



HAL
open science

Adaptation du commerce aux dynamiques urbaines, regards croisés Sud-Nord - Actes du colloque de Lomé

Kossiwa Zinsou-Klassou, René-Paul Desse

► **To cite this version:**

Kossiwa Zinsou-Klassou, René-Paul Desse. Adaptation du commerce aux dynamiques urbaines, regards croisés Sud-Nord - Actes du colloque de Lomé. Université de Lomé, pp.447, 2017, Notes scientifiques, homme et société. <hal-04839118>

HAL Id: hal-04839118

<https://hal.science/hal-04839118v1>

Submitted on 15 Dec 2024

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.

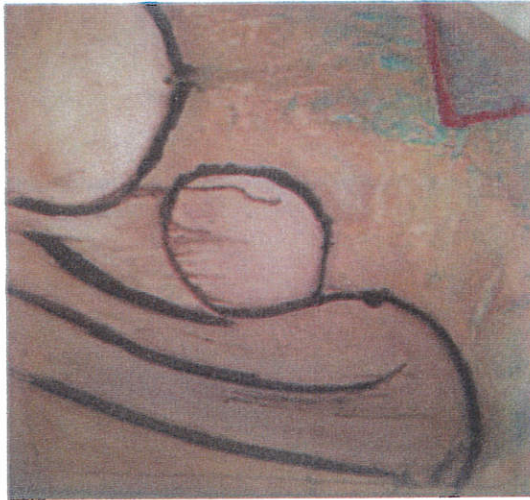


HAL Authorization

ISSN : 2409-9791

NOTES SCIENTIFIQUES

homme et société



ADAPTATION DU COMMERCE AUX DYNAMIQUES URBAINES
REGARDS CROISES SUD-NORD

sous la direction de

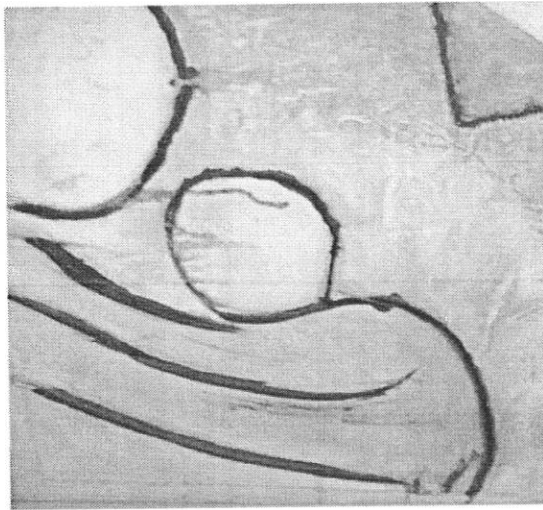
Kossiwa ZINSOU-KLASSOU & René-Paul DESSE

Hors série N°1
Juillet 2017

ISSN : 2409-9791

NOTES SCIENTIFIQUES

homme et société



ADAPTATION DU COMMERCE AUX DYNAMIQUES URBAINES
REGARDS CROISES SUD-NORD

sous la direction de

Kossiwa ZINSOU-KLASSOU & René-Paul DESSE

Hors série N°1
Juillet 2017

NOTES SCIENTIFIQUES

homme et société

Revue fondée depuis 2014.

*Editée par la Faculté des Sciences de l'Homme et de la Société,
Université de Lomé (Togo).*

Equipe éditoriale

- Directeur de publication :** Komla ETOU, *Maître de Conférences,*
Université de Lomé, Togo
- Rédacteur en chef :** Edinam KOLA, *Maître de Conférences,*
Université de Lomé, Togo
- Rédacteur en chef adjoint :** Follygan HETCHELI, *Maître de Conférences,*
Université de Lomé, Togo

Conseil scientifique

Professeur Yaovi AKAKPO (Université de Lomé, Togo), Professeur Koffi Ayéchoro AKIBODE (Université de Lomé, Togo), Professeur N'buéké Adovi GOEH-AKUE (Université de Lomé, Togo), Professeur Kodjona KADANGA (Université de Lomé, Togo), Professeur Komi KOSSI-TITRIKOU (Université de Lomé, Togo), Professeur Thiou TCHAMIE (Université de Lomé, Togo), Professeur Koffi Badjow TCHAM (Université de Lomé, Togo).

Comité international de lecture

Professeur Jérôme N'guessan ALOKO (Université Félix Houphouët Boigny de Cocody-Abidjan, Côte d'Ivoire), Professeur Fodouop KENGNE (Université de Yaoundé, Cameroun), Professeur René-Paul DESSE (Université de Bretagne Occidentale, France), Professeur Jean SOUMAGNE (Université d'Angers, France), Professeur Nathalie LEMARCHAND (Université Paris 8, France), Kwami Gabriel NYASSOGBO, Maître de conférences (Université de Lomé, Togo), Kossiwa ZINSOU-KLASSOU, Maître de conférences (Université de Lomé, Togo), Follygan HETCHELI, Maître de conférences (Université de Lomé, Togo), Edinam KOLA, Maître de conférences (Université de Lomé, Togo), Assogba GUEZERE, Maître de conférences (Université de Kara, Togo), Messan VIMENYO, Maître-assistant (Université de Lomé, Togo), Awussu Kodjo BIAKOUYE, Assistant (Université de Lomé, Togo).

Comité de rédaction

Edinam KOLA, Kossiwa ZINSOU-KLASSOU, Koko Zébété HOUEDAKOR,
Djiwonou Koffi ADJALO, Follygan HETCHELI, Komla ETOU.

Contact : *Notes Scientifiques, Homme et Société*
Faculté des Sciences de l'Homme et de la Société.
Université de Lomé
BP 1515 Lomé, Togo
Email : notes.scientifiques@gmail.com

Sommaire

Editorial.....	3
Instruction aux auteurs.....	5
Avant-propos.....	9
Préface.....	11
<i>Conférence inaugurale</i>	
Quand le commerce s'adapte aux dynamiques urbaines : cas de l'Europe occidentale et de l'Afrique subsaharienne, Kengne FODOUOP.....	13
Territoires et territorialités des pratiques de l'économie informelle dans le développement de la ville de Parakou au Nord Bénin : un exemple d'adaptation du commerce à la dynamique urbaine dans les Suds, Georges Agbachi ALE.....	45
L'informel de rue dans les espaces périphériques de la ville de Lomé : l'exemple d'Agoènyivé, Kossi Dossavi TONOU & Kossiwa ZINSOU-KLASSOU.....	61
La fin des marchands ambulants dans les villes du Nord XVIIe-XXe siècles, Christina NORDIN.....	85
Fonction socio-économiques et aspects écologiques de la chasse en zone périphérique (Togo), Ama-Edi KOUYA, Minkilabe DJANGBADJA & Abdourazakou ALASSANE.....	99
Etalement urbain et commercialisation de l'eau potable dans les périphéries de Lomé, Koko Zébéto HOUEDAKOR, Pessièzoum ADJOUSI & Djiwonou Koffi ADJALO.....	115
Mode de déploiement des points de transaction du mobile paiement dans les espaces urbains en Côte d'Ivoire : cas de la ville de Daloa, Sahoti OUATTARA.....	131
L'e-commerce à Lomé : vers un canal de commercialisation innovant mais méconnu, Edem Canyi Madjé AMAH.....	157
Economie informelle et petits services de survie dans les petites et moyennes villes togolaises, Assogba GUEZERE.....	177
Etalement urbain et développement des activités commerciales à l'ouest de Cotonou : le cas de l'arrondissement de périurbain de Pahou, Toussaint VIGNINO, Dossa Alfred AICHEOU & Makodjami David BALOUBI.....	197
Adaptation morphologiques du commerce au développement urbain en Asie du Sud-Est, Jean SOUMAGNE.....	215
Floraison des marchés informels à Ouagadougou : cas du marché <i>Talaat-Raaga</i> ou « Marché du mardi », R.U. Emmanuel OUEDRAOGO, D. Edwige NIKIEMA & Georges COMPAORE.....	243

Dynamiques urbaines et prolifération des points de vente de médicaments de rue au Togo : cas de la ville de Kara, Pyalo Padawi AWESSO & Kossiwa ZINSOU-KLASSOU.....	261
Adaptation des formes du commerce aux dynamiques urbaines. En périphérie de Bamako, La foire devient marché, le marché se change en foire..., Gwenaëlle RATON.....	287
Du village à l'espace périurbain : mutations socio-économiques du canton d'Adétikopé, un territoire sous influence de Lomé (Togo), Follygan HETCHELI, Iléri DANDONOUGBO & Awusu Kodjo BIAKOUYE.....	311
Le commerce du rue comme marqueur de l'espace urbain : cas de la ville de Cotonou, Coffi Adrien DOSSOU-YOVO.....	335
Commerce de vêtements et mobilité des acteurs dans le grand Lomé : approche cartographique, Kokouvi ALOWOU & Kossiwa ZINSOU-KLASSOU.....	357
Activités commerciales informelles féminines et organisation de l'espace urbain à Abidjan : cas de Yopougon Banco 2, Téré GOGBE, N'Guessan Gilbert KOUASSI & Lou Binhué Juliana Flore GOORE.....	377
Dynamique urbaine et commerce de rue à Abomey-Calavi au Bénin, Cyr Gervais ETENE, Ousséni AROUNA & Charles Lambert BABADJIDE.....	397
Commercialisation de la viande du porc dans la commune de Dangbo au Sud du Bénin, Aboubakar KISSIRA, Ansèque GOMEZ COAMI & M. V. Cecilia HOUSSOU.....	413
Commerce des dérivés de maïs le long du RNIE 1 à Comé et Kpomassé au Bénin (Afrique de l'Ouest), S. Benjamin ALLAGBE.....	429

Editorial

Malgré les difficultés structurelles et de financement qui font encore obstacle à sa dynamique créatrice et à son expansion, on ne peut plus dire de la recherche africaine en sciences littéraires, humaines et sociales qu'elle n'est qu'un « tigre de papier ».

Depuis le 19^e siècle, les « études africaines » mobilisaient des africanistes occidentaux, des instituts coloniaux et des intellectuels africains de la diaspora. Ceux-là avaient fait un travail important de pionniers dans le domaine de « la connaissance du monde noir ». La vérité est que les thématiques, les approches et les résultats qui sont les leurs ont été au centre des querelles d'approches qui ont lancé et entretenu, en Afrique postcoloniale, des travaux de littérature, de philosophie, d'anthropologie, de sociologie, d'histoire, de géographie, de linguistique.

Depuis la période postcoloniale où elle s'opérait à l'intérieur des grandes écoles, des universités et des centres, la recherche africaine a certainement évolué et peut s'honorer de résultats certains. Les indicateurs de cette évolution sont au moins la quantité des travaux publiés, la progression exponentielle de la courbe des inscriptions des enseignant-chercheurs et des chercheurs sur les listes de reconnaissance scientifique, la prolifération des revues scientifiques.

Ces indicateurs de vitalité de la recherche ne doivent pas nous distraire sur la réalité d'une présence scientifique africaine peu affirmée dans les espaces de débats scientifiques dominants. Il est normal que la recherche africaine, acculée de fournir les preuves de ses enjeux dans le développement national, fasse de son environnement immédiat et ouvert, son terrain empirique de prédilection. Mais l'impératif de sa présence/reconnaissance dans un monde, résolument ouvert et hostile à la faiblesse et à l'amateurisme, l'interpelle à parier davantage sur la qualité de ses résultats. L'histoire des sciences montre bien que l'appréciation de la qualité des résultats repose toujours sur un discours de circonstance ; les travaux de qualité sont ceux qui deviennent dominants à des moments donnés.

Depuis quelques années, le Comité technique spécialisé Lettres et sciences humaines du Conseil africain et malgache pour l'enseignement supérieur (CAMES) a de la peine à suivre l'obligation pour elle d'accorder plus de crédit aux résultats publiés dans des revues indexées. Nous pensons modestement qu'une des issues c'est la reconsidération de

l'orientation éditoriale des organes de publication scientifique de l'espace CAMES et des autres espaces africains de reconnaissance scientifique.

Nous devons nous rendre compte que l'orientation éditoriale des *Annales* de faculté, reprise systématiquement par les revues de laboratoire, orientation qui consiste à réunir des textes disparates, parfois sans enjeux épistémologiques attestés, dans des publications périodiques, a fait, peut-être déjà, son temps. L'option éditoriale dont le CAMES a besoin pour les organes de publication de son espace doit être, nous semble-t-il, celle qui inscrit les résultats africains dans tout espace intellectuel ouvert de négociation de la preuve.

Cette réorientation éditoriale peut être portée par des revues spécialisées qui se donnent d'organiser leurs numéros et volumes autour de thématiques et problématiques réelles, novatrices et ouvertes. Une telle réorientation de ligne éditoriale doit revenir à installer nos publications périodiques, et les autres ouvrages, dans la suite continue et/ou discontinue de réelles controverses scientifiques (thématiques, problématiques, approches, thèses) d'où se justifient et se reconnaissent, leurs portées épistémologiques.

Cette option de réorientation éditoriale des publications périodiques et des ouvrages de l'espace CAMES est celle que cherche à porter notre faculté en fondant notre revue *Notes scientifiques, homme et société*.

Yaovi AKAKPO

Doyen de la Faculté des sciences de l'homme et société (FSHS)

Instruction aux auteurs

Revue *Notes scientifiques, homme et société*

La Revue *Notes scientifiques, homme et société*, éditée par la Faculté des Sciences de l'Homme et de la Société (FSHS) de l'Université de Lomé, est un espace de diffusion de travaux originaux qui relèvent du domaine des sciences de l'homme et de la société. Elle publie des articles originaux, rédigés en français ou en anglais, non publiés auparavant et non soumis pour publication dans une autre revue. Les normes qui suivent ont été révisées pour être conformes aux nouveaux textes adoptés par le Comité technique spécialisé « Lettres et sciences humaines » lors de sa 38^e session des consultations des CCI, tenue à Bamako du 11 au 20 juillet 2016. Tous les auteurs sont conviés à les respecter scrupuleusement avant l'envoi du manuscrit final.

1. Les manuscrits

Un projet de texte soumis à évaluation, doit comporter un titre (Times New Roman, taille 12, Lettres capitales, Gras), la signature (Prénom(s) et NOM (s) de l'auteur ou des auteurs, l'institution d'attache), l'adresse électronique de (des) auteur(s), le résumé en français (250 mots), les mots-clés (cinq), le résumé en anglais (du même volume), les keywords (même nombre que les mots-clés). Le résumé doit synthétiser la problématique, la méthodologie et les principaux résultats.

Le manuscrit doit présenter les éléments structurant un texte scientifique : introduction ; problématique ; hypothèse ; approche ; résultats et discussion ; conclusion ; références bibliographiques. Dans ce contexte, les articles de recherche théorique pourront être présentés en trois moments : l'introduction, le développement et la conclusion. En revanche, les articles issus de recherche empirique, à l'instar des recherches expérimentales, auront une architecture : introduction, matériel et méthode, résultats et discussion, conclusion.

Les notes infrapaginales, numérotées en chiffres arabes, sont rédigées en taille 10 (Times New Roman). Réduire au maximum le nombre de notes infrapaginales. Ecrire les noms scientifiques et les mots empruntés à d'autres langues que celle de l'article en italique (*Adansonia digitata*).

Le volume du projet d'article (texte à rédiger dans le logiciel Word, Times New Roman, taille 12, interligne 1.5) doit être de 30 000 à 40 000 caractères (espaces compris).

Les titres des sections du texte doivent être numérotés de la façon suivante :

1. Premier niveau, premier titre (Times 12 gras)

1.1. Deuxième niveau (Times 12 gras italique)

1.2.1. Troisième niveau (Times 12 italique sans le gras)

2. Les illustrations

Les tableaux, les cartes, les figures, les graphiques, les schémas et les photos doivent être numérotés (numérotation continue) en chiffres arabes selon l'ordre de leur apparition dans le texte. Ils doivent comporter un titre concis, placé au-dessus de l'élément d'illustration (centré). La source (centrée) est indiquée au-dessous de l'élément d'illustration (Taille 10). Il est important que ces éléments d'illustration soient d'abord annoncés, ensuite insérés, et enfin commentés dans le corps du texte.

La présentation des figures, cartes, graphiques, ... doit respecter le miroir de la revue qui est de 16 x 24 cm. Ces documents doivent porter la mention de la source, de l'année et de l'échelle (pour les cartes).

3. Notes et références

3.1. Les passages cités sont présentés entre guillemets. Lorsque la phrase citant et la citation dépassent trois lignes, il faut aller à la ligne, pour présenter la citation (interligne 1) en retrait, en diminuant la taille de police d'un point.

3.2. Les références de citation sont intégrées au texte citant, selon les cas, des façons suivantes :

- (Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms et Nom de l'auteur, année de publication, pages citées) ;
- Initiale (s) du Prénom ou des Prénoms et Nom de l'Auteur (année de publication, pages citées).

Exemples :

- En effet, le but poursuivi par M. Ascher (1998, p. 223), est « d'élargir l'histoire des mathématiques de telle sorte qu'elle acquière une perspective multiculturelle et globale (...), d'accroître le domaine des mathématiques (...)»
- Pour dire plus amplement ce qu'est cette capacité de la société civile, qui dans son déploiement effectif, atteste qu'elle peut porter le développement et l'histoire, S. B. Diagne (1991, p. 2) écrit :

Qu'on ne s'y trompe pas : de toute manière, les populations ont toujours su opposer à la philosophie de l'encadrement et à son volontarisme leurs propres stratégies de contournements. Celles-là, par exemple, sont lisibles dans le dynamisme, ou à tout le moins, dans la créativité dont sait preuve ce que l'on désigne sous le nom de secteur informel et à qui il faudra donner l'appellation positive d'économie populaire.

- Le philosophe ivoirien a raison, dans une certaine mesure, de lire, dans ce choc déstabilisateur, le processus du sous-développement. Ainsi qu'il le dit :

le processus du sous-développement résultant de ce choc est vécu concrètement par les populations concernées comme une crise globale : crise socio-économique (exploitation brutale, chômage permanent, exode accéléré et douloureux), mais aussi crise socioculturelle et de civilisation traduisant une impréparation socio-historique et une inadaptation des cultures et des comporte-

ments humains aux formes de vie imposées par les technologies étrangères. (S. Diakité, 1985, p. 105).

3.3. Les sources historiques, les références d'informations orales et les notes explicatives sont numérotées en continue et présentées en bas de page.

3.4. Les divers éléments d'une référence bibliographique sont présentés comme suit :

NOM et Prénom (s) de l'auteur, Année de publication, Titre, Lieu de publication, Editeur, pages (p.) pour les articles et les chapitres d'ouvrage uniquement.

Le titre d'un article est présenté entre guillemets, celui d'un ouvrage, d'un mémoire ou d'une thèse, d'un rapport, d'une revue ou d'un journal est présenté en italique. Dans la zone Editeur, on indique la Maison d'édition (pour un ouvrage), le Nom et le numéro/volume de la revue (pour un article). Au cas où un ouvrage est une traduction et/ou une réédition, il faut préciser après le titre le nom du traducteur et/ou l'édition (ex : 2nde éd.).

3.5. Les références bibliographiques sont présentées par ordre alphabétique des noms d'auteur.

Par exemple :

Références bibliographiques

AKIBODE Ayéchoro Koffi, 1987, *Colonisation agraire et essor socio-économique dans le Bassin de la Kara*, Lomé, Mission Française de Coopération, Presses de l'Université du Bénin.

AMIN Samir, 1996, *Les défis de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan.

AUDARD Cathérine, 2009, *Qu'est-ce que le libéralisme ? Ethique, politique, société*, Paris, Gallimard.

BERGER Gaston, 1967, *L'homme moderne et son éducation*, Paris, PUF.

CAMILLE Michael, 2000, « Before the Gaze. The Internal Senses and Late Medieval Practices of Seeing », in R. Nelson (dir.), *Visuality Before and Beyond the Renaissance. Seeing as Others Saw*, Cambridge, Cambridge University Press, p. 197-223.

DIAGNE Souleymane Bachir, 2003, « Islam et philosophie. Leçons d'une rencontre », *Diogenes*, 202, p. 145-151.

DIAKITE Sidiki, 1985, *Violence technologique et développement. La question africaine du développement*, Paris, L'Harmattan.

DI MEO Guy, 2000, *Géographie sociale et territoires*, Paris, Nathan.

DELORD Jacques, 1961, « Notes et commentaires du texte de Léo Frobenius sur les Kabrè », in *Le Monde Non-chrétien*, nouvelle série, n°59-60, p. 101-172.

KOLA Edinam, 2007, « Stratégies d'adaptation à la crise et revenus paysans dans une économie de plantation en crise : l'exemple de l'Ouest de la Région des Plateaux au Togo », *Annales de l'Université de Lomé*, série Lettres et

Sciences Humaines, Tome XXVII-2, Lomé, Presses de l'Université de Lomé, p. 77-89.

Pour les travaux en ligne ajouter l'adresse électronique (URL).

Par exemple :

PIERRE Véronique, 2006, Règles typographiques de base, disponible en ligne sur <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/20/fr/> (consulté le 02 janvier 2016).

NB : Les manuscrits corrigés doivent être envoyés à la rédaction à l'adresse suivante : notes.scientifiques@gmail.com avec copie à edikola@yahoo.fr.

La rédaction

AVANT-PROPOS

Qu'il s'agisse de l'Afrique ou de l'Europe, les dynamiques urbaines ont été très importantes depuis une soixantaine d'années. Dynamiques tout d'abord spatiales : Lomé s'étale sur à peine 550 hectares en 1950 et 30 000 en 2010. Rennes en France consomme déjà 1800 hectares en 1950 et 4 000 en 2010. Cet étalement de l'urbain a individualisé un espace central et fait surgir des périphéries, puis des espaces périurbains. L'engouement pour les nouveaux fronts pionniers s'explique d'abord par la rente foncière, ensuite les proximités géographiques entre espaces résidentiels et activités auxquels s'ajoute une croissance exponentielle des mobilités.

Dans ce schéma évolutif, l'activité commerciale a dû s'adapter à ces transformations de la ville. Ces dynamiques commerciales interrogent sur les acteurs de ces changements et sur les formes spatiales qui surgissent. L'essor récent des Technologies de l'Information et de la Communication crée des espaces commerciaux virtuels propices à l'étalement, voire à l'éparpillement de la fonction commerciale.

Ce livre collectif qui rassemble 20 contributions qui ont fait l'objet de communication présentées au colloque international de Lomé sur le thème: « Adaptation du commerce aux dynamiques urbaines : Regards croisés Sud-Nord » du 10 au 13 mai 2016 à l'Université de Lomé (Togo), par des scientifiques relevant de trois disciplines: la géographie, la sociologie, l'aménagement et l'urbanisme. Faisant abstraction de leurs convictions religieuses, politiques ou idéologiques, ces scientifiques se sont livrés à une analyse objective et sans complaisance des relations qui existent entre les dynamiques urbaines et les mutations commerciales issues de l'étalement des villes ou du recours aux TIC et les différents types d'aménagements récents des espaces urbains observés tant en Afrique qu'en Europe.

Outre la conférence inaugurale présentée par le Professeur de classe exceptionnelle KENGNE Fodouop et la préface qui porte la signature de l'éminent Professeur ALOKO N'Guessan Jérôme, le livre renferme des contributions qui s'articulent autour de cinq principaux axes retenus par le colloque international :

Le premier axe a mis en exergue l'évolution spatiale des villes du sud et du nord au rythme de la croissance démographique générant de nouvelles formes de commerce que sont les magasins multiformes de grandes marques, supérettes et hypermarchés, les *drives*, la vente à distance et le e-commerce.

Le deuxième axe aborde le secteur informel, dans tous ses états en milieu urbain, qui se développent souvent en marge des législations sociale, pénale et fiscale en vigueur et qui regroupe les petites entreprises de production, les petits commerçants ou les prestataires de services.

Le troisième axe quant à lui a fait ressortir les liens entre le commerce et la mobilité en milieu urbain. En Europe, l'enjeu actuel étant de desservir correctement le commerce de périphérie par les transports en commun en croissance continue, alors que dans les pays du sud, la concentration des activités commerciales au centre-ville induit des mutations liées à la congestion urbaine avec de nouveaux modes de déplacement dont le taxi-moto est l'exemple le plus contemporain.

Le quatrième axe a tenté de mettre en évidence la relation qui existe entre l'aménagement urbain et la transformation commerciale au sud et au nord, les transformations de l'appareil commercial et le glissement vers le périurbain et la périphérie entraînant une modification des centralités classiques et du lien social dans les villes.

Les contributions du cinquième axe, en ce qui les concerne, ont mis en exergue le caractère novateur des usages des Technologies de l'Information et de la Communication qui donne plus de possibilités et induit de nouvelles pratiques dans le commerce et des comportements d'achat inédits d'autant plus que leurs applications intègrent plus ou moins tous les secteurs de la vie économique et sociale.

Qu'il me soit permis d'adresser ici mes plus vifs remerciements aux collègues qui ont participé à la rédaction, à la relecture et à l'agencement correct des contributions qui figurent dans cet ouvrage.

Lomé, Togo, le 16 juillet 2017

Kossiwa ZINSOU-KLASSOU
Maître de Conférences
Présidente du Comité d'Organisation

PREFACE

« **Adaptation du commerce aux dynamiques urbaines : regards croisés Sud-Nord** », est le thème du Colloque International de Lomé organisé du 10 au 13 mai 2016. Aujourd'hui, nous sommes heureux et fier d'en préfacier l'ouvrage collectif, marquant un des « points d'orgue » de cette passionnante aventure scientifique. C'est en effet une belle œuvre collective qui regroupe une vingtaine de communications ayant meublé cette rencontre internationale.

Tous les champs de cette problématique articulés autour du « commerce et dynamiques urbaines » ont fait l'objet de communications écrites, de débats enrichissants qui ont nourri la réflexion et qui se trouvent consignés dans cet ouvrage collectif :

- commerce et mobilité ;
- secteur informel à l'assaut des villes ;
- étalement urbain et nouvelles formes de commerces ;
- e-commerce et nouvelles formes de communications ;
- aménagement urbain et mutations commerciales.

Ces contributions écrites autant que les débats qui en ont donné naissance ont atteint une rare intensité dans la diversité des approches proposées. Les démarches théoriques, les études de cas, les mises en perspectives, se le disputent aux analyses comparatives de gradient vertical Nord-Sud, quand d'autres encore sont marqués du sceau de la transversalité Sud-Sud.

Au total, cet ouvrage représente une œuvre de transcription fidèle et utile d'un Colloque International. Il matérialise un Colloque qui vient à un moment opportun, car il devenait impérieux que la réflexion s'engage sur les réponses de l'activité commerciale aux dynamiques des villes et réciproquement. Chacun sait que le commerce, souvent mère des villes,

apparaît aujourd'hui comme le moteur de leur fonctionnement. Il importait plus que jamais de comprendre les ressorts de cette relation, d'en démonter les mécanismes pour proposer des ajustements nécessaires pour un bon fonctionnement des rapports entre l'activité commerciale et la « machine urbaine ».

C'est toute l'ambition dudit colloque. Nous en savons gré à l'ingénieux Comité d'organisation sous la houlette de sa dynamique Présidente, Kossiwa ZINSOU-KLASSOU, voire bien encadré le déroulement de ces thématiques pertinentes en lien avec ce doublet indissoluble représenté par la ville et l'activité commerciale.

A présent, l'ouvrage collectif est disponible pour le public, fruits de l'effort conjoint des chercheurs et des enseignants-chercheurs venus d'Afrique, d'Europe et d'Amérique. C'est à vous, chers lecteurs qu'il est destiné. Dans la diversité de vos centres d'intérêts personnels ou professionnels, cet ouvrage vous appartient. Décideurs, chercheurs et universitaires, professionnels de la ville ou de l'activité commerciale, amis de la culture, touristes ou simples curieux des choses de l'esprit, appropriiez-vous cet ouvrage qui rentre dans le domaine commun.

Faites en bon usage pour valoriser les connaissances qu'il contient. Partagez ces connaissances et rendez-les fécondes dans les esprits des femmes et des hommes ainsi que dans les espaces des villes, car le but ultime, c'est de voir les activités commerciales mieux intégrées dans les territoires urbains au bénéfice de toutes et de tous.

Jérôme ALOKO-N'GUESSAN
Président du Comité Scientifique

CONFERENCE INAUGURALE
QUAND LE COMMERCE S'ADAPTE AUX DYNAMIQUES
URBAINES : CAS DE L'EUROPE OCCIDENTALE ET DE
L'AFRIQUE SUBSAHARIENNE

Kengne FODOUOP
Université de Yaoundé I

Résumé : Parce qu'il est intimement lié à la ville, le commerce s'adapte en permanence aux dynamiques urbaines. Depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale en Europe Occidentale, et depuis un demi-siècle en Afrique au sud du Sahara, il s'accommode tant bien que mal, des mutations démographiques, spatiales et économiques à l'œuvre dans les grandes villes. Ces mutations s'y accompagnent de l'émergence et du développement de nouvelles formes de commerce. La présente réflexion scientifique s'attache à esquisser un état des lieux de l'adaptation du commerce aux dynamiques urbaines récentes en Europe Occidentale et en Afrique au sud du Sahara

Mots-clés : Commerce, dynamiques urbaines, adaptation, Europe Occidentale, Afrique au sud du Sahara.

Abstract: Due to its intimate link with the town, commerce continuously adapts to urban dynamics. Since the end of the Second World War in Western Europe and for about half a century in sub Saharan Africa, it more or less adapts to demographic changes, spatial and economic mutations that are taking place in large cities. These changes are accompanied by emergence and the development of new forms of commerce. This scientific reflection aims at presenting the present state of the adaptation of commerce to recent urban dynamics in Western Europe and in sub Saharan Africa.

Keywords: Commerce, urban dynamics, adaptation, Western Europe, Sub Saharan Africa.

Introduction

Les villes, pures créations humaines, ne sont pas des organismes figés. Elles sont au cœur d'un processus de transformation permanent. Processus d'augmentation de l'effectif de leurs habitants, sous le double effet de l'accroissement naturel et des migrations de population. Processus aussi d'extension de leur surface bâtie, consécutif à la mise en place dans leurs marges, de nouveaux quartiers organisés ou anarchiques. Processus encore de diversification et d'intensification de leurs activités économiques, mais aussi de densification de leur espace. Ajouter à cela, un allongement des distances et donc des déplacements, conséquence d'un étalement spatial prononcé, qui fait passer, en une ou deux décades, nombre d'organismes urbains considérés, de villes pédestres à villes motorisées, selon l'expression de l'urbaniste français Marc Wiel, où s'impose l'utilisation de la voiture individuelle, des motos ou encore des transports en commun.

Dans ces villes sans cesse en mouvement, le commerce, compagnon-né de l'urbanisation, est amené à s'adapter aux transformations démographiques, spatiales et économiques qui s'y produisent. En effet, au fur et à mesure que les villes s'étendent et qu'une partie de leurs populations s'éloigne du centre pour aller s'installer dans la périphérie, le commerce est forcé de suivre ce mouvement. Au fur et à mesure que les modes de vie, les goûts et les habitudes d'achat des consommateurs urbains changent, cette activité économique intermédiaire et spéculative, est contrainte de s'adapter à ces bouleversements. Ainsi, depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale en Europe Occidentale et depuis une cinquantaine d'années en Afrique au sud du Sahara, le commerce s'est profondément transformé, sous l'effet conjugué de l'augmentation et de la diversification de la demande, de l'étalement et du renouvellement urbains et de la révolution des transports terrestres, dont la manifestation la plus éclatante est la généralisation de l'utilisation de l'automobile. En Europe Occidentale comme en Afrique au sud du Sahara, en rendant les consommateurs beaucoup plus mobiles, l'automobile a provoqué la migration d'un grand nombre d'entre eux vers les périphéries urbaines et même les zones rurales, ainsi que la dispersion géographique des points de distribution de biens et de services. D'autre part, l'acquisition par nombre de ménages urbains des frigidaires et des réfrigérateurs, des appareils de conservation des produits délicats et la possibilité d'achats groupés qui en résulte, ont incité les promoteurs et autres professionnels de la distribution, à créer ici et là, des établissements commerciaux modernes

souvent déspecialisés, vendant dans la même enceinte, une multitude d'articles différents. Il s'agit des supermarchés, des supérettes, des hypermarchés et autres centres commerciaux.

Cet article volontairement limité, livre une réflexion scientifique de portée générale, sur l'adaptation du commerce aux dynamiques urbaines récentes en Europe Occidentale et en Afrique au sud du Sahara. Il prend appui sur plusieurs travaux de recherche réalisés au cours des quarante dernières années par des géographes, des sociologues, des urbanistes, des démographes, des économistes, des politologues, des historiens et des spécialistes des sciences de l'information et de la communication, mais aussi sur l'expérience de terrain de son auteur sur le sujet abordé. Il se subdivise en deux grandes parties. La première partie est consacrée à l'analyse de l'adaptation du commerce aux dynamiques urbaines en Europe Occidentale et la deuxième partie à celle de l'adaptation du commerce aux dynamiques urbaines en Afrique au sud du Sahara.

1. Adaptation du commerce aux villes en mutation en Europe Occidentale

Au terme d'un processus de mutation ininterrompu déclenché au lendemain de la Deuxième Guerre mondiale, les grandes villes d'Europe Occidentale offrent aujourd'hui un territoire comprenant un centre polynucléaire, des blocs de grands ensembles, des quartiers d'HLM et des périphéries aux limites indécises. A chacune de ces entités spatiales correspond une armature commerciale distincte.

1.1. L'ouverture des centres des villes à de nouvelles structures de commerce

Dans les centres des grandes villes d'Europe Occidentale autrefois, les marchés physiques, les grands magasins, les petites boutiques indépendantes, les épiceries et les cafés constituaient les principaux lieux d'approvisionnement et de divertissement des clients. Ils étaient localisés soit le long des grandes rues, soit autour des places. Ils proposaient à des consommateurs issus de toutes les parties des villes, et parfois de leur périphérie rurale, une diversité de produits alimentaires et d'usage courant.

Mais depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale, avec l'augmentation et la diversification de la population, mais aussi l'élévation générale du niveau de vie de celle-ci, les centres des grandes villes d'Europe Occidentale, se sont résolument ouverts à de nouvelles structures

de commerce. Ces nouvelles structures commerciales proposent des produits et services de plus en plus variés aux populations résidentes, mais aussi aux clients de passage (touristes) de plus en plus nombreux. A l'heure actuelle, les centres des grandes villes d'Europe Occidentale abritent une armature commerciale beaucoup plus diversifiée que celle qu'ils détenaient avant l'éclatement de la Deuxième Guerre mondiale en 1939 (M. F. Mattei, 2013 ; APUR, 2012 ; J. Soumagne, 2012 ; A. Metton, 1984).

Dans l'armature commerciale plurielle actuelle de ces centres, les marchés physiques sont toujours présents et leur nombre est même en augmentation. Ainsi, le centre polynucléaire de Paris aujourd'hui constitué de 20 Arrondissements, abrite une centaine de marchés de différente taille, contre une trentaine il y a 70 ans ; celui de Bruxelles compte une soixantaine de marchés physiques contre 15 avant le déclenchement du Second Conflit mondial en 1939. Entièrement couverts ou situés en plein air, les marchés physiques des centres des grandes villes d'Europe sont dans leur immense majorité dédiés à la vente des produits alimentaires (fruits et légumes, conserves alimentaires, boissons, alimentation carnée). Il faut y ajouter les marchés aux puces. Ces derniers, qui se tiennent les samedis et les dimanches sur les grandes places publiques des centres des grandes villes, vendent essentiellement des produits d'usage courant d'occasion, à une clientèle provenant de toutes les parties des villes considérées et à des touristes de passage (APUR, 2014 ; M. F. Mattei, 2013, J. Soumagne, 2012; A. Metton 1984).

Dans ces centres des grandes villes d'Europe Occidentale, les grands magasins sont également présents. Traditionnellement, les grands magasins ont toujours été installés dans les centres des grandes villes d'Europe Occidentale. Très courus par les clients, ils constituent une stratégie permettant de restituer aux centres des grandes villes leur attractivité. Ce sont les magasins Printemps Haussmann, Galeries Lafayette, Le Bazar de l'Hôtel de ville à Paris, Harrod, Selfridges, House of Fraser, Harvey Nichols et Liberty à Londres, Hema, City 2, Le Piano, Galeria Inno, Goktex, Lady Paname et Galeries royales Saint Hubert à Bruxelles, Kadewe, Galeria Kaufhof am Alexanderplatz, Dussmann, Stilwerk, Kaufhof AG et Woolworth à Berlin. Ils sont généralement construits sur plusieurs étages. Ils proposent à la clientèle un grand nombre de produits dans plusieurs secteurs : habillement-textile, hygiène, beauté, équipement de maison, loisirs, culture et parfois alimentation. Leurs méthodes commerciales sont : l'entrée du magasin libre, les prix des

articles sont fixes et marqués, la pratique des rendus, la réduction de la marge bénéficiaire.

Dans les centres des grandes villes d'Europe Occidentale abondent aujourd'hui les supermarchés, les magasins à rayons multiples ou magasins populaires. Ces derniers résultent des opérations de rénovation urbaine et surtout de restructuration des îlots d'habitation insalubres. On y trouve aussi en très grand nombre, des supérettes, des discounts, des épiceries, des charcuteries, des magasins d'alimentation, des librairies, des pâtisseries, et des distributeurs automatiques dans les halls et salles d'attente des gares de chemin de fer, des bureaux de postes et dans les stations de métro. Les bars, les tabacs, les cafés, les discothèques y connaissent également un développement rapide.

Depuis la fin de la Deuxième guerre mondiale et surtout depuis le début des années 1960, et malgré l'étalement urbain, les centres des grandes villes d'Europe Occidentale sont réinvestis à la fois par des catégories d'habitants aisées et des fonctions de consommation, touristiques et de loisirs. Les centres des villes y connaissent une « revitalisation » ou une « renaissance » commerciale. Ils deviennent des points d'implantation préférentielle des boutiques de commerce de luxe et même de grand luxe, qui intéressent une clientèle internationale constituée de diplomates, d'hommes d'affaires, des magnats de l'industrie et de la finance, de touristes fortunés venus des États-Unis d'Amérique, du Canada, du Japon, d'Amérique Latine et d'Afrique (APUR, 2014 ; M. F. Mattei, 2013, J. Soumagne, 2012)

Les centres des villes d'Europe jouent désormais la carte des ventes et des achats de plaisir (articles de sport, jouets, appareils de musique), par opposition aux ventes et aux achats utiles, qui sont davantage le fait des zones commerciales urbaines périphériques. Les boutiques du commerce indépendant très nombreux proposent des produits à usage quotidien. L'offre commerciale s'adapte aux nouvelles demandes des consommateurs (ordinateurs et téléphones portables, instruments de musique, appareils électroniques).

Aux structures/formes de commerce sédentaire que nous venons d'évoquer, s'ajoutent dans les centres des grandes villes d'Europe Occidentale, deux formes de commerce mobiles. Les kiosques et la vente à la sauvette (notamment hors des grandes métropoles et cela de façon exceptionnelle) (L. Costes, 1994).

Les kiosques sont l'une des deux formes de commerce ambulante qui existent aujourd'hui dans les centres des grandes villes d'Europe Occidentale ; ils sont généralement implantés dans les carrefours ou dans

les espaces de transit (gares routières, gares de chemin de fer et halls des aéroports), dans les stations de métro ou à l'entrée de celles-ci.

En plus, certains espaces publics des centres des grandes villes d'Europe Occidentale sont le théâtre de la vente à la sauvette de produits de diverses natures. En effet, de jeunes chômeurs des deux sexes à la recherche d'un gagne-pain arpentent les rues très passantes et les rues piétonnes dans la journée et jusque parfois tard la nuit, avec leurs produits dans un sac accroché à l'épaule (vente des roses et autres fleurs par de jeunes originaires du Bangladesh ou d'Afrique du Nord, vente des tissus, des babouches et des objets d'art par des Sénégalais et des Maliens à Paris ou à Bruxelles). D'autres opèrent dans des sites fréquentés par des touristes, notamment les grandes places, les jardins publics, les esplanades des monuments et d'anciens palais royaux ou à l'entrée des grands magasins de commerce (vente des montres, des bracelets, des cigarettes de contrefaçon et des portables volés). D'autres encore vendent des produits exotiques le long des trottoirs ou sur des marchés de plein air improvisés sur les rues piétonnes (vente du maïs rôti ou bouilli, des tubercules, des fruits, des légumes et des épices par des ressortissants d'Afrique)

Ainsi, les centres des villes d'Europe Occidentale restent, en général, fortement équipés sur le plan commercial. Ils attirent de nombreuses formes de commerce qui proposent d'innombrables produits et services à une clientèle résidente et/ou de passage (touristes) de plus en plus nombreuse et de plus en plus diversifiée (surtout dans les capitales et dans les villes à caractère touristique). Par leurs prestations personnalisées et leur attention toute particulière au choix des produits, par la qualité et la diversité de leur production, et par l'originalité des conceptions de leurs boutiques, les opérateurs du commerce indépendant des centres des grandes villes d'Europe Occidentale, participent au quotidien, à la vitalité et à l'enrichissement de l'offre commerciale auprès d'une clientèle réfractaire à l'uniformisation du marché. En dépit de la concurrence d'Internet et des centres commerciaux périphériques, il demeure l'option préférée d'une très forte proportion des consommateurs des grandes villes d'Europe Occidentale. Ces consommateurs, dont une bonne partie habite les banlieues, vont s'y ravitailler (hormis les produits alimentaires) une à deux fois par semaine, en utilisant soit leur voiture personnelle, soit les transports en commun (bus et métro). Les consommateurs ne vont pas dans les centres des grandes villes d'Europe Occidentale seulement pour faire leurs courses, mais aussi pour flâner et se mêler à la foule qui s'y presse surtout les après-midis. Ce qu'ils y apprécient, c'est non seulement la

diversité de l'offre commerciale, mais aussi la modernité et la propreté des espaces (APUR, 2012 ; R-P. Desse, Fournié et al, 2008).

1.2. Les supermarchés et les centres commerciaux, accompagnateurs des grands ensembles et des quartiers d'Habitation à Loyer Modéré (HLM)

Le type d'habitat que l'on désigne communément par « Grand ensemble » constitue un élément à la fois prépondérant et voyant du paysage physique des grandes villes d'Europe Occidentale. Selon le Service de l'Inventaire du Ministère français de la Culture, un grand ensemble est un :

Aménagement urbain comportant plusieurs bâtiments isolés pouvant être sous la forme de barres et de tours, construit sur un plan-masse constituant une unité de conception. Il peut être à l'usage d'activité et d'habitation et, dans ce cas, comporter plusieurs centaines ou milliers de logements. Son foncier ne fait pas nécessairement l'objet d'un remembrement, il n'est pas divisé par lots ce qui le différencie du lotissement concerté.

Selon le géopolitologue français Yves Lacoste, un grand ensemble est une :

Masse de logements organisée en un ensemble. Cette organisation n'est pas seulement la conséquence d'un plan-masse ; elle repose sur la présence d'équipements collectifs (écoles, commerces, centre social, etc.) [...]. Le grand ensemble apparaît donc comme une unité d'habitat relativement autonome formée de bâtiments collectifs, édifiée en un assez bref laps de temps, en fonction d'un plan global qui comprend plus de 1 000 logements.

Cela dit, il y a des blocs de grands ensembles qui renferment 1 200 à 1 500 logements et d'autres qui en renferment 2 000, 2 200, 2500 logements ou plus.

Les grands ensembles résultent d'un besoin urgent de logements. En effet, au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, dans plusieurs pays d'Europe Occidentale (France, Angleterre, Allemagne, Belgique, Pays-Bas et Italie) et des pays frères, le temps est à la reconstruction des logements pour remplacer ceux détruits par les bombardements. Dans tous ces pays, les besoins de logements sont considérables. Rien qu'en France : 3 477 000 logements ont été entièrement détruits par les bombardements ; d'autre part, sur 14,5 millions de logements disponibles, la moitié n'y a pas d'eau courante, les trois quarts n'ont pas de WC et 90 % pas de salle de bain. On y dénombre 350 000 taudis et 3 millions de logements surpeuplés (C. Roth, 2009). L'opération de construction des grands ensembles commence en juillet 1955 à la suite de nombreux décès dus au terrible

hiver de 1954 et à l'appel de l'abbé Pierre, qui engagent le Gouvernement français, à lancer une politique volontariste de reconstruction des logements. Dans ce contexte, la priorité est donnée résolument à l'habitat collectif de grande taille et à la préfabrication en béton, comme seule solution au manque de logements en France.

À ce besoin de combler le manque ou le déficit de logements s'ajoutent dans les grandes villes d'Europe Occidentale, d'autres arguments en faveur de la construction des grands ensembles ; à savoir le refus de l'étalement urbain et la résurgence d'un sentiment urbaphobe plus ancien à l'égard de la ville dangereuse et insalubre. Ainsi, en France et dans plusieurs autres pays d'Europe Occidentale, de grands ensembles ont envahi les grandes villes au sortir de la Seconde Guerre Mondiale parce qu'il fallait construire « vite et pas cher ». Deux à trois millions de logements regroupés en blocs de grands ensembles sont bâtis dans les villes françaises entre 1955 et 1985, par de grandes sociétés immobilières et avec l'aide de l'État. Ce nouveau modèle d'habitat est inspiré des théories des architectes du Mouvement moderne, en particulier Le Corbusier. On espère que les gens pourront y vivre en meilleure santé et plus heureux. On imagine même qu'une nouvelle société, plus moderne et plus égalitaire, y naîtra.

À l'heure actuelle, toutes les grandes villes d'Europe Occidentale renferment plusieurs blocs de grands ensembles de superficie variable où résident d'importantes franges de leur population. La ville de Paris et sa région en renferment près de 250. Bruxelles et sa région comportent une centaine de blocs de grands ensembles de taille variable et le Grand Londres en renferme près de 270. Les grands ensembles se localisent indistinctement dans les parties centrales, péricentrales et périphériques (P. Merlin, 2010).

Très tôt, les pouvoirs publics se sont rendus compte que pour que ces grands ensembles deviennent des quartiers animés dont les personnes appelées à y vivre soient fières, il fallait y aménager non seulement des écoles, des crèches, des centres de santé, mais aussi et surtout des établissements de commerce. Il fallait en effet y aménager de tels établissements pour faciliter le ravitaillement de leurs habitants en produits de première nécessité et leur adaptation à leur nouveau foyer. Les pouvoirs publics ont donc fait appel aux promoteurs ou firmes de la grande distribution des biens pour doter les grands ensembles d'établissements de commerce. Sans hésiter, les promoteurs et les firmes de la grande distribution sollicités ont opté pour l'implantation, dans les grands ensembles, des supermarchés et des centres commerciaux. Ils ont choisi de

doter les grands ensembles de ces deux formules commerciales pour leurs aptitudes à offrir à une clientèle nombreuse, une diversité de produits différents dans les meilleures conditions de service et de prix. Ils les installent de préférence autour d'une place, à la manière d'une place de village, pour favoriser les rencontres des habitants.

En effet, le supermarché est un :

établissement de vente au détail exploité en libre-service, ayant une surface de vente supérieure à 400 m² et inférieure à 2 500 m², offrant un assortiment complet de produits alimentaires y compris de denrées périssables - auquel peuvent venir s'ajouter d'autres produits de grande consommation.

Quant au centre commercial ou centre d'achat, (parfois désigné par l'anglicisme Shopping Center), c'est un bâtiment commercial de grande taille généralement située en banlieue, qui comprend sous un même toit, un ensemble de commerces de détail logés dans des galeries couvertes qui abrite le consommateur des intempéries. Tout comme le supermarché, il est conçu pour favoriser l'acte d'achat et le rendre agréable (climatisation, escalator, musique d'ambiance, parking gratuit, parfois des attractions, etc.). Un centre commercial, parfois désigné, notamment au Canada francophone, par l'anglicisme centre d'achat » (de l'anglais « shopping center »), est un bâtiment qui regroupe, sous un même toit, un ensemble de commerces de détail logés dans des galeries couvertes qui abritent les clients des intempéries. Conçu pour rendre agréable et favoriser l'acte d'achat (climatisation, escaliers mécaniques, musique d'ambiance, stationnement gratuit, parfois des attractions, etc.), il inclut souvent des grands magasins et/ou un hypermarché, qui en sont les locomotives.

Les supermarchés et les centres commerciaux sont donc deux structures commerciales très bien adaptées à la concentration de la population dans les grands ensembles. En effet, ils proposent à la clientèle essentiellement constituée des habitants des grands ensembles et de leurs visiteurs, des biens alimentaires et des biens d'usage courant, toutes choses qui sont indispensables à la vie quotidienne. Depuis leur origine, les grands ensembles continuent à attirer et à fixer les supermarchés et les centres commerciaux. L'effectif des supermarchés et/ou centres commerciaux qui accompagnent les grands ensembles est fonction de la taille de ceux-ci. Ainsi, lorsque les grands ensembles sont réduits en nombre de tours de logements et d'habitants, ils ne disposent que d'un seul supermarché ou d'un seul centre commercial. En revanche, quand ils sont constitués d'un effectif élevé de tours de logements et d'habitants, alors ils abritent deux, trois, voire davantage de supermarchés ou de centres commerciaux appartenant à une seule ou à plusieurs firmes commerciales et regroupant

boulangeries, pharmacies, boucheries, poissonneries, bricolage, produits d'entretien et de beauté, coiffure, maquillage, diététique, alimentation, boissons fleuristes, prêt-à-porter, électroménager et ameublement.

1.3. Les grandes surfaces commerciales à l'assaut des périphéries des villes

Les grandes surfaces commerciales sont des concrétions techniques consubstantielles des banlieues et surtout des périphéries des grandes villes d'Europe Occidentale. En effet, dans cette région du monde, l'expansion des grandes surfaces commerciales est à mettre en relation avec les banlieues et surtout les périphéries des grandes villes, où elles sont prioritairement implantées. Les périphéries urbaines, où la construction des logements et la population résidente augmentent sans cesse depuis la fin de la Deuxième Guerre mondiale et où des terrains à bon compte existent, sont l'une de leurs localisations privilégiées. Les hypermarchés et les centres commerciaux périphériques s'y implantent au gré des opportunités foncières, de la localisation des pénétrantes et des tracés hypothétiques futures rocadés (J. Soumagne ; R-P. Desse ; A. Gasnier ; T. L. Guillemot ; A. Grellier 2009). Ils y constituent l'essentiel des structures commerciales et à ce titre, ils y assurent le plus clair de l'offre de biens. (Da Cunha et al. 2005). De nos jours, les grandes surfaces contrôlent, selon les cas, entre 85 et 90 % du commerce de la distribution périphérique des grandes villes d'Europe Occidentale (R-P. Desse, 1999 ; A. Gasnier, 2007 ; I. Van de Walle, 2005)

Quitte à implanter dans les périphéries des grandes villes d'Europe Occidentale des établissements de commerce destinés à accueillir une clientèle provenant d'horizons géographiques variés (centres des villes, zones rurales alentour et banlieues elles-mêmes), autant y adopter la formule des établissements dotés de grandes superficies de vente et proposant une très large gamme de références commercialisées. Les grandes surfaces sont des établissements de commerce qui répondent à ces deux exigences. Il s'agit d'opérations planifiées, souvent programmées, faisant appel à de grands promoteurs commerciaux comme la SÉGÉCÉ ou Espace-Expansion.

En fait, on désigne par grande surface, un point de vente au détail de grandes dimensions physiques. Il s'agit en général, d'un point de vente construit sur un seul niveau, disposant d'un large assortiment de produits à taux de rotation rapide, dont les marges et les prix sont réduits et qui sont vendus en libre-service. Plus sa taille est importante, plus elle est située en

principe en bordure des agglomérations, de manière à réduire ses coûts d'infrastructure et pour disposer d'un parc de stationnement suffisamment étendu. Les grandes surfaces commerciales sont accessibles en voiture et à ce titre, elles sont environnées de vastes parcs de stationnement. Au regard de leur surface de vente, elles comprennent les supermarchés (de 400 à 2 500 m²), les hypermarchés (de 2 500 à 10 000 m²), les centres commerciaux (entre 10 000 et 30 000 m²) et les centres commerciaux régionaux (de 30 000 à 100 000 m² voire plus). En général, les grandes surfaces commerciales proposent un très large assortiment de références commercialisées.

Depuis le début des années 1960, les périphéries des grandes villes d'Europe Occidentale et leurs principales entrées se couvrent de grandes surfaces commerciales. Celles-ci sont adossées aux grandes voies de circulation terrestre (routes nationales et autoroutes) et aux carrefours routiers. Au cours de la première décennie d'implantation des grandes surfaces dans les périphéries des grandes villes d'Europe Occidentale (1960-1969), ce sont les supermarchés et les hypermarchés isolés qui dominaient. Mais dès 1970, la formule du centre commercial périphérique est apparue. En fait, les centres commerciaux sont des hypermarchés enrichis de fonctions plus variées (services, cafés, restaurants, cinémas, équipements administratifs et culturels). Les centres commerciaux régionaux (centres commerciaux à attraction régionale) y sont entrés en scène à partir du milieu des années 1980. Ils réunissent, sur une surface totale allant de 30 000 à 100 000 m², 100 à 200 magasins et prestataires de services, dont plusieurs grands établissements (grands magasins, magasins populaires, hypermarchés et grandes surfaces spécialisées).

Lors des premières créations ou ouvertures de ce type d'établissements, un ou plusieurs grands magasins jouent le rôle de « locomotives ». Ils regroupent des activités très diversifiées. En effet, ils comprennent, en plus des commerces, d'autres activités marchandes ou non, telles que des restaurants, des cinémas, des discothèques, des lieux de rencontre et d'information, des bureaux de poste, des équipements de sport et de loisirs, des manèges et des aires de jeux pour enfants, qui renforcent l'attraction des magasins. Cette concentration assure une meilleure réalisation et une meilleure utilisation des infrastructures d'accès et des parkings. La formule de la grande surface de périphérie est très avantageuse aux clients. En effet, elle offre aux ménagères occupées dans la semaine par leur activité économique, la possibilité de procéder au cours d'une sortie ou course, à des achats groupés susceptibles de satisfaire les besoins alimentaires et d'usage courant des familles pendant une, deux

voire trois semaines. La facilité d'accessibilité automobile, la possibilité de stationnement, la flexibilité des horaires, un large choix des produits et la pluralité des services sont des caractéristiques expliquant que dans les grandes villes d'Europe Occidentale, de très nombreux citadins aujourd'hui, s'approvisionnent dans les grandes surfaces des périphéries. Cette révolution commerciale a modifié profondément les habitudes des consommateurs (achats moins réguliers mais plus importants, extension des bassins de clientèle). Sont ainsi apparues dans les périphéries des grandes villes d'Europe Occidentale, de nouvelles formes de vente (les grandes surfaces en périphérie), issues d'un nouveau modèle commercial, qui s'est développé de manière massive et très rapide, du fait de la vitalité de l'initiative privée, de son attrait pour les élus, et de son adéquation aux nouvelles pratiques de consommation et aux nouveaux modes de vie. Ce modèle, à travers ses hyper et supermarchés, ses zones commerciales à l'entrées de villes grosses consommatrices d'espaces et au bâti de faible qualité, a, dès lors, laissé des marques très profondes dans le paysage, d'autant qu'il n'a été que peu régulé malgré de nombreuses lois d'urbanisme commercial (cette accumulation législative témoignant de lois mal appliquées ou inefficaces).

Aujourd'hui, il est rare qu'un supermarché ou qu'un hypermarché de périphérie urbaine soit implanté isolément dans l'espace. Les nouvelles implantations sont presque toujours composites, une galerie de petits commerces introduisant à la grande surface commerciale. Ces « usines de distribution » s'implantent dans les périphéries des grandes villes d'Europe Occidentale, dans une concurrence acharnée, à la recherche du meilleur emplacement possible, le plus souvent, le long des voies « pénétrantes » des villes, sans autre logique, de manière anarchique, car non contrôlée.

1.4. Un retour en force du commerce de proximité

Le commerce de proximité est, par définition, un commerce de détail assuré par des établissements ou des points de vente de petite taille, situés à proximité du domicile ou du lieu de travail de leurs clients. Selon la définition de l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE), le commerce de proximité regroupe les commerces de quotidienneté répondant à des besoins courants ou de dépannage, autrement dit les commerces pour lesquels les achats des consommateurs sont fréquents. Plus simplement défini, le commerce de proximité désigne les commerces pratiquant la vente au détail dans lesquels, le consommateur se rend fréquemment, voire quotidiennement. On parle par

exemple de commerce de proximité concernant les boulangeries, les épiceries, les drogueries, les cordonneries, les cafés, etc. Ici, le rôle fondamental du commerçant est de rapprocher les marchandises de leur clientèle finale.

Dans les grandes villes d'Europe Occidentale autrefois, l'implantation des commerçants au plus près de cette clientèle était incontournable dès lors qu'il n'existait pas de moyen de conservation des denrées alimentaires périssables et que les moyens de transport étaient limités. Le commerce était un commerce de proximité, exercé en boutique et sur des marchés situés à proximité des domiciles et des lieux de travail des clients. Ce rapprochement du commerce de la clientèle, était d'autant plus indispensable que le commerce proposait des produits de première nécessité. Jusqu'au début de l'année 1950, le commerce de proximité était en vogue dans les centres et les quartiers d'HLM des grandes villes d'Europe Occidentale.

Entre 1951 et 1999, il y a décliné, à la suite de la multiplication des grandes surfaces et des centres commerciaux dans les périphéries des villes, un phénomène favorisé par le développement des transports et l'acquisition par les ménages des moyens de conservation des produits délicats.

Cependant, depuis le début des années 2000, le commerce de proximité effectue un retour en force dans les grandes villes d'Europe Occidentale (A Gasnier, N. Lemarchand, 2014). Il revient en force dans les centres des villes et dans les quartiers d'HLM ; il y gagne du terrain dans les zones périurbaines. Dans ces dernières, il complète l'équipement des grandes surfaces. Un peu partout, le commerce de proximité se présente sous la forme d'épiceries, de boulangeries, de charcuteries et de boutiques d'alimentation. Le nombre d'établissements de ce commerce progresse rapidement sur les segments d'articles de sport et de loisirs, de meubles et de produits d'habillement.

Aujourd'hui, le commerce de proximité donne vie et animation aux centres et aux quartiers d'HLM des grandes villes d'Europe Occidentale. Il constitue un facteur certain de dynamisme et d'animation dans le cœur de ces agglomérations. Il y répond à une demande exprimée par les consommateurs qui sont attachés à ce modèle de lien social et économique. Le moins qu'on puisse dire est que depuis le début des années 2000, on assiste à un regain d'intérêt des habitants des grandes villes d'Europe Occidentale pour les petits commerces et les consommateurs tendent à se tourner vers des produits plus naturels et artisanaux et privilégient la proximité relationnelle et géographique. Les magasins de proximité et les

petites épiceries sont des formes commerciales dynamiques qui ont su s'adapter à la demande et qui sont donc très concurrentielles (ouverture le soir et le dimanche).

En France, en Angleterre, en Belgique, en Allemagne ou en Espagne aujourd'hui, le commerce de proximité séduit de plus en plus les consommateurs. En France, près de 60 % des ménages urbains ont recours à ce type de commerce. Les structures du commerce de proximité sont situées à portée de main des consommateurs et leur font gagner du temps.

Par sa contribution à l'animation d'un quartier ou d'une commune, ses enjeux dépassent la seule sphère commerciale, le commerce de proximité, jadis concurrencé par les grandes surfaces de périphérie, semble davantage répondre aux nouveaux comportements d'achat liés aux évolutions sociodémographiques (vieillesse de la population), économiques (baisse du pouvoir d'achat) et sociétales (évolution des modes de vie).

1.5. Dispersion spatiale des sites du commerce électronique

Depuis que l'accès aux ordinateurs et les connexions à l'Internet à haut débit se sont généralisés au début des années 2000, le commerce électronique encore appelé e-commerce est en expansion dans les grandes villes d'Europe Occidentale. Selon l'Organisation de coopération et de développement économique (OCDE), le commerce électronique ou e-commerce désigne :

La vente ou l'achat de biens ou de services, effectués par une entreprise, un particulier, une administration, ou toute autre entité publique ou privée, et réalisés au moyen d'un réseau électronique. Les biens et services sont commandés par l'intermédiaire de ce réseau, mais le règlement financier et la livraison peuvent être réalisés en ligne ou par d'autres moyens.

Cette définition inclut les achats et ventes réalisés par Internet. Cela dit, il existe trois principales formes de e-commerce, qui se distinguent les uns des autres par leur clientèle et leur source de revenus : le « Business to Business », le « Business to Consumer » et le « Consumer to Consumer ».

Le e-commerce « Business to Business » (le B2B) désigne le commerce électronique d'une entreprise à d'autres entreprises. Il s'agit d'échanges entre deux commerçants ou entre un fournisseur et une entreprise, qui décident d'effectuer des transactions via des médias informatiques tels qu'Internet et Echange Informatisé de Données (EDI).

Le e-commerce « Business to Consumers » (B2C) désigne le e-commerce classique des entreprises vers des consommateurs, c'est-à-dire la

vente par ces entreprises au public des biens par le canal d'Internet. C'est le plus commun des types de commerce électronique et le premier type de e-commerce à s'être développé comme une extension du modèle de la vente par correspondance (A. Rallet, 2005).

Enfin le e-commerce « Consumer to Consumer » (C2C), est un commerce électronique s'effectuant entre des particuliers qui sont des consommateurs. La pure plateforme du C2C réunit les sites créés par des particuliers, souhaitant vendre leurs biens à d'autres particuliers. Internet a ainsi permis un développement considérable du e-commerce « Consumer to Consumer » (C2C), par le biais des sites d'enchères (eBay) et des sites de revente à tarif réduit.

Dans la présente réflexion scientifique, nous ne tiendrons compte que du e-commerce « Business to Consumers », qui est comme les formes de commerce classiques évoquées ci-dessus, orienté vers la satisfaction des besoins des consommateurs et utilisateurs finaux. A cet égard, depuis le milieu des années 2000, des entreprises et autres grands groupes de la distribution, se sont lancés dans l'exploitation du Drive, formule commerciale qui combine la commande en ligne et le retrait des achats sur un lieu d'enlèvement spécifique, distinct du magasin-mère. Il existe deux modèles de Drive. Le premier modèle est celui du « Pure-Drive », où le client passe une commande sur internet puis vient retirer ses achats dans un lieu dédié, où ils sont directement déposés dans le coffre de son véhicule stationné dans un emplacement de parking réservé, sans avoir à descendre de son véhicule. Le second modèle est celui du « Drive-piéton », appelé aussi « l'emporté-magasin ». Ici, le client se rend à pied dans le magasin où il aura choisi de récupérer ses achats.

En fait, la configuration du magasin ou de « l'entrepôt » dans lequel le client vient retirer ses achats, permet de distinguer trois sites de drives : celui du magasin-mère, typiquement un hypermarché : on parle alors de drive « picking », celui du magasin dédié mais « accolé » au magasin-mère et enfin celui du magasin autonome, séparé et parfois éloigné du magasin-mère (drive ou « déporté »).

Les drives constituent, il faut le souligner, un mode de distribution complémentaire au circuit traditionnel des supermarchés et hypermarchés (A. Rallet, 2005). Selon une enquête réalisée en France en 2014, par l'institut de sondage Conseil, Sondages et Analyses (CSA pour le compte de la Direction Générale des Entreprises (DGE) anciennement Direction Générale de la Compétitivité, de l'Industrie et des services (DGCIS), la clientèle des drives est constituée en grande partie de jeunes couples avec enfants, bien insérés sur le marché du travail. La préférence de la clientèle

pour les drives réside dans le gain de temps et la facilité d'achats que cette formule de distribution procure. En effet, les drives permettent aux clients de tirer avantage de la commande en ligne (gain de temps pour les clients) et d'une baisse des coûts de transport et de personnel pour le commerçant.

Les produits principalement achetés en drive couvrent un large spectre. Si ce canal de distribution est surtout utilisé pour des achats lourds et encombrants (produits en packs), des produits d'épicerie (sucrés ou salés), ou des produits non alimentaires, les produits frais y sont néanmoins bien représentés, les aliments lactés en tête.

Depuis le milieu des années 2000, l'expansion du parc des drives a été très rapide dans toutes les grandes villes d'Europe Occidentale (principalement en France). A ce jour, les espaces de travail des entreprises et autres grands groupes de la distribution qui offrent des services de Drive, autrement dit les Drives, sont dispersés dans tout l'espace urbain et notamment sur les axes de transit pour capter les migrations pendulaires en soirée. Le développement des TIC rend possible l'éclatement pour ne pas dire la dispersion de l'offre du e-commerce dans l'espace physique des grandes villes d'Europe Occidentale. A l'expérience, les Drives sont implantés aussi bien dans les centres, les territoires péri-centraux que dans les périphéries de ces villes.

2. Adaptation du commerce aux dynamiques urbaines en Afrique au sud du Sahara

Au bout d'un demi-siècle de profondes transformations démographiques, spatiales et économiques, les grandes villes d'Afrique subsaharienne présentent aujourd'hui un espace comprenant un centre unipolaire ou bipolaire (centre administratif et centre commercial), des quartiers résidentiels riches et/ou pauvres, des « citées planifiées » de localisation péri-centrale ou périphérique et des extensions périurbaines anarchiques. A chacune de ces entités spatiales correspond grosso modo, une armature commerciale distincte.

2.1. Diversification des structures de commerce dans les centres des villes

Au cours des cinquante dernières années, les centres des grandes villes d'Afrique sub-saharienne dont plusieurs ont été rénovés par les pouvoirs publics, ont enregistré une diversification de leurs structures de commerce. A l'origine, l'armature commerciale y était constituée de deux

structures majeures : les marchés physiques polyvalents, vendant au détail des produits manufacturés importés ou issus de l'industrie nationale et des denrées agricoles brutes ou conditionnées d'un côté, et les magasins de commerce exclusivement voués à la vente des biens manufacturés importés, de l'autre. Jusqu'au début des années 1970, ces deux structures commerciales avaient le monopole de la distribution des biens dans la majorité des centres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara. Mais depuis cette date, plusieurs structures de vente nouvelles y ont élu domicile, contribuant ainsi à y renforcer et surtout diversifier l'armature commerciale.

Concrètement, face à l'augmentation et à la diversification de la demande, les centres des grandes villes d'Afrique sub-saharienne ont conservé les marchés physiques polyvalents. Les centres de certaines villes de la Région, ont même accru le nombre de leurs marchés physiques (A. Poyau, 2005). Face à la rareté de l'espace dans les centres-villes encombrés de bâtiments de toutes sortes, et d'infrastructures de communication, les municipalités de plusieurs grandes villes, appuyées par les bailleurs de fonds et particulièrement l'Agence Française de Développement (AFD), ont construit ou aménagé des marchés physiques en dur sur plusieurs niveaux, suivant des objectifs d'amélioration de l'hygiène et de la salubrité, de soutien à l'activité économique urbaine et souvent de dynamisation des recettes publiques. Au traditionnel marché central polyvalent, se sont ajoutés dans les centres de plusieurs grandes villes (Yaoundé, Douala, Kinshasa, Abidjan, Lomé), d'autres marchés physiques dédiés les uns à la vente des produits vivriers et maraîchers et les autres, au commerce des fruits et légumes. Aujourd'hui dans le centre des affaires de Yaoundé, on recense trois marchés physiques distants de moins d'un kilomètre les uns des autres. Dans celui de Douala, on en recense cinq, distants de moins de deux kilomètres les uns des autres.

Les centres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara ont aussi conservé les magasins de commerce des produits manufacturés. Depuis le début des années 1970, face à une vague de croissance urbaine généralisée dans les villes africaines, alimentées par une démographie dynamique et un exode rural soutenu, ces centres ont attiré de nouveaux magasins de commerce de biens manufacturés, plus spacieux et plus modernes que ceux de la période antérieure.

Depuis le début des années 2000, des supérettes et des magasins de commerce de type supermarché aux mains des firmes commerciales internationales et/ou des hommes d'affaires syro-libanais, chinois, coréens et africains, se multiplient dans les centres de plusieurs grandes villes

d'Afrique subsaharienne. A titre d'exemples, le quartier des deux Plateaux à Abidjan abrite aujourd'hui une vingtaine de magasins de commerce de type supermarché dont les magasins Sococe, Casino, Gifi, Cash Ivoire, Espace Latrille, Auchan et Carrefour ; Akwa, le centre des affaires de la ville de Douala abrite aujourd'hui 13 magasins de commerce de type supermarché relevant des Supercam, Niki, Casino, Vapsan, Score et CFAO. Dakar-Plateau, le centre-ville de Dakar compte actuellement 15 magasins de type supermarché alors qu'en 1970, il n'en comptait que 2. Le quartier central de la Gombe de Kinshasa compte aujourd'hui 26 magasins de commerce de type supermarché dont Alimentation Express, Alimentation Petit Pont, City Market, Extra Food, Groupe Hasson et Frère, Hyper Psaro, E King Food, Mégastore , Supermarché First, Peloustore, Kin Mart et Kin marché, Penta Shop et Munu Prix. Enfin le centre des affaires de Yaoundé abrite aujourd'hui 9 magasins de type supermarché de différente taille appartenant aux groupes Niki, Nziko, Primo, Mahima et Dove.

Les supérettes et magasins de commerce de type supermarché des centres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara, attirent un grand nombre de clients à la recherche de produits bien conditionnés. Fréquentés principalement par la clientèle expatriée et africaine aisée, les magasins de type supermarché et les supérettes des centres des grandes villes d'Afrique subsaharienne, séduisent également la clientèle africaine. Les Africains veulent bien acheter les produits alimentaires de première nécessité ou les articles de droguerie et de toilette, mais leur pouvoir d'achat reste faible.

Les centres commerciaux, structure commerciale, très récente ont fait leur apparition dans les centres de certaines grandes villes africaines, à Abidjan, Dakar, Nairobi, Yaoundé, Lagos, Douala ou Kinshasa. Les magasins de type supermarché et les centres commerciaux y vont de pair et attirent une foule importante de clients et de curieux, qui viennent se promener, acheter ou encore se distraire.

Les centres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara abritent aujourd'hui de grandes boutiques de vente de produits de luxe. Ces boutiques occupent les rez-de-chaussée d'immeubles de 2 à 6 étages, construits le long des grandes rues des centres par des commerçants et des hommes d'affaires européens, asiatiques ou africains. Elles vendent des vêtements, de la vaisselle, de l'électroménager, de l'électronique, des luminaires, de l'ameublement, des appareils électroniques. Leur clientèle est constituée d'expatriés et de nationaux aisés, dont une partie habite les centres des villes mêmes ou vivent dans les quartiers résidentiels péricentraux ou périphériques.

Outre les marchés physiques polyvalents, les magasins de commerce, les magasins de type supermarché, les centres commerciaux et les boutiques de vente des produits de luxe, d'autres formes de commerce prennent de l'ampleur dans les centres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara. Il s'agit notamment :

- des marchés de fruits et de légumes improvisés sur les trottoirs ou aux entrées des boulangeries et des grandes alimentations. Ils sont légion dans les centres des villes de Dakar, Conakry, Abidjan, Douala, Yaoundé, Kinshasa, Lagos, Accra, Lomé et Cotonou. L'assortiment proposé n'est pas très large. Il comprend pour l'essentiel des pommes, des pastèques, des papayes, des bananes, des oranges, des choux, des poivrons et des tomates.
- de la restauration de plein air sur des « sites » communément appelés « tournedos », qu'ils ont improvisés sur des trottoirs, les parkings automobiles ou les espaces de transition entre les grands immeubles publics et privés des centres-villes. Les intéressés y vendent des repas préparés sur place ou apportés de leurs domiciles, aux travailleurs qui n'ont pas pris le petit déjeuner avant de partir de chez eux ou n'ont pas la possibilité de rentrer déjeuner chez eux à la mi-journée.
- de la vente ambulante qui est essentiellement assurée par une cohorte de jeunes des deux sexes enthousiastes et chaleureux. Elle se décline sous plusieurs formes. D'abord, la forme des vendeurs qui investissent les trottoirs et les portiques des grands immeubles publics et privés des centres villes où ils exposent leurs marchandises à même le sol. Ensuite, celle des exploitants des plateaux-boutiques aménagés pour vendre les pommes et les œufs frits ou le café chaud en sillonnant les rues ou les allées des marchés physiques. Enfin, celle des tireurs des chariots conçus pour vendre de l'eau glacée et des vendeurs des menus produits qui circulent à pied entre les files d'automobilistes au risque d'être à tout moment percutés par ceux-ci.

Certains vendeurs arpentent les rues des centres-villes avec leur plateau-boutique monté sur un pousse-pousse ou un cyclomoteur ou avec leur sac de marchandises accroché à l'épaule. D'autres vendeurs profitent de l'arrêt des automobilistes aux feux rouges pour leur proposer une vaste gamme de produits : cacahuètes, amuse-gueule, billets de loterie, cartes de recharge pour téléphones mobiles, CD, clés USB, et poupées en peluche inspirées de personnages de séries télévisées. Les vendeurs qui opèrent

depuis des stands rapidement démontables généralement implantés dans les carrefours, dans les espaces de transit (gares, etc.), et à l'entrée des bâtiments et autres équipements à usage collectif publics et privés (ministères, mairies, sous-préfectures, bureaux de poste, stations de distribution d'essence, hôtels, églises, stades de football, etc.) et les détaillants des produits de pharmacopée qui utilisent une fourgonnette ou un stand à roue font partie des formes « légitimes » de la vente ambulante, qui marque de son empreinte le paysage physique des centres des grandes villes d'Afrique subsaharienne (J. F. Steck, 2003 ; F. Kengne, 1986). Une autre forme de vente ambulante très présente dans les centres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara aujourd'hui, est celle des kiosques où l'on peut trouver un large éventail de journaux nationaux et étrangers ou déposer ses paris sportifs ou hippiques.

La dernière forme de vente ambulante présente dans les centres de certaines grandes villes comme Abidjan, Dakar ou Douala est celle développée par les multinationales commerciales qui se servent directement de la distribution informelle de rue pour écouler une partie de leurs produits. En effet, dans le contexte actuel de la globalisation de l'économie, de la transformation et de l'augmentation des mobilités quotidiennes, certaines entreprises internationales y ont adopté la vente de rue comme un canal privilégié de distribution de leur production. Comme l'écrit J. F. Steck (2003) dans le cas d'Abidjan, où des marques comme Coca-Cola, Omo, Marlboro et Craven, entre autres, ont leurs stands dans la rue :

Multinational et local, formel et informel, légalité et arrangements au plus haut niveau se mêlent [...] pour assurer -via le petit commerce de rue - la diffusion d'un produit selon les normes de diffusion du marché urbain visé susceptibles d'être les plus rentables.

Elles n'hésitent pas à recourir au service des colporteurs rémunérés par leurs soins, pour écouler leurs produits dans les rues des centres-villes. Les directeurs commerciaux des multinationales vont jusqu'à confier à ces colporteurs un rôle de premier plan dans l'alimentation des circuits d'informations commerciales. Ainsi, la vente ambulante, d'essence informelle, ne serait pas aux yeux de ces multinationales, un mode de distribution archaïque, mais elle s'accommoderait, au contraire, du contexte actuel de transformation de l'économie, des villes et des pratiques sociales contemporaines.

2.2. Marchés, boutiques d'alimentation et échoppes, structures commerciales des quartiers résidentiels pauvres

Les quartiers résidentiels pauvres couvrent une grande proportion de l'espace bâti et abritent une proportion élevée de la population des grandes villes d'Afrique subsaharienne. A titres d'exemples, les quartiers résidentiels pauvres couvrent 45 % de la superficie bâtie de Yaoundé et abritent près de 55 % de sa population ; les quartiers résidentiels pauvres ou sous-quartiers couvrent 50 % de la surface bâtie de Douala et mobilisent 60 % de population de cette ville (F. Kengne, 2003) ; les quartiers résidentiels pauvres couvrent près de 55 % de l'aire urbanisée de Brazzaville pour abriter 62 % de la population de cette ville ; à Bamako au Mali, les quartiers résidentiels pauvres entrent pour 57 % de la superficie de totale et pour 64 % de la population de la ville. A Niamey au Niger, les quartiers résidentiels pauvres couvrent jusqu'à 62 % de la superficie bâtie et concentrent près de 70 % de la population de la ville. Les quartiers résidentiels pauvres de presque toutes les grandes villes d'Afrique au sud du Sahara, abritent une population diversifiée composée d'autochtones et d'allogènes et même d'étrangers au pays où ces villes sont implantées.

Cela dit, qu'ils soient d'origine institutionnelle, économique ou culturelle ou qu'ils aient une localisation péricentrale ou périphérique, les quartiers résidentiels pauvres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara, fondent en grande partie leur approvisionnement en produits viviers et en biens d'usage courant, sur les marchés physiques polyvalents ou spécialisés, les boutiques d'alimentation et les échoppes.

