs enfants, la charge d'autres enfants de la famille. Leurs charges familiales sont essentiellement l'alimentation, la santé et la scolarisation des enfants. Parmi, les commerçants du marché de Kokologho, 76,4% déclarent prendre en charge la scolarisation d'au moins deux élèves. En ce qui concerne la nationalité des commerçants de Kokologho, on constate que les marchands enquêtés sont en majorité de nationalité burkinabé (97,2%). L'analyse de la composition ethnique indique une majorité de mossi. Cela s'explique par la situation géographique du marché dans la « pénéplaine mossi ».

Le tableau 2 révèle que le commerce au détail est le plus développé (58,3%) au marché de Kokologho. On retrouve des clients qui viennent principalement pour les provisions familiales. Parmi eux, figurent les fonctionnaires, les travailleurs du privé, les ménages environnants... 56% des détaillants enquêtés sont des femmes. Elles associent la vente des céréales à d'autres produits alimentaires, comme les amandes de karité, du *Soumbala*, des oignons, etc.

Tableau n°2 : Types de commerce au marché de Kokologho

Type de commerce	Effectifs	Pourcentage (%)
Grossistes	32	26,67
Demi-grossistes	18	15
Détaillants	70	58,33
Total	120	100

Source : Travaux de terrain

Le pourcentage de commerçants sachant lire et écrire est en deçà de 50%. Parmi eux, 63,2% ont le niveau primaire et 36,8% le niveau secondaire. Cette situation ne favorise pas la bonne maîtrise des notions de comptabilité moderne.

En matière de pratiques commerciales, le commerce dans le marché de Kokologho s'exerce majoritairement dans un cadre informel (photos n°1, 2 et 3). De la première vente d'un produit par son producteur, jusqu'à la dernière vente du produit aux consommateurs finaux, le produit peut suivre différents trajets pour atteindre les consommateurs. Chaque trajet parcouru par le produit, constitue un circuit de commercialisation, ou une chaîne de commercialisation. En considérant les types de produits commercialisés, trois (3) catégories de vendeurs peuvent être distinguées sur le marché de Kokologho : les vendeurs producteurs, les revendeurs et les revendeurs transformateurs.

Les vendeurs producteurs sont des marchands vendant des produits sur la place du marché dont ils sont à l'origine de la production. Cette catégorie d'acteurs représente 11,8% des commerçants. Parmi eux, on retrouve des agriculteurs, des maraîchers et des artisans. Les agriculteurs et les maraîchers viennent des zones de production des barrages de Kokologho et de Basziri; des villages avoisinants en l'occurrence *Douré, Goulouré, Koudtogo, Koulnatenga, Manéga, Moukonen, Nidaga, Pitmoaga, Sakoensé* et *Sam* pour vendre leur production aux grossistes et semi-grossistes. Mais en saison pluvieuse, leur activité est interrompue pour les travaux champêtres.

Les revendeurs sont les marchands qui acquièrent leurs marchandises auprès des producteurs (unités industrielles, agriculteurs ou éleveurs, etc.) pour les revendre sans aucune transformation. Cette catégorie d'acteurs représente 67,4% des commerçants. Plus de 50% des revendeurs sont des femmes. Ce sont en général de petites revendeuses de condiments. Elles s'approvisionnent auprès des grossistes et semi-grossistes. Le reste des revendeurs, assurent la vente d'une gamme de produits agricoles (notamment les céréales), industriels et artisanaux. Les bénéfices dégagés par ces marchandes revendeuses de légumes leur permettent de soutenir les dépenses familiales.

Les transformateurs-revendeurs sont des marchands qui proposent sur la place du marché de Kokologho des produits qu'ils ont achetés et transformés pour la revente. Ce sont principalement des activités de l'artisanat alimentaire et utilitaire telles que la menuiserie, la soudure, la bijouterie, etc. Cette catégorie touche 31,7% des commerçants enquêtés.