En effet, tous les quartiers résidentiels pauvres des grandes villes d'Afrique sud saharienne possèdent chacun au moins un marché physique à fonctionnement quotidien ; les quartiers résidentiels les plus étendus et les plus peuplés en possèdent deux ou trois. Ces marchés qui doivent leur création à l'initiative des autorités municipales ou à celle des citoyens eux-mêmes, ont pour vocation, de ravitailler les habitants des quartiers où ils sont implantés en biens manufacturés d'usage courant et en produits alimentaires depuis les tubercules jusqu'aux épices, en passant par les céréales, les légumineuses, les fruits, les légumes et les oléagineux (F. Kengne, 1986, P. Vennetier, 1991).

D'autre part, les quartiers résidentiels pauvres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara ont partie liée avec les boutiques d'alimentation formes traditionnelles des magasins de type supérette. Très nombreuses, celles-ci maillent finement l'espace des quartiers résidentiels pauvres des villes considérées. Elles proposent à la clientèle disparate des

quartiers résidentiels pauvres une gamme étendue de conserves alimentaires, de boissons hygiéniques ou alcoolisées et de pâtisseries ; d'ailleurs nombre de boutiques d'alimentation répertoriées dans les quartiers résidentiels pauvres sont intégrées dans des boulangeries. Nombre de boutiques d'alimentation disposent d'un frigidaire ou d'un congélateur pour maintenir au frais, les produits délicats comme les yaourts, les jambons, les fromages, le lait, les boîtes de conserves. Certaines boutiques d'alimentation possèdent un groupe électrogène. Celui-ci alimente entre autres une ampoule placée sur la façade extérieure de la boutique. Ce qui permet, au passage, d'éclairer la rue et l'entrée de la boutique quand le courant du réseau de distribution classique est interrompu.

Dans les quartiers résidentiels pauvres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara, on ne peut pas parcourir 300 mètres sans traverser une boutique d'alimentation. Les alimentations sont ouvertes toute la journée et une bonne partie de la nuit. Elles vendent à une clientèle à faible pouvoir d'achat une gamme étendue de biens alimentaires d'origine nationale et étrangère. Elles offrent aussi une large gamme de produits asiatiques sélectionnés avec soin pour répondre aux besoins des clients, des produits dans l'air du temps et des fournisseurs réputés. Elles constituent une aubaine pour les habitants des quartiers résidentiels pauvres qui peuvent en profiter pour faire leurs courses à toute heure du jour et jusqu'à très tard la nuit. En effet, les boutiques d'alimentation sont ouvertes jour et nuit. Aucun quartier résidentiel pauvre n'échappe à la présence des boutiques d'alimentation. Celles-ci sont tenues selon les pays et les villes par des Maures, des Mandingues, des Bambaras, des Wolofs, des Dioulas, des Ibos, des Haoussa, des Foulbé, des Bamiléké.

Il y a également les échoppes qui sont très proches des boutiques d'alimentation. A vue d'œil, celles-ci ne paient pas de mine. Nombre d'entre elles sont incorporées dans la maison d'habitation du propriétaire. Certaines échoppes sont même parfois installées dans un conteneur contigu à la maison d'habitation du propriétaire. Leurs exploitants y entassent toutes sortes de produits manufacturés : conserves, biscuits, yaourts, lait, allumettes, savons, mèches, bougies, pommades, savons, parfums, boissons sucrées, eaux minérales, etc. Peu d'articles frais, à l'exception du pain, des viennoiseries, des yaourts et de rares fruits et pommes de France.

Dans les quartiers résidentiels pauvres des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara, rares sont les îlots d'habitation qui ne possèdent leur lot d'échoppes tenues ou exploités soit par des commerçants étrangers soit pas

des nationaux. Bien entendu, les quartiers résidentiels les plus anciens en ont plus que les autres.

Les trois structures de commerce considérées ici, fonctionnent comme des structures de commerce de proximité, celles auprès desquels, les clients constitués d'habitants du quartier, se rendent à pied, à vélo, en taxi en parcourant des distances courtes pour se ravitailler.

2.3. La percée des magasins de commerce de type supermarché dans les quartiers résidentiels riches et les « cités planifiées ».

Jusqu'à la fin de la décennie 1970, les quartiers résidentiels riches des grandes villes d'Afrique sud saharienne encore peu nombreux et de superficie réduite, ne disposaient pas de structure commerciale propre. Pour se ravitailler en produits alimentaires et en biens d'usage courant, leurs habitants constitués de coopérants, de diplomates, d'hommes d'affaires européens et asiatiques et d'élites politiques, économiques et scientifiques africains s'adressaient aux marchés et aux magasins de commerce moderne implantés dans les centres des villes. Ils s'y rendaient quotidiennement ou périodiquement en voiture individuelle ou en voiture taxi. Leurs achats portaient sur de gros lots de marchandises. Les achats de nourriture arrivaient à couvrir les besoins d'au moins une semaine.

Toutefois, depuis le début des années 1980, les magasins de type supermarché ont fait leur percée dans nombre de quartiers résidentiels riches des grandes villes d'Afrique sud saharienne. La percée de ce type d'établissements de commerce fait suite à l'extension spatiale et à l'augmentation de la population d'anciens quartiers résidentiels riches, mais aussi à la création de nouveaux quartiers de cette nature de plus en plus loin du centre des villes. En effet, l'extension spatiale et l'augmentation de la population d'anciens quartiers résidentiels riches et la création de nouveaux quartiers de ce type de plus en plus loin du centre de ville y rendent nécessaire, l'implantation des structures de ravitaillement de leurs habitants en produits alimentaires et en biens d'usage courant. Des firmes commerciales internationales et des hommes d'affaires syro-libanais, grecs, chinois, et coréens qui ont pris conscience de cet impératif, s'emploient à y ouvrir des magasins de type supermarché.

En définitive, à l'heure actuelle, nombre de quartiers résidentiels riches des grandes villes d'Afrique subsaharienne abritent, selon leur étendue spatiale et l'effectif de leur population, un ou plusieurs magasins de type supermarché répartis équitablement sur leur périmètre. Ces magasins y constituent souvent l'unique structure de commerce existante.

Ils évitent à la grande masse des consommateurs des quartiers résidentiels riches et surtout ceux de ces quartiers périphériques, d'effectuer des déplacements longs, pénibles et coûteux, pour aller se ravitailler auprès des structures commerciales des centres des villes. L'effectif des magasins de type supermarché dans les quartiers résidentiels riches augmente au fil du temps. Aujourd'hui, le quartier Bastos à Yaoundé compte quatre magasins de commerce de ce type ; tous contrôlés par des hommes d'affaires camerounais contre deux à la fin de l'année 2009. Le quartier Bonapriso à Douala abrite actuellement trois magasins de commerce de type supermarché, contre un magasin à la fin de l'année 2008 dont deux appartiennent à des hommes d'affaires camerounais, le troisième relevant de la firme de distribution française dénommée Score/Monoprix, contre un magasin à la fin de l'année 2008. De nos jours, les quartiers résidentiels riches de Riviera, d'Angré, de Palmeraie, de Marcory, de Biétry et de Zone 4 à Abidjan abritent aujourd'hui plusieurs magasins de commerce de type supermarché. Les quartiers résidentiels riches de Bel Air, de Mermoz, de Sacré-cœur et d'Hann à Dakar mobilisent une vingtaine de magasins de type supermarché. Enfin, les quartiers résidentiels riches de Limete, de Lingwala et de Bandalungwa à Kinshasa abritent le premier, quatre le second cinq et le dernier trois magasins de commerce de type supermarché.

Les magasins de type supermarché y sont implantés par des grandes chaînes de distribution internationales comme Carrefour, Wal Mart, Cap Sud et Prima à Abidjan, Monoprix, Score, Total et CFAO à Douala et par des hommes d'affaires syro-libanais, coréens, grecs, chinois, français. Quelques magasins de type supermarché sont la propriété d'hommes d'affaires africains (cas de Nziko et Dove à Yaoundé, Supercam et Vaspan à Douala). Les magasins de commerce de type supermarché proposent aux habitants des quartiers résidentiels riches une large gamme de produits alimentaires et de biens manufacturés d'usage courant, à des prix qui correspondent à leurs possibilités économiques. Ils utilisent à peu près les mêmes méthodes de vente que les supermarchés d'Europe à savoir : prix marqués et fixes, règlement des achats aux caisses, mise des chariots à la disposition des clients, Toutefois, ils ignorent la pratique des rendus. Ici et là, les magasins de commerce sont logés au rez-de-chaussée des grands immeubles dont les étages sont dédiés aux bureaux et aux appartements. Ils concourent à donner un surcroît de vie et d'animation aux quartiers dans lesquels ils sont implantés.

D'autre part, les magasins de type supermarché ont fait leur percée dans les cités planifiées. A partir de 1950, un problème de logement se

posa très vite dans les grandes villes d'Afrique sub-saharienne, que l'administration coloniale tenta de résoudre en partie, par des opérations immobilières placées sous la responsabilité des sociétés d'Etat ou des sociétés mixtes. Cet effort d'accroissement du parc des logements a été poursuivi après l'accession des pays d'Afrique subsaharienne à l'indépendance, parfois sur une grande échelle, aboutissant à l'édification soit d'immeubles de petite ou de moyenne taille, soit de maisons individuelles isolées ou en bandes formant des quartiers entiers : les « cités planifiées » à Kinshasa, les quartiers SIAEF dans l'ex-AEF, la Kouanga à Bangui, les lotissements de Williamsville, Yopougon, Abobo-Gare à Abidjan, les quartiers SICAP (Liberté I et Liberté II) et bâtiments d'HLM à Dakar, en sont de bons exemples (P. Vennetier, 2002).

Depuis le début des années 2000, les firmes de distribution internationales comme wal-Mart, Score, Monoprix, Carrefour et des hommes d'affaires syro-libanais, chinois, coréens et africains dotent ces cités planifiées de magasins de type supermarché, qui mettent à la disposition de leurs nombreux résidents une gamme étendue de produits alimentaires et de biens d'usage courant. Ils installent chacun de ces magasins de commerce au rez-de-chaussée d'un immeuble de logement des cités planifiées qu'ils ont réquisitionné à cet effet, ou bien au rez-de-chaussée d'un bâtiment de services et d'habitation qu'ils ont construits à proximité de ces cités. Ainsi, à l'heure actuelle, la cité planifiée de Grand-Messa à Yaoundé est pourvue de trois magasins de type supermarché implantés dans sa périphérie, la cité planifiée de Bonamoussadi à Douala est équipée de huit magasins de commerce de type supermarché localisés sur son territoire et la cité planifiée de Kouanga à Bangui est desservie par deux magasins de commerce de type supermarché établis dans sa périphérie.

2.4. La prolifération de diverses structures de commerce informel dans les extensions périphériques anarchiques

A l'observation attentive, les périphéries des grandes villes d'Afrique subsaharienne se présentent sous de multiples aspects. Tantôt chapelets linéaires de maisons basses et poussiéreuses qui s'étirent sans fin le long des axes routiers en terre, qui relient les villes en question à leur arrière-pays rural ; tantôt vastes agglomérations anarchiques à la voirie étriquée et aux contours incertains ; tantôt semis de maisons en rez-de-chaussée disséminées dans un paysage en majorité rural ; enfin villages tas en mutation sous l'influence de la ville proche. Dans ces différentes entités

spatiales des périphéries des grandes villes d'Afrique subsaharienne, prolifèrent diverses structures de commerce informel.

En effet, les différentes entités spatiales des périphéries des villes considérées connaissent une grande dynamique commerciale, très éprouvante à la fois pour le réseau viaire quand celui-ci existe, le cadre bâti et les formes architecturales. Le commerce informel, ses éventaires et ses produits envahissent les rares rues, trottoirs et carrefours qui s'y trouvent, sans oublier les pas de porte d'innombrables maisons d'habitation.

On y découvre une multitude de formes de ventes : vente des aliments préparés ou d'en-cas, des fruits prêts à être consommés, des amuse-gueule et autres caramels assurés par des individus des deux sexes jeunes ou âgés, accroupis sur un tabouret posé sur le trottoir ou dans la cour des maisons d'habitation ; vente des grillades contrôlée par des femmes d'un certain âge qui, dès 16 heures de l'après-midi, s'affairent autour d'un petit fourneau au charbon de bois pour faire frire quelque menu poisson, quelque beignet ou quelque banane-plantain à l'huile de palme ou de coton ; vente des produits vivriers dans des marchés-champignons improvisés en bordure de la rue principale ou dans les diverses entrées routières des villes et regroupant une trentaine de vendeurs au plus. Cette dernière vente est assurée par des citadins-planteurs qui proposent à une clientèle exclusivement urbaine, des tubercules, des céréales, des légumineuses, des fruits et des légumes. On n'oublie pas les cafetiers, dont plusieurs d'entre eux sont installés dans les carrefours, les sorties des marchés et des gares routières. Il s'y ajoute la vente du bois de cuisine, du sel et des condiments sur les pas de porte des maisons d'habitation, celle des brochettes et celle du sable sur les bas-côtés des rues. D'ailleurs, les dépôts de sable et les dépôts-vente de planches sont deux éléments majeurs du paysage des périphéries des villes d'Afrique subsaharienne ; ils rappellent, s'il en est besoin, qu'on se trouve dans ces périphéries, dans l'axe de croissance spatiale privilégiée des villes. Le colportage y est également présent tout comme le commerce d'échoppe ; toutefois, ce dernier est moins développé que dans les quartiers résidentiels pauvres péricentraux.

On est dans les périphéries anarchiques des villes d'Afrique au sud du Sahara, au cœur du commerce informel qui se pratique dans le plus grand désordre. Cette activité intermédiaire et spéculative s'y développe de façon incontrôlée, provoquant une anarchie économique et spatiale et posant de sérieux problèmes d'image, d'hygiène et d'accessibilité.

Les artisans viennent compléter cette armature commerciale hétéroclite des périphéries des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara. Tailleurs, cordonniers, menuisiers, ferblantiers, maçons, charpentiers, peintres, photographes, coiffeurs, mototaxistes, réparateurs d'automobiles y offrent des services indispensables à la vie quotidienne. Leur nombre est très élevé. En effet, avec les pratiquants de la vente informelle des biens, évoqués plus haut, ils y compensent la pénurie des emplois formels. Véritable soupape de sécurité pour la masse des pauvres des périphéries des villes d'Afrique subsaharienne, ne trouvant pas de travail dans le secteur formel, le commerce informel s'y trouve être un pourvoyeur d'emplois (Kengne, 2015). Au fur et à mesure que ces périphéries accumulent des populations, le nombre des structures de vente informelle de biens et d'artisanat de service y augmente. C'est le royaume de la débrouillardise et du permissible. La prolifération anarchique des structures de commerce informel et la désorganisation du cadre qui en résultent, dépareillent fortement le paysage physique des périphéries des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara et amoindrissent, voire retardent les chances de celles-ci d'accéder à l'urbanité.

Conclusion

Le commerce s'adapte en permanence aux mutations spatiales et socio-économiques qui affectent les villes. En effet, toute transformation en profondeur des espaces urbains s'accompagne d'un ajustement de l'offre commerciale à ceux-ci. Dans la réflexion scientifique qui s'achève, il nous a été donné de démontrer que depuis la fin du second conflit mondial en Europe Occidentale et depuis un demi-siècle en Afrique subsaharienne, les mutations spatiales, économiques et sociales se sont accompagnées dans leurs grandes villes d'une restructuration de l'offre commerciale.

Ainsi, il y a une diversification des formes de commerce dans les centres, une émergence des supermarchés et des centres commerciaux dans les blocs des grands ensembles et les quartiers d'HLM et l'apparition des grandes surfaces dans les périphéries des grandes villes d'Europe Occidentale. De même, il y a eu une diversification de l'offre commerciale dans les centres, une implantation massive des marchés physiques, des boutiques d'alimentation et des échoppes dans les quartiers résidentiels pauvres, une percée des magasins de commerce de type supermarché dans les quartiers résidentiels riches et dans les cités « planifiées », et la

prolifération des diverses structures de commerce informel dans les extensions périphériques anarchiques des grandes villes d'Afrique au sud du Sahara.

Dans les grandes villes d'Europe Occidentale, on assiste depuis le milieu des années 2000 à un retour, voire à un regain du commerce de proximité et à la poussée du e-commerce. Le commerce de « proximité », comme son nom l'indique permet aux personnes de faire leurs courses à n'importe quel moment, sans dépendre d'un véhicule, ce qui est très important pour les personnes à mobilité réduite, les personnes âgées ou les familles avec des enfants en bas âge. Les périphéries et les entrées des grandes villes y couvrent de grandes surfaces dont certaines sont gigantesques. Tant que les villes existeront et subiront des mutations spatiales, économiques et sociales de grande envergure, le commerce sera amené à opérer sa mue pour s'adapter à ces mutations.

Références bibliographiques

- Allemand S. ; Ascher F. ; Levy J., 2004, Les sens du mouvement. Modernité et mobilités dans les sociétés urbaines contemporaines, *Belin/ Institut pour la Ville en Mouvement/ Colloque de Cerisy*, Paris, 336 p.
- APUR, IAU Ile-de-France, Ville de Paris, 2012, Les enjeux métropolitains du commerce de l'agglomération de Paris.<http://www.iau-idf.fr/savoir-faire/nos-travaux/edition/les-enjeux-metropolitains-du-commerce-de-l-agglomeration-de-paris.html> [site visité le 2 mars 2016].
- Barczyk D. ; Evrard R., 1997, La distribution, Nathan, Paris, 127 p.
- Berdet M., 2013, *Fantasmagories du capital : l'invention de la ville-marchandise*, La Découverte, Paris, 264 p.
- Bertoncello B. ; Bredeloup S., 2000, Commerce africain, réseaux transnationaux et société locale, *Hommes et migrations, Marseille carrefour d'Afrique*, 2000, N°. 1224.
- Boquet Y. ; Desse R. P., 2010, *Commerce et mobilités*, Editions universitaires de Dijon, Dijon, 293 p.
- Chenal J. ; Pedrazzini Y. ; Cisse G. ; Kaufmann V., 2012, Quelques rues d'Afrique. Observation et gestion de l'espace public à Abidjan, Dakar et Nouakchott, *GéoCarrefour*, [En ligne], Vol. 87/1 | 2012, mis en ligne le 01 mars 2011, consulté les 14 et 15 avril 2016. URL : <http://geocarrefour.revues.org/7942Vol.87/1>.

- Cohen L., 2013, Marketplaces, l'avenir du e-commerce : particuliers, pros, grandes marques Ed. Kawa, Bluffy, 199 p.
- Costes L., 1994, *L'étranger sous terre. Commerçants et vendeurs à la sauvette du métro parisien*, L'harmattan, Paris, 186 p. Coll. Logiques Sociales.
- Da Cunha A., Schmid O., Vaucher A., 2005, Marginalité sociale, problématique de l'accès au logement des populations en situation de vulnérabilité dans le canton de Neuchâtel : Rapport final. de Neuchâtel : Rapport final, Université de Lausanne.
- Desse R. P., 2001, *Le nouveau commerce urbain. Dynamiques spatiales et stratégies des acteurs*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 198 p.
- Desse R. P., 1999, La mobilité des consommateurs et les nouveaux espaces commerciaux », *Espace, population et sociétés*, Vol.17, N° 2, pp. 281-289
- Desse R. P. ; Fournié A. ; Gasnier A. ; Lemarchand N. ; Metton A. ; Soumagne J., 2008, *Dictionnaire du Commerce et de l'Aménagement*, Presses Universitaires de Rennes, Coll. *Espaces et Territoires*. Rennes, 370 p.
- Gasnier A., 2007, Le temps de mobilité des consommateurs au cœur des nouvelles logiques d'implantation de l'offre commerciale, *Revue Espace, population, société* (Les temporalités des populations. N° 2007-2/3), pp. 243-254.
- Gasnier A., 2010, *Commerce et ville ou commerce sans la ville ? Production urbaine, stratégies entrepreneuriales et politiques territoriales de développement durable*, Presses Universitaires de Rennes, 298 p.
- Gasnier A. ; Lemarchand N., 2014, *Le commerce dans tous ses états. Espaces marchands et enjeux de société*, Presses Universitaires de Rennes, Coll. *Espace et Territoires* 2014, 362 p.
- Gervais-Lambony P. ; Kwami Nyassogbo G., 2007, Lomé : dynamiques d'une ville africaine, Karthala, Paris, 326 p.
- Gressard E., 2011, *Qualité paysagère des entrées de ville et développement commercial périphérique*, Mémoire de Master 2 – IATEUR, Université de Reims Champagne-Ardenne, Reims, 111 p.
- Grimmeau, J. P. ; Wayens, B. ; Verhetsel, A., 2004, Le commerce dans les grandes villes belges et leur périphérie, Institut de gestion de l'environnement et d'aménagement du territoire de l'Université libre de Bruxelles. Disponible sur <http://www.mi-is.be/en/node/66413>, consulté le 17 juillet 2016.

- Grimmeau J. P. ; Wayens B. ; Hanson E., 2011, Une macro-géographie du commerce de détail en Belgique, *Revue Belge de Géographie*, N° 1-2, pp. 99-114.
- Kengne F., 2015, *Le Cameroun, jardin sacré de la débrouillardise*, L'Harmattan, Paris, 478p.
- Kengne F., 2003, Les effets négatifs majeurs des sous-quartiers des villes du Cameroun, *Revue de Géographie du Cameroun*, Vol. XV, N° 1, pp.38-51.
- Kengne F., 1987, Les marchés du Sud Cameroun : leur rôle dans l'organisation commerciale régionale, *Thèse de Doctorat d'Etat de géographie*, Institut de Géographie et d'Etudes Régionales, université de Bordeaux III, 709 p.
- Kengne F., 1986, Les marchés face au commerce sédentaire de détail sédentaire dans le Sud- Cameroun, *Revue de Géographie du Cameroun*, Vol. VII N° 1, pp. 42-54.
- Lensel B. ; Lavadinho S., 2012, Les entrées de ville font peau neuve, *Techni.cités*, n°238, 8, pp.31-37.
- Maillard C., 2007, *25 centres commerciaux*, Editions du Moniteur Architecture, Paris, 167 p.
- Marguerat Y., 1993, *Trésors cachés du vieux Lomé : l'architecture populaire ancienne de la capitale du Togo*, Karthala, Lomé 159 p.
- Mattei M. F., 2013, Figures nouvelles, figures anciennes du commerce en ville, in *Les Annales de la recherche urbaine*, N° 108, pp. 3-132.
- Merlin P., 2010, Les grands ensembles. Des discours utopiques aux « quartiers sensibles », 2010 , La Documentation française, Paris, 216 p.
- Metton A., 1998, Espoirs et amertumes du commerce des centres-villes, *Annales de la recherche urbaine*, N° 78, pp. 47-54.
- Metton A. 1984, *Le commerce urbain français*, PUF, Paris, 1984, 280 p.
- Metton A., 1980, Le commerce et la ville en banlieue parisienne : petits commerces, marchés, grandes surfaces, *Adapté de la thèse d'Etat soutenue en novembre 1978, à l'Université de Paris I*. Paris, 567 p.
- Metton A., 1980, *Les mutations de l'appareil commercial : un aspect de l'évolution urbaine*, *Norois*, N°. 108, pp.601-608.
- Nicoue L. G. ; Marguerat Y. ; Nyassogbo K. G., 1998, *Le centenaire de Lomé, capitale du Togo (1897-1997) : actes du colloque de Lomé, 3-6 mars 1997*, Presses de l'UB, Lomé, 492 p.
- Pedro V. M., 2005, *La réorganisation du commerce d'un centre-ville : résistance et obstacles à l'action collective*, L'Harmattan, Paris, 254 p.

- Performances Management consulting, 2012, La grande distribution en Afrique. Etat des lieux et perspectives, 16 p., site web de PMC : www.performancesconsulting.com, consulté le 27/04/2016.
- Poupard J. M., 2005, *Les centres commerciaux : de nouveaux lieux de sociabilité dans le paysage urbain*, L'Harmattan, Paris, 164 p.
- Poyau A., 2005, Marchés au « nord », marchés au « sud ». Visages et situations des marchés dans les villes de Marseille et d'Abidjan, *Rives méditerranéennes*, pp. 69-88.
- Rallet A., 2001, *Commerce électronique ou électronisation du commerce*, revue *Réseaux* Réseaux2/2001 (n° 106) pp. 17-72 URL : www.cairn.info/revue-reseaux1-2001-2-page-17.htm, consulté le 03 /04/2016.
- Rocheftort R., 2008, *Un commerce pour la ville. Rapport au Ministère du logement et de la ville*, La Documentation française, Paris, 83 p.
- Roth C. (avec la collaboration de Maurice Bonnard), 2009, L'histoire des grands ensembles de Garges-lès-Gonesse, Sarcelles et Villiers-le-Bel racontée aux enfants, Val de France (Communauté) *Réseaux2/2001* (n°106), p.17-72 URL : www.cairn.info/revue-reseaux1-2001-2-page-17.htm. Villiers-le-Bel, 82 p. Coll. *Les publications du Patrimoine en Val de France*, N°12.
- Soumagne J. ; Desse R. P. (dirs), Guillemot L. (coord.), Gasnier A. (collab.), 2014, *Aménagement et résilience du commerce urbain en France*, L'Harmattan, Paris, 253 p.
- Soumagne J., 2012, Commerce et territoire urbain : de l'évolution à la révolution, *CETE de l'Ouest- département, Villes et Territoires*, pp.2-4.
- Soumagne J., Desse R. P., Gasnier A., Guillemot L.I, Grellier A., 2010, *Retail planning for cities in sustainability = Aménagement commercial pour des villes durables*. Rapport final MEDDTL Université d'Angers, 236 p.
- Soumagne J. ; Desse R. P. ; Gasnier A. ; Guillemo T. L. ; Grellier A., (Groupe d'étude français CARTA UMR 6590 du CNRS, ESO), 2009, *Replacis, Retail Planning for Cities sustainability. Rapport 1 ère année*, MEEDDAT, Paris, 223 p.
- Steck J. F., 2003, Territoires de l'informel : les petites activités de rue, le politique et la ville à Abidjan, *Thèse de Doctorat de géographie*, Université de Paris X Nanterre, 600 p.
- Van de Walle I. (avec la collaboration de Rivoire L.), 2005, Commerce et mobilité. L'activité commerciale faceaux publiques de nouvelles politiques déplacement urbains, *CREDOC, Cahier de recherche*

216. Publication disponible sur le site web.
<http://www.credoc.fr/pdf/Rech/C216.pdf>, consulté le 13 juin 2016.
- Vennetier P., 1991, *Les villes d'Afrique tropicale*, 2^e édition, Masson, Paris, 244 p.
- Vennetier P., 1989, Centre, périphérie et flux intra-urbains dans les grandes villes d'Afrique noire, *Annales de Géographie*, Volume 98 Numéro 547 pp. 257-285.

**TERRITOIRES ET TERRITORIALITÉS DES PRATIQUES
DE L'ÉCONOMIE INFORMELLE DANS LE DÉVELOPPEMENT
DE LA VILLE DE PARAKOU AU NORD BÉNIN :
UN EXEMPLE D'ADAPTATION DU COMMERCE
À LA DYNAMIQUE URBAINE DANS LES SUDS**

Georges Agbachi ALE
Université de Parakou

Résumé : L'explosion de ce que le Bureau International du Travail a dénommé « secteur informel » dans les pays des Suds a été de pair avec la croissance rapide des villes en Afrique au point d'être pris comme l'un des indicateurs de la dynamique urbaine. C'est le cas des capitales situées sur le golfe de Guinée entre Abidjan et Lagos. Ainsi, il est aisé d'y remarquer un développement de nombreuses activités d'économies informelles. Ceci explique certainement une réponse à deux types de problèmes considérés comme endémiques à la croissance démographique qui accompagne la croissance urbaine dans les pays des Suds. D'abord, l'explosion du secteur informel est considérée par certains comme une stratégie entrepreneuriale dans un contexte de pauvreté où s'expriment deux types d'acteurs, ceux qui ont des capitaux modestes et ceux qui font « l'économie de la débrouille ». Ensuite, d'autres la considèrent comme une réponse à la demande massive des consommateurs urbains et néo-urbains exclus du système capitaliste auquel cherche à s'adapter la pratique en développant des activités de proximité avec des règles qui lui sont propres et des initiatives territorialisées. S'il est difficile d'énumérer ici les activités du secteur informel dans leur diversité, c'est au commerce informel que nous nous intéressons dans le cadre de cet article. A partir d'une analyse spatio-temporelle de quelques points stratégiques de la ville de Parakou, nous démontrons l'existence des territoires du commerce informel dans la ville comme formes d'adaptation du commerce à la vie urbaine. Ensuite, avec une approche sociologique, nous essayerons de comprendre les fondements

de cette territorialité et le fonctionnement de ces territoires ainsi que leur place dans la dynamique urbaine.

Mots-clés : économie informelle, commerce informel, territoire, territorialité, territorialisation, Parakou

Abstract: The explosion of what the International Labour Office has called "informal sector" in the South was in link with the rapid growth of some cities in sub-Saharan Africa and was taken as one of remarkable indicators of urban dynamics. This is the case of the economic capitals located on the coastal strip between Abidjan and Lagos. It is easy to notice a development of many activities of informal economies in almost all of cities in these countries. This certainly explains a response to two types of issues considered endemic to population growth that accompanies urban growth in developing countries. First the explosion of the informal sector is regarded by some as a business strategy in the context of poverty in which there is two types of players, those with modest capital and those who are "managing" In following other sees it as a response to the overwhelming demand of urban consumers, and neo-urban excluded from the capitalist system which seek to adapt to the practice by developing outreach activities with its own rules and regionalised initiatives. If it is difficult to list the diversity of informal sector, the one, which concern our paper, is informal trade. As part of this proposal, from a spatio-temporal analysis of several strategic points of the city of Parakou, we will demonstrate the existence of informal trade territories in the city as forms of adaptation of Trade to urban. Then, from a sociological approach, we will try to understand the fundamentals raisons of this territoriality and their place in the urban dynamic in Parakou.

Keywords: informal economy, informal trade, territory, territorial, regionalization, Parakou

Introduction

Dans les politiques de gestion des Etats-Nations, la question de la maîtrise du développement des villes est restée vive et mobilise l'attention des décideurs politiques au Nord comme au Sud. Les villes restent des centres sensibles à partir desquels partent toutes les formes de contestations et de changements politiques. Ce sont des indicateurs de dynamisme de l'économie nationale surtout à travers le développement du commerce, des transports, du port et parfois de l'industrie. Dans les pays dits « développés », le dynamisme des villes se manifeste de façon différente de celui des pays des Suds, dits « en développement ». Si au Nord, les règles de l'urbanisme et de l'aménagement du territoire semblent contraindre ce dynamisme dans un cadre précis qui distingue l'urbain du

rural, dans les pays des Suds, « l'indocilité de l'informel » offre un paysage urbain particulier. D'aucuns parlent de « désordre urbain » avec l'analyse selon laquelle le fonctionnement des villes échapperait aux pouvoirs publics. Pourtant dans ces pays, l'Etat ou les collectivités territoriales assurent l'ordre public et organisent même l'informel sans grands succès. Dans cet écart entre le Nord et les Suds face à ce dynamisme urbain, nous voulons examiner dans cet article le cas spécifique du commerce qui est parfois un des facteurs de ce dynamisme. Comment intervient-il dans la ville de Parakou, quels sont ses rapports à l'espace urbain ? Quelles sont les stratégies de ces acteurs ? Et comment comprendre la pérennité de l'informel malgré les efforts de formalisation des pouvoirs politiques en milieu urbain ?

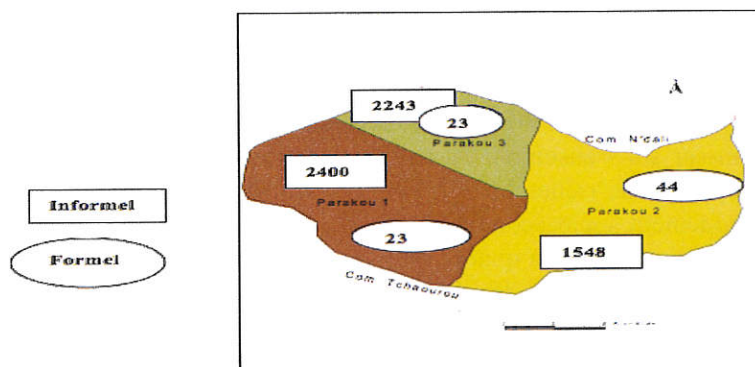
1. Problématique et contexte de l'étude

Le fait démographique et les activités économiques en milieu urbain permettent de façon classique d'apprécier la dynamique urbaine. Ainsi, la croissance urbaine et l'analyse de l'économie urbaine se feront à travers l'évolution démographique et les caractéristiques des activités des principaux acteurs de la vie économique en ville. L'évolution spatiale, en d'autres termes, l'étalement urbain joue un rôle très important dans le développement de l'économie informelle.

1.1. Croissance urbaine et poids démographique de la ville de Parakou

Parakou est une commune à statut particulier (ville-commune) constituée de trois arrondissements et 41 quartiers de ville (Figure 1).

Figure 1 : Carte de situation



Source : IGN, réactualisée par G.A. Alé, 2016

La commune est administrée par un conseil municipal de 25 membres ayant à sa tête le Maire. Capitale régionale du Nord Bénin, la ville de Parakou est située à 450 km de Cotonou au centre de la République du Bénin comme l'indique la figure 1. La ville s'étend sur une superficie totale de 441 km² et abrite une population qui évolue assez rapidement et estimée à environ 260 000 âmes en 2016. Elle est présentée comme la troisième ville du Bénin et la première du septentrion. Les principales activités économiques dans cette municipalité sont le commerce (43,2%) et l'artisanat (49,4%) autour desquels gravitent plusieurs autres comme l'indique le tableau 1.

Tableau 1: Unités économiques recensées par type d'activité

Branche	Fréquence (%)
AGRICULTURE	0,1%
ARTISANAT	49,4%
AUTRES SERVICES	4,7%
BTP	0,1%
COMMERCE	43,2%
EDUCATION	1,0%
RECEPTIF HOTELIER	0,3%
INDUSTRIE	0,4%
SANTE	0,6%
TIC	0,2%
TRANSPORT	0,0%
Total	100,0%

Source : RGE2, 2008.

Mais la spécificité de cette économie urbaine a été largement mise en évidence par le Recensement Général des Entreprises (RGE) effectué par l'Institut Nationale des Statistiques et de l'Analyse Economique (INSAE) en 2008. L'objectif de ce recensement était d'identifier et de caractériser sur l'ensemble du territoire national les différentes structures pourvoyeuses de richesses et d'emplois afin d'évaluer leur poids dans le développement socio-économique du pays. Ramené à l'échelle de la ville, il permet d'apprécier la qualité du tissu économique et de ses acteurs ainsi que leur contribution au développement urbain.

Ainsi, les résultats de ces enquêtes permettent de constater que l'économie urbaine à Parakou est dominée par les acteurs de l'économie informelle qui représentent 98,57% de l'effectif de ce qui pouvait être

considéré comme entreprise. Pour simplifier la réflexion, on considérera ici comme entreprise, toute structure publique ou privée sous laquelle s'exerce une activité économique en utilisant un personnel, des locaux et des équipements quels que soient leur état et leur qualité. Cette conception reste purement opérationnelle dans les villes africaines pour pouvoir utiliser des terminologies connues et admises au niveau international.

1.2. L'informalité et la diversité des activités de l'économie urbaine.

L'aperçu général des résultats d'enquête indique clairement la présence d'une forte proportion d'acteurs de l'économie informelle et une diversité des activités économiques (Tableau 1). L'INSAE a retenu comme critère d'informalité, le non-respect d'une ou plusieurs exigences auxquelles est assujéti l'exercice d'activités économiques au Bénin. Il s'agit notamment de l'inscription au registre de commerce, l'affiliation à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale (CNSS), l'obtention d'un n° INSAE/IFU, la tenue d'une comptabilité. Cependant l'économie informelle doit s'étendre au sens large, non seulement aux formes structurées d'activités économiques, mais aussi aux petits métiers et/ou commerce et à ce que certains qualifient « d'économie de la débrouille ».

Afin de travailler sur des données vérifiables avec des acteurs stables, l'enquête de l'INSAE s'est intéressée aux formes structurées d'activités économiques, ce qui permet d'affirmer que les résultats ne concernent qu'une partie importante de l'économie urbaine informelle à Parakou et non son intégralité, les toutes petites unités des vendeurs ambulants et/ou de rues ne sont pas dénombrées.

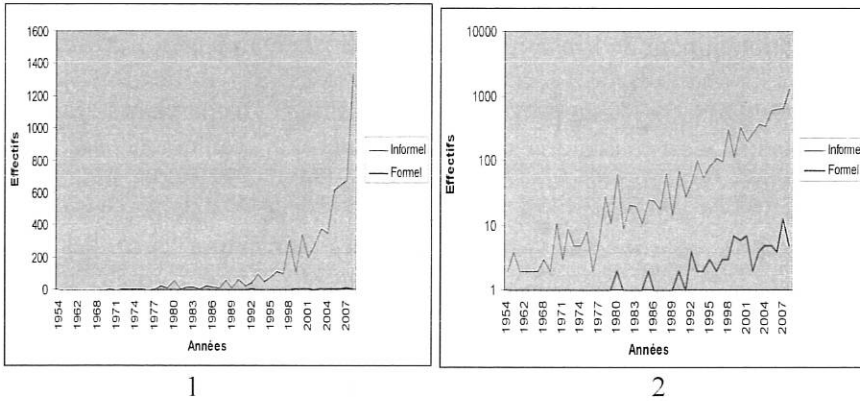
Comme l'indique le Tableau 2, depuis 1954 on a vu s'accroître à un rythme vertigineux l'effectif des entreprises considérées comme informelles tandis que les entreprises structurées restent négligeables. Les deux graphiques ci-dessous permettent de mieux apprécier la tendance de cette évolution que nous avons exagérée (Figure 2) pour faciliter la visualisation de la courbe représentant l'évolution des entreprises formelles. Il est à notre avis superflu d'énumérer ici les raisons de cette flambée de l'informel en milieu urbain puisqu'il existe une abondante littérature sur la question même si elle est polémique.

Tableau 2: Evolution des entreprises

Années de création	Formalisation		
	Formel	Informel	% de l'informalité
1954-1964	1	6	85,71
1967-1977	4	45	91,83
1978-1988	5	282	98,25
1989-1999	28	1020	97,32
2000-2008	51	4799	98,94
Total	89	6152	98,57

Source : RGE, 2008, INSAE.

Figure 2 : Croissance des entreprises dans l'agglomération urbaine de Parakou



Si on considère les formes juridiques, on constate qu'il s'agit pour la plupart d'entreprises individuelles et de quelques coopératives ou entreprises de fait. Les entreprises à responsabilités limitées ou anonymes sont en nombre insignifiant comme l'indique le tableau 3 ci-après.

Tableau 3 : Les formes juridiques et formalisation des entreprises

Formalisation		Forme juridique								Total	
		Entreprise individuelle	SARL	SA	Société de fait	Société en Non Collectif (SNC)	Société en participation	Groupement d'Intérêt Economique (GIE)	Coopérative		Autre
Formel	Formel	77	6	5	0	1	0	0	0	1	90
	Informel	8059	15	4	52	32	1	6	15	7	6191
Total		8136	21	9	52	33	1	6	15	8	6281

Source : RGE, INSAE, 2008

Ces différentes entreprises sont distribuées presque équitablement sur l'ensemble du territoire de la ville de Parakou au plus près des populations comme l'indique le tableau ci-après.

Tableau 4 : distribution spatiale des entreprises

		ARRONDISSEMENT			Total
		1er Arrondissement	2ème Arrondissement	3ème Arrondissement	
Formalisation	Formel	23	23	44	90
	Informel	2400	2243	1548	6191
Total		2423	2266	1592	6281

Source : RGE, INSAE, 2008

La superposition des informations de ce tableau avec la carte de la ville, permet de le constater. Ce sont des entreprises de proximité situées le long des rues, sur les places publiques, parkings ou concessions ayant un accès à la rue. Les activités économiques informelles en milieux urbains s'adaptent donc au développement de la ville et leur nombre semble en relation avec l'effectif de la population selon les unités administratives.

Cette distribution des principaux acteurs de la vie économique a un impact sur l'occupation de l'espace public et la vie quotidienne des citoyens. Mais ce qui semble frappant dans l'espace urbain en Afrique en général et au Bénin en particulier, c'est ce qu'on peut appeler « le désordre urbain » découlant à la fois d'une distribution anarchique des entreprises et des matériaux avec lesquels elles sont construites. Contrairement à ce que l'on observe dans les pays du Nord, il est difficile voire impossible d'identifier des zonings commerciaux avec un ordre urbain respecté. Pour un environnementaliste, on est en présence d'une pollution visuelle qui sera accentuée soit par la pollution sonore ou par les déchets urbains issus des produits commercialisés. L'ensemble du territoire urbain est exposé aux pratiques d'économie informelle, transformant toute la ville en « marché à ciel ouvert » bruyant et grouillant de monde dès les premières heures de la journée.

2. Objectifs, hypothèses et approche méthodologique

En abordant la question du commerce informel dans la ville de Parakou, l'objectif est de comprendre la territorialisation des pratiques d'économie informelle en ville et les raisons du choix des acteurs dans l'occupation de l'espace. Qu'est ce qui justifie ou explique cette forme d'adaptation des activités commerciales au cadre de vie en milieu urbain ?

Afin de construire les bases de notre réflexion, nous avons formulé l'hypothèse que c'est la nature de la vie en milieu urbain en Afrique et le fonctionnement des villes qui favorisent cette territorialisation de l'informel. Mieux, une déterritorialisation du commerce informel en milieu urbain échoue à cause de la méconnaissance de ses fondements par les autorités publiques. Deux démarches nous permettent d'atteindre nos objectifs. D'abord une approche quantitative s'appuyant sur la base de données du Recensement Général des Entreprises au Bénin (2008), nous permet d'appréhender l'ampleur de l'informel dans la ville de Parakou. Ensuite, une démarche socio-anthropologique et géographique, a permis de comprendre le processus de territorialisation des entreprises et d'expliquer la territorialité de l'informel en milieu urbain à Parakou. Il s'agit de donner la parole aux acteurs du commerce informel afin de collecter en fonction de leur localisation des données qualitatives qui permettent l'analyse et la compréhension de la problématique étudiée.

3. Résultats et discussions

Le mot territoire renvoie à au moins huit définitions différentes (J. Lévy, 1999, p. 89). Il n'est donc point utile de procéder dans le cadre de cet article à une analyse critique ou à sa redéfinition. Cependant nous nous appuyerons sur l'une d'entre elles comme grille de lecture de l'existence de territoire de l'informel en milieu urbain et surtout pour comprendre le sens de sa territorialité en milieu urbain.

3.1. La ville de Parakou, territoire de l'économie informelle

Malgré la polysémie du territoire, il peut servir de grille de lecture de l'espace urbain et plus spécifiquement à Parakou. « D'une part, celui-ci serait l'aire d'extension de l'exercice d'un pouvoir ou d'un contrôle d'ordre politico-administratif. [C'est le sens de l'existence d'un territoire sur lequel s'étend la commune de Parakou. Il s'agit d'une ville à statut particulier, contrôlé par un pouvoir politique et une administration territoriale.] D'autre part, il relèverait de l'ordre social et culturel et serait le produit des pratiques spatiales quotidiennes et de référentiels d'identification (...) ne s'inscrivant pas forcément dans les limites des territoires politico-administratifs » (J. Aldhuy, 2008, p. 6).

A travers cette seconde dimension, le territoire de la ville de Parakou est culturellement celui des Kobourou, la cité des princes Baatonou, devenue cosmopolite avec l'arrivée d'autres communautés

attirées par les enjeux commerciaux qui font aujourd'hui de Parakou un territoire de l'informel. Celui-ci devient le produit des pratiques spatiales quotidiennes appréhendées à travers l'économie informelle comprise comme « manque » de respect des règles formelles, mais comportant aussi une dimension de vécu socio-spatial, qui s'articule avec les lieux d'habitation et les espaces publics. Ainsi, les pratiques d'économie informelle envahissent la ville qui devient le territoire de l'informel accaparant trottoir, place publique, vérandas, cours et devanture des maisons d'habitation pour proposer des biens et services aux consommateurs potentiels. Mais au-delà du territoire, c'est le comportement des acteurs qui expliquera mieux leur rapport à l'espace donc les formes de territorialité de l'informel.

3.2. Des pratiques d'économie informelle à l'appropriation de l'espace urbain : quelle territorialité ?

Comme nous l'exposons un peu plus tôt, les pratiques de l'économie informelle se caractérisent par le « manque » de respect des règles formelles non seulement dans l'exercice des activités économiques (services et commerces), mais aussi dans l'occupation de l'espace en milieu urbain. Les acteurs de cette forme d'économie ont mis en place au fil du temps des stratégies commerciales et d'affaires qui les particularisent et redéfinissent les normes acceptées par le groupe ou réseau d'acteurs ainsi que par les clients. L'irruption d'acteurs de tout genre sur le trottoir, le long des rues ou sur les places publiques au mépris des règles d'urbanisme et de l'autorisation des autorités administratives, laisse entrevoir l'établissement de nouveaux rapports entre individus ou groupes d'individus et l'espace. Sans le respect des règles d'urbanisme et de gestion de l'espace, ces groupes d'acteurs définissent selon leur logique (commerciales et de survie) leur perception des lieux, du territoire et des relations entre acteurs (réseaux). Cette forme d'appropriation de l'espace de façon temporelle, continue ou discontinue mobilise les géographes autour de ce qu'il convient d'appeler « territorialité ».

La territorialité désigne le processus d'appropriation de l'espace par un individu ou un groupe social. Cette appropriation, au sens large du terme, s'opère selon des modalités très différentes : elle peut être multiple, discontinue, éphémère, indirecte et symbolique. Elles n'impliquent pas un territoire nécessairement borné ; il peut être réticulaire, archipelagique, topologique, et mieux correspondre, ainsi, à la diversité tant des modes

d'appropriation de l'espace que des acteurs se l'approprient. (X. Arnauld de Sartre et al., 2012, p.12)

Ce concept tel qu'énoncé permet de comprendre les formes d'occupation de l'espace urbain par les acteurs de l'économie informelle, qui sont d'une part des individus (vendeurs individuels) et d'autre part des groupes sociaux (vendeurs d'essence et vendeurs de produits manufacturiers.) qui s'installent selon leur stratégie d'appropriation de l'espace. Mais selon J.-B. Racine et C. Raffestin (1983, p. 89), la territorialité n'est pas un simple concept mais un paradigme qui exprime une relation complexe entre un groupe humain et son environnement, « l'environnement étant ici l'enveloppe spatio-temporelle constituée non seulement par un ensemble de propriétés spatiales, mais aussi temporelles, permettant d'inter-relier des comportements dans leur manière de se dérouler dans un contexte d'espace et de temps ». C'est cette précision de J.-B. Racine et de C. Raffestin (1983) qui exprime assez bien comment l'adaptation des pratiques d'économie informelle à l'espace urbain traduit une territorialité de l'économie informelle. La lecture des relations complexes entre un groupe d'acteurs et son environnement perçu au-delà du support spatial en intégrant le temps, permet d'expliquer le sens de l'envahissement de l'espace urbain par les pratiques d'économie informelle. « Le paradigme de la territorialité renverse l'ordre habituel de la géographie puisque le point de départ [de l'observation] n'est pas l'espace mais les instruments et les codes des acteurs qui ont laissé des traces et des indices dans le territoire » (J.-B. Racine et C. Raffestin (1983, p. 94)

La territorialité permet [donc] de dépasser la seule question de l'organisation de l'espace des sociétés pour s'engager vers la compréhension de la condition spatiale des individus vivant en société. (J. Aldhuy, 2008, p. 6).

La territorialité pourrait ainsi devenir une approche compréhensive de l'adaptation du commerce informel à l'espace urbain en facilitant la connaissance des conditions spatiales des individus, acteurs du commerce informel en particulier et de l'économie informelle en général. On pourrait donc faire l'hypothèse de l'existence d'un territoire de l'informel en milieu urbain et conclure de son partage par la collectivité d'individus acteurs de l'informel.

Comme le propose (J. Aldhuy, 2008, p. 6), la compréhension de la territorialité se perçoit aussi par ailleurs, en mobilisant de façon itérative, les concepts d'espace de vie (espace d'usages fondamentaux), espace social et espace vécu dans leurs interactions respectives. Ceux-ci

permettent aussi de valider de l'existence d'un territoire de l'informel. Mais du fait que le territoire [soit] le cadre spatial privilégié de l'exercice du pouvoir institutionnalisé (X. Arnaud de Satre et al., 2012, p. 9), et que l'informalité soit gouvernée par le non-respect des règles formelles, on est en droit de se demander si les territoires de l'informel en milieu urbain ne sont pas des territoires « intentionnels » d'où surgissent des conflits de compétences entre pouvoir institutionnalisé et pouvoir de réseau d'acteurs lorsqu'intervient la question du contrôle et de la régulation des territoires.

3.3. Territorialité de l'informel entre pouvoir public et pouvoir de réseaux d'acteurs informels

Parmi les principes qui fondent le territoire on compte le pouvoir légitimé par le truchement de l'espace et c'est cette superposition de pouvoir au niveau du territoire urbain qui crée la tension étant donné que l'informel rime avec « non conformisme » pendant que tout en ville exige normes et règles. Ainsi l'envahissement de l'espace urbain par le commerce informel ou l'économie informelle en général, aboutit parfois à des formes de tension diverses en fonction des lieux, des acteurs et des types d'activités d'économie informelle.

Les autorités locales, les responsables étatiques à divers échelons tentent le plus souvent de faire respecter les règles d'urbanisme en exigeant des acteurs de l'économie informelle de s'installer dans les limites définies par l'administration urbaine, par exemple, sur les marchés à ciel ouvert. Mais les stratégies et logiques des acteurs de l'économie informelle les poussent à s'installer sur des places publiques et espaces non affectés aux usages commerciaux ou de service. C'est l'exemple des rues aux abords des marchés et des principales voies d'entrée de ville où l'on retrouve pêle-mêle des vendeurs installés sur les trottoirs et parfois occupant entièrement l'espace public.

Lorsqu'on traverse le centre-ville de Parakou, il y a une rivalité entre piétons, cyclistes ou motocyclistes et automobilistes sans oublier les acteurs de l'économie informelle. L'espace public est un « espace discuté », comme on peut le voir sur la planche 1.

Planche 1 : Adaptation du commerce informel à la rue (en ville)



Prise de vue : Parape, Avril 2014.

Si les photos de la planche 1 ne présentent pas l'ensemble des acteurs du secteur informel ou plus généralement leurs entreprises, il importe de faire remarquer que celles-ci sont parfois des hangars ou abris en matériaux précaires ou des étalages introduisant ainsi dans le territoire urbain des installations qui refusent l'ordre urbain.

La formalisation de l'informel s'impose alors comme objectif pour les autorités urbaines ou étatiques qui à défaut d'obtenir un changement de comportement des acteurs populaires par le dialogue et la collaboration utilisent la force de l'ordre public qui procède à des déguerpissements des places occupées et à des saisies de marchandises suivies de destruction de hangars et abris des acteurs.

Ces opérations parfois jugées peu sociables et irrespectueuses des pauvres ont très souvent des effets de courtes durées et l'informel procède à nouveau à sa territorialisation forçant les autorités à une nouvelle forme d'entente. Les termes de cette nouvelle entente sont entre autres, le paiement d'une taxe communale et de redevance contre une présence dans l'espace urbain. Les contours de cette nouvelle entente sont aussi flous que leurs contenus et peuvent être remis en cause à tout moment par l'une des parties selon les rapports de pouvoir entre acteurs populaires et représentants de l'autorité publique.

La territorialité de l'économie informelle est ainsi prise entre pouvoir public et pouvoir de réseau d'acteurs populaires et ce sont les impacts de ce rapport de force qui se traduisent dans les villes d'Afrique noire sous forme d'adaptation du commerce informel à la ville. On en arrive à la réflexion selon laquelle il serait possible de « formaliser l'informel » et d'arrêter cet envahissement de l'espace urbain par l'informel. Pourrait-on envisager une maîtrise complète de la ville en

Afrique afin d'éviter cette tension sur l'espace urbain et entre acteurs ? Cette question nous préoccupe et nous souhaitons pouvoir nous y investir dans le cadre de projets de recherche sur la durée.

Conclusion

Le contrôle et la maîtrise de l'économie informelle dans les villes du Sud peuvent paraître un projet sans lendemain, comme en témoignent les multiples tentatives des autorités locales et politiques au Bénin. L'échec de l'engagement des pouvoirs publics face au commerce informel des produits pétroliers, dénommés « *kpayo* » est un cas d'école.

Cependant nous sommes convaincu qu'il est possible de mieux connaître les pratiques d'économie informelle à travers les stratégies et logiques de ses acteurs afin de les amener à collaborer à une forme existentielle autre que celle que leur impose le contexte politico-administratif et social des pays du Sud. Les acteurs de l'économie informelle doivent être traités pour ce qu'ils sont et non pour ce qu'on veut qu'ils soient dans l'économie des pays. Les pouvoirs publics doivent prendre à leur juste valeur le rôle et la place de ces acteurs dans l'économie urbaine et nationale et favoriser leurs épanouissements à travers des formes d'arrangements institutionnels adaptés. Car comme essaye de le montrer l'abondante littérature sur la question, l'économie informelle est une réponse à d'importantes questions qui échappent aux pouvoirs publics dont notamment, l'accès à l'emploi décent, la lutte contre la pauvreté, et le sous-équipement des populations. Ainsi, les autorités politico-administratives doivent éviter des rapports flous et contradictoires qui font des acteurs de l'économie informelle des contribuables imposables et des indésirables de l'espace urbain exposés aux raquettes et rançonnements. C'est ce biais dans les rapports entre les pouvoirs publics et le secteur informel qui expliquent l'alternance des positions dominantes dans le jeu de pouvoir sur les territoires urbains donc les territoires de l'économie informelle.

Références bibliographiques

- ALDHUY Julien, 2008, « Au-delà du territoire, la territorialité ? » *Geodoc*, 2008, p. 35-42
- ALÉ Agbachi Georges, 2014, *L'économie informelle à Cotonou (...), Politiques publiques et pratiques de l'économie informelle en*

- Afrique subsaharienne*, (sous la direction de) Lapeyre Frédéric et Lemaître Andréa, Academia/L'Harmattan, p.117-160.
- ARNAULD de SARTRE Xavier et LAURENT Gagnol, 2012, Les échelles des territorialités, *Géographie et cultures* 81 (2012) p. 5-16
- BIT, 2008, *Déclaration de l'OIT sur la justice sociale pour une mondialisation équitable*, IGDS, Numéro 36 (Version 1).
- GAUVAIN Mathilde, 2008, « Les territoires de l'informel. Étude de commerce de rue à Caracas », *Cahier des Amériques Latines*, 53/2008, p.101-116.
- HERRERA Javier, 1997, *Les échanges transfrontaliers entre le Cameroun et le Nigeria depuis la dévaluation: estimation des flux frauduleux d'essence nigériane et de leur impact au Cameroun et au Nigeria*, DIAL, Paris.
- HONLONKOU Albert, et OGOUDELE Odjo, Dominique, 2010, *Les institutions du marché du travail face aux défis du développement : Le cas du Bénin, Secteur de l'emploi, Document de travail de l'emploi n°66*.
- HOSSAIN Mosherrat Shahabuddin, 2003, *Taxation and pricing of petroleum products in developing countries: a framework analysis with application to Nigeria*, IMF WP/03/42.
- IGUE John Ogunshola, et SOULE Bio Goura, 1992, *L'Etat-entrepôt au Bénin*, Paris, Karthala.
- IGUE John Ogunshola, 1988, « Le Nigeria et ses périphéries frontalières », Bach Daniel., Egg Johnny et Philippe Jean., *Le Nigeria : un pouvoir en puissance*, Paris, Karthala, p. 275-287
- INSAE, 2010, *Les entreprises au Bénin, Synthèse des résultats (RGE2)*, MCA.
- LARES (1998) : *Estimation des importations de produits nigériens au Bénin*, LARES-MCAC.
- LARES (2005) : *Le trafic illicite des produits pétroliers entre le Benin et le Nigeria : vice ou vertu pour l'économie béninoise ? Série Echanges Régionaux*.
- LARES/IRAM, *L'Ec(h)o des frontières*, numéros 1 à 27, 1995-2003.
- LÉVY Jacques, 1999, *Le tournant géographique. Penser l'espace pour lire le monde*. Paris, Berlin.
- MINISTERE DE L'ENVIRONNEMENT, DE L'HABITAT ET DE L'URBANISME (MEHU), *Etude sur la qualité de l'air en milieu urbain : cas de Cotonou*, Octobre 2000

- RAFFESTIN Claude, 1982, « Remarques sur les notions d'espace, de territoires et de territorialité », *Espaces et Sociétés* n°41, Université de Genève, p.167-171.
- RAFFESTIN Claude, 1986, « Territorialité: Concept ou Paradigme de la géographie sociale? » *Geographica Helvetica* 1986 - Nr. 2, p.91-96
- RAFFESTIN Claude, RACINE Jean-Bernard (dir), 1983, *L'imagination géographique, les nouveaux indicateurs territoriaux, la marginalité, l'économie submergée*. Géotopique, n°1, Université de Genève, Université de Lausanne.
- UEMOA (2004) *Le secteur informel dans les principales agglomérations de sept Etats membres de l'UEMOA : Performances, insertion, perspectives*, AFRISTAT, DIAL, 8p.

L'INFORMEL DE RUE DANS LES ESPACES PERIPHERIQUES DE LA VILLE DE LOME : L'EXEMPLE D'AGOENYIVE

Kossi Dossavi TONOU & Kossiwa ZINSOU-KLASSOU
Université de Lomé

Résumé : L'explosion urbaine de la ville de Lomé s'est traduite par l'occupation des zones périphériques dont Agoènyivé, un espace situé au nord de la ville. Cette explosion qui favorise l'augmentation en nombre de la population agit au même moment sur l'évolution de l'emploi, car il existe un décalage chronologique entre le rythme de la croissance urbaine et celui de l'emploi. Il se manifeste alors, une crise de l'emploi caractérisée par la rareté d'embauche tant dans le secteur public que dans le secteur privé formel. Cette situation contraint les citoyens, diplômés ou non, jeunes ou adultes, à trouver refuge dans le secteur des activités informelles pour gagner leur vie. Ce secteur est devenu une réalité incontournable de l'économie urbaine africaine, particulièrement de création d'emplois et de revenus. L'exercice des activités informelles s'accompagne souvent de l'occupation et l'utilisation des espaces publics de voirie détournant ainsi ces espaces de leurs fonctions et usages premiers. La rue et ses abords immédiats, grâce à leur visibilité et à leur disponibilité foncière, constituent de façon indéniable «l'espace-support» des petits métiers. Il s'ensuit de graves conséquences sur le vécu quotidien de la population d'Agoènyivé. La présente étude s'articule autour de deux axes méthodologiques avec d'une part, une recherche documentaire et d'autre part, des travaux de terrain portant sur l'administration d'un questionnaire et d'un guide d'entretien. Cette étude permet à terme, de cerner l'apport des activités informelles de rue en termes d'emplois et de revenus et faire ressortir les nombreuses conséquences socio-économiques et environnementales.

Mots-clés : Agoènyivé, Urbanisation, chômage, pauvreté, activités informelles, occupation de la rue.

Abstract: The urban explosion of the city of Lomé is shown through the use of the suburb areas such as Agoènyivé, situated in the northern side of Lomé. This explosion which favors the rising of the population affects the upward movement of job, because of the chronological discrepancy that exists between the rhythm of the urban growth and that of job. As a result, there occurs a job crisis characterized by the scarcity of job engagement both in the public and private sectors. This condition compels the urban, qualified or not, youth or grown-up, to win a living in the informal sector. This sector has become a remarkable reality in the urban African economy, principally, in the creation of job and incomes. The carrying-out of informal activities brings forth the use of public spaces, deviating these spaces from their primary goals. Visibility and free access to the street and its immediate sides turn the latter to be undoubtedly the "supporting space" of small jobs. Consequently, the population of Agoènyivé is harmfully affected. This analysis revolves around two methodologies, that is, a documentary research on one hand, and field work based on a questionnaire and interviews, on the other hand. The study ultimately helps grasp the contribution of street informal activities to jobs and incomes, and derive the numerous socio-economic and environmental outcomes.

Keywords: Urbanization, Unemployment, Poverty, Informal activities, Street use.

Introduction

En Afrique, le fait urbain a connu un essor spectaculaire après les années d'indépendance. Presque tous les pays africains se caractérisent par une croissance urbaine extrêmement rapide. Le rapport du Fonds des Nations Unies pour la Population (FNUAP) en 2013 a indiqué que d'ici 2030, la population urbaine de l'Afrique atteindra 742 millions. Au Togo, le taux d'urbanisation est de l'ordre de 40 % et l'agglomération de Lomé concentre à elle seule plus de la moitié de la population urbaine. Le gonflement de la population des villes africaines demeure préoccupant, faute d'une promotion soutenue de l'économie urbaine dans un contexte généralisé du chômage et de la pauvreté. Il existe alors une grande distorsion entre la croissance démographique et la croissance économique. Cette distorsion est la cause fondamentale de la stagnation de l'emploi, du règne du chômage et de la pauvreté urbaine qui touchent beaucoup plus les jeunes, particulièrement les jeunes diplômés (G. K. Nyassogbo, 2010, p. 27). D'une manière générale, la crise socio-économique touche les jeunes, diplômés ou non, ayant appris, ou non, un métier. Cette situation favorise la création de multiples activités souvent informelles par les citoyens à la quête d'un bien-être économique et social. Les travaux, réalisés par les économistes, géographes et sociologues, décrivent l'informel en lien avec

le boom démographique qui est inversement proportionnel à la croissance démographique des Etats du Sud. Pour eux, l'absence de politiques viables, d'emploi, et l'endettement des Etats pauvres contribuent aussi à son développement (C. Stamm *et al.*, 2016, p. 69). La situation socio-économique que traversent la plupart des pays d'Afrique, suite aux politiques d'ajustement structurel et aux crises socio-politiques, a contribué au développement du secteur informel¹ faute d'emplois suffisants dans le secteur moderne.

Au Togo, l'emploi dans l'administration publique est passé de 38 000 en 1982 à 23 500 en 2005 (BIT, 2010). Cette situation s'est détériorée au cours des années 1990, 2000 et 2010 par le fait que la fonction publique², le secteur privé, et le secteur para-privé, jadis principaux employeurs des jeunes diplômés ne parviennent plus à absorber ces derniers. Par conséquent, l'emploi informel prend de l'ampleur dans les villes togolaises, particulièrement dans la capitale, Lomé. Touchés par la misère et le chômage, les jeunes des villes africaines en général, et ceux de Lomé en particulier, ont recours au secteur informel qui occupe une place importante dans l'économie de tous les pays africains. Selon la Banque Mondiale, ce secteur générerait 97 % des créations d'emplois dans les pays très touchés par le chômage. L'exercice des petites activités informelles s'accompagne très souvent de l'occupation de la rue, le détournant ainsi, de sa fonction première, la circulation des engins et des piétons. Ainsi, plusieurs géographes (G. Laval, 1981, p. 218; A. Morice, 1981, P. 197 ; H. K. Motcho, 2005, p. 188 ; J-F. Steck, 2007, p. 73 ; G. K. Nyassogbo, 2011, p. 22) reconnaissent que la rue et ses abords immédiats constituent de façon indéniable le lieu privilégié des activités économiques informelles. Les rues deviennent au gré des usagers, des espaces d'exposition de toutes sortes d'activités allant de l'alimentation à l'équipement (de la maison et de la personne) et aux services. Il est donc à noter que la majeure partie des activités informelles s'exercent et se déploient dans la rue et cela

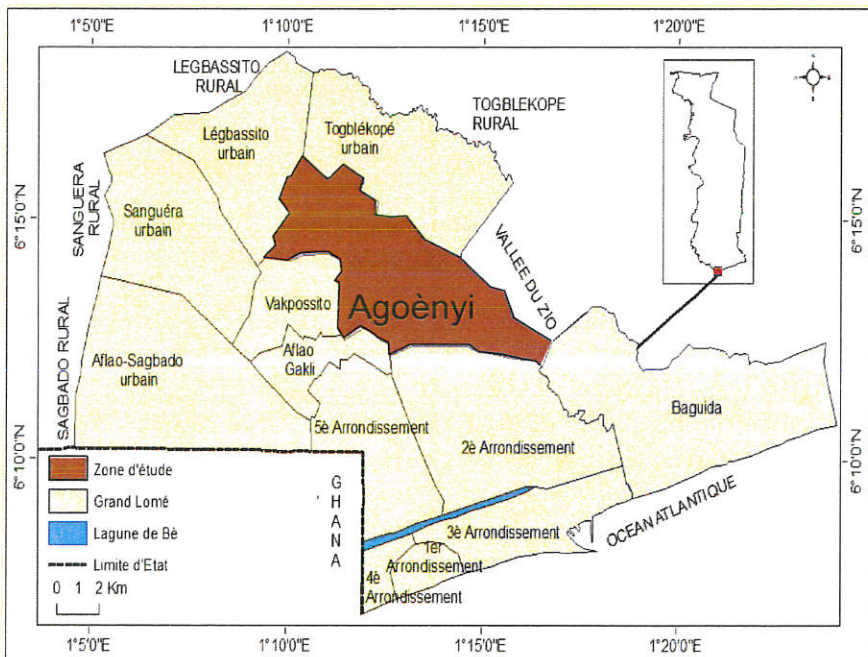
¹C'est un ensemble d'unités produisant des biens et des services en vue principalement de créer des emplois et des revenus pour les personnes concernées. Ces unités, ayant un faible niveau d'organisation, opèrent à petite échelle et de manière spécifique, avec peu ou pas de division entre le travail et le capital en tant que facteurs de production. Les relations de travail, lorsqu'elles existent, sont surtout fondées sur l'emploi occasionnel, les relations de parenté ou les relations personnelles et sociales plutôt que sur des accords contractuels comportant des garanties en bonne et due forme (BIT, 1993).

²Mis à part quelques rares concours sectoriels, le dernier concours général de recrutement dans la fonction publique remonte à l'année 2008, sur les 40 000 candidats, tous niveaux et secteurs confondus, seulement 4 000 places étaient offertes, soit 10% des demandeurs d'emploi.

n'offusque personne. G. K. Nyassogbo (2011, p. 24) renchérit cette position en affirmant que « Ces espaces publics sont de véritables marchés de proximité où viennent s'approvisionner aussi bien les riverains que les clients venant de loin ».

La croissance spatiale de la ville de Lomé s'est faite en trois directions, l'est, le nord et le nord-ouest. Au sud et à l'ouest, cette croissance n'a pas été possible car l'océan Atlantique et la frontière du Ghana en constituent respectivement leur limite. Agoènyivé³, bénéficiaire de cette extension au nord, fait l'objet de cette étude (Carte 1).

Carte 1 : Localisation de la zone d'étude



Source : DGSCN, réactualisé par Tonou, 2016

L'espace que couvre la localité d'Agoènyivé se situe au nord de la commune de Lomé sur le plateau continental de terre de barre. Elle a connu une croissance démographique importante et une extension spatiale aussi remarquable. Les activités économiques se développent un peu

³ Espace périphérique situé au nord de la ville de Lomé. Il est devenu le chef-lieu de la préfecture du même nom dont le ressort territorial couvre les cantons d'Adétikopé, Agoènyivé, Légbassito, Sanguéra, Togblékopé et Vakposito.

partout, notamment, les activités informelles (sous les formes ambulantes et sédentaires, temporaires et permanentes) le long des principales rues qui desservent la zone. Le dynamisme de ces activités et leur progression vertigineuse aux abords des rues de la localité de recherche soulève une préoccupation majeure : qu'est-ce qui explique le développement de l'informel de rue dans la zone urbaine étudiée ? De celle-ci, découlent les préoccupations secondaires suivantes :

- quelles sont les retombées socio-économiques de la pratique de l'informel de rue ?
- quelles sont les conséquences de l'informel de rue sur la circulation ?

L'objectif général poursuivi est de déterminer les phénomènes qui favorisent le développement de l'informel de rue. Celui-ci vise spécifiquement à :

- analyser l'impact socio-économique de l'informel de rue ;
- déterminer les conséquences de l'informel de rue sur la circulation automobile et pédestre.

L'hypothèse principale sur laquelle se fonde notre analyse indique que le développement de l'informel de rue est dû à des phénomènes comme le chômage, la pauvreté et la mauvaise gestion de l'espace urbain. Il en résulte des hypothèses subsidiaires :

- bien que l'informel de rue soit du domaine dont ni le fonctionnement, ni le développement ne sont l'objet d'une réglementation juridique, il constitue une source de revenus et de survie incontestable pour ceux qui les exercent ;
- l'occupation de la rue par les acteurs de l'informel est l'une des causes de nombreux embouteillages, de l'insécurité des usagers et de l'insalubrité de la voie publique, etc.

Pour atteindre les objectifs fixés et trouver des réponses adéquates aux questions posées, deux approches méthodologiques ont été adoptées. Il s'agit de la recherche documentaire et des enquêtes de terrain basées essentiellement sur un questionnaire et des entretiens. Un questionnaire élaboré, est administré à un échantillon constitué⁴ de 200 acteurs de rue

⁴ Faute de statistique sur le nombre des personnes qui occupent la rue pour l'exercice de leurs activités dans la ville de Lomé en général et à Agoényivé en particulier, et dans l'impossibilité de faire un recensement exhaustif des acteurs des activités de rue, nous avons jugé mieux de faire l'échantillonnage par un tirage au hasard dans la population-cible (commerçants, artisans, conducteurs de taxis motos et taxis autos). C'est ainsi que nous avons interrogés 200 personnes. Pour une meilleure représentativité de l'échantillon, nous avons décidé de choisir les 200 personnes dans les proportions conformes aux réalités du

dont 80 commerçants sédentaires, 40 commerçants ambulants, 50 artisans, 20 conducteurs de taxis motos et 10 conducteurs de taxis autos, tous enquêtés le long des principales rues⁵ d'Agoènyivé. Ce questionnaire, constitué de questions ouvertes, fermées et à choix multiples, a pris en compte deux volets qui sont les caractéristiques sociodémographiques des enquêtés (âge, sexe, situation matrimoniale, niveau d'instruction, ethnie, etc.) et l'organisation et la gestion de l'informel de rue. Les données recueillies auprès des acteurs de l'informel de rue ont été traitées avec les logiciels CSPRO 4.1 et EXCEL.

1. Agoènyivé, du petit village périphérique de la ville de Lomé au chef-lieu de Préfecture

Agoènyivé, la zone d'étude, a connu de profondes mutations. En effet, les autochtones d'Agoènyivé sont des Ewé qui étaient parmi les peuples qui ont quitté la grande muraille de Notsé suite au règne du roi Agokoli qui voulait centraliser le pouvoir. Selon les informations recueillies auprès du chef du canton d'Agoènyivé et ses notables, l'occupation du site qui prit plus tard le nom d'Agoènyivé, se situerait au XVIII^e siècle. Le premier village ayant été fondé fut Nyivémé. Par la suite, d'autres villages ont été créés dont Apélébuimé, Klinvé, Humbi, Adidodokpo, Kpatefi, Atsanvé, Adjougba. A la fin des années 1980, Agoènyivé reste encore un milieu rural. Sa population qui était de 11 157 habitants au recensement de 1970 est passée à 26 609 habitants au recensement de 1981 avec une densité de l'ordre de 180 habitants/km² dans les secteurs agglomérés. La pratique de l'agriculture constituait l'activité principale de ses habitants. Mais cette situation n'a pas eu d'influence sur la vente des terres car la proximité avec la ville de Lomé qui connaît une croissance démographique et spatiale spectaculaire, la disponibilité des terres, le désir résidentiel lié aux facteurs socio-économiques et la crise socio-politiques des années 1990 y ont joué un rôle considérable.

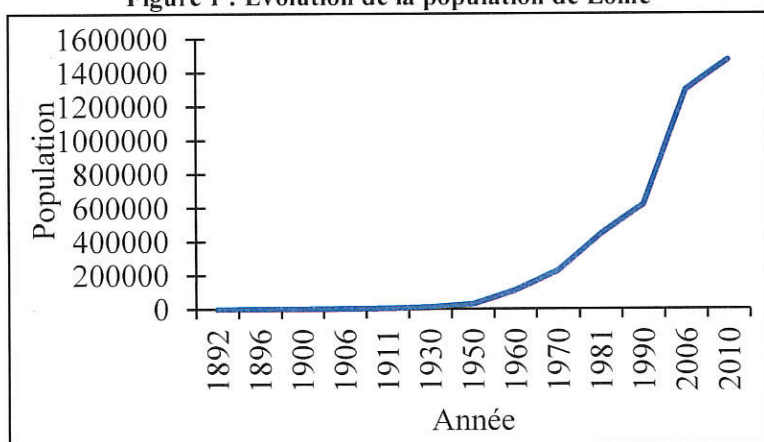
Juridiquement, Lomé est devenue capitale du Togo en 1897 mais deux autres villes (Baguida de 1885 à 1887 et Zébé (Aného) de 1887 à 1897) ont eu le privilège d'occuper cette fonction (Y. Marguerat, 1994, p.

terrain. Ainsi, parmi les acteurs qui sont impliqués dans les activités de rue, nous avons remarqué que les commerçants sont les plus nombreux, viennent après les artisans et enfin les conducteurs de taxis motos et taxis autos.

⁵ La nationale n°1, le boulevard Faure Gnassingbé, la rue de Sanguéra, la rue de Mission Tové, le boulevard d'Agoènyivé Assiyéyé, la voie du contournement, la rue du petit séminaire Saint Pie X, la rue de l'église catholique Marie Théotocos.

90). Avant le transfert de la capitale, Lomé n'était qu'un petit village qui comptait seulement 1 500 habitants en 1892. Au premier Recensement Général de la Population et de l'Habitat en 1960, 113 227 personnes vivaient dans la capitale. Les trois recensements qui suivirent en 1970, 1981 et 2010 affichaient les chiffres respectifs de 229 305, 447 806 et 1 477 660 habitants pour l'ensemble de l'agglomération de Lomé (Direction Général de la Statistique et de la Comptabilité Nationale, 2010). La part de Lomé dans la population urbaine a évolué comme suit : 55 % en 1960 ; 64% en 1970 ; 69% en 1981 ; 63% en 2010. Elle est alors devenue une « ville macrocéphale » (G. K. Nyassogbo, 1993, p. 331). La figure qui suit résume la croissance démographique de Lomé de 1892 à 2010.

Figure 1 : Evolution de la population de Lomé



Sources : Recensements administratifs de l'époque coloniale, Recensements Généraux de la Population et de l'Habitat pour 1960, 1970, 1981 et 2010 ; pour 1990 et 2006, estimation de la Direction de la Statistique et de la Comptabilité Nationale.

Le poids démographique de la ville de Lomé s'accompagne d'une dynamique spatiale sans précédent surtout au cours de ces dernières décennies. A s'en tenir aux données statistiques, l'espace urbain de Lomé est passé de près de 1 900 ha en 1970 à 6 000 ha en 1981, soit une augmentation de 4 100 ha en 11 ans seulement et à environ 18 400 ha en 1997, 35 000 ha en 2010. Mais, la dynamique spatiale de la ville de Lomé n'est pas le seul corollaire de son poids démographique. Elle est aussi la résultante de l'influence directe d'une évolution sociale originale. A la différence des autres villes, l'une des caractéristiques de Lomé est

l'obsession de la maison particulière, c'est-à-dire que fonder une famille suppose avoir sa propre maison d'habitation, son « chez » (Y. Marguerat, 1986, p. 25). Ainsi, « dès qu'on dispose d'un petit revenu régulier, il n'y a qu'une seule manière de prouver sa réussite sociale : acheter sa parcelle et y construire sa propre maison » (A. Guézéré, 2011, p. 569). La ville a toujours gardé cette caractéristique, ce qui explique sa dynamique spatiale. Ainsi, pour construire, il faut s'éloigner davantage du centre-ville où les terres sont de plus en plus rares et les parcelles de plus en plus chères. La volonté des ménages loméens de posséder leur propre maison, l'absence d'une politique adéquate en matière d'occupation des terres et la valeur abordable des terrains à bâtir, font étendre la ville d'une façon disproportionnée.