Quant aux clients, on retrouve deux types sur le marché de Kokologho : les clients ordinaires et les clients revendeurs. Les clients ordinaires sont les personnes qui achètent les produits dans le but de les consommer. Ils représentent 63,7% des clients. La structure par sexe des clients ordinaires indique que 63,7% sont des femmes et 36,3% sont des hommes. Pour ce qui est de leur niveau d'instruction, 52% sont alphabétisés contre 48% d'analphabètes. Dans cette catégorie, on retrouve les clients exerçant dans le secteur informel (43,3%), des ménagères (28,6%), des fonctionnaires (14,7%), des salariés du privé (5,2%) et les autres (8%). Ce fort taux du secteur informel s'explique par l'importance des personnes exerçant dans ce secteur dans la commune de Kokologho. Ces clients ordinaires résident à Kokologho et dans les villages environnants. Près de 47% viennent au marché de *Kokologho* chaque jour de marché, 24% viennent une fois par semaine, 23% une fois par mois et 6%, une fois par trimestre. L'irrégularité de la fréquentation s'explique par le fait que ces

clients font souvent leurs achats dans les petits marchés des villages. Les clients revendeurs sont les personnes qui viennent s'approvisionner en produits divers qu'ils revendent à leur tour (photos n°1,2 et 3).

Planche photographique: Les clients revendeurs au marché de Kokologho



N°1



N°2



N°3

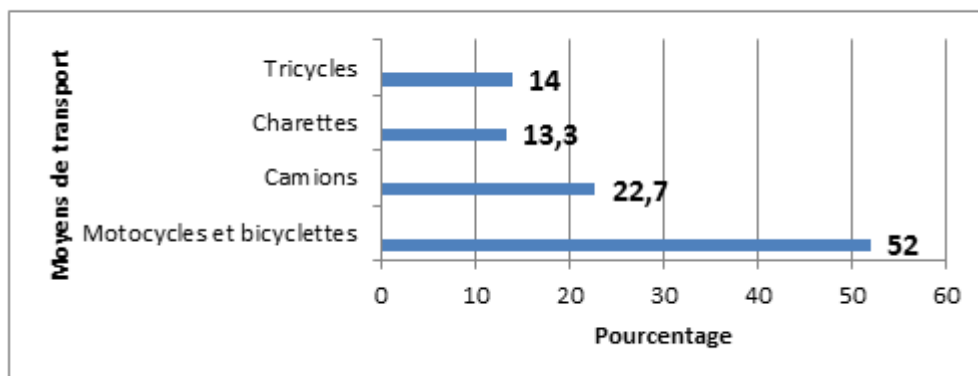
Source : Travaux de terrain

Cette catégorie (clients revendeurs) touche 36,3% des acheteurs. Ils proviennent en majorité des communes voisines et d'autres localités de la ville de Ouagadougou. Les photographies respectives n°1, n°2 et n°3 montrent le groupe des clients revendeurs. Dans ce groupe, les femmes s'approvisionnent en produits maraîchers (35,6%), en tubercules (27%) et en combustibles (11%). Quant aux hommes, ils s'intéressent le plus souvent aux céréales, à la volaille et aux petits ruminants. Parmi les clients revendeurs, 32,3% sont alphabétisés et proviennent généralement de Ouagadougou (40,6%), de Tanghin-Dassouri

(32,4%), de Koudougou (17%), de Kayao (2%) et le reste (8%) venant des autres localités telles que Bingo et Sabou. Ces clients revendeurs se répartissent en grossistes (48,8%), demi-grossistes (32%) et détaillants (19,2%). Les produits sont revendus à Ouagadougou (70,3%), à Koudougou (17,1%), à Tanghin-Dassouri (6,4%) et aussi dans d'autres localités (6,2%). Plus de 50% des produits sont vendus à l'état brut. L'absence d'unités de transformation en milieu rural en est la principale cause.

Par ailleurs, les moyens de transport utilisés par les clients montrent que plus de 50% des acheteurs du marché de Kokologho, viennent avec des engins à deux roues (motocycles et bicyclettes). Le graphique n°1 donne les différents moyens de transport des revendeurs au marché de Kokologho.