Cette évolution de la ville de Lomé dont l'extension rapide et spectaculaire ne peut que favoriser l'évolution du front d'urbanisation vers la périphérie. Aujourd'hui, elle s'étire sur des kilomètres en phagocytant des hameaux ou en conquérant les marges rurales. La relative baisse des prix des terrains dans les quartiers périphériques a accentué cette extension. A ce titre, A. Guézéré (2011, p. 573) déclare :

L'espace périurbain est le support des logements individuels pour ceux qui n'ont pas de moyens pour acquérir des terrains en ville, parce que la liberté du marché foncier détenu par les propriétaires coutumiers et l'abondance des terrains périphériques facilitent l'acquisition des parcelles sans tracasseries administratives. Déjà à partir de 1970, le centre-ville saturé et débordé ne pouvait plus satisfaire toutes les demandes d'installation, d'autant plus que le niveau des prix des lots déjà viabilisés dépassait de loin le pouvoir d'achat des travailleurs à revenu moyen ou faible. La seule alternative pour eux était de se rabattre sur les zones rurales périurbaines pour pouvoir acquérir des terrains à bâtir à un prix abordable sur le plateau.

Dans ces conditions, Agoènyivé constitue un nouvel espace propice à l'occupation. Depuis le début des années 1990, on remarque une ruée de la population de Lomé et aussi celle de l'intérieur du pays sur Agoènyivé. Les facteurs socio-économiques et la crise socio-politique qu'a connue le Togo dans les années 1990 ont accéléré cette dynamique migratoire. Le souci du loméen d'avoir sa propre maison, preuve d'une réussite sociale, le besoin d'avoir plus d'espace en vue de construire des logements spacieux, le souci de décohabitation pour éviter les conflits et d'autres problèmes de cohabitation et les inondations fréquentes dans certains quartiers de Lomé, ont favorisé l'installation des habitants dans les périphéries à l'instar d'Agoènyivé. De plus, Lomé, capitale et siège de la plupart des partis politique a été le théâtre de diverses manifestations qui ont conduit à une certaine insécurité dans certains quartiers comme Bè, Kodjoviakopé,

Nyékonakpoè, considérés comme fief de l'opposition et Tokoin Doumasséssé, fief du pouvoir en place. Dans le souci de vivre dans un environnement sain et calme ou d'éviter les affrontements, les loméens notamment les travailleurs et les Togolais originaires de l'intérieur du pays, ont préféré s'installer dans les quartiers périphériques dont Agoènyivé. Les ventes croissantes des terres agricoles par les autochtones au profit de l'habitat deviennent monnaie courante. On assiste alors à un laminage de la population autochtone. De 429 ha en 1970, la croissance spatiale d'Agoènyivé est passée à 1035 ha en 1981 pour atteindre 4 186 ha en 2004 (Secrétariat Technique du Comité de Coordination cité par A. Amadou, 2006, p. 37) et environ 5007 ha en 2010. Avec une densité de l'ordre de 5 100 habitants/km², la population de la zone d'Agoènyivé est évaluée à 258 389 habitants au quatrième recensement de la population et de l'habitat en novembre 2010.

La proximité de la ville de Lomé, la disponibilité des terres et la migration résidentielle due à la cherté du loyer et de terrain dans les quartiers centraux et péri-centraux, aux facteurs socio-économiques et aux troubles socio-politiques des années 1990, ont favorisé l'augmentation de la population résidente à Agoènyivé. Malheureusement, cette dynamique démographique et spatiale d'Agoènyivé se produit dans un contexte où le ralentissement de la croissance économique génératrice d'emplois et de revenus constitue des problèmes majeurs qu'affrontent actuellement les métropoles et villes des pays en développement. Le chômage, le sous-emploi, la pauvreté et la rareté des commerces formels dans les zones périphériques accentuent le développement des petites entreprises informelles où on remarque une occupation des espaces publics pour l'exercice des activités.

2. Le contexte de l'informel de rue à Agoènyivé

Les activités de l'informel de rue sont les produits de l'imagination créatrice populaire dans la satisfaction des besoins spécifiques nés de l'urbanisation, face à l'incapacité de l'Etat et du secteur privé formel dans une période de crise à fournir un travail salarié légal à l'ensemble de la main-d'œuvre disponible. Elles sont caractérisées par une très grande hétérogénéité. On y distingue diverses activités, allant des activités de production et de service (menuiserie bois et métal, cordonnerie, coiffure, couture, réparation mécanique ou électrique, transports urbains, restauration populaire, etc.) aux activités d'échange (distribution,

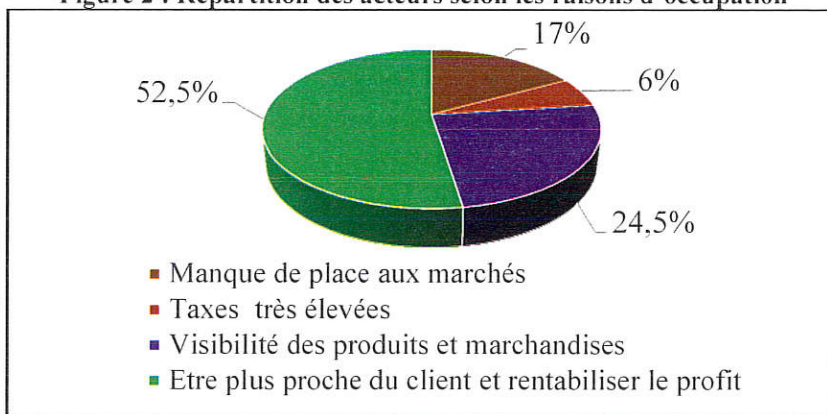
commerce, etc.). Parlant de cette hétérogénéité, M. A. Rajaa (2006, p. 424), regroupe les activités de ce secteur en deux catégories :

- les activités involutives qui sont des activités de survie, proliférant en période de crise économique et sont majoritairement exercées par les catégories vulnérables dans le cadre de l'auto-emploi et/ou par les femmes et les enfants ;
- les activités évolutives disposant de potentiel d'emplois, de revenus et d'accumulation de capital et qui, par certaines de leurs caractéristiques, sont proches des entreprises formelles.

2.1. La rue, un espace ouvert

Impossible de parcourir les rues d'Agoènyivé sans voir se déployer sur les trottoirs, les carrefours et souvent sur une partie de la chaussée des activités informelles. Cette présence en fait aujourd'hui un élément incontournable dans la description des paysages urbains africains. La rue représente ainsi, pour les activités informelles, un espace visible et ouvert, un lieu stratégique pour se rapprocher au plus près des clientèles potentielles. C'est pourquoi les endroits les plus fréquentés sont recherchés par souci de rentabilité. Ainsi, l'implantation des activités informelles le long des rues et dans les rues répond à la satisfaction des besoins des riverains et de la clientèle de passage. Les recherches sur le terrain ont révélé que plus de la moitié des occupants interrogés pour cette étude ont envahi les rues pour être plus proche du client et rentabiliser le profit (Figure 2).

Figure 2 : Répartition des acteurs selon les raisons d'occupation



Source : Travaux de terrain, 2014

D'autres raisons ont été évoquées comme la visibilité des produits et marchandises (24,5 %), le manque de place au marché (17 %) et les taxes très élevées (6 %).

Certaines rues des villes africaines sont devenues un véritable marché où de jour comme de nuit, différents acteurs se relaient pour proposer aux clients toutes sortes de produits. L'animation des rues relève également de l'abondance de certains produits locaux. L'arrivée de certains événements constitue aussi un moment propice pour occuper la rue. Sur les 200 personnes interrogées, 21% occupent la rue de façon occasionnelle. Il s'agit des personnes qui sont dans la rue pendant un temps précis et qui proposent des produits recherchés par la population en un moment donné. Les périodes marquant les grandes fêtes religieuses (Nouvel an, Noël et Pâques pour les Chrétiens, Ramadan et Tabaski pour les Musulmans) (G.K. Nyassogbo, 1993, p. 26) et l'arrivée sur le marché de certains produits saisonniers (produits vivriers et maraîchers) sont des occasions d'affaires pour ces derniers. 72 % de l'effectif des enquêtés occupent la rue de façon permanente.

2.2. Les différents types de produits proposés dans la rue

On rencontre généralement, aux abords des rues d'Agoènyivé, une variété de produits et de marchandises, exposés pêle-mêle, à même le sol ou sur les étagères. Ces produits et marchandises vendus vont de l'alimentation à l'équipement de la personne et de la maison. Dans le domaine alimentaire, on y distingue les produits d'importation comme le riz, les huiles végétales, des boîtes de conserve, de la farine du blé, du sucre, etc. ainsi que les produits locaux comme les tubercules (igname, manioc, pomme de terre), les céréales (maïs, mil, fonio...), les fruits (banane, orange, mangue...), les aliments déjà préparés et prêts à être consommés surplace ou à emporter tels que le riz blanc (*Molou*), le haricot cuit (*Vèyi*), le mélange de riz et de haricot (*Watchi* ou *Ayimolou*), la pâte de riz (*Moloukoumè*), de farine de maïs (*Ewokoumè*), de maïs fermenté (*Emakoumè*), d'igname ou de manioc pilé (*Fufu*) avec la sauce d'adémè, de gombo, de *gboma*, d'arachide, de tomate ; la bouillie de maïs (*Akluzogbon*, *Akassan*) ou de mil (*Koko*) avec des beignets de farine de blé (*Botokoin*) ou de haricot (*Gawou*). La restauration de rue est une restauration rapide, un « fast food », où cadres, ouvriers subalternes, commerçants ou autres, en quelques minutes, peuvent manger à leur faim sur leur lieu de travail, en ville (K. Zinsou-Klassou, 2007, p. 46).

L'équipement de la personne concerne le prêt-à-porter, la friperie vestimentaire, les pagnes, les chaussures neuves et usagées, les produits cosmétiques (parfums, pommades, savons de beauté, vernis), etc. On retrouve au niveau de l'équipement de la maison, les appareils électroménagers et électroniques, les ustensiles de cuisine, les équipements sanitaires, les meubles, etc. L'ensemble des activités commerciales de rue se déroule pendant une bonne partie de la journée.

2.2.1. Le commerce, l'activité dominante

Le commerce est l'activité prépondérante du secteur informel. Il se présente sous deux formes : la forme sédentaire et la forme ambulante.

Les commerçants sédentaires sont ceux qui ont un emplacement fixe pour l'exercice de leurs activités de commerce. Avec leurs étalages, ils occupent les différentes rues surtout les rues les plus fréquentées et leurs marchandises mordent parfois les trottoirs et les chaussées. Les commerçants ambulants sont des vendeurs qui sont en perpétuel déplacement à la recherche de potentiels clients. Ils se déplacent de maisons en maisons, d'une rue à une autre ou de marchés en marchés. La photo 1 montre une commerçante ambulante de pagnes.

Photo 1 : Une commerçante ambulante de pagnes



Cliché, Tonou 2014

La vente ambulante répond parfois aux besoins de la mobilité des citadins qui se déplacent pour travailler, étudier, faire des achats, etc. La photo 1 montre une revendeuse ambulante de pagnes un jour d'animation

du marché d'Agoènyivé. Elle sillonne les espaces du marché pour offrir les pagnes à ceux qui viennent faire des achats.

2.2.2. *L'artisanat*

Les activités artisanales occupent une place non négligeable parmi les activités de rue qui se développent à Agoènyivé. En effet, elles sont visibles à travers l'installation des ateliers. Contrairement à certains ateliers qui sont construits en matériaux solides (parpaings de ciment), on note le caractère vétuste de la plupart d'entre eux. Ils sont construits à partir d'assemblages de vieilles tôles, de claies ou de paillasons. Parfois même, l'ombre d'un arbre sert de lieu de travail pour certains ; ce sont les artisans de baobab ou du manguier, selon P. Vennetier (1991, p. 178). Elles regroupent les menuisiers, les tapissiers, les cordonniers, les couturiers, les mécaniciens, les coiffeurs et coiffeuses, les électriciens motos et autos, les vulcanisateurs, les réparateurs de montres, de postes radio, de postes télévision, etc. Certains artisans utilisent également la rue pour l'exposition des objets fabriqués, comme le montre la photo 2.

Photo 2 : Exposition de meubles



Cliché Tonou, 2014

La photo 2 montre l'exposition de meubles fabriqués par un tapissier. C'est un exemple d'occupation du trottoir par les artisans qui utilisent les espaces de la rue pour exposer et vendre les objets fabriqués. Ces artisans ont des ateliers à domicile ou en location, mais ils exploitent souvent le trottoir et y exposent leurs produits. La rue est ainsi utilisée non pas comme un lieu de travail mais comme un espace d'exposition-vente.

2.2.3. Le transport

Le transport est un outil de décloisonnement social. Dans le milieu d'étude, le transport intra-urbain est essentiellement assuré par les taxis-motos et secondairement par les voitures de cinq places.

Communément appelés « *Zémidjan* », les taxis-motos (C. C. Aholou, 2007, p. 234 ; 2008, p. 6 ; A. Guézéré, 2008, p. 15 ; 2013, p. 42) constituent le mode de mobilité urbaine le plus usuel dans les villes et zones rurales du Togo. Ils sont souvent sollicités parce qu'ils conduisent le client à l'endroit voulu en un temps record, sur les rues ou routes difficilement accessibles aux quatre roues. Ce mode de déplacement a fait son apparition à Lomé vers la fin de 1990 suite à la crise socio-politique et économique. Répondant aux besoins de mobilité et d'emplois, le métier de « *Zémidjan* » s'est rapidement imposé puis étendu aux autres localités du Togo. Il consiste à déposer un client d'un endroit à un autre moyennant un prix. Généralement, ce prix est fixé par le conducteur après avoir pris connaissance du lieu de destination du client et aussi, après discussions. Les abords des rues, les carrefours, les marchés, les gares routières, etc. constituent les points stratégiques de stationnement des taxis-motos (Photo 3).

Photo 3 : Stationnement de conducteurs de taxis-motos en face de la station Cap Agoè Assiyé



Cliché Tonou, 2014

Les conducteurs de taxis-autos utilisent le plus souvent, des voitures de cinq places qui assurent les déplacements d'une localité à une autre. Généralement ils desservent les grands axes routiers du « Grand Lomé ou

Greater Lomé ». La majorité des taximen ne sont pas propriétaires des véhicules qu'ils conduisent ; ils appartiennent à des particuliers qui les leurs confient avec des contrats bien déterminés. Pour honorer leur contrat, les taximen sont obligés de suivre le déplacement des populations partout où besoin sera. Dans la recherche des clients, ils n'hésitent pas à occuper les abords des rues.

Les activités informelles de rue regroupent un nombre important d'acteurs qui n'ont pas les mêmes profils sociodémographiques et n'exercent pas les mêmes types d'activités.

2.3. Le profil des acteurs de rue

2.3.1. Une prédominance des femmes dans l'informel de rue

La présence des femmes dans le secteur des activités informelles est plus importante que celle des hommes, surtout dans le domaine commercial. L'illustration du tableau 1 est évocatrice.

Tableau 1 : Répartition des acteurs selon le sexe et le type d'activité

TYPE D'ACTIVITE	MASCULIN		FEMININ		TOTAL	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Commerce	23	11,5	97	48,5	120	60
Artisanat	36	18	14	7	50	25
Taxis-motos	20	10	0	0	20	10
Taxis-autos	10	5	0	0	10	5
TOTAL	89	44,5	111	55,5	200	100

Source : Travaux de terrain, 2014

D'après les résultats consignés dans le tableau 1, nous constatons ce qui suit : 44,5 % des acteurs de rue sont des hommes contre 55,5 % de femmes. La répartition par secteurs d'activité révèle une forte présence de femmes dans le commerce (48,5 %) alors qu'elles ne représentent que 7 % dans l'artisanat. Les femmes sont très souvent cantonnées dans une gamme restreinte de secteurs d'activité, tels que l'alimentation générale, la restauration, le cosmétique et l'habillement. Au niveau du transport, notamment dans la conduite de taxis-moto et auto, les femmes sont absentes. Cette situation est due aux conditions de travail et à la perception qu'ont les femmes sur les activités de transport, car disent-elles « c'est un métier réservé aux hommes ». La présence des hommes dans le secteur commercial (11,5 %) est plus remarquable dans la vente des appareils électroniques et électroménagers, la vente des motos et pièces détachées

auto et moto, la vente des grillades. La conduite de taxis-auto comme moto est l'apanage des hommes. Dans l'artisanat, on les retrouve dans la menuiserie, la mécanique, la cordonnerie, la tapisserie.

2.3.2. *L'informel de rue, un secteur à niveau d'instruction mixte*

D'après les données recueillies sur le terrain, il ressort que le développement des activités de rue regroupe aussi bien les instruits que les non-instruits. Le tableau ci-après est assez révélateur.

Tableau 2 : Répartition des acteurs selon le sexe et le niveau d'instruction

NIVEAU D'INSTRUCTION	MASCULIN		FEMININ		TOTAL	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
Analphabète	11	5,5	30	15	41	20,5
Primaire	35	17,5	33	16,5	38	34
Collège	21	10,5	30	15	51	25,5
Lycée	14	7	10	5	24	12
Supérieur	8	4	8	4	16	8
TOTAL	89	44,5	111	55,5	200	100

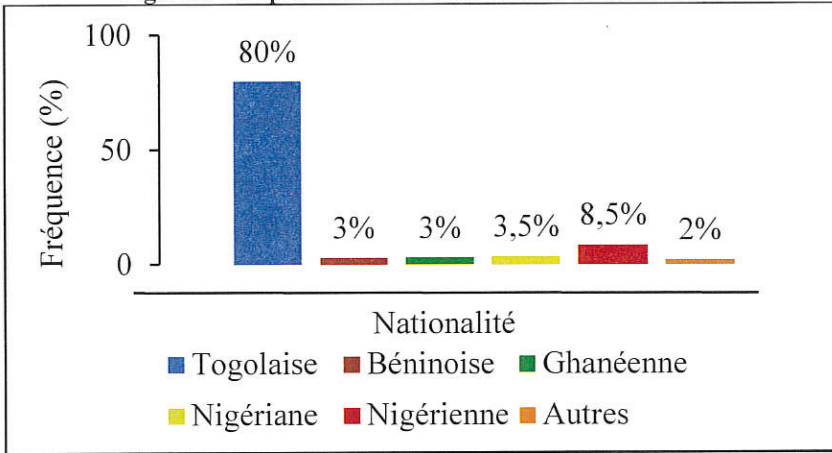
Source : Travaux de terrain, 2014

A travers ce tableau, il est à remarquer que la pratique des activités de rue n'exclut pas les scolarisés. Le développement du chômage et la montée de la pauvreté ont poussé les jeunes diplômés des universités du Togo et des centres de formation à se lancer dans les activités de survie. En occupant les rues, ces diplômés espèrent avoir des revenus quotidiens et mettre fin à l'oisiveté. Ils représentent 8 % de l'effectif total des enquêtés. Ceux qui ne sont pas instruits et ceux qui ont fait au plus le collège représentent plus des $\frac{3}{4}$ des enquêtés (80 %). Parmi ce groupe, la proportion des femmes est la plus élevée (46,5 %). N'ayant pas un niveau d'instruction élevé et ne pouvant pas occuper des postes dans le secteur moderne, elles n'ont d'autre choix que de trouver refuge dans le secteur informel.

2.3.3. *Des acteurs d'origines diverses*

L'origine géographique des occupants de la rue est très diversifiée. Nous y retrouvons diverses nationalités avec évidemment la prédominance des togolais (Figure 3).

Figure 3 : Répartition des acteurs selon la nationalité

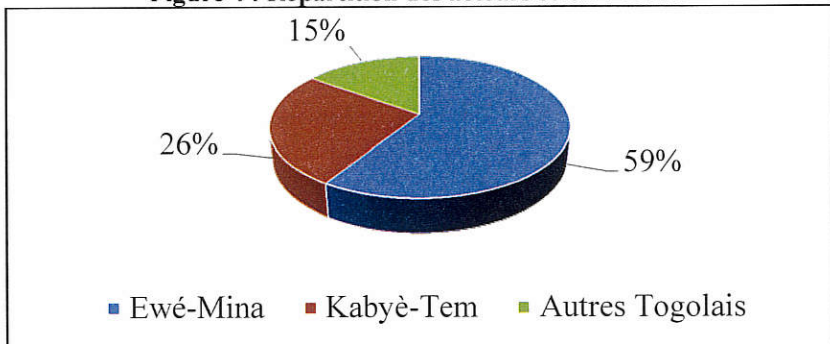


Source : Travaux de terrain, 2014

Les investigations concernant la répartition des acteurs de rue selon la nationalité (présentées par la figure 3) ont permis de constater que 80 % des enquêtés sont des Togolais contre 20 % d'étrangers. Parmi ces étrangers, les Nigériens sont plus nombreux (8,5 %) et se retrouvent plus dans le commerce notamment dans la vente des équipements de la maison et la restauration ambulante de rue (thé). Les Nigériens, en particulier les Ibo, sont dans le commerce des pièces détachées et de la friperie alors que la cordonnerie et la vulcanisation sont respectivement les domaines de prédilection des Ghanéens et des Béninois.

Parmi les Togolais enquêtés, le groupe majoritaire est constitué de Mina et d'Ewé (Figure 4).

Figure 4 : Répartition des acteurs selon l'ethnie



Source : Travaux de terrain, 2014

D'après les résultats consignés sur la figure 4, le groupe des Ewé-Mina (59 %) constitue l'ethnie prédominante. La zone d'étude étant un milieu hétérogène sur le plan ethnique, les autres ethnies du Togo sont aussi représentées dans les activités de rue. Parmi elles, les Kabyè-Tem de la Région Centrale et de la Région de la Kara représentent 26 % des enquêtés. Les autres ethnies (15 %) sont représentées par les Moba, Bassar, Ifè-Ana, etc.

L'âge, le statut matrimonial ne constituent pas des barrières dans l'exercice des activités de rue. Nos enquêtes nous ont révélé que tout le monde peut œuvrer dans les activités informelles ; qu'on soit enfant, jeune, adulte, célibataire, marié, divorcé ou veuf. L'exercice des activités de rue répond au besoin fondamental de la survie et de la satisfaction des besoins personnels et familiaux.

2.4. L'informel de rue et le développement socio-économique

Bien que les activités de rue échappent au contrôle fiscal et au recensement officiel des opérateurs économiques, elles apportent une contribution appréciable à l'économie, surtout en termes d'emploi. Qualifiées d'économie populaire, les activités de rue constituent un mode de vie, voire de survie, de la population urbaine, pour laquelle elle permet la satisfaction de besoins fondamentaux : se nourrir, se loger, se vêtir, se former, se soigner, se déplacer. Au Togo, d'après les estimations de la Direction Générale de la Statistique et de la Comptabilité Nationale, le secteur informel emploierait 37 % de la population active, contre 8 % pour le secteur moderne. Selon les mêmes sources, la contribution du secteur informel au PIB varierait entre 30 et 50 %. Une étude réalisée par J. Charmes en 2000 montre aussi le poids de l'économie informelle dans huit pays de l'Afrique de l'Ouest (Bénin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinée-Bissau, Mali, Niger, Sénégal, Togo). La part du secteur informel urbain dans le PIB de ses huit pays se situe au-delà de 20 %, sauf dans le cas de la Guinée-Bissau (17,5 %). C'est dire l'importance de ce secteur, qui est quasiment le poumon de l'économie togolaise. Il participe à la création d'emploi, à la distribution des revenus, aux modes de production et de consommation, et constitue un régulateur aussi bien économique que social. Les activités de rue contribuent à l'amélioration du panier des ménages par le bénéfice engendré. Certes, leurs revenus restent modestes et nombre d'entre eux vivent uniquement de cette activité (77,5 %). Nos investigations montrent que certaines activités sont plus ou moins porteuses de bénéfice. Ainsi, 60,5 % des enquêtés ont un gain journalier

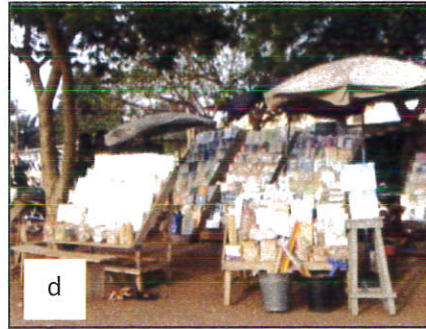
qui se situe entre 3 000 F CFA et plus contre 33 % dont le gain se situe entre 1 000 F CFA et 2 000 F CFA; 6,5 % des acteurs gagnent moins de 1 000 F CFA par jour. Mais le constat est que les bénéficiaires dégagés, participent moins à l'agrandissement des activités. Ils sont plus utilisés dans la gestion quotidienne des besoins de la famille. Les niveaux de revenu dans les activités de rue sont généralement faibles et l'incidence de la pauvreté y est élevée, mais, sans ce secteur, bien des personnes se retrouveraient dans le dénuement le plus complet.

2.5. Les conditions d'exercices des activités de rue

Le capital est un facteur indispensable pour le démarrage de toute activité. L'acquisition du capital pour le développement des activités de rue est essentiellement financée par l'épargne individuelle (issue de dons, du fruit de son propre travail ou d'un héritage). Les résultats des enquêtes montrent que 86,5 % des acteurs qui exercent dans la rue ont commencé leur activité grâce à leur propre financement. Les autres modes de financement sont réduits à la portion congrue, 5,5 % pour le prêt familial, 0,5 % pour le prêt bancaire et 7,5 % pour les autres formes de financement. On remarque que le prêt bancaire (microcrédit) est presque absent dans le financement du capital des activités de rue. Ceci est dû à toutes les garanties exigées par les institutions bancaires ou de micro-finances avant d'accorder un prêt à une tierce personne. Ainsi, pour contracter un prêt auprès d'une institution financière, il faut toute une série de démarches administratives qui constituent des obstacles sérieux aux acteurs de rue. Faute de fonds de roulement, ils ne peuvent que se contenter des activités qui nécessitent de faibles investissements.

Le secteur des activités de rue se caractérise aussi par une grande précarité des lieux d'activité. La majorité des acteurs qui opèrent dans la rue ne disposent pas d'un local spécifique pour leur activité (atelier, boutique, restaurant). Ainsi, le commerce (surtout les produits de première nécessité), l'artisanat (surtout de service) et la restauration sont les secteurs où la proportion des acteurs sans local est la plus forte. L'utilisation d'une tablette est largement suffisante pour démarrer son activité dans le petit commerce de détail et la restauration de rue. Parfois la construction d'un hangar de fortune s'avère nécessaire pour être à l'abri des intempéries (Photo 4 : a, b, c, d, e, f).

Photo 4 : Différents types d'installation des activités de rue



Clichés Tonou, 2014

La photo 4a montre la vente des fruits et légumes (banane, mangue, papaye, orange, avocat, chou) sur des tablettes et à même le sol sur la rue du petit séminaire Saint Pie X d'Agoènyivé. Les parasols servent à se protéger contre le soleil.

La photo 4b montre un hangar de fortune avec des claies et de vieilles tôles pour la vente de certains produits de première nécessité (lait, sucre, tomate en boîte, etc.) et le transfert de crédit sur la rue de l'École Primaire Publique centrale.

Sur la photo 4c, nous voyons une exposition à même le sol et à l'air libre de valises, casques, montres et lunettes sur la nationale n°1.

La photo 4d traduit la vente d'articles scolaires et de vieux documents (librairie par terre) sous les arbres sur la nationale n°1.

La photo 4e illustre un aspect de la restauration de rue sans local sur la voie de contournement de la ville de Lomé. Deux tablettes, un tabouret, un foyer et quelques ustensiles de cuisine suffisent pour faire ce petit commerce, la vente de bouillie et de beignets.

Sur la photo 4f, une portion du trottoir sur le boulevard Faure Gnassingbé est occupée par un mécanicien de vélos. Cet endroit à ciel ouvert constitue son lieu de travail toute la journée. Il ne plie bagages qu'à la tombée de la nuit.

2.6. Les impacts économique et environnemental de l'informel de rue

Les acteurs de rue sont des agents économiques qui ne sont pas répertoriés au tableau des agents en règle, quelle que soit la hauteur de leurs activités. De ce fait, ils échappent au contrôle fiscal en privant les pouvoirs publics de revenus importants. La mise en œuvre de la politique de décentralisation au Togo depuis 2007 a donné une autonomie aux collectivités locales, elles sont exclues du budget annuel de l'Etat. Ainsi, pour le bon fonctionnement des collectivités locales, il est nécessaire que le paiement des taxes soit respecté. Or, les activités de rue constituent un frein logique dans la maximisation des recettes fiscales et privent les gouvernements locaux de se doter d'une politique économique efficace. On n'est pas donc surpris de constater que, parmi les 200 personnes interrogées au cours des travaux de terrain, 65 % des acteurs échappent à la taxation. Cela explique pourquoi la solution du déguerpissement, quand elle doit s'appliquer, est souvent inflexible et brutale.

Le développement des activités informelles s'accompagne le plus souvent d'une occupation anarchique des espaces publics. Elles sont incontestablement des lieux par excellence d'encombrement parce que les activités s'installent sans aucune autorisation formelle. L'analyse des informations relatives aux démarches que les occupants de la rue ont entreprise pour l'exercice de leurs activités montre que 73 % d'entre eux n'ont pris aucune disposition légale et que seuls 11 % se sont adressés aux

autorités préfectorales. L'encombrement des trottoirs voire des chaussées est un phénomène qui se lit dans les rues d'Agoènyivé. Les risques d'accidents de la circulation générés par l'encombrement des espaces de la chaussée ou des trottoirs sont parfois énormes dans la mesure où les rues sont détournées de leur fonction première. L'image des abords des rues est aussi dégradée car les outils utilisés par certains acteurs sont parfois des matériaux précaires. Les ordures solides et liquides générées par les activités de rue et l'obstruction des caniveaux sont des actes que dénoncent les riverains et les autorités préfectorales.

Les activités de rue ont des impacts positifs sociaux et économiques, leur intégration au tissu économique et urbanistique des villes africaines passe par la réorganisation de ce secteur dans la mise en place de grandes politiques urbaines.

Conclusion

La montée du chômage et de la pauvreté dans la sphère urbaine des pays africains ont favorisé le développement d'une multitude d'activités et services informels qui s'intègrent dans la vie quotidienne des citoyens. Aujourd'hui, la rue est devenue le principal lieu d'exercice des activités informelles pour bon nombre d'acteurs, la détournant ainsi de sa destination originelle, à savoir la circulation des automobilistes et le passage des piétons. Les voies et surtout les axes importants ont vu s'installer à leurs abords un certain nombre d'activités qui débordent et parfois viennent jusqu'à la lisière de la chaussée. Ces activités posent alors problème dans la mesure où la planification urbaine n'a pas prévu cela dans le schéma d'occupation du sol urbain. Les politiques de déguerpissement auxquelles ont recours les autorités centrales et locales, consistent à l'interdiction d'occupation de l'espace public par les acteurs. Ces politiques ne sauraient être la solution durable d'autant plus que le phénomène persiste toujours lorsqu'on parcourt les différentes voies de l'agglomération de Lomé. Le besoin des populations d'exercer des activités est légitime, mais aussi la volonté des autorités de rétablir l'ordre urbain est également légitime. Alors quelle alternative pour résoudre durablement les problèmes de l'occupation anarchique du domaine public ? Ce phénomène nécessite une attention particulière, une concertation et un débat sérieux entre tous les acteurs de la ville en vue d'un développement durable.

Références bibliographiques

- AHOLOU Cyprien Coffi, 2007, « Proximité spatiale et diffusion de modes de vie: les taxis-motos de Cotonou et de Lomé », *Lomé Dynamiques d'une ville africaine*, Paris, Karthala, p. 233-250.
- AHOLOU Cyprien Coffi, 2008, *Proximité spatiale distances, socio-culturelles à Cotonou (Bénin) et à Lomé (Togo). Etude comparative*, thèse de doctorat, Université de Paris X-Nanterre.
- AMADOU Assoumane, 2006, *La citadinisation des périphéries urbaines : le cas d'Agoènyivé Lomé*, mémoire de maîtrise, Université de Lomé.
- BIT, 2010, *Note pays sur la situation du marché du travail : cas du Togo*, Turin, Université d'été sur l'économie du travail pour le développement, 28/06/2010 – 02/07/2010.
- CHARMES Jacques, 2000, « Mesurer le non enregistré : un défi désormais relevé », *Le courrier ACPUE*, 178, Bruxelles, p. 53-78.
- DGSCN, 2003, *Le secteur informel dans la ville de Lomé en 2001 : performances, insertion, perspectives*, Lomé (rapport de la DGSCN).
- GUEZERE Assogba, 2008, « Oléyia »? (taxi-moto): acteurs et usagers d'un mode de transport artisanal récent à Lomé, thèse de doctorat unique, Université de Lomé.
- GUEZERE Assogba, 2011, « L'obsession d'habiter sa propre maison à Lomé : quel impact sur la dynamique spatiale ? », *Les cahiers d'Outre-Mer*, 256, p. 565-590, <http://com.revues.org>
- GUEZERE Assogba, 2013, « Deux roues motorisées et étalement urbain à Lomé, quel lien avec la théorie des « trois âges » de la ville ? », *Noroi*, 226, p. 41-62, <http://noroi.revues.org>
- LAVAL Gilbert, 1981, « Enquête sur les « tabliers » de Niamey : dépérissement et reconquête d'une ville », *Cahiers d'études africaines*, 21, p. 211-220, <http://www.persee.fr>
- MARGUERAT Yves, 1986, *Dynamique sociale et dynamique spatiale d'une ville africaine : les étapes de la croissance de Lomé*, Lomé, ORSTOM.
- MARGUERAT Yves, 1994, « La naissance d'une capitale africaine : Lomé », *Revue française d'histoire d'outre-mer*, 81, 302, pp. 71-95, <http://www.persee.fr>
- MORICE Alain, 1981, Les vélos de Kaolack, *Cahiers d'études africaines*, 21, p. 197-210, <http://www.persee.fr>
- MOTCHO Henri Kokou, 2005, « Comportements et attitudes de la population de Niamey, capitale du Niger, vis-à-vis des

- infrastructures publiques : l'invasion de la rue, une règle établie », *Vivre dans les milieux fragiles : Alpes et Sahel*, 31, Lausanne, Montagny-Chamard, p. 177-192.
- NYASSOGBO Gabriel Kwami, 1993, « Comment une ville devient macrocéphale en Afrique subsaharienne : le cas de Lomé », *Talor Capitales perspectives Internationales*, Ottawa, University Press, p. 325-342.
- NYASSOGBO Gabriel Kwami, 2010, « Dynamique urbaine et difficultés d'emploi des jeunes diplômés à Lomé, capitale du Togo », *Climat et Développement*, 9, p. 24-42.
- NYASSOGBO Gabriel Kwami, 2011, « Les activités informelles et l'occupation des espaces publics. Les trottoirs de Lomé au Togo », *Géotrope*, 2, p. 22-33.
- RAJAA Mejjati Alami, 2006, « Le secteur informel au Maroc : 1956-2004 », *Centre National de Documentation du Maroc*, p. 419-453.
www.abhatoo.net.ma
- STAMM Caroline, ZINSOU-KLASSOU Kossiwa et DESSE René-Paul, 2016, « Le commerce informel : évolution des approches dans le temps et dans l'espace », *BSGLg*, 66, p. 65-70,
<http://popups.ulg.ac.be/0770-7576/index.php>
- STECK Jean-Fabien, 2007, « La rue africaine, territoire de l'informel ? », *Flux*, 66/67, p. 73-86.
<http://www.cairn.info/article.php>
- VENNETIER Pierre, 1991, *Les villes d'Afrique tropicale*, Paris, Masson.
- ZINSOU-KLASSOU Kossiwa, 2007, « La situation alimentaire et la restauration de rue à Lomé », *Ahoho*, 1, p. 38-54.

**LA FIN DES MARCHANDS AMBULANTS
DANS LES VILLES DU NORD
XVI^e-XX^e SIECLES**

Christina NORDIN

*Commission Géographie du Commerce /
Comité National Français de Géographie (CNFG)*

Résumé: Cet article s'intéresse aux marchands ambulants urbains qui vendent principalement des fruits, des légumes et d'autres produits alimentaires, à leur origine et à leur éviction de trois grandes villes (Stockholm, Paris et New York) pendant ces trois derniers siècles. Malgré l'insuffisance d'archives pour ce type de commerce de détail, quelques publications permettent une étude comparative. Cet article montre l'importance de la législation et celle de différents acteurs (le Roi, la Police ou le Maire) lorsque les pouvoirs publics ont tenté de réguler et faire disparaître les ambulants du paysage urbain. A Stockholm, de nouvelles lois ont offert d'autres possibilités de travail pour ces vendeurs pauvres (en majorité des femmes). A Paris, la police a instauré de l'ordre, a réussi à « embourgeoiser » les ambulants et à les convertir en commerçants de marchés autorisés. A New York, le maire La Guardia a construit et ouvert de nombreux « espaces de marché » réservés aux ambulants. Dans les trois villes, les jeunes organisations de commerçants sédentaires ont beaucoup œuvré pour que les ambulants disparaissent et lorsque le nombre d'épiceries a augmenté, les ambulants ont perdu leur clientèle. L'accès à l'emploi salarié et l'élévation générale du niveau de vie reste cependant un facteur déterminant pour absorber ce type de petits marchands pendant les 19^{ème} et 20^{ème} siècles.

Mots-clés: vendeurs ambulants, éviction, Stockholm, Paris, New York.

Abstract: This paper is concerned with the way the urban peddlers selling mostly vegetables, fruit and other kinds of food arrived and were outed from three rapidly

growing cities (Stockholm, Paris and New York) during the last three centuries. In spite of the paucity of data, some previous publications allow a comparative study for this type of retail trade. This article shows the importance of the legislation and of various actors (king, police or mayor) in finding ways of dominating the peddlers and making them disappear from the urban landscape. In Stockholm, new laws opened other possibilities for the poor peddlers (mostly women) to earn a living. In Paris, the police brought order and succeeded in having the peddlers adopt a more bourgeois style of living, i.e. becoming regular market trader. In New York, Mayor La Guardia built and opened a great number of “special markets” housing the peddlers. In the three cities the change was also pushed forward by the newly created associations of shop keepers and when the number of grocery shops increased, the peddlers lost their customers. However, the access to employee status and raising living standards remain important in order to absorb this kind of petty trade during the 19th and 20th centuries.

Keywords: peddlers, outing, Stockholm, Paris, New York

Introduction

Dans les grandes villes du Nord les marchands déambulant dans la cité, ce petit peuple, ont assurément fait partie intégrante de la croissance urbaine rapide. Récemment arrivés, sans perspective d'emploi, les migrants venant de la campagne ou de l'étranger devaient survivre par n'importe quel moyen afin de subvenir aux nécessités de leur famille. Femmes et hommes ont donc quotidiennement parcouru des kilomètres, panier au bras ou poussant une charrette, afin de proposer de l'alimentation ou des produits à petit prix à une clientèle achetant au fur et à mesure de leurs possibilités et de leurs besoins. Cette activité commerciale itinérante produisant des troubles, les autorités ont donc tenté de maîtriser le désordre urbain généré. Cette problématique est intéressante car elle montre qu'il y a des préoccupations communes au Sud et Nord lorsqu'on compare l'évolution des marchands déambulant dans les villes à forte croissance, même si les comparaisons portent sur des époques différentes.

Selon A. Mabogunje (1968), une ville grandit lorsque trois conditions sont remplies. En premier lieu, il devient nécessaire d'avoir un excédent de produits alimentaires lorsque les artisans et bourgeois urbains n'ont plus le temps de les produire eux-mêmes. Il faut donc pouvoir acheter des produits alimentaires, voir des repas. L'étroitesse de l'habitat, le manque de place pour cuisiner et surtout l'entassement des habitants (pour les pauvres, plusieurs familles et célibataires dans le même logement) sont d'autres raisons qui invitent à acheter au jour le jour, voir

même se procurer un repas à petit prix. Deuxièmement, il faut qu'il y ait une gouvernance, c'est-à-dire un groupe de personnes ayant le pouvoir d'organiser et de maintenir la paix sociale à l'aide d'un règlement et de contrôler, entre autres, la distribution des excédents alimentaires. Et finalement, il est essentiel de développer une classe de commerçants qui est capable de fournir les produits nécessaires aux artisans et industriels. (Mabogunje, 1968).

Cet article a pour objectif de comprendre les raisons de l'apparition des marchands ambulants, pour quelles raisons et de quelle manière les autorités et autres groupes du pouvoir ont finalement réussi à les écarter des rues de la ville. Le commerce ambulancier étant régi par un certain nombre d'autorités et par des règlements complexes, spécifiques à chaque ville, notre hypothèse est que la manière de faire disparaître ces marchands varie compte tenu de l'administration de la ville, de l'époque et de la société étudiée.

Nous avons choisi trois grandes villes - Stockholm, Paris et New York - où ces marchands et leur histoire ont fait l'objet de recherches et de publications. En premier lieu seront esquissées les conditions d'exercice, l'évolution de ce métier ancien et humble, et ses rapports avec les autorités et les autres commerçants, ville par ville, en étudiant les règlements, c'est-à-dire tous les textes relatifs à ce commerce et promulgués par diverses autorités. Nous ferons ensuite une analyse comparative des données essentielles afin d'en tirer les conclusions.

1. L'étude de trois villes et quelques chiffres

En Europe, ces marchands-revendeurs se trouvent au bas de l'échelle sociale de la hiérarchie urbaine sociale, économique et commerciale. C'est bien pour cette raison que les sources écrites sont rares. Le chercheur trouvera quelques « épaves » d'archives concernant les « vendeurs autorisés » mais encore moins sur les « irréguliers ». Les premières notices de marchands ambulants apparaissent quand même tôt dans l'histoire des trois villes. Nous les retrouvons grâce à l'action des pouvoirs publics, aux règlements, aux rapports de police et aux cas portés devant les tribunaux.

1.1. L'exemple de Stockholm 1540-1864

Suite à l'alcoolisme, au décès ou à l'invalidité de leurs époux dus aux nombreuses guerres menées par la Suède, les femmes, obligées de

nourrir leurs enfants dans la capitale, y constituent la grande majorité des vendeurs ambulants durant des siècles (Figure 1). Les femmes sont également nombreuses à migrer vers la ville. L'idée des autorités est d'autoriser les femmes à faire du commerce afin d'éviter qu'elles ne tombent dans la prostitution. (C. Bladh, 1991).

Figure 1 : Une marchande ambulante éloigne son mari ivre-mort



Per Nordquist (Stockholm 1771-Naples 1805), gravure sur cuivre vers 1800, Stockholm. Publiée dans la revue « Konst- och Nyhetsmagasin ». Photo M. Persson, Bibliothèque Nationale de Suède.

Leur commerce est surtout limité aux produits comestibles. Ces femmes marchandes ne « crient » pas, elles déambulent, panier au bras, et tapent à la porte des logis. Cette absence de cris est une spécificité suédoise, assez typique d'un pays où l'on n'aime guère le bruit et le désordre. (C. Nordin, 2009, p 85-97).

La première mention d'une marchande ambulante apparaît en 1545, lorsqu'une fruitière est impliquée dans un vol. (C. Nordin, 2009, p. 33). La ville n'a alors que 6000 habitants et le roi légifère souvent - sans résultat - sur ce petit monde de femmes nécessiteuses et continuellement irréductibles. Comme par exemple entre 1570 et 1589 où différents textes stipulent et ordonnent :

Il n'y a pas d'ordre dans le commerce de l'alimentation ... Les ambulants ne doivent pas parcourir les rues et les ruelles, il faut rester sur la place du marché...

Il est interdit de revendre afin d'éviter l'enchérissement de la nourriture... Les marchandes ambulantes seront nommées par les sages de la ville qui continueront à surveiller le prix du pain et de la bière. (C. Nordin, 2009, p 42-44).

Des ordonnances du gouverneur de la capitale sont publiées en 1623 : une première introduit un *numerus clausus* (non respecté) et des impôts sur les différents types de produits. La deuxième oblige les producteurs présents sur les marchés à vendre leurs petites quantités de denrées restées invendues aux marchandes ambulantes et elles ont interdiction d'acheter ailleurs. En 1635, elles doivent s'intégrer à une corporation aux règles très strictes et mise sous la présidence d'un homme nommé par le Conseil municipal. Finalement, en 1672, le nom de ces revendeuses est inscrit dans un registre officiel avec mention du produit vendu.

En 1676, Stockholm est la capitale d'un grand empire suédois qui s'étend autour de la Baltique et la ville compte environ 55 000 habitants. Les rois et les gouverneurs ouvrent des marchés et ces femmes sont encore autorisées à s'y approvisionner en fin de journée. Vers 1760, elles seront en permanence obligées de porter une médaille numérotée en fer blanc ainsi que le document de l'autorisation municipale autorisant la revente. Dans une ville de 72 000 habitants, il y a alors une marchande ambulante pour 125 habitants. La Direction Générale du Commerce et la Chambre de Commerce recherchent des solutions et des jugements équitables afin de limiter le nombre de procès faits aux femmes. A partir de 1830, la population citadine augmente très rapidement à cause de l'industrialisation, ainsi que le nombre de vendeuses ambulantes : de 81000 habitants en 1830 (1 vendeuse/59 habitants) elle passe à 110 000 en 1860 (1/98).

Cependant ce métier est voué à disparaître. D'une part, une première loi en 1846 concernant la liberté du commerce supprimera les corporations et autorisera les femmes à faire du commerce avec de nombreux autres types d'articles. La loi de 1864 va introduire la liberté totale du commerce. D'autre part les lois organisant les municipalités, en 1862 et 1868, stipuleront l'ouverture obligatoire de marchés sur la place publique. Les femmes qui déambulaient dans la ville vont être incitées, petit à petit, à prendre une place sur ces marchés. Finalement, l'ouverture concomitante de nombreux magasins alimentaires de proximité fait concurrence aux vendeuses ambulantes. Les nouvelles organisations de boutiquiers vont mener la vie rude aux deux groupes de commerçants ambulants : ceux de la rue et ceux des marchés autorisés.

Fait notable : le Conseil municipal n'accorde que très peu d'intérêt aux problèmes de l'approvisionnement alimentaire à prix correct pour les citadins et ce, jusqu'en 1907, quand elle crée un « service des abattoirs, halles et marchés ». Ce service aura le temps d'organiser l'administration des nombreux marchés découverts et couverts, d'instaurer des ventes à la criée et de construire une halle de gros avant l'arrivée de la Première Guerre mondiale et sa grave pénurie d'alimentation en Suède, un pays resté neutre (C. Nordin 2009, p. 227-245).

1.2. Le cas de Paris 1750-1914

Depuis les émeutes de la Fronde jusqu'à la Révolution, le grand souci du Roi, première autorité de la hiérarchie juridique, père et nourricier de ses sujets, a été d'approvisionner son peuple – et surtout les Parisiens – en leur procurant les denrées de première nécessité à bas prix afin d'éviter les émeutes. Depuis 1667, ces denrées font l'objet d'une vigilance au niveau des ministres et d'une attention particulière de la part du Parlement de Paris, de la Prévôté des marchands, de l'Hôtel de Ville et de leur personnel compétent, entre autres le lieutenant général de police (R. Abad, 2002). Dans la capitale de la France, des gravures sur bois attestent de l'existence de vendeurs et vendeuses ambulants et de leurs cris dès le XVI^e siècle (Massin, 1978). Qui sont ces marchands placés au plus bas de la hiérarchie du commerce par les revenus qui sont les leurs, mais beaucoup moins quant à la fonction qu'ils occupent ? Il y eu peu d'informations concrètes avant les autorisations accordées en 1776 par la police. Ils sont « de pauvres maîtres et veuves de maître », une majorité d'hommes et quelques femmes qui travaillent essentiellement dans les quartiers pauvres de Paris en utilisant des voitures à bras de 25 kilos ou une charrette avec âne ou cheval. Les fleuristes sont soumises à des contrôles particulièrement pointilleux car soupçonnées de prostitution. (J-M. Gourden, 1983).

Habiles à trouver une clientèle dans les espaces vacants du commerce, ces marchands dénotent ainsi les carences de la distribution dans une ville en perpétuelle mutation au cours des années 1750 - 1914. « Ils sont dans la ville lumière, des pionniers; ce sont eux, poussés par la nécessité de vivre de leur petite activité qui viennent forcer les zones d'ombre... (Ils jouent) le rôle de régulateurs de prix ». En 1778, la médaille « portée ostensiblement » sera imposée par le Conseil municipal, elle deviendra « la forme la plus aboutie de l'assistance par le travail ». (J-M. Gourden, 1983). La suppression des corporations et la liberté du commerce

induite par le décret d'Allarde en 1791 amèneront le paiement d'une patente obligatoire que nombre d'entre eux ne pourront pas payer, d'où leur illégalité (patente supprimée en 1845 pour les marchands de « menues denrées alimentaires » lorsqu'ils déplacent eux-mêmes leur voiture). Mais dès 1800, le gouvernement pense à protéger les commerçants sédentaires qui eux, payent des impôts.

Les estimations quantitatives sont difficiles car l'effectif des marchands ambulants (hommes et femmes) est fonction de la situation économique et de la saison (regain d'activité à partir d'avril-mai). De nombreuses plaintes dénotent cependant leur accroissement. Un recensement de la police en 1851 dénombre 4734 marchands domiciliés et travaillant à Paris (la ville ne compte alors que douze arrondissements), dont 57% spécialisées dans la vente des denrées comestibles. Le nombre d'ambulants non autorisés serait bien plus grand.

C'est à la préfecture de Police qu'incombe la charge de faire disparaître les ambulants et elle va procéder par étapes à l'élimination de ces vendeurs, même si les policiers chargés des contrôles se montrent plus compréhensifs. Tout d'abord en 1832, ce métier est réservé aux indigents parisiens qui seront obligés de se déplacer continuellement, ne s'arrêtant que pour vendre et encaisser. En 1851, les produits autorisés seront limités aux fruits et légumes frais, beurre, œufs et fromages avec port obligatoire d'une médaille en cuivre avec le nom et le numéro de permission (cette obligation sera maintenue jusqu'en 1957); ce qui crée la dénomination populaire « les marchandes des quatre saisons » (Figure 2 et 3).

Figure 2 : Marchande des quatre saisons dans le quartier du Maquis, Montmartre, Paris 1905.



Carte postale (rognée). Source: <http://www.cpa-bastille91.com>

L'agrandissement de la surface communale de Paris en 1860 (annexion totale ou partielle de onze communes qui deviennent huit nouveaux arrondissements) entraîne des modifications concernant les territoires où les marchands peuvent exercer. En 1884, le développement important de la vente de fruits et légumes des marchandes ambulantes permet de mettre en place une structure alimentaire planifiée par la ville sous forme de marchés de détail couverts, de type Baltard. Afin de freiner le nombre de demandes, le règlement devient plus stricte dès 1891 concernant l'âge minimum (15 ans), la domiciliation à Paris (obligatoire depuis un an) et l'examen médical imposé. (J-M. Gourden, 1983).

Figure 3: Le marchand des quatre saisons.



Louis Marie de Schryver (Paris 1862 - Neuilly 1942) huile sur toile, Paris, 1895.

Musée des Beaux-Arts, Cambrai, France. Source:

https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/5/51/Cambrai_musee_L_de_Schryver_marchand_4_saisons.JPG/309px-Cambrai_musee_L_de_Schryver_marchand_4_saisons.JPG

Même si l'antipathie des commerçants en boutique contre ces petits ambulants existe depuis le Moyen Âge, la « guerre » débute vraiment vers 1880. Menacés par les rayons alimentaires des grands magasins et par les marchés de plein vent (ouverts par les autorités pour faire baisser les prix), les boutiquiers ne cesseront de se plaindre auprès des maires et de la préfecture de Police. L'intérêt du Conseil municipal reste cependant l'approvisionnement à bas prix, et il démontre que les clientèles des ambulants et des sédentaires sont différentes.

Cependant « le syndicat des marchands des quatre saisons titulaires de médaille » constitué en 1889, améliore le statut des marchands. Le

métier devient un métier à vie et il se sédentarise grâce au stationnement dans les marchés découverts. En 1906, une ordonnance du préfet de police condense tous les textes en vigueur. Suite à la loi de 1912 sur l'exercice des professions ambulantes, ce syndicat est capable de protester contre l'assimilation de leurs marchands à des vagabonds. En 1920, ses membres acceptent de s'immatriculer au registre du commerce et travailleront dans l'absolue légalité pour dénoncer les abus de la police, ceux de certains grossistes ainsi que la présence de vendeurs irréguliers (J-M. Gourden, 1983).

En 1938, la préfecture de police distribue encore 4482 médailles, puis 1500 en 1964. Et en 1983, il ne restera que 138 marchandes des quatre saisons (C. Zalc, 2001). C'est la fin de cette forme de commerce.

1.3. L'évolution à New York 1691 – 1964

L'évolution des marchands ambulants à New York est mouvementée (D. Bluestone, 1991). Déjà en 1691 apparaît une première notice concernant les marchands ambulants dans cette ville coloniale de quelque 4000 habitants : les colporteurs ne peuvent commencer à vendre que deux heures après l'ouverture des marchés. Très tôt la ville développe un système de marchés publics pour les producteurs ce qui, croit-on, rendraient les marchands ambulants inutiles. Mais les ambulants menacent de faire des achats anticipés sans payer les taxes à l'entrée de la ville. En dépit du développement très rapide de la population urbaine entre 1850 et 1940¹ les autorités ne seront pas toujours attentives à l'approvisionnement des citoyens.

Aux Etats-Unis, les années 1890 sont marquées par l'immigration massive de 20 millions d'Européens (beaucoup de Juifs venant de la Russie et des pays de l'Europe de l'Est, Irlandais, Italiens, Grecs). Les entreprises du port et de l'industrie textile ne peuvent pas offrir les emplois nécessaires aux nombreux immigrés qui vont s'entasser dans d'anciennes habitations bourgeoises au sud-est de Manhattan. Dans une ville où l'assistantat est sujet à débat mais inexistant, être marchand ambulant devient un métier pour ces étrangers parlant la même langue que leurs clients (on compte un marchand pour 10 clients).

¹ Développement de la population de New York ; en 1850 : 696 115 habitants. En 1910 : 4.76 millions. Et en 1940 : 7.45 millions.
https://en.wikipedia.org/wiki/Demographics_of_New_York_City#Historical_population_data

Entre 1886 et 1901, surtout dans les quartiers pauvres n'ayant pas de boutiques, les ambulants créent des « *pushcart street markets* », des rassemblements spontanés de charrettes (Tanguires, 2008) (Figure 4). Ces « marchés » vont perturber la fluidité de la circulation des piétons et des véhicules alors que les autorités se soucient de l'image d'une ville moderne avec gratte-ciels, bureaux, grands magasins et valeurs immobilières à la hausse. Il y a plus de 4 000 charrettes d'immigrés en 1905 et 7 860 en 1929.

Figure 4: Des "Américains importés" font leurs courses auprès des marchands ambulants de Lower East Side, ville de New York (texte de la photographie).



9392. "Imported Americans", shopping from push-carts in the lower East Side, N. Y. City. Copyright 1907 by Underwood & Underwood, U. S. 5549

Underwood & Underwood, photo 1907. Source:

<http://www.boweryboogie.com/2012/08/from-push-carts-to-prosperity-a-journey-through-nycs-push-cart-history/>

A partir de 1904, ceci amène la ville - bien consciente du fait que les ambulants sont aussi des électeurs - à penser aux flux alimentaires et à réaliser un système de « marchés » c'est-à-dire à construire à Manhattan, au fur et à mesure, quelques 60 « marchés couverts » (des abris simples, en verre et fer, sans aménagements, chacun pouvant contenir jusqu'à 800 charrettes) ou à en créer, côté Manhattan (aux pieds des piliers des deux grands ponts). Ce type spécial de « marché » est considéré comme un progrès social, un moyen de contrôler les ambulants et de progresser d'une tradition ouvrière à une ville à caractère bourgeois, propre et efficace.

A partir de 1906, les marchands ambulants forment des associations « remuantes ». Elles entrent en conflit avec la ville qui réagit en répliquant « vous n'avez pas le droit d'usage unique de la rue » et avec les boutiquiers qui les accusent « d'être un fléau public, une invasion, une concurrence déloyale ». Les associations de vendeurs autorisés (5 000 personnes) vont proposer des solutions ... mais aussi d'éliminer les ambulants irréguliers ne payant pas de taxes (22 000 personnes). La ville s'efforce de transformer le marchand ambulant en petit commerçant sédentaire ayant un compte en banque. En 1906, la commission municipale des marchés propose de limiter le nombre de marchands par quartier, d'acheter une autorisation pour un angle de rue précis, de ne pas ouvrir de « marchés couverts ». Ces recommandations sensées seront promptement sabotées par des grèves. Les ambulants seront aussi soutenus par leurs fournisseurs grossistes.

Lorsque les Etats-Unis entrent en guerre en juin 1917 tous les efforts sont dirigés vers l'armée. Cela va rapidement créer un problème majeur d'approvisionnement alimentaire pour la ville ainsi qu'une modification de la consommation vers plus de fruits et légumes, produits des ambulants. Puis, suite au crash boursier de 1929, la ville s'enlise dans la pauvreté profonde. Fiorello La Guardia, maire de 1934 à 1945 élabore un nouveau plan avec des « immeubles-marchés » ayant chacun un espace spécifique pour les ambulants, et l'ouverture de ces espaces s'accélère afin d'approvisionner la clientèle appauvrie. L'Exposition universelle de 1938 relancera aussi l'engouement pour l'ambulant traditionnel et sa charrette pittoresque. (D. Bluestone, 1991).

Le nombre d'ambulants va quand même diminuer peu à peu (1 000 en 1937) suite à l'amélioration des conditions de vie et à l'ouverture de nombreux magasins. Presque tous les « espaces marché » (sauf six) auront été fermés en 1964.

2. Analyse comparative des trois villes

A Stockholm, la capitale d'un peuple calme et enclin au raisonnement pratique, la disparition des vendeuses ambulantes s'est effectuée tôt et placidement. Premièrement, suite à des modifications législatives favorables à la liberté du commerce : en 1846 une loi autorise les femmes pauvres à exercer certaines autres formes de commerce, en 1864 est voté la loi de la liberté totale du commerce. Ensuite, l'organisation des nouveaux concurrents en boutique a initié et maintenu une opposition tenace vis-à-vis de ces petites vendeuses non organisées. Finalement, l'absence de syndicat revendicatif et le rôle passif du Conseil municipal ont facilité leur insertion sur les marchés ordinaires de la ville où elles pouvaient continuer à vendre. Il s'agit d'un évincement plutôt paisible.

A Paris, l'approvisionnement à juste prix des citadins a été une affaire gérée au plus haut niveau. Les nombreuses instances responsables sont parfois rivales et agissent de manière contradictoire. Lorsque la préfecture de Police obtient l'entière responsabilité pour les vendeurs ambulants, il s'ensuit que les directives sont simplifiées. La ville reconnaît le rôle des marchands des quatre saisons en leur créant des marchés spéciaux sollicités par les consommateurs. Elle les défend vis-à-vis des commerçants en boutique. La syndicalisation, l'embourgeoisement et l'identification des ambulants autorisés deviennent importants pour les intégrer dans le fonctionnement de la société moderne. Le rôle de la Police a ici été déterminant.

A New York, les nombreux vendeurs ambulants sont combattifs, car immigrés et issus de pays différents. Ils traitent principalement avec le maire et la commission municipale des marchés. La pression de l'opinion publique dans une ville qui grandit rapidement et qui attire et produit des fortunes, oblige les maires à prendre des mesures efficaces rapidement : les vendeurs ambulants seront regroupés et autorisés à vendre dans un grand nombre d'espaces clos d'un type nouveau, spécialement dessinés, construits et aménagés. Organisés et soutenus par leurs fournisseurs, ils réussiront parfois à s'opposer aux propositions du maire. Il s'avère que les ambulants seront d'une grande utilité pour l'approvisionnement alimentaire et ses modifications lors de la Première Guerre mondiale et lors de la longue récession de 1929 et des années qui ont suivi. Dans cette grande ville moderne, l'évolution a été imposée par un maire déterminé.

Conclusion

Dans les villes du Nord, les marchands ambulants apparaissent lorsque la croissance urbaine est importante et que la ville n'offre pas suffisamment d'emplois rémunérés pour les nouveaux citoyens. Ceux-ci peuvent venir de la campagne ou de l'étranger, à la suite de famine, de guerre, de persécutions politiques ou religieuses. Le manque de lieux d'achats appropriés aux clients pauvres ou modestes incite ceux-ci à acheter toutes sortes de produits et articles en petite quantité auprès des vendeurs ambulants ayant les mêmes origines qu'eux.

Du roi au maire et jusqu'au simple agent de police, les autorités qui régissent l'activité des commerçants sont nombreuses et pas toujours d'accord ou coopérantes entre elles. Les connaissances et agissements de ceux en contact direct avec les ambulants ne sont pas pris en compte et compris par les dirigeants. Pour les vendeurs ambulants peu lettrés, cette administration est compliquée, injuste et parfois même corrompue.

Dans un premier temps, les autorités voient la vente ambulante comme un moyen d'assistance, une modeste occupation non codifiée mais tolérée. Peu à peu, sous la pression des commerçants concurrents établis en échoppe ou boutique et pour maintenir l'ordre public, elles vont procéder à un encadrement des ambulants par voie de règlements. Les moyens d'action sont variés : limitation du nombre de vendeurs, source d'achats réglementés, impôts sur les produits, inscription dans un registre suivant des règles établies et port d'un signe distinctif. Cette action doit cependant être mesurée compte tenu du rôle que jouent ces vendeurs dans la distribution souple de produits alimentaires et articles de première nécessité à une clientèle démunie.

Lorsque la pression des concurrents organisés et de l'opinion publique en quête d'ordre devient plus insistante, les autorités tentent de circonscrire l'espace géographique occupée par les ambulants. Elles peuvent les transférer vers des lieux plus limités, voire clos. Elles peuvent les intégrer dans une forme de commerce de détail plus organisé. Elles essayent même de les « embourgeoiser ».

Les autorités n'arriveront pas à éradiquer les marchands ambulants dans les rues, femmes ou hommes, tant que l'emploi salarié ne pourra pas les absorber ou avant que leur vente soit rendue complètement inutile par le développement d'autres formes plus récentes du commerce de détail.

Références bibliographiques

- ABAD Reynald, 2002, *Le grand marché. L'approvisionnement alimentaire de Paris sous l'Ancien Régime*, Fayard.
- BLADH Christine, 1991, *Månglerskor: att sälja från korg och bod i Stockholm 1819-1846*. Thèse, Inst. Histoire, Univ. Göteborg.
- BIUESTONE Daniel, 1991, « The pushcart evil. Peddlers, Merchants, and New York City's Streets, 1890-1940 ». *Journal of Urban History*, Vol 18 no 1, Nov 1991 p. 68-92.
- GOURDEN Jean-Michel, 1983, *Les petits métiers parisiens: l'exemple des marchandes des quatre saisons*. Thèse en histoire 1983, Paris VII.
- MABOGUNJE Akin, 1968, *Urbanisation in Nigeria*. University of London Press.
- MASSIN, 1978, *Les cris de la ville. Commerces ambulants et petits métiers de la rue*. NRF, Gallimard, Paris.
- NORDIN Christina, 2009, *Oordning. Torghandel i Stockholm 1540-1918*. Sekel förlag, Lund/Alinea distribution, Stockholm.
- TANGUIRES Helen, 2008, *Public markets*. Norton/Library of Congress Visual Sourcebooks in Architecture, Design & Engineering, New York, N.Y 10110.
- ZALC Claire, 2001, Contrôler et surveiller le commerce migrant. Nomades, forains et ambulants à Paris (1912-1940). *Police et migrants : France 1667-1939*. Presses universitaires de Rennes, 2001.

FONCTIONS SOCIO-ECONOMIQUES ET ASPECTS ECOLOGIQUES DE LA CHASSE EN ZONE PERIPHERIQUE DE LOME (TOGO)

Ama-Edi KOUYA, Minkilabe DJANGBADJA
& Abdourazakou ALASSANE
Université de Lomé

Résumé : La pratique de la chasse est une activité essentiellement rurale. Il peut sembler étonnant de constater un regain d'intérêt des citoyens pour cette activité aussi vieille que l'humanité. Dans l'arrière-pays immédiat de Lomé la capitale togolaise, des organisations citoyennes de chasseurs vont régulièrement à l'assaut de la faune sauvage entre janvier et avril. Pour comprendre les motivations autour de cette activité et analyser son impact sur la diversité faunique, une observation participante couplée d'entretiens semi-structurés et des enquêtes par questionnaire ont été nécessaires. Aussi, un inventaire régulier des butins de chasse obtenus au cours de trois campagnes de chasse entre 2011 et 2013 a-t-il été effectué sur un échantillon de seize chasseurs. Cette étude met en relief le caractère social, culturel et économique de la chasse pratiquée par des citoyens. Elle révèle également un lourd tribut environnemental au regard de certaines pratiques peu compatibles avec la conservation de la biodiversité. Ce qui rend urgent un appel à toutes les parties impliquées dans cette activité à une chasse durable.

Mots-clés : chasse, périurbain, impact, faune, Lomé.

Abstract: Hunting is a predominantly rural activity. It may seem surprising gain interest of citizens for this activity as old as mankind. In the immediate hinterland of Lomé, Togolese capital city, urban hunters organizations regularly go to the assault of wildlife between January and April. To understand the motivations around this activity and analyze its impact on faunal diversity, participatory observation coupled with a survey was necessary. Also, a regular inventory of

hunting spools obtained during three hunting campaigns between 2011 and 2013 was conducted on a sample of sixteen hunters. This study highlights the social, cultural and economic life of hunting by urban dwellers. It also reveals a heavy environmental toll in respect of certain practices incompatible with biodiversity conservation. This makes an urgent appeal to all parties involved in this activity to sustainable hunting.

Keywords: Hunting, suburban, impact, Wildlife, Lomé.

Introduction

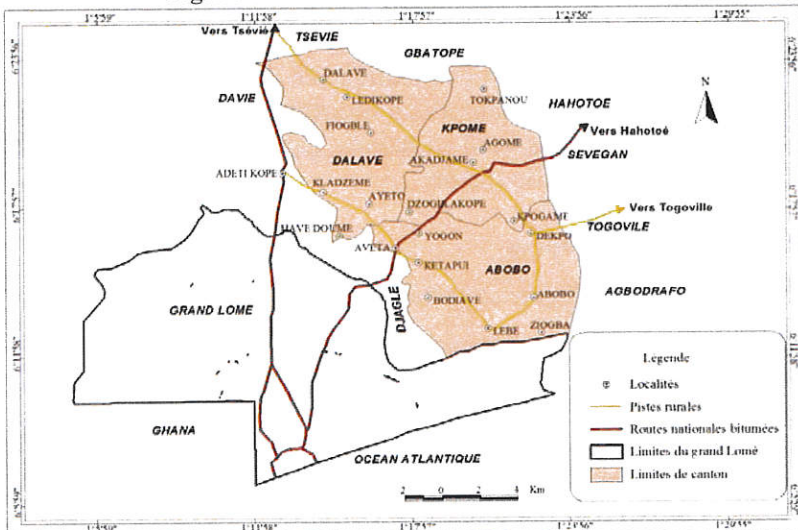
La chasse tout comme la cueillette est une activité exercée depuis l'aube de l'humanité. Elle tire son importance de ses multiples fonctions dont les premières sont d'ordre alimentaire et sécuritaire (C. Fargeot, 2004, p. 33 ; R. A. Mbete et *al.* 2011, p. 214). Les hommes ont toujours chassé pour se nourrir, se défendre et protéger leurs habitations, leurs champs et leurs troupeaux des animaux dangereux. Cette activité cynégétique est une pratique de campagne aux mains des ruraux (B. G. Endezoumou, 2012, p. 17). Il est à remarquer que l'homme, devenu citoyen manifeste encore un intérêt pour la chasse. Or, les fonctions premières de l'activité de chasse ne sont plus une préoccupation majeure dans les centres urbains desservis en protéines animales par les produits d'élevage. Aussi, en ville, la menace d'animaux sauvages est moindre par rapport aux milieux ruraux. Le goût de la pratique de chasse des citoyens a été plus ressenti à une époque au Togo dans la classe noble et dirigeante en raison de sa capacité à se doter des moyens et des droits de chasse à de grandes distances de leurs lieux de résidence. Ce privilège n'est plus exclusif de la haute classe à Lomé, la capitale togolaise depuis les années 80 du siècle dernier, période de l'urbanisation accélérée (K. A. Biakouyé, 2014, p. 21 ; Y. Sanda, 2016, p. 17). Des groupes de citoyens ont entretenu et perpétué à travers la chasse, le lien ancestral que l'homme a établi avec la nature tout au long de l'histoire de l'humanité. A la différence de la classe privilégiée qui pratique une chasse lointaine, la classe populaire constituée de jeunes et d'hommes mûrs va s'intéresser à des battues dans l'arrière-pays immédiat de Lomé. Cet engouement nécessite que l'on s'interroge sur l'intérêt de cette activité *a priori* rurale. La fonction économique de la chasse c'est-à-dire une chasse tournée vers le marché, semble drainer la majorité des chasseurs de Lomé. A cet effet, contrairement aux grands pôles de chasse à filière longue, les produits de chasse prélevés dans l'arrière-pays immédiat de Lomé entrent dans un circuit commercial court et leurs ventes procurent des revenus complémentaires aux ménages. De même, cette chasse

participe à la gestion des écosystèmes agro-pastoraux de l'arrière-pays immédiat de Lomé par le prélèvement des animaux nuisibles aux cultures et à l'élevage. Cependant, des prélèvements excessifs et des pratiques peu conciliantes avec la préservation de la biodiversité posent le problème d'une chasse non durable et écologiquement peu responsable.

1. Présentation du milieu d'étude

Cette étude est menée dans un secteur nord-est de l'arrière-pays immédiat de Lomé. Ce secteur se compose de trois (3) cantons (Abobo, Dalavé, Kpomé) situés dans le sud-est de la préfecture de Zio (Figure 1). L'espace géographique concerné appartient à l'ensemble géologique du Bassin sédimentaire côtier qui est une vaste plaine d'altitude variant entre 20 et 150 m. La topographie du milieu s'exprime en glacis orienté du nord vers le sud et ponctué de dépressions fermées à fond plat. Ces dépressions résulteraient des vagues d'érosion régressive liées à l'abaissement du niveau de la mer au quaternaire (M. Slansky 1962, p. 119). Les rivières côtières et leurs affluents (Zio, Lili, Haho) ont disséqué le bassin pour isoler des sous unités morphologiques (plateaux d'Agoènyivé, Tsèvié, Kouvé, Vogan-Attitongon...). Sur le plan pédologique, cette plaine est élaborée dans des formations sablo-argileuses appelées terre de barre.

Figure 1 : Présentation de la zone d'étude



Source : Carte IGN, Région Maritime au 1/200000

Le Bas-Togo auquel appartient le secteur d'étude jouit du climat subéquatorial dégradé par ce qui est appelé l'anomalie climatique du sud-Togo marqué par une relative faiblesse des précipitations (800 à 1 000 mm) malgré les quatre saisons qui caractérisent ce type de climat régional. Les températures sont naturellement élevées et varient peu au cours de l'année (moyenne annuelle autour de 27°C). L'évaporation et l'insolation sont élevées pendant la grande saison sèche (novembre à mars). Cette ambiance climatique favorise l'extension de la savane jusqu'à la côte. Aux espèces caractéristiques de la savane (*Adansonia digitata*, *Borassus aethiopicum*), des essences mésophanérophytes de transition telle que *Antiaris toxicaria* complètent le cortège floristique de ce milieu. Les conditions édaphiques des dépressions fermées tapissées de vertisol et les parties soulevées favorisent le développement de fourrés.

La présence humaine dans le secteur d'étude est très ancienne. Cependant, si le canton d'Abobo est essaimé de villages sur l'ensemble de son espace, les cantons de Kpomé et de Dalavé ont des villages plus concentrés respectivement dans la partie orientale et septentrionale, ouvrant ainsi des espaces chassables plus étendus dans le sud-ouest du secteur.

2. Approche méthodologique

Les méthodes de collecte des données qualitatives et quantitatives ont été utilisées pour comprendre les motivations des chasseurs et analyser l'impact sur la biodiversité de la pratique de la chasse. Trois méthodes ont été choisies à cet effet : l'observation directe et participante, les enquêtes au moyen des entretiens semi-structurés appuyés d'un questionnaire et un inventaire des produits de chasse.

2.1. Collecte des données

2.1.1. Observation directe et participante

L'acquisition des données notamment qualitatives a nécessité des observations globales sur l'organisation et l'enchaînement des différentes tâches de l'activité de chasse. Il a fallu participer aux battues pour vivre le phénomène, le comprendre afin de l'analyser pour tirer les différentes conclusions. Cette méthode qui consiste à allier le travail et la recherche a permis d'accéder à des informations difficiles à obtenir par les entretiens et le questionnaire. Elle a également aidé à investiguer sur des sujets sensibles tels que le permis du port d'arme à feu, l'abattage des espèces

animales protégées, le statut licite des produits de chasse en fonction des croyances. Le plan d'observation a consisté à lister dans un premier temps, les observables les plus caractéristiques sur lesquels porte l'étude, et dans un second temps, à déterminer le mode d'observation c'est-à-dire les séances, leur durée, les moments et les lieux. Au total, l'unité de recherche a participé à quatre séances de chasse soit deux en janvier et février 2012 et deux autres en mars et avril 2013. Chaque séance d'observation va de 9 heures à 16 heures pour la chasse et 16 heures à 18 heures pour la vente des produits de chasse.

2.1.2. Les enquêtes par entretiens semi-structurés

Cette méthode vient compléter les observations directes sur le terrain en ce sens qu'elle fournit des informations résultant des faits non produits lors des séances d'observation participante. Les données recueillies sont à la fois d'ordre qualitatif et quantitatif. Un échantillon de 16 chasseurs sur un effectif moyen de 320 a été choisi sur la base de la technique d'échantillonnage raisonné. En fonction des moyens de chasse, trois catégories de chasseurs ont été identifiées à savoir la catégorie des chasseurs munis de fusil de chasse, celle des chasseurs à l'arme blanche (flèche, houe, massue...) avec chien, et le groupe des chasseurs à l'arme blanche sans chien. A ce critère catégoriel, le critère présentiel (deux séances au moins par semaine) a été ajouté pour optimiser les données et rendre l'échantillon beaucoup plus représentatif de la réalité du phénomène étudié. Le tableau 1 récapitule les effectifs catégorisés de l'échantillon. Par ailleurs, l'entretien a fourni des informations complémentaires sur l'utilisation du gibier en l'occurrence la consommation dans les ménages, le circuit commercial des produits de chasse et leurs prix de vente.

Tableau 1 : Structure de l'échantillon enquêté

Mode	Chasseur à l'arme à feu	Chasseur à l'arme blanche avec chien	Chasseur à l'arme blanche sans chien	Total
Effectif	2	6	8	16
Pourcentage	12,50	37,50	50	100

Source : Travaux de terrain

2.1.3. Inventaire des gibiers chassés

Les 16 chasseurs ayant fait l'objet des entretiens semi-structurés ont été sollicités pour fournir les informations sur leur butin de chasse à partir des fiches d'inventaire élaborées à cet effet. Ils ont coché à chaque partie de chasse les animaux tués ou capturés sur une fiche d'inventaire portant

une liste des espèces de la faune sauvage susceptible d'appartenir à cette zone. Le nombre d'individus par espèce est aussi mentionné.

2.2. Traitement des données

Les fiches d'enquête et des inventaires fauniques ont été dépouillées manuellement. Les valeurs quantitatives ont été comptabilisées à l'aide du logiciel Excel. Ce qui a conduit à l'élaboration des tableaux statistiques et des graphiques. Ceux-ci ont servi de support pour une meilleure analyse et interprétation des données collectées s'agissant aussi bien des modes de chasse, des produits de chasse, des impacts socioéconomiques qu'environnementaux.

3. Résultats et discussion

3.1. Organisation de l'activité

La chasse pratiquée dans l'arrière-pays immédiat de Lomé est une activité relativement encadrée. Elle est gérée par une association dirigée par un bureau de 11 membres. Ceux-ci collaborent avec le Ministère de l'Environnement et des Ressources Forestières qui a défini une réglementation de la chasse populaire. L'ouverture de la chasse est soumise à une autorisation délivrée par le ministère. La période de chasse va du 2 janvier au 30 avril. Les chasseurs citadins ont retenu quatre jours dans la semaine pour leur activité : mardi, jeudi, samedi et dimanche. La vie associative de la chasse est structurée en trois sous-groupes opérant dans trois secteurs : (1) secteur du Nord-Ouest allant de Badja à Azahoun ; (2) secteur du Nord- Centre englobant Alokogbé, Bolou et Adangbé ; (3) secteur du Nord-Est dans les cantons d'Abobo, Dalavé et Kpomé qui fait l'objet de la présente étude.

L'activité de chasse est coordonnée par le président de l'association des chasseurs et les membres de son bureau qui négocient le droit de chasse sur le territoire ciblé. Ce droit leur est accordé par les collectivités territoriales qui perçoivent cette activité comme un outil de gestion des écosystèmes agro-pastoraux. L'ordre et la sécurité des chasseurs sont maintenus à l'intérieur du groupe des chasseurs par un règlement intérieur auquel tout chasseur de l'association a l'obligation de respecter.