Graphique n°1 : Moyens de transport des clients



Source : Travaux de terrain

Ce graphique n°1 traduit l'importance des moyens de transport deux roues en milieu rural mais également au Burkina Faso. Les camions et les charrettes sont respectivement utilisés à 22,7% et 13,3% pour le transport des marchandises. Ce transport se fait généralement entre les villages vers Kokologho ou de cette commune rurale vers les grands centres urbains du pays. Quant aux transporteurs, ils sont jeunes et vivent pleinement de cette profession.

En somme, le développement induit par le transport est à la fois lié à l'intensité du réseau de ces marchés et à l'importance de leurs transactions (P. Kippré, 2006). Pour H. Sabéha (2012), le transport routier est une condition et un

résultat des relations économiques. En Côte d'Ivoire par exemple, l'organisation spatiale de l'activité économique a changé grâce au transport (V. Zoma, 2020). Kokologho n'est pas en marge de cette réalité. De nombreux véhicules de transport de marchandises empruntent la route nationale n°1 en direction du marché de Kokologho et des localités environnantes. Cela a permis le développement du commerce informel aux abords de la route. Kokologho confirme alors la pensée selon laquelle les transports constituent, sans aucun doute, un élément déterminant du développement (H. Ben Hammouda, 2004). Toutefois, le développement routier n'est pas forcément synonyme de développement. S. Diallo (2006) au Sénégal, fait remarquer que Rosso est une ville de transit, une cité carrefour, un couloir d'échange, une étape, un passage presque obligé mais la dynamique frontalière n'a pas encore permis le développement à la base dans cette localité comme à Faramana et à Koloko au Burkina Faso (V. Zoma, *op.cit.*).

Par ailleurs, les marchés sont les vecteurs d'une consommation débridée. De fait, ils sont à l'origine de flux de marchandises et de mobilités des consommateurs et vendeurs (G. Compaoré, 2010). La quasi-totalité des ménages qui vivent en zones rurales sont à la fois des producteurs et des consommateurs, autrement dit, des vendeurs et des acheteurs, même s'il existe dans bien des cas, un décalage entre le moment de l'année où ils vendent leur production et celui où ils achètent leur nourriture. Dans cette même optique, P. Sam (*op.cit.*) fait savoir qu'il n'existe quasiment pas de famille sans commerçant dans la commune de Kokologho.

Dans la dynamique des relations ville-campagne, N. Bricas (1997) rappelle, qu'urbanisation ne rime pas forcément avec dépendance alimentaire. La campagne ou l'espace rural à travers ses approvisionnements vivriers, conditionne donc l'existence de la ville. Pour cette raison, O. Dolfus (1973) établit une relation historique de l'approvisionnement vivrier des villes comme

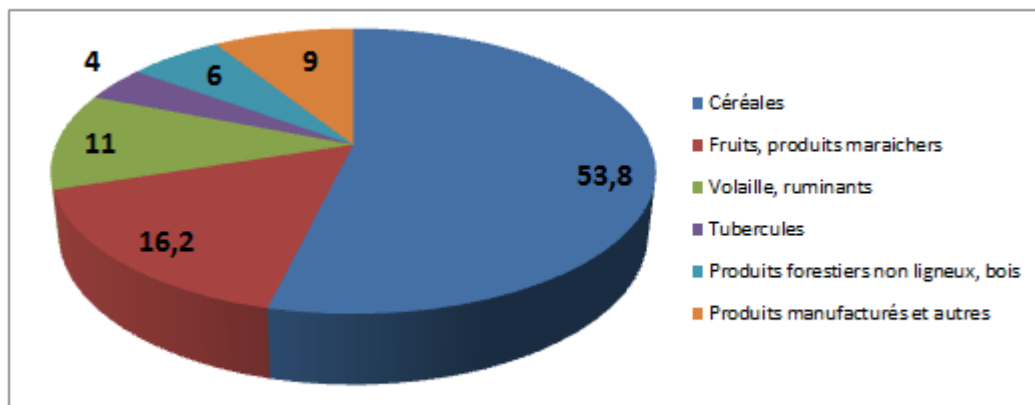
une condition sine qua non de leur existence pendant la révolution industrielle. Il affirme à cet effet qu'« historiquement, les villes n'ont pu naître et se développer que lorsque les campagnes sont parvenues à dégager un surplus productif permettant de les ravitailler ».