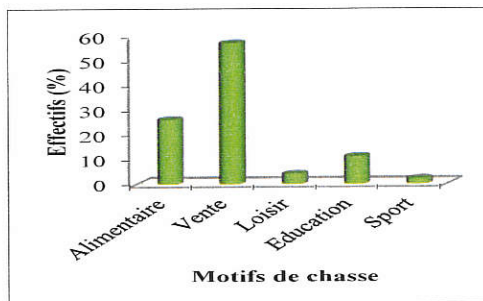
3.2. Dimension socio-culturelle de la chasse

Au plan social, la chasse exercée par les citadins joue des rôles multiples. Comme à l'aube de l'humanité, aux yeux des chasseurs

loméens, la chasse remplit une fonction alimentaire. La faune sauvage est une importante source de nourriture carnée. Une bonne frange des chasseurs enquêtés (26 %) affirment que la principale motivation de leur participation à l'activité de chasse est de se procurer de la viande sauvage qui a un caractère qu'ils ne retrouvent pas dans les produits d'élevage. La chasse recouvre aussi d'autres rôles sociaux pour le chasseur pour qui, la chasse est une passion, une communion avec la nature. La totalité des chasseurs soit 100 % des chasseurs enquêtés trouvent en l'activité de la chasse une manière de se soustraire, un tant soit peu, de la monotonie de la vie citadine et de ses contraintes. En cela, la chasse apparaît comme un continuum culturel permettant aux chasseurs de se ressourcer dans les valeurs ancestrales que la ville semble substituer aux mœurs occidentalisées. La chasse est ainsi perçue comme une ultime occasion de valoriser la culture traditionnelle et de satisfaire les pulsions d'homme chasseur et cueilleur, un héritage lointain mais encore expressif.

Cependant, cette forte attraction contraste avec une faible adhésion à la chasse pour des raisons de simple loisir ou une activité sportive. Respectivement, les fonctions récréatives et sportives emballent seulement 4 % et 2 % des chasseurs résidant à Lomé (figure 2). Une fonction éducative se manifeste à travers des parents chasseurs qui y vont avec leurs enfants adolescents pour que ceux-ci touchent du doigt, la vie sauvage et endurent les obstacles du milieu naturel, une forme d'initiation à l'activité de chasse. Cette vision formatrice est épousée par 11 % des chasseurs ; ce qui laisse entrevoir que la génération des chasseurs citadins pourra se renouveler dans le futur dans une certaine mesure.

Figure 2 : Intérêts pratiques de la chasse selon les chasseurs



Source : Enquêtes de terrain

L'exercice de la chasse dans l'arrière-pays immédiat de Lomé revêt une importance hautement fédératrice en ce sens qu'il renforce le brassage des groupes sociolinguistiques et culturels. Les chasseurs du secteur nord-

est appartenant à vingt-deux ethnies dont trois du Bénin. On y trouve des animistes, des chrétiens et des musulmans. L'association des chasseurs de Lomé révèle dès lors une cohésion sociale réussie qui tranche avec le vécu quotidien en ville où des influences sectaires semblent éloigner les uns des autres.

3.3. Fonction économique de la chasse

Le gibier est une viande qui ne manque pas de caractère. Il existe donc un marché pour la faune sauvage, pour sa viande et pour ses vertus dans la médecine traditionnelle. Ainsi, la viande et les autres produits de chasse (peau, plume, ongle, griffe, os, tête, œuf, corne...) font l'objet d'un commerce florissant à Lomé. En ce qui concerne les produits de chasse issus d'arrière-pays immédiat de Lomé, le circuit commercial est court, contrairement au circuit long observé au Cameroun, en RDC et au Congo Brazzaville. (C. Fargeot, 2004, p. 35 ; R. A. Mbeté, 2011, p. 209). Les chasseurs reviennent de la chasse chaque soir de jour de chasse et vendent leurs gibiers frais, morts ou vivants (planche 1) directement aux consommateurs ou à des femmes qui tiennent des restaurants de rue. Ce circuit à deux ou trois maillons (chasseur – revendeur – consommateur) extrêmement court dans le temps comme dans l'espace dispense le chasseur d'une gestion particulière du gibier en vue de sa conservation. La clientèle est assez diversifiée et se compose d'hommes et de femmes qui attendent les chasseurs à leur arrivée à des points précis de l'axe de ravitaillement (la route nationale n°1). Une autre catégorie de la clientèle peu visible sur le marché des produits de chasse appartient à la haute classe sociale à qui le gibier est apporté directement au domicile par le chasseur.

La contribution de la viande sauvage dans l'économie des ménages des chasseurs est significative durant les quatre mois que dure la campagne de chasse. En effet, l'apport des recettes de produits de chasse dans le revenu des ménages a été souligné par les chasseurs vendeurs de gibiers. Les recettes de chasse consolident à bien d'égards, le pouvoir d'achat des chasseurs. Ils affirment à 57 % utiliser l'argent gagné de la chasse pour payer le loyer, scolariser les enfants, acheter les vivres et réparer les motos qui leur servent de moyens de transport dans cette activité de chasse, étant donné que les zones chassables sont à une vingtaine de kilomètre de Lomé. Particulièrement, la vente des produits de chasse a permis à trois chasseurs enquêtés de s'acheter chacun une moto d'une valeur de 500 000 f CFA. Cette rentabilité de l'activité de chasse est à associer avec les prix élevés des différentes gammes de gibiers ou d'animaux sauvages capturés. De

manière générale, le prix varie en fonction de l'espèce, de son poids, de l'âge et de son état. Le tableau 2 indique le coût moyen des différents produits carnés sur les marchés de Lomé.

Tableau 2 : Prix des produits de chasse vendus pour leur viande

Gibiers	Noms scientifiques	Prix en FCFA
Biche	<i>Kobus sp.</i>	45 000
Agouti	<i>Thryonomys swinderianus</i>	8000 à 12000
Pintade sauvage	<i>Numida sp</i>	3000
Perdrix	<i>Perdix perdix</i>	1000 à 1500
Singe	<i>Chlorocebus sp.</i>	12000 à 15000
Chat sauvage	<i>Felis silvestris</i>	3000
Lièvre	<i>Lepus sp</i>	2600
Ecureuil	<i>Sciurus sp</i>	1500 à 2000
Phacochère	<i>Phacochoerus africanus</i>	35000
Vipère	<i>Bitis sp.</i>	3000
Varan	<i>Varanus varius</i>	2000
Souris	<i>Mus sp.</i>	100

Source : Enquête de terrain

A l'intérêt alimentaire pour lequel les produits de chasse sont vendus, s'ajoute un autre aspect de la médecine traditionnelle qui est demandeur de bouts d'organes, d'organes ou d'individus tout entier de la faune sauvage. Ces organes ont une valeur symbolique et interviennent dans le traitement de certaines maladies ou entrent dans la composition des potions magiques pour lesquelles il existe une forte demande sur les marchés aux fétiches de Lomé (Photo 1).

Photo 1 : Etalage des articles aux marchés des fétiches à Akodéssewa (Lomé).



Source : <http://lafermetropicale.com/wordpress/wp-content/uploads/2015/07/Voyage-au-Togo>

Ces produits de chasse destinés à des pratiques médico-magiques sont vendus aux tenanciers de ces types de marchandises sur le marché aux fétiches. Les prix sont fixés en fonction de la disponibilité de la ressource dans la nature et de sa fonction culturelle. Ainsi, les œufs de vautour et de caméléon sont les articles qui coûtent le plus en raison de la difficulté d'acquisition dans la nature et de leur forte valeur symbolique (Tableau 3). Par contre les autres produits comme la patte de biche, les os de boa coûtent relativement moins chers à cause de leur faible valeur symbolique.

Tableau 3 : Produits de chasse vendus sur le marché aux fétiches

Produits	Prix en FCFA
Tête et queue de Vipère	1 000
Patte de biche	500
Tortue	2 000
Tête de singe	2 000
Hibou	2 500
Coucou	1 000
Caméléon	5 000
Œuf de caméléon	100 000
Vautour	5 000
Œuf de vautour	70 000
Peau de boa	6 000
Graisse de boa	Petite pièce à 1 000
Os de boa	500

Source : Enquête de terrain

3.4. Impacts écologiques de la chasse

Le prélèvement saisonnier des ressources fauniques a un avantage certain pour les systèmes agro-pastoraux. Les prélèvements des rongeurs (aulacode, écureuil, rat de gambie, lièvre, souris...) et des oiseaux granivores et carnivores (perdrix, tourterelle, épervier...) sont salués par les paysans riverains des espaces chassables. Ces animaux ravageurs causent des dégâts importants aux cultures de maïs, de manioc et du riz. Aussi, de petits félins (serval, chat sauvage, chacal) s'attaquent également aux petits ruminants et aux volailles des paysans. La pression des chasseurs sur leurs populations est d'un intérêt certain car elle participe à la gestion des écosystèmes agro-pastoraux.

A l'inverse, des pratiques de chasses peu conservatrices de la biodiversité sont observées sur le terrain (Photo 2). En l'absence d'un plan

de chasse pour une espèce donnée, les prélèvements excessifs conduisent à l'appauvrissement de la diversité faunique et même floristique par suite du dysfonctionnement de la dispersion des espèces floristiques par les animaux (zoochorie). Le tableau 4 renseigne sur les effectifs de la faune sauvage prélevés en 2012 et 2013.

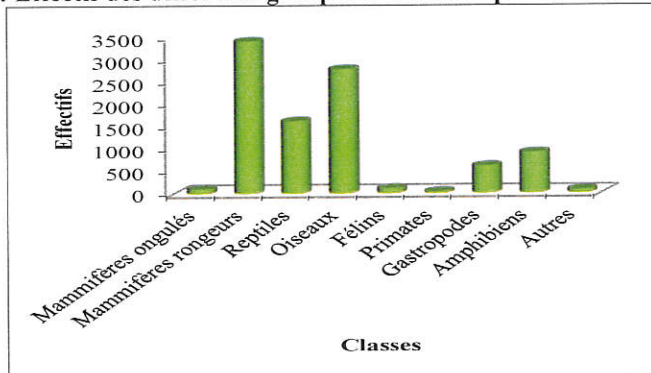
Photo 2 : Un python tué en période de couvaison de 23 œufs de ce reptile sont ramassés et contenus dans cette gibecière ouverte



Source : Photo Kouya, février 2012

Les animaux chassés vont des mammifères ongulés aux gastropodes en passant par les oiseaux et les reptiles (Annexe 1). L'inventaire des butins des chasseurs enquêtés au cours des campagnes 2012 et 2013 révèle que les rongeurs et les oiseaux, potentiellement ennemis des cultures, sont les plus prélevés (Figure 3).

Figure 3 : Effectif des différents groupes d'animaux prélevés en 2012 et 2013



Source : Travaux de terrain

L'appauvrissement des ressources fauniques dans l'espace de chasse a été clairement reconnu par l'ensemble des chasseurs en s'appuyant sur l'évolution régressive de leurs prises des dix dernières années. Le tableau 4 montre globalement une régression de la prise de gibier de 2012 à 2013. Cette situation s'explique par une diminution des espèces fauniques dans le milieu. Les espèces les plus rares dans le milieu sont les singes et les petits félins. Cette situation se présente lorsque les prélèvements excèdent la production animale. Ainsi, la chasse dans l'arrière-pays immédiat de Lomé est une chasse qu'on peut qualifier de non durable car, au sens de R. Nasi *et al.* (2008, p. 43) et UICN (2010, p. 29), pour être durable, la chasse doit remplir les critères de durabilité sur le triple plan social, écologique et économique. Pour J. G. Robinson (1999, p. 8) et (B. G. Endezoumou, 2012, p. 4), la chasse est dite durable lorsque les prélèvements par les chasseurs ne provoquent ni l'extinction à l'échelle locale des populations animales, ni une perturbation du fonctionnement global de l'écosystème. Pour que la chasse pratiquée par les Loméens s'inscrive dans la durabilité, elle doit remplir comme l'ont évoqué E. L. Bennet et J. G. Robinson (2000, p. 16), les critères suivants :

- elle ne doit pas engendrer une diminution persistante des populations animales, car cela signifierait que les prélèvements par la chasse sont supérieurs à la production ;
- les populations animales chassées ne doivent pas être réduites à des densités qui les exposent à une extinction locale ;
- enfin, pour être durable, la chasse doit également satisfaire la durabilité socio-économique et les populations animales ne doivent pas être diminuées à un niveau à partir duquel elles ne peuvent plus satisfaire les besoins humains.

Tableau 4 : Inventaire des gibiers chassés en 2012 et 2013

CLASSE OU ORDRE	EFFECTIF		TOTAL
	2012	2013	2012 - 2013
Mammifères ongulés	41	55	96
Mammifères rongeurs	1942	1476	3418
Oiseaux	1497	1290	2787
Reptiles	714	907	1621
Petits félins	63	45	108

Primates	21	13	34
Gastéropodes	376	232	608
Amphibiens	401	510	911
Autres	36	37	73
TOTAL	5091	4565	9656

Source : Travaux de terrain

Conclusion

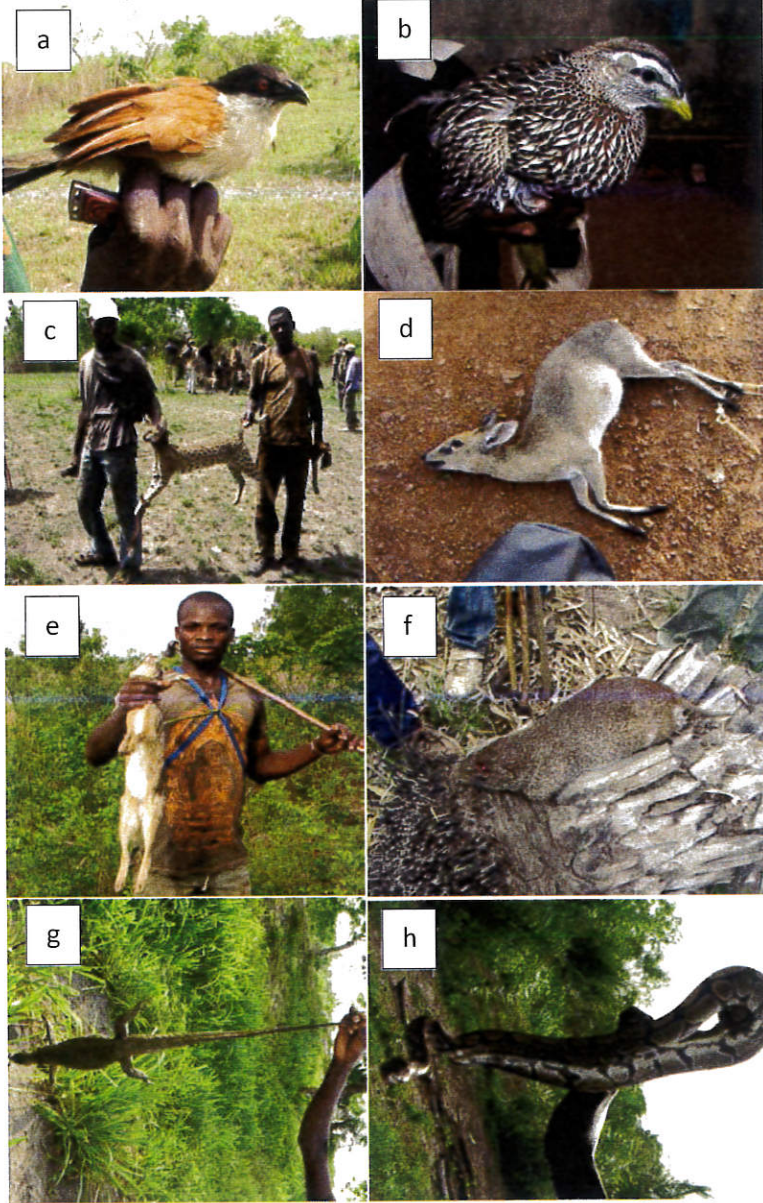
La chasse telle que pratiquée par les Loméens dans le secteur périphérique nord-est de la capitale togolaise joue un rôle nutritionnel et coutumier indéniable. La dimension économique est la principale motivation de cette activité. La filière commerciale des produits de chasse s'intègre dans un circuit court qui tranche avec les longs circuits des grands bastions de venaison de l'Afrique centrale par exemple. Cependant, à l'instar de toute la zone subsaharienne, elle relève d'une économie informelle et est une source importante de perte de biodiversité. Le défi écologique de la chasse reste entier ; ce qui compromet la durabilité de cette activité. La collaboration entre l'association des chasseurs et du ministère en charge des ressources fauniques et forestières doit être plus étroite et affinée pour faire respecter aux chasseurs les règles de chasse qui répondent aux critères d'une chasse durable

Références bibliographiques

- BENNET Elizabeth Liz et ROBINSON John Georges, 2000, *Hunting of wildlife in the Neotropics : implications for Biodiversity and Forest peoples*. Washington D. C: The World Bank.
- BIAKOUYE Kodjo Awussu, 2014, *Lomé au-delà de Lomé : étalement urbain et territoires dans une métropole d'Afrique sud-saharienne*, Lomé, Thèse de doctorat, Univ.
- ENDEZOU MOU Bertrand Georges, 2012, *Etude de la chasse villageoise dans l'unité forestière d'aménagement Tala- Tala au nord de la RDC*, Mémoire d'Ingénieur des Eaux, Forêts et Chasses, Cameroun, Université de Dschang.

- FARGEOT Christian, 2004, « La chasse commerciale en Afrique Centrale. I. La venaison ou le négoce d'un produit vivrier », *Bois et Forêts des Tropiques* (282), p 27-40.
- MBETE Robert Albert, BANGA-MBOKO Henri, NGOKAKA Christophe, BOUCKACKA Quevin Farège, NGANGA Innocent, HORNICK Jean-Luc, LEROY Pascal. VERMEULEN Cédric, 2011, « Profil des vendeurs de viande de chasse et évaluation de la biomasse commercialisée dans les marchés municipaux de Brazzaville, Congo ». *Journal Tropical Conservation Science* Vol.4 (2), p 203-217.
- NASI Robert, Brown David, Wilkie, David, BENNETT, Elizabeth liz, TUTIN Caroline, VAN TOL Gijs. et CHRISTOPHERSEN Tim, 2008, « Conservation and use of wildlife-based resources: the bushmeat crisis », Bogor. *Technical Series* 33, p 50.
- ROBINSON John Georges et BODMER Richard E. 1999, «Towards wildlife management in tropical Forests», *Journal of Wildlife Management*, p 63:1-13.
- SANDA Yowdèma, 2016, *Conséquences socio-économiques de l'extension des grandes agglomérations urbaines dans les pays en développement : exemple de la périphérie nord de Lomé*, Thèse de doctorat, Université de Lomé.
- SLANSKY Maurice. (1962), *Contribution à l'étude géologique du bassin sédimentaire côtier du Dahomey et du Togo*, thèse de Doctorat es-Sciences, Université Nancy.
- Union Internationale pour la Conservation de la Nature, 2010, *Gestion durable des forêts, diversité biologique et moyen d'existence*.
- VAN VLIET Nathalie 2007, *Variabilité spatiale et temporelle au sein du système « chasseur-animal-territoire de chasse villageois» - pour une approche géographique de l'estimation de la durabilité de la chasse en Afrique centrale- Cas de Cephalophus spp. du nord-est Gabon*. Thèse de Doctorat, Université de Toulouse Le Mirail.

Annexe : Quelques éléments de faune abattus ou capturés



a : coucou capturé ; b : perdrix capturée ; c : serval tué ; d : antilope abattue au fusil ; e : lièvre tué ; f : aulacaude tué à la massue ; g : varan tué ; h : python capturé

Source : Travaux de terrain, photo Kouya, février 2012 et mars 2013

ETALEMENT URBAIN ET COMMERCIALISATION DE L'EAU POTABLE DANS LES PERIPHERIES DE LOME

Koko Zébéto HOUEDAKOR, Pessièzoum ADJOUSI
& Djiwonou Koffi ADJALO
Université de Lomé

Résumé : L'étalement de Lomé a fait déborder la ville des limites de sa commune, au point où il est difficile de faire la distinction entre l'espace urbain et rural de la préfecture du Golfe dont elle fait partie. Cet étalement urbain non précédé de la viabilisation de l'espace crée une injustice en termes d'infrastructures, notamment en ce qui concerne le réseau de distribution d'eau potable. Le contexte hydro-climatique favorable, avec la disponibilité en eaux de surface et en eau souterraine, est pourtant une opportunité pour les populations. Pour satisfaire aux besoins, de nouvelles formes de commercialisation de l'eau prennent naissance, parmi lesquelles les initiatives de l'Etat (kiosque à eau) et les approches individuelles (camions citernes et forages). Cependant, la prolifération de ces ouvrages est source de pollution et de contamination de la nappe, devenant un enjeu environnemental et sanitaire pour les populations elles-mêmes.

Mots clés : Etalement urbain, aquifères, commerce de l'eau, pollution, Lomé.

Abstract: The urban sprawl of Lomé broke the limits of the town. It is difficult to distinguish the urban area from the rural one, of the Gulf district, which includes the city. This urban sprawl not preceded by the servicing of the space, creates injustice in terms of infrastructure, in particular as regards the drinking water distribution network. The favourable climatic and hydrological context, with the availability of surface and underground water, is an opportunity for people. To meet their needs, new forms of commercialization of water arise, including state initiatives (water kiosk) and individual approaches (tankers and bores). However,

their proliferation is a source of pollution and contamination of water and it is becoming an environmental and health issue for the people themselves.

Keywords: Urban sprawl, aquifers, water trade, pollution, Lomé.

Introduction

Le Togo dispose d'abondantes ressources en eau avec un taux de desserte variable en fonction des zones. Ce taux, bien que faible par endroits, paraît élevé dans son ensemble car il représente l'accès à une source d'eau potable. Est considérée comme eau potable, l'eau minérale en bouteille ou en sachet, l'eau du robinet ou du forage¹. Ainsi, selon les résultats de l'enquête du Questionnaire des Indicateurs de Base du Bien-être (QUIBB, 2011), le taux d'accès à une source d'eau potable en milieu urbain est de 79,7 % et de 39,7 % en milieu rural et de 90,5 % à Lomé. Cette proportion très élevée surtout en rapport avec la prolifération actuelle des forages individuels à Lomé, voile une réalité bien différente.

Lomé présente un contexte hydro-climatique propice à l'eau marquée par des précipitations étalées sur l'année avec une hauteur moyenne de 800 à 900 mm, des eaux de surface constituées par les rivières (Zio, Haho), la lagune et des aquifères formées par le Continental Terminal, le Paléocène et le Crétacé-Maastrichtien. L'interrelation entre ces ressources justifie la disponibilité en eau favorable à l'approvisionnement des populations. Cependant, l'étalement démesuré et mal contrôlé de Lomé conduit à une mauvaise répartition de la desserte en eau avec pour conséquence, l'émergence de forages privés et d'une économie de l'eau potable dans l'espace péricentral et périphérique de Lomé.

En 1981, avec une superficie de 6 000 ha, Lomé comptait 375 499 habitants. Cette superficie est passée à 28 000 ha en 2010 (RGPH4, 2010) avec une population de 1 477 660 habitants pour l'agglomération. L'extension spatiale est aujourd'hui très poussée et il est difficile par endroits, de distinguer les limites de la ville de celles de la Préfecture du Golfe dont elle fait partie (D. K. Adjalo, 2015, p. 48). Cette situation n'est pas sans conséquences dans la mesure où l'occupation des périphéries de Lomé n'est pas forcément précédée ou immédiatement suivie d'un plan de viabilisation particulièrement celui de la distribution d'eau potable.

¹ Avant les années 2000, était considérée comme eau potable, uniquement l'eau de robinet et l'eau en bouteille.

Les branchements de la Togolaise des Eaux (TdE), structure étatique chargée de la distribution et de la commercialisation de l'eau potable, se limitent majoritairement à l'espace communal de Lomé, auxquels s'ajoutent des kiosques à eau, installés dans les quartiers pour les populations non desservies. Les longs délais d'attente pour la satisfaction des demandes des branchements d'eau à la TdE, la cherté des branchements, le manque d'eau et de pression dans les périphéries, ont conduit les usagers à avoir recours aux artisans foreurs ou aux sociétés privées de forage. Il en découle un développement d'activités économiques autour de la problématique de l'approvisionnement en eau potable. Cette analyse soulève quelques interrogations : comment expliquer le développement de l'économie de l'eau potable dans les périphéries de Lomé ? Autrement, qu'est-ce qui justifie le recours à de nouvelles sources d'approvisionnement et de commercialisation de l'eau potable ? Quels sont les impacts environnementaux de la multiplication des forages ?

Pour répondre à ces interrogations, la présente étude vise à montrer la corrélation entre les nouvelles formes de commercialisation de l'eau potable et l'étalement urbain à Lomé. Il s'agit, de façon détaillée, de :

- étudier les contraintes de la mise en place du réseau d'adduction d'eau potable à Lomé,
- analyser et expliquer les nouvelles formes de commercialisation de l'eau potable à Lomé,
- relever les contraintes environnementales liées à une telle situation.

1. Cadre théorique et méthodologique

La gouvernance publique de l'eau dans les pays en développement a connu plusieurs phases au regard de l'évolution des prestations des services nationaux de distribution d'eau. Globalement un constat d'échec est à retenir du fait des contre-performances de ces services (les difficultés d'extension du réseau d'eau au-delà des secteurs péricentraux, l'entretien irrégulier et la lenteur des réparations de pannes sur le réseau) et des imperfections existantes (coupures d'eau et faibles pressions dans les robinets surtout les matins avant les heures de service) dans les prestations offertes aux populations. Ainsi, des formes variées de partenariat public-privé font leur apparition en vue de résoudre les problèmes de fourniture et de distribution d'eau. Dans certains cas, les populations se prennent en charge pour résoudre leur problème d'accès à l'eau.

R. Makkaoui et J-L. Dubois (2010, p. 4) décrivant les services de distribution de l'eau des pays en développement soulignent que jusqu'à une période récente, ils relevaient des prérogatives du secteur public et sont caractérisés par trois critères. La propriété et l'exploitation des infrastructures hydrauliques, assurées par des entreprises nationales en monopole, la forte centralisation et le faible rôle des usagers. L'universalité et l'équité socio-spatiale à l'accès à l'eau se sont traduites par des points d'eau collectifs, à l'exemple des bornes fontaines et des tarifs progressifs en fonction des volumes consommés avec des tranches sociales subventionnées par l'Etat.

Cependant, dans les années 1980, avec la croissance démographique, se posent des problèmes de maîtrise de l'urbanisation et de gestion des services publics d'eau, en termes d'investissement et de maintenance d'infrastructures (S. Jaglin, 2001, p. 276). Cette situation est exacerbée par les contraintes liées au Programme d'Ajustement Structurel (PAS) imposé par les bailleurs de fonds (suppression ou réduction des subventions des services d'eau potable, scolaires, de santé, de transport) avec comme corollaire, la pratique de la vérité des prix même dans le domaine social (A. Osmont, 1995, p. 56). Déjà en 1973, le premier choc pétrolier modifie les conditions de financement de l'aide au développement des pays développés qui s'accompagnent de la hausse des taux de prêts aux PED et de la détérioration des termes de l'échange au niveau du commerce international. Le second choc pétrolier de 1979 a réduit davantage les investissements des partenaires techniques et financiers et les PED se trouvent dans l'impossibilité d'assurer les frais liés à leurs services publics d'eau (R. Makkaoui et J-L. Dubois, 2010, p. 4). Il s'ensuit de nombreuses difficultés comme les longs délais d'attente en cas de panne, l'arrêt des extensions de réseau, une fourniture discontinue de l'eau, etc.

Au cours de l'année 1990, dans la plupart des grandes villes en Afrique de l'Ouest, le taux d'accès au réseau public est demeuré inférieur à 50 % (A. Mathys et A. Savina, 1994, p. 4), mais, en considérant le taux d'accès acceptable à l'eau potable, c'est-à-dire l'approvisionnement par branchement à domicile et les modes de desserte collective comme les bornes fontaines, 62 % de la population en Afrique (OMS, 2000) ont accès à l'eau potable. Il faut souligner que cet indicateur camoufle la qualité, la fiabilité, mieux la défaillance du service. De nombreuses institutions internationales vont penser à la participation du secteur privé sous la forme d'un partenariat privé - public dans la gestion des services de l'eau potable et de l'assainissement, pour résoudre les problèmes financiers et techniques. La participation du secteur privé introduit plus de 200 projets entre 1990 et

2000 en Afrique (L. Breuil, 2004, p. 68) sous forme de contrats de service², d'affermage³ et de concession⁴. L'échec de ce mode de gestion ouvre la voie à l'apparition de nouveaux modes de gestion de l'eau associant une démarche participative. En l'absence de ces formes de gestion au Togo, à Lomé particulièrement, des démarches individuelles vont prendre le dessus avec notamment les forages et leur prolifération qui s'expliquent par l'échec de la TdE dans l'exercice de ses fonctions en rapport avec l'étalement urbain.

La démarche méthodologique de cette étude est fondée sur la combinaison des approches quantitatives et qualitatives. Elle met en relief la dynamique spatiale de Lomé avec la disponibilité en eau et les modes d'approvisionnement et de commercialisation de l'eau potable. Elle est également soutenue par les observations de terrain réalisées dans les périphéries Nord et Ouest de Lomé sur les usages et exploitations de forages. Dans le détail, la méthodologie est fondée sur :

- la détermination de la population effective du Grand Lomé à partir des données du RGPH4 réalisé en 2010 ;
- l'analyse du cadre juridique et institutionnel de l'eau au Togo ;
- l'entretien non structuré avec quelques propriétaires de forage dans les quartiers Agoènyivé, Adidogomé et Ségbé ;
- l'entretien structuré avec quelques foreurs, ceux ayant du matériel moderne comme ceux ne disposant que du matériel de base ;
- une grille d'observation pour évaluer l'ampleur de la prolifération des forages et un guide d'entretien, administré auprès des utilisateurs pour identifier les différents usages affectés à ces sources d'eau.

² Il s'agit de contrats de service (sous-traitance et gérance) transférés sur une courte période (1 à 3 ans) avec un certain nombre de tâches ou un cahier de charges (entretien des infrastructures et remplacement de compteurs d'eau) confié à un opérateur privé.

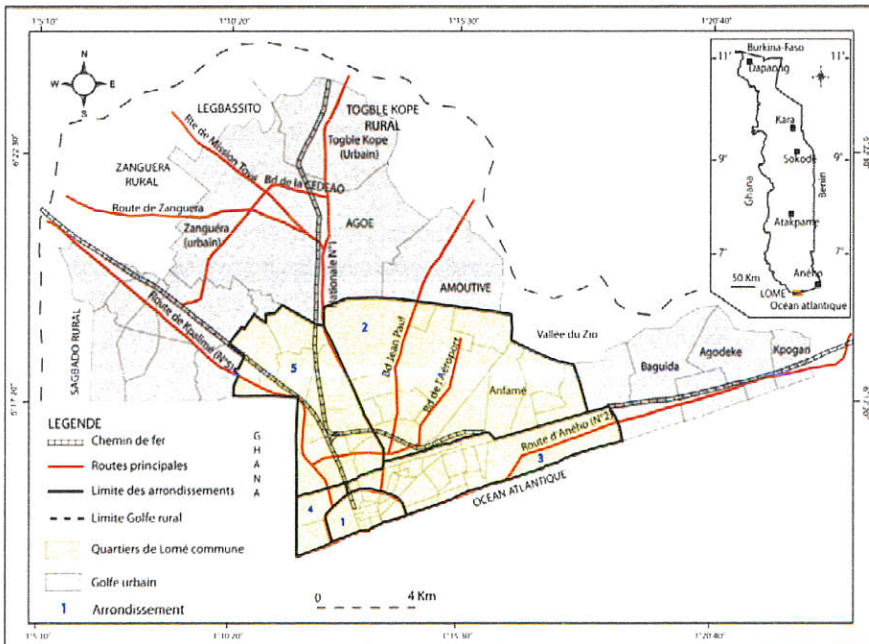
³ L'affermage est ce contrat où les ouvrages et les équipements nécessaires à l'exploitation du service sont financés et réalisés par l'État qui en délègue l'exploitation et l'entretien à un opérateur privé pour une période déterminée et pour un prix convenu. C'est l'exemple de la TdE au Togo.

⁴ Contrat de concession : l'entreprise privée finance, réalise et exploite les équipements nécessaires (potabilisation ou épuration, réseaux de distribution d'eau potable ou de collecte des eaux usées). À la fin du contrat, l'opérateur transfère ces équipements aux collectivités locales. La durée du contrat est alors fonction de la durée d'amortissement des ouvrages financés par le délégataire (de 20 à 30 ans).

2. Résultats

Ville frontalière, Lomé est située au Sud-Ouest du Togo et s'étire le long du littoral, sous forme d'une basse plaine (- de 5 m) constituée de cordons sableux en bord de mer, d'un système lagunaire et de plateaux de terre de barre (20 m) au Nord. L'étalement urbain fait distinguer au plan administratif, l'espace communal et la zone urbaine de la Préfecture du Golfe. L'ensemble formé par ces deux espaces, connu sous le terme de Grand Lomé, est suivi par l'espace rural de ladite préfecture (Figure 1).

Figure 1 : Présentation de la zone d'étude



Source : D. K. Adjalo, 2015

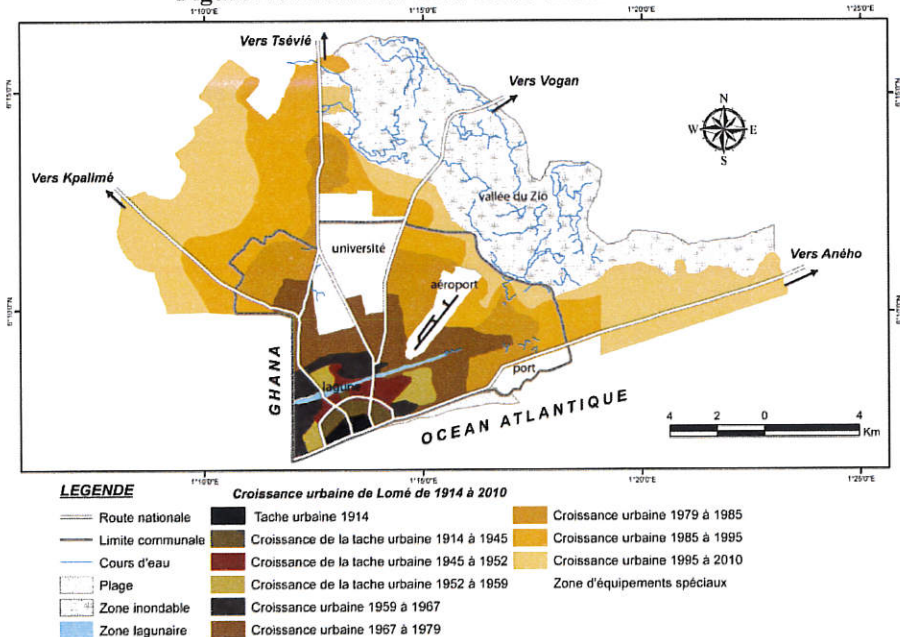
L'océan Atlantique au Sud, la frontière ghanéenne à l'Ouest et la vallée du Zio au Nord-Est ne laissent à la ville que trois directions majeures d'extension, notamment l'Est vers Baguida, le Nord-Ouest vers Adidogomé et le Nord vers Agoényivé. Au dernier recensement, la commune de Lomé regroupait 837 437 habitants, tandis que le Grand-Lomé, avec 1 477 660 habitants, (4^e RGPH, 2010) compte près de 24 % de la population nationale sur un espace correspondant environ à 0,4 % du territoire (280 Km²).

2.1. Les contraintes de la mise en place d'un réseau de distribution d'eau à Lomé

Fondée sur un réseau de distribution aux abonnés de la Régie Nationale des Eaux du Togo créée en 1964 et devenue Togolaise des Eaux (TdE) en 1990, la desserte en eau potable à Lomé s'est ralentie dans les années quatre-vingt-dix en raison du contexte général de l'après-crise pétrolière et de la diminution de l'aide publique au développement. Par la suite, la crise socio-politique de 1992-1993 a entraîné une suspension de la coopération économique internationale, de 1993-2010, ce qui a affecté de nombreux services sociaux notamment, celui de l'approvisionnement en eau potable. Ainsi, le réseau de distribution de l'eau à Lomé a souffert du manque de financement mais, plus encore, de l'étalement urbain rapide qui caractérise cette ville.

Lomé a connu une croissance extraordinaire perceptible à travers sa tache urbaine (Figure 2), qui correspond aux zones d'implantations nouvelles et anciennes. Sur ces dernières, des taux de saturation de 90 % des parcelles signifient l'absence d'espace disponible d'où la nécessité d'en trouver de nouveaux (Y. Marguerat, 1985).

Figure 2 : Evolution de la tache urbaine à Lomé



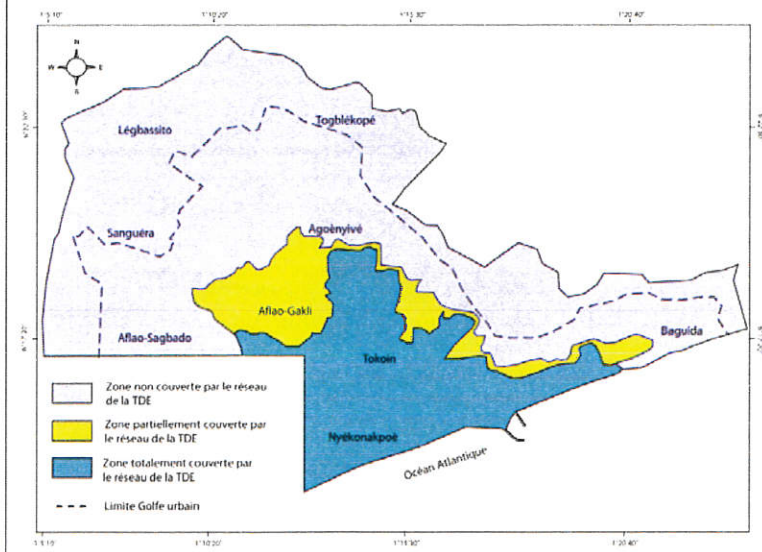
Source : A. Guézère, 2013

De 55 ha en 1914, Lomé s'étend sur 380 ha en 1945. Cette croissance est passée successivement à 3 955 ha en 1979 pour atteindre 6 907 ha en 1985. Les diverses étapes d'évolution de la tache urbaine de Lomé montrent qu'à partir de 1985 (Y. Marguerat, 1992 ; M. Janssen, 1998, p. 4-5), celle-ci a dépassé les limites de la commune. Vingt-cinq ans plus tard, la tache urbaine de Lomé a atteint 28 000 ha soit, une extension de 26 393 ha entre 1985 et 2010 correspondant à environ 4 fois celle de 1985.

L'étalement urbain de Lomé est favorisé entre autres facteurs par la question foncière, dont la réglementation échappe à l'Etat qui, jusqu'à présent semble prôner le « laisser aller », car non détenteur des terres des collectivités (K. A. Biakouye, 2008, p. 107). En effet, l'appartenance des terres aux communautés et le désir acharné des Togolais à la recherche d'un « chez-soi » entraînent un étalement dans toutes les directions possibles. Les parcelles étant plus chères dans les quartiers centraux densément peuplés, la demande est orientée vers les périphéries où les prix paraissent plus abordables.

Cet extraordinaire étalement urbain ne facilite pas la tâche à la TdE, dont le réseau de distribution jusqu'à un 1995 couvrait une aire correspondant à la commune de Lomé, avec par endroits, des poches de concentration peu soutenues ou plus fluides (Figure 3).

Figure 3 : Aires de desserte de la TdE et espace couvert par les forages



Source : K. A. Biakouye..., 2014, modifié par K. Z. Houédakor

Ce service de la TdE au plan administratif est loin de couvrir le Grand Lomé correspondant à l'espace communal de Lomé et à la partie urbaine de la Préfecture du Golfe, ce qui montre combien est importante la tâche de ladite structure. Déjà en 2008, K. A. Biakouye et *al* (p. 89), relevaient une injustice spatiale à Lomé avec un réseau de distribution d'eau de 3 108 Km au plan national, dont plus de la moitié pour Lomé, avec de grandes disparités entre les quartiers centraux mieux desservis et les quartiers périphériques, défavorisés, en dépit des efforts réalisés.

La vitesse de l'étalement urbain dépassant de loin la capacité de la TdE à étendre son réseau de distribution d'eau, très rapidement, l'injustice spatiale s'est renforcée avec l'apparition d'une frontière nette entre secteurs desservis et non desservis (Figure 3). Les forages privés ont fait leur apparition dans ces espaces de ségrégation de fait. Ces ouvrages se sont multipliés sans que les autorités en charge du secteur de l'eau ne parviennent à réguler la situation.

Après environ 120 ans (1897-2016) d'existence, il convient de relever que Lomé ne bénéficie pas de schéma d'aménagement adéquat pour orienter son développement. Les schémas d'aménagement sont obsolètes et font distinguer un premier datant de la période allemande en 1830, suivi d'un second élaboré durant la période coloniale française en 1932 (K. Gatawonou et S. M. Amlalo 1997, p. 3). Après l'indépendance en 1960 il y a eu le plan directeur de 1969, puis en 1981, le schéma directeur d'aménagement urbain. Ce n'est qu'en 2015 qu'un nouveau document diagnostic d'aménagement a été élaboré, sans véritables propositions d'aménagement.

La peur de la décentralisation par le politique perpétue une gestion centralisée de l'eau qui demeure un poids pour les autorités alors qu'une gestion décentralisée confiée aux élus locaux permettrait de mieux contenir ces services à la communauté. Ces échelles de gestion plus restreintes constituant des approches participatives, donnent la latitude aux élus de penser, de concevoir et réaliser la gestion de leurs infrastructures. Elles passent néanmoins par un renforcement des capacités et des pouvoirs des élus de même qu'un effort de désengagement de l'Etat (L. Breuil, 2001, p. 102, 111, 133).

Des contraintes financières sous-tendent également la situation de déséquilibre entre le réseau d'extension et l'étalement urbain et sont du ressort de la TdE. Du côté de la TdE, le statut juridique de société d'Etat (1964) placée sous régime de droit privé (1990) avec une autonomie de gestion de type affermage, en fait uniquement une exploitante des infrastructures en place. La tarification de type social et progressif en

fonction des volumes consommés et le montant de factures impayées (30 %, K. Z. Houédakor, 2010, p. 309) par les gros consommateurs (administration, industries, etc.) sont autant de freins à l'expansion du réseau de distribution d'eau. Par ailleurs, l'eau n'est pas vendue à son prix réel et l'Etat à travers cette structure fait en partie du social avec un système de tarification progressif avec à la base une tranche sociale de 10 m³ à 190 F CFA/m³. Cette situation relance la question de la valeur de l'eau en tant que bien gratuit ou bien économique à vendre à son coût réel au détriment des populations les plus pauvres.

Pour les consommateurs, c'est-à-dire les abonnés à la TdE, les contraintes financières s'expriment en termes de coût élevé du branchement. Pour le citoyen moyen, le montant de 100 000 F CFA pour le branchement est d'autant plus élevé que les salaires sont en général bas. Le Salaire Minimum Interprofessionnel Garanti (SMIG) de 35 000 F CFA est l'un des plus bas de l'Afrique de l'Ouest, celui de la Côte d'Ivoire étant de 62 000 F CFA (www.votresalaire.org 2016), tandis que celui du Bénin est de 40 000 F CFA (www.votresalaire.org 2014). D'autres parts, la Convention syndicale interprofessionnelle de décembre 2011 fait distinguer trois grandes classifications professionnelles dans la fonction publique au Togo avec des salaires variant entre 35 000 et 224 000 F CFA (Tableau 1).

Tableau 1 : Grille salariale au Togo, à partir de décembre 2011

Catégories	Tranche salariale (F CFA)	Catégorie
Agents d'exécution	35 000 – 70 000	E1 - E6
Agents de maîtrise	86 000 – 134 000	M1 - M4
Cadres et assimilés	144 000 – 224 000	C1- C4

Source : www.votresalaire.org/Togo

La catégorie professionnelle la plus basse ont un salaire qui varie entre 35 000 et 70 000 F CFA, tandis que la catégorie la mieux rémunérée a un salaire variant entre 144 000 et 224 000 F CFA. Ces salaires sont peu élevés et ne peuvent pas permettre à un ménage moyen de cinq personnes de subvenir à tous ses besoins (nourriture, santé, logement, etc.), au regard du coût de la vie. Aussi, des restrictions ou mieux des priorisations sont faites dans le choix des besoins et équipements à mettre à disposition du ménage.

2.2. Le recours aux nouvelles formes de commercialisation de l'eau

Pendant longtemps, la TdE a eu en charge la production, la distribution et la commercialisation de l'eau en milieu urbain via son réseau de distribution aux abonnés. Par l'abonnement, le souscripteur s'assure un approvisionnement quotidien et à la fin du mois, il paie le volume consommé au regard de la tarification. Cependant, devant la faible croissance du réseau d'adduction d'eau par rapport à l'étalement urbain, plusieurs formes de commercialisations se sont présentées aux populations des périphéries. Certaines de ces initiatives sont de l'Etat tandis que les autres sont privées.

Ainsi, sont apparus dans les quartiers les kiosques à eau sous l'impulsion de l'Etat par l'intermédiaire de la TdE. Il s'agit pour la plupart des anciennes fontaines publiques aménagées en points de vente d'eau au détail. En forme d'abris, ils sont dotés de robinets et demeurent propriétés de la TdE, mais placés sous la responsabilité d'un particulier. Un contrat de gestion de type affermage lie la TdE au gérant qui a en charge la vente de l'eau dans le quartier, le plus souvent à des heures bien précises. La commercialisation de l'eau fondée sur la bassine de 25 l, représentant la mesure standard, se fait au coût de 10 F CFA. Cette politique de diversification de l'offre n'a pu se répandre et s'est arrêtée à la périphérie proche des limites de la commune.

Sous l'initiative du privé, des camions citernes vont apparaître pour améliorer la desserte en eau des populations des périphéries. Le point d'approvisionnement est le centre de traitement des eaux de la TdE dans la banlieue Nord de Lomé (Agoè Cacaveli) où des camions d'une capacité de 8 à 12 m³ sont utilisés pour la vente de l'eau. Stationnant souvent à des endroits stratégiques, comme les carrefours, leurs contacts téléphoniques (réseaux de téléphonie mobile et réseau filaire) et les mots « Eau potable » sont inscrits sur les réservoirs en guise de publicité. Ils sont souvent sollicités pour faire de grandes réserves d'eau dans les ménages ou lorsque des chantiers de construction sont ouverts dans les quartiers périphériques. Le prix de vente est de 20 000 à 35 000 F CFA en fonction de la distance à parcourir. Ce prix intègre le prix du mètre cube d'eau à la station de pompage, qui est de 300 F CFA et le coût du transport.

Dans les années 2000, avec la formation des artisans foreurs aux techniques de forage manuel commence la vente d'eau de forage. Ceux sont des ouvriers qui ont appris le métier en travaillant avec les professionnels ou qui ont été formés à cette technique. Très rapidement, les propriétaires de forage vont commencer à vendre l'eau au voisinage pour

arrondir les fins de mois et pour récupérer des investissements mis dans la réalisation des forages.

Leurs activités seront légalisées par la loi n°2010-006 du 18 juin 2010, portant organisation des services publics d'eau potable et assainissement collectif. Elle considère comme opérateurs privés de l'eau, toute personne impliquée dans la conception, la réalisation d'infrastructures d'adduction d'eau ou d'assainissement, la fourniture d'équipements, l'exploitation ou l'entretien des équipements d'eau potable ou d'assainissement. La quête d'un mieux-être, avec de l'eau à disposition dans les ménages entraîne une prolifération de forages privés dans les périphéries de Lomé.

La vente d'eau est un objectif souvent associé à la réalisation de ces ouvrages au regard des revenus générés. Déjà en 2013, Y. Barkousonga (p. 69) précisait que certains propriétaires de forage dans le quartier d'Agoényivé affirmaient réaliser une vente mensuelle d'eau de plus de 200 000 F CFA, tandis qu'à Ségbé (banlieue Nord-ouest) en 2015, d'autres propriétaires affirmaient avoisiner les 150 000 F CFA/mois.

Cette action spontanée de forages, non intégrée dans une vision de politique d'aménagement frise l'inconscience du côté de la population. Le code de l'eau de 2010, bien que, recommandant l'analyse bactériologique et physico-chimique de l'eau de tout forage réalisé, ne parvient pas à contenir le phénomène.

2.3. La prolifération des forages : une menace environnementale

L'étalement urbain a favorisé la prolifération des forages dans la périphérie de Lomé. A la fin de l'année 2015, une enquête de l'agence intergouvernementale panafricaine Eau et Assainissement pour l'Afrique (EAA) révélait l'existence de 13 000 forages à Lomé. Cette valeur qui n'est que transitoire, cache une réalité inquiétante qui est celle des nouveaux forages réalisés chaque année, du fait des nouveaux arrivants dans les périphéries et de tous ceux qui se décident à réaliser cet ouvrage pour mettre fin à la corvée d'eau. Cette prolifération facilite le phénomène de contamination par le biseau salé en cas d'exhaure élevée. La forte pression sur les eaux entraîne l'avancée du biseau salé dans les aquifères (K. Z. Houédakor, 2010, p. 209).

Ces forages sont pour la plupart des forages manuels dont le coût est d'environ 800 000 F CFA pour des profondeurs de 30 m. Ne captant pas forcément l'aquifère du Continental Terminal, ils peuvent parfois atteindre des nappes perchées. De plus, la qualité de l'ouvrage n'est pas toujours

garantie, lorsque le forage est réalisé à un coût trop bas, toutes les dispositions sécuritaires ne sont pas prises, par le prestataire, ce qui entraîne souvent la pollution de la nappe. L'analyse de l'eau recommandée par le Code de l'Eau (2010) à la réalisation d'un forage n'est pas toujours respectée par les propriétaires et lorsqu'elles sont faites, elles se révèlent non conformes aux normes de potabilité. A cet effet, P. Adjoussi et *al.* (2015, p. 114) ont mis en évidence les risques sanitaires liés à la consommation de ces eaux de forage. L'analyse physico-chimique montre des eaux saumâtres à conductivité élevée avec une conductivité électronique ($20^{\circ}\text{C}\mu\text{s/cm}$) supérieure à la norme et l'analyse bactériologique relève une concentration en nitrates et nitrites confirmant la pollution et la détérioration de la qualité de l'eau de certains forages.

Conclusion

Cette étude sur l'étalement urbain et la commercialisation de l'eau potable montre les contraintes à l'extension du réseau de distribution d'eau par la TdE et les formes nouvelles de commercialisation de l'or bleu à Lomé, avec l'exploitation des forages. Ces initiatives individuelles, non contrôlées, se sont multipliées au point d'être une menace pour la qualité de l'eau. Il revient à l'Etat, par l'intermédiaire du ministère en charge de l'eau, de mettre les moyens pour contrôler et endiguer le phénomène. L'application des textes en relation avec ces ouvrages et une forte sensibilisation de la population devraient contribuer à une meilleure régulation de l'activité de l'exploitation des forages, de même qu'une ouverture sur la décentralisation réelle pour que les communes puissent prendre en charge leurs services.

La nécessité de réaliser une étude holistique sur les contraintes à la mise en place d'un réseau de distribution d'eau et sur la commercialisation de l'eau de forage dans la ville de Lomé s'impose afin d'amener les acteurs à une meilleure gestion de la ressource pour sa préservation pour les générations futures.

Références bibliographiques

ADJALO Djiwonou Koffi, 2015, *Le développement de la filière plastique et son impact socio-économique et environnemental à Lomé*, Thèse de Doctorat Unique en Sciences Géographiques, Option Géographie Humaine, Université de Lomé.

- ADJOUSI Pessièzoum, HOUEDAKOR Koko Zébéto et BAKOUNSOGA Yamba, 2015, «La prolifération des puits-forages à Agoe Assiyéyé, banlieue nord de Lomé : Évaluation du risque de maladies liées à l'eau», *Etudes Togolaises, Revue Togolaise des Sciences*, Lomé, Vol 9 n°2, INRS, p. 102-116.
- BIAKOUYE Kodjo Honoré, MUSSET Alain, NYASSOGBO Gabriel Kwami, 2008, « Service urbain, territorialisation des politiques urbaines et justice spatiale », *La justice spatiale et la ville, Regards du Sud*, Paris, Edition Khartala, 2008, p. 97-112.
- BIAKOUYE Kodjo Awussu, 2014, *Lomé au-delà de Lomé : étalement urbain et territoires dans une métropole d'Afrique sud-saharienne*, Thèse de doctorat Unique de géographie, Universités de Lomé (Togo) et de Paris Ouest Nanterre La Défense (France).
- BREUIL Lise, 2004, *Renouveler le partenariat public-privé pour la gestion des services d'eau dans les PED - Comment conjuguer les dimensions contractuelles, institutionnelles et participatives de la gouvernance ?* Paris, Thèse de gestion de l'ENGREF.
- GATOWONOU Kouami, AMLALO Sédo Mensah, 1997, « L'organisation administrative de Lomé de 1897 à nos jours », *Le centenaire de Lomé, capitale du Togo (1897-1997)*, Actes du colloque de Lomé (3-6 mars 1997), Collection Patrimoines n°7, Lomé, Presses de l'UB, p. 111-124.
- GUEZERE Assogba, 2013, «Deux roues motorisées et étalement urbain à Lomé, quel lien avec la théorie des « trois âges » de la ville?» *Norois 1 // 2013 (226)*, p. 41-62. www.cairne.info/revue-norois-2013-1-page-41.htm.DOI :10.4000/norois.4549.
- HOUEDAKOR Koko Zébéto, 2012, «Usages de l'eau dans la région du bassin sédimentaire au sud Togo», *Annales de l'Université de Lomé*, Série Lettre, Tome XXXII- 2, Décembre 2012, ISSN 1016-9202, p. 259-270.
- GERVAIS-LAMBONY Philippe, 1994, *De Lomé à Harare: le fait citadin : images et pratiques des villes africaines*, Paris, Karthala.
- JAGLIN Sylvie 2001, « L'eau potable dans les villes en développement : les modèles marchands face à la pauvreté », Paris, *Revue Tiers Monde*, vol. 42 n° 166, p. 275-304.
- JANSSEN Marja, 1998, «Lomé, 100 ans de croissance urbaine», *Le centenaire de Lomé, capitale du Togo (1897-1997)*, Actes du colloque de Lomé (3-6 mars 1997), Collection Patrimoines n°7, Lomé, Presses de l'UB, p. 303-314.
- MAKKAOUI Raoudha et DUBOIS Jean-Luc, « Nouvelles formes de

- gouvernance dans le domaine de l'eau. Apports et limites de la coopération décentralisée dans les pays en développement », *Développement durable et territoires*, Vol. 1, n° 1 (Mai 2010) Coopération décentralisée et développement durable. <http://developpementdurable.revues.org/8413> ; DOI : 10.4000/developpementdurable.8413
- MARGUERAT Yves, 1985, « *Brève synthèse cartographique sur la croissance spatiale de Lomé* », Lomé, ORSTOM.
- MATHYS Alain et SAVINA Annie, 1994, « L'alimentation en eau en milieu urbain dans les quartiers défavorisés : une question de partage ? » Abidjan, *GREA/Afrique de l'Ouest*, p 22-32.
- OSMONT Annick, 1995, *La Banque Mondiale et les villes. Du développement à l'ajustement*, Paris, Karthala.
- OMS, 2000, *Global Water Supply and Sanitation Assessment 2000*, OMS, Genève.
http://www.who.int/water_sanitation_health/monitoring/jmp2000.pdf
- INSEED, 2011, Questionnaire des indicateurs de base du bien-être, Lomé, 130p.

MODES DE DEPLOIEMENT DES POINTS DE TRANSACTION DU MOBILE PAIEMENT DANS LES ESPACES URBAINS EN CÔTE D'IVOIRE : CAS DE LA VILLE DE DALOA

Sahoti OUATTARA

Université Jean Lorougnon Guédé-Daloa

Résumé : Le développement des Technologies de l'Information et de la Communication avec l'Internet, la téléphonie mobile et leurs applications ont changé les habitudes commerciales. De son usage, naît une nouvelle forme de commerce et de service : le mobile paiement ou m-paiement. Son appropriation par la population conduit les opérateurs économiques à envahir les villes de Côte d'Ivoire de points de transaction à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile. Dans la ville de Daloa, ils ont marqué l'espace public par des kiosques et des boutiques à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile. L'objectif de cet article est de comprendre les stratégies d'implantation des points de transaction du mobile paiement à Daloa en analysant les spécificités des lieux d'emplacement d'une part et le comportement spatial des réseaux de points de transaction d'autre part. Les résultats du présent article sont issus des observations et des enquêtes de terrain et permettent de tester les théories de diffusion spatiale de localisation.

Mots-clés : Côte d'Ivoire, Daloa, NTIC, mobile-paiement, déploiement

Abstract: The development of new technologies of information, the communication by the means of the internet, the mobile phones and their applications have changed the commercial habits. Through their everyday use, comes out a new form of trade and service: the mobile payment or M-payment. Its appropriation by the population leads the economic operators to invade the cities of Côte d'Ivoire of dawned of transaction. In the city of Daloa, they marked the public areas by the shops and kiosks to the effigy of the operators of mobile telephony. The objective of this article is to understand the strategies settled by the

operators of mobile phones in Daloa in analyzing the specificities of site where. They are settled down on the one hand and the spatial behavior of the networks of points of transaction on the other hand. The results of this paper are based on field observations and surveys, and are used to test spatial theories.

Keywords: Côte d'Ivoire, Daloa, NTIC, mobile payment, spreading.

Introduction

Avec l'avancée de la technologie, la téléphonie mobile ne sert plus uniquement à la communication. Les opérateurs de la téléphonie mobile se lancent dorénavant dans le domaine de compétences des acteurs financiers. Le rapport du premier trimestre 2014 de l'Autorité de régulation des télécommunications de Côte d'Ivoire (ARTCI), au 31 mars, a signifié 20 421 596¹ abonnés équivalant à un taux de pénétration de 83,5 %. Un taux impressionnant contrairement au secteur bancaire et financier où le taux de bancarisation est de 14 %.

La téléphonie mobile assure aujourd'hui plusieurs prestations qui étaient auparavant uniquement fournies par les banques et établissements financiers. Elle offre de plus en plus de services aux populations qui ne sont pas bancarisées entre autres le mobile paiement (m-paiement). Les populations ivoiriennes ont vite fait d'adopter ces nouveaux moyens de paiement et transactions en raison du temps record avec lequel s'effectuent l'envoi et la réception de l'argent partout sur le territoire ivoirien à des tarifs concurrentiels.

Le modèle économique de l'activité est en général le même pour tous les opérateurs de la téléphonie mobile. Le marché du transfert d'argent mobile en Côte d'Ivoire est exercé par trois opérateurs de la téléphonie sur les cinq en activité. A Abidjan et dans l'ensemble des villes ivoiriennes comme Daloa, des kiosques et des boutiques à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile se multiplient d'un point à un autre.

Dès lors, existe-t-il des logiques dans la localisation des points de transaction à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile dans l'espace urbain de Daloa ?

En Côte d'Ivoire, des études sur la téléphonie mobile ont été effectuées par B. Mamadou (2011, p. 99-112), G. Guy (2002, p. 52-97), et A. D. D. Nassa. (2011, p. 8-11). Elles ont mis en rapport cet outil avec la structuration de l'espace mais aussi comme un outil dynamisant le

¹ Intelligents d'Abidjan, n° 3154 du 11 juillet 2014.

commerce informel. Cependant, il n'existe pas encore d'études en Côte d'Ivoire sur le phénomène du m-paiement mettant en exergue la localisation et les stratégies de déploiement des partenaires des opérateurs de la téléphonie mobile.

Les variables qui concourent à comprendre les localisations des kiosques et des boutiques à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile et à déterminer puis expliquer les logiques d'implantation sont multiples : nature et pouvoir d'attraction du lieu d'implantation, accessibilité et année d'implantation des points de transfert, équipements socio-économiques et densité des quartiers. L'unité d'observation est le point de transaction qui est défini par J. Vazquez Parras (2011, p. 36) comme une « activité commerciale de détail, c'est-à-dire vente d'un produit ou prestation à caractère commercial s'exerçant dans un local caractérisé par une surface de vente et localisé de manière précise ». Le choix de cette définition permet de caractériser le point de transaction à l'aide des attributs suivants (E. Jaspard, 2009)² : la géométrie (point) ; la localisation (coordonnées et adresse) ; la surface de vente nette (mètre carré : m²) ; la nature commerciale.

Les informations obtenues de ces variables permettent d'organiser l'article en deux axes à savoir : la présentation de la zone d'étude et du service mobile paiement; la présentation et l'analyse des résultats. La réflexion se base sur un cadre théorique relatif aux comportements spatiaux des réseaux de points de transactions dans la ville de Daloa.

Ainsi, l'objectif de cet article est de comprendre les logiques d'implantation des points de transaction du mobile paiement à Daloa en recourant à leurs modes de déploiement. La difficulté à laquelle a été confrontée l'étude est la durée de vie et la vitesse de déploiement. Si l'identification et la localisation des points de transaction paraissent simples, les stratégies d'implantation ne le sont pas. Cependant l'existence de source documentaire s'y affairant et le questionnaire établi à cet effet permettent d'atteindre l'objectif de l'étude.

Les premiers points de transaction sont apparus dans l'espace urbain de Daloa, au premier trimestre de 2009 (enquêtes personnelles de terrain, janvier-mars 2016), dans le quartier commerciale à cause de la concentration des 2/3 des activités socio-professionnelles. L'effet d'agglomération des activités souligne la présence d'autres points de transaction plus tard.

² In classification géométrique des espaces commerçants wallons. Vers une objectivation des caractéristiques morphologiques des nodules ? 2011, P.36

La localisation étant conditionnée par le fait que le client doit se déplacer, en conséquence, les points de transaction sont répartis en fonction de la clientèle d'où l'inégale répartition observée sur le terrain. A. Lemelin (1991, p. 444) affirme : « qu'il s'ensuit une faible concentration des activités à des endroits de la ville ». Pour lui, la localisation des services courants est influencée à la fois par la répartition des emplois et par celle des résidences. En somme, les choix de localisation étant étalés dans le temps, la configuration spatiale des points de transaction observés pendant la période de l'étude ne sera pas une configuration d'équilibre à long terme mais un équilibre transitoire.

Des auteurs comme G. Devillet (2011, p. 86), G. Cliquet (2002, p. 393-403), J. P. Grimmeau et B. Wayens (2000, p. 23), R. Laulajainen (1987, p. 191), P. Nicholson et R. Vanheems (1998, p. 111), J. B. Mason et M. Mayer (1990, p. 42) et P. Brown (1992, p. 171) ont abordé la question des stratégies et des logiques de localisation des points de vente dans le cadre du commerce de détail dans leurs études.

M. Mayer et J.B. Mason (1990, p. 42), se penchant sur les stratégies de localisation, en spécifient trois: la domination régionale, la saturation du marché et la concentration sur les petites villes. Abondant dans le même sens, P. Brown (1992, p. 171) décrit trois stratégies spatiales basées sur les travaux de R. Laulajainen (1987, p. 191) et proposent des modes de localisation comme l'évitement, l'imitation et la prédation. Il ajoute aux trois stratégies de localisation, la stratégie de « complémentarité » ou de « parasite ». Elle consiste à se localiser à proximité d'une place centrale pour profiter simplement de son attraction. Selon Brown, cette stratégie ne relève pas d'une réflexion spatiale puisqu'elle est basée sur une opportunité. Cependant, elle est plus développée pour la plupart des propriétaires des kiosques et boutiques interrogés dans la ville de Daloa. Ces différents auteurs ne montrent pas comment les localisations sont décidées comme le souligne G. Cliquet et J. M. Josselin (2002, p. 60). Les stratégies de localisation du commerce de détail se réfèrent à la théorie de la diffusion. Mises en place pour couvrir le territoire par un réseau de points de vente, elles sont souvent décrites a posteriori.

Le déploiement est un phénomène classique de diffusion intégrant par essence une dimension temporelle (G. Devillet, 2011, p. 82). La diffusion implique la détermination du périmètre du système. Selon la théorie de la diffusion (T. Hägerstrand, 1952, p. 57), les formes de la diffusion se tiennent entre deux cas limites soit totalement aléatoire, soit en tâche d'huile dans toutes les directions. Les études empiriques montrent que deux types de diffusion sont fréquemment rencontrés. La diffusion

hiérarchique, en lien direct avec la théorie des lieux centraux et la diffusion par contagion (T. Saint-Julien, 1992, p. 148). Les diffusions hiérarchiques et par contagion se combinent dans le temps et peuvent entraîner un renforcement de la hiérarchie existante dans le cas d'un système urbain (T. Saint-Julien, 1982, p. 11).

Le concept de diffusion spatiale d'une innovation est adapté à notre étude car c'est un point de transaction qui fait l'objet de la diffusion et non un produit. Le déploiement d'un réseau de point de transaction (kiosque et boutique) n'est pas un phénomène qui se diffuse de manière autonome dans l'espace puisqu'il relève d'un rapport de propagation (P. Brown, 1981, p. 33). L'opérateur économique décidant de la diffusion. Après une période d'exercice, il implante un autre kiosque ou une autre boutique avec le bénéfice réalisé du premier point de transaction. L'implantation d'un kiosque ou d'une boutique est liée à un marché, à un nœud ou à une zone attractive, à une linéarité avec la caution de l'opérateur de la téléphonie mobile. Les acteurs des points de transaction sont influencés par l'environnement concurrentiel, les opportunités foncières, les constats et les observations sur le terrain et non par des études de marché.

Les partenaires des maisons de la téléphonie mobile proposent le même produit dès lors les choix de localisation sont possibles par la recherche de la proximité concurrentielle ou par le maillage territorial. Des stratégies d'implantation globales sont observées.

Abordant la proximité géographique, S. Liarte (2004, p. 2) souligne que celle-ci engendre des effets positifs dans le cadre d'un réseau de distribution en position d'infériorité. Les points de transaction du paiement ont bénéficié des économies d'agglomération au centre-ville de Daloa où sont situées des centralités. Cependant, la recherche de clients potentiels conduit les partenaires des maisons de la téléphonie mobile à implanter des points de transaction à des zones non stratégiques de la ville. Au-delà de la proximité observée, les partenaires de MTN et de MOOV s'implantent à proximité du leader ORANGE à la recherche de légitimité. Ainsi en imitant le leader, ils connaissent le succès. La question de la légitimité devient centrale et fondamentale car elle influence le comportement des clients.

1. Considérations méthodologiques

Les résultats présentés dans cet article sont issus des observations et des enquêtes de terrain entre janvier et mars 2016. En effet, les kiosques et

boutiques de mobile paiement à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile sont visibles à partir de la rue et des places centrales. Ainsi un taxi communal offrant ses services a permis de parcourir toute la ville de Daloa en les localisant avec un GPS Garmin 60. Une pré-enquête durant le mois de décembre 2015 a permis de dénombrer 397 kiosques et boutiques constituant ainsi la base de sondage. Dès lors l'échantillonnage aléatoire stratifié est retenu. Les tableaux 1, 2 et 3 décrivent comment les échantillons sont obtenus. L'ensemble des données permet de tester les théories de diffusion spatiale de localisation.

Tableau 1 : Recensement des points de transaction à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile dans la ville de Daloa

	ORANGE	MTN	MOOV	TOTAL
Kiosques	71	60	11	142
Boutiques	129	103	23	255
TOTAL	200	163	34	397

Enquêtes personnelles de terrain, janvier-mars 2016

Tableau 2 : Nouvelle taille dans la strate 1

	ORANGE	MTN	MOOV	TOTAL
Kiosques et Boutiques	126	103	21	250

Enquêtes personnelles de terrain, janvier-mars 2016.

Tableau 3 : A enquêter dans chaque strate des opérateurs

	ORANGE	MTN	MOOV	TOTAL
Kiosques	45	38	7	90
Boutiques	81	65	14	160
TOTAL	126	103	21	250

Enquêtes personnelles de terrain, janvier-mars 2016.

Le questionnaire a été administré oralement auprès des gérants et propriétaires de kiosque et de boutique.

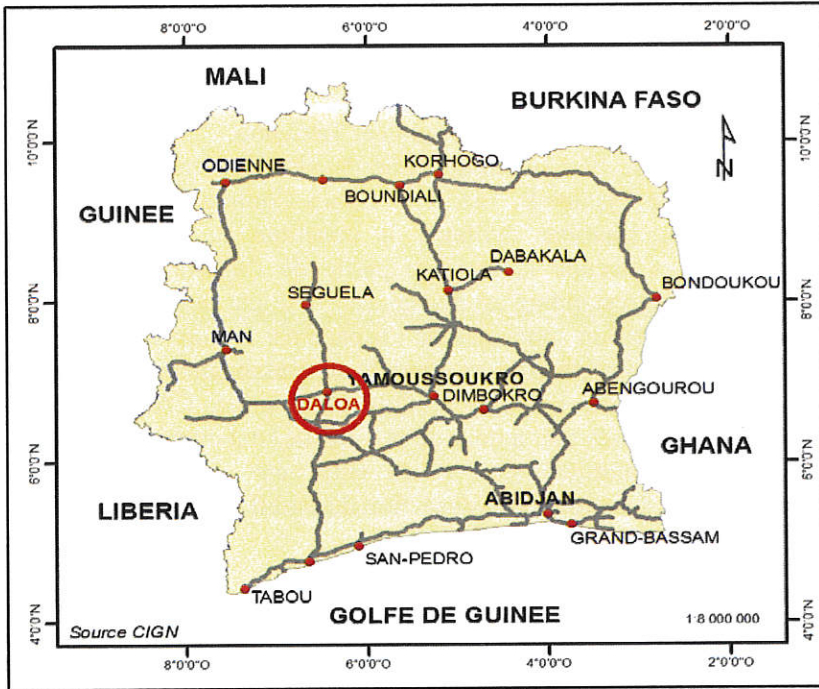
2. Présentation de la zone d'étude et du service mobile paiement

2.1. Situation géographique de la ville de Daloa et ses attraits favorisant le déploiement des points de transaction à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile

Située à 6°52'38 de latitude nord et 6°27'0 de longitude ouest, Daloa est une ville du Centre-Ouest de la Côte d'Ivoire, en Afrique de l'ouest. Chef-lieu du département homonyme et de la région du Haut-

Sassandra, la ville de Daloa est située à 141 km de Yamoussoukro la capitale politique et à 383 km d'Abidjan la capitale économique (figure 1).

Figure 1: Situation géographique de Daloa en Côte d'Ivoire



Source : CIGN

Daloa est limitée au nord par les villes de Vavoua et de Zuenoula, au sud par celle d'Issa, à l'ouest par celle de Zoukougbeu et à l'est par celle de Bouaflé.

La ville de Daloa est née de la communauté de quatre villages : Lobia, Labia, Gbeuliville et Tazibouo en bordure des pistes Nord-Sud et Est-Ouest. L'urbanisation s'est faite progressivement autour de ces villages. Aujourd'hui, Daloa est composé d'un noyau urbain de trente quartiers, entourés d'une zone suburbaine, comptant sept villages-quartiers annexés en 1986 pour l'extension de la commune.

Avec une population chiffrée à 266 000 habitants (RGPH, 2014)³, Daloa est la troisième ville après Abidjan et Bouaké en termes de

³ Recensement général de la population et de l'habitat effectué chaque 10 ans par l'Institut national de la statistique de Côte d'Ivoire.

population et s'étend sur une superficie de 4100 ha. On y rencontre plusieurs types d'habitat repartis en cinq catégories en fonction de leur niveau de services, de leur mode de construction et de la densité d'occupation (haut standing, bon standing, moyen standing, évolutif, spontané).

L'habitat de haut standing composé par des constructions individuelles de faible densité est localisé essentiellement au nord de la ville dans les quartiers Piscine, Kirman et Tazibouo.

L'habitat de bon standing a une densité moyenne et se développe dans les quartiers Piscine B, Tazibouo, Lobia, Commerce et Orly.

Quant à l'habitat évolutif, il constitue la plus forte densité d'occupation et occupe la majeure partie de l'habitat à Daloa. Enfin, l'habitat de moyen standing est dispersé à l'intérieur des quartiers d'habitat évolutif. L'occupation spontanée de l'espace par la population qui ne peut accéder aux terrains planifiés a conduit progressivement à la création de sept quartiers précaires : Orly I, Orly II, Manioc, CAFOP⁴, Soleil II, Kennedy. Disséminés tout autour de la ville, ils sont en général très denses. Les différents quartiers sont reliés entre eux par une voirie lieux d'emplacement des points de transaction du mobile paiement.

2.1.1 Daloa, un centre de commandement

L'évolution administrative de la ville de Daloa lui a conféré un statut de pôle régional. En considération de ce statut, des équipements ont été mis en place. Entre autres équipements à fort pouvoir d'attraction, on relève les marchés et centres commerciaux, des services para-publics et publics spécialisés et un réseau bancaire de huit établissements de finance et de micro-finance. L'agglomération de Daloa exerce une influence importante sur le milieu rural, l'environnement et au-delà, sur une grande partie de la moitié ouest de la Côte d'Ivoire.

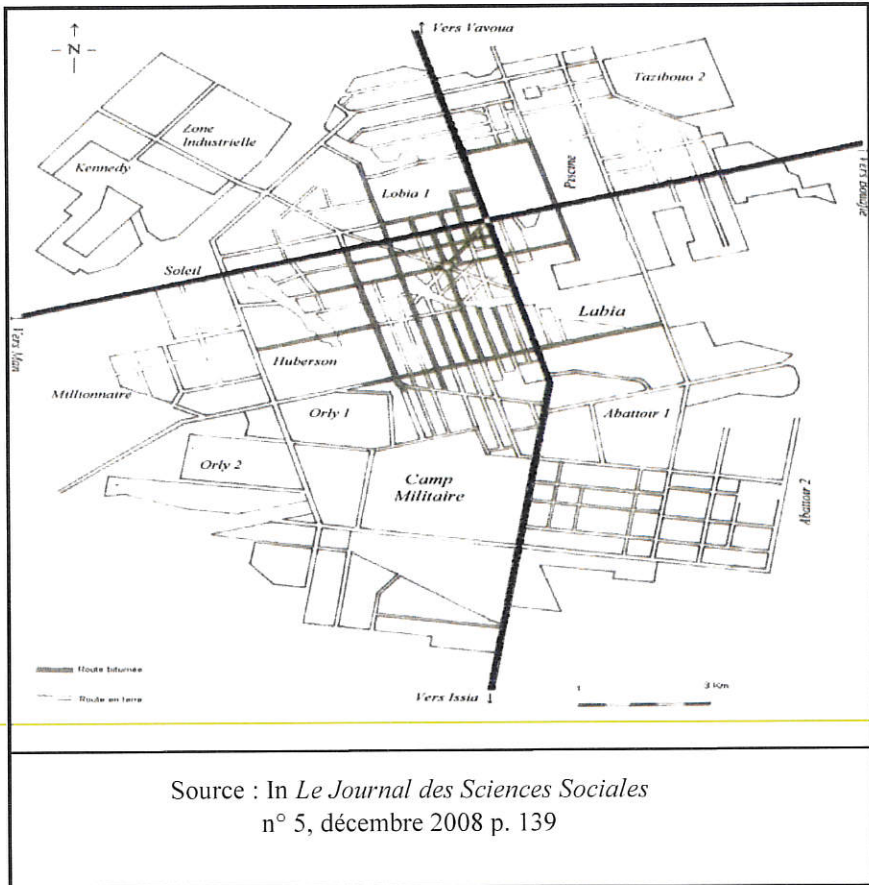
Aussi l'étalement de la ville consécutif à la dynamique démographique et économique suscite-t-il l'installation des opérateurs de la téléphonie mobile.

2.1.2. Le réseau de voirie de Daloa sur fond de plan en damier

Le réseau viaire de Daloa se présente dans son ensemble sur fond de maille orthogonale, comme le présente la figure 2

⁴ Centre d'animation et de formation pédagogique.

Figure 2 : Le réseau de la voirie de Daloa



Source : In *Le Journal des Sciences Sociales*
n° 5, décembre 2008 p. 139

A travers cette figure 2, deux grands axes partagent la ville en quatre grands secteurs. Ce sont les tronçons urbains des axes Nord-Sud (route Vavoua-Issia) et Est-Ouest (route Man-Abidjan). Ces deux grands axes se croisent au quartier Commerce et Administratif, formant le rond-point central de la ville. Ils font de Daloa une place centrale où converge une grande partie de voyageurs et des produits de la région.