Hormis, la présentation des acteurs et leurs pratiques commerciales, la présente investigation traite des transactions des produits au marché de Kokologho.

2.4. Les transactions des produits au marché de Kokologho

Les transactions prennent en compte les produits proposés et ceux vendus sur le marché. Le graphique n°2 donne une répartition des produits ruraux proposés sur le marché.

Graphique n°2: Répartition des produits proposés sur le marché



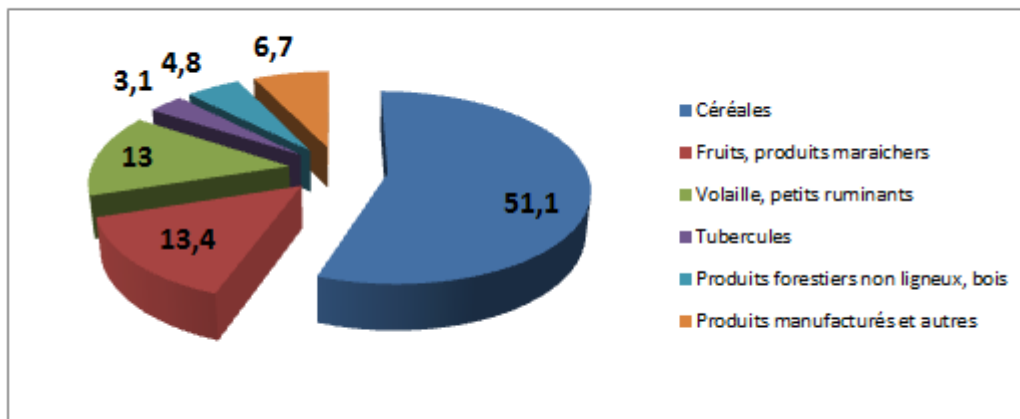
Source : Travaux de terrain

Les produits proposés sont surtout constitués de céréales, des fruits, de produits maraîchers (choux, tomates, oignons...), de produits de l'élevage (volaille, petits ruminant), de produits forestiers non ligneux (les amandes de karité, les graines de néré, les gousses de kapok, le tamarin et les feuilles de baobab...), de tubercules, de produits manufacturés et de l'artisanat, etc. Les céréales constituent une potentialité de pointe pour le commerce au marché de Kokologho (53,8%). Cela s'explique par la proximité du marché aux abords de la route nationale n°1 qui offrent aux producteurs des possibilités d'écoulement

surtout en période d'abondance. Ce type de produit intéresse beaucoup les consommateurs urbains en provenance de Ouagadougou et de Koudougou.

Quant aux produits ruraux vendus ou achetés, le graphique n°3 permet de les appréhender.

Graphique n°3 : La répartition des produits ruraux vendus sur le marché



Source : Travaux de terrain

Les produits proposés au marché de Kokologho attirent de nombreux clients qui viennent de contrées plus ou moins éloignées de la commune. Le graphique n°3 montre que la commercialisation des produits céréaliers rayonne sur les autres produits proposés. Cela serait dû au fait que les céréales occupent de plus en plus une place de choix dans la composition du panier de la ménagère, en occurrence dans les grandes villes du pays. Les femmes constituent un maillon important de la collecte et de la distribution des produits maraîchers. Environ 58% des femmes selon la présente enquête sont fortement impliquées dans la commercialisation des légumes. La commercialisation de la volaille augmente sensiblement lors des festivités de fin d'année et des fêtes religieuses. La présence des grossistes sur le site du marché permet aux revendeurs de s'approvisionner et d'écouler à leur tour auprès des semi-grossistes et des détaillants.

Par ailleurs, concernant le mouvement des produits dans le temps, le tableau n°3 présente les résultats de l'étude.