A côté de ces axes, nous avons des axes secondaires dont :

- quatre encadrent Dioulabougou et relient d'une part les quartiers Soleil ; Gbobelet et Commerce au Nord, d'autre part le quartier Orly à l'Ouest et Lubia à l'Est ;

- deux axes aboutissent au quartier Kirman ; l'un part du grand marché et passe par le monument aux morts puis au quartier Commerce, l'autre vient du quartier Piscine ;
- une voie désenclave le quartier Huberson en se raccordant à la voie du grand marché ;
- enfin, un long tronçon en terre ceinture la ville et prend le nom du quartier qu'elle traverse (la ceinture d'abattoir 2, de Tazibouo, de Kennedy et la ceinture d'Orly 2).

En somme, les évolutions spatio-temporelles de la ville de Daloa engendrent un espace à configuration diversifiée. Dès lors, sa structure apparaît incontestablement favorable au déploiement des points de transaction à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile.

2.2. Le paiement mobile ou m-paiement, une nouvelle donne dans le quotidien des habitants de Daloa

Le mobile paiement correspond aux paiements pour lesquels le mobile est utilisé pour initier ou confirmer le paiement. Il trouve aujourd'hui son actualité dans de nombreux usages de paiement (transfert d'argent, règlement de factures, paiement en magasin, paiement en distance, etc.) techniquement réalisables avec le téléphone mobile. Cette définition est à distinguer des concepts suivants qui ne sont pas abordés dans cet article: le paiement sans contact, le « sans contact », et le *mobile banking*.

2.2.1. La téléphonie mobile cellulaire, promoteur du m-paiement

Dans un monde où les technologies permettent une explosion des échanges, le mobile transcende les usages empiriques de communication par la voix et représente une porte d'accès à des services. La Côte d'Ivoire, pays de l'Afrique de l'Ouest est dotée de cinq opérateurs de réseaux mobiles : ORANGE, MTN, MOOV, KOZ et GREEN. Le secteur du mobile, très concurrentiel en raison de la libéralisation étendue du secteur, est extrêmement ouvert aux investissements étrangers. Ces investissements permettent d'injecter d'importants capitaux dont bénéficie le secteur. On trouve aussi bien de grandes multinationales que des entreprises de taille plus modeste parmi ces opérateurs.

La Côte d'Ivoire dispose d'un écosystème sur lequel reposent les opérateurs de la téléphonie mobile. Il s'agit des boutiques, les R & D⁵ et techno centre, les ressources techniques et marketing, les relations clients.

⁵ Des centres de recherche et développement.

Ainsi depuis plusieurs années, les opérateurs de la téléphonie mobile développent des services pour les entreprises et les particuliers afin de faciliter les échanges entre autres le m-paiement. Le paiement par mobile est un service qui connaît une effervescence particulière à la hauteur des enjeux associés. Le service se décline comme un véritable marché économique mettant à la croisée des chemins des acteurs qui restaient plutôt étanchés jusqu'à ce jour.

Le m-paiement repose sur des technologies spécifiques et rendu possible grâce à des partenariats entre les fournisseurs de biens et services, les fournisseurs de services bancaires, les fournisseurs de systèmes d'exploitation ainsi que les concepteurs de Smartphones.

Lancé en 2008 par l'opérateur Orange, puis par les opérateurs MTN et Moov, le m-paiement permet d'accéder à des services financiers élémentaires comme les dépôts, les transferts et réception d'argent à partir de n'importe quel téléphone mobile sans avoir besoin d'un compte bancaire formel. A ces services, les utilisateurs ont la possibilité de faire des achats en ligne, d'acheter du crédit de communication, de régler rapidement les factures. Afin de garantir le succès d'un service novateur, la proximité du client constitue le facteur déterminant. Les outils pour créer la proximité sont le recours massif aux vendeurs sur le terrain. Dès lors sur l'espace urbain de Daloa, 142 kiosques et 255 boutiques à l'enseigne des trois opérateurs de la téléphonie mobile ont été dénombrés et représentés dans le tableau 4.

Tableau 4 : Recensement des points de transaction à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile dans la ville de Daloa

	ORANGE	MTN	MOOV	TOTAL
Kiosques	71	60	11	142
Boutiques	129	103	23	255
TOTAL	200	163	34	397

Enquêtes personnelles de terrain janvier-mars 2016.

2.2.2. Les différents usages du m-paiement

✓ *L'accès à un porte-monnaie électronique*

L'accès à un compte bancaire reste difficile pour l'essentiel de la population des pays africains en général et pour celle de la Côte d'Ivoire en particulier. Entre autres raisons évoquées par les enquêtés dans la ville de Daloa : des conditions d'ouverture de compte strictes, des frais récurrents élevés, la rareté et la concentration des agences au centre-ville.

En effet, depuis le lancement de l'offre en 2008, tout client de chaque opérateur de la téléphonie mobile s'inscrit au service *global money* à la simple condition de disposer d'une carte SIM et d'une carte d'identité. Pour le moment l'inscription est gratuite et se fait dans l'un des points de transaction *global money* avec les indépendants. Aussi peut-elle se faire grâce aux nombreuses équipes de vente mobiles présentes sur le terrain et qui vont à la rencontre des habitants. Une fois l'inscription réalisée, un porte-monnaie électronique gratuit et sécurisé est associé à la ligne du client.

✓ *Dépôt d'argent sur le porte-monnaie électronique*

Dans la majorité des régions ivoiriennes, les espèces sont le mode de paiement dominant. Ainsi la possibilité de convertir de l'argent liquide en argent électronique est devenue un levier majeur pour le développement de la société. En effet, la dématérialisation de la monnaie permet de fluidifier les échanges, de sécuriser les transactions et représente un levier économique à la fois pour les institutions, pour les entreprises mais aussi pour les populations.

Ainsi pour alimenter son porte-monnaie électronique, le client se rend dans un kiosque et/ou une boutique partenaire et remet le montant désiré en espèces au vendeur. Celui-ci, qui dispose de son propre compte distributeur *global money*, a besoin seulement de son mobile, de son code secret et du numéro du client. Après validation, le vendeur et le client reçoivent un SMS⁶ de confirmation certifiant le succès de l'opération, le compte est crédité instantanément.

✓ *Transfert d'argent*

Jusqu'à l'avènement du m-paiement, les transferts se font de la main à la main, occasionnant des déplacements qui se comptent parfois en jours. Avec le m-paiement, le transfert d'argent s'effectue simplement, rapidement, à tout moment et n'importe où. Pour transférer de l'argent, le client saisit le numéro du destinataire, le montant et le valide avec son code secret. Le destinataire est notifié par SMS de l'envoi et peut immédiatement disposer de l'argent soit « virtuellement » soit sous forme de *cash* retiré en point de transaction. En quelques minutes l'argent est reçu, disponible et prêt à être utilisé.

⁶ Short message service.

✓ *Retrait d'argent*

Avec le m-paiement, le retrait d'argent s'effectue aussi simplement que le dépôt. Le client se rend dans le point de transaction le plus proche et indique au vendeur le montant de la somme qu'il souhaite retirer. La transaction n'est confirmée qu'après validation par l'utilisateur à l'aide de son code secret.

✓ *Paiement de factures et d'achats*

En Côte d'Ivoire, le paiement des factures (eau, électricité, facture de réabonnement canal, de téléphone...) et des frais de scolarité est souvent exigé en *cash*, engendrant une véritable perte en temps et parfois en frais de déplacement. Grâce à des accords passés avec les pouvoirs publics et les entreprises, le m-paiement offre une alternative aux déplacements et aux files d'attentes. Ainsi, après avoir rechargé son compte dans n'importe quel point de transaction, le client indique son numéro de facture dans le menu de son mobile et valide le paiement en quelques secondes. Il reçoit ensuite une confirmation de la transaction.

✓ *Achat de crédit téléphone*

L'achat de minutes de communication à des revendeurs est un geste quotidien pour les utilisateurs du mobile. Le client peut acheter du crédit de communication à tout moment et n'importe où, voire emprunter un crédit de communication qui sera payé une fois le compte rechargé.

2.2.3. *Tarifification client*

Les opérateurs de la téléphonie mobile possèdent un modèle économique qui leur est propre et adapté aux besoins des clients. Il n'y a donc ni frais d'inscription ni frais de tenue de compte pour les clients. Pour garantir la viabilité du modèle, une commission est prélevée sur certains types de transaction dont le montant est de 3% en moyenne du montant retiré. A cela, le client ajoute une somme de 100f CFA comme frais de timbre à l'Etat. Ce taux est respecté sur le terrain lors de nos différents passages.

Le retrait d'argent, le transfert et le paiement des factures occasionnent des frais tandis que le dépôt d'argent, l'achat de crédit de communication et le paiement marchandise sont gratuits sur les sites Web des trois opérateurs de la téléphonie mobile pratiquant le m-paiement. Celui-ci présente des avantages pour les opérateurs économiques et pour les clients⁷.

⁷ - Suppression des risques de braquage, des difficultés de rendu de monnaie.

Pour les populations, les services de m-paiement présentent de nombreux avantages : des tarifs 3 à 5 fois inférieurs à ceux pratiqués par les banques ou les sociétés de transferts d'argent comme *Money Gram* ou *Western Union*; aussi un accès aux services 24h/24h et 7/7jours, grâce à des points de distribution au plus proche des populations et la possibilité d'effectuer des transferts d'argent, même très faibles, de personne à personne. Par exemple; les sommes de 500, 1000, 1500 FCFA.

3. Présentation et analyse des résultats

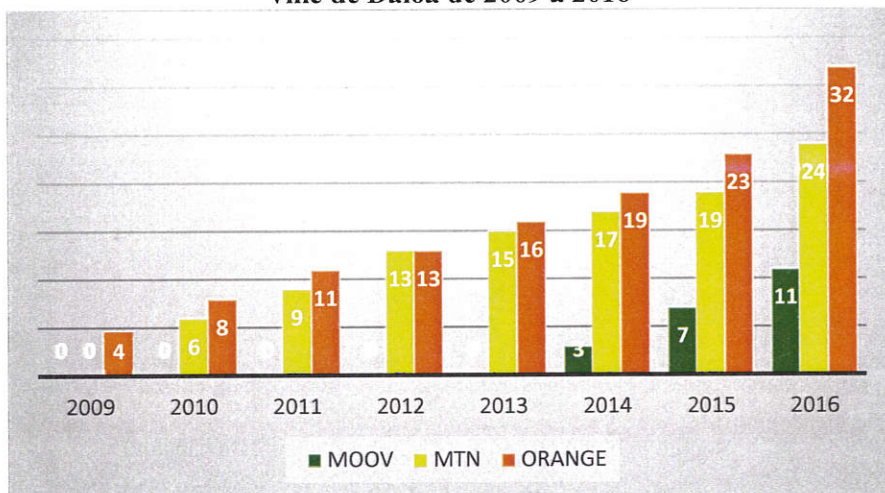
3.1. Apparition des points de transaction dans l'espace urbain de Daloa

La Banque centrale des Etats de l'Afrique de l'ouest (BCEAO) initie en mars 1999 le projet de modernisation des systèmes de paiement en vue de conforter la solidité du système financier et d'intégration économique au sein de l'Union économique monétaire ouest africain (UEMOA). Ainsi, en 2004, de nouveaux systèmes de paiement entrent en production. Dès lors, les opérateurs de la téléphonie mobile (ORANGE CI, MTN, MOOV) lancent le *global money* ou le mobile paiement (m-paiement).

En effet, le m-paiement offre des services diversifiés plus adaptés et accessibles aux populations à faibles revenus. Installés dans la capitale économique de la Côte d'Ivoire, les opérateurs de la téléphonie mobile lancent ce nouveau produit dans les villes de l'intérieur du pays à travers des points vocaux. De ces points vocaux, des contrats de partenariat sont signés avec des particuliers et des entreprises de distribution de produits télécom afin d'implanter des points de transaction. Ainsi, dans l'espace urbain de Daloa, apparaissent les premiers points de transaction en 2007. D'abord timidement, ils atteignent 397 au premier trimestre de l'année 2016 selon nos enquêtes de terrain. La figure 3 présente l'évolution de la taille des points de transaction du m-paiement dans la ville de Daloa au cours de la période étudiée.

-
- Economie d'au moins 95% du temps de traitement de clôture de caisse.
 - Qualité et fiabilité du *reporting* du paiement.
 - Economie d'au moins 40% sur le coût lié aux prestations de ramassage de fond.
 - Economie d'au moins 80% du temps de traitement de paie.

Figure 3 : Evolution des points de transaction du m-paiement dans la ville de Daloa de 2009 à 2016



Source : OUATTARA Sahoti, mars 2016

L'opérateur ORANGE possède un nombre de points de transaction plus important que les opérateurs MTN et MOOV jusqu'au premier trimestre de 2016. Il est suivi de MTN et enfin MOOV. Nos statistiques présentent l'opérateur ORANGE comme le leader sur le marché.

3.2. Des points de transactions exigeants et indifférents

Il existe deux types de points de transaction : les kiosques et les boutiques. Les photos 1 et 2 présentent des exemples. Les points de transaction se différencient selon leur caractère exigeant (formel)⁸ ou indifférent (informel)⁹. (J.P. Grimmeau et B. Wayens, 2000 in G. Devillet, 2011, p. 84). La photo 1 ci-dessous présente une boutique d'un partenaire local de l'opérateur de la téléphonie mobile Orange. La réalisation d'une telle infrastructure nécessite un investissement financier lourd.

⁸ Un local équipé avec une surface de 4 à 9 m², s'ouvrant du lundi au samedi de 7 h à 19 h, des ressources : un encadreur, un matériel roulant, un gardien (Vigile). Coût élevé d'installation évalué entre 1,5 à 2,5 millions de franc cfa.

⁹ Un box d'environ 1,5 m², s'ouvrant du lundi au samedi de 8 h à 18 h avec une pause de 12 h à 13 h, Faible coût d'installation allant de 50000 à 100000 francs cfa.

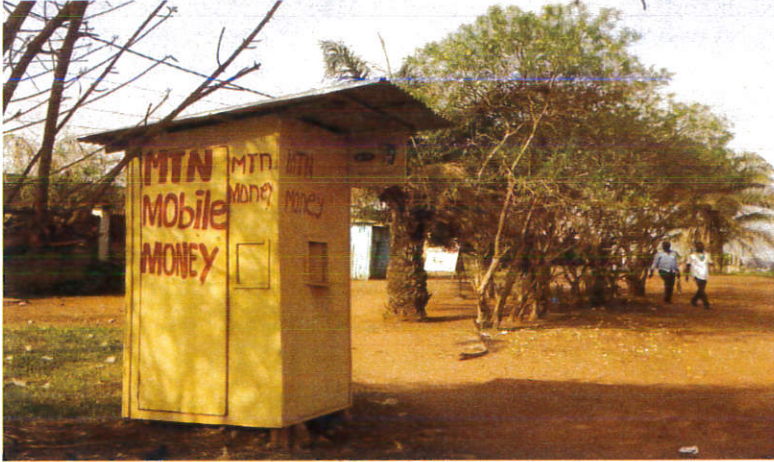
Photo 1: Une boutique de l'opérateur ORANGE à caractère formel



Source : Cliché OUATTARA Sahoti, mars 2106 (Daloa)

La photo 2 présente un kiosque à caractère indifférent dont le coût d'implantation est minime comparé à celui de la boutique.

Photo 2 : Un kiosque de l'opérateur MTN à caractère indifférent



Source : Cliché OUATTARA Sahoti, mars 2016 (Daloa)

3.3. Une inégale distribution spatiale des points de transaction

Les kiosques et les boutiques à l'enseigne des trois opérateurs de la téléphonie mobile localisés dans la ville de Daloa sont représentés sur la carte de répartition ci-dessous.

Figure 4 : Localisation des points de transaction à Daloa au premier trimestre de 2016



La figure 4 est illisible pour le commun des mortels car la forte densité des points de transaction montre l'importance et l'appropriation du m-paiement. Aussi sont-ils inégalement répartis dans le tissu urbain. Des points de transaction sont observés le long des grands axes routiers, sur des ruelles à l'intérieur des quartiers ; dans le quartier Commerce, autour des marchés, des services et des gares routières. Ils épousent la forme des lieux sur lesquels ils sont implantés. Dans cette logique, la concentration des points de transaction s'inscrit dans la hiérarchie urbaine existante. Les opérateurs économiques recherchent les économies d'agglomération et privilégient les espaces où se concentrent clients et partenaires économiques. Les places centrales sont susceptibles d'être des endroits à proximité de la clientèle visée. Par contre, certains points se dispersent en périphérie à la recherche de clients éparpillés.

Ainsi la localisation de ces points de transaction dépend surtout de la recherche des emplacements avec un grand nombre de clients pour éviter les risques de non-retour sur le plan financier. La bonne localisation se transforme dès lors en chiffres d'affaires.

3.3.1. Paradoxe dans le choix d'implantation des opérateurs économiques

Généralement, les opérateurs économiques évitent au maximum les emplacements où l'on trouve un nombre important de concurrents quand il s'agit de la même offre. Cependant le constat sur le terrain est différent. En effet afin de capter la clientèle, les points de transaction à l'enseigne de

chaque opérateur de la téléphonie mobile se sont implantés côte à côte comme le montre la photo 3.

Photo 3 : Cohabitation entre deux points de transaction à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile ORANGE et MTN



Source : Cliché OUATTARA Sahoti, mars 2106. (Daloa)

S'implanter à proximité de ses concurrents est une stratégie qui semble s'apparenter à du parasitisme de la part des acteurs. En effet, le parasitisme naît du fait que chaque installation de point de transaction profite de l'attraction des places centrales sur l'espace urbain de Daloa.

Certains propriétaires s'offrent les services de deux voire de trois opérateurs de la téléphonie mobile dans la même boutique ou dans le même kiosque comme le montre la photo 4 ci-dessous.

Photo 4 : Un exemple de boutique associant les offres de trois opérateurs de la téléphonie mobile



Source : Cliché OUATTARA Sahoti, mars 2106. (Daloa)

44,44 % des propriétaires de kiosque et 54,38 % de ceux de boutique estiment que la marge bénéficiaire est infime pour couvrir les

charges de fonctionnement en collaborant avec un seul opérateur. Il est donc judicieux de multiplier ses chances.

3.3.2. *Le choix d'implantation : une différenciation spatiale*

Contrairement à la différenciation classique dite verticale¹⁰, les opérateurs économiques adoptent la stratégie de focalisation comme moyen de différenciation de l'espace¹¹. Il est communément admis que le client n'accorde pas la même préférence à un lieu géographique. Selon le principe de l'effort minimum (G. K. Zipf, 1949 in S. Liarte, 2003, p. 4), le client a tendance à préférer le lieu qui lui est proche géographiquement. Chaque zone géographique n'est pas identique aux yeux de celui-ci. Le simple fait de localiser un point de transaction sur une zone particulière le différencie de ceux qui sont situés dans d'autres zones géographiques. Parmi les opérateurs économiques exerçant à Daloa, PRIMO SERVICES¹² est le seul à la pratiquer apportant ainsi une réponse aux mobilités des clients.

3.3.3. *Classification des lieux d'implantation*

L'inventaire des points de transaction permet une classification des lieux d'emplacement en trois types de localisation.

- *Les localisations banales*

L'étalement urbain et la croissance démographique amènent les opérateurs de la téléphonie mobile à exiger de leurs partenaires locaux la couverture totale de l'espace urbain en points de transaction. Ainsi, des kiosques sont implantés à l'intérieur des quartiers comme sur les marges périphériques de la ville. Par exemple un kiosque PRIMO SERVICE est implanté à la sortie sud de la ville où nous n'avons observé aucune polarité. D'autres le sont à l'intérieur des quartiers sans tenir compte de la présence d'une place attractive ni de la concentration de population. Nous en avons recensé dans les quartiers Tazibouo, Fatiga, Marais, Lobia, Huberson, Orly 1 et au quartier Garage.

¹⁰ Proposition d'un produit ou d'un service présentant des caractéristiques perçues comme distinctes de celles par les concurrents.

¹¹ Différenciation horizontale : lorsque l'évaluation des caractéristiques d'un espace varie d'un client à un autre.

¹² PRIMO SERVICES est le partenaire d'ORANGE couvrant en kiosques les régions administratives du Haut
Sassandra, de la Marahoué, du Gôh, du Worodougou, du Béré et du département de Lakota.

- *Les localisations moyennes*

L'implantation des points de transaction se fait le long des axes nord-sud (route Vavoua-Issia) et est-ouest (route Man-Abidjan). Aussi, sur les artères des quartiers, 62 ont été répertoriés sur l'axe est-ouest ; 96 sur l'axe nord-sud.

- *Les meilleures localisations*

Sans des études de marché, les indépendants et les partenaires locaux implantent des points de transaction à des « points stratégiques », c'est-à-dire autour des marchés, des gares routières, près des commerces, des usines, des établissements scolaires et cités universitaires, des services administratifs concentrés au quartier commerce et à des carrefours (nœuds routiers).

3.4. La proximité entre les opérateurs : la recherche de légitimité et d'indulgence concurrentielle

Les opérateurs économiques ne font pas que lutter pour des ressources et des clients. Ils luttent également pour une légitimation institutionnelle dans une optique de bien-être tant social qu'économique. La légitimité influence non seulement le comportement des clients vis-à-vis d'eux mais également la façon dont ils la comprennent. En effet, un opérateur économique légitime est perçu comme plus digne de foi et plus prédictible (M. C. Suchman, 1995, p. 574). Cette approche justifie le choix de localiser ses points de transaction à proximité de ceux de ses concurrents. Du fait de l'imitation, l'ensemble des opérateurs économiques implantent leurs points de transaction dans un même espace géographique afin d'obtenir une légitimation. Le choix de l'emplacement du point de transaction est une décision fondamentale. De façon générale, s'implanter à proximité de ses concurrents n'est pas perçu comme une contrainte mais représente plutôt une opportunité de se glisser dans un réseau d'organisation (E. Hoffman, 1999, p. 361). Implanter les points de transaction à proximité de ceux des concurrents est par conséquent une stratégie souhaitable.

Toutefois, il est important de prendre en compte les réactions des concurrents qui peuvent s'avérer agressives (P. Baumard, 2000, p. 113) et de gérer la surpopulation dans une même zone géographique. La théorie de la concurrence multi-points prédisant l'apparition d'une indulgence mutuelle entre les opérateurs, une certaine tranquillité concurrentielle est observée sur les lieux d'emplacements. L'apparition de l'indulgence

mutuelle entre concurrents s'explique par les logiques de dissuasion (W. Edwards, 1955, p. 346) et de coopération tacite (G. Simmel, 1950, p. 47).

Conclusion

L'analyse des lieux d'implantation des points de transaction à l'enseigne des opérateurs de la téléphonie mobile a permis de déceler les modes de déploiement des partenaires des opérateurs de la téléphonie mobile dans l'espace urbain de Daloa. Il en ressort que le statut de la ville de Daloa a favorisé cette implantation. Cependant différentes stratégies ont été utilisées par chaque catégorie d'opérateurs économiques.

Les opérateurs économiques s'installent dans la ville de Daloa par des accords avec les opérateurs de la téléphonie mobile. La collaboration est basée sur un partenariat gagnant-gagnant. Ils sont liés par un contrat devenant ainsi les interlocuteurs dans la ville de Daloa. Ils sont de deux sortes : les entreprises de distribution de produits télécom et les indépendants.

Les indépendants installent leurs points de transaction à proximité d'une place centrale afin de profiter de son attraction. P. Brown, en 1992, qualifie ce mode de localisation de « complémentarité » ou de « parasite ». Par contre les partenaires exclusifs des opérateurs de la téléphonie mobile ont obligation de couvrir l'espace urbain en minimisant les coûts d'exploitation. Il s'agit de la diffusion de proche en proche. En effet, les opérateurs de la téléphonie mobile se fixent l'objectif de rapprocher leurs offres à la population. Ainsi ils s'attachent les services des distributeurs de produits télécom dans les espaces urbains après avoir divisé la Côte d'Ivoire en sept zones de déploiement de kiosques. L'espace urbain de Daloa fait partie du partenaire PRIMO SERVICE couvrant les régions administratives du Haut Sassandra, de la Marahoué, du Gôh, du Worodougou, du Béré¹³ et du département de Lakota.

La stratégie de la localisation résultant de nos enquêtes de terrain obéit aux comportements de la clientèle et non de la taille du point de transaction.

¹³ Appellation locale des régions après l'organisation administrative de la Côte d'Ivoire.

Références bibliographiques

- AMAR Yacine, 2014, *Mise en place d'un porte-monnaie électronique lié aux cartes d'étudiants: cas du CESAG*, Master Banque et Finances.
- BAMBA Mamadou, 2011, *Téléphonie mobile et structuration de l'espace à Adjamé*, mémoire de maîtrise, Abidjan-Cocody, Université Félix Boigny.
- BANQUE CENTRALE DES ETATS DE L'AFRIQUE DE L'OUEST, 2011, *la politique et les agrégats monétaires dans les zones d'émission africaines, Le développement du mobile banking dans l'UEMOA*, Banque de France, Rapport annuel de la Zone franc, p. 81-82
- BAUMARD Philippe, 2000, *Analyse stratégique : mouvements, signaux concurrentiels et interdépendance*, Paris, Dunod.
- BROWN Laurence, 1981, *Innovation diffusion, A new perspective*, New York: Methuen.
- BRUNET Roger, 2005, *Les mots de la géographie*, Montpellier : Reclus-La Documentation Française, Édition : 3e édition revue et augmentée.
- CHENEAU-LOQUAY Annie, 2000, *Enjeux des technologies de la communication en Afrique, Du téléphone à l'internet*, Karthala-Regards.
- DENOEL Christophe. 2008, *L'E-banking remplace-t-il la banque traditionnelle ou la complète-t- il? 2007-2008*, Mémoire de Master en Sciences de Gestion.
- DESSE René-Paul, 1999, « La mobilité des consommateurs et les nouveaux espaces commerciaux », *Espace, population, sociétés*, p. 281-289.
- DEVILLET Guénaël, 2011, « Modes de déploiement de réseaux de points de vente au sein d'un marché spécifique: l'exemple de la Belgique », *Bulletin de la Société Géographique de Liège*, 56, p. 81-98
- DURANTON Gilles, 1997, « La nouvelle économie géographique : agglomération et dispersion », *Économie & prévision*, n°131, 1997-5, p. 1-24
- FILIPPONI Claudio et MANGHERA Paola, 2002, *La localisation des lieux de commerce : le cas du Tessin*, Analyse géographique.
- FOURNIER Anne, 2010, *Localisation des activités économiques, transport et émissions de gaz à effet de serre*, Mémoire de Master 2 recherche.

- GAIGNE Carl, 2001, « Activité économique et espace : les déterminants de la spécialisation », communication au 50^e congrès de l'Association Française de science économique, Paris, 20 et 21/02/2001
- GAZE Pierre, 2003, « Nouveaux moyens de paiement : nouveaux risques ? », *Les Cahiers du numérique*, 1 Vol. 4, p. 93-113
- GNAMIEN Guy, 2002, *Téléphonie mobile, modes d'appropriation et structuration de l'espace urbain : exemple de la ville d'Abidjan*, Mémoire de DEA., Université de Bordeaux 3.
- HÄGERSTRAND Torste, 1950, *Innovation Diffusion as a Spatial Process*, Traduit par ALLAN Pred, (Chicago : University of Chicago Press, 1967).
- IGAUN, 2008, « Géographie ivoirienne », n°51 janvier 1999 p.
- KOFFI Brou-Emile, 2008, « Le transport de personnes et la structuration de l'espace urbain de Daloa », *Le Journal des Sciences Sociales* n°5, décembre, p. 127-142.
- LEMELIN André, 1991, « La logique du déploiement des activités économiques dans l'espace urbain de Montréal », *L'Actualité économique*, vol. 67, n° 4, p. 439-457
- LIARTE Sébastien, 2004, *La proximité géographique comme stratégie concurrentielle face au leader: le cas des chaînes de restauration rapide à Paris entre 1984 et 2002*, (13^e Conférence de l'AIMS. Normandie), Vallée de Seine 2, 3 et 4 juin 2004, 26 p.
- LIARTE Sébastien, 2003, *Comment localiser les unités de son réseau de distribution : entre évitement de la concurrence et recherche de proximité*, (XII^{ème} Conférence de l'Association Internationale de Management Stratégique), Les Côtes de Carthage - 3, 4, 5 et 6 juin 2003, 28 p.
- LOUKOU Alain François, 2003, « Economie informelle et télécommunication en Côte d'Ivoire: le cas des cabines téléphoniques privées », *Netcom*, vol. 17 n°1-2, p. 99-112.
- MASON Jean Baptiste et MAYER Mark, 1990 *Modern retailing, theory and practice*, 5th ed., BPI Irwin, Home-Wood, III.
- MICHAUD-TREVINAL Aurelia, 2002, *Localisation commerciale et mobilité du consommateur*, (5^{ème} colloque Etienne Thil), 26 et 27 septembre 2002.
- NICHOLSON Patrick et VANHEEMS Régine, 1998, « Les stratégies de multi-implantation des enseignes: l'influence de l'extension d'un réseau de vente sur la perception et la fréquentation des points de

- vente», Dijon, *Actes de la 3^e journée de Recherche en Distribution*, LATEC, Université de Bourgogne, p.107-117
- SAINT-JULIEN Thérèse, 1992, *Diffusion*, Montpellier, Reclus-La Documentation française.
- SALMON Kurt, 2009, Mobile paiement, une révolution venue du « Sud »! Enjeux et perspectives du développement du m-paiement.
- SIMMEL Georg, 1950, *The sociology of georg simmel*, K. H. wolff (éd.), New York, Free Press
- SUCHMAN Mark Charles, 1995, « Managing legitimacy : strategic and institutional approaches », *academy of management review*, 20 (3) : 571-610
- THISSE Jacques-François, 2002, « Dispersion, agglomération et ré-dispersion ? » *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, Armand Colin, p. 13 à 34.
- TOURE Mamoutou, 2010, « Logique des contrats et réalités du marché : la filière de la grande distribution des cartes de recharges téléphoniques », *Les Cahiers d'Outre-Mer*, PUB, n°251, p. 403 - 417
- VANDERCAMMEN Marc et JOSPIN-PERNET Nelly, 2010, *La distribution*, collection Perspectives marketing, De Boeck.
- VOLLE Pierre et DELECOLLE Thierry, 2012, *Élaborer une stratégie client*, Pearson France.s

Webographie:

- BELHEDI Amor, 2010, Les modèles de localisation des activités économiques, 203 p,
<http://mlae.site.voila.net>, <http://amorbelhedi.250free.com>. (Consulté le 26/12/2015)
- BYLYKBASHI Suela, L'impact de la situation concurrentielle sur la stratégie de lancement,
<https://www.google.com/#hl=en&q=BYLYKBASHI+Suela,+L%27impact>
 (Consulté le 26/12/2015)
- MINISTERE DE L'ECONOMIE ET DES FINANCES (Maroc),
 Déploiement de la téléphonie mobile de 4^{ème} génération au Maroc:
 Opportunités et défis <http://www.finances.gov.ma/depf/depf.htm>.
 (Consulté le 26/12/2015)
- NASSA Dabié Desiré Axel, 2011, «Contribution de la téléphonie mobile à la dynamisation du commerce informel dans la commune d'Adjamé à Abidjan en Côte d'Ivoire», <https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs->

00655619/document, version 1-31 décembre 2011, (Consulté le 26/12/2015)

PENICAUD Scharwatt, 2014, L'argent mobile en Côte d'Ivoire : histoire d'un revirement de situation, GSMA London Office, disponible sur <http://www.gsma.com/mobilefordevelopment/wp-> (Consulté le 26/12/2015)

L'E-COMMERCE A LOME : VERS UN CANAL DE COMMERCIALISATION INNOVANT MAIS MECONNU

Edem Canyi Madjé AMAH
Université de Lomé

Résumé : Les années 1990 ont vu naître les premiers sites de commerce électronique. Selon la Conférence des Nations Unies pour le Commerce et le Développement (CNUCED), ce type de commerce est courant dans les pays développés et connaît aujourd'hui une rapide croissance dans les pays en développement où il est un créneau prometteur. Le commerce électronique se développe aussi à Lomé mais à un rythme lent. La nécessité de combler le vide de connaissance autour des pratiques ayant cours dans la mise en œuvre de cette nouvelle manière de commercer nous amène à mener cette étude qui se base sur des données documentaires et une enquête menée sur le terrain. Ce commerce, bien que ne trouvant pas des conditions optimales à Lomé se développe. Malgré le faible taux de pénétration de l'Internet, l'absence de législation et la méconnaissance de ce type de commerce au sein de la population, des sites d'e-commerce se créent. Entre autres stratégies utilisées, les cybermarchands à Lomé s'orientent vers des acheteurs à l'étranger, les plateformes de type *marketplace* ou encore l'utilisation de *mobile money* pour conclure les transactions. La rentabilité n'est pas toujours au rendez-vous. Ces commerces peinent à émerger car ils ne peuvent pas compter sur une masse critique d'utilisateurs et donc sur un effet de réseau puissant sur leur site web. Pour que ce secteur se développe, il faut rendre l'Internet accessible au plus grand nombre et améliorer la législation sur les transactions électroniques.

Mots-clés : Commerce, Internet, commerce électronique, pays en développement, Lomé.

Abstract: The 1990 saw the creation of the first e-commerce sites. According to UNCTAD, this type of trade is common nowadays in developed countries and is growing rapidly in developing countries where it has a promising future. Electronic commerce is also growing in Lome but in a lesser extent. The need to fill the gap of knowledge about the current practices around this this new way to sell brings us to conduct this study, which is based on documentary data and a field survey. The results show that this form of trade develops in Lome despite adverse conditions. In spite of the low penetration of the Internet, the lack of legislation and the fact that people don't know much about this type of commerce, these online shops adjust to the situation. Some of their strategies consist in turning to buyers in foreign countries, developing marketplace type platforms or accept mobile money to complete transactions. Web sites are not always profitable. These businesses are struggling to emerge because they cannot count on a great number of users and thus a powerful network effect on the websites. For this sector to develop, the Internet needs to be democratized and legislation on electronic transactions improved.

Keywords: Commerce, The Internet, e-commerce, developing countries, Lome.

Introduction

Les années 1990 ont vu naître les premiers sites de commerce électronique. Aux Etats-Unis et en Europe, plusieurs acteurs, au fil des années, tel amazon.com ont contribué à faire évoluer une nouvelle manière de commercer qui aujourd'hui finit d'entrer dans les habitudes des consommateurs (C. Barba, 2011, p. 20). Selon la CNUCED (2015, p. 14), le montant du commerce électronique d'entreprise à consommateurs s'élève en 2013 à 1 200 milliards de dollars dans le monde. Ces formes de transaction connaissent aujourd'hui une rapide croissance. Le commerce électronique après avoir connu son essor dans les pays développés rentre doucement dans les habitudes des consommateurs dans les pays en développement notamment d'Asie mais aussi de l'Afrique.

En Afrique en général et au Togo en particulier, notamment à Lomé, le commerce électronique se développe mais dans une moindre mesure. Ce pays ne fait pas partie des bons élèves. Selon la CNUCED (2015, p. 113), parmi les pays Africains, la République de Maurice, l'Afrique du Sud et l'Egypte réunissent plus de conditions pour le développement du commerce électronique. En Afrique de l'Ouest, il est observé un certain dynamisme autour du commerce électronique surtout au Nigeria et en Côte d'Ivoire. Mais au Togo, le recours à ce type de commerce reste peu visible. Les sites web faisant du commerce électronique ne représentent que 2,01% de l'ensemble des sites web d'entreprises à caractère commercial (E. C. M.

Amah, 2014, p. 160). Les cybermarchands qui les exploitent doivent encore composer avec un faible accès à l'Internet et une qualité de la connexion Internet qui laisse à désirer.

Le contexte dans lequel le commerce électronique se développe à Lomé est aussi celui d'une ville en expansion avec de nouveaux besoins en communication des entreprises commerciales. Ces dernières doivent faire face à une concurrence locale accrue mais aussi développer leur activité à l'international. On peut constater qu'elles n'ont pas toujours la possibilité de s'installer sur les axes routiers les plus fréquentés ou sont excentrées et relativement éloignées par rapport aux centres commerciaux les plus dynamiques. Parfois, elles se localisent dans la banlieue ou dans les quartiers périphériques, loin du centre-ville. Pour elles, les sites web constituent un moyen de promotion de leur activité et parfois un canal pour vendre leurs produits.

La description des innovations qui prennent forme avec le commerce électronique à Lomé justifie cette étude. L'article se structure autour des approches conceptuelle et méthodologique utilisées, des résultats et de la discussion. Le cadre de déroulement des activités des commerces électroniques à Lomé, les comportements des cybermarchands et des internautes par rapport au commerce électronique et la rentabilité des sites web sont traités.

1. L'approche conceptuelle et méthodologique

1.1. La problématique

En observant la « toile » togolaise, on se rend compte qu'il y a de plus en plus de sites web de commerce électronique. Ils sont mis en ligne dans des conditions plutôt difficiles, marquées par un accès inégal aux technologies de l'information et de la communication et par une méconnaissance de l'utilité des TIC en général et du commerce électronique en particulier au sein de la population.

En effet, le développement du commerce électronique se fait à Lomé dans un contexte où les entreprises qui s'y lancent ne peuvent pas compter sur un nombre important d'utilisateurs. Au Togo, le taux de pénétration d'Internet est seulement de 7,10 % (ARTP, 2016, p. 6). S'agissant des moyens de paiement électroniques, seuls 10,86 % de la population togolaise sont bancarisés (Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest, 2012, p. 6). Les commerces électroniques à Lomé n'ont donc pas les mêmes facilités sur lesquelles ce type d'activité s'est basé sous d'autres

cieux pour se développer. De fait, le faible taux de pénétration d'Internet suppose son faible ancrage dans les habitudes de la population loméenne.

La fracture numérique s'observe aussi de fait dans les usages et les e-commerces à Lomé s'adressent à des consommateurs déjà acquis au commerce traditionnel, culturellement ancré dans les habitudes. Faire du commerce électronique à Lomé, c'est faire le pari de changer les habitudes de consommation dans des conditions peu favorables. De plus, pour être rentable, les sites d'e-commerces doivent avoir de bons taux de conversion (pourcentage de visites d'internautes transformées en commande). En Belgique par exemple, ce taux tourne en moyenne autour de 2 % comme le souligne D. Jacob (2013). En fait, dans aucun pays des taux de conversion de 100 % sont observés. Il en découle que parmi les 7,1 % d'internautes togolais, seuls certains visitent les sites de commerce électronique mais parmi eux encore seule une infime partie passe une commande en ligne, ce qui réduit la clientèle potentielle de ce type de commerce. On peut alors s'interroger sur la pertinence de recourir à ce type de commerce à Lomé.

S'il est aujourd'hui établi que l'e-commerce existe à Lomé, ce dernier ne représente que 2,01 % de l'ensemble des sites web d'entreprises à caractère commercial¹ (E. C. M. Amah, 2014, p. 160). Malgré que les conditions ne soient pas réunies pour que cette forme de commerce touche la majorité de la population, le constat est que de jour en jour, de nouvelles plateformes de commerce en ligne se créent. Il y a là un paradoxe qui nous amène à nous interroger sur la pertinence de développer le commerce électronique dans les pays en développement comme le Togo, même s'il est perçu par la CNUCED (2015, p. 26) comme un canal par lequel des opérateurs économiques accèdent aujourd'hui à de nouvelles opportunités. Il convient donc de décrire les stratégies qui se mettent en place.

La nécessité de combler le vide de connaissance autour des pratiques ayant cours dans la mise en œuvre de cette nouvelle manière de commercer nous amène à mener cette étude en partant de la question principale de recherche suivante : comment, face aux contraintes technologiques et à l'étroitesse de leur marché, les entreprises du secteur du commerce électronique arrivent-elles à s'intégrer dans les marchés qu'elles investissent ? Pour y répondre nous avons formulé un objectif principal et émis une hypothèse de recherche.

¹ Cet ensemble d'entreprises à caractère commercial exclut les écoles et structures d'enseignement, les hôpitaux et cliniques, les organismes publics et parapublics et la presse qui eux-aussi, ont des usages spécifiques des TIC en général et en particulier de l'internet voire du web.

1.2. L'objectif de l'étude et l'hypothèse de départ

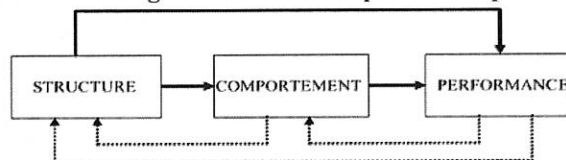
Cette étude portant sur le commerce électronique à Lomé questionne de nouvelles habitudes de consommation et pour la mener à bien, des objectifs ont été fixés et des hypothèses émises. L'objectif principal de cette étude est de montrer les stratégies que mettent en œuvre les entreprises du secteur du commerce électronique à Lomé pour tirer parti des conditions du marché. L'hypothèse émise est que malgré les contraintes techniques inhérentes à l'accès aux TIC en général et à l'entrée du commerce électronique dans les habitudes, les cybermarchands mettent en place des stratégies qui leur permettent de satisfaire les besoins exprimés sur le marché et d'assurer la rentabilité de leur plateforme de vente en ligne.

L'intérêt scientifique de cette étude est de contribuer à la description des conditions dans lesquelles une innovation, notamment l'e-commerce, est introduite dans les stratégies de vente des commerçants comme canal de vente en Afrique subsaharienne en général et particulièrement à Lomé la capitale politique et économique du Togo. Sur le plan pratique, cette étude met en lumière le commerce électronique qui aujourd'hui constitue une opportunité pour les entreprises dans un contexte d'expansion spatiale de la ville de Lomé et de mondialisation de l'économie. Elle veut en outre attirer l'attention sur la nécessité d'étudier ces nouvelles pratiques de commercialisation pour accompagner les acteurs économiques dans l'innovation. L'e-commerce est une stratégie de numérisation des fonctions commerciales. Pour l'étudier, il faut tenir compte des conditions dans lesquelles ces technologies entrent sur les marchés et dans les habitudes des différents acteurs impliqués dans les transactions.

1.3. L'intégration de la numérisation dans la structure des marchés

Dans cette étude, nous baserons notre analyse sur le paradigme Structure - Comportement - Performance (SCP) développé par J. S. Bain (1959) et décrit par A. Mbengue (2005, p. 3). Selon ce paradigme, les trois éléments de ce triptyque sont interdépendants (Figure 1).

Figure 1 : Paradigme structure-comportement-performance



Source : J. S. Bain, 1959 d'après A. Mbengue, 2005.

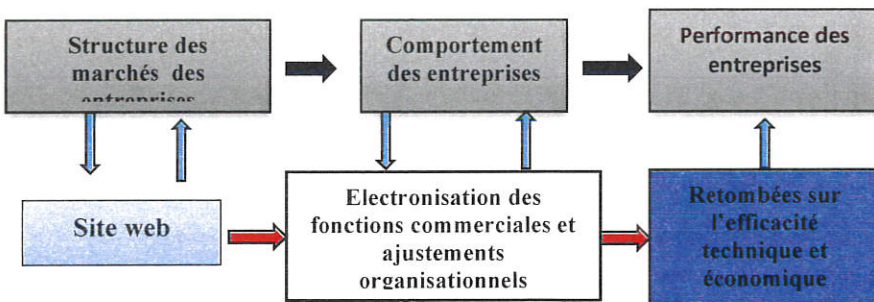
D'après la figure 1, la structure du marché, qui est le cadre de déroulement des activités des firmes, influence les comportements ou les stratégies qu'elles mettent en place pour maximiser leurs profits. La performance qui recouvre la satisfaction des besoins et la rémunération des firmes est influencée à son tour par leurs stratégies mais aussi par la structure du marché (A. Mbengue, 2005, p. 3). Aujourd'hui, les progrès de l'électronique et de l'informatique amènent des innovations dans le commerce. Désormais, le commerce est numérisé. Pour la CNUCED (2015, p. 3) :

la notion de commerce électronique s'applique à l'achat et à la vente effectués par réseau informatique dans des formats multiples et au moyen d'équipements différents, y compris par Internet ou par des systèmes d'échange de données informatisés, au moyen d'ordinateurs personnels ou portables, de tablettes ou de téléphones portables ordinaires ou intelligents.

Pour étudier l'e-commerce à Lomé, notre approche théorique s'inspire aussi des travaux de A. Rallet (2001, p. 36). Ce dernier a décrit l'« électronique du commerce » comme la numérisation d'une ou de plusieurs fonctions commerciales, notamment la recherche de l'information sur les vendeurs, les acheteurs et les prix, l'exposition des produits, la commande, le paiement, la livraison, le service après-vente et le marketing.

Notre étude s'inscrit d'abord dans le contexte africain qui est différent de celui des pays occidentaux où la facilité d'accès aux Technologies de l'Information et de la Communication et l'existence d'un cadre institutionnel adéquat ont permis le développement du commerce électronique. Le web pénètre la structure des marchés comme une infrastructure d'information ou un support des transactions commerciales (Figure 2).

Figure 2 : Schématisation de la démarche théorique



Source : J. S. Bain, 1959 ; modifié par Amah, 2014.

La figure 2 montre que le site web devient comparable aux structures physiques de vente. L'interface que l'entreprise présente à sa clientèle est désormais une page web où cette dernière doit rechercher les articles de son choix et passer la commande. Les fonctions électronisées font l'objet de choix stratégiques qu'opèrent les entreprises. Sur les sites d'e-commerce finalement, des produits sont effectivement vendus et les cybermarchands sont rémunérés. La collecte de différents types de données nous a permis d'atteindre nos objectifs.

1.4. La collecte et le traitement des données

La population cible se compose des cybermarchands exploitant un site web de commerce électronique, intégrant en ligne au minimum des dispositifs de présentation des produits et de commande en ligne. Les ventes sur les réseaux sociaux (Facebook, Twitter, Whatsapp, etc.) et les sites d'annonces sont exclues. L'enquête a également touché les internautes. Le cadre d'étude est Lomé, choisie pour son importance économique et démographique au Togo. C'est la ville de toutes les opportunités.

Pour collecter les données, nous avons recouru à la documentation, fait des observations sur le terrain, administré des questionnaires aux cybermarchands et aux utilisateurs des sites web et fait des interviews. La documentation sur le commerce électronique est assez bien fournie mais la littérature sur le cas spécifique de Lomé est plutôt rare. Elle nous a notamment fourni des données sur l'utilisation des TIC au Togo, dans le monde et sur la population. Pour administrer le questionnaire, nous avons défini un plan d'échantillonnage. En l'absence d'une base de sondage, nous avons effectué un recensement systématique des sites web au cours duquel 532 entreprises distributrices de biens et services disposant d'un site web ont été dénombrées. Ce travail de recensement a été réalisé de décembre 2011 à décembre 2015. Parmi ces entreprises, 22 disposent d'un site d'e-commerce. Ce recensement a été réalisé à partir d'annuaires papier et en ligne, des agences web, des foires, des objets publicitaires, etc.

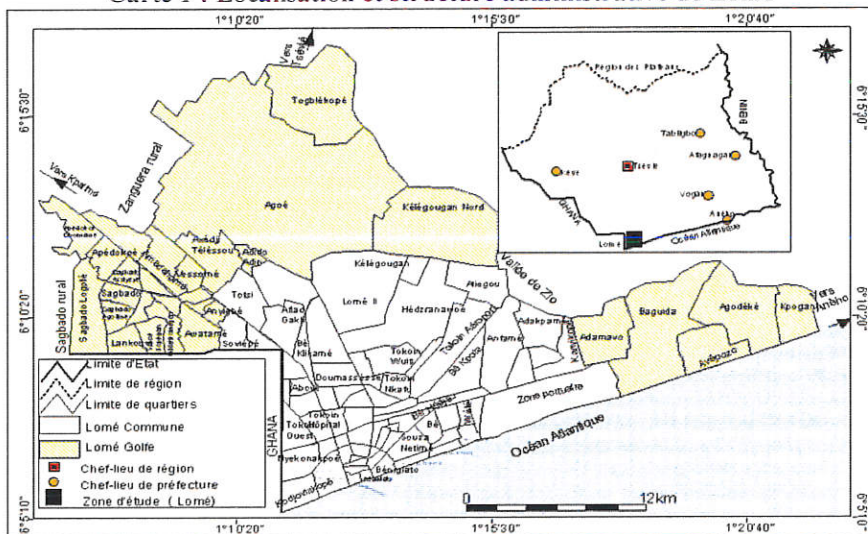
Les questionnaires ont été adressés aux 22 sites, soit la totalité des sites de commerce électronique. Du côté des utilisateurs, trente internautes ont été contactés par échantillonnage accidentel et en boule de neige sur les réseaux sociaux avec un questionnaire. Les interviews ont touché des agences web à Lomé. Les données recueillies ont été traitées avec Excel 2007. Les logiciels Inkscape et ArcView 3.2a ont servi à créer la carte et les schémas.

2. Les résultats

2.1. Le commerce électronique comme une réponse à une ville en extension

S. Chantelot (2005), met en exergue le fait que les métropoles constituent le choix de localisation préféré des entreprises du secteur des Technologies de l'Information et de la Communication (TIC) et de la nouvelle économie. Celles-ci profitent des avantages de la ville notamment de l'accès aux infrastructures de télécommunication, à la connaissance et à l'information, à la main-d'œuvre qualifiée, au financement et à l'innovation. Lomé est à cet égard l'endroit le plus indiqué pour étudier l'utilisation des TIC dans les activités économiques au Togo et se trouve au sud du pays dans la Région Maritime (Carte 1).

Carte 1 : Localisation et structure administrative de Lomé

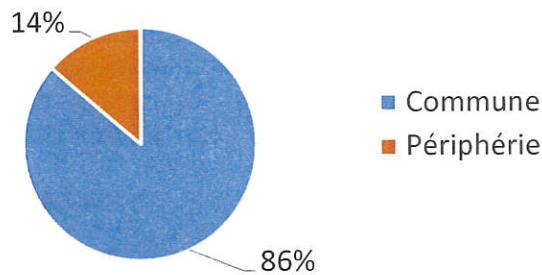


Source : DGSCN (2011, p. 3) modifiée par E. C. M. Amah, 2016.

Lomé est la plus importante ville du Togo et sa population s'élève à 1 477 658 habitants selon le quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitat de 2010 (DGSCN, sd, p. v). Dans l'agglomération urbaine de Lomé, la densité dépasse 1 000 habitants/km². Cette forte densité s'explique par le fait qu'elle abrite l'administration et concentre l'essentiel des services et des activités économiques. Elle est à l'échelle du Togo une ville macrocéphale qui connaît une extension de ses limites.

La superficie de Lomé est passée de 55 ha en 1914 à 1 276 ha en 1950, puis à près de 4 000 ha en 1980 et tourne aujourd'hui autour 30 000 ha (G2 Conception International, Agence ECAUH, 2015, p. 91). Cette croissance urbaine entraîne des besoins auxquels les commerces électroniques répondent. Ces derniers se retrouvent aussi bien dans la commune de Lomé que dans Lomé Golfe qui en constitue la banlieue. Dans leur répartition, la localisation dans la commune de Lomé prédomine (Graphique 1).

Graphique 1 : Répartition des sites de commerce électronique entre le centre et la périphérie de la ville



Source : D'après les résultats de nos travaux de terrain, 2015.

Dans une ville en pleine extension telle que Lomé, bien que relativement petite, il peut être difficile pour une entreprise de faire connaître son activité. Dans ces conditions, les sites web entrent aujourd'hui dans les stratégies qu'elles mettent en place pour promouvoir leur activité voire pour vendre. Les entreprises promotrices des commerces électroniques recherchent généralement une position centrale pour desservir facilement l'ensemble de la ville, profiter des infrastructures, notamment de l'ADSL ou d'un réseau électrique plus stable qu'en périphérie où les branchements illégaux ou les coupures intempestives du courant électrique peuvent endommager le matériel. C'est ce qui explique que 86 % des e-commerces se retrouvent dans la commune de Lomé.

2.2. Le cadre de déroulement des activités des commerces électroniques

Les entreprises qui se lancent dans le commerce électronique à Lomé peuvent bénéficier tout de même de certaines facilités mais les contraintes ne sont pas des moindres.

2.2.1. Des atouts pour le développement du commerce électronique

Les entreprises qui se lancent dans le commerce électronique à Lomé bénéficient encore d'un terrain vierge, et la concurrence tout compte fait reste encore faible. Les mastodontes du commerce électronique en Afrique comme la start-up nigériane *jumia.com* n'ont pas encore investi le marché togolais. Outre le Nigeria, *Jumia*, se développe en Côte d'Ivoire, au Cameroun, au Sénégal, au Maroc, en Tunisie, au Kenya, en Ouganda, en Afrique du Sud mais aussi en Europe notamment au Portugal et en France. Spécialisée dans l'e-commerce au Nigeria, elle propose 50 000 produits et enregistre 100 000 visiteurs par jour avec des ventes en ligne s'élevant à 14 millions d'euros en 2012 (*Jeune Afrique*, 2013). Elle bénéficie au Nigeria d'un pourcentage d'utilisateurs d'Internet de 42,7 %, ce qui est loin des 7,1 % du Togo. C'est une contrainte mais aussi une opportunité que les entreprises de commerces électroniques à Lomé saisissent pour conforter leur assise sur le marché togolais avant que la concurrence ne s'y installe.

Le commerce électronique est réellement un marché porteur aujourd'hui et les entreprises qui s'y lancent à Lomé le comprennent bien. Les transactions *business to consumer* (BtoC) représentaient en 2013 dans le monde 1 200 milliards de dollars et devraient atteindre 2 400 milliards en 2018 et le Moyen Orient et l'Afrique devraient voir leur part de marché passer de 2,2 % à 2,5 % selon le rapport de la CNUCED (2015) sur l'économie de l'information 2015 « Libérer le potentiel du commerce électronique pour les pays en développement ». Cette part est modeste mais il n'en demeure pas moins que les entreprises au Togo ont tout à gagner à se lancer dans le commerce électronique. Par ailleurs, pour les pays en développement comme le Togo, le développement du commerce électronique va sans doute se faire essentiellement sur les équipements mobiles.

Au Togo l'essentiel des internautes accèdent à l'Internet à partir d'un terminal mobile (taux de pénétration de 7,10 % en fin 2015 dont 6,20 % d'Internet mobile haut débit) selon l'ARTP (2016). Les deux opérateurs de téléphonie cellulaire offrent la 3G contribuant à rendre la « toile togolaise » accessible à beaucoup d'utilisateurs.

Parallèlement, les deux opérateurs de téléphonie mobile offrent des solutions de *mobile money* qui viennent s'ajouter aux services classiques de transfert d'argent. Il s'agit de *Flooz* pour la société Moov Togo et de *Tmoney* pour Togo Cellulaire. Elles sont aujourd'hui adoptées dans le commerce électronique à Lomé et donnent de nouvelles perspectives aux

entreprises. Le *mobile money* peut être assimilé à un porte-monnaie électronique associé à un numéro de téléphone. L'utilisateur alimente son compte et peut ensuite effectuer des paiements ou des transferts d'argent. C'est un moyen de paiement à distance, souple et facile à utiliser qui permet de contourner le problème de la faible bancarisation des populations que l'on observe en Afrique. C'est ainsi tout un écosystème numérique qui se met en place et dont les entreprises tirent parti du mieux qu'elles peuvent. La promotion de l'économie numérique par ailleurs rentre dans les préoccupations des gouvernants.

Le rôle de l'Etat est surtout l'amélioration du cadre institutionnel. On note une politique volontariste de développement de l'économie numérique au Togo. Dans sa déclaration de politique sectorielle, 2011-2015, le Ministère des Postes et Télécommunications, renommé Ministère des Postes et de l'économie numérique, a mis l'accent sur la nécessité d'améliorer l'accès des populations aux TIC et de favoriser la création de contenus locaux (Ministère des Postes et Télécommunication, 2011). Pour ce faire, en mai 2012, le Togo s'est connecté au câble sous-marin WACS (West Africa Cable System), permettant une amélioration notable de la qualité de la connexion Internet au profit des utilisateurs. Bref, les entreprises qui font du commerce électronique à Lomé aujourd'hui peuvent compter sur l'amélioré au fil des années des conditions de leur activité. Toutefois, des contraintes restent encore à lever.

2.2.2. Des préalables qui tardent à se mettre en place

Le commerce électronique nécessite des conditions qui ne sont pas toujours réunies au Togo. Le faible accès de la population aux TIC en général et à l'Internet en particulier mais aussi les insuffisances au niveau des moyens de paiement et du cadre réglementaire sont à déplorer.

Le faible taux de pénétration de l'Internet au Togo reste un écueil à lever car avec 7,1 % d'utilisateurs d'Internet au sein de la population, le commerce électronique peine pour réellement se développer. C'est une contrainte car en définitive, peu de gens connaissent ces sites web.

L'absence de loi sur les transactions électroniques et la cybercriminalité constitue une autre difficulté à laquelle font face les entreprises qui se lancent dans le commerce électronique à Lomé. Les litiges qui surviennent sont soumis au régime de droit commun qui ne prend pas toujours en compte les spécificités du commerce électronique. Lorsque le client par exemple ne dispose que d'un jour pour se rétracter en cas de défectuosité des articles, il hésite à passer la commande. D'autre part, il faut des lois pour protéger les données personnelles des utilisateurs

des sites web. Les sites de commerce électronique à Lomé recueillent des informations sur les utilisateurs de leur site web mais ceux-ci ne peuvent compter que sur la bonne foi des cybermarchands quant au respect de la confidentialité de ces informations puisque le secteur n'est pas encore réglementé. C'est notamment le cas en ce qui concerne les données bancaires.

Le taux de bancarisation au Togo n'est que 10,86 % selon la Banque Centrale des Etats de l'Afrique de l'Ouest (2012, p. 6). Or, les transactions à distance impliquent de disposer d'outils de paiement sécurisés. Les cartes bancaires notamment sont largement utilisées dans le monde pour les transactions électroniques. D'autres solutions tels que PayPal permettent de ne pas transmettre les coordonnées bancaires lors des transactions en ligne mais leur utilisation aussi reste tributaire des systèmes de paiement bancaire. Et pour couronner le tout, l'indice du commerce électronique du Togo est faible.

L'indice de commerce électronique B2C de la CNUCED de l'année 2014 du Togo est 12,9 et met le Togo à la 118^{ème} place sur 130 pays (CNUCED, 2015, p. 115). Cet indice prend en compte des indicateurs comme la part de la population dont le courrier est distribué à domicile, le pourcentage des particuliers disposant d'une carte de crédit, le pourcentage des particuliers utilisant l'Internet et le nombre de serveurs sécurisés par millions d'habitants. Le rang du Togo montre le fossé qu'il reste à combler pour que le commerce électronique puisse s'épanouir au Togo en général et à Lomé en particulier. Ceci n'empêche pas que les acteurs développent différentes stratégies pour s'adapter aux conditions du marché.

2.3. Les comportements des acteurs variant vis-à-vis du commerce électronique

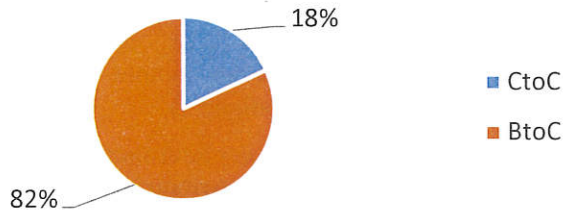
On distingue les stratégies des entreprises et le comportement des internautes vis-à-vis du commerce électronique.

2.3.1. Les stratégies des commerces électroniques

Le public visé par les commerces électroniques est lui aussi assez diversifié. On retrouve le *business to consumer* (BtoC) où la vente est effectuée de l'entreprise aux particuliers. L'entreprise vend ce qu'elle a en stock. Il y a aussi le *Consumer to Consumer* (CtoC) où le site web met en contact des particuliers vendeurs et des acheteurs et où les stocks n'appartiennent pas à l'entreprise de commerce électronique. Sur les sites de commerce électronique sont vendus des articles fournis par l'entreprise

elle-même, des entreprises partenaires ou des particuliers qui revendent des biens. C'est le cas notamment avec <https://www.miaplenou.com/> ou [assime24.com](https://www.assime24.com) qui offrent une gamme diversifiée d'articles, parfois à partir d'espaces de vente alloués à des vendeurs sur leur site. On parle de *marketplace*. La préférence va à Lomé pour le BtoC (Graphique 2).

Graphique 2 : Types de commerce électronique



Source : D'après les résultats de nos travaux de terrain, 2015

C'est ainsi que 82 % des sites web sont de type BtoC. Ils présentent divers articles tels que les smartphones, les ordinateurs et leurs accessoires mais aussi l'habillement ou des produits alimentaires, voire des automobiles. Le site web <http://leodo.ch/> par exemple constitue une plateforme pour faire livrer à Lomé des articles commandés depuis l'étranger et permet aux personnes de la diaspora d'acheter des produits d'alimentation générale pour leurs proches à Lomé. Un autre type de stratégie est de servir de relais pour des commerces électroniques à l'étranger pour des articles qu'on ne peut pas trouver sur le marché local comme c'est le cas de <http://www.shopnoo.com/>.

Les livraisons se font essentiellement à Lomé selon une tarification qui peut varier en fonction du lieu de livraison. Les consommateurs ont la possibilité de se faire livrer gratuitement dans un point de retrait (<http://thacs.com>) ou de payer pour la livraison à partir de 500 F CFA, le tarif variant en fonction du produit acheté et de la zone de livraison. Des véhicules de livraisons, surtout des motos sont utilisés pour les livraisons à domicile ou à toute adresse indiquée ([assime24.com](https://www.assime24.com)). Les produits sont livrés en express, dans les 48 heures à Lomé, 72 heures à l'intérieur du pays mais lorsque la commande n'est pas en stock, le délai de livraison peut aller d'une semaine à un mois.

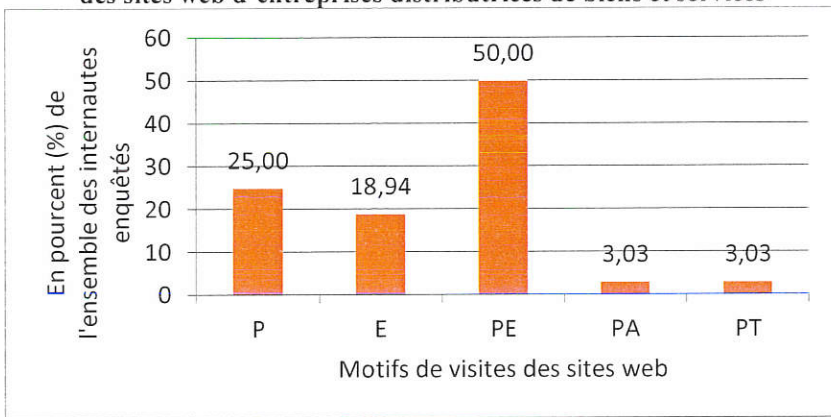
Les paiements se font de différentes manières. Les sites acceptent les règlements des achats par dépôt bancaire, par carte de crédit, par PayPal, par mobile money (*Flooz* et *Tmoney*) et par le cash à la livraison. Une diversité de moyens de paiement s'offre donc aux sites de commerce

électronique. Il faut remarquer que pour les sites qui s'orientent vers l'étranger, le problème de moyen de paiement ne se pose pas, surtout si la clientèle est située en Europe ou aux Etats-Unis. Ils utilisent les cartes bancaires ou Paypal.

2.3.2. Les rapports des internautes au commerce en ligne

Le commerce électronique n'est pas encore rentré dans les habitudes des internautes. Lorsqu'on demande aux internautes les motifs qui les conduisent à visiter des sites web, on se rend compte que les achats en ligne n'entrent pas souvent en ligne de compte. Il y a très peu d'internautes qui font des achats en ligne (Graphique 3).

Graphique 3 : Répartition (en %) des internautes selon les motifs de visites des sites web d'entreprises distributrices de biens et services



Source : D'après les résultats de nos travaux de terrain, 2015.

Légende : P=Information sur les produits ou services ; E= Informations sur l'entreprise ; A=Achat, commande ou réservation en ligne ; T=Recherche d'emploi.

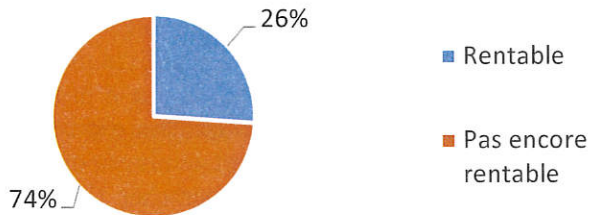
Il n'y a que 3 % d'internautes enquêtés qui ont déjà passé une commande en ligne. D'autres préoccupations en l'occurrence la recherche d'information sur les produits ou sur les entreprises viennent en tête des motifs de visite des sites web de distribution de biens et services. Pour les internautes, visiter les sites web permet de s'informer sur les produits qui les intéressent avant de se décider sur leur achat. Ils se déplacent ensuite à la boutique pour acheter. Ils contactent aussi à l'étranger des connaissances qui se chargent de payer la marchandise et de la convoier vers Lomé. C'est le cas notamment pour des achats d'ordinateurs ou des téléphones de

dernière génération qui ne sont pas encore sur le marché togolais. Toutes ces stratégies visent la rentabilité des entreprises d'e-commerce à Lomé.

2.4. La rentabilité des sites web

Nous avons demandé aux entreprises si elles trouvaient leur activité de commerce électronique rentable. Cette rentabilité n'est pas seulement celui du site web en tant qu'ensemble de pages web mais celui de l'ensemble des moyens mis en œuvre pour le créer, le mettre en ligne, en assurer la maintenance, le référencement et les autres formes de promotion en vue d'y faire converger les consommateurs. Les réponses ont été diverses (Graphique 4).

Graphique 4 : Répartition (en %) des entreprises en fonction de la rentabilité de leur site web



Source : D'après les résultats de nos travaux de terrain, 2015.

Le graphique 4 montre que seul 26 % des commerces électroniques sont jugés rentables. On a pu déterminer que 9 sites web de commerce électronique sur 22 recensés sur la toile togolaise entre 2011 et 2016, ne sont plus actifs aujourd'hui. C'est donc une activité dans laquelle des entreprises ont déjà essayé des déboires.

3. La discussion

Le commerce électronique existe mais demeure un épiphénomène au Togo et les entreprises qui s'y lancent n'ont pas les mêmes objectifs ni les mêmes succès. Entrepreneurs audacieux, ils doivent composer avec un environnement peu favorable.

Les promoteurs des commerces électroniques à Lomé s'adaptent au quotidien à des conditions de travail difficiles. Les sites web sont recréés, les modes de livraisons repensés, leurs tarifs adaptés pour attirer les

internauts et les fidéliser. Cependant, face à ces innovations, même les observateurs les plus avertis restent dubitatifs quant à un réel développement du commerce électronique à Lomé dans un avenir proche. Cette attitude n'est pas nouvelle. Partout, le début du commerce électronique a été perçu avec une certaine dose de scepticisme et avec beaucoup d'interrogations à chaque fois avant de voir cette activité émerger. Les avancées ont été réalisées grâce à des entreprises pionnières qui ont fait sortir des concepts qui ont eu du succès et que les autres ont suivi (D. Jacob, 2013).

Le faible accès à l'Internet impacte négativement le développement du commerce électronique à Lomé. Le faible nombre d'utilisateurs ne permet pas aux sites web de générer les effets de réseau que relèvent C. Shapiro et H. R. Varian (1999, p. 47) en se référant au succès de Microsoft. L'effet de réseau est un mécanisme selon lequel l'utilisation d'une technologie n'est vraiment utile que dans la mesure où le nombre de ses utilisateurs est assez important pour favoriser les interactions et les échanges entre utilisateurs. Plus il y a d'utilisateurs, plus chacun trouve un intérêt à utiliser la technologie. Plus il y a d'utilisateurs sur un site de commerce électronique, plus les utilisateurs ont confiance et sa notoriété grandit. Les coûts baissent notamment au niveau des frais de livraisons.

Il est alors nécessaire de démocratiser l'Internet et d'améliorer la qualité de la connexion. La mise en place d'un cadre réglementaire incitatif et rassurant est également essentielle. Pour ce faire, le Togo doit se doter de lois réglementant le commerce électronique et contre la cybercriminalité pour faciliter l'adhésion de la population à ce type de commerce. Les entreprises pour leur part doivent mieux communiquer sur leurs sites de commerce électronique à travers la publicité, le référencement et d'autres actions de marketing.

Conclusion

Le commerce électronique se développe à Lomé mais de façon modeste. L'étude a été menée avec pour objectif de décrire les stratégies que mettent en place les entreprises du secteur du commerce électronique pour tirer parti des conditions de leur marché. L'exploitation des données secondaires et une enquête auprès des entreprises et des internautes montre que le commerce électronique bien que ne trouvant pas les conditions optimales à Lomé se développe. La connexion au câble sous-marin West Africa Cable System (WACS) donne un nouveau dynamisme au secteur

des TIC au Togo dont il peut profiter. Le faible taux de pénétration de l'Internet et l'absence de lois sur les transactions électroniques et sur la cybersécurité n'offrent pas un cadre rassurant pour les acteurs du secteur mais différentes stratégies sont mises en œuvre sur le terrain. Les entreprises élaborent, entre autres, des stratégies allant de l'utilisation des modèles de *marketplace*, mettant en contact les vendeurs et les acheteurs, à des modèles de BtoC plus ou moins complexes et utilisent, lorsque les moyens de paiement classique ne sont pas utilisables le *mobile money*. La rentabilité n'est pas toujours au rendez-vous. Il faut retenir que les commerces électroniques qui se créent s'adaptent aux réalités du terrain. Les difficultés rencontrées proviennent du faible taux de pénétration de l'Internet qui a pour corollaire que les entreprises ne peuvent pas compter sur un effet de réseau qui rende l'utilisation de la technologie web vraiment efficiente pour elles.

Cette étude est loin de couvrir tous les aspects du commerce électronique. Le modèle *business to business* (BtoB) traduisant les transactions électroniques entre entreprises n'a pas été pris en compte. Avec les forts taux de pénétration de l'internet mobile, il faudra aussi s'intéresser aux impacts des applications mobiles dans les transactions en ligne.

Références bibliographiques

- AMAH Edem Canyi Madjé, 2014, *Introduction, spécificités et impacts de la création des sites web dans les entreprises commerciales à Lomé*, thèse de doctorat, option géographie humaine, Université de Lomé.
- ARTP, 2016, *Situation de l'Internet au Togo au 31 décembre 2015 de l'Internet au Togo au 31 décembre 2015*, Lomé.
http://www.artp.tg/News_attach/Situation_Internet_Togo_definitif.pdf
- BAIN Joe Staten, 1959, *Industrial Organization*, New York, Wiley.
- BANQUE CENTRALE DES ETATS DE L'AFRIQUE DE L'OUEST, 2012, *Note d'information, n°32, 4e trimestre 2012*, Dakar, BCEAO.
- BARBA Catherine, 2011, 2020, *La fin du e-commerce... ou l'avènement du commerce connecté ?* Paris, FEVAD.
- CHANTELOT Sébastien, 2005, « Villes, capital humain et TIC », BUISSON Marie-André. et MIGNOT Dominique. (Dir), *Concentration économique et ségrégation spatiale*, Bruxelles, De Boeck, p. 145-161.

- CNUCED, 2015, *Libérer le potentiel du commerce électronique pour les pays en développement*, rapport 2015 sur l'économie de l'information, Genève, Nations Unies.
- DGSCN, 2011, *Quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitat – novembre 2010, Résultats provisoire*, Lomé, Bureau central du recensement.
- DGSCN, 2011, *Quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitat – novembre 2010, Publication des résultats définitifs. Volume spécial*, Lomé, Bureau central du recensement.
- G2 CONCEPTION INTERNATIONAL, AGENCE ECAUH, 2015, *Elaboration du Schéma Directeur d'Aménagement et d'Urbanisme (SDAU) du Grand Lomé*, Lomé, Agetur-Togo, Ministère de l'urbanisme et de l'Habitat.
- INTERNATIONAL TELECOMMUNICATION UNION, 2015, *Measuring the Information Society Report*, Geneva, Union Telecommunication Development Bureau.
- ITU/UIT, 2013, *Measuring the information society 2013*. Genève, International Telecommunication Union (ITU/UIT).
- JACOB Damien, 2013, *E-commerce : les bonnes pratiques pour réussir: Quelles stratégies marketing pour le commerce électronique ?*, Liège, EdiPro.
- JEUNE AFRIQUE, 2013, « Jumia, un site de e-commerce à la conquête du marché nigérian », en ligne, URL : <http://www.jeuneafrique.com/depeches/34015/poli> (Consulté le 09/05/2016).
- JULLIEN Bruno, GAUDEUL Alexandre, 2001, « E-commerce. Quelques éléments d'économie industrielle », *Revue économique*, 52, Numéro Hors-Série, p. 97-117.
- MBENGUE Ababacar, 2005, *Paradigme SCP, théorie évolutionniste et management stratégique : débats anciens, données anciennes, résultats nouveaux* (Anger, XIV^{ième} Conférence International et Management Stratégique, Pays de la Loire, 2005). [En ligne], http://epi.univ-paris1.fr/servlet/com.univ.collaboratif.util.LectureFichiergw?ID_FICHE=66113&OBJET=0008&ID_FICHER=174432 (Consulté le 04 août 2014).
- MINISTERE DES POSTES ET TELECOMMUNICATION, 2011, *Déclaration de politique sectorielle : Stratégie de promotion des TIC*, Lomé.

- RALLET Alain, 2001, « Commerce électronique ou électronisation du commerce », *Réseaux*, 106, p. 17-72
- REDDY Nallabasannagaris Anubhav and DIVEKAR Brig Rajiv, 2014, « A Study Of Challenges Faced By E-Commerce Companies In India And Methods Employed To Overcome Them », *Procedia Economics and Finance*, 11, p. 553-560.
- SHAPIRO Carl, VARIAN Hal Ronald., 1999, *Information rules: a strategic guide to the network economy*, Boston, Harvard Business Press.

ÉCONOMIES INFORMELLES ET PETITS SERVICES DE SURVIE DANS LES PETITES ET MOYENNES VILLES TOGOLAISES

Assogba GUEZERE
Université de Kara

Résumé : L'article aborde l'étude de l'économie urbaine de 35 petites et moyennes villes togolaises. L'analyse a consisté à faire d'abord une brève présentation du processus d'urbanisation du Togo, suivie d'une problématique des secteurs d'activités secondaire et tertiaire mettant en exergue le rôle incontournable des activités informelles. Les villes togolaises, à leur origine, ont été et continuent d'être tributaires du secteur tertiaire public sur lequel se basent les pouvoirs publics pour définir une ville au Togo. Ensuite vient l'informel, un substitut à un secteur moderne défaillant, un pis-aller pour la survie. Même si les petites villes togolaises ont un aspect rural avec la prédominance des activités agricoles, l'article permet de comprendre que les services administratifs et surtout les activités informelles dominent la fonction tertiaire et sont donc constitutifs du paysage urbain togolais.

Mots-clefs : Togo, petites et moyennes villes, économie urbaine, secteur tertiaire, activités informelles.

Abstract: In this article, we are interested in the analysis of the urban economy of the 35 small and average cities in Togo. The analysis consisted in initially making a short presentation of the process of urbanization of Togo. Then, we posed the problems of the industry and tertiary sector by putting forward the important role of informal activities. In the beginning, togolese cities were and are still dependent on the public tertiary sector in connection with the administrative criterion firstly used to define a city in Togo. Then follow the informal one which is initially a substitute of a failing modern sector, a makeshift for survival. Even if these small

cities have a rural aspect with the prevalence of the agricultural activities, the article enabled us to understand that the administrative services and especially the informal activities dominate the tertiary sector and are constitutive of the togolese urban landscape.

Keywords: Togo, small and average cities, urban economy, tertiary sector, informal activities.

Introduction

Pendant que la situation économique de plusieurs pays en développement en Amérique Latine et en Asie s'améliore avec un début d'industrialisation et de modernisation de l'offre d'emploi, l'Afrique continue de s'illustrer par un niveau élevé d'inégalité et de pauvreté avec un marché du travail particulièrement précaire basé sur les activités informelles. Plusieurs recherches sur les économies urbaines africaines ont montré que la plupart des emplois se trouvent dans cette économie informelle qui contribue à la création de richesses en milieu urbain autant que le secteur d'activités modernes. L'ouvrage collectif dirigé par P. Vennetier en 1993 donnait déjà un éclairage sur l'importance de l'économie urbaine informelle des villes secondaires africaines. Que ce soit l'article sur le lavage des voitures à Yaoundé de F. Kengne (1993) ou les articles sur l'industrialisation à Koudougou et les filières de cuir au Burkina Faso de G. Compaoré (1993), les auteurs ont montré comment l'évolution des petits métiers tentait déjà de s'adapter à une urbanité progressive dans un contexte de pauvreté. Le numéro 143 de la revue *Espaces et Sociétés* portant sur « l'informel » a relaté la débrouillardise des travailleurs et ses enjeux économiques et sociaux, qui contribuent à la construction de la ville africaine (C. Azaïs et J. F. Steck, 2010). Une telle approche trouve toute sa pertinence tant le secteur informel togolais au cœur des débats. Cette réalité résulterait de la crise économique mondiale qui contraint les individus sans emploi à recourir à la création des emplois précaires.

Au Togo, les villes secondaires ne sont en réalité que des concentrations de paysans sans aucun dynamisme économique. Beaucoup d'entre elles conservent un caractère rural visible au point où plus de la moitié de leurs habitants se vaquent quotidiennement aux activités agricoles (G. Nyassogbo, 2004 ; A. Guézéré, 1999). A part le commerce, la principale activité urbaine qui sous-tend le processus d'urbanisation est l'administration. Elle devait opérer, depuis l'indépendance, des mutations progressives avec le remplacement des fonctionnaires coloniaux dans les

différents services administratifs par les autochtones formés sur place. Une meilleure compréhension du fonctionnement de l'économie des villes togolaises nécessite une analyse fine du secteur informel, très indispensable dans la lutte contre la pauvreté. Les paysages urbains que ces activités contribuent à façonner, leur visibilité et leur densité, mais aussi leur type et leur diversité, constituent autant d'informations qui peuvent permettre de comprendre l'originalité de l'urbanisation de l'Afrique tout à fait différente de celle des pays développés.

Cet article montre comment le lien entre industrialisation et urbanisation, caractéristique de la révolution industrielle en Europe n'a pas été au rendez-vous en Afrique noire. Les villes togolaises, à leur origine, ont été et continuent d'être dépendantes du tertiaire public, en rapport avec le critère administratif prioritairement utilisé pour définir une ville. L'analyse sera surtout axée sur le secteur informel qui essaie de combler les défaillances du secteur formel moderne, un pis-aller pour la survie, un bricolage souvent ingénieux. L'approche méthodologique s'est basée sur des observations et des interviews. Nous avons exploité les résultats du recensement général de la population de 2010 et ceux des trois autres recensements passés en nous appuyant sur les différents documents scientifiques, textes administratifs et sur les différentes études monographiques existantes. L'analyse descriptive consistera à montrer comment l'animation et l'occupation de la rue, des marchés et des places publiques des villes togolaises font effectivement partie intégrante de la vie et de l'identité urbaine africaine.

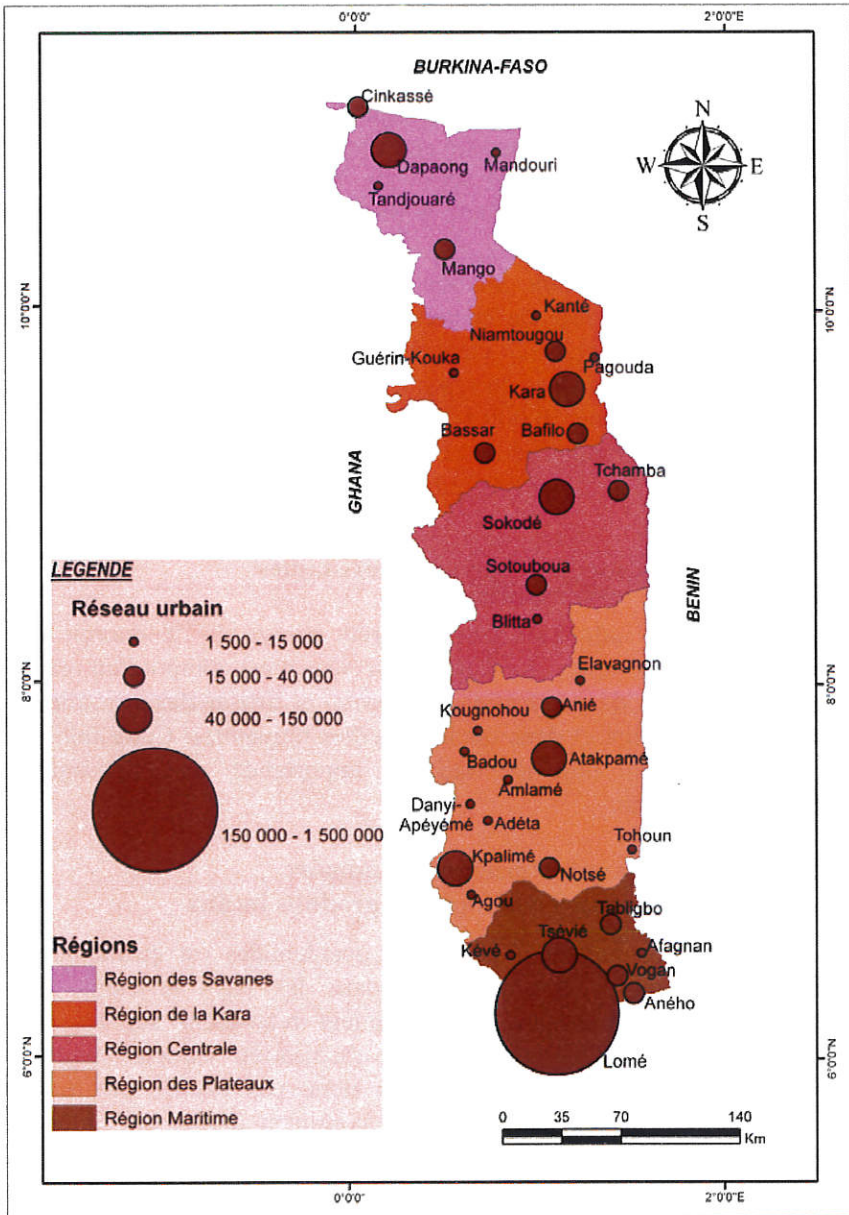
1. Du processus d'urbanisation à l'apparition du réseau des petites villes togolaises

La création des villes coloniales se justifiait par le fait que la colonisation avait besoin de points d'ancrage pour conquérir des territoires beaucoup plus vastes (P. Venetier, 1991 ; J-M. Ela, 1983 ; G. Nyassogbo, 2003). Lorsque, fut achevé le partage de l'Afrique de façon générale, les nations européennes se trouvèrent en possession de vastes territoires qu'il convenait d'administrer et d'exploiter. Elles ne pouvaient le faire qu'à partir des localités semi-rurales existantes pour multiplier « les cercles », les régions et les districts, établissant ainsi un réseau de chefs-lieux où furent mis en place les représentants des autorités centrales. C'est pour l'essentiel, ce réseau qui est à l'origine du semi urbain actuel au Togo. L'administration française hérita en 1919 d'un Togo Allemand réduit d'un

tiers, après le partage qui a suivi la fin de la Première Guerre Mondiale (L. Gayibor, 2005). Elle tentera de redynamiser les villes déjà existantes ou de créer d'autres dans le nord Togo plus rural.

Depuis l'indépendance, la structure administrative du Togo a subi plusieurs modifications entraînant la création de plusieurs nouvelles circonscriptions administratives qui ont étoffé le réseau urbain togolais, même si elles demeurent pratiquement rurales (Y. Marguerat et G. Nyassogbo, 2005). La réorganisation territoriale ainsi opérée de l'indépendance jusqu'à aujourd'hui traduit la volonté politique des autorités d'assurer un développement urbain équilibré entre les différentes entités territoriales. Malheureusement, l'urbanisation du Togo est essentiellement marquée par l'absence de grandes villes. A part Lomé, la capitale, qui compte aujourd'hui près de 1,5 million d'habitants, le Togo compte six villes moyennes de 100 000 habitants, 29 petites villes de moins de 50 000 habitants qui essaient tout le pays et structurent le réseau urbain (A. Guézéré, 2014). La carte ci-après donne une idée du réseau urbain togolais et l'importance de Lomé par rapport aux autres villes.

Carte 1 : Réseau urbain Togolais



Source : A. Guézéré, 2014

Cette carte montre que Lomé maintient toujours son statut en tête de peloton du système urbain national. Avec près de 1 500 000 habitants, l'agglomération de Lomé représente un peu plus de 63 % de la population urbaine du pays, soit le quart (23,4 %) de la population togolaise. L'émergence de cette mégapole depuis l'époque coloniale à la tête du réseau urbain national est à mettre en relation avec la construction de l'Etat togolais après les indépendances. Le Togo offre donc un exemple d'armature urbaine où la capitale hypertrophiée monopolise les fonctions urbaines. Parmi les six villes moyennes de moins de 100 000 habitants suivantes : Dapaong, Kara, Sokodé, Atakpamé, Tsévié, Kpalimé, les cinq premières jouent le rôle de centres urbains régionaux et chefs-lieux de régions chargés d'organiser chacune des cinq régions économiques du Togo. Le troisième niveau du réseau urbain constitué de 29 petites villes modestes de moins de 50 000 habitants se retrouvent au bas de l'échelle urbaine. Ce sont en majorité les chefs-lieux de préfecture et de petites cités à fonctions administratives très réduites.

2. Des activités secondaires presque inexistantes

Le secteur industriel reste le parent pauvre de l'économie urbaine dans les villes africaines. Au Togo, ce secteur n'est composé en réalité que de petites unités de production modernes et artisanales essentiellement concentrées à Lomé et dans quelques villes moyennes. Cette faiblesse du secteur industriel togolais traduit l'importance de l'artisanat dans l'économie urbaine.

2.1. Un secteur manufacturier embryonnaire et une faible transformation des produits locaux

Si le développement des villes occidentales est étroitement lié à l'économie industrielle et tertiaire, dans les pays africains, pendant longtemps, les espoirs du développement reposaient sur les activités rurales. Le lien industrialisation et urbanisation caractéristique de la révolution industrielle en Europe n'a donc pas encore pris toute son importance en Afrique noire. Dans ce continent faiblement industrialisé, l'Afrique du Sud fait exception. Avec environ un tiers des actifs dans l'industrie, elle est le seul pays d'Afrique subsaharienne méritant le qualificatif de pays industrialisé, parce qu'elle seule enregistre 50 % des emplois industriels (P. Hugon, 1993, cité par R. Pourtier, 2014). Son industrie s'est développée dans la foulée de la révolution minérale

enclenchée par la découverte de l'or dans la région de Witwatersrand en 1886 à Johannesburg qui connut une croissance initiale fulgurante (R. Pourtier, 2014). Il faut souligner que selon la même source, le Nigeria aussi, fort du poids de son marché intérieur et disposant d'une énergie bon marché à cause de son pétrole, a connu quelques succès industriels à Lagos et à Kaduna. Cependant, l'industrie africaine est pratiquement inexistante à l'échelle mondiale parce que durant la décennie 1980-1989 par exemple, les investissements directs étrangers en Afrique n'ont représenté que 1 % du total mondial, contre 30 % pour l'Asie (R. Pourtier, 2014).

Bien que le niveau d'industrialisation soit très faible dans l'économie togolaise, il ne faut pas oublier que depuis les années 1970, le pays dispose d'un lot de ruines industrielles et d'entreprises mort-nées résultant de ses mauvais choix économiques. Il s'agit notamment de l'aciérie et de la raffinerie, synonymes « d'éléphants blancs togolais ». En effet, les autorités politiques d'alors n'ont pas su profiter de la rente phosphatière pour financer de façon rationnelle des industries de transformation devant prendre le relais de l'exploitation du phosphate pour créer de l'emploi. D'après les données du tableau ci-après, aujourd'hui, l'industrie togolaise n'est en réalité qu'une concentration de quelques usines et ateliers dans la zone franche industrielle à Lomé. Le tableau ci-dessous permet d'avoir un aperçu général sur la répartition géographique des activités industrielles dans les villes du Togo.

Tableau 1: Répartition des entreprises industrielles sur le territoire national en 2013

Villes	Nombre d'industries de la zone douanière	Nombre d'industries en zone franche	Total	Type d'entreprises
Lomé	30	41	71	Innombrables
Kévé	0	2	2	STILART, Pronatira
Tsévié	2	0	2	Usine d'égrenage, Diamond cement
Vogan	0	0	0	-
Aného	1	1	2	Eau vitale, Dalmus
Tabligbo	1	1	2	Wacem, Fortia
Atakpamé	2	0	2	SOTOCO, Complexe

				sucrier d'Anie
Kpalimé	1	0	1	Clever (eau minéral)
Amlamé	0	0	0	-
Daye	0	0	0	-
Badou	0	0	0	-
Notsè	1	1	2	Usine d'égrénage, Novatex
Tohoun	0	0	0	-
Elavagnon	0	0	0	-
Agougadzépé	1	0	1	Huilerie Banamba
Sokodé	0	0	0	-
Tchamba	0	1	1	
Sotouboua	0	0	0	-
Blitta	1	0	1	Sopic (usine d'égrénage)
Kara	2	0	2	Brasserie, Uproma
Bassar	0	0	0	-
Bafilo	0	0	0	-
Guérin Kouka	0	0	0	-
Niamtougou	0	0	0	-
Pagouda	0	0	0	-
Kantè	0	0	0	-
Dapaong	1	0	1	Usine d'égrénage
Mango	0	0	0	-
Mandouri	0	0	0	-
Tandjouaré	0	0	0	-
Total national	43	47	90	

Source : Direction générale de l'industrie, 2013

Ce tableau montre que l'essentiel des activités industrielles (soit 80 %) sont concentrées dans la ville de Lomé. Dans les 6 villes moyennes (Tsévié, Kpalimé, Atakpamé, Sokodé, Kara, Dapaong), seulement 8 % d'entreprises y ont été installées contre 12 % dans les 29 petites villes de moins de 50 000 habitants. Comme soulevé plus haut, il s'agit plus de quelques petits ateliers artisanaux sans grande incidence économique sur l'économie urbaine. Seule Lomé connaît des simulacres d'industries

modernes dans la zone franche. Certes, l'industrie n'est pas déterminante dans la croissance urbaine mais, son statut de métropole nationale à caractère macrocéphale, lui permet de satisfaire la demande locale.

2.2. Quand l'industrie se résume à l'artisanat urbain

Dans les villes africaines, l'artisanat domine le paysage industriel et offre l'essentiel des emplois aux jeunes. Un artisan est un petit entrepreneur inscrit ou non dans le registre de la chambre régionale des métiers et qui accomplit un travail manuel pour son propre compte (R. Husmanns, 1997). Ce dernier travaille, grâce à ses qualités professionnelles acquises généralement après trois ou quatre ans d'apprentissage chez un patron, en collaboration avec ses apprentis qui, dans la plupart des cas, ne sont pas rémunérés. Les apprentis utilisés dans ce secteur artisanal, dit « informel », participent également à la formation des jeunes qui s'installeront plus tard à leur propre compte. Les caractéristiques de l'artisanat togolais rappellent celles du secteur informel décrit dans le rapport Kenyan par le Bureau International du Travail (BIT) en 1972 (R. Husmanns, 1997). Pour le BIT, il s'agit de micro-entreprises utilisant un faible capital, des matières premières locales, un outillage fabriqué sur place et enfin une formation acquise sur le tas avec l'existence du système d'apprentissage. C'est donc un système de formation où les futurs artisans, par manque de structures modernes et par manque de moyens financiers, sont obligés de se former chez les particuliers ou les patrons de façon informelle afin d'acquérir des qualifications nécessaires au bout de trois ou quatre ans selon le contrat signé. Certes, avec la création des lycées techniques et des collèges d'enseignement techniques publics et privés, les jeunes nantis des brevets d'études du premier cycle ou qui ont juste le niveau de la classe de quatrième s'orientent de plus en plus vers la formation professionnelle d'où ils sortent avec les certificats d'aptitude professionnelle ; mais la grande partie des artisans installés sur leur propre compte aujourd'hui sont illettrés ou ont seulement le niveau primaire. Leurs connaissances et expériences professionnelles ont été acquises par le biais de l'apprentissage dans un atelier informel chez un patron. Le parcours qui fait passer du stade d'apprenti à celui d'artisan indépendant s'appuie sur une pédagogie qui oblige l'apprenti à s'armer de courage pour suivre la formation chez son patron dans des conditions souvent très pénibles. Au terme de leur formation, les apprentis passent l'examen de certificat de fin d'apprentissage (CFA) qui leur permettra de s'installer aussi à leur compte et d'engager des apprentis à leur tour. Ce

schéma vaut pour la plupart des branches de l'artisanat (la couture, la menuiserie, la soudure, la mécanique, le ferrailage etc.), très accessibles aux jeunes apprenants en termes de coût de formation et de facilité d'installation à la fin de la formation. Mais les formations pour certaines activités telles que la maçonnerie, l'électronique, l'électricité, la plomberie, la mécanique, la carrosserie peuvent être acquises dans les structures de formation modernes créées par l'Etat.

Au Togo, on distingue quatre groupes d'artisanat. Le premier, l'artisanat de production est composé des activités de couture, de menuiserie, de cordonnerie, de tapisserie, de tissage, de forge, de boulangerie, etc. Le deuxième groupe est celui de l'artisanat d'art qui regroupe la sculpture, la bijouterie, la photographie et la maroquinerie. Le troisième groupe est l'artisanat de bâtiment, composé de surtout de la maçonnerie, le ferrailage, la plomberie, l'électricité et la peinture. Enfin, l'artisanat de service (la mécanique, la réparation, le transport, etc.) est le plus développé avec plusieurs emplois créés dans les zones urbaines. Depuis les années 1990, le secteur de transport artisanal « taxi moto » génère toute une gamme d'initiatives qui vont des mécaniciens aux réparateurs de pneus communément appelé vulcanisateurs qu'on retrouve dans presque tous les coins des rues à Lomé. Le développement de ces petites activités artisanales urbaines s'accompagne le plus souvent d'une occupation de la rue, sous forme temporaire ou permanente. Cette présence constitue un élément incontournable de la description du paysage urbain togolais. J-F. Steck (2007) estime, dans cette perspective, que le premier facteur qui permet de comprendre l'importance de l'occupation des rues par les activités de l'informel serait donc plutôt d'ordre entrepreneurial. Il associe la nécessaire visibilité que toute activité marchande se doit d'avoir aux différentes stratégies que les entrepreneurs informels développent pour se rapprocher au plus près de leurs clientèles potentielles.

3. L'omniprésence du secteur tertiaire dans les petites villes togolaises

Le tertiaire public, les marchés, les flux commerciaux et les services de restauration sont des éléments déterminants dans la dynamique des petites villes analysés dans cette section.

3.1. La prédominance du tertiaire public dans les petites villes togolaises

Les villes togolaises, à l'origine, ont été et sont encore tributaires du tertiaire public. C'est pourquoi le critère administratif est prioritairement utilisé pour définir une unité urbaine. Contrairement donc aux villes des pays développés où l'urbanisation et l'industrialisation sont intimement liées, c'est plutôt le couple bureaucratie et urbanisation qui caractérise les villes africaines comme le dira R. Pourtier (2014) : « *toute bureaucratie, par sa nature même est urbanisante et les villes africaines en donnent une preuve éclatante* ». C'est dans le souci d'avoir des points d'ancrage pour prendre possession du Togo colonisé et surtout dans l'urgence du développement des appareils administratifs que plusieurs villes ont été installées sur toute l'étendue du territoire. Les fonctions d'encadrement et de service administratif, sans compter les sociétés publiques et parapubliques, font de l'Etat le premier employeur. Les administrations des secteurs social et économique sont marquées par la concentration des infrastructures, des moyens financiers et des personnels dans les villes principales. Jusqu'en 1990, l'essentiel des investissements était essentiellement consacré aux centres hospitaliers régionaux, aux hôpitaux et aux centres médico-sociaux préfectoraux situés généralement dans les villes (R. Pourtier, 2014). Par contre, selon la même source, les services de santé et d'éducation dans les zones rurales, ont été abandonnées aux ONG et aux enseignants volontaires alors que médecins, agents de santé et enseignants préfèrent tous être affectés dans les zones urbaines. Généralement, tout le monde préfère travailler dans la ville pour avoir accès aux commodités urbaines et faire des affaires de toute sorte. Cette préférence est en partie liée à l'inexistence d'électricité et de services de base dans les zones rurales. Une situation qui rend difficile les conditions de vie aux populations. Travailler en ville représente pour les fonctionnaires une occasion de diversifier leurs sources de revenu additionnel pour faire face aux faibles salaires payés au Togo.

Les villes moyennes de Dapaong, Kara, Sokodé, Atakpamé, Kpalimé et Tsévié ont aussi bénéficié, depuis les années 1970-1980 du tertiaire public. Toutes ces villes, sauf Kpalimé, sont des chefs-lieux de région, ce qui explique les possibilités d'investissement avec un minimum d'emplois nécessaires créés pour assurer la présence des services déconcentrés de l'état. De plus, elles ont bénéficié d'une solide couverture en collèges d'enseignement général, en lycées, hôpitaux, en administrations diverses et particulièrement en université pour la ville de

Kara. Ainsi, les activités administratives sont plus intenses que les activités économiques dans ces villes. Pour autant, l'absence de la décentralisation et de ressources financières propres les privent d'une autonomie nécessaire à leur développement. Leur rôle administratif est souvent un rôle primordial de relais territorial de l'administration centrale, sans être une condition absolue du développement économique.

Ce qui nous intéresse davantage est la situation des activités et emplois dans les petites villes de moins de 50 000 habitants qui, depuis 25 ans, enregistrent des emplois publics liés à l'encadrement sanitaire, scolaire et administratif du pays. C'est dire que la fonction administrative a, dans une large mesure, créé les villes togolaises actuelles comme c'est le cas un peu partout dans les pays d'Afrique noire colonisés. Toutes ces villes ont été d'abord des relais administratifs et politiques ou d'anciens postes de contrôle administratif coloniaux (chefs-lieux de circonscription subdivision ou de cercle) dont le rôle a été accentué depuis l'indépendance par la multiplication des sous-préfectures ; même si certaines sans passé colonial se sont développées depuis dix ans dans les régions de plus grandes activités économiques (Anié, Elavagno, Cinkassé, Adéta, etc.). L'avance prise avant l'indépendance reste néanmoins un fait acquis qui distingue les villes moyennes bien organisées des petites villes qui dans la plupart des cas ne sont devenues chefs-lieux de préfecture ou de sous-préfectures que depuis 1981 et 1991 ou récemment en 2010. Le réseau hiérarchisé des villes a été un outil de l'encadrement territorial qui, toujours, a précédé la mise en valeur (R. Pourtier, 2014). La définition des petites villes togolaises sur la base du critère administratif est suffisante pour comprendre que les 29 petites villes ont un rôle primordial de contrôle territorial. Les services de la préfecture ou de la sous-préfecture obligent les paysans à venir en ville pour l'établissement des pièces d'identité et autres. Les petites villes sont aussi des centres d'encadrement rural du fait de la présence de services agricoles et de sociétés d'Etat qui ont pour but de développer le potentiel productif. Représentant direct du pouvoir central, les préfets et sous-préfets nommés dans les différentes préfectures résident dans ces petites villes. Les décisions politiques et les ordres du pouvoir central sont relayés par ces derniers vers les zones rurales.

En définitive, l'administration est le critère essentiel de définition de la petite ville togolaise dépourvue de fonction industrielle. Cependant, les activités tertiaires sont largement dominées par le commerce informel.

3.2. Rôle des marchés et des flux commerciaux dans la dynamique des petites villes

Plusieurs études ayant porté sur les modes de croissance et de fonctionnement des villes d'Afrique noire ont mis en exergue le rôle de première importance que les marchés jouent dans ces espaces. Il s'agit des équipements collectifs les mieux connus et les plus fréquentés par les citoyens qui se retrouvent dans chaque ville quelle que soit sa taille. P. Vennetier (1991) a analysé dans son livre « *Les villes d'Afrique tropicale* », les activités commerciales qui ont été à l'origine de beaucoup de villes. Il montre que ces activités assurent la redistribution des produits manufacturés par des milliers de revendeurs fixes ou ambulants et l'approvisionnement vivrier du marché urbain à partir de l'arrière-pays, avec lequel sont tissées des relations permanentes. De même, R. de Maximy (1987) a consacré l'article intitulé « *Les marchés, facteurs et témoins de l'urbanisation* », à l'analyse des marchés comme éléments clefs de polarisation de l'espace en les qualifiant « *d'équipements naturels* ». C'est pourquoi il est pertinent dans cette section d'étudier l'impact urbanistique des marchés togolais, de leur hiérarchie et de leurs interrelations afin de mieux comprendre en quoi le marché constitue-t-il un des éléments-clefs de l'organisation de l'espace.

En effet, il est évident que dans le réseau urbain togolais, l'économie urbaine des petites et moyennes villes s'organise autour des échanges commerciaux et des marchés qui constituent un facteur clé de l'urbanisation. Ils génèrent des flux hebdomadaires de commerçants en direction des zones rurales. C'est un atout que les villes doivent exploiter pour mieux organiser l'espace environnant parce que « *dans les villes d'Afrique intertropicale, le marché semble bien être un des éléments-clefs de la polarisation de l'espace* » (R. de Maximy, 1987). Toutes les petites villes hébergent chacune un marché animé hebdomadairement. On s'y rend soit pour acheter les produits agricoles, soit pour vendre les produits manufacturés. Par rapport à la hiérarchie urbaine togolaise, la classification des pôles structurants correspond également à celle des marchés. A Lomé, on retrouve les grands marchés internationaux d'Adawlato et d'Hédzranawoè qui constituent une centralité d'arrivée de toute la population. Ces marchés organisent tout le système commercial du Togo à cause des grands magasins et établissements d'imports-exports qui alimentent le commerce en gros. Ensuite, il y a vingt autres marchés communaux de la capitale répartis dans les quartiers et qui font partie du vaste réseau de distribution aussi bien en ville qu'en périphérie pour

garantir le ravitaillement de chaque citoyen. A part Lomé, les 5 villes moyennes qui accueillent les capitales régionales et Kpalimé ont aussi l'avantage d'abriter les marchés régionaux directement connectés à Lomé pour mieux organiser et ravitailler les différentes régions. Autour de ces marchés régionaux qui fonctionnent comme des lieux d'entrepôt et de commerce demi-gros, « s'organise un courant de distribution des produits manufacturés vers les petits marchés de l'après-midi et les micromarchés du soir et de la nuit commençante » (R. de Maximy, op cit). Ils sont des centres primaires de distribution des produits vivriers et manufacturiers, d'où l'importance de leur polarisation. Ces marchés régionaux sont relayés à leur tour par des marchés préfectoraux répartis dans les 29 petites villes de moins de 50 000 habitants. C'est surtout à ce niveau que l'importance du marché est évidente dans l'urbanisation et dans l'organisation de la ville.

En effet, l'activité commerciale est le résultat de la vitalité économique d'une région et la position de relais ou de carrefour que la ville de cette région occupe. Tabligbo, Vogan, Notsè, Anié, Adéta, Bassar, Cinkassé, etc. sont des petites villes plus dynamiques que les autres à cause de leurs marchés inter-régionaux où le commerce structure l'espace urbain. De tous ces marchés, Anié, Vogan et Kétao sont les plus gros marchés attractifs de collecte de produits agricoles du pays depuis 1981. A Adéta par exemple, 18% de la population pratiquent le commerce. Le marché d'Adéta est l'un des plus importants en produits vivriers de la préfecture et de la région des plateaux et donc le principal moteur de la croissance socio-économique de cette petite ville (B. Awesso, 2009). Sa position au carrefour entre Atakpamé et Kpalimé, la qualité et la quantité de ses produits agricoles lui permettent d'étendre son aire d'attraction et d'attirer les commerçants de toutes les régions du Togo et même du Ghana. L'analyse a révélé que la forte prospérité générée par l'économie de traite fondée sur la cacaoculture a entraîné très tôt d'importantes activités commerciales et une forte monétarisation de l'économie de la plaine du Litimé dans la préfecture de Wawa. Ces activités commerciales, dont Badou était devenu le centre principal dans cet espace enclavé, font déplacer les populations des villages et fermes vers la ville (G. Nyassogbo, 2003). Depuis les années 70, le centre semi-urbain d'Anié à qui le statut de ville a été dénié pendant longtemps jusqu'en 2009, s'est affirmé comme une plateforme commerciale dynamique, dans le cadre exclusif des filières d'approvisionnement vivrier et non plus celui de l'économie de traite qui reposait partiellement sur la commercialisation du coton produit dans la région. Ce « centre d'échanges intra-régional » serait devenu le marché

vivrier le plus important du Togo, devant Vogan (Y. Marguerat, 1985; F. Lançon, 1990).

En définitive, activités commerciales et dynamique urbaines sont très liées au Togo dans la mesure où l'économie de chaque ville s'organise autour des services et des marchés quotidiens et hebdomadaires dans lesquels le commerce informel est palpable.

3.3. Le commerce informel et la débrouille de la restauration de rue pour survivre dans la petite ville

Nous montrons dans cette section que pour les vingt-neuf petites villes qui ont moins de 50 000 habitants, la branche d'activité la plus répandue est le commerce de détail ou le commerce informel. En général, cette activité se trouve entre les mains des populations locales notamment les femmes qui s'installent au bord des rues sans autorisation ni local approprié.

D'abord, elles assurent l'approvisionnement vivrier du marché urbain à partir de l'arrière-pays, avec lequel sont tissées des relations permanentes à l'aide des taxis-brousses. A l'intérieur de chaque ville, la redistribution est assurée par les marchés grâce aux nombreux revendeurs et surtout aux nombreuses vendeuses fixes ou ambulantes. La dispersion des petites exploitations paysannes, oblige les grossistes des produits vivriers à utiliser des méthodes diversifiées. Certains vont directement sur les grands marchés ruraux pour les achats de céréales, de tubercules d'ignames, de haricot, etc. Mais d'autres utilisent les services des collecteurs intermédiaires, qui achètent et stockent dans les campagnes les produits qui seront évacués par les grossistes à partir de la ville la plus proche. Les villes de Bassar, Guérin Kouka, Djaragbanga, Agougadzépé sont célèbres pour le stockage des ignames » et des sacs d'arachides alors que les villes de Notsè, Anié, Adéta, Elavagnon et Tabligbo sont célèbres dans le stockage des sacs de maïs, de haricot et de gari. En l'absence d'unités de production vivrière de type agro-industriel ou de structures de coopératives disposant d'une certaine capacité de négociation sur les prix, les commerçants grossistes sont en position dominante vis-à-vis des producteurs ainsi que des consommateurs. Pour certaines denrées très sollicitées dont la disponibilité est cyclique comme le maïs, le haricot et le Gari, les velléités de spéculation sont toujours très fortes à travers le gonflement des marges bénéficiaires sous prétexte des lourdes contraintes du transport. C'est sans doute, pour essayer de régulariser l'approvisionnement des marchés urbains et pour réduire les variations de

prix que l'Etat togolais a créé l'Agence Nationale de Sécurité Alimentaire du Togo (ANSAT) en 2006 qui en 10 ans a réussi non seulement à réduire la spéculation, mais aussi à constituer des stocks alimentaires déversés sur tous les marchés urbains chaque année en période de soudure. En même temps que ces villes de taille petite jouent le rôle important de collecte des produits agricoles dans l'arrière-pays de la préfecture, à partir des femmes commerçantes, pour les acheminer vers les capitales régionales et vers Lomé, elles sont également d'excellentes zones de distribution des produits manufacturés à partir des boutiques et magasins, vers les zones rurales et les villages « perdus » dans la brousse. Le plus intéressant est de montrer comment se fait cette distribution des produits agricoles et manufacturiers au niveau des marchés quotidiens et hebdomadaires.

En effet, le commerce dans les petites villes togolaises, comme partout en Afrique, se déroule au bord des rues quotidiennement. Contrairement aux villes européennes où les produits de grande consommation se retrouvent dans les supermarchés, les superettes et les épiceries, au Togo, le marché urbain en plein air est le pôle essentiel de la vie urbaine et joue non seulement un rôle économique, mais également un rôle social de rencontres amicales. Considéré comme un élément clef de la polarisation de l'espace environnant, le marché hebdomadaire s'anime une fois par semaine. C'est un grand rendez-vous aussi bien pour les paysans que pour les commerçants. C'est le seul jour à ne pas rater où les populations des bourgs et des petits villages viennent, soit pour se ravitailler en produits manufacturés, soit pour vendre les produits agricoles. Les paysans sont d'ailleurs les principaux animateurs de ce type de marchés.

Par ailleurs, l'un des secteurs d'activité en vogue actuellement dans toutes les villes togolaises, quelle que soit la taille de la ville, est le service de boisson et la restauration informelle. Qu'il s'agisse de la production industrielle ou artisanale de boisson, toutes les villes semblent concernées par ce phénomène. Pendant que les riches recherchent l'ambiance feutrée des bars, hôtels et restaurants modernes, les pauvres se retrouvent dans des petites buvettes et bars tenus par des jeunes. Le plus spectaculaire est la préparation de la bière locale de mil ou de sorgho qui représente un secteur d'activité féminine très dynamique surtout dans les villes du nord Togo. C'est une activité artisanale dont les pratiques se ressemblent même si elles ne portent pas le même nom partout. Dans les quatre villes de la région des Savanes, on parle de *Tchakpalo*. Dans les villes de la région de la Kara, on parle de *Daam* à Niamtougou, *Tchoukoutou* à Kara et à Pagouda, de *slim* à Kantè et de *N'dam* à Bassar et Guérin Kouka.

L'organisation des marchés de chacune de ces villes consacre un vaste espace aux revendeuses de boisson locale sous les appâtâmes facilement reconnaissable par l'alignement des pots, des fûts, des calebasses et par l'ambiance qui règne. R. Pourtier (2014) a évoqué le problème dans son livre en ces termes : « Les jours de marché, une grande partie de l'argent issu des transactions commerciales est aussitôt recyclée en calebasse de bière artisanale consommée en abondance » (R. Pourtier, 2014). Chaque rencontre amicale, chaque fête ou chaque rendez-vous au marché est l'occasion de consommer en abondance la bière locale dont le coût minimum d'une calebassée, estimée à 100 FCFA, permet à toutes les catégories sociales de ne pas être exclues. La vente de la bière locale, sous toutes ces déclinaisons, est aussi répandue dans les villes du sud Togo, ce qui témoigne que la débrouille de la restauration de rue pour survivre est une réalité quotidienne dans la ville togolaise.

Conclusion

La problématique de cet article était de comprendre le fonctionnement du secteur informel dans les petites et moyennes villes togolaises. Pour y arriver, nous avons d'abord décrit le réseau urbain du pays qui nous a permis de mettre une différence entre les villes moyennes et les villes petites à côté de Lomé la plus grande ville. L'analyse de l'armature urbaine togolaise révèle les opportunités offertes par les petites villes à explorer pour amorcer le développement urbain équilibré. Bien organisée, les six villes moyennes et les 29 petites villes sont mieux placées pour assurer de nombreuses fonctions en direction des populations rurales, telles que : promouvoir le développement de l'agriculture par la commercialisation des produits agricoles et l'offre de divers services spécifiques, mettre à la disposition de la population rurale un certain nombre de services généraux, assurer la distribution des produits manufacturés, servir de base au développement d'agro-industries et diffuser les innovations sociales et techniques. Même si ces petites villes ont un aspect rural avec la prédominance des activités agricoles, l'article a permis de comprendre que les services administratifs et surtout les activités informelles dominant la fonction tertiaire et sont constitutives du paysage urbain togolais. Les fonctions assurées par le secteur informel sont diversifiées et vont de l'artisanat au commerce en passant par de multiples services de restauration. L'essentiel de la population active gagne sa vie en produisant des biens et des services peu coûteux qui contribuent dans une

large mesure à la satisfaction des besoins essentiels de la population urbaine. C'est un secteur qui allège le problème de chômage dans toutes les villes en absorbant les migrants, les jeunes qui ont quitté l'école, les sans-emplois et les personnes qui veulent tenter leur chance. Le plus gros problème de ce secteur au Togo comme partout en Afrique, se pose au niveau des conditions nécessaires du financement et la politique de sa promotion. Non seulement ce secteur économique est indispensable dans la réduction de la pauvreté urbaine, mais aussi, il contribue à la recomposition du territoire urbain et à la compréhension de l'identité urbaine africaine. Malgré le sentiment de la perte d'identité urbaine qu'on a des petites villes togolaises essentiellement rurales et sans lien avec l'industrialisation, on peut dire sans risque de se tromper que seules les activités administratives et informelles sont au cœur de l'urbanisation togolaise.

Références bibliographiques

- AWESSO Baoubadi, 2009, *Etude monographique d'un centre semi-urbain au Togo : le cas d'Adéta dans le sud-ouest*, mémoire de maîtrise de Géographie, Université de Kara.
- AZAÏS Christian et STECK Jean-Fabien, 2010, « Les territoires de l'informel », éditorial, *Espaces et sociétés*, n°143, p. 7-12.
- BELGUIDOUM Saïd et MOUAZIZ Najet, 2010, « L'urbain informel et les paradoxes de la ville algérienne : politiques urbaines et légitimité sociale », *Espace et Société*, n°43, p. 101-116.
- BETTIGNIES (de) Joseph, 1968, *Toumodi : élément pour l'étude d'un centre semi-urbain de moyenne Côte d'Ivoire*, Abidjan, ORSTOM, p. 211-250.
- COMPAORE Georges, 1993, « La filière cuirs et peaux au Burkina Faso : dynamique et paradoxe », Vennetier Pierre, *Villes africaines, activités et structures*, CEGET, Paris, p. 55-74.
- ELA Jean-Marc, 1983, *La ville en Afrique noire*, Paris, éd Karthala.
- GAYIBOR Nicoué Ladjou (2005.), *Histoire des Togolais, de 1884 à 1960*, Tome 1, PUL, vol 2.
- GUEZERE Assogba, 2014, « Les villes togolaises petites et moyennes dans la dynamique de l'organisation de l'espace et du développement local », *Cahiers de démographie locale 2012*, Néothèque, coll. « Dynamiques des populations locales », p. 281-324.

- HUGON Philippe, 1993, *L'économie de l'Afrique*, Paris, la Découverte.
- HUSMANNS Ralf, 1997, Secteur informel : historique, définition et importance. *Actes du séminaire de Bamako*, BIT 10-14 novembre 1997.
- KENGNE Fodouop, 1993, « Le lavage des voitures à Yaoundé (Cameroun) », Vennetier P, *Villes africaines, activités et structures*, CEGET, Paris, p. 75-101.
- LANÇON Frédéric, 1990, *Circuits commerciaux, marchés et politiques d'approvisionnement des villes en Afrique de l'Ouest. L'exemple de produits vivriers au Togo*, thèse de doctorat en économie, Université de Paris X-Nanterre.
- MARGUERAT Yves, 1994, « Datcha, ou l'usine aux champs, industrialisation et émergence du fait urbain au Togo », *Population, migrations, urbanisation au Togo et en Afrique noire*, coll Patrimoines, n°2, Lomé p. 213-237.
- MARGUERAT Yves, NYASSOGBO Kwami Gabriel, 2005, « L'urbanisation et les villes », N. L. Gayibor (dir.), *Histoire des Togolais, de 1884 à 1960*, Tome 1, PUL, vol 2, p. 525-544.
- MAXIMY (de) René, 1987, « Un développement fondé sur les petites villes », *Annales de géographie*, n°535, p. 368-371.
- MAXIMY (de) René, 1987, « Les marchés, facteurs et témoins de l'urbanisation » in *Cahier des Sciences Humaines*, Géographe ORSTOM., Paris, p. 319-331.
- NYASSOGBO Kwami Gabriel, 2003, « Relations ville-campagne et développement local, L'exemple de la petite ville de Badou en zone de plantation cacaoyère au Togo », *Les Cahiers d'Outre-Mer* Numéro 224 en ligne.
- POURTIER Roland, 2014, *Afriques noires*, Hachette, coll. Carré géographie.
- STECK Jean-Fabien, 2007, « La rue africaine, territoire de l'informel » ? *Flux* N° 66/67 p. 73-86.
- VENNETIER Pierre, 1993, *Villes africaines, activités et structures*, Paris, CEGET.
- VENNETIER Pierre, 1991, *Les villes d'Afrique tropicale*, 2^{ème} édition, Masson Géographie. Paris, Milan, Barcelone, Bonn.

ETALEMENT URBAIN ET DEVELOPPEMENT DES ACTIVITES COMMERCIALES A L'OUEST DE COTONOU : LE CAS DE L'ARRONDISSEMENT PERIURBAIN DE PAHOU

Toussaint VIGNINO, Dossa Alfred AICHEOU
& Makodjami David BALOUBI
Université d'Abomey-Calavi

Résumé : La présente étude est réalisée pour établir les relations entre l'étalement urbain et le développement des activités commerciales dans l'arrondissement périurbain de Pahou. En effet, la ville de Cotonou depuis l'indépendance du Bénin connaît une croissance démographique rapide. L'agglomération de Cotonou fait partie des villes millionnaires de l'Afrique de l'Ouest. Ville industrielle, administrative, commerciale, touristique, culturelle, Cotonou dans son extension envahit les arrondissements périurbains dont celui de Pahou. Le front urbain venant de Cotonou se déplace sans cesse vers l'Ouest en engloutissant chaque année cent hectares de terres cultivables. Cette infiltration de l'urbain dans le milieu rural a des impacts sur le paysage, le mode de vie des populations et surtout sur les activités commerciales. La méthodologie adoptée comporte la collecte des données à travers la recherche documentaire et les enquêtes de terrain menées auprès des acteurs économiques. Le traitement des données quantitatives et qualitatives et l'analyse des résultats. Cette recherche montre que les activités commerciales jouent un rôle important dans la dynamique spatiale et démographique des espaces périurbains. Mais ce commerce revêt une spécificité. Il s'agit du commerce de rue et du commerce dans les petits marchés. Ces derniers sont des relais entre le marché central de Cotonou (Dantokpa) et les boutiques ou divers étals où les populations s'approvisionnent. Les principaux acteurs de ce commerce de proximité sont des semi-grossistes et des détaillants. Malgré le dynamisme de ces acteurs cette activité est confrontée à de nombreuses difficultés qu'il urge de corriger pour le développement des périphéries urbaines.

Mots-clés : Pahou, étalement urbain, commerce, acteurs.

Abstract: This study was performed to establish the relationship between urban sprawl and the development of commercial activities in the suburban district of Pahou. The city of Cotonou in Benin since independence is growing rapidly. The town is part of Cotonou millionaires cities in West Africa. industrial town, administrative, commercial, tourism, culture, the city of Cotonou in its extension invades and engulfs suburban districts including the Pahou. The urban front from Cotonou moves ever westward engulfing every year tens or even hundreds of hectares of farmland. This infiltration of urban in rural areas has impacts on the landscape, people's living mode and especially commercial activities. The methodology involves collecting data through desk research and field surveys of trade stakeholders, treatment of quantitative and qualitative data and analysis of results. Investigations from this research show that commercial activities play an important role in spatial and demographic dynamics of suburban areas. But this trade is specificity. This street and Trade Trade in small markets. These are relays between the central market in Cotonou (Dantokpa) and various shops and stalls where people are supplied. The main players in the local shops are semi-wholesalers and retailers. Despite the dynamism of these players this activity is facing difficulties urge to correct for the development of urban peripheries.

Keywords: Pahou, urban sprawl, trade players.

Introduction et justification du sujet

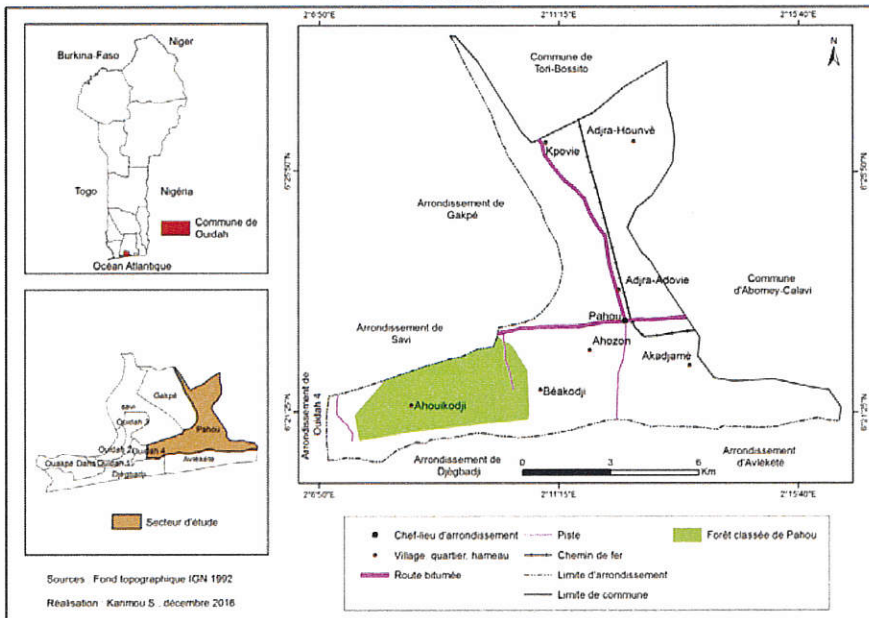
De l'indépendance à nos jours, le Bénin connaît une urbanisation rapide. Dans ce pays plusieurs villes émergent. Il s'agit des villes de Cotonou, Abomey-Calavi, Porto-Novo et Parakou. Elles se caractérisent par une augmentation rapide de leurs populations au fil des années et un mouvement de périurbanisation intense dont l'un des facteurs est la mobilité résidentielle entre les quartiers centraux et les nouveaux quartiers d'extension (T. Vigninou, 2010, p. 23). Cette extension pose le problème du rapport villes-campagnes en termes très différent, car l'interpénétration des champs, des friches et des zones construites devient la règle (J.P. Paulet, 2000, p. 57). Contrairement aux pays industrialisés, le phénomène de l'étalement caractérise presque toutes les villes du sud. Selon G. K. Nyassogbo (2003,p. 28), cette extension spatiale est plus rapide que l'accroissement démographique des villes. En effet, dans son extension, la ville de Cotonou coincée entre l'océan Atlantique au Sud et le Lac Nokoué au Nord envahit et phagocyte les villages vers l'Est et l'Ouest. Ainsi, à l'Ouest l'arrondissement périurbain de Pahou est englouti par le front urbain venu de Cotonou et qui se déplace vers Ouidah. Une nouvelle centralité se crée à l'Ouest de Cotonou. Elle est caractérisée par une démographie galopante et une densification des habitations surtout le long

de la voie inter-Etats Cotonou-Lomé. Cet étalement favorise le développement des activités commerciales. Pahou étant relativement éloigné de Cotonou et de son grand marché Dantokpa, les populations ont senti la nécessité de s'équiper et de promouvoir les activités commerciales. Le commerce doit suivre le besoin des consommateurs et s'adapter sans cesse à leurs désirs (J. Bastié, 1995, p. 35). Le marché de Pahou devient un marché de relais pour l'approvisionnement des produits vivriers et manufacturiers. Deux circuits de distribution cohabitent sur le terrain : l'un traditionnel et l'autre moderne.

1. Présentation du cadre d'étude

L'arrondissement de Pahou est situé dans la commune de Ouidah au Sud du Bénin dans le département de l'Atlantique entre 6° 22' et 6° 25' de latitude Nord, 2° 10' et 2° 13' de longitude Est (voir figure 1).

Figure 1 : Situation de l'arrondissement de Pahou dans la commune de Ouidah



Source : LARCATO, 2016

Il est limité au Nord par la commune de Tori Bossito, à l'Est par la commune d'Abomey-Calavi, au sud par les arrondissements d'Avlékété et

de Djêgbadji et à l'Ouest par ceux de Gakpé et de Savi. Constitué de neuf localités, l'arrondissement de Pahou est à 25 km à l'Ouest de Cotonou, ville à laquelle il est relié par une voie bitumée Inter-Etats (RNIE n°1). Fondé par Hodonou au VIII^{ème} siècle, Pahou abrite 78 474 habitants selon le quatrième recensement de la population et de l'habitation de 2013. Les principales ethnies sont les Fons 69,8 %, les Adja 16,5 %, les Yoruba 9 %, les Bariba 0,5 %, les Dendi 0,3 % et aussi les Pédah installés en majorité dans la zone marécageuse et les Aïzo sur le plateau. Les caractéristiques pédologiques, morphologiques et climatiques du milieu ont permis le découpage de l'arrondissement de Pahou en deux zones écologiques : la zone marécageuse et celle du plateau (voir Figure 1). Le milieu jouit d'un climat subéquatorial caractérisé par deux saisons sèches et deux saisons pluvieuses. Il s'agit d'un régime bimodal avec deux pointes d'inégale importance concentrant 40 à 65 % à la première saison des pluies et 18 à 30% à la seconde saison (M. Boko, 1988, p. 26). Cette bimodalité et l'intensité des précipitations sont à l'origine de la concentration des eaux qui stagnent dans la zone marécageuse. Les habitants de Pahou s'adonnent principalement à la pêche, l'agriculture, l'élevage, aux activités de transformation des produits agricoles et au commerce.

2. Démarche méthodologique

La démarche méthodologique adoptée comporte trois étapes à savoir la collecte des données qualitatives et quantitatives, leur traitement et l'analyse des résultats.

2.1. Collecte des données

Dans le cadre de cette étude plusieurs types de données ont été utilisés. Il s'agit des statistiques démographiques archivées à l'Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique ; des données planimétriques relatives à l'occupation du sol entre 1972, 1996 et 2006 ; des données qualitatives et quantitatives sur les facteurs et le mécanisme de la périurbanisation au Sud-Ouest de Cotonou.

La collecte des données est faite à partir de plusieurs techniques d'investigation. Il s'agit de la documentation, des entretiens, de l'observation directe et des questionnaires. En effet, les centres documentaires dont les champs de recherche sont en liaison avec l'objet de la présente recherche sont ciblés et visités. Plusieurs documents généraux et spécifiques ont été exploités, plusieurs sites WEB ont été également

consultés. Deux modes ont été utilisés pour administrer les questionnaires : le mode direct et le mode indirect. Les guides d'entretien sont élaborés et utilisés à cet effet. La technique de focus-group impliquant 5 à 8 personnes a été organisée dans les quartiers Pahou-Centre, Zoungoudo et Kovêdjè à cause de la concentration des activités commerciales. Les informations issues de ces entretiens de groupe ont permis de confronter et/ou de compléter celles recueillies lors des entretiens individuels. Ces enquêtes ont été menées dans les différents quartiers que compte l'arrondissement de Pahou. La cible visée est le ménage ayant résidé dans le milieu en permanence pendant au moins 5 ans et menant des activités commerciales telles que la vente des produits vivriers, des produits manufacturés, des pièces détachées, la vente de nourritures et de la vente de l'essence frelatée. Cette cible est choisie parce qu'elle pourra renseigner clairement sur l'extension urbaine du milieu d'étude. Les enquêtes ont aussi porté sur les chefs de quartiers et autorités influentes. Ces entretiens ont porté sur les facteurs de l'étalement urbain et du développement des activités commerciales.

Les critères susmentionnés ont été utilisés pour constituer la taille de l'échantillon. Le tableau 1 expose la distribution de l'échantillon selon les localités.

Tableau 1 : localités et effectifs interrogés

Localités	Effectifs des chefs de ménages interrogés	Effectifs des personnes ressources interrogées
Kovêdjè	25	3
Zoungoudo	25	3
Pahou-Centre	50	4
Total	100	10

Source : enquêtes de terrain, juin 2013

Au total, 110 personnes ont été interrogées à travers un choix raisonné. Elles sont composées de 100 chefs de ménage et 10 personnalités (chefs d'arrondissement, chefs quartiers, responsables du parking gros porteur et du marché de Pahou, etc.).

Toujours dans le cadre de cette étude d'autres outils ont été utilisés notamment un appareil photographique numérique, un enregistreur de son et un *Global System Position (GPS)*. Ils ont permis de sauvegarder les informations issues des entretiens et de prendre les coordonnées des éléments structurants de l'espace afin de les projeter sur les cartes de répartition et d'occupation du sol.

2.2. Traitement des données

Le traitement statistique et graphique des données collectées a permis de les présenter sous forme de graphiques et de tableaux simples et croisés. Les cartes résultent de l'utilisation du logiciel Arc View et de l'étude diachronique réalisée à partir de la méthode de superposition des faits observés. L'utilisation des photographies aériennes et des images satellites a joué un rôle important dans les travaux de terrain. Deux images ont été utilisées, l'une du satellite LandSat MSS 1995 et l'autre du satellite LandSat ETM 2010 et la photographie aérienne mission 1996. Leur traitement et analyse ont permis d'appréhender l'évolution spatiale de l'arrondissement de Pahou et de faire l'évaluation de la dégradation de l'environnement. Elles ont permis avec le fond topographique IGN Bénin au 1/200 000 de faire les cartes d'occupation du sol de 1995 et 2010. Il a été procédé à leur étude diachronique pour mieux appréhender la dynamique de l'occupation du sol entre 1995 et 2010.

2.3. Analyse des résultats

L'analyse diachronique a été utilisée pour mieux apprécier et étudier l'évolution des différentes unités d'occupation du sol. Le modèle d'analyse Forces, Faiblesses, Opportunités et Menaces (FFOM) a permis d'analyser les résultats d'enquête.

3. Résultats et discussions

3.1. Etalement urbain ou dynamique périurbaine de l'arrondissement de Pahou

L'extension urbaine de l'arrondissement de Pahou s'explique par plusieurs facteurs.

3.1.1. Dynamique démographique de la ville de Cotonou

Du fait de son accroissement démographique, l'agglomération de Cotonou a largement dépassé ses limites administratives pour s'étendre sur des espaces périphériques relevant du ressort administratif des communes voisines (dont celle de Ouidah à laquelle appartient le secteur d'étude à l'Est).

L'effectif de la population de Cotonou a doublé en 34 ans passant de 327 595 habitants en 1979 à 678 874 habitants en 2013. Cotonou devrait atteindre 693 683 habitants en 2025. Ainsi, la population de

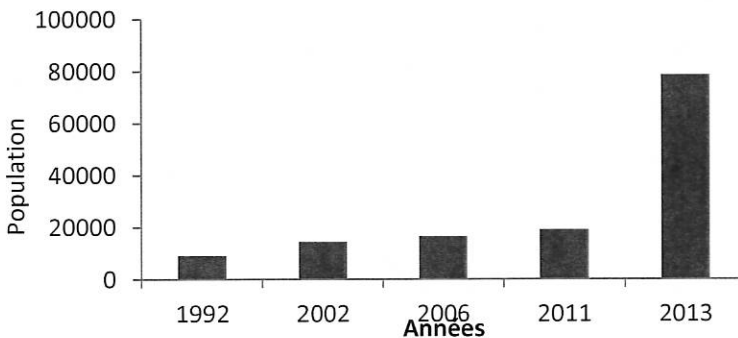
l'agglomération urbaine de Cotonou tend à se stabiliser au profit de celle des communes environnantes dont celle de Ouidah. En effet, Cotonou connaît une baisse du taux d'accroissement démographique (3,76 % entre 1979 et 1992 ; 2,17 % entre 1992 et 2002 ; 0,18 % entre 2002 et 2013) pendant que la commune de Ouidah connaît la tendance inverse (INSAE, 2013). Cela est dû aux contraintes du site de la ville. La ville de Cotonou se trouve bloquée dans son extension vers le Nord et le Sud par respectivement le lac Nokoué et l'océan Atlantique ; aussi les inondations devenues très fréquentes et très dommageables ces dernières années amènent les populations à investir les périphéries moins inondables et provoquant leur saturation.

Ce déplacement de pôle de concentration se manifeste dans l'arrondissement de Pahou par une densité élevée qui atteint désormais 652 habitants au kilomètre carré. Cet arrondissement est en effet devenu une véritable cité dortoir pour les populations de Cotonou en même temps qu'elle accueille des infrastructures économiques et marchandes normalement destinées à la ville de Cotonou. L'impact de cette évolution sur le secteur d'étude est patent. Le taux d'accroissement du secteur évolue à un rythme rapide.

3.1.2. Croissance démographique de l'arrondissement de Pahou

De 1992 à 2013, l'arrondissement de Pahou a connu une croissance démographique et spatiale rapide. Ainsi, les recensements de 1992, 2002, 2013 et les différentes projections faites sur plusieurs années montrent que l'arrondissement de Pahou est en pleine croissance démographique (Figure 2).

Figure 2 : Evolution démographique de l'arrondissement de Pahou



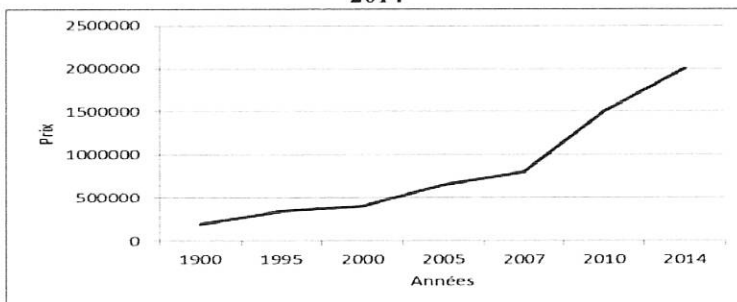
Source : INSAE (1992, 2002, 2013), complétée par les études (2014) du cabinet Essor Ingénierie.

Cette croissance démographique explique l'extension spatiale des différents quartiers de l'arrondissement de Pahou surtout ceux proches de Pahou-centre comme Kovêdjè et Zoungoundo. Plusieurs facteurs dont la proximité de Cotonou, la disponibilité des terrains à bâtir et le rôle économique que joue cette localité dans la région, favorisent son extension spatiale.

3.1.3. Spéculation foncière à Pahou

Le développement rapide de Cotonou et les besoins de plus en plus élevés d'espace ont pour corollaire la transformation progressive des localités villageoises environnantes en espaces périurbains. Ainsi, dans son extension spatiale, Cotonou se rapproche de plus en plus de Pahou qu'elle a fini par absorber comme les autres agglomérations rurales périphériques telles que Cocotomey, Cococodji, etc. L'arrivée massive des citadins a favorisé l'envolée des prix de parcelles dans cette localité interurbaine. Dans les années 1960, les parcelles à bâtir coûtaient moins chers dans cette localité considérée jusque-là comme une campagne par rapport à Cotonou. D'après les résultats d'enquête, entre 1985 et 1989 une parcelle de 625 m² coûtait entre 100 000 et 120 000 F CFA. Mais à partir des années 1990 et surtout avec le lancement des opérations de lotissement et la réalisation des infrastructures sociocommunautaires (route, électricité, adduction d'eau villageoise) les villages périphériques sont désormais convoités. Ainsi 40 % des opérateurs économiques qui avaient entre temps acheté des domaines chez des propriétaires terriens procèdent à leur morcellement et à leur vente. Aussi, 60 % des acquéreurs de parcelles affluent vers les propriétaires terriens entraînant la montée en flèche des prix des parcelles. De 1985 à 2013, l'augmentation des prix des parcelles a été spectaculaire (voir Figure 3).

Figure 3 : Evolution du prix de la parcelle de 625 m² à Pahou entre 1990 et 2014



Source : Enquête de terrain (juin 2015)

Selon les données de la figure 3, il ressort que les prix des parcelles augmentent d'année en année. Cette tendance est liée essentiellement à la proximité de Cotonou qui favorise la surenchère. Après la vente des domaines, certains propriétaires devenus relativement riches procèdent à la spéculation. L'usufruit de ces activités leur permet de construire des maisons qu'ils mettent en location. Le coût du loyer relativement réduit dans la localité incite les citadins et les populations en quête d'emploi à Cotonou à venir s'installer dans le milieu. Ils vont travailler à Cotonou dans la journée et reviennent le soir. En revanche d'autres préfèrent passer toute la semaine à Cotonou pour ne revenir qu'en début de week-end. Certaines structures organisées comme les Etablissements " les résidences du troisième millénaire " et les Etablissements "Victoria" font la promotion du milieu en vendant des parcelles à des prix et à des conditions défiant toute concurrence. Ainsi, Pahou s'urbanise avec l'implantation de bâtiments, de maisons d'habitation modernes et d'équipements divers comme les banques, les écoles, les hôtels et les auberges.

3.1.4. Coût du logement dans le centre-ville de Cotonou

L'un des motifs qui milite en faveur du choix du secteur d'étude par les populations est le coût du logement et de vie très prohibitif dans le centre-ville. En effet, d'après 18 % des populations interrogées, les logements relativement chers dans les villes ne sont pas compatibles avec leur revenu. La principale motivation des personnes, notamment des personnes défavorisées choisissant de vivre dans le secteur, est d'échapper au coût élevé, parfois prohibitif, du logement urbain, en raison essentiellement de leur forte demande dans les quartiers centraux. Selon les travaux de terrain, une chambre salon trouvée à 12 000 F CFA à Pahou peut coûter 25 000 F CFA avec les mêmes confort et parfois les chambres de Pahou sont plus aérées que celles de Cotonou. Cette situation encourage le déplacement des populations vers Pahou, ce qui renforce sa dynamique démographique et spatiale.

Une autre motivation importante est le choix d'un cadre de vie plus agréable malgré la présence de quelques bandes de terres marécageuses ; plus calme, il permet d'échapper à l'entassement urbain, qui serait source d'agressivité.

L'étalement urbain est mis en parallèle, avec le développement du parc automobile et des infrastructures routières, des zones d'activités commerciales et industrielles, qui nécessitent des surfaces importantes et qui sont rejetées du centre-ville à la fois à cause du coût de l'immobilier et du fait du rejet de certaines nuisances liées à ces activités.

3.1.5. Autres facteurs de l'étalement urbain à Pahou

La volonté politique est l'un des facteurs qui a favorisé l'étalement de la ville de Cotonou vers l'arrondissement de Pahou. Très dégradée il y a quelques années, le gouvernement pour faciliter la mobilité des personnes et des biens a construit une partie de cette autoroute qui relie Cotonou à Lomé. Pahou est désormais à 15 ou 20 minutes de Cotonou soit 25 km s'il n'y a pas d'embouteillage. Situé à mi-parcours entre Cotonou et Ouidah, il attire une masse importante de populations qui s'y installe. Ce sont surtout les migrants rejetés par la ville de Cotonou compte tenu des prix relativement élevés du loyer. Quartier dortoir de la ville de Cotonou, on observe un mouvement pendulaire de populations entre Pahou et Cotonou. Les matins elles se ruent vers Cotonou où selon nos résultats d'enquête de terrain plus 60 % des chefs de ménage travaillent et les soirs c'est le mouvement inverse.

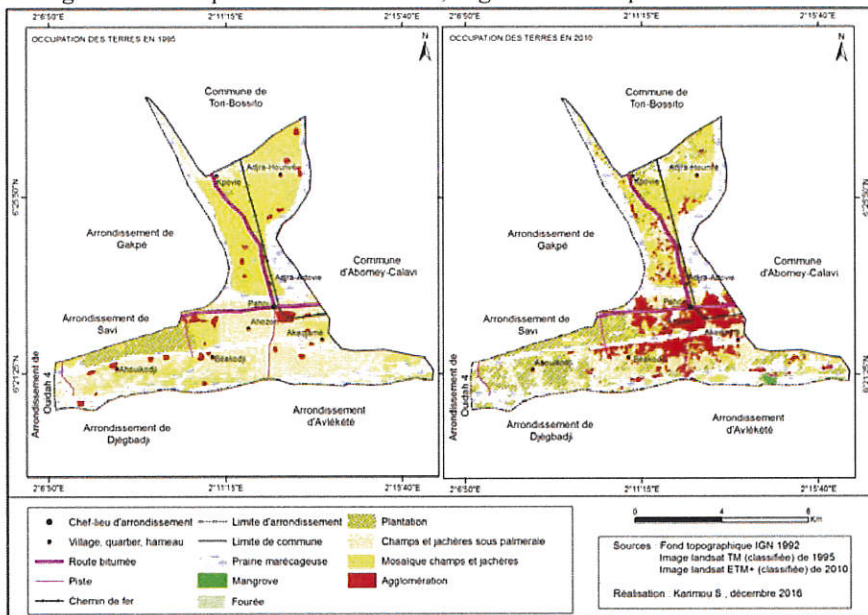
Pour satisfaire les besoins des populations, le Gouvernement a construit des infrastructures sociales : sept collèges d'enseignement général, dix centres de santé, un commissariat de police, etc. Le lotissement des différents quartiers a suscité l'installation de nombreux cadres de l'administration en quête de maisons personnelles. Ce phénomène de " être chez soi " très développé dans le pays constitue un facteur très important de l'étalement urbain en Afrique de l'Ouest.

Pour désengorger la ville de Cotonou de ses camions gros porteurs, un grand parking de capacité de 300 camions est construit à Pahou. C'est un parking destiné aux pays de l'hinterland : le Burkina-Faso, le Mali et le Niger. Des camions font leur escale en attendant leur tour pour charger les marchandises du Port Autonome de Cotonou en direction de leur pays. Cette situation est à la base d'une migration internationale. Ainsi, on observe une communauté importante de Nigériens, Maliens et Burkinabé à Pahou renforçant l'effectif de sa population. Cette agglomération abrite des populations d'origines diverses menant des activités économiques variées. Les populations se livrent essentiellement à l'agriculture, à l'élevage, aux activités de transformation, à l'artisanat, à l'exploitation forestière et surtout au commerce.

3.1.6. Croissance spatiale de Pahou

Après l'indépendance du pays en 1960, cette localité a subi de sérieuses mutations en devenant une importante agglomération. Plusieurs étapes ont marqué sa croissance dans le temps et dans l'espace (Figures 4 et 5).

Figure 4 : Occupation du sol en 1995, **Figure 5 :** Occupation du sol en 2010



Source : LACARTO, 2016

Dans les années 1960 et 1990, le site de Pahou était occupé par les agriculteurs, les éleveurs et les pêcheurs. Les villages étaient isolés les uns des autres et de Pahou-centre puis séparés par des plantations de palmier à huile, de cocotiers, des champs et la jachère (42,8 %). Pahou-centre se situait aux abords de la gare de l'Organisation Commune Bénin-Niger des chemins de fer et des transports, du Marché et de la route Inter-Etats N°1. La présence de l'usine de production de l'huile de palme à Ahozon et la cité dortoir de ses travailleurs donnaient une importance à la localité (Figure 4 d'occupation du sol en 1995).

De 1995 à nos jours, l'arrondissement de Pahou s'est profondément transformé. Il est devenu le lieu d'habitation de nombreuses populations venues de Cotonou. Elles y ont construit soit de belles maisons soit des habitations précaires selon les moyens dont elles disposent. Les endroits autrefois couverts par la végétation ont ainsi connu de profondes mutations (voir carte d'occupation du sol en 1995 et 2010).

De l'observation de ces figures, il ressort que la superficie de l'agglomération de Pahou qui était de 491,70 ha en 1995 correspondant à 6,28 % de la superficie totale de l'arrondissement est passée à 1 019,95 ha

en 2010 soit 13,02 % de la superficie totale. On en déduit que quinze ans plus tard les agglomérations ont pris une ampleur considérable (Figure 5). Cette augmentation vertigineuse s'explique par le fait que les populations quittent Cotonou vers les périphéries. Les populations de Pahou s'adonnent à plusieurs activités économiques dont l'une des plus importantes est le commerce.

3.2. Développement des activités commerciales

Les acteurs commerciaux utilisent deux circuits pour l'écoulement de leurs produits. A cet effet, au niveau des échanges deux circuits de distribution cohabitent : l'un traditionnel et l'autre moderne.

3.2.1. Marché de Pahou

Le circuit traditionnel est caractérisé par l'existence du marché de Pahou. C'est un marché de relais entre le monde rural et le grand marché Dantokpa de la ville de Cotonou. Ce marché s'anime tous les cinq jours. Il est le lieu des principaux échanges. Les grands acteurs sont des populations rurales qui l'approvisionnent en produits vivriers : maïs (*Zea mays*), haricot (*Vigna unguiculata*), patates (*Ipomoea batatas*), manioc (*Manihot esculenta*), banane (*Musa*), huile, les fruits, les volailles, etc. Ils viennent des villages des communes de Ouidah, Kpomassè, Tori, Zè et de Comé. En retour ils achètent les produits manufacturés tels les boîtes de conserves, savons, tissus, chaussures. La photo 1 illustre quelques produits manufacturés dans le marché de Pahou.

Photo 1 : Quelques produits manufacturés dans le marché de Pahou



Source : Yéssoufou., décembre 2015

Cette photo montre les savons, les boîtes de conserves, les bougies etc., qui sont exposés pour la vente.

La seconde catégorie d'acteurs sont les acheteurs ; ce sont les populations de l'agglomération de Pahou et celles venues de Cotonou. Elles s'approvisionnent en produits vivriers d'origine agricoles. Le tableau 2 présente les produits les plus vendus sur les marchés de Pahou.

Tableau 2 : Produits vendus sur le marché de Pahou

Produits agricoles et de cueillette	Produits maraîchers	Produits d'élevage et de pêche	Produits Manufacturés	Divers
Maïs, arachide, haricot, gari, huile de palme, igname, manioc, riz, banane et orange	Légumes, gombo, tomate fruit, oignon, crinclin	Volailles, poissons, cabris, mouton	Tissus, plastiques, chaussures, friperie, produits cosmétiques	Pharmacopée, feuilles, écorces et racines, beignets d'arachide

Source : Enquête de terrain, décembre 2015

Ce tableau 2 montre que le marché de Pahou constitue une source d'approvisionnement de produits de première nécessité pour les populations de Pahou et de Cotonou. En dehors des jours d'animation du marché il y a de nombreux vendeurs ambulants de produits divers qui se promènent à travers l'espace périurbain. Il existe aussi dans presque toutes les rues et devant des habitations, des étals de divers produits vivriers et manufacturés. Ce circuit de distribution traditionnel est complété par celui dit moderne. A l'instar des grandes agglomérations, Pahou disposent de 30 boutiques appartenant à des commerçants et opérateurs économiques.

3.2.2. Le circuit moderne de distribution

Les activités commerciales dans le secteur sont très diversifiées. Le milieu est très marqué par le développement des petits commerces et services marchands se traduisant par la présence des petites boutiques et des ateliers de tout genre le long des artères. Ce sont pour la plupart des boutiques de produits divers à savoir : équipements électriques tenus par des maliens et nigériens, pièces détachées de motos et d'autos géré par les nigériens, quincailleries, petites alimentations générales, dépôts de ciment, etc., gérés par des béninois. Ces boutiques sont concentrées le long de la

route Nationale Inter-Etats Cotonou-Lomé et les rues pénétrantes longeant le marché de Pahou. Dans le développement des activités commerciales l'installation du parking des camions gros porteurs a joué un rôle très important.

3.2.3. Développement des activités commerciales autour du parking de camions gros porteur

A côté du parking de gros porteurs se développent deux autres types de marchés. Il s'agit des marchés de divers (boissons, aliments, friandises, pacotilles, etc.) installés le long de la clôture et de la voie principale menant au parking. Les vendeurs sont majoritairement des femmes provenant des localités environnantes ; les marchés des pièces détachées neuves ou d'occasion et de pneus. Ce marché est fréquenté par plusieurs nationalités : Béninois, Nigériens, Maliens et Burkinabê, etc., en quête de pièces d'occasion (photo 2).

Photo 2: Etalage de vente de pièces détachées d'occasion à Pahou



Source : T. Vigninou, Décembre 2015

Cette photo montre les objets exposés par un acteur du commerce des pièces détachées. L'exercice de ces activités permet aux différents acteurs de tirer des revenus et de satisfaire leurs besoins.

Les résultats obtenus dans le présent travail sont confrontés avec ceux obtenus par d'autres auteurs.

4. Discussion

Les travaux de la présente étude menée sur l'étalement urbain et le développement des activités commerciales au sud-ouest de Cotonou sont conformes à ceux menés par d'autres auteurs.

En effet, l'étalement urbain, phénomène caractéristique des grandes agglomérations urbaines aussi bien des pays développés que sous-développés observé au Sud-Ouest de Cotonou est engendré par de nombreux facteurs. Ces résultats rejoignent ceux de D. Appril (2001, p. 19) qui stipulent que les facteurs de l'étalement urbain sont très variables selon les contextes économiques, politiques et sociaux : déconcentration résidentielle, déversement urbain, politique du logement favorisant l'accession à l'habitat individuel dans les pays industrialisés, peut-être, mais aussi croissance migratoire par étalement « spontané » de *quartiers informels*, relevant des pratiques foncières mal contrôlées par les pouvoirs publics, périphérisation délibérée des pauvres... .

Cet étalement urbain comme l'ont montré R. Brunet et al. (1992, p. 68), J. Remblière (2005, p.75) cités par G. Glèlè et al. (2012, p. 90) est caractérisé par un dépeuplement des villes (centres) au profit de leurs périphéries. Le taux d'accroissement de la ville de Cotonou a diminué au profit des arrondissements limitrophes dont Pahou. Ce constat corrobore les observations de E. Domingo et E. Dorier-Appril (2004, p. 65), qui observent que la baisse du taux d'accroissement s'explique par le déplacement des pôles de concentration humaine.

L'installation et le développement des activités économiques dans le secteur d'étude changent progressivement les fonctions et le paysage périurbains. Ces résultats d'enquête confirment les travaux de T. Vigninou (2010, p.55) et de A. K. H. Biakouyé (2014, p. 65) qui ont montré que grâce à des fondements d'ordre géographique et économique, les bourgades périurbaines relativement éloignées de Porto-Novo et de Lomé ont attiré et attirent encore, aussi bien les hommes que les activités économiques participant ainsi au processus de transformation économique et spatiale, ainsi qu'à la réorganisation spatiale. Les processus d'étalement urbain s'accompagne de plus en plus de nouvelles formes de polarités fonctionnelles plus ou moins élaborées en périphérie des agglomérations (campus universitaires, technopôle, centres commerciaux, malls, multiplexes de loisirs) qui tendent à réduire l'importance du cœur de la ville centrale (J. P. Chevalier, cité par E. Dorier-Appril, 2001, p. 45).

Par ailleurs J.P. Chevalier (2000, p. 82) a montré que les processus d'émergence de ces polarités périphériques sont complexes et leurs acteurs

multiples : collectivités locales, industriels, promoteurs fonciers et immobiliers... Le cumul de ces fonctions dans les secteurs fortement valorisés par les infrastructures de transport peut avoir un effet d'entraînement et se traduire par la formation de véritables noyaux urbains à la fois actifs, peuplés, autonomes à la marge des agglomérations et à l'écart de leurs centres. Ces résultats confirment ceux de la présente étude qui spécifient le rôle joué par le marché de Pahou, le foncier, l'immobilier et le développement des transports dans l'émergence de cette polarité périphérique observée au sud-ouest à la marge de Cotonou et à l'écart de son centre-ville. Mais cet étalement urbain a des conséquences sur l'environnement et le développement durable des villes. C'est dans cet ordre d'idées que V. Fouchier (1997, p. 26) en s'appuyant sur une série d'études menées dans de grandes agglomérations de pays industrialisés et de pays en voie de développement par plusieurs auteurs, critique les effets de l'étalement urbain en défendant l'idée selon laquelle un tissu urbain dense associant étroitement bureaux et logements en hauteur est plus utile aux performances économiques et développement durable des grandes villes permettent de consommer moins de temps et d'énergie, de faire des économies d'échelles sur les infrastructures, de réduire la pollution automobile générée par le tout-automobile des zones périurbaine.

Conclusion

L'étalement urbain au Sud-Ouest de Cotonou est dû à plusieurs facteurs. Les plus importants sont la saturation démographique de la ville de Cotonou, la forte volonté "d'être chez soi" des populations et de vivre dans un endroit calme et sans contraintes, la construction de la route Nationale Inter-Etats Cotonou-Lomé. Il faut ajouter que la disponibilité et le coût relativement bas du terrain, la construction des infrastructures sociales ont joué un rôle déterminant dans l'installation des populations. Aujourd'hui, le cadre d'étude remplit les critères de définitions d'une ville au Bénin. Il dispose plus d'infrastructures et services que certaines villes secondaires (Abomey-Calavi, Ouidah, Bohicon, Lokossa) du pays (commissariat de police, collège d'enseignement général, banque, hôtels, marché, eau, électricité, routes, ...). Le processus d'étalement urbain observé au Sud-Ouest de Cotonou s'est accompagné du développement des activités commerciales. A ce niveau deux circuits facilitent les échanges, celui traditionnel de distribution (marché de Pahou et divers étals) et celui moderne à travers les boutiques installées le long des rues.

Au-delà de toutes ces caractéristiques urbaines, le parking des camions gros porteurs des pays de l'hinterland adonné un caractère international à ce milieu. On y rencontre plusieurs nationalités : nigériens, togolais, maliens, nigériens, burkinabê, etc. La naissance de cette polarité fonctionnelle au Sud-Ouest de Cotonou tout en renforçant sa multipolarité tend à réduire l'importance de son centre-ville.