Tableau n°3: Le mouvement des produits au marché de Kokologho

Nature des produits	Quantité proposée (%)	Produits vendus (%)	Part restante (%)
Céréales	53,8	51,1	2,7
Fruits, produits maraichers	16,2	13,4	2,8
Volaille, petits ruminants	11	8,5	2,5
Tubercules	4	2,1	1,9
Produits forestiers non ligneux	6	4,8	1,2
Produits manufacturés et autres	9	7	2
Total	100	86,9	13,1

Source : Travaux de terrain

Selon tableau n°3, les quantités de produits proposés gardent toujours des chiffres élevés par rapport aux quantités vendues. De même, compte tenu du caractère périssable de certains produits (légumes, tubercules...), l'approvisionnement est quasi-continu et occasionnel. Il se fait à chaque fois que de bonnes conditions (fraîcheur des produits, coût moindre...) se présentent. Dans ce cas, à une quantité restante peut s'ajouter une nouvelle provision. À propos des produits maraîchers, trois légumes se démarquent nettement des autres en quantité. C'est le cas de la tomate, du chou pommé et de l'oignon. Ils sont très consommés par les habitants de la commune et les consommateurs urbains ; car considérés comme essentiels pour la majorité des mets. De grande quantité de tomates, et de choux arrivent sur le marché durant la période de novembre à décembre. Cette période traduit en réalité leur pleine production dans les zones de culture. Mais plus particulièrement pour l'oignon, il faut attendre la période de mars à mai pour voir sa disponibilité sur le marché de Kokologho.

Après avoir appréhendé les transactions des produits, il est judicieux dans le cadre de cette recherche de cerner le poids socio-économique et défis de fonctionnement du dit marché.

2.5. *Le poids socio-économique et les problèmes de fonctionnement du marché*

Le marché de Kokologho joue un rôle important sur le plan social et économique. Cependant, il rencontre quelques problèmes de fonctionnement.

Au plan social, le marché est une expression très significative du peuplement et du pouvoir d'achat des populations gravitant autour de son aire d'activité (P. Marie, 1997). Le marché de Kokologho à l'image des autres marchés assume un rôle social: on va au marché pour rencontrer des parents et des amis ou tout simplement pour y prendre des nouvelles. *Kokologho* régit la vie de la population gravitant dans son aire d'influence et favorise, par adoption progressive d'un nouveau mode de vie, le passage de la campagne à la ville. En même temps que les acteurs véhiculent la rumeur ils l'amplifient et lui donne l'apparence d'une réalité. Le marché de *Kokologho* favorise en outre, l'émancipation féminine. Les possibilités pour les femmes (surtout non scolarisées) en ville de trouver un travail salarié sont réduites à des activités économiques de petite envergure. Les femmes qui se voient dans l'obligation de gagner de l'argent, se retrouvent automatiquement dans le commerce, par manque d'autres possibilités. Le commerce de détail constitue par excellence l'activité principale par laquelle la grande majorité des femmes commerçantes exercent pour assurer leurs besoins. Que cela soit une activité d'appoint ou une activité stable et principale, le commerce permet à une certaine proportion de la population de subsister. Il est clair que « gagner un revenu supplémentaire » n'est qu'une des motivations. Mais, les détaillants jouent un rôle social dans une situation de crise. Une implication cruciale est que ce rôle pour les marchés de détail peut empêcher une compétition saine et efficace. En fait, les commerçants sur le marché évitent de se concurrencer sur les prix, c'est-à-dire de « casser les prix ».

Au plan économique, les commerçants de par leurs activités, arrivent à couvrir un tant soit peu leurs besoins à travers leurs activités. Selon les résultats de la

présente étude, 66,3% des marchands enquêtés ont moins de 10 clients par jour, 33,7% reçoivent entre 15 et 20 personnes. Il s'agit surtout des commerçants de pièces détachées, des produits maraîchers, des produits cosmétiques, des ustensiles de cuisine, de céréales, des tubercules, des fruits avec des recettes journalières comprises entre 10 000 et 40 000 FCFA. Ces recettes varient en fonction des périodes, de la disponibilité des marchandises ainsi que de l'affluence au marché. Quant au mode de paiement, il se fait au comptant et est plus important que les paiements à tempérament. Les bénéfices réalisés sur les gains journaliers leur permettent d'assumer une bonne responsabilité des charges familiales et même d'investir davantage dans leur activité en ouvrant d'autres boutiques ou magasins.