Références bibliographiques

- BALOUBI David, 2009, *Périurbanisation et problèmes environnementaux dans les arrondissements d'Abomey-Calavi et de Godomey (commune d'Abomey-Calavi)*, mémoire de DEA, FLASH/UAC.
- BASTIE Jacqueline, 1995, *Les deux-roues dans la ville. Réalités et perspective.*
- BIAKOUYE Kodjo, 2014, *Lomé au-delà de Lomé. Etalement urbain et territoires dans une métropole en Afrique sud-saharienne*, thèse de doctorat de géographie des universités de Lomé (Togo) et de Paris Ouest Nanterre La Défense.
- CHEVALIER Jean-pierre, 2000, « Les mondes des grandes villes en Amérique du Nord », *Les très grandes villes dans le monde*, Paris, éditions du temps, p. 133- 161.
- DOMINGO Etienne et Dorrier-Appril Elisabeth., 2004, « Les nouvelles échelles de l'urbain en Afrique : Métropolisation et nouvelles dynamiques territoriales sur le littoral béninois », *Vingtième Siècle, Revue d'histoire* n° 81, p. 41 – 54.
- DORRIER-APPRIL Elisabeth, 2001, *Vocabulaire de la ville*, Edition du Temps.
- FOUCHIER Vincent, 1997, *Les densités urbaines et le développement durable, le cas de l'Ile-de- France et des villes nouvelles*, Paris, documentation française.
- GLELE GISELE Akouavi, TOHOZIN Antoine Yves et DOMINGO Etienne, 2012, « La périurbanisation et la spéculation foncière dans la commune d'Abomey-Calavi (sud Bénin) », *Actes troisième colloque des sciences, cultures et technologies* de l'UAC, Bénin, volume 1, lettres et sciences humaines, p. 11-33.
- Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique, 2004, *Cahier des villages et quartiers de ville Département du Littoral*, Cotonou.

- Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique, 2004, *Cahier des villages et quartiers de ville Département de l'Ouémé*, Cotonou.
- Institut national de la statistique et de l'analyse économique, 2013, *Quatrième recensement général de la population et de l'habitat, 2013 : synthèse provisoire des résultats*. Rapport sous-presse.
- PAULET, Jean-Pierre, 2000, *Géographie urbaine*, Paris, Armand Colin.
- VIGNINOU Toussaint, 2010, *La périurbanisation de Porto-Novo dynamique et impacts environnementaux*, Thèse de doctorat unique de géographie, EDP/FLASH/UAC.
- YESSOUFOU Bonaventure, 2015, *Les marchés ruraux dans l'approvisionnement : cas des marchés de Pahou et de Savi dans la commune de Ouidah*, Mémoire de maîtrise de Géographie, FLASH/UAC.
- Cahiers du CREPIF (Centre de Recherche et d'Etude sur Paris et l'Ile de France), n°1, p. 17-24.

ADAPTATIONS MORPHOLOGIQUES DU COMMERCE AU DEVELOPPEMENT URBAIN EN ASIE DU SUD-EST

Jean SOUMAGNE
Université d'Angers

Résumé : Les villes du Sud-Est asiatiques ont en expansion continue depuis plusieurs décennies, les gradients variant selon leur taille, leur position et l'ouverture économique inégalement récente. La libéralisation marchande a entraîné une prolifération commerciale peu régulée. Spontanément, le commerce de détail présente des adaptations diverses au tissu urbain : récupération de bâtiments des quartiers d'origine coloniale, occupation de « dents creuses » du parcellaire, rénovation privée spontanée, occupation des espaces publics, essaimage sub- et péri-urbains. La multiplicité des sites accompagne celle des architectures avec un métissage « occidental-asiatique » des échoppes et des immeubles. Au-delà de la présentation de cette diversité morphologique, on s'interroge sur ses ressorts : libération d'un entrepreneuriat longtemps bridé, nécessaire économie de survie dans un milieu urbain implacable, impact des strates socio-culturelles endogènes et exogènes au service de nouvelles esthétiques. Cette explosion marchande pose des problèmes d'aménagement : saturation de voiries inadaptées, cohabitation d'édifices souvent fragiles, anarchie des flux. Dans ce contexte, les règlements d'urbanisme, peu soucieux du commerce, se trouvent bousculés, en périphérie où seules les grandes lignes sont respectées, au centre où les prescriptions restent faibles. Ainsi, le commerce de détail participe vigoureusement à la genèse paysagère et au renouvellement des trames antérieures, mouvement analysé par l'observation de terrain dans quatre pays : Vietnam, Laos, Cambodge, Thaïlande.

Mots-clés : Paysage urbain et commercial, morphologie urbaine, architecture commerciale, développement urbain.

Abstract: The cities of Southeast Asia are expanding continuously for several decades, the gradients according to their size, their position and the unevenly recent economic opening. The trade liberalization pulled a little regulated commercial proliferation. Spontaneously, retailing presents diverse adaptations to the urban frame: recovery of buildings of the districts of colonial origin, occupation of intercalary vacant grounds, spontaneous private renovation, the occupation of public places, swarming sub- and outer-urban spaces. The multiplicity of sites accompanies that of the architectures with a "Western-Asian" interbreeding of workshops and buildings. Beyond the presentation of this morphological diversity, we wonder about its springs: liberation of a for a long time restrained entrepreneurship, necessary economy of survival in a merciless urban area, an impact of strata sociocultural endogenous and exogenous in the service of new esthetics. This trade explosion raises problems of development: saturation of unsuitable public road networks, cohabitation of often fragile buildings, anarchy of flows. In this context, the regulations of town planning, little worried about the trade, are pushed aside, in peripheries where only main lines are respected, in the center where the prescriptions remain low. So, the retail trade participates strongly in the landscaped genesis and in the renewal of the previous frames, the movement analyzed by field observation in four countries: Vietnam, Laos, Cambodia, Thailand.

Keywords: urban and commercial landscape, urban morphology, commercial architecture, urban development.

Introduction

Le Sud-Est asiatique est globalement caractérisé par de hautes densités démographiques, particulièrement dans les zones deltaïques à forte intensité agricole et également soumises à une croissance élevée des villes. L'urbanisation rapide, sur les littoraux et le long des cours d'eau, apparaît massive, peu ordonnée et en diffusion périurbaine galopante, tendant à diluer les distinctions rural-urbain. L'état des lieux de cette urbanisation a été établi selon des modes éprouvés à plusieurs reprises (J. Denis, 1990, p. 41) et renouvelé en fonction des enjeux récents de la mondialisation et de l'émergence « régionale » des « dragons » et des « tigres » (P. Pelletier, 2004 ; C. Taillard [éd], 2004 ; Collectif, 2010 ; M. Franck et *al*, 2012). Les auteurs insistent sur les rapports entre l'essor urbain et celui des économies d'échanges avec leur dimension multiscalaire, du local au mondial. Si les commerces d'import-export et de gros se développent très vite depuis les années 1980, celui qualifié « de détail » est foisonnant par ses échoppes et ses étals, ses magasins d'ampleur variée qui envahissent rues existantes et nouvelles artères et

contribuent à la perception paysagère de haute densité urbaine, souvent en contradiction avec des densités démographiques réelles qui restent inférieures à celles des vieilles capitales occidentales.

L'intensité de l'expansion et de l'extension urbaines vont donc de pair avec celle du commerce, un rapport peu analysé jusqu'ici. Le travail de D. Boontharm (2005, p. 87-102) sur Bangkok met l'accent sur les relations entre les deux croissances ; il souligne qu'à partir de l'étroit périmètre historique et de l'adjonction d'un noyau colonial, un étalement massif s'est produit au long des artères avec des linéaires commerciaux et des nodules denses en magasins et marchés, et que la substitution rues-canaux (par comblement de ces derniers) a accéléré le phénomène. Ainsi, on a eu affaire, surtout depuis 1955-60, à une dynamique commerciale de voirie, par accompagnement d'un essor métropolitain et macrocéphale.

Partout, dans les pays que nous considérons ici (Vietnam, Laos, Cambodge, Thaïlande), la vie commerciale manifeste une synthèse entre de vieilles traditions marchandes, une empreinte coloniale et la marque contemporaine du marketing mondialisé. Cette dynamique aux racines multiples se traduit dans les paysages par un envahissement marchand qui accompagne, et parfois précède, la croissance urbaine. Élément-clé du paysage, souvent induit, parfois moteur, le commerce de détail se présente de manière fragmentée et hétéroclite mais omniprésente en tout point de l'espace urbain. Il y a lieu de s'interroger sur les formes que revêt cette prolifération. Au-delà du foisonnement et de la nécessité d'une typologie, il s'agit de tenter de discerner quelles sont les interactions entre commerce et tissu urbain dans la morphologie et les paysages renouvelés ou émergents. Quelles rétroactions peut-on repérer entre le commerce de détail et la ville existante ? Peut-on éclairer les mécanismes qui concourent au façonnement paysager, quasiment kaléidoscopique, entre centres et périphéries d'agglomérations de tailles diverses ? Enfin, il est souhaitable d'examiner si des régulations urbanistiques existent pour pallier les problèmes chroniques générés par l'essor des boutiques et des « surfaces » commerciales.

Le travail s'appuie d'une part sur l'utilisation des sources imprimées (cf. bibliographie) et de documents d'archives photographiques, et, d'autre part, sur les observations de terrain, accompagnées de prises de vues, réalisées lors de six missions échelonnées entre 2004 et 2015 dans les trois pays considérés et une soixantaine de villes¹ (Carte 1). L'analyse, autant

¹ Les photographies insérées dans l'article, quasiment toutes de l'auteur, sont localisées sur la carte (figure 1)

que possible diachronique, présentée ici se fonde sur l'étude comparée des modules architecturaux, de leur insertion dans la morphologie urbaine et de leurs évolutions. La méthodologie n'a que rarement pu être renforcée par l'examen de documents cadastraux ou cartographiques, ceux-ci étant soit très sommaires, soit inexistants, en particulier pour les petites cités et pour les zones d'extension urbaine, handicap partiellement comblé par l'examen d'images satellitaires.

Carte 1 : Pays de la zone d'étude et localisation des villes photographiées



Source : S. Giffon, ESO Angers ; UMR 6590 CNRS, 2016

1. L'adaptation marchande aux tissus urbanisés

Les villes du Sud-Est asiatique présentent un contexte morphologique diversifié, avec des structures variées générées par les sites d'implantation, une historicité inégale, des facteurs socio-économiques différenciant les rythmes de croissance. Cela aboutit à une gamme structurelle assez ample qui offre, de la petite cité à la grande ville, un important échantillonnage, avec, cependant, quelques constantes.

En effet, la majorité des agglomérations urbaines ont un noyau historique précolonial. Si, dans les capitales -actuelles ou déchues- l'influence chinoise s'exprime par le plan orthogonal et la distinction entre la cité du pouvoir (« cité interdite ») et celle du peuple des marchands, paysans et pêcheurs, les autres villes présentent dans leurs vieux quartiers une trame viaire plus spontanée, un parcellaire très dense, et quelques éléments forts -dont les pagodes et temples ainsi que les marchés- s'insérant dans un lacis touffu (Steinhardt et *al*, 2005, p. 302-310 pour la période Qing). L'impact du « modèle chinois », au Japon, en Corée ainsi qu'en « Indochine » a été analysé, entre autres, par L. Benevolo (1988, p. 104-124) de même que la greffe coloniale dans la péninsule indochinoise. Celle-ci a ajouté des quartiers administratifs et résidentiels, d'abord destinés à la population de fonctionnaires et d'agents commerciaux, intégrant selon un mode cartésien de structuration spatiale les équipements édilitaires tels que les concevait l'urbanisme dit haussmannien de la France de la Troisième République. Aux artères larges, complantées, avec trottoirs, répondaient des parcelles géométriques généralement spacieuses qui, pour les rues centrales, devaient abriter des commerces en rez-de-chaussée (IFA., 1995, p. 299-301). L'adaptation des centres-villes à la croissance s'y opère de manière complexe. Le patrimoine historique n'est pris en compte que dans quelques cas, souvent lorsque la manne touristique est susceptible de s'appuyer sur des vestiges paysagers substantiels comme à Luang-Prabang, ancienne capitale du Laos (Collectif, 2004, p. 27-31). Le plus souvent, la transformation centrale se réalise par densification et verticalisation, ne préservant que partiellement les éléments morphologiques antérieurs (G. Fauveaud, 2013, chap. 1 ; Bulletin de l'Association de Géographes Français, 2014, p. 405-547 ; C. Sayarath, 2005, chap. 2-4).

La surenchère d'implantation sur les espaces privés et publics s'inscrit dans le contexte des années 1990 et postérieures : l'ouverture économique, l'accès aux investissements internationaux se sont traduits, y compris dans les pays dits communistes, par un épanouissement de l'esprit

d'entreprise, la multiplication des édifices et les modifications des constructions anciennes. Cela aboutit souvent à des juxtapositions étonnantes par les différences des volumes, des hauteurs, des couleurs, du « *design* ». La non-réglementation des enseignes et des panneaux publicitaires contribue à une charge paysagère qui surprend l'observateur. Cette effervescence visuelle se trouve amplifiée, au-delà de la partie bâtie relativement fixe, par la vitalité des autres composantes paysagères : les espaces publics, principalement la voirie.

En effet, le partage des usages s'avère difficile entre les trois espaces du « transect » : bâti, trottoirs, rues. L'activité marchande tend à investir la totalité de l'espace public par l'extension des étals des commerces sédentaires sur les trottoirs, la présence de commerces ambulants, le stationnement des véhicules à deux et quatre roues des clients, livreurs et négociants, les circulations de toutes sortes. On est face à un paysage vivant, mobile, marqué par la surabondance, voire l'envahissement au moins à certaines heures de la journée.

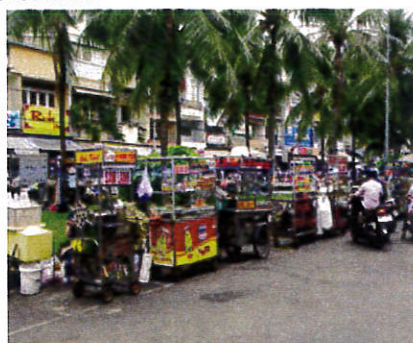
Dans ces conditions la morphologie urbaine, dans ses aspects fixes et mobiles au fil des heures et des jours, est à priori peu favorable à la flânerie du *shopping* telle qu'on la connaît en Europe ou en Amérique du Nord, où les vitrines qui bordent les trottoirs sont scrutées par les piétons et dont les commerces ne s'étalent guère en dehors du magasin. Mais l'adaptation des chalandes est remarquable à cette situation qui voit le *continuum* boutique-étalage de trottoir être bien en phase avec les conditions thermiques tropicales, seuls quelques commerces haut de gamme offrant aux visiteurs le confort climatisé dans le magasin.

La sur-occupation des espaces publics, tolérée par les autorités municipales, aboutit parfois à rendre les trottoirs inutilisables pour un cheminement longitudinal comme dans la petite ville de Can Tho, un des chefs-lieux du delta du Mékong au Vietnam du Sud (photo 1a) ; les étals des poissonniers avec poissons séchés et crevettes occupent tout l'espace et se mêlent à ceux de légumes et de vêtements; un minimum d'ordre est assuré par le traçage sur la chaussée d'emplacements de stationnement pour les carrioles des vendeurs alimentaires (Photo 1b).

Photo 1 (a) et (b) : Occupation commerciale des trottoirs et de la chaussée à Can Tho, Vietnam.



(a)



(b)

Source : J. Soumagne, Janvier 2015.

1.1. La densification commerciale in-situ

Les formes architecturales liées au commerce se fondent en centre-ville sur des héritages bâtis qui font l'objet de mutations et de substitutions depuis environ un quart de siècle. Deux catégories formelles sont à distinguer parmi les formes héritées : d'une part les « compartiments », qui représentent une forme spécifique plus ou moins autochtone et, d'autre part, les immeubles et magasins de la période coloniale.

Le « compartiment » (*shophouse*) se compose schématiquement, dans un bâtiment à deux niveaux, d'un rez-de-chaussée commercial ouvert sur la rue, d'un étage de stockage et/ou d'habitat, parfois d'un logement complémentaire en arrière sur la parcelle de l'édifice principal. Qualifié de précolonial, il a souvent été baptisé de « compartiment chinois » ou *chinese shophouse*. Le choix de ce vocabulaire vient sans doute du fait que les colonisateurs britanniques à Singapour et en Malaisie ont vu se construire, du fait de l'investissement de Chinois d'outre-mer, ce modèle de bâtiment. Il semble en fait qu'on le retrouve avec des variantes dans toute l'Asie du Sud-Est, de l'Indonésie à la Birmanie et au Vietnam, sans qu'il soit systématiquement imputable aux Chinois (C. Goldblum, 1985, p. 125-136 ; A. Viaro, 1992, p. 148-150). D'ailleurs, le compartiment n'est pas l'apanage de l'Asie du Sud-Est et on le repère par exemple dans les cités historiques du Japon comme à Nara où certaines boutiques et restaurants conservent l'authenticité de l'architecture en bois, sous un toit de tuiles vernissées avec des claustras séparant l'échoppe de la rue (photo 2a). En Malaisie, au début du XX^{ème} siècle, des rues entières étaient garnies de compartiments où, comme à Penang, coexistaient architectures

en briques et en bois ; en Thaïlande, tout un cortège de formes se distinguait à Bangkok, formes qui ont été classées (D. Boorntharm, 2005, p. 205-210), (photos 2 b et c).

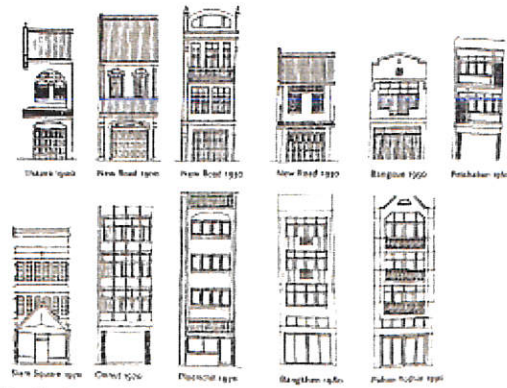
Photo 2 (a, b et c) : Les compartiments en Asie



(a) Un « compartiment-tube » à Nara, Japon

(b) Compartiments à Penang (Malaisie), quartier chinois, vers 1900

Source : J. Soumagne, août 2008.



Chronologie des styles de «compartiments» de 1900 à 1990
Source : B. Charrier, 1981, «The myth of the house», *Manufactures et développement* n° 11, pp. 14-27

(c) Les types de compartiments à Bangkok

Source : D. Boontharm, 2005, p. 206.

Des formes édulcorées de compartiments continuent de se construire en zone centrale comme à Luang-Prabang ou Houey Myo (Laos) avec, toujours, l'étalement des marchandises sur les trottoirs (photos 3 a et b).

Photos 3 (a) et (b) : L'architecture marchande de tradition au Laos



(a) : compartiment à Luang-Prabang

(b) : échoppe à HouayMyo

Source : J. Soumagne, août 2011.

Un second type de forme héritée se compose des magasins réalisés durant la période coloniale. Celle-ci, pour la partie française, se déroule de 1859 à 1954 (avec une chronologie spécifique selon les espaces) et, pour la partie britannique (Birmanie), entre 1886 et 1948, seule une partie du Siam (Thaïlande) restant autonome. Les deux puissances coloniales projettent leurs modèles métropolitains urbanistiques et architecturaux avec quelques adaptations aux conditions locales, en particulier au climat tropical humide. Le tracé d'une voirie rectiligne s'accompagne souvent d'une trame parcellaire plus ample et régulière que dans les quartiers antérieurs. On retrouve systématiquement les boutiques en rez-de-chaussée avec le plus souvent une devanture vitrée. Le plaquage d'éléments de boiseries, plus ou moins travaillés, est analogue à ce qui s'édifiait dans les cités d'Europe dans la période 1850-1930. Quelquefois, des enseignes, des auvents ou marquises rehaussent l'ensemble, lui assurant une qualité esthétique conforme au statut du commerce et de sa clientèle, comme dans l'exemple de la bijouterie-horlogerie de Hanoï (photo 3c). Dans l'ancienne Indochine française, la maison commerciale pouvait aussi s'apparenter à la factorerie présente en Afrique occidentale et centrale, avec son architecture recherchée, sa vaste galerie ouverte surmontant la partie commerciale comme par exemple à Kratié (Cambodge), petite ville-relais dans la vallée du Mékong (photo 3d.).

Photos 3 (c) et (d) : Formes héritées de la période coloniale



(c) : Hanoï

(d) : Kratié (Cambodge)

Source : J. Soumagne, janvier 2015.

Source : J. Soumagne, août 2011.

Les mutations affectent l'architecture commerciale car elle est soumise aux mouvements généraux concernant les centres-villes dans leur dualité : l'entassement des populations induit des changements dans la structure immobilière et l'invasion des jardins, la tertiarisation se traduit par l'érection d'immeubles de bureaux et d'hôtels ainsi que de centres commerciaux, le souci de modernisation entraîne la réfection des façades des magasins. Cette "modernisation" des devantures comprend l'insertion de modules en matériaux synthétiques ou métalliques, l'élargissement des vitrines, la pose d'enseignes lumineuses, parfois l'intégration d'un étage supplémentaire par récupération de l'ancien logement.

La "patrimonialisation" de l'héritage est plus rare. Elle consiste dans la conservation sans modification esthétique du bâtiment, y compris de sa partie commerciale, accompagnée de la restauration des éléments délabrés. Ainsi, dans l'exemple choisi à Saïgon (photo 4a) on voit, dans une rue commerçante majeure, une bâtisse des années 1930, de style Art Déco (géométrie des formes, moulures et motifs qui surmontent les piliers partageant les vitrines); l'ensemble, parfaitement restauré, abrite un magasin plutôt luxueux d'articles électroniques. Sans doute le bandeau « Sony » est-il un « sacrifice » pour assurer la visibilité de l'enseigne. Un autre exemple de restauration soignée est celui de Luang-Prabang dont le classement « patrimoine mondial » par l'UNESCO a suscité de nombreuses réhabilitations, sans que l'essor massif des flux touristiques ait pour

conséquence une modernisation dénaturant les architectures. Ainsi, un bâtiment des années 1920 (photo 4c) a été -parmi d'autres- soigneusement restauré dans ses diverses composantes : toiture, crépis et peintures, balustrades. Les galeries ouvertes superposées se prêtent parfaitement à l'utilisation comme restaurant de standing et les espaces publics (carreaux de briques des trottoirs) étaient en réflexion lors de la prise de vue (2011).

Photos 4 (a) et (b) : Patrimonialisation de l'héritage architectural



(a) : Saïgon, Duong Bong Khoï
Source : J. Soumagne, janvier 2015



(b) : Luang-Prabang
Source : J. Soumagne, août 2011

La rénovation-reconstruction consiste dans l'édification de bâtiments neufs, en général plus hauts que le bâti traditionnel, sur des terrains vacants ou par démolition du bâti antérieur. Cette verticalisation s'effectue souvent sur des parcelles étroites, plus profondes que larges, donnant naissance à ce que l'on appelle couramment en Asie des « maisons-tube ». Généralement, les étages, trois ou quatre, sont à fonction résidentielle, le rez-de-chaussée abritant un magasin ouvrant sur la rue et disposé en profondeur (ex. à Saïgon : photo 4c). Ces « tubes » très colorés peuvent se juxtaposer en série, avec leur diversité au long d'une même rue ; ainsi, à Phnom Penh (photo 4d), c'est l'absence d'alignement vertical qui frappe -chaque acquéreur de parcelle ayant bâti à une hauteur dépendant de ses moyens, de deux à cinq niveaux- en contraste avec l'alignement longitudinal et d'une certaine homogénéité architecturale ; on remarque aussi que le premier étage est parfois utilisé pour stocker des marchandises.

Photos 4 (c) et (d) : Densification/verticalisation



(c) : Saïgon

(d) : Phnom Penh

Source : J. Soumagne, janvier 2015.

Source : J. Soumagne, août 2011.

1.2. Des interactions morphologie/ architecture/paysage

Les multiples racines de la « forme urbaine » contribuent à expliquer l'hétérogénéité des quartiers commerçants centraux et des architectures qui les composent. Si les deux périodes « précoloniale » et « coloniale » sont bien une clé explicative, il y a lieu de souligner l'impact des soubresauts dramatiques que furent pour le Vietnam la guerre d'Indochine et pour trois pays -Laos, Cambodge, Vietnam- la guerre dite du Vietnam. Enfin, la brutalité du décollage économique, les effets d'un libéralisme sauvage et un goût particulier pour les éléments de décor à fort impact visuel, contribuent à développer cette hétérogénéité formelle. Dans ce contexte les interrelations entre morphologie urbaine, architectures et paysage sont fortes.

L'intégration du commerce est consubstantielle à l'habitat. Dans la tradition asiatique les fonctions marchande et résidentielle sont difficilement séparables. La boutique jouxte la maison, soit que le premier élément soit prolongé vers l'intérieur de la parcelle par le second, soit que l'un se superpose à l'autre. C'est ainsi qu'il faut comprendre, dans sa dualité, la « maison-tube », horizontale et/ou verticale. Finalement, le « compartiment » dit « chinois » n'est qu'une variante d'un phénomène plus ample. Sans doute cela correspond-t-il au souci du commerçant de veiller sur ses marchandises et d'être au plus près de la clientèle, sachant

que beaucoup d'échoppes -en particulier alimentaires- sont ouvertes dix-huit heures sur vingt-quatre.

L'immeuble mixte dit "moderne", c'est-à-dire contemporain, est issu de ces traditions ; il matérialise par la superposition de logements aux boutiques le souci de rentabiliser le prix du terrain et de la construction en bénéficiant d'une résidence pour le commerçant – qui peut aussi y effectuer du stockage - et en récoltant des loyers auprès des occupants des autres logements.

La polyvalence d'usage de la voirie, de la rue et du trottoir, se retrouve partout dans l'Asie des Moussons. La cohabitation des modes de circulation, avec une grande part de deux-roues motorisées, la densité des flux de piétons, les livraisons qui s'effectuent à toute heure, le stationnement anarchique entretiennent une forte impression de vitalité et de désordre apparent. Sans doute y a-t-il des habitudes "tropicales" d'usage et d'occupation diurnes et nocturnes des voies publiques, et de vie à l'extérieur ; elles se conjuguent avec la rareté ou l'inefficacité des politiques municipales pour mettre de l'ordre dans l'espace public, en tout cas en dehors des plus grandes avenues. La cohabitation entre vie marchande sédentaire et activité ambulante reste une constante et ne donne pas lieu à des conflits majeurs. Les chariots des marchands non sédentaires ou les éventaires sur le sol de vendeurs « à la sauvette » coexistent avec les propres étalages en dehors des échoppes réalisés par les commerçants sédentaires. Ainsi, un caractère majeur se dégage : la porosité entre espace privé et espace public. La modestie, le plus souvent, des surfaces de vente internes aux commerces -elle-même issue du gabarit parcellaire- explique pour partie, cette expansion « hors les murs ».

Une forte mobilité paysagère affecte la morphologie urbaine centrale. Si le substrat (tracé et dimensionnement de la voirie et du parcellaire) change peu, la mobilité du paysage bâti est élevée dans beaucoup de centres-villes, en particulier des agglomérations principales et dynamiques. Les opérateurs économiques du marché de l'immobilier sont nombreux, des simples individus aux grands groupes, à participer à la « fabrique de l'urbain » central (G. Fauveaud, 2013, p. 16-20 et 2016, p. 1-486), les sociétés internationales important de nouveaux modèles (P. Tissandier, 2010, p. 124-125).

Ces dynamiques se trouvent facilitées par la rareté de l'attachement architectural ; le sentiment d'appartenance citadine et la notion d'identité urbaine ne se fondent pas comme en « Occident » sur la préservation des éléments architecturaux dans l'intégrité de leur décor. Sans doute y a-t-il là une commune certitude que les éléments matériels sont frappés d'une

naturelle obsolescence et doivent être remplacés, comme c'est le cas des pièces de charpente et autres boiseries des temples et pagodes. Il s'agit là d'une culture de l'éphémère où le renouvellement permanent des bâtisses et des devantures est dans l'ordre naturel. Seul l'intérêt -à tous les sens du terme- peut susciter, en lien avec le tourisme international la préservation - ou la reconstruction à l'identique- de bâtiments commerciaux anciens.

En dehors de ces cas minoritaires, l'adaptation est constante et le paysage « bouge ». Cette mobilité correspond d'une part aux changements de spécialité marchande, à ceux des enseignes - entre autres quand des groupes mondiaux investissent, tels Starbucks ou Mc'Donald -, ou encore à ceux des propriétaires des immeubles et terrains qui revendent à des opérateurs de l'immobilier commercial. Enfin, certains commerçants cherchent à appliquer les techniques du *marketing* par des modes d'"accroche" commerciale plus agressifs.

Aussi voit-on quelques opérations lourdes d'investissement commercial s'opérer dans les villes-capitales qui sont le fruit de *joint-ventures* entre investisseurs étrangers et locaux ou uniquement le fait de ces derniers. Deux exemples illustrent ce plaquage sur les paysages centraux de complexes purement marchands très vastes et hauts. Dans une métropole marquée par la phase d'américanisation, Saïgon (Ho-Chi-Minh Ville), dont le dynamisme économique demeure le plus fort du Vietnam, de nouveaux gratte-ciel s'élèvent en plein centre (photo 5a) et, entre le secteur du théâtre de la période française et le pôle du métro en construction (premier plan), a émergé un énorme centre commercial néo-haussmannien. Edifié en 2010, séparé (par revente) de l'autre *mall* Vincom, il jouxte une rue piétonnière depuis mai 2015. Son architecture qualifiée de « *Baroque style French period* » (sic) combine galeries de boutiques de luxe -avec les griffes internationales du prêt-à-porter et de la parfumerie- et magasins de décoration.

Un bloc commercial assez différent est sorti de terre sur l'une des grandes avenues centrales de Phnom Penh (photo 5b). Il s'agit d'un unique magasin de meubles et électroménager. Construit sur quatre niveaux dans un style international, il ressort par l'importance des enseignes et celle des panneaux photographiques illustratifs des ensembles vendus.

La faible régulation publique est la « norme ». Globalement, le changement urbain central est peu maîtrisé, les documents d'urbanisme présents dans les grandes villes ayant une application réduite. Souvent, les collectivités publiques, l'Etat et les municipalités ne disposent pas des moyens techniques, juridiques, humains et financiers, ou encore de

l'énergie nécessaire pour que les schémas et plans d'occupation du sol soient respectés.

Photos 5 (a) et (b) : Densification centrale radicale : les blocs commerciaux



(a) : Saïgon (rue Nguyen Hue)

(b) : Phnom Penh

Source : J. Soumagne, janvier 2015.

Source : J. Soumagne, août 2012.

Par ailleurs, bien des documents laissent peu de place aux centres-villes, la principale préoccupation étant d'essayer d'orienter et réguler la croissance -au sens d'extension- urbaine. Ainsi, on peut en théorie disposer de beaux documents d'urbanisme (exemple : Collectif, 2007) mais dont l'influence réelle demeure réduite. Des états des lieux intéressants existent pourtant pour les grandes cités (pour Vientiane : l'atlas de G. Rossi *et al*, 2003) et leurs quartiers centraux, mais sans qu'il en soit tiré suffisamment parti pour réguler le développement. Enfin, la question du commerce de détail, de son implantation et des architectures qui l'abritent ou qu'il génère, est la plupart du temps absente des schémas d'urbanisme. Finalement, à de rares exceptions près (Luang-Prabang), la sauvegarde des paysages urbains anciens n'est pas assurée.

Ainsi, l'architecture commerciale est-asiatique s'adapte en se métissant ; elle reprend les modules parcellaires préexistants et le mode vernaculaire du (ou des) logement(s) au-dessus des boutiques, mais elle surélève les bâtiments de manière notable tout en se référant par certaines formes à des modèles néo-antiques. Souvent, ces édifices neufs cohabitent avec des échoppes précaires et manifestent une forme de « durcification » de l'appareil marchand qui contraste avec les trottoirs en terre battue dans la petite ville de Kompong Cham (Cambodge, photo 5c). Face aux anciennes constructions, soit c'est le passage par la pelleuse qui précède une reconstruction, soit c'est la récupération des bâtisses anciennes qui prévaut, plus ou moins masquée par des panneaux publicitaires comme

dans l'exemple pris dans une rue de Saïgon (photo 5d), où la *gentrification* commerciale est liée à la fréquentation touristique (magasins de soieries, de bijoux, institut de beauté).

Photos 5 (c) et (d) : « Durcification » et chocs culturels



(c) : Kompong Cham (Cambodge)
Source : J. Soumagne, août 2011.



(d) : Saïgon, rue Lê Thân Tôn
Source : J. Soumagne, janvier 2015.

2. Commerce et extension urbaine

Une question classique à laquelle n'échappe pas le commerce est celle du rapport entre urbanisation et tertiarisation : le commerce est-il induit par la croissance urbaine ou "locomotive" de celle-ci ? Sans doute s'agit-il d'un faux problème, au moins dans le Sud-Est asiatique où les deux phénomènes sont inséparables. Les modes d'extension des villes sont classiques, mêlant développement le long des radiales, en « doigts de gant », essor par îlots complets, ou zones entières, ou encore par remplissage progressif des interstices au sein du tissu urbanisé. Les capitales du Sud-Est asiatique pour lesquelles on dispose de travaux récents sur la croissance urbaine connaissent toutes ces formes que ce soit Bangkok (D. Boontharm, 2005, p. 87-102), Vientiane (S. Clément-Charpentier et *al*, 2010, parties 2 et 4) ou Phnom Penh (G. Fauveaud, 2016, chap. 2).

L'omniprésence du commerce est la règle et manifeste avec clarté une interaction permanente entre la production du bâti et celle des entreprises commerciales. On retrouve dans ce développement une multiplicité d'opérateurs, certains en concertation public-privé, d'autres, de manière spontanée : entrepreneurs nationaux et étrangers, petits créateurs d'échoppes "résidentielles", commerçants ambulants, marchés, etc. Des stratégies individuelles et collectives concourent aux mêmes

phénomènes de suburbanisation et de périurbanisation, quel que soit le régime politique des pays.

2.1. Des modes originaux d'urbanisation commerciale et résidentielle

Si, en majorité on retrouve dans les périphéries urbaines des constructions mêlant intimement résidence et commerce, les bâtiments dédiés au commerce et structurés pour sa valorisation apparaissent bien plus présents que dans les centres, la relative facilité d'acquisition foncière encourageant cette spécialisation.

Les constructions mixtes "classiques" sont omniprésentes en périphérie. La souplesse de réalisation et d'adaptation demeure un atout majeur pour ces architectures, le module de rez-de-chaussée pouvant aussi bien accueillir un commerce, un garage, un atelier ou une pièce d'habitation. Ce type de cellule de base peut évoluer d'un usage à l'autre, les volets métalliques étant remplacés ou complétés par une vitrine ; c'est ce que l'on remarque entre autres à Siem-Reap (Cambodge), ville en rapide expansion avec l'explosion du tourisme sur le site voisin d'Angkor (photo 6a).

Photo 6a : Edifices mixtes commerce-résidence



Siem-Reap (Cambodge)
Source : J. Soumagne, août 2012.

Enfin, ce mode correspond bien à la spontanéité de l'extension linéaire. Ainsi, tout immeuble « de ville » a un niveau à vocation économique. Au départ, dans certains cas, les premiers édifices sont constitués de matériaux précaires avec seulement un rez-de-chaussée de commerce et d'artisanat prolongé par un logement. La photo prise dans la banlieue nord-ouest de Saïgon en 2003 (photo 6b) illustre par la modestie

du bâti et l'absence de viabilisation routière le temps de la conquête urbaine.

Photo 6b : Edifices commerciaux du temps de la conquête urbaine



Nord-Ouest de Saïgon

Source : J. Soumagne, août 2012.

Une seconde caractéristique des nouvelles constructions est de privilégier la mixité architecturale avec des apports d'inspiration occidentale et d'autres d'origine « régionale ». C'est le style "gréco-asiatique" qui a le plus de succès sur le marché de la construction neuve depuis un quart de siècle. Les bâtiments combinent colonnes, portiques, frontons mais s'ornent souvent d'éléments statuaires (dragons) et présentent toute une gamme de couleurs vives. Cette mixité des structures et des décors se remarque dans les quatre pays considérés et correspond à des choix esthétiques originaux qui révèlent la diversité des influences. Cela manifeste encore l'impact de la production industrielle ; en effet, la plupart des nouvelles constructions sont en parpaings ou en béton armé, et l'usage s'est diffusé de modules précontraints en atelier, comme des balcons à colonnettes, des chapiteaux moulés en ciment ou des colonnes cannelées. Une relative uniformisation du bâti est issue de la production en série et aboutit à des standards architecturaux de masse. Deux exemples témoignent de ces modèles antiquisants, l'un dans le périurbain entre Hanoï et Haïphong (photo 6c), l'autre dans un petit chef-lieu provincial au Cambodge, Banlung (photo 6d) ; dans ce dernier cas, trois cellules commerciales et artisanales sont accolées au riche bâtiment résidentiel.

Photos 6 (c) et (d) : Modèles antiquisants



(c) : Entre Hanoï et Haïphong
(delta du Fleuve Rouge)

Source : J. Soumagne, août 2003.



(d) : Banlung (Ratanakiri, Cambodge)

Source : J. Soumagne, août 2011.

Enfin, les débordements commerciaux sur l'espace public, déjà relevés au centre, se retrouvent en périphérie, y compris dans des villes émergentes, tel Phu-Kun, modeste centre-carrefour routier du nord-est du Laos (photo 6e) ; dans ce qui n'était qu'un bourg, la fonction de marché rural se maintient tandis que les constructions neuves reprennent, à échelle modeste, les canons architecturaux précités et les modes d'occupation de l'espace mêlant surface bâtie et aire extérieure publique à usage « privatisé ».

Photo 6 (e) : Edifices mixtes commerce-résidence



Phu Kun (Laos)

Source : J. Soumagne, août 2011.

Les édifices spécifiques dédiés à la fonction marchande traduisent d'emblée un investissement plus ou moins massif et la prévision d'un chiffre d'affaires suffisamment haut pour l'amortir dans un délai raisonnable. Sauf économies personnelles ou familiales, il est rare qu'un petit commerçant indépendant puisse se lancer dans ce type d'opération. Néanmoins, l'installation de grandes surfaces et de centres commerciaux, y compris des *malls*, est une réalité dans les grandes cités d'Asie du Sud-Est, et même dans des villes moyennes. Il y a là, sans aucun doute, l'impact de l'« économie-monde », dès les années 1970 en Thaïlande, pays libéral et pro-occidental depuis la Seconde guerre mondiale, et, à partir de la fin des années 1980 pour le Vietnam, puis le Cambodge et le Laos.

Partout, autant que le modèle américain et européen, c'est l'influence des grandes puissances est-asiatique-Japon et Corée du Sud qui a prévalu, pays dont les cités ont connu une modernisation extraordinaire dès les années 1960 à la faveur de leur essor économique. Les immeubles de style dit international -bureaux, hôtels, centres commerciaux- sont la partie la plus visible de cette modernisation à marche forcée. Sans aucun doute, la mutation accélérée des villes chinoises a, plus récemment, été une source d'inspiration majeure dans l'émergence des *mégastores*. Ces influences extérieures sont allées de pair avec l'irruption des entreprises et des capitaux étrangers, soit directement, soit dans des *joint-ventures* avec des firmes locales. Les entreprises étrangères sont principalement originaires d'Asie (Japon, Corée du Sud) mais aussi d'Australie, des Etats-Unis et d'Europe occidentale. Des groupes d'immobilier commercial, concepteurs et exploitants de *malls*, investissent ainsi que des entreprises de la grande distribution comme Carrefour.

Deux formes architecturales se présentent sur le terrain. La première, qui domine, consiste dans l'aménagement de blocs à étages multiples, qui vont du grand magasin à rayons multiples au *shopping center* typique des pays émergents, tel qu'on en retrouve en Amérique latine, et dans les métropoles asiatiques, à Singapour et à Hong Kong, dans la mégalopole japonaise ou à Séoul.

Deux exemples permettent d'appuyer l'analyse. Le premier est l'Aeon Mall Long Biên, achevé en octobre 2015 à l'est d'Hanoï ; il est le fruit de l'association du groupe japonais Aeon Mall (entreprise d'assurance remontant à 1911 et qui s'est lancée dans la promotion de centres commerciaux en 1989), du constructeur Obayashi, du *designer* vietnamien Institute for Building Science and Technology, de consultants locaux. Le gigantisme est frappant (photo 7a), l'ensemble couvre 72 000 m² de

surface de vente et cumule trois mille emplois. Sa structure est proche de celles des deux autres *shopping centers* ouverts l'année précédente par le même groupe en Asie du Sud-Est, à Saïgon et à Phnom Penh.

Le second cas, bien plus modeste, est celui (photo 7b) du petit complexe commercial saïgonnais de la route du Delta, qui associe un hypermarché Big C, une galerie marchande et un cinéma multiplexe. L'ensemble, un monobloc à structure métallique, est strictement clôturé et séparé de la route par une prairie pâturée et complantée.

Photos 7(a) et (b) : Centre commercial en construction (a) multiplexe...et pâturage (b)



(a) : Hanoï-Est, L'Aeon Mall en construction

Source : J. Soumagne, janvier 2015.



(b) : Saïgon, route de CànTho (Delta du Mékong)

Source : J. Soumagne, janvier 2015.

La notion de zone commerciale revêt rarement le même sens qu'en Europe. On a moins affaire à un espace structuré, promu et géré par un opérateur, que, la plupart du temps, à des espaces commerciaux de fait marqués par l'agglomération au coup par coup d'établissements marchands le long d'une route. Ces rassemblements spontanés, fruit d'acquisitions-valorisations de parcelles agricoles, marquent les espaces périurbains des entrées de villes. Le moindre coût des terrains en périphérie et l'absence de règles contraignantes contribuent à la prolifération des grands magasins et des hôtels, qui, par ailleurs, sont naturellement attirés par les flux routiers de toutes sortes des axes principaux.

Photos7 (c) et (d) : Blocs commerciaux périurbains



(c) : Phnom Penh

Source : J. Soumagne, août 2011.

(d) : Paksé (Laos)

Source : J. Soumagne, août 2012.

Les exemples de ces genèses spontanées surabondent aux marges des villes que ce soit à Phnom Penh (photo 7c) où un bloc massif de béton armé a surgi sur la route du nord-est (axe vers Kratié et le Laos), ou dans des villes moyennes telle Paksé au Laos (photo 7d), où une succession de garages et de commerces de véhicules s'alignent ; on peut relever la hardiesse de cet édifice du concessionnaire de Hyundai (jumelé à un guichet bancaire !) où se mêlent grands vitrages teintés et panneaux de céramiques colorés, contrastant avec le désordre des réseaux électriques aériens.

2.2. Les facteurs de la structuration spatiale

Si la variété commerciale est accentuée dans les périphéries urbaines du Sud-Est asiatique, de l'étal de trottoir jusqu'aux *mégastores*, cela renvoie évidemment aux écarts socio-économiques considérables de sociétés où la ruralité demeure vigoureuse et où émerge une urbanité aux contours, d'emblée, « postmodernes ». Mais, il faut examiner les deux éléments-clés de la structuration spatiale du commerce dans les espaces suburbains et périurbains : le support foncier et les influences architecturales. La régulation revêt trois aspects : de morphologie foncière, de réseaux, de structures socio-économiques.

L'organisation de l'espace agraire demeure très prégnante dans le processus d'urbanisation. En effet, les villes se placent généralement dans les vallées, plaines et bassins, c'est-à-dire dans des zones planes qui depuis plusieurs millénaires sont dominées par la riziculture inondée. Le parcellaire des rizières étant très subdivisé, pour des raisons démographiques et historiques, et avec des « façades » peu larges des

terrains ouvrant sur les chemins étroits et perpendiculaires, cela aboutit lors des transferts fonciers à un impact tridimensionnel sur les constructions. Celles-ci, lorsqu'il s'agit de petits commerces, sont souvent plus profondes que larges et peuvent être hautes. En complément, la voirie et les réseaux divers, hydrauliques et énergétiques, contribuent à la structuration immobilière, en particulier pour les commerces aux besoins importants (grands magasins et hôtels) qui nécessitent leur refonte.

La dualité entre immobilier entrepreneurial et auto-construction, présente en zone centrale, se trouve amplifiée en périphérie. Les grands groupes, internationaux ou pas, ont la capacité financière et l'entregent politique pour réaménager l'espace à leur guise, obtenir l'expropriation foncière par les autorités et remodeler terrains et réseaux. Naturellement, les petits entrepreneurs ont moins de ressources pour refaçonner et tendent à s'adapter aux infrastructures.

Enfin, la mentalité marchande irrigue toute la société, du paysan voulant vendre directement en bordure de route jusqu'à l'ouvrier et l'employé qui a besoin de compléter de maigres salaires par quelques activités commerciales. Mais les pratiques marchandes dépendent beaucoup des moyens disponibles, des modes d'habiter et de circuler. Un abîme sépare ce petit commerce de l'univers des grands complexes et des *malls*, et cela se distingue avec force dans les paysages commerciaux.

La construction paysagère révèle les deux influences, externe et interne. La marque notable des fonctions marchandes dans les paysages périphériques urbains est certainement liée au caractère « en développement » des pays d'Asie du Sud-Est et en même temps à l'explosion urbaine qui les affecte. Mais, au-delà de ces faits généraux que l'on retrouve sur d'autres continents, trois spécificités se dégagent. En premier lieu, se note une triple influence stylistique en architecture : traditionnelle, « antiquisante », du style international moderne ou post-moderne. Les choix ou les combinaisons permettent d'affirmer que la question de la "forme" architecturale demeure d'importance pour affirmer l'adhésion à des valeurs artistiques et révèle la plupart du temps un relativisme culturel ; formes « endogènes et exogènes » se mélangent au long des rues et souvent pour un même bâtiment. En second lieu, quelles que soient les constructions, on note un maintien des traditions, y compris d'ordre spirituel ; le souci de protection de l'activité et de ceux qui l'exercent conduit très souvent à insérer des signes religieux dans les boutiques tandis que le culte des ancêtres se manifeste couramment par des petits autels dans la surface de vente ou devant le magasin. Enfin, la tradition se révèle aussi dans le mode de vie, celui « d'habiter » le

commerce, en prenant de manière usuelle les repas à l'intérieur de la boutique—ou devant celle-ci-, voire en effectuant la sieste sur un lit sommaire ou une natte au milieu des objets proposés.

En regard des enjeux de l'essor commercial et urbain des périphéries la faible régulation publique, déjà notée pour les quartiers de la ville « consolidée », reste de mise. Au-delà de la délivrance de permis de construire, soumis à l'arbitraire et à la corruption des administrations locales, l'action publique dépasse rarement la simple application de règles d'alignement et de recul vis-à-vis de la voirie. Seuls les plus grands projets commerciaux font l'objet de plans approfondis et d'une attention soutenue en matière d'accessibilité et d'architecture.

Conclusion

Le bilan de l'adaptation du commerce au développement urbain du Sud-Est asiatique peut être dressé à ce stade en regard des questions posées au départ. A l'évidence, le commerce influence le mode d'urbanisation, par l'orientation amplifiée sur les axes majeurs de circulation, en relation avec des trafics en grand essor. Renforçant les flux et les problèmes de stationnement, il tend à repousser la fonction résidentielle dans les interstices entre radiales —où néanmoins le petit commerce prolifère sous forme d'échoppes et d'étals de rue. Ces dualités d'emplacements se greffent sur celles issues de la taille des villes ; en effet, les cités en osmose avec le milieu rural environnant offrent un visage commercial contrasté vis-à-vis des capitales ou des pôles du grand tourisme (photos 8 a, b, c, d).

Photos 8 (a) et (b) : De la boutique-capharnaüm au complexe commercial



(a) : Ban Hat Sa (Laos)
Source : J. Soumagne, août 2008



(b) : Phnom Penh
Source : J. Soumagne, août 2012

Photos 8 (c) et (d) : Irruption de la consommation et du tourisme



(c) : Dien Bien Phu (Vietnam)

(d) : Siem Reap (Cambodge)

Source : J. Soumagne, janvier 2015

Source : J. Soumagne, août 2011

Inversement, le mode d'urbanisation impacte le commerce ; l'absence ou la faible application des documents d'urbanisme induit la spontanéité de la croissance urbaine et commerciale. En d'autres termes, le triptyque commerce-traffic viaire-habitat évolue en interaction permanente ; seuls quelques grands chantiers urbains planifiés : complexes résidentiels, de bureaux, de grands hôtels, de *malls* viennent perturber le jeu spontané de la croissance interactive.

Partout, dans les grandes cités coexistent boutique traditionnelle et "temple" de la consommation, avec un éventail de formes étonnant par sa créativité. Cet aspect kaléidoscopique du commerce urbain « régional » est certainement un trait fondamental, la récupération des architectures, la transmutation des formes, l'éventail chromatique utilisé aboutissant à façonner les paysages de la ville.

Cette situation originale témoigne des chocs politiques et socio-culturels successifs qui ont marqué l'histoire contemporaine. Elle révèle aussi l'irruption massive du tourisme, du *marketing*, du *shopping* qui, durant ces dernières décennies, à la faveur de la paix et de l'ouverture, accentuent leur pression et se traduisent dans la morphologie et les paysages. Cela ne va pas sans poser des problèmes dont ceux de l'identité urbaine et de la maîtrise des processus de « fabrique de la ville ».

Références bibliographiques

- BENEVOLO Leonardo, 1988, *Storia dellacittà orientale*, Roma-Bari, Laterza.
- BOONTHARM Davisi, 2005, *Bangkok. Formes du commerce et évolution urbaine*. Paris, Editions Recherches/IPRAUS, coll. Archithèses.
- BOQUET Yves, 2016, « Les boutiques sari-sari aux Philippines : entre commerce informel et circuits de la grande distribution », DESSE R.-P. et LESTRADE S. (dir), *Mutations de l'espace marchand*, Presses de l'université de Rennes, coll. Espace et Territoires. p. 305-319.
- Bulletin de l'Association de Géographes Français*, 2014, « Dynamiques urbaines en Asie du Sud-Est » (coord. Y. Boquet), déc, n°4, p. 405-547.
- CLÉMENT-CHARPENTIER Sophie, CLÉMENT Pierre, GOLDBLUM Charles, SISOUATH Bounleuan et TAILLARD Christian (dir.), 2010, *Vientiane. Architectures d'une capitale, traces, formes, structures, projets*, Paris, Éditions Recherches/Iprauss, coll. « Les Cahiers de l'Iprauss. Architecture, urbanistique, société ».
- Collectif, 2004, *Luang-Prabang. An architectural Journey*. Vientiane, Ateliers de la Péninsule.
- Collectif, « Municipalité de Phnom Penh et Ambassade de France », 2007, *Livre Blanc du développement et de l'aménagement de Phnom Penh*, Rapport final, octobre.
- Collectif, 2010, « Mutations économiques et recompositions territoriales en Asie du Sud », (Jean-Paul DELER, directeur), *Annales de géographie*, n° 671-672.
- DENIS Jacques, 1990, « Les villes d'Asie orientale, similitudes et différences », *Bull. Soc. Géogr. de Liège*, n° 26, p. 41-52.
- FAUVEAUD Guillaume, 2012, « Croissance urbaine et dynamiques socio-spatiales des territoires ouvriers à Phnom Penh », *Cybergeo : European Journal of Geography*, Espace, Société, Territoire, texte 619, 26 p. [<http://cybergeo.revues.org/25490>]
- FAUVEAUD Gabriel, 2013, *Produire la ville en Asie du Sud-Est. Les stratégies socio-spatiales des acteurs immobiliers à Phnom Penh, Cambodge*, thèse de doctorat de géographie (Dir. : Thierry SANJUAN), Université Paris 1.
- FAUVEAUD Gabriel, 2016, *La production des espaces urbains à Phnom Penh. Pour une géographie sociale de l'immobilier*. Paris, Presses de l'université Paris-Sorbonne, coll. Territoires en mouvement.

- FRANCK Manuelle, GOLDBLUM Charles et TAILLARD Christian (Dir.), 2012, *Territoires de l'urbain en Asie du Sud-Est. Métropolisations en mode mineur*, Paris, CNRS Editions.
- GOLDBLUM Charles, avec la collaboration de JINTAVORN K. et CHULASAI B., 1985, *Eléments de structuration de l'espace urbain en Asie du sud-est : architecture urbaine et formations spatiales. Compartiments chinois et Chinatowns, matrices de la ville "moderne" en Asie du sud-est*. Paris, Secrétariat de la Recherche Architecturale, IPRAUS-CORDA.
- GOLDBLUM Charles et FRANCK Manuelle, 2007, « Les villes aux marges de la métropolisation en Asie du Sud-Est ». *L'Espace Géographique*, t. 36, n° 3, p. 229-236.
- HERBELIN Caroline, 2016, *Architectures du Vietnam colonial. Repenser le métissage*, Paris, CTHS et INHA, coll. L'art et l'essai.
- IFA. (Institut Français d'Architecture), 1995, *Architectures françaises Outre-Mer*, Bruxelles, Mardaga, coll. Villes.
- NOLINTHA Vanthana, 2011, « Cities, SEZs and Connectivity in Major Provinces of Laos » *Intra- and Inter-City Connectivity in the Mekong Region*, edited by Masami Ishida, BRC Research Report N° 6, Bangkok Research Center, IDE-JETRO, Bangkok, Thailand.
- PELLETIER Philippe (éd.), 2004, *Identités territoriales en Asie orientale*, Paris, Les Indes savantes, vol. II.
- ROSSI Georges, TISSANDIER Patrice, INTHIPHONE Bounmak (Dir.), 2003, *Atlas Infographique de Vientiane*, Programme de formation et recherche en coopération inter-universitaire, Université Nationale du Laos et Université Michel de Montaigne Bordeaux III.
- SAYARATH Chaypeth, 2005, *Vientiane, portrait d'une ville en mutation*, Ambassade de France, Paris, Éditions Recherches / Les cahiers de l'IPRAUS.
- SISOUPHANTONG Bounthavy et TAILLARD Christian, 2000, *Atlas de la République démocratique populaire lao (Laos)*, Paris, Documentation française, coll. Dynamiques du territoire.
- SOUMAGNE Jean, 2014, « Commerce et architecture » p. 43-69 dans A. Gasnier et N. Lemarchand (dir.) : *Le commerce dans tous ses états*, Presses Univ. Rennes, coll. Espaces et Territoires.
- SOUMAGNE Jean, 2015, « Dynamiques urbaines d'Asie sud-orientale vues d'avion », Jean-Pierre HUSSON et Michel DESHAIES (éd.), *Paysages lus du ciel. Hommages à André Humbert*, Nancy, PUN, Editions universitaires de Lorraine, p. 193-206.

- SOUTHISENG Nittana & WALSH John C., 2007, « Study of Tourism and Labour in Luang-Prabang Province », *The Journal of Lao Studies*, Volume 2, Issue 1, p. 45-65.
- STEINHARDT Nancy S. (dir.) et al, 2005, *L'architecture chinoise*, Paris, Philippe Picquier.
- TAILLARD Christian (éd.), 2004, *Intégrations régionales en Asie orientale*, Paris, Les Indes savantes, vol. I.
- TAILLARD Christian, 2009, « La Thaïlande au centre de la région du Grand Mékong », *Annales de Géographie*, n° 671-672, p. 52-68.
- TISSANDIER Patrice, 2010, « Réorganisation spatiale à Vientiane : entre ouverture économique et importation de modèles de développement urbain », *Annales de Géographie*, n° 671-672, p. 120-136.
- VIARO Alain, 1992, « Le compartiment chinois est-il chinois ? », *Les Cahiers de la Recherche Architecturale*, n° 27-28, p. 139-150.

FLORAISON DES MARCHES INFORMELS A OUAGADOUGOU : CAS DU MARCHÉ TALAAT-RAAGA OU « MARCHÉ DU MARDI »

R.U. Emmanuel OUEDRAOGO, D. Edwige NIKIEMA
& Georges COMPAORE
Université Ouaga I

Résumé : A Ouagadougou, les deux dernières décennies ont été caractérisées par le développement des formes de commerce des marchés informels. Quel que soit le site ou la périodicité, ces différents équipements marchands approvisionnent les populations en produits électroménagers, manufacturés, et vivriers. Les marchés informels et périodiques comme celui de *Talaat-raaga* ou « marché du mardi », se rapprochent des populations habitant dans les zones non loties ou les quartiers périphériques de Ouagadougou. Cet article analyse le cas typique de ce marché en déterminant son poids socio-économique. Les informations qualitatives et les observations directes informent que ce marché informel fortement fréquenté par les populations de l'arrondissement n°11 rend disponible et accessible les produits manufacturés, électroménagers et vestimentaires. Il accroît le revenu des commerçants et contribue à l'amélioration des conditions de vie (65 % des enquêtés). Si une majorité des clients (80 %) demeure satisfait après fréquentation du marché, il constitue une source de nuisances pour les différents acteurs : riverains, commerçants.

Mots-clés : Ouagadougou (Burkina Faso), marchés informels, population peu nantis, périphérie urbaine

Abstract: In Ouagadougou, the last two decades have been characterized by the development of forms of trade in informal markets. Whatever of the site or the periodicity, these different equipment merchants supplying the populations in products appliances, manufactured, and food crops. The informal markets and periodicals such as that of *Talaat-raaga* or Tuesday market closer to the

populations living in the unallotted areas or neighborhoods devices in Ouagadougou. This article analyzes the typical case of this market in determining its socio-economic weight. Qualitative information and direct observations indicate that this informal market heavily frequented by the populations of District 11 makes manufactured goods, appliances and clothing available and accessible. It increases the income of traders and contributes to the improvement of living conditions (65 % of the respondents). While a majority of customers (80 %) remain satisfied after attending the market, it is a source of nuisance for the various actors: residents, traders.

Keywords: Ouagadougou (Burkina Faso), informal markets, low-income population, urban periphery

Introduction

La ville de Ouagadougou cumule les fonctions politique, administrative et économique du Burkina Faso. Cette concentration des "pouvoirs" a contribué à l'augmentation de la population et à l'étalement de la superficie. La ville s'étend à cause de la poussée démographique due en majorité à l'exode rural, A. Ouattara et L. Somé (2009, p 20). L'effectif de la population est passé de 59 126 habitants en 1960 à 1 915 102 habitants en 2012 soit une hausse de plus de 7,3 % l'an au cours de cette période selon les projections issues du dernier recensement de la population réalisé par l'Institut National de la Statistique et de la Démographie (INSD, 2013). Quant à la superficie urbanisée, elle a été multipliée par 7, soit 52 000 ha, E. Nikiema et G. Compaore (2015, p 434).

La satisfaction des besoins de cette importante population a nécessité la construction de plusieurs marchés de quartier en plus de celui du marché central de *Rood-woko*. Ces équipements marchands se présentent comme les terminaux des circuits d'approvisionnement de la ville en produits vivriers et/ou manufacturés, T. Paulais et L. Wilhem (2000, p 52). De par les opportunités qu'ils présentent, les marchés permettent l'épanouissement socio-économique des acteurs qui l'animent (E. Benicourt, 2001, p 71) et contribuent en moyenne à 10 % dans l'économie des villes africaines (C. Rubin, 2015, p 65) Au Burkina Faso, le commerce contribue à 35 % au Produit Intérieur Brut (Ministère de l'Economie et du Développement, 2010) et remplit une fonction économique et sociale non négligeable.

L'ensemble commercial organisé autour du marché central *Rood-woko* représentait jusqu'en 2003, le plus grand centre commercial du pays et de la ville. En mai 2003, le marché a été victime d'un incendie qui a

causé d'énormes dégâts (matériel et financier) et plongé plus de 5 000 commerçants dans la faillite¹. Au cours de la période de la rénovation (2003-2009), près de 3 000 sinistrés ont pu s'installer au niveau des marchés comme *Sankariaré*, *Goughin*, *Nabiyaar* ou *10 jaar* situés dans un rayon de 5 km par rapport au marché central.

Faute d'avoir trouvé des étables, boutiques et hangars dans ces marchés, les autres sinistrés dans un "souci de survie" ont favorisé l'émergence de marchés informels à activité périodique (tous les 7 jours) dans les différents arrondissements de la ville. Il s'agit par exemple de *Tene-raaga* ou marché du lundi, de *Talaat-raaga* ou marché du mardi et d'*Arzum-raaga* ou marché du vendredi. Ces marchés informels qui font partie intégrante de la vie urbaine occupent ponctuellement des espaces non aménagés. Les acteurs y exercent leurs talents pour créer de la richesse, lutter contre le chômage et subvenir à leurs besoins.

Le présent travail de recherche vise à analyser les logiques d'occupation spatiale du marché "*Talaat-raaga*" ou marché du mardi dans l'arrondissement n°11 de Ouagadougou. De ce fait, les questions de recherche suivantes ont guidé le travail : quels sont les acteurs qui animent le marché du mardi ? Quels sont les effets induits de ce marché sur la ville de Ouagadougou ? De manière spécifique, il s'agira de caractériser les différents acteurs qui contribuent au dynamisme de ce secteur, puis de déterminer les changements engendrés par ce marché sur les vécus des populations. Deux hypothèses ont été formulées dans le cadre de ce présent travail. La première stipule que les différentes catégories socioprofessionnelles qui animent le marché de "*Talaat-raaga*" sont dans l'illégalité. La seconde quant à elle stipule aussi que ce marché qui joue un rôle socio-économique constitue une source d'insécurité urbaine.

1. Matériels et méthodes

Pour atteindre l'objectif de la présente étude, la méthode d'enquête de terrain a été privilégiée. Elle est basée sur l'utilisation de matériels et d'outils appropriés de collecte et d'analyse des données.

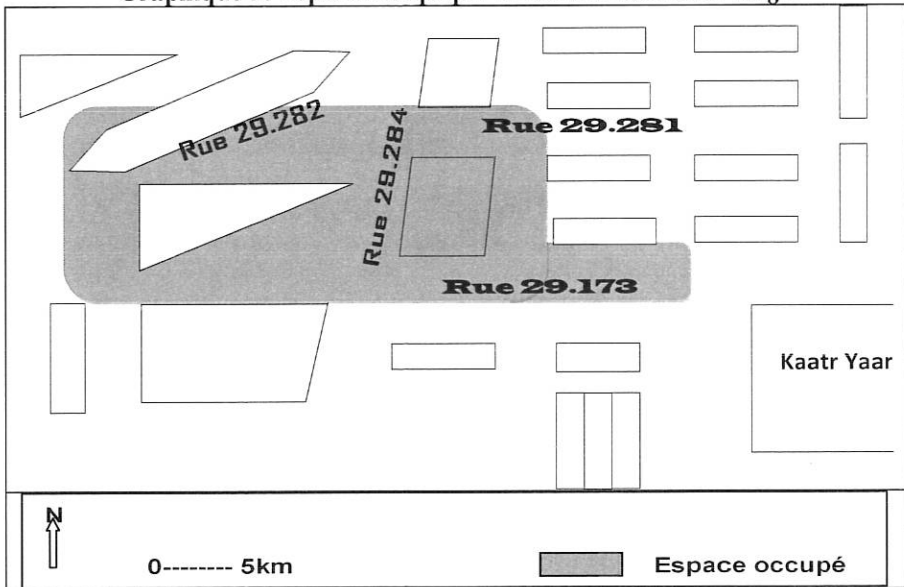
1.1. Le cadre d'étude

Le marché de *Talaat-raaga* est l'un des marchés informels périodiques recensés dans l'arrondissement n°11 de la ville de

¹ Journal L'Observateur n° 5902 du 28 mai 2003

Ouagadougou. Dans la nouvelle structuration urbaine, cet arrondissement qui couvre une superficie de 30,471 km² est totalement excentré dans la partie sud de la commune et compte 22 000 habitants, répartis entre les secteurs 46, 47, 48, 50 et 51. Ses limites géographiques sont les suivantes : au Nord par la rue 28.150, au Sud par la route nationale n°5, à l'Ouest par le boulevard *Tansoba Kima*, le boulevard *Tansôaba Waooré* et l'échangeur de Ouaga 2000, et enfin, à l'Est par la commune rurale de *Saaba*. Le choix de ce marché s'explique par son caractère informel, sa situation en périphérie, à proximité du marché de *Kaatr Yaar* et sa forte fréquentation (85 % des enquêtés) par les résidents des quartiers riverains au site et des zones non loties de *Yamtenga* et *Djikofè*. Les rues : 28.257, 29.181, 29.282, 29.284, 29.306 et 29.308 occupées par ce marché (graphique 1) se localisent entre 12°35'3" de latitude Nord et 1°47'7" de longitude Ouest.

Graphique 1: Espace occupé par le marché de *Talaat-raaga*



Source : Trame urbaine de Ouagadougou, modifiée après les enquêtes de terrain, 2015

1.2. Démarche méthodologique

Le matériel utilisé dans le cadre de ce travail est constitué des documents bibliographiques, des outils de collecte et de traitement des données de terrain. Au niveau de la documentation, cet article s'appuie sur les précédents (mémoires de maîtrise) réalisés par S. Golane (2006), qui

présente les différents équipements marchands de Ouagadougou, M. Bognini (2012) qui analyse le commerce des produits pendant les heures nocturnes dans l'ancien arrondissement de Bogodogo et de B. E. Ouedraogo (2006) qui analyse le cas spécifique des ventes de produits en dehors des marchés aménagés toujours dans le même arrondissement. Une recherche sur internet s'est avérée nécessaire afin d'approfondir la connaissance sur la thématique des marchés informels.

La méthode d'enquête et les interviews ont été privilégiées dans le cadre de l'étude. Les interviews ont permis de recueillir des informations auprès des différents responsables administratifs. La population d'enquête est constituée de plusieurs catégories de personnes (Tableau 1). Le premier questionnaire a concerné les commerçants et les gérants de parking². Ils ont été choisis par un sondage à probabilité inégales. Le choix des clients et des ménages riverains pour le second questionnaire a été réalisé de façon aléatoire et à plusieurs endroits de marché non clôturé. Ce choix se justifie par le souci de pouvoir recueillir les points de vue de plusieurs personnes en même temps. Les différentes informations obtenues ont été traitées avec les logiciels Excel pour le traitement des données statistiques et les illustrations graphiques et Word pour la mise en forme du document. Les différentes informations obtenues ont permis de structurer le présent travail.

Tableau 1: Catégories des acteurs enquêtés

Groupes d'acteurs	Effectif	Taux (%)
Commerçants	75	50
Clients	50	33,4
Gérants de parking	05	3,3
Riverains	20	13,3
Total	150	100

Source : Enquêtes de terrain, 2015

2. Résultats

Dans la ville africaine, le marché qu'il soit aménagé ou non, a toujours occupé une place importante et a une signification géographique car il représente un lieu d'approvisionnement et/ ou de commercialisation des produits vivriers ou manufacturés. Plusieurs impacts se dégagent en lien avec leur organisation et animation.

² Ce choix s'explique par l'indisponibilité de données fiables pour ce qui concerne les gérants de parking et les commerçants de la ville de Ouagadougou.

2.1. Vers une généralisation du secteur informel

Le secteur informel couvre les différents secteurs économiques et comprend les marchands ambulants, les marchands sur étalages et les artisans (A. Kimbala-Makiadi, 2008, p 6). Il est défini à partir de critères bien connus comme des marchés de concurrence non réglementés, la propriété familiale des entreprises, la petite échelle des opérations et l'utilisation de ressources locales (J. Charmes, 2003, p 8).

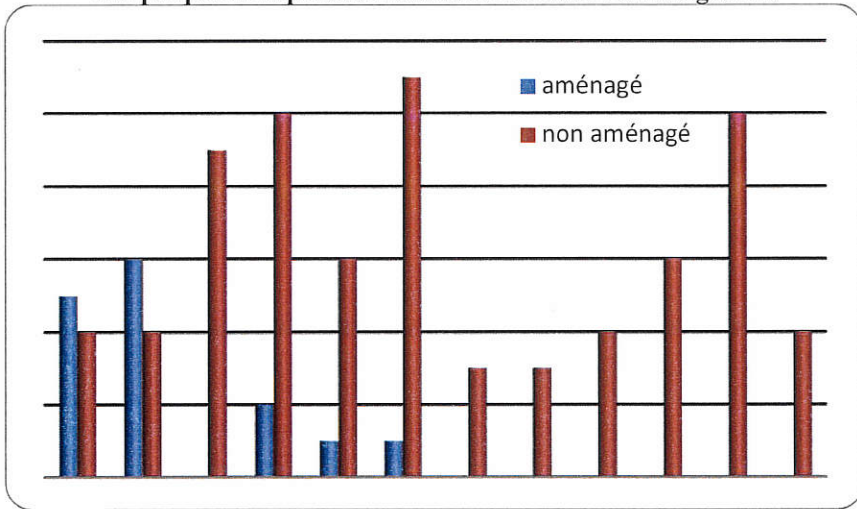
Au Burkina Faso, ce secteur qui contribue en moyenne à 42 % au PIB se révèle comme le second pourvoyeur d'emplois après le secteur agricole, occupant plus de 70 % de la population active non agricole (OIT, 2011). Dans la ville de Ouagadougou, le commerce non structuré prend des proportions inquiétantes. Son existence est intimement liée à plusieurs facteurs explicatifs dont la crise économique, l'exclusion des plus démunis du système de production structuré (Perry et al, 2007) les conséquences de l'incendie du marché de *Rood-woko* en 2003, le coût élevé des boutiques et hangars dans les marchés aménagés, la faible couverture des espaces marchands aménagés à l'échelle des arrondissements.

En 2013, la population des jeunes en quête d'emploi était estimée dans le monde à 75 millions de personnes dont plus de 50 % pour le seul continent africain (T. Chanda, 2014, p 1). Ce taux de chômage s'intensifie dans les capitales ouest-africaines côtières telles que Dakar, Abidjan, Cotonou et Lomé, ou sahéliennes telles Bamako, Niamey et Ouagadougou. Travailler dans les services non financiers marchands se révèle comme une condition de survie pour ces populations à la recherche d'emplois et de revenus (J.A.Traoré, 2012, p 11). Les enquêtes réalisées auprès de 60 % des commerçants et des gérants de parking apportent plus d'éclaircissements sur le rôle des activités informelles. En effet, ils soutiennent que la pratique de ces activités a pour but de pouvoir subvenir aux besoins élémentaires de leurs différents ménages.

A Ouagadougou, le commerce est un facteur d'urbanisation grâce au rôle des équipements marchands dans l'aménagement urbain (R.U.E., Ouedraogo, 2015, p 65). Il constitue une activité principale ou secondaire pratiquée par 30% des actifs urbains (INSD, 2003). Le dynamisme de l'activité commerciale a favorisé l'augmentation des marchés dans la cité. En 2011, le parc des marchés de la commune de Ouagadougou en dénombrait 89 marchés dont 15 aménagés (Direction des Etudes de la Planification et des Investissements de la Commune de Ouagadougou-DEPI-CO, 2011, p 35). Ces marchés aménagés se sont vite retrouvés en

déphasage avec la multiplication des besoins des citoyens et leur répartition spatiale comporte quelques disparités (Graphique 2).

Graphique 2: Répartition des marchés selon l'aménagement



Source : DEP-CO, 2011

De façon générale, on note que chaque arrondissement compte en moyenne 7 marchés et les arrondissements n° 1 et n° 2 concentrent 11 marchés aménagés sur 15 soit 73 %. L'arrondissement 11 se distingue par l'absence d'un marché aménagé. Cela contribue au développement des marchés périodiques comme celui de *Talaat-raaga*. Ces équipements marchands "informels" contribuent à la décongestion des marchés officiels tout en permettant aux populations de s'approvisionner facilement en produits de première nécessité.

Le coût de location des hangars dans les marchés aménagés constitue une source de désertion de ces équipements selon 58 commerçants (77 %) enquêtés. La majorité de ces acteurs (40 %) n'ont pas eu de places dans les marchés aménagés existants³. Certains par contre (37 %) affirment être détenteurs de hangars toutefois, ils fréquentent les marchés informels périodiques à cause de la mévente constatée dans les marchés officiels.

³ Les responsables du grand marché de Rood-Wooko affirmaient en 2004 : « avoir eu d'énormes difficultés à trouver de la place dans les autres marchés, ce qui explique le nombre pléthorique des commerçants au niveau des artères de la ville de Ouagadougou » in journal L'observateur du 12 au 15 février 2004.

2.2. Une nouvelle forme d'organisation des marchés : le cas du marché de Talaat-raaga

La cohabitation entre commerce structuré et non structuré a toujours existé à Ouagadougou. Le commerce non structuré développe le "commerce de proximité" dans les quartiers péricentraux, périphériques, lotis et non lotis. Ce type de commerce assure une diversification de l'offre et conforte l'économie urbaine. Il est un lieu d'attraction pour les populations concernées.

Les entretiens et les enquêtes réalisés auprès des différents acteurs révèlent que la création du marché de *Talaat-raaga* est intimement liée à l'incendie du marché *Rood-Wooko*. Sa création (2004-2005) constituait un moyen pour les commerçants sinistrés de relancer leurs activités pour éviter le désœuvrement. Selon un des responsables, les anciens occupants de *Rood-Wooko* (75 %) constituent les acteurs qui « animent ce marché pour l'écoulement des produits à cause de la forte fréquentation. Cette organisation informelle et périodique permet de lutter contre le chômage du moment où ils ont presque tout perdu avec l'incendie ». Il reconnaît que « l'occupation de l'espace est illégale » car l'espace occupé en 2005 était une réserve administrative. Celle-ci a été déclassée et réattribuée. C'est ainsi qu'ils s'installent le long des rues chaque mardi pour proposer leurs produits aux clients.

Les commerçants venant des arrondissements proches (5, 10 et 12) puis des différents secteurs de l'arrondissement 11 de la cité convergent tous les mardis vers *Talaat-raaga* dès 8 heures pour vendre. Ils y restent jusqu'à la nuit tombante. Ils occupent plusieurs rues 28.257, 29.181, 29.282, 29.284, 29.306 et 29.308. Cette forme d'organisation existe dans les douze arrondissements. Elle fonctionne de façon tournante et rapproche le commerçant du client. Le marchandage est de règle et chacun y trouve son compte. Selon la nature des produits vendus, se dessine une certaine organisation interne. On distingue des rangées regroupant les vendeurs de produits manufacturés, des produits alimentaires et des produits cosmétiques.

Le marché est sommairement équipé : quelques tables d'étalage, des tabourets et chaises et un parasol ou tente fabriquée localement à base de vieux sacs de riz, pour se protéger du soleil. La précarité des matériaux utilisés met à nu le caractère spontané et temporaire de l'activité. Le nombre exact des commerçants est difficile à établir mais on peut dénombrer en moyenne 40 commerçants par allée. La photographie 1 en donne une illustration.

Photo 1 : Une allée du marché *Talaat-raaga*



Source : Enquêtes de terrain, 2015

Dans ce cliché, s'observe des rangées du marché avec une diversité de produits. On y remarque aussi une allée qui permet la circulation où piétons et usagers en bicyclette ou vélomoteur se côtoient. Grâce à l'animation hebdomadaire de ce marché s'observe aussi une création d'emplois informels.

2.3. Des nouveaux acteurs du commerce informel

L'approvisionnement des citadins en produits de consommation courante n'est possible que grâce à l'existence d'échanges entre différents acteurs qui sont les producteurs-importateurs, les commerçants grossistes, les commerçants demi grossistes et les détaillants. Ces échanges s'effectuent à des degrés et niveaux divers et variés (I. Diallo, 2010, p 140) et permettent de rendre disponible les produits dans les marchés urbains qu'ils soient aménagés ou non. Le commerce dans le marché de Talaat-raaga est animé par plusieurs acteurs structurés comme suit :

2.3.1. Les commerçants

Les femmes sont majoritaires (60 %) par rapport aux hommes (40 %). Ce taux corrobore les conclusions de INSD qui estimaient à 47 %, la proportion des femmes exerçant dans le secteur informel à Ouagadougou (INSD, 2003). Leur forte présence dans ce domaine repose sur la nécessité de lutter contre le chômage et de soutenir leurs époux dans la prise en charge des besoins du ménage.

D'un marché hebdomadaire à un autre, ces commerçants ambulants sillonnent la ville pour vendre des pagnes, des articles ménagers en aluminium ou en plastique et des produits de la friperie. Pour l'acheminement et le transport des différentes marchandises, ils utilisent plusieurs modes de transport (portage, vélomoteurs et véhicules automobiles). En fonction du volume et de la nature des produits, quelques-uns (17 %) utilisent le véhicule automobile, 62 % ont recours au vélomoteur ou à la bicyclette et 21 % des commerçants ont opté pour le portage parce qu'ils habitent à moins d'un kilomètre de ce marché.

Dans le fonctionnement du marché, se distinguent des demi-grossistes (10 %), des détaillants (60 %) et des commerçants ambulants (30 %). Les commerçants ambulants n'ont pas de place dans le marché, ils sillonnent les rangées et proposent leurs produits aux clients. Afin de se faire remarquer, ils utilisent la technique de la vente à la criée. Les demi-grossistes ont un grand privilège auprès des maisons de distribution ou auprès des grossistes. Bénéficiant de la confiance de leurs partenaires, ils reçoivent à crédit leurs produits (tissus, ustensiles de cuisine, etc.) en stock qu'ils revendent aux détaillants. Au sein du marché, ils sont reconnaissables par la taille de leurs stands, leurs moyens de déplacement (véhicule automobile) et leurs formules de vente (vente à la demi-douzaine pour les ustensiles de cuisine, à la demi-pièce⁴ (pour les pagnes). Ne disposant pas de capital financier, les détaillants collaborent avec les semi-grossistes présents ou hors du marché pour obtenir les différents produits en vue de la revente.