Selon le percepteur de la commune, la trésorerie régionale du Centre-ouest, perçoit chaque année plus de 100 000 000 FCFA au marché de Kokologho. Le tableau n°4 fait l'état de l'évolution des recouvrements du marché de Kokologho ces dernières années.

Tableau n°4 : Prévisions et l'évolution des recouvrements du marché

Année	2014	2015	2016
Prévisions	272 431 175 FCA	247 383 679 FCA	244 397 754 FCA
Recouvrements	96 958 894 FCA	165 754 839 FCFA	172 382 196 FCFA

Source : Trésorerie régionale du centre-Ouest, 2017

En tenant compte du nombre d'emplacements, les prévisions ont été estimées à 250 000 000 FCA par an. Cependant, on note une variation des recouvrements qui s'explique en grande partie par l'incivisme fiscal. Autrement dit, certains marchands n'honorent pas leur engagement financier. Ce qui amène parfois les autorités communales de procéder à une redistribution des emplacements. Les recettes de fonctionnement sont utilisées par la Mairie pour rémunérer ses employés, effectuer des prévisions des repartitions futures sur le site et procéder à des aménagements pour un bon fonctionnement des équipements.

En effet, des auteurs comme V. Zoma et *al.* (2022) démontrent que les chiffres d'affaires pour le petit commerce de produits vivriers peuvent aller de 2 000 F CFA à 5 000 F CFA en Afrique de l'ouest. Cependant, en enlevant le prix de la redevance, les petites commerçantes obtiennent un bénéfice net de seulement 300 à 700F CFA par jour. Toutes ces analyses sont similaires à celles de D. Ilboudo (2012), qui signale que les marchés participent à réduire le chômage, en fournissant des emplois à temps plein ou à temps partiel aux populations, mais aussi servent souvent de dernier recours pour les sans-papiers (dans les pays étrangers) qui souhaitent assurer un revenu minimum régulier.

En ce qui concerne les problèmes de fonctionnement du marché de Kokologho, on note une insuffisance de places liée à une mauvaise occupation du marché, et de l'augmentation du nombre de commerçants d'année en année (Photo n° 4).

Photographie n°4 : Encombrement des allés les jours de marché



Source : Travaux de terrain

Une grande partie des vendeurs s'installent dans les "allés" rendant souvent la circulation difficile. Cela constitue une contrainte pour les transporteurs ambulants, car ils n'arrivent pas à circuler librement avec les produits transportés. De même, les commerçants exerçant dans les boutiques et hangars se plaignent du fonctionnement de leur activité. Ils estiment n'être pas protégés

de la concurrence déloyale des commerçants ambulants et de ceux venant des autres marchés de façon occasionnelle durant les périodes de fêtes. En effet, ces derniers échappent aux agents de recouvrement des taxes et vendent leurs produits à des prix réduits. Ce constat a été également fait par V. Zoma et *al.* (*op.cit.*) qui montrent que ce désordre perturbe une bonne collecte des redevances et les taxes ne peuvent pas être perçues correctement. Cela constitue un manque à gagner en termes de recette fiscale (moins de 10% des recettes urbaines) et une difficulté à disposer de données statistiques fiables à même de mieux planifier la croissance et le développement économique d'une ville. D'une manière générale, la gestion des déchets à Kokologho est marquée par de nombreux dysfonctionnements en matière de financement, de choix techniques et de schéma organisationnel. Les bacs à ordures sont noyés et les fortes odeurs étouffent les commerçants et les passants. De même, faute d'infrastructure de conservation et d'équipement de stockage, dans l'impossibilité d'écouler rapidement et de façon rentable des denrées alimentaires essentiellement périssables, les commerçants laissent pourrir les produits en plein air, sous la pluie et sous le soleil.

Conclusion

La question d'approvisionnement des marchés en produits de base est une question majeure en Afrique de l'Ouest au regard de l'urbanisation rapide d'une part, et de l'autre, les habitudes alimentaires en mutation. Elle entraîne avec elle le pouvoir d'achat des populations, en les impliquant davantage dans toutes les autres formes d'échange et de circulation entre les villes et les campagnes. Tout un secteur d'activités de transformation rurale des produits, de commerce de gros, de transport et de stockage s'est considérablement développé en Afrique de l'Ouest. Il maille les relations entre villes et campagnes pour nourrir les citadins dans un sens et contribuer à l'équipement des ruraux dans l'autre. Ce secteur assure l'adaptation de la qualité des produits aux modes de vie et au pouvoir

d'achat des citadins et des ruraux. Face à la croissance rapide des villes et à une demande accrue de la part des consommateurs urbains qui modifient les rapports ville-campagne, l'agriculture familiale et celle urbaine doivent aujourd'hui renforcer leur capacité à nourrir les villes par leur production.

Dans un contexte de libéralisation des échanges et de la transition alimentaire induite par la croissance urbaine, la part de l'alimentation provenant des importations s'est accrue. La volatilité des prix des aliments affecte les populations urbaines et rurales.

L'augmentation de la population urbaine donne une impulsion nouvelle à la commercialisation des produits ruraux dans la mesure où il s'en suit une augmentation de la demande alimentaire. Cette demande peut être un temps soit peu satisfaite par les marchés ruraux si ces derniers disposent d'une gamme variée de produits et qu'ils améliorent leur système de production pour le rendre plus efficace et en quantité. En fonction des origines et des habitudes alimentaires des populations urbaines, les marchés ruraux (cas du marché de Kokologho à 45 Km de Ouagadougou) offrent sur leurs sites une gamme variée de produits ruraux qui attirent les grandes agglomérations et les centres urbains secondaires.

Références bibliographiques

Ben Hammouda H., (2004). *Les transports et l'intégration régionale en Afrique*, Maisonneuve et Larose, Paris, 230 pages.

Bricas N., 1997. « L'effet de la crise sur l'alimentation des populations urbaines en Afrique », in *Coussy J. et J. Vallin (Eds.), Crise et population en Afrique*, Coll. Les études du CEPED, n° 13, Paris, pp. 183-207.

Chaleard J-L., Moustier P. et Leplaideur A., 2002. « L'approvisionnement vivrier des villes en Guinée : entre fragilité et dynamisme », in *Autre part*, IRD, n° 23, pp. 5-23.

Compaoré G. 2010. « Mobilités et modalités de transport à Ouagadougou », in *L'armature du développement en Afrique : industries, transports et communication*, Karthala, pp 135-168.

Compaoré S. et al. 2010. *Annuaire statistique, commune de Ouagadougou*, 181 pages.

Courade G., 1985. « Villes /campagnes : les liaisons dangereuses », in Bricas et al., *Nourrir les villes en Afrique subsaharienne*, Paris, L'harmattan, pp. 67-81.

Diallo S., 2006. Dynamiques transfrontalières et développement local urbain dans un contexte de décentralisation: le cas de la commune de Rosso Sénégal, DEA de géographie (Aménagement Environnement et Développement), Université Gaston Berger de Saint-Louis (Sénégal), [en ligne], https://www.memoireonline.com/07/07/527/m_dynamique-transfrontaliere-developpement-local-decentralisation-rosso.html, Consulté le 13/07/2022.

Dolfus O., 1972, « L'espace Géographique ». Paris, PUF, Coll. Que sais-je ? n° 1390, [compte-rendu], pp. 67-68, en ligne, https://www.persee.fr/doc/spgeo_0046-2497_1972_num_1_1_1310_t1_0067_0000_1, consulté le 21/07/2022.

Harang M. et Kafando Y. 2008. *Les marchés In : Ouagadougou (1850-2004) : Une urbanisation différenciée*. Marseille : IRD Éditions, pp. 117-123.

Ilboudo D. 2012. *Le marché de Kokologho : influences et impacts socio-économique*, Mémoire de maîtrise, Département de Géographie, Université de Ouagadougou, 85 pages.

Kippré P., 2006. *Intégration régionale et développement rural en Afrique de l'Ouest*. Ima éditions, France, 145 pages.

Marie P., 1997, (Ed.). *L'Afrique des individus*, Karthala, Paris, 438 pages.

Ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique (MEFSIN), 2019. Perspectives démographiques en Afrique de l'Ouest. En ligne, <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Pays/CI/perspectives-demographiques-en-afrique-de-l->