Cette forme de vente permet aux clients peu nantis de se procurer et d'assurer aux vendeurs une sécurité financière. La confiance qui s'établit à moyen ou long termes avec les semi-grossistes permet à certains (25 % des détaillants) d'être eux de bénéficier de privilèges pour ce qui concerne le délai de remboursement, la quantité et la diversité des produits. Dans l'ensemble, ces deux formes de vente permettent de réaliser des bénéfices dans des délais variables que l'on soit semi-grossiste ou détaillant. Dans le but de maximiser leurs recettes et de réaliser d'énormes profits (17 % des commerçants) se livrent à ces deux formes de vente.

2.3.2. *Les gérants de parkings*

La spécificité des acteurs de ce domaine vient du fait qu'ils sont itinérants. Le responsable du parking dispose d'autres sites où il propose le même service de gardiennage des engins motorisés. En dehors des marchés

⁴ La pièce des pagnes au niveau des marchés compte 12 pagnes.

hebdomadaires, ils exercent leurs activités dans des lieux fixes, dans les espaces de travail, devant les hôtels et dans les universités. Ils suivent ensuite le rythme des marchés hebdomadaires pour proposer leurs services à la clientèle venue faire des emplettes, moyennant 50 F CFA pour les cycles et cyclomoteurs et 200 F CFA pour les véhicules automobiles. Les recettes journalières même modestes (1 000 à 2 000 F CFA) contribuent au fonctionnement des ménages. Le marché ne disposant pas de clôture, chacun des intervenants se positionne à un endroit donné qui à long terme devient son "site de parking". Ainsi, les travaux de terrain ont permis de dénombrer 6 sites autour du marché.

2.4. Les effets induits de l'activité commerciale

La recette journalière des différents acteurs est variable et difficile à maîtriser à cause de la réticence des enquêtés et de l'absence d'une comptabilité journalière à leur niveau. Elle est en moyenne à 2 500 F CFA. La répartition en fonction du gain révèle que 60 % des enquêtés ont une recette journalière comprise entre 2 500 et 5 000 F CFA. Pour 24 %, elle oscille entre 5 000 et 10 000 F CFA. Une minorité (16 %) s'en tire à bon compte (plus de 10 000 F CFA). Ces recettes demeurent faibles. Elles ne permettent pas à tous de satisfaire leurs besoins quotidiens encore moins de vivre décemment.

Ce marché informel permet de ravitailler les citoyens en produits divers et contribue à réduire la durée, le temps, et la distance pour l'approvisionnement des produits par les populations résidant surtout en périphérie.

Quand ce marché n'existait pas, je souffrais car il est difficile pour moi de me rendre à pied au marché Nabiyaar. Mais depuis que nous avons un marché chaque mardi, on peut se payer les articles ménagers sans parcourir une grande distance. (Déclaration d'une cliente).

Une autre témoigne du profit quelle tire de l'existence de ce marché par cette assertion.

Grace à ce marché, je n'ai plus besoin d'aller à Roodwoko ou Sankariaré. Je sais que les vendeurs seront là chaque mardi. Alors je sais comment faire pour l'achat de mes articles et des tenues vestimentaires. En tout cas je dis merci aux initiateurs de cette organisation.

Ce marché est une aubaine pour les populations peu nantis de pouvoir accéder à certains produits. La comparaison des prix des articles (Tableau 2) met ainsi en lumière des écarts entre les marchés. Dans les marchés formels aménagés, les commerçants proposent des prix en

intégrant les charges en lien avec l'infrastructure marchande. Dans le cas des marchés informels, ces différentes charges sont inexistantes du moment où le marché n'est pas du tout équipé.

Tableau 2: Prix de vente de quelques articles

	Marché formel	Marché informel
Seau de 20 l en plastique	1000 à 1250 F CFA	700 à 900 F CFA
Assiettes en aluminium	1500 F CFA	1000 F CFA
Chaussures	500 F CFA à 750 F CFA	300 à 500 F CFA

Source : Enquêtes de terrain, 2015

La différence de prix constitue un motif de satisfaction et justifie la fréquentation de ce marché par 80 % des clients enquêtés. Cela est confirmée par une enquêtée :

Depuis que j'ai découvert ce marché, c'est ici que je fais mes achats pour ce qui concerne les articles ménagers. Je peux payer une bassine, un seau, un plat ou bien d'autres choses à un prix acceptable. En plus de cela je n'ai plus besoin de parcourir une grande distance, car le marché est à quelques pas de ma maison.

Ce marché rend donc d'immenses services à la population, tout en étant une source d'emplois et de revenus pour les différents acteurs. Il contribue au développement des activités génératrices de revenus grâce à la vente des petites marchandises et à l'amélioration des conditions de vie des citadins. Cette infrastructure marchande favorise le développement socioéconomique des vendeurs et des acheteurs. Toutefois, sa pratique n'est pas sans conséquence négative pour l'environnement urbain.

Sur le plan économique, ce marché est peu rentable pour la commune du moment où il est difficile de percevoir des taxes pour la réalisation d'équipements urbains ou pour stimuler le développement. Les acteurs du marché ne s'acquittent d'aucune des taxes en lien avec leurs activités (occupation du domaine public et gestion des marchés). Toutefois, certains (27 %) affirment payer une somme journalière modique variant de 100 F CFA à 1000 F CFA comme droit pour pouvoir vendre leurs produits. En sus, il y existe une concurrence déloyale entre ces vendeurs informels et ceux installés dans les marchés aménagés. Du moment où les vendeurs ne sont pas assujettis à aucune charge, ils proposent des prix à la portée des clients. Cette modicité des prix fidélise la clientèle mais occasionne des méventes pour les commerçants installés dans les autres marchés.

Ce marché s'illustre par une occupation anarchique de l'espace telle que les chaussées et voies d'accès réservées à la circulation. Hebdomadairement, les rues 28.257, 29.181, 29.282, 29.284, 29.306 et 29.308 sont occupées par les marchands et acheteurs au détriment des automobilistes et des riverains. Un riverain exprime son désarroi en ces termes : « Chaque mardi, nous vivons une journée bruyante, polluante et insécurisée. En un mot, nous vivons un "calvaire". Vous constatez que devant nos concessions les vendeurs s'installent. On ne peut même plus se déplacer surtout en automobile ». A cause de cet envahissement de la chaussée, les riverains et ceux qui sont avertis préfèrent éviter les différentes rues ci-dessus citées. La probabilité d'une éventuelle situation désastreuse en cas de fausse manœuvre, ou d'inattention d'un conducteur doit être prise au sérieux par les autorités municipales afin d'envisager des mesures urgentes.

L'insalubrité est de règle. Les denrées sont exposées à même le sol, à la poussière et aux gaz d'échappement des engins motorisés. Des sachets plastiques en occurrence issus des commerces (A. R. Toguyeni, 2006, p 85), des déchets de nature organique (fruits, résidus des aliments, légumes), la prolifération de petits rongeurs et insectes dans les cours voisines sont aussi à déplorer. Une riveraine se plaint à travers ces propos :

Ils passent la journée ici avec une nuisance sonore, des fumées des différentes combustions. Le soir, la situation est désastreuse car ils ne ramassent pas les déchets ou bien ils brûlent devant nos portes. Je vous assure que chaque mardi nous ne savons où mettre la tête.

Cette absence d'hygiène est source de contamination des maladies comme le choléra, la fièvre typhoïde. La photographie présente l'insalubrité d'une allée du marché.

Photo 2 : Etat d'insalubrité du marché



Source : Enquêtes de terrain, 2015

Les deux photographies (Photo 2) ont été prises à deux moments différents de la journée. Celle de gauche prise en plein jour présente la rue 28.257 où les déchets plastiques piétinés se décomposent difficilement. Celle de droite, prise à la fermeture du marché présente un dépotoir en formation. Ces différentes situations impactent l'environnement.

3. Discussion

En milieu urbain, les équipements marchands jouent un rôle non négligeable dans l'animation de la vie des citoyens. Leur nombre peu élevé ou leur niveau d'équipement faible a favorisé le développement d'une organisation informelle. Ce type d'organisation apporte un marché de biens et services (A. Zerbo, 2001 et INSD/ EACVM⁵, 2007). Le phénomène de marché informel a pris des proportions grandissantes dans la ville de Ouagadougou. Les caractéristiques du marché *Talaato-raaga* : occupation anarchique de l'espace, une absence de comptabilité, une sous déclaration des recettes et parfois le non-respect des textes juridiques en vigueur sont identiques aux autres caractéristiques déterminées par M. Bognini (2012, p. 45), B. E. Ouedraogo (2006, p. 43) et S. Golane (2006, p. 79).

Les populations des zones non loties et des quartiers périphériques ont des perceptions sur le marché. Elles réalisent que cette infrastructure contribue à l'amélioration de leurs conditions de vie. Les résultats obtenus sont également mis en exergue par les auteurs comme C. Rubin (2015, p. 72), T. Chanda (2014, p. 1), J. A. Traoré (2012, p. 11) D. Kambou et I. Zerbo (2011, p. 15) et O. J. Igué (2008, p. 10) qui confirment le caractère économique, social des infrastructures marchandes qu'elles soient formelles ou non dans les villes africaines. L'évolution future de ces marchés reste complexe. Mais compte tenu des effets induits, il serait judicieux de prendre en considération les conclusions de A. Zerbo (2001, p. 10), T. Paulais et L. Wilhem (2000, p. 52) et J.B. Boyabé (1999, p. 18) sur ce type de marché. Selon eux, ces infrastructures vont perdurer dans l'espace géographique subsaharien et contribuer au développement des localités.

Comme l'a développé J. F. Steck (2006), ces marchés occasionnent des encombrements et embouteillages. Il incombe alors aux autorités locales selon M. Bognini (2012, p. 45) de relever le défi sécuritaire. On note dans ce marché une insalubrité. Cela confirme l'affirmation de

⁵ Enquête Annuelle sur les Conditions de Vie des Ménages.

A. R. Toguyenni (2006, p. 85) qui affirme que les marchés informels produisent 6 % à 7 % des déchets plastiques de la ville.

Conclusion

Dans un contexte d'extension spatiale, d'accroissement des effectifs urbains face à l'insuffisance d'emplois rémunérateurs, le secteur informel qui connaît un dynamisme paraît salutaire en résorbant le chômage urbain et en versant des revenus aux ménages. Le marché informel est régulé par des éléments socio-économiques qui influencent la règle de la fixation des prix. Ce secteur constitue néanmoins une menace pour les populations environnantes du marché à cause de la pollution et de l'encombrement de la voirie. Elle menace en sus la vitalité des marchés aménagés. Si ces différents équipements constituent des alternatives dans la réduction de la pauvreté urbaine, il n'en demeure pas moins que l'absence d'une réponse efficace et efficiente des décideurs politiques et administratifs face à leur hausse est inquiétante. Quelles peuvent être alors les alternatives pour une meilleure gouvernance économique et sociale à Ouagadougou ?

Références bibliographiques

- BENICOURT Emmanuelle « La pauvreté selon le PNUD et la Banque mondiale », *Études rurales* [En ligne], 159-160 | 2001, mis en ligne le 03 janvier 2017, consulté le 01 février 2017. URL : <http://etudesrurales.revues.org/68>
- BOGNINI Mohamadou, 2012, *l'approvisionnement urbain en denrées et produits vivriers divers: cas des sites de vente nocturnes de Bogodogo*, mémoire de maîtrise de Géographie, Université de Ouagadougou.
- BOYABE Jean Bernard, 1999, « Marché informel: une lecture critique du modèle d'Akerlof » *Revue Tiers Monde*, Volume 40 Numéro 157 p. 169-186, http://www.persee.fr/doc/tiers_1293-8882_1999_num_40_157_5372 consulté le 06-06-2016
- CHARMES Jacques, 2003, *Les origines du concept de secteur informel et la récente définition de l'emploi informel*, IRD.
- CHANDA Tirthanhar, 2014, «le chômage des jeunes en Afrique: une génération perdue ?» <http://www.rfi.fr> consulté le 30-05- 2015

- DIALLO Ibrahima, 2010, « Classes commerçantes et diaspora : les acteurs du commerce et des transports au Fouta Djallon » *Maîtrise de l'espace et développement*. Vol. 7, Paris, Karthala, p.139-157.
- DIRECTION DES ETUDES DE LA PLANIFICATION ET DES INVESTISSEMENTS DE LA COMMUNE DE OUAGADOUGOU, 2011, *Rapport de l'étude sur la recomposition spatiale des équipements socioéconomiques publics dans les nouveaux arrondissements et secteurs de la commune de Ouagadougou*, DEPI-CO.
- GOLANE Serge, 2006, *Les équipements marchands dans la ville de Ouagadougou : cas du marché de sankariaré*, mémoire de maîtrise de géographie, Université de Ouagadougou.
- IGUE John O., 2008, *Le secteur informel au Bénin : état des lieux pour sa meilleure structuration*, LARES.
- INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DE LA DEMOGRAPHIE, 2009, *Recensement General de La Population et de l'Habitation (RGPH) de 2006, analyse des résultats définitifs ; thème 2 : état et structure de la population*. Ouagadougou, INSD.
- INSTITUT NATIONAL DE LA STATISTIQUE ET DE LA DEMOGRAPHIE, 2003, *Le secteur informel dans l'agglomération de Ouagadougou : performances, insertion et perspectives*, Ouagadougou, INSD.
- KAMBOU Didier et ZERBO Issa, 2011, *Etat des lieux de l'emploi et du secteur informel au Burkina-Faso*, Réunion du groupe de travail sur l'emploi et le secteur informel en Afrique, Yaoundé du 14 au 16 septembre 2011
- KIMBALA MAKIADI A., 2008, *Le secteur informel comme stratégie de survie des congolais*, mémoire de fin de cycle, Université Kongo, www.memoireonline.com, consulté le 15 avril 2016
- NIKIEMA Edwige et COMPAORE Georges, 2015, « Structuration urbaine et santé à Ouagadougou », *Cahier du CBRST*, n°7, Cotonou, P. 434-456
- OUATTARA Ardjouma et SOME Lanko, 2009, *La croissance urbaine au Burkina Faso, Rapport d'analyse des données du RGPH-2006*, Ouagadougou, INSD.
- OUEDRAOGO Barac-Ouinde Elimelec, 2006, *le commerce des produits alimentaires hors marché à Ouagadougou: cas de l'arrondissement de Bogodogo*, mémoire de maîtrise de Géographie, Université de Ouagadougou.

- OUEDRAOGO Rawelguy Ulysse Emmanuel, 2015, *Le péril plastique à Ouagadougou : pratique urbaine et préservation environnementale*, Thèse de Doctorat Unique en Géographie, Ecole Doctorale Lettres, Sciences Humaines et Communication, Université de Ouagadougou.
- PAULAIS Thierry et WILHELM Laurence, 2000, *Marchés d'Afrique*, collection « Economie et Développement », Paris, Karthala.
- PERRY Guillermo, 2007, « Informality: Exit and Exclusion », World Bank Latin American and Caribbean Studies, World Bank Publications.
- RUBIN Clara, 2015, *Les marchés africains*, mémoire de Master en architecture, SAR/ENAC/EPFL de Lausanne.
- STECK Jean Fabien, 2006, « La rue africaine, territoire de l'informel ? », *Flux* 4/2006 (n° 66-67), 99 p. 73-86. URL : www.cairn.info/revue-flux-2006-4-page-73.htm, consulté le 20 novembre 2016
- TOGUYENI Arouna Remi, 2006, *La gestion des déchets solides de la ville de Ouagadougou (Burkina Faso): Etat des lieux et analyse de la problématique des déchets d'emballages plastiques*. Mémoire de Fin d'Etudes, Institut de Gestion de l'Environnement et d'Aménagement du Territoire, université Libre de Bruxelles.
- TRAORE Jean Abel, 2012, *Les déterminants du secteur informel au Burkina Faso*, <http://www.erudite.univ-paris-est.pdf>, consulté le 9 juin 2016
- ZERBO A., 2001, *Les économies urbaines subsahariennes et le problème de la mobilisation de ressources via le secteur informel* ; Document de Travail n°62, Centre d'économie de développement, Université Montesquieu - Bordeaux IV.

**DYNAMIQUES URBAINES ET PROLIFERATION DES POINTS
INFORMELS DE VENTE DE MEDICAMENTS DE RUE AU
TOGO: CAS DE LA VILLE DE KARA**

Pyalo Padawi AWESSO
Kossiwa ZINSOU-KLASSOU
Université de Lomé

Résumé : Le marché parallèle des médicaments est un phénomène très répandu dans le monde et très développé dans les villes des pays pauvres qui connaissent une rapide extension spatiale de leur périmètre urbain. Kara, troisième ville économique du Togo n'en fait pas exception. Cette ville connaît une multiplication anarchique des installations commerciales des médicaments de rue ponctuée des ventes à la sauvette depuis quelques années avec la densification de la population urbaine et la raréfaction des officines particulièrement dans ses marges périphériques. Un phénomène qui est en relation étroite avec la demande accrue en produits de soins de santé des populations et la paupérisation relative de ces dernières. Cette étude vise ainsi à comprendre l'organisation et le fonctionnement de ce marché parallèle des médicaments dans une ville en plein dynamisme comme Kara. Les enquêtes de terrain ont montré que ce marché rencontre un succès notable auprès des populations grâce à sa flexibilité (vente à l'unité, marchandage, absence de prescription médicale), son caractère lucratif et le coût réduit des produits vendus. Toutefois, la vente et la consommation de ces produits ne restent pas sans conséquences socio-économiques et sanitaires sur la population.

Mots-clés : Kara, Vente parallèle, contrefaçon/malfaçon, produits pharmaceutiques, croissance urbaine.

Abstract: The parallel market of medicine is a very wide-spread phenomenon in the world and very developed in the cities of the poor countries which know a fast

spatial extension of their urban perimeter. Kara, the third economic city of Togo does not make an exception there. This city knows an anarchy multiplication of the commercial installations of medicine of street punctuated with street hawking since a few years with the densification of urban population and the rarefaction of pharmacies particularly in its peripheral margins. A phenomenon which is in narrow relation with the request increased in care products of health of the populations and the relative impoverishment of the latter. This study so aims at understanding the organization and the functioning of this parallel market of medicine in a city in full dynamism as Kara. The inquiries of ground showed that this market meets a notable success with the populations thanks to its flexibility (sale in the unit bargaining, absence of prescription), its lucrative character and the cost reduces sold products. However the sale and the consumption of these products do not stay without socioeconomic and sanitary consequences on the population.

Keywords: Kara, sale parallel, forgery / fault, pharmaceutical products, urban growth.

Introduction

La révolution industrielle a entraîné les progrès de la médecine et de la pharmacopée et a permis d'éradiquer certaines maladies dans le monde. Cependant, les pays en développement en général, et l'Afrique subsaharienne en particulier, demeurent dans une précarité sanitaire avec plusieurs maladies qui gangrènent leurs populations. Faute de pouvoir s'approvisionner en médicaments de pharmacie, elles se tournent vers les produits pharmaceutiques de "rue", provenant de tous les continents, avec la mondialisation et le développement des échanges commerciaux. Cette situation est confirmée par D. Fassin (1986, p.123) en ces termes :

Partout en Afrique se développent des réseaux de vente des médicaments en dehors des circuits officiels : les comprimés, les baumes et les crèmes éclaircissantes peuvent être achetés aux coins de rue et sur le marché sans ordonnance, comme de banals produits de consommation.

La vente illicite des produits pharmaceutiques se retrouve aussi bien dans les pays du Nord que du Sud. D'après V. Hamel (2006, p. 4),

Dans les pays riches, l'Internet constitue le support privilégié ; par ce biais, les vendeurs échappent aisément aux poursuites judiciaires et atteignent de surcroît la quasi-totalité des ménages (...). Si la situation est devenue embarrassante pour les agences nationales des pays riches pour endiguer ce phénomène, la situation est bien plus catastrophique dans beaucoup de pays à revenus faibles ou intermédiaires, pour lesquels la part du marché pharmaceutique parallèle dans le marché national est parfois évaluée à 50%.

Ce commerce qui prend de l'ampleur aujourd'hui concerne essentiellement les produits de contrefaçon. Selon S. Pennaforte (1999, p. 22), les études ont prouvé que, 66 % des contrefaçons se situent en Asie, 13 % en Europe et 10 % en Afrique. Et d'après J. Deschamps (2005, p. 61) ; on estime que jusqu'à 25 % des médicaments consommés dans les pays pauvres sont des contrefaçons ou des produits de qualité inférieure.

La vente de ces médicaments est motivée par la perspective d'énormes bénéfices. Les recettes mondiales de la vente des médicaments contrefaits et de qualité inférieure atteindraient plus de 32 milliards de dollars US par an (J. Deschamps, 2005, p. 61). Une partie importante de la population togolaise s'est engagée dans ce commerce qui est « une activité lucrative secondaire pour les uns et un gagne-pain systématique pour les autres » (K. Avougla, 2004, p. 4).

Kara, troisième ville économique du Togo n'en fait pas exception. Principal pôle d'approvisionnement parallèle en produits pharmaceutiques de la préfecture de la Kozah, elle connaît depuis quelques années une multiplication anarchique des installations commerciales des médicaments de rue ponctuée des ventes à la sauvette. Un phénomène qui est en relation étroite avec une forte croissance de la population et la raréfaction des officines particulièrement dans les marges périphériques de la ville et une demande accrue en produits de soins de santé des populations sans perdre de vue la paupérisation relative de ces dernières.

Par ailleurs, la fréquentation par les populations de ces structures illégales de vente de médicaments connaît un succès notable malgré l'existence d'une Politique Pharmaceutique Nationale élaborée et adoptée par le gouvernement togolais depuis 1997 corroborée par la création en 1998 de la Centrale d'Achat des Médicaments Essentiels Génériques (CAMEG). Cette Politique pharmaceutique nationale permet de rendre disponible les médicaments essentiels, efficaces, sûrs et de bonne qualité à coût réduit pour tout citoyen. Ce succès de la pharmacie "par terre" s'explique par une bonne accessibilité géographique et financière de ces médicaments et un cadre socio-culturel propice au développement de ce marché illicite.

Cette étude vise ainsi à comprendre l'organisation et le fonctionnement du marché parallèle des médicaments dans une ville en plein dynamisme. A partir de l'analyse des données documentaires et des enquêtes de terrain, nous montrerons que la flexibilité de ce marché (vente à l'unité ou au micro détail, marchandage, absence de prescription médicale), son caractère lucratif, le coût réduit des produits vendus, la paupérisation et le chômage des populations sont les causes principales de

la prolifération et de l'extension du marché illicite des médicaments. Nous ferons ressortir en outre les conséquences socio-économiques que ce phénomène entraîne tout en proposant les approches de solutions qui nous paraissent pertinentes en vue de freiner tant soi peu le mal.

1. Matériel et méthode

Pour atteindre nos objectifs nous avons procédé à une collecte des données documentaires et des données du terrain. Les données documentaires ont été recueillies dans les bibliothèques, les laboratoires, les services, les hôpitaux et pharmacies et sur le site web. Les données du terrain ont été recueillies par observation, interview et par l'administration du questionnaire. Les populations cibles sont constituées par des acteurs du marché illicite des médicaments à savoir les demi-grossistes, les détaillants et les consommateurs. Un recensement des points de vente illicite des produits pharmaceutiques à Kara nous a permis d'obtenir une population mère chiffrée à 555 dont 540 détaillants et 15 demi-grossistes.

La méthode d'échantillonnage a porté sur le choix des unités d'enquêtes : ville, quartiers et individus. Elle s'est appuyée sur l'échantillonnage à plusieurs degrés : l'échantillonnage stratifié, l'échantillonnage aléatoire simple, et l'échantillonnage raisonné. Sur les 22 quartiers que comporte la ville de Kara, 8 quartiers ont été choisis arbitrairement. Il s'agit de Kara-sud, Ewaou, Zongo-yéyé, Tomdé, Cofac, Dongoyo, Chaminade et Lama-feing, soit un taux de sondage de 36 %. Une enquête exhaustive a été faite pour les demi-grossistes qui sont au nombre de 15, soit 3 % des vendeurs fixes de Kara. 101 détaillants sur 540 recensés ont été interrogés, soit un taux de sondage de 18,7 %. Etant donné que le nombre des consommateurs est très élevé et indéterminé, nous avons interrogé aléatoirement 51 consommateurs de toute la ville de Kara. Au total, l'échantillon de la population d'étude s'élève à 167.

2. Présentation de la ville de Kara et de ses officines

Chef-lieu de la région de la Kara et chef-lieu de la préfecture de la Kozah, la ville de Kara s'étend sur une partie de la plaine Bénino-togolaise entre 9°30' et 9°35' Nord, et entre 1° et 1°30' Est, à environ 413 km au Nord de Lomé. La ville de Kara occupe une position de carrefour des grands axes routiers Lomé-Dapaong et Natchamba-Bénin. De 9 440 habitants en 1970, la population urbaine de Kara passait à 28 902 habitants

organisation, il existe un circuit parallèle qui échappe aux règles gouvernementales. C'est ce circuit qui fait l'objet de cette étude.

3. Les caractéristiques des acteurs du marché parallèle des médicaments à Kara

3.1. Les caractéristiques des vendeurs

L'une des particularités du commerce dans le secteur informel est le nombre élevé des femmes au Togo. Dans la vente parallèle des médicaments à Kara, le sexe féminin vient en première position avec un taux de 75 % contre 25 % pour le sexe masculin. Cette situation s'explique par le fait que les femmes sont discriminées et minoritaires dans l'emploi formel. Selon A. Munkulu Mbata (2008, p. 5) :

La pauvreté frappe indistinctement et à des degrés divers toutes les couches sociales, mais surtout les femmes, victimes d'une lourde charge de travail, d'un manque d'éducation, d'une sous-scolarisation et d'un manque d'accès aux opportunités économiques. Elles sont souvent exclues des structures formelles des crédits. Pourtant, elles jouent un grand rôle dans la mobilisation des ressources de l'économie.

Les commerçants des produits pharmaceutiques à Kara sont généralement d'origine togolaise : 80 % des vendeurs contre 20 % d'étrangers (Nigériens, Ghanéens, Béninois et Burkinabés). Cette disparité de taux entre les togolais et les étrangers s'explique par le fait que l'environnement de ce marché est très favorable et ne nécessite pas nécessairement de gros moyens pour la pratique de ce commerce.

L'âge est également un facteur déterminant dans le commerce illicite des produits pharmaceutiques. Il sert à décrire la capacité physique des acteurs. Les moins de 24 ans sont de 6 %. On observe aussi que le nombre des commerçants augmente avec l'âge : les 25 à 44 ans représentent 75 %. A partir de 45 ans, le nombre de vendeurs décroît, ainsi, la tranche de 45 ans et plus ne représente que 19 %.

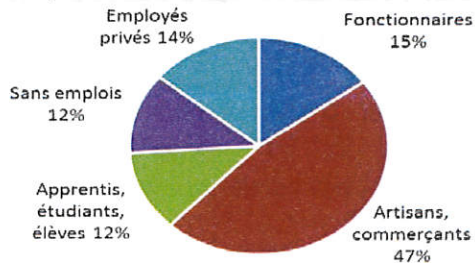
On constate également que, les commerçants mariés sont majoritaires et représentent 71 % des commerçants et 97 % de ceux-ci ont des personnes à leur charge. Les célibataires représentent 19 %, les veufs 7 % et les divorcés 3 %. On constate également que 17 % seulement des commerçants n'ont pas de personnes à leur charge. C'est surtout les commerçants mariés qui ont plus de personnes à leur charge : 57 commerçants ont entre 1 et 5 personnes à leur charge, et 24 ont plus de 5 personnes. Ainsi, il y a assez de personnes (555 commerçants fixes et les

ambulants, avec des personnes à leur charge) qui vivent des retombées de la vente informelle des médicaments à Kara.

3.2. Les caractéristiques des consommateurs

La vente illicite des produits pharmaceutiques trouve ses consommateurs aussi bien au niveau des femmes qu'au niveau des hommes. En effet, 51 % des consommateurs sont de sexe féminin contre 49 % pour le sexe masculin selon les enquêtes. Toutes les tranches d'âge s'approvisionnent également sur le marché parallèle. Selon les résultats des enquêtes, 23 % des consommateurs ont moins de 24 ans, 59 % ont entre 25 et 44 ans, et 18 % ont plus de 45 ans. La majorité des consommateurs (84 %) ont des personnes en charge dont 63 % ont entre 1 et 5 personnes à leur charge, 21 % ont plus de 5 personnes, et seulement 8 personnes soit 16 % n'ont pas de personnes à leur charge. Ce qui montre que les consommateurs qui ont plus de personnes en charge font beaucoup plus recours aux médicaments du marché parallèle. Les consommateurs se distinguent également selon leur profession (figure 1).

Figure 1 : Répartition des consommateurs selon leur profession



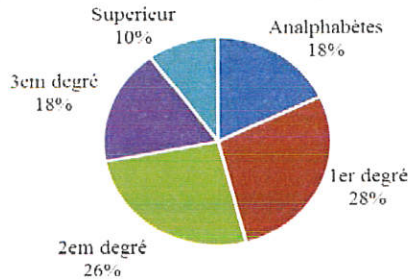
Source : Enquête de terrain, 2013.

La figure 1 révèle que les apprentis, les étudiants et les sans-emplois représentent 12 % des consommateurs, les employés privés 14 %, les artisans et les commerçants font 47 % et les fonctionnaires 15 %. Ainsi, on retrouve toutes les couches socio-professionnelles dans l'achat et la consommation des médicaments de l'informel. En effet, des études ont prouvé que ce sont les classes les plus démunies qui s'approvisionnent sur ce marché. Mais, il n'est pas rare de retrouver la couche aisée sur ce marché. Cela s'explique le plus souvent par la proximité de ce marché de rue et surtout leur ignorance sur les dangers de ces produits.

3.3. Un nombre non négligeable d'analphabètes

Le marché illicite des produits pharmaceutiques regorgent un nombre important d'analphabètes et de ceux qui ont un niveau d'instruction relativement bas. La figure 2 présente la répartition des acteurs en fonction de leur niveau d'instruction.

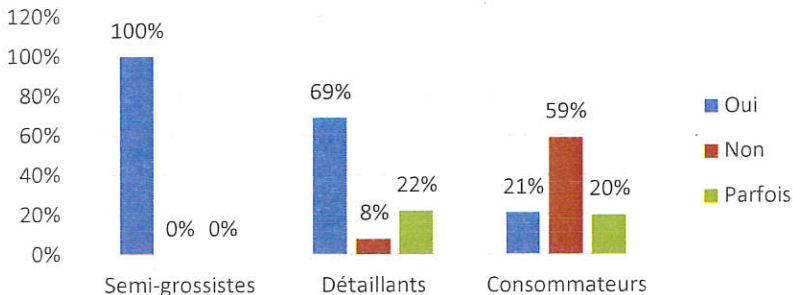
Figure 2 : Répartition des acteurs en fonction de leur niveau d'instruction



Source : Enquête de terrain, 2013.

Selon cette figure 2, 28 % des acteurs ont un niveau d'enseignement primaire et 26, un niveau d'enseignement secondaire. Le nombre des analphabètes est également élevé et fait 18 % de tous les acteurs. Cette situation a des incidences négatives sur l'utilisation des médicaments du marché parallèle. Il peut s'agir du non-respect de la posologie ou d'un manque de vérification de la date de péremption des médicaments. La figure 3 montre que 8 % des détaillants et 59 % des consommateurs ne vérifient pas la date de péremption des produits avant de les acheter. Tous les demi-grossistes et 69 % des détaillants, déclarent vérifier la date de péremption avant l'achat et la vente.

Figure 3 : Vérification de la date de péremption des médicaments par les acteurs du marché



Source : Enquête de terrain, 2013.

Ces déclarations restent à vérifier car le nombre d'analphabètes étant élevé, et aussi la recherche de grands profits peut les amener à ne pas vérifier la date de péremption. Hors si la date limite de consommation est atteinte, la prise de ces médicaments peut présenter un danger immédiat pour la santé humaine. Les 20 % des consommateurs et 22 % des détaillants interrogés qui ont répondu parfois, justifient leur réponse par le fait que certains médicaments sont vendus par unité et donc la date de péremption ne pouvant pas figurer.

3.4. Les caractéristiques du marché

Le marché parallèle des médicaments revêt plusieurs caractères entre autres : les modalités de vente qui sont fixes ou mobiles, les sources d'approvisionnements intérieurs ou extérieurs aux pays et une multiplicité des produits vendus.

3.4.1. Les sources d'approvisionnement des produits pharmaceutiques vendus

L'approvisionnement en médicaments illicite à deux principales sources : les produits de l'extérieures du pays et les produits internes. Cette double source d'approvisionnement a été relevée par D. Fassin (1986, p. 170) et M. T. Diouf (2004, p. 66) au Sénégal où la provenance externe se fait à partir de la Gambie et celle intérieure par les structures nationales par des voies frauduleuses. Cette double source d'approvisionnement du marché pharmaceutique parallèle à la fois interne et externe au pays est commune à l'ensemble des pays d'Afrique Subsaharienne et donc au Togo.

➤ *Des sources extérieures d'approvisionnement*

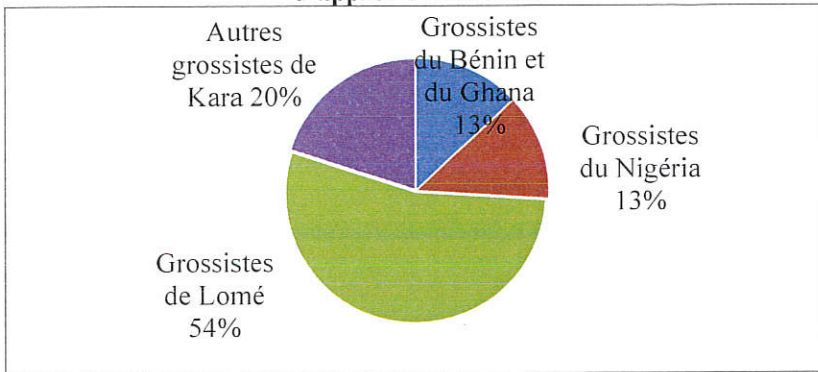
Les sources extérieures sont des réseaux de la contrebande. Elle se traduit par un manque de contrôle des frontières d'Etat togolais. Ces réseaux se mêlent parfois aux trafics de la drogue, des armes légères. Ces produits peuvent être des contrefaçons ou des malfaçons mais aussi des « médicaments vrais »¹.

Les études faites par K. Avougla (2004, p. 53), A. Bignadi (2005, p. 27), Y. Kolani (2001, p. 41) et d'autres auteurs encore révèlent que les sources extérieures de ravitaillement du circuit parallèles des médicaments au Togo sont essentiellement le Ghana, le Nigeria et le Bénin. Le grand

¹ Les « vrais médicaments » sont ceux qui répondent aux standards de qualité, d'innocuité et de sécurité (Pharmacopée britannique, européenne...).

marché de Lomé est le grand pôle où tous les autres acteurs de ce fléau du Togo viennent majoritairement s’approvisionner à l’interne. Les résultats des enquêtes viennent confirmer ces études. L’observation de la figure 4 montre les lieux d’approvisionnement des demi-grossistes de Kara.

Figure 4 : Répartition des vendeurs demi-grossistes selon leurs sources d’approvisionnement



Source : Enquête de terrain, Avril 2013.

En analysant la figure 4, les enquêtes montrent qu’à Kara les commerçants s’approvisionnent à partir de plusieurs localités dont Lomé pour 54 % des semi-grossistes, 13 % au Nigeria, 13 % au Ghana et Bénin et 20 % s’approvisionnent auprès des autres demi-grossistes de Kara.

➤ *Des sources intérieures d’approvisionnement*

Les réseaux internes d’approvisionnement se greffent sur les réseaux de circuit officiel que ce soit auprès des grossistes distributeurs, des agents de la santé (échantillons de médicaments ou des dons² destinés aux cas sociaux), des producteurs locaux ou des pharmacies. Ainsi, pour V. Hamel (2006, p. 20), il peut s’agir de simples achats, de vols ou de détournements, les pillages aux frontières, sur les aéroports ou dans les zones portuaires. En outre, un fabricant local peut écouler des stocks non-conformes, qui ne correspondent pas aux standards nationaux, Il peut s’agir de contrefaçons ou de malfaçons.

² Selon l’article 47 de la Loi Cadre N° 2001-2002 sur le médicament et la pharmacie au Togo, est considéré comme un don de médicaments ou produits relevant du monopole pharmaceutique, toute offre à titre gracieux effectuée dans le cadre des activités d’Organisation Non Gouvernementale (ONG), de la coopération bilatérale ou multilatérale ou de mouvements de solidarité internationale. Le don doit correspondre à des besoins exprimés par les autorités et la communauté nationale récipiendaires.

3.4.2. Les modalités de la vente fixe ou mobile

Les unités de vente de médicaments du secteur informel se résument en points de vente « fixes » et « mobiles ». Les lieux de la vente fixes sont les étals des marchés et des rues (photo 1 et photo 2). Les boutiques proposent aussi des médicaments au milieu d'un choix plus grand d'articles de consommation de tout genre (savons, sucre, café, piles,...). Ces vendeurs sont plus ou moins spécialisés. 14 % vendent uniquement les médicaments, alors que 86 % les présentent avec d'autres articles de consommation.

Photo 1: Les produits pharmaceutiques étalés sur une table et une étagère dans un trottoir du quartier Ewaou



Source : Cliché Awesso, 2013.

Photo 2 : Les produits qui se trouvent dans un tas d'articles contenus dans un plateau enrobé de filet au grand marché de Kara



Source : Cliché Awesso, 2013.

La photo 1 présente les installations des médicaments sur une table et une étagère dans un trottoir de la ville de Kara et la photo 2 présente les installations des médicaments au sein d'autres articles de consommation au grand marché de Kara.

La pratique de la vente ambulante des médicaments est une activité très courante au Togo et en particulier dans la ville de Kara. Les vendeurs ambulants circulent avec leurs marchandises sur la tête dans les rues et dans les marchés, mais préfèrent sillonner les quartiers les plus éloignés afin d'augmenter les possibilités de vente (photo 3). Ces vendeurs sont souvent les femmes. Il n'est cependant pas rare de retrouver les jeunes garçons qui se promènent avec des sacs à main en proposant des médicaments dans les rues, dans les maisons et même dans les services.

Photo 3 : Une revendeuse ambulante qui sillonne les rues du quartier Tomdè



Source : Cliché Awesso, 2013.

3.4.3. Une diversité de produits vendus

Le développement du marché parallèle a permis d'élargir la gamme des produits proposés par les vendeurs. Les antalgiques, antipyrétiques et les anti-inflammatoires sont les produits les plus consommés, ils calment les douleurs qui ont pour origines diverses maladies telles que le paludisme, les infections respiratoires ou intestinales, le rhume, etc. Mais, les antipaludéens, les antibiotiques et les antiparasitaires sont aussi nombreux sur le marché parallèle.

Il est difficile d'établir une liste des produits pharmaceutiques vendus sur le marché illicite sans mentionner les contrefaçons des médicaments qui se traduisent par la présence d'informations erronées et véhiculées par l'emballage, l'étiquetage ou le comprimé lui-même.

C'est ainsi que l'on trouve des imitations des produits qui ressemblent aux produits originaux qui sont avant tout, des princeps³ mais, peuvent aussi être des génériques et qui induisent en erreur d'éventuels acheteurs sur la source ou l'identité du produit. Il s'agit d'une « usurpation totale d'identité » (V. Hamel, 2006, p. 30).

On trouve aussi les copies approximatives des médicaments qui sont aussi appelés “*look alike*” puisqu'elles reproduisent partiellement le packaging d'un autre médicament déjà commercialisé. Le nom du produit peut différer d'une lettre : *Quoartem* au lieu de *Coartem*, *Nivaquin* au lieu de *Nivaquine*, ou un changement de nom à l'exemple des produits comme *Tanzol* au lieu d'*Albendazole*. Toute copie bonne ou mauvaise peut y être introduite sur le marché, pourvu qu'elle s'y vende bien.

4. Facteurs explicatifs de la vente et de la consommation des médicaments de rue

Plusieurs facteurs interviennent dans la vente et la consommation des médicaments de rue. Il s'agit entre autres du faible revenu et du chômage de la population, de la flexibilité du marché parallèle, de la tolérance des services publics, d'une efficacité apparente des médicaments distribués, d'une source de revenu pour les vendeurs et du coût réduit des produits du marché parallèle.

4.1. Le faible revenu et le chômage de la population

Les nombreuses perturbations économiques des années 1980 ont eu pour conséquences la mise en place des Politiques d'Ajustement Structurel (PAS), caractérisées par la privatisation des sociétés d'Etat, des compressions, des départs à la retraite sans recrutement des nouveaux agents et des licenciements des agents des sociétés en faillite sans dédommagement juste, etc. Cette situation a contribué à déstabiliser les pays en développement. Le taux de chômage a ainsi augmenté une fois de plus.

³ Un médicament princeps est un produit pharmaceutique initialement commercialisé sous une marque commerciale, éventuellement produit et vendu ensuite sous sa dénomination commune internationale (DCI, à savoir le nom chimique de la substance) ou sous un nouveau nom commercial.

En outre, la dévaluation du franc CFA le 12 janvier 1994, qui concerne 14 pays de l'Afrique Subsaharienne⁴ a fait augmenter le prix des médicaments provoquant ainsi des retards de paiement au niveau des centrales d'achat et de nombreuses ruptures de stocks. Les médicaments ne sont plus en quantité suffisante dans les centres de santé, ce qui constitue un véritable tremplin pour les activités de vente informelle de médicaments. Cette dévaluation aggravée au Togo par la crise socio-politique des années 90, a écarté beaucoup de Togolais d'une médecine de qualité. Ne pouvant plus se procurer des médicaments des officines, les populations se tournent vers les médicaments bon marché de qualité douteuse, les incitant ainsi à pratiquer l'automédication.

Aussi, l'ensemble des recherches dans la vente et la consommation des médicaments de la rue s'accorde-t-il à dire que le marché parallèle et l'automédication représentent une alternative de choix pour les plus pauvres, puisqu'ils y sont économiquement plus accessibles. Toutes fois on retrouve les personnes aisées sur le marché illicite, faute de leur ignorance.

4.2. La flexibilité du marché parallèle

La vente à l'unité, la proximité, la réduction des marges et l'absence de contraintes à la vente (prescription médicale) constituent d'autres raisons du choix des médicaments illicites. En effet, il existe un processus hiérarchique entre les différentes alternatives d'accès aux soins : au cours de l'épisode morbide, 90 % des malades font recours en premier lieu au secteur informel, avant de s'adresser aux structures formelles. Or la capacité des populations à se rendre ultérieurement dans une structure formelle dépend de la somme mobilisée qui devient du coup, plus importante que celle du marché illicite. Cette approche conceptuelle du recours au marché parallèle et de la pauvreté permettent de noter un lien important de dépendance entre ces deux phénomènes.

4.3. La tolérance des services publics

La distribution de la vente illicite des médicaments dans l'espace des marchés éclaire un phénomène paradoxal. Illégal, ce commerce se fait pourtant au grand jour (D. Fassin, 1985, p.165). Les textes juridiques

⁴ Les 14 pays de la zone franc sont le Bénin, le Burkina Faso, la Côte d'Ivoire, la Guinée-Bissau, le Mali, le Niger, le Sénégal, le Togo, le Cameroun, la République du Congo, le Gabon, la Guinée Equatoriale, le Gabon et le Tchad.

déclarent illicite et condamnent la vente des médicaments en dehors des officines agréées par l'Ordre des Pharmaciens. Mais, la tolérance de l'Etat togolais est manifeste. Le commerce se déroule dans les lieux les plus exposés, le long des voies de communication, dans les marchés et dans les services. C'est ce que D. Fassin (1985, p.165) qualifie de « clandestinité à visage découvert ». Par ailleurs, 12 % des vendeurs fixes enquêtés doivent s'acquitter quotidiennement d'un droit vis-à-vis de la mairie et d'une taxe auprès du gardien du marché.

4.4. Une efficacité apparente des médicaments distribués

Le marché parallèle n'aurait pas de clients si les produits distribués n'avaient aucune efficacité. Cette efficacité explique entre autres le succès du marché illicite. C'est ainsi que 70 % de la population consommatrice interrogée déclare avoir reçu satisfaction de la prise de ces médicaments, 5 % de cette même population ne sont pas satisfaits et 20 % ont eu une incertitude en ce qui concerne la satisfaction après la prise de ces médicaments. Cette forte proportion de la population qui a eu satisfaction à l'issue de la prise de ces médicaments de rue atteste de « l'efficacité » de ces produits.

Les antalgiques à base de paracétamol, seuls ou en association, sont présents en grande quantité et leurs effets immédiats sur la santé attirent la clientèle. Les antibiotiques même s'ils ne sont pas utilisés en respectant la posologie établis, agissent ou paraissent agir efficacement. Une catégorie de médicaments aux appellations très parlantes explique le grand succès de cette vente, il s'agit des produits stimulants. Ils portent les noms de « *gnanga po bool* » ; ce qui signifie « la vieille qui joue au football » en langue Ewé au Togo. Au Niger, le terme que l'on leur consacre est « *missiles* ». Ces noms amusants cachent des produits composés de dérivés amphétaminiques qui ont des effets apparemment très rapides sur l'état de fatigue des patients.

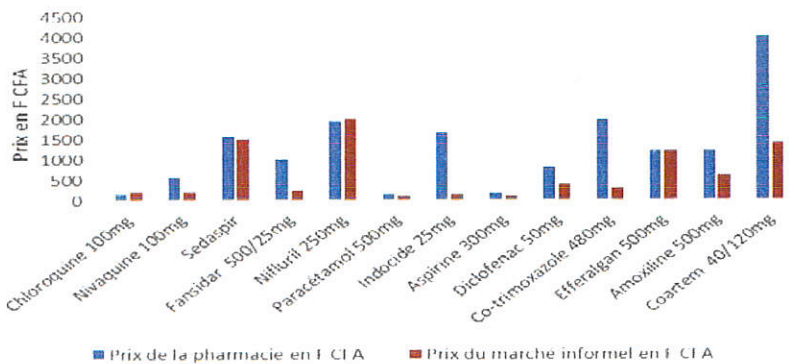
4.5. Une source de revenu pour les vendeurs et le coût réduit des produits du marché parallèle

L'analyse faite sur l'apport économique a montré que ce commerce est une source importante de revenu. Les commerçants détaillants ont des revenus mensuels qui se situent entre de 5 000 et 80 000 F CFA et de 50 000 à 200 000 F CFA les semi-grossistes. Ces revenus contribuent pour 40% des vendeurs à la satisfaction des besoins familiaux. En dehors des besoins familiaux, 25 % des commerçants utilisent leur revenu pour

accroître leur capital ou pour relever leur niveau d'épargne, ce qui permet le développement de la vente illicite des produits pharmaceutiques.

En outre, l'affluence des populations vers les produits de rue s'explique en grande partie par le fait que les produits des officines coûtent souvent plus chers que ces derniers. Les données de la figure 5 montrent cet écart de prix important, sauf pour certains produits tels que la *Chloroquine*, le *Nifluril* où la différence de prix respective est de 50 et 60 F CFA.

Figure 5: Comparaison des prix de certains médicaments des officines et du marché parallèle



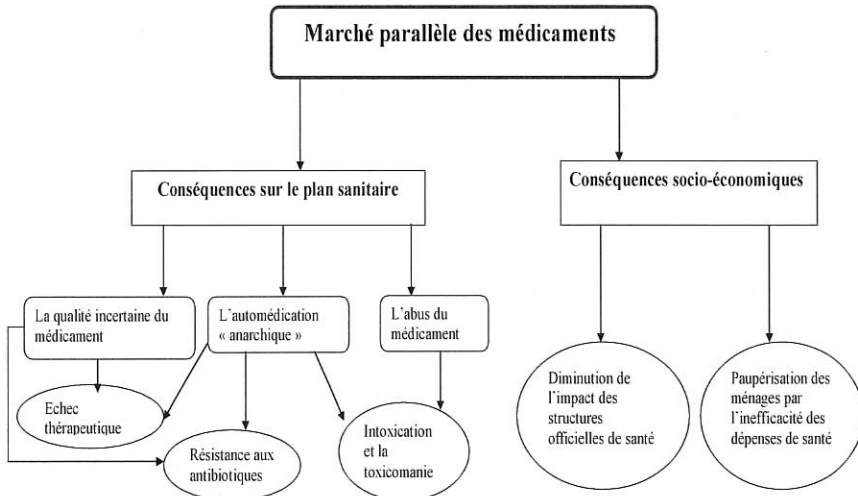
Source : Enquête de terrain, 2013.

On remarque également que l'"Efferalgan" est vendu au même prix dans le formel que l'informel. L'*Indocide* et le *Coartem* qui se vendent respectivement aux prix de 1 975 et 4 020 F CFA dans les pharmacies ne coûtent respectivement que 300 et 1 400 F CFA sur le marché illicite. Cette différence de prix s'explique par les coûts de transactions élevés effectués par les pharmacies, mais aussi, du fait qu'à part les génériques, les spécialités sont aussi vendues dans les pharmacies qui coûtent beaucoup plus chères, alors qu'il est rare de les retrouver dans le secteur informel.

5. Impacts socio-économiques et sanitaires de la vente des médicaments de rue

Les conséquences de la vente illicite de médicaments sont autant d'ordre sanitaire qu'économique. Elles sont illustrées par les données de la figure 6 ci-après.

Figure 6: Les conséquences socio-économiques et sanitaires des médicaments de rue



Source : P. P. Awesso, 2013.

Le schéma montre que le marché parallèle des médicaments engendre deux catégories de problèmes que sont les conséquences sanitaires et les conséquences socio-économiques.

5.1. Les conséquences sanitaires

Selon le schéma 1, la qualité incertaine des médicaments de rue, l'automédication anarchique et l'abus du médicament cause de graves problèmes de santé sur la population consommatrice. Ces problèmes se traduisent par :

➤ l'échec thérapeutique qui est très probable, lorsque le malade a recours à des médicaments de rue qui sont d'une qualité incertaine. L'usage irrationnel et inadapté du médicament pénalisera donc le rétablissement du malade, puisque le choix de celui-ci est inapproprié. Elle se traduira selon A. G. A. D'ALMEIDA (2003, p.7) par l'aggravation sournoise d'un état au départ peu grave qui survient en cas d'un traitement inadapté à la situation pathologique. Elle retarde la prise en charge d'un malade et peut aboutir au décès. Il donne l'exemple d'un individu qui souffre de la fièvre typhoïde et qui se traite avec un antipaludéen. Ainsi, un mal de tête peut être dû à la fatigue, à l'insomnie, aux soucis, à l'hypertension, au paludisme, à la fièvre, etc. Vu le nombre élevé des

facteurs liés à ce mal de tête, il ressort que l'on peut rater facilement le diagnostic de la maladie.

➤ l'émergence de résistances aux médicaments qui est une autre forme d'échec thérapeutique. elles proviennent de l'utilisation abusive de certaines molécules. Elles sont surtout observées avec les antibiotiques et les sulfamides et actuellement les antipaludéens (A. G. A. A. D'ALMEIDA, 2003, p.7). Aussi, les résistances aux médicaments entraînent-elles chez les consommateurs potentiels une augmentation de la dose prescrite pour avoir satisfaction du médicament pris. C'est ainsi qu'un consommateur nous a rapporté qu'« au lieu de 6 comprimés par jour d'aspirine (2 matin, 2 midi et 2 soir), nous prenons 9 ou plus par jour pour soulager les douleurs ; parce que nos organismes sont habitués à 6 comprimés que cette posologie ne nous donne plus satisfaction ». Cette prise excessive des médicaments peut créer des accidents cardiaux-vasculaires rencontrés fréquemment dans nos pays.

➤ les intoxications proviennent lorsqu'une dose importante des médicaments a été absorbée ou lorsqu'il y a absorption de médicaments de mauvaise qualité. Il est difficile de récupérer des informations précises sur les effets des intoxications produits par ces médicaments. Selon V. Hamel, (2006, p. 59). Les diagnostics ne prouvent pas exactement que les complications sont du forcement au médicament de marché parallèle. Pourtant de nombreuses personnes sont reçues en urgence pour des insuffisances rénales aiguës. Les troubles cardiaques, respiratoires et psychiques sont aussi nombreux puisque les consommateurs associent parfois café, alcool et plusieurs médicaments.

➤ certains produits potentiellement dangereux peuvent entraîner une accoutumance et des comportements toxicomaniaques, ce sont les amphétamines⁵ qui sont classés comme substances interdites mais répandus dans les régions d'Afrique et d'Asie selon l'Organisation Internationale de Contrôle de Stupéfiants. Cette situation cause aussi la recrudescence de la délinquance de toute nature.

5.2. Les conséquences socio-économiques

Elles se traduisent par :

➤ une diminution de l'impact des structures officielles de santé. Le recours de la population au marché de rue est synonyme d'une faible

⁵ Les amphétamines sont classées comme substances interdites, dites stupéfiantes, par les différentes conventions sur les substances psychotropes ; c'est pour cela qu'elles font l'objet d'une surveillance internationale.

fréquentation des structures de santé. La politique de recouvrement des coûts est directement mise à mal. La diminution de fréquentation agit négativement sur le budget des centres de santé. Ainsi au Togo le budget alloué pour la santé en 2013 représente 6 % du budget général contre 12 % en 2009 (Ministère de la santé, 2014, p. 13) et la part des dépenses des médicaments essentiels génériques (MEG) par rapport aux recettes totales de la santé qui devrait représenter 60 % afin d'assurer une disponibilité continue de ces MEG ne représentent que 46,73 % en 2013 (Ministère de la santé, 2014, p. 16). Si la fréquentation des centres de santé diminue, on comprend que les programmes de tout genre (vaccination, prévention, sensibilisation...), qui s'appuient sur les professionnels de santé du secteur privé et public de tous les niveaux de la pyramide sanitaire auront un impact beaucoup moins important du fait qu'une part non négligeable de la population ne sera pas atteinte. Cette diminution aura donc des répercussions sur la qualité des services (indisponibilité des produits), et sur l'élaboration des prix de médicament (accessibilité financière réduite).

➤ La paupérisation des ménages liée à l'inefficacité des dépenses de santé. Le marché illicite contribue à fournir des soins inefficaces, voire à mettre en danger la santé des individus. Ainsi les dépenses de santé engagées par les ménages qui ont recours à ce secteur ne permettent pas d'obtenir une amélioration optimale de leur état de santé (usage inapproprié ou piètre qualité du médicament). Le coût immédiat du traitement est plus faible (achat des médicaments en détail), mais les rechutes à moyen ou long terme représentent des dépenses supplémentaires très lourdes⁶. Il serait indispensable de proposer des approches de solutions pour diminuer tant soit peu ces risques.

6. Approches de solutions au marché parallèle des médicaments

Pour éradiquer la vente illicite des médicaments, plusieurs actions doivent être entreprises entre autres : une large sensibilisation des populations sur les dangers du marché illicite de médicaments, rendre le médicament accessible financièrement et géographiquement, la prise des mesures répressives par les pouvoirs publics, augmenter l'offre de la médecine traditionnelle, réduction du chômage par la réinsertion des jeunes.

⁶ En effet l'état de morbidité plus ou moins avancé de la personne diminuera à court terme, moyen ou long terme ; son temps de travail et donc son salaire.

6.1. Une large sensibilisation des populations sur les dangers du marché illicite de médicaments

La sensibilisation, l'information et l'éducation sur la vente illicite des produits pharmaceutiques sont les piliers de toute intervention nationale. La campagne de sensibilisation doit s'adresser à toutes les générations ; elle doit inclure des interventions dans les écoles, des messages diffusés par les média en des langues locales, sur les panneaux publicitaires. L'information doit être aussi transmise par tous les professionnels de santé (médecins, infirmiers, etc.) et même par des prestataires de service de l'informel comme les *Zemidjans*⁷ du Togo afin que toute la population soit impliquée à la lutte contre ce fléau sociétal. Des journées de sensibilisation s'avèrent très nécessaires car, l'ignorance sur les dangers de ces médicaments pousse même les nantis à l'achat de ces produits. Aussi depuis 2002, une journée de sensibilisation des populations se déroule au mois de mai dans l'ensemble des 15 pays⁸ d'Afrique francophone. A l'initiative de l'Inter Ordre des Pharmaciens d'Afrique, de l'Inter Syndicat, de l'Association des Centrales d'Achat de Médicaments Essentiels, et du Réseau Médicament et Développement (ReMeD). Les activités organisées sont présentées lors d'un forum pharmaceutique international annuel. Une affiche fut créée à l'occasion de cette mobilisation. Le ReMeD participera de manière active à sa conception, à son édition et à sa distribution. Plusieurs formats furent distribués dans les différents pays participants dont le Togo (Photo 4).

Photo 4 : L'affiche de ReMeD pour les campagnes de sensibilisation sur les médicaments de la rue, dans la pharmacie de SOS à Kara.



Source : Cliché Awesso, 2013

⁷ Les *zemidjans* sont les conducteurs de taxis-motos, communément appelés les « *oléya* » au Togo.

⁸ Les 15 pays de l'Afrique francophone sont : le Bénin, le Burkina Faso, le Cameroun, la Centrafrique, la République Démocratique de Congo, le Congo, la Côte d'Ivoire, le Gabon, la Guinée, la Mauritanie, le Mali, le Niger, le Sénégal, le Tchad, et le Togo.

6.2. Rendre le médicament accessible financièrement et géographiquement

Le prix du médicament doit être au centre des préoccupations. Sa réduction passe par de multiples initiatives : promotion massive des génériques, l'allègement « des obstacles à l'accès des médicaments » comme les brevets, des appels d'offre, etc. En outre, il faudrait penser à améliorer l'accessibilité géographique du produit en s'adaptant aux différents réseaux du marché parallèle où plusieurs acteurs de niveaux de spécialisation variables peuvent intervenir; ce qui permettrait une distribution optimale des médicaments. La vente au détail, à bas prix, proche des lieux hautement fréquentés (marchés, coins de rue, terminus de bus, ...) devrait être encouragée à tous égards.

6.3. La prise des mesures répressives par les pouvoirs publics

Le contrôle des frontières, la répression des vendeurs et la surveillance des producteurs locaux sont des axes d'intervention à privilégier. La législation en vigueur relative aux autorisations d'importation doit être renforcée, le respect des bonnes pratiques de fabrication exige la réalisation de contrôles fréquents, les sanctions s'appliquant aux contrefacteurs doivent être prises pour les dissuader dans les contrefaçons comme, l'exemple du Nigeria qui encore quelques années représentait une plaque tournante du trafic des médicaments avant l'arrivée de Mme Akunyili⁹ en avril 2001, à la tête de la direction de la NAFDAC (National Agency for Food and Drug Administration and Control).

6.4. Augmenter l'offre de la médecine traditionnelle

Pour diminuer l'offre du marché parallèle, il faut augmenter non seulement l'offre dans le secteur formel mais aussi dans la médecine traditionnelle. En effet, la médecine traditionnelle est énormément sollicitée dans de nombreux et peut apporter des compléments de soins efficaces, bon marché, et proches des populations.

⁹ L'arrivée de Mme Akunyili à la direction de la NAFDAC en avril 2001 au Nigeria semble bouleverser le développement de ce commerce prolifique. Les contrôles se sont multipliés dans les usines de fabrication, celles ne respectant pas la réglementation devaient s'acquitter d'une amende de 285 000 €. L'activité de la NAFDAC est montée en flèche, passant de 68 enquêtes pour les années 1999 et 2000, à plus de 200 pour la seule année 2002. La part du commerce illégal ne représentait plus que 30 % du marché national en 2004 pour arriver à 8 % en 2006.

En Afrique en général et au Togo en particulier 80 % de la population ont recours à la médecine traditionnelle comme en Asie et en Amérique du sud. Des remèdes à base des plantes, minéraux et animaux sont employés. Parfois les soins sont administrés aux patients sans usage de médicaments comme le cas de l'acupuncture ou des thérapies manuelles et spirituelles.

En l'an 2000 à l'issue d'une rencontre au sommet de Lusaka, les chefs d'Etat africains ont décrété et lancé « la décennie de la médecine africaine » pour la période allant de 2001 à 2010. En plus depuis 2002, l'OMS a établi une stratégie d'action en vue d'intégrer la médecine traditionnelle dans les politiques nationales de santé. L'élaboration d'une pharmacopée traditionnelle représente une base sur laquelle certains pays travaillent depuis plusieurs années. Dans ce même objectif, le 8^{em} congrès scientifique des praticiens de la médecine traditionnelle et conventionnelle de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) s'est déroulés du 19 au 20 décembre 2016 à Lomé pour l'élaboration d'un document qui renseigne sur l'utilisation des médicaments à base des plantes.

6.5. Réduction du chômage par la réinsertion des jeunes

Le gonflement de la population du Togo accentue de nos jours le chômage. La possibilité d'emploi faisant défaut dans le secteur formel, la population en quête du travail est obligée de se tourner vers le secteur informel en général et vers la vente parallèle des médicaments en particulier. Ce dernier est devenu alors un générateur de revenu pour cette population qui cherche à s'auto-suffire dans cette situation de crise économique. Ainsi, l'insertion des jeunes dans d'autres secteurs d'activités par la création des entreprises sera un apport pour la réduction du marché parallèle de médicaments.

Conclusion

Actuellement, la prolifération des médicaments génériques est assez diffuse et est en passe de devenir un système presque autonome de ravitaillement au Togo. La population togolaise et plus particulièrement celle de Kara s'adonne à cette activité, malgré les efforts faites en matière de la Politique Pharmaceutique Nationale pour rendre disponible les médicaments essentiels efficaces, sûrs et de bonne qualité pour tout citoyen.

La vente de ces médicaments de rue est majoritairement effectuée par les femmes sans compétence particulière et sans un niveau d'instruction élevé. Presque toutes les classes pharmacologiques se retrouvent sur ce marché. On y trouve également des produits contrefaits ou malfaits. Le marché parallèle des médicaments à Kara est approvisionné par les pays voisins et les grossistes de Lomé. Une part non négligeable de l'approvisionnement se fait via les structures officielles d'approvisionnement.

La pauvreté, l'efficacité apparente des médicaments, l'accessibilité financière et géographique sont entre autres les caractères du marché parallèle qui attirent les populations vers les médicaments de rue. Cependant, les dangers causés par ces médicaments sont considérables. L'utilisation abusive de ces derniers a des répercussions dramatiques sur la santé des individus. De plus, la concurrence acharnée imposée par ce commerce illégal, fragilise les politiques nationales de santé. Vu les conséquences qu'entraîne ce marché, il s'avère donc nécessaire d'agir pour freiner un tant soit peu ce marché.

Au-delà des discours et des petites rafles, seule une volonté ferme des pouvoirs publics associant les secteurs de la santé, de la sécurité, de l'éducation, et une écoute des populations en matière de besoins et préoccupations sur le plan sanitaire, permettra des avancées notables dans la résolution de ce problème.

Références bibliographiques

- AGBOKPE Totekpomawu Koku, 2005, *Les médicaments génériques au Togo : Évaluation de l'accessibilité dans la structure des soins publics*, thèse de pharmacie, Lomé, Université de Lomé.
- AVOUGLA Koku, 2004, *Commercialisation des médicaments génériques à Lomé*, mémoire de Maîtrise de géographie, Lomé, Université de Lomé.
- AVOUGLA Koku, 2008, « Prolifération des médicaments génériques à Lomé », in *AHOHO, revue de géographie du LARDYMES*, Lomé, Université de Lomé, p. 92-105.
- BIGNANDI Aklesso, 2005, *Marché illicite du médicament et l'automédication dans le commerce de Lomé*, Thèse de doctorat de pharmacie, Lomé, Université de Lomé.
- D'ALMEIDA Ayi Gilles Afotoukpé Arnaud, 2003, *Problématique de l'automédication dans la commune de Lomé (Togo)*, thèse de

- pharmacie, Dakar, Université Cheikh Anta Diop de Dakar.
indexmedicus.afro.who.int/iah/fulltext/ayi_gilles.pdf
- DESCHAMPS Julien, 2005, *Qualification des sources d'approvisionnement en médicaments essentiels génériques : application aux pays en développement*, thèse de doctorat de pharmacie, Lyon, Université Claude Bernard, Lyon I.
- DIOUF Thérèse Mayé, 2004, *Représentation populaire de la maladie et options thérapeutiques chez les femmes enceintes et les enfants de moins de dix ans : le cas des fièvres et / ou l'accès palustre en milieu rural, Niakhar, Sénégal. Étude qualitative*. Mémoire de maîtrise en Institut de Formation et de Recherche en Population Développement et Santé de la Reproduction, Dakar, Université Cheikh Anta Diop de Dakar.
- FASSIN Didier, 1985, « Du clandestin à l'officieux : les réseaux de vente illicite des médicaments au Sénégal », *Cahiers d'Études Africaines*, 98, Paris, p. 161-177.
<http://www.documentation.ird.fr/hor/fdi:23776>
- FASSIN Didier, 1986, « Économies parallèles, État et société : la vente illicite des médicaments au Sénégal », *Politique africaine*, 23, Paris, p. 123-130. http://www.persee.fr/web/revues/home/prescription/article/céa-0008_0055_1985_num-25-98-1746
- HAMEL Vincent, 2006, *La vente illicite de médicaments dans les pays en développement : analyse de l'émergence d'un itinéraire thérapeutique à part entière, situé en parallèle du recours classique aux structures officielles de santé*, thèse de pharmacie, Lyon, Université Claude Bernard, Lyon I.
www.ReMeD.ORG/THESE_V_Hamel.pdf
- KOLANI Yemdoubé, 2001, *Le commerce informel des médicaments génériques dans la Région Maritime : Cas de Lomé*, Mémoire de maîtrise de géographie, Lomé, Université de Lomé.
- Loi cadre N° 2001-2002, 2002, *Loi cadre N° 2001-2002 sur le médicament et la pharmacie au Togo*, Lomé.
- Ministère de la santé, 2014, *principaux indicateurs de santé 2013*, Division Informations Statistiques Etudes Et Recherches (DISER), Lomé.
- MUNKULU MBATA Adolphe, 2008, *Pratiques informelles et solidarité en Afrique : solidarité et stratégies de survie en milieu urbain congolais ; les microcrédits*, Laboratoire d'Économie d'Orléans, Paris, L'Harmattan.
- OMS, 2002, *Stratégie de l'OMS pour le médicament traditionnel pour 2002-2005*, Genève.

- OMS, 2008, *Rapport sur la santé dans le monde : les soins de santé primaire, maintenant plus que jamais*, OMS, Genève.
- OMS, 2009, *Mesure de la transparence pour améliorer la bonne gouvernance dans le secteur pharmaceutique public au Bénin*, Rapport final d'évaluation au Bénin, Cotonou, OMS.
- OMS, 2009, *Statistiques sanitaires mondiales*, Catalogue à la source, Bibliothèque de l'OMS, Genève.
- PENNAFORTE Sophie, 1999, *La contrefaçon des médicaments*, thèse de doctorat de pharmacie, Université Paris V-René Descartes, Paris.

ADAPTATION DES FORMES DU COMMERCE AUX DYNAMIQUES URBAINES. EN PERIPHERIE DE BAMAKO, LA FOIRE DEVIENT MARCHÉ, LE MARCHÉ SE CHANGE EN FOIRE...

Gwenaëlle RATON

*Institut Français des Sciences et Technologies des Transports, de l'Aménagement
et des Réseaux (IFSTTAR)*

*Laboratoire Systèmes Productifs, Logistique, Organisation des Transports et
Travail (SPLOTT)*

Résumé : Cet article questionne ce véritable phénomène qu'est l'essor d'un semis dense de places marchandes en périphérie de Bamako, en analysant dans le temps long (1960/2010) la localisation des lieux d'échange et les mutations des formes commerciales, notamment de leur périodicité, pour répondre à la question : la croissance démographique et spatiale de Bamako a-t-elle modifié les formes du commerce périphérique ? La méthode d'investigation est de nature qualitative (entretiens semi-directifs auprès des acteurs marchands et institutionnels des places marchandes recensées) et quantitative (enquêtes trafic, analyse des données de population (1960/ 2009) et identification des volumes échangés). Le travail de terrain donne lieu à une typologie des lieux d'échange prenant en compte la mixité des formes de marchés, à l'analyse de leurs fonctions de distribution, et l'identification des logiques de localisation. Les recherches montrent que ce sont les marchés périodiques de type « foire » qui dominent (63 % des lieux d'échange) et que ce sont près de la moitié des besoins en produits maraîchers et céréales des bamakoïses qui sont satisfaits par ce réseau marchand. De la ville vers la périphérie chacun des types de lieux d'échange obéit à une localisation particulière. Le modèle commercial de la foire s'est répandu selon un gradient ville/périphérie. Mais la forme commerciale de type foire n'est pas pérenne. L'étalement urbain peut remettre en cause la fonction commerciale et modifier l'organisation classique non seulement dans les espaces contigus au District mais le long de

faubourgs où l'urbanisation est en cours. Ainsi, on observe que d'anciennes foires sont devenues des marchés quotidiens.

Mots-clés : Bamako, marchés périodiques, foires, croissance urbaine, mutation commerciale.

Abstract: In this article, we analyze the long time location (1960-2010) of markets places in the outskirts of Bamako and changes in commercial forms, including periodicity, to answer the question: did the demographic and spatial growth of Bamako modified forms of rural trade? The method of investigation is qualitative (semi-directive interviews) and quantitative (traffic surveys), supplemented by the identification of urban dynamics. A typology of markets places taking into account the diversity of market forms is discussed at first, resulting in a second time to analyze their current distribution functions. Finally we highlight the location of these exchange places, currently and in terms of dynamics. Research shows that periodic markets such as "fair" dominate (63% of trading venues) and that almost half of the market needs of Bamako's vegetable and grain products are satisfied by this market network. From the city to the periphery each type of place of exchange obeys a particular localization. The trade model of the fair spread according to a gradient city / periphery. But the commercial form of "fair" type is not perennial. Urban sprawl can challenge the commercial function and modify the classical organization not only in the contiguous areas of the District but along suburbs where urbanization is underway. Thus, it is observed that old fairs have become daily markets.

Keywords: Bamako, periodic markets, fairs, urban growth, modernization of the trade process.

Introduction

Dans la littérature, les liens entre l'essor de lieux d'échanges marchands en milieu rural et l'urbanisation ont souvent été interrogés. En Afrique de l'Ouest, ils sont établis depuis les années 1980. En 1984, J. Gallais relevait que : « les marchés ruraux sont en fait des antennes tendues par ce commerce urbain pour capter, à son profit et au profit de l'économie continentale qu'il représente, l'économie locale » (J. Gallais, 1984, p. 160). Il a par ailleurs été démontré que l'émergence du vivrier marchand et l'organisation d'une réponse paysanne ont favorisé le développement de places marchandes rurales qui organisent les échanges entre des régions productrices et des villes (J-L. Chaléard, 1996). Au Sénégal, au Burkina Faso et au Ghana, A. Galaup et F. Giraut ont montré que les marchés périodiques jouent un rôle essentiel dans la centralité de nombreuses petites villes (A. Galaup, 1991 ; F. Giraut, 1994). Au Mali, J.

Gallais a montré que le dynamisme des marchands Marka « retrace une forme d'urbanisation par le bas » (F. Giraut, p. 60).

Néanmoins, l'adaptation des formes du commerce aux dynamiques urbaines reste une question ouverte, notamment sous le prisme de la variété des formes commerciales. Les places marchandes ont-elles toutes les mêmes fonctions ? Qu'est-qui les distingue ? Les formes commerciales sont-elles pérennes dans le temps ? Y-a-t-il des logiques spatiales derrière la variété de ces formes du commerce ? Quels sont les facteurs de structuration et de mutation de l'espace rural périphérique marchand ?

La périphérie de Bamako est un terrain pertinent pour initier des réponses à ces questions puisque, de 1960 à 2010, ce sont près de 150 places marchandes qui ont vu le jour dans un rayon de 150 km autour de la capitale. Ces chiffres illustrent une densité exceptionnelle au regard des études menées dans la région (J-L. Chaléard, 1996 ; O. Ninot, 2003).

Cet article interroge, à partir de travaux de terrain réalisés dans la périphérie de Bamako, les liens entre dynamiques urbaines et mutations des formes commerciales périphériques.

Les objectifs de la recherche sont :

- mettre en évidence la variété des places marchandes et de leurs fonctions en périphérie de Bamako ;
- identifier le poids des différents types de places marchandes dans l'approvisionnement de la capitale malienne ;
- expliquer la périodicité des places marchandes ;
- identifier les facteurs de la structuration de l'espace rural périphérique marchand.

1. Matériel et méthode

Les enquêtes ont été réalisées en périphérie de Bamako de 2005 à 2008 dans le but d'analyser la localisation des lieux d'échange et la mutation de leurs formes de 1960 à 2010.

Le terrain d'étude est la périphérie du District de Bamako et ce dans un rayon de 150 km. Le travail de terrain a consisté dans un premier temps à identifier toutes les places marchandes de ce périmètre. Si l'on connaissait le nombre de marchés quotidiens, de marchés de gros centraux à Bamako (L. Gazull, 2009 ; G. Raton, 2004), en périphérie cette connaissance n'était pas acquise. Ce travail de recensement a été couplé par des enquêtes sur les lieux d'échange identifiés permettant de mettre en évidence l'histoire du marché, les différents acteurs présents, les volumes

échangés, les stratégies de commercialisation des producteurs et commerçants de Bamako, l'offre de transport présente sur la place marchande.

La méthode d'investigation est de nature qualitative (entretiens semi-directifs auprès des acteurs marchands et institutionnels des places marchandes recensées) et quantitative (enquêtes trafic et identification des volumes échangés). Le travail de terrain donne lieu à une typologie des lieux d'échange prenant en compte la mixité des formes de marchés, à l'analyse de leurs fonctions de distribution, et à l'identification des logiques de localisation. Des enquêtes qualitatives menées auprès des acteurs des marchés et le recensement des lieux d'échanges permettent de dégager les fondements d'une typologie. En périphérie de Bamako, on observe trois formes principales de lieux d'échange dont le marché quotidien, le marché hebdomadaire et la foire. La difficulté de l'exercice consistait à distinguer ces lieux d'échange, variés dans leurs formes, leurs périodicités, les produits qui s'y vendent, les acteurs, pouvant se trouver dans une même localité et à quelques mètres de distance. Le travail s'est poursuivi par l'analyse de la localisation des places marchandes, des volumes de produits échangés et des dynamiques d'évolution des places marchandes dans le temps.

L'objectif de ces travaux de recherche est de coupler l'analyse des marchés avec celle de l'urbanisation. Les dernières données accessibles sur la population étant celles de 2009 (4^e RGPH), nous avons décidé de considérer les données sur les marchés de cette date (les enquêtes sur les marchés ayant eu lieu dans la période du recensement de population). Les données utilisées n'excèdent donc pas 2009 et permettent d'illustrer des dynamiques marchandes avant la crise malienne.

Cet article s'intéresse particulièrement à la mutation de la périodicité des places marchandes. L'hypothèse formulée est que leur périodicité varie selon un gradient de la ville vers la campagne ; les formes les plus quotidiennes de marchés étant implantées dans des quartiers peuplés d'une population résidente sédentaire, les formes périodiques se développant davantage dans les espaces ruraux enclavés peu peuplés. A mesure que la population croît et se densifie, les places marchandes modifient leurs périodicités, s'adaptant ainsi aux besoins des populations résidentes ou voisines.

L'expansion spatiale des villes, les liens sociaux encore forts entre consommateurs urbains et producteurs ruraux, l'accroissement du marché urbain, sont autant de facteurs qui jouent des rôles décisifs dans la structuration de l'espace rural périphérique marchand.

Le parti pris de ce travail est que l'échange entre producteurs ruraux et commerçants urbains est une composante importante de l'activité sociale et économique et qu'en ce sens, les caractéristiques des structures d'échanges commerciales sont amenées à changer rapidement. C'est pourquoi une attention particulière a été portée au contexte d'établissement des lieux d'échange et à leur évolution. La typologie des places marchandes que nous avons établie nous semble à même de mieux différencier sur un même lieu les fonctions de l'échange (de proximité ou de longue distance) tout en considérant les mutations passées ou en cours (association de plusieurs formes de marchés en un même lieu notamment).

2. Résultats et discussion

2.1 Une typologie des lieux d'échange maliens

2.1.1. Un nombre important de lieux d'échange

Dans un rayon de 150 km autour de Bamako, on recense 154 lieux d'échanges (G. Raton, 2012) ce qui représente une densité exceptionnelle au regard des études menées dans la région (J.L Chaléard, 1996 ; O. Ninot, 2003). Ce chiffre révèle une dynamique commerciale forte pour un espace à dominante rurale. Cependant, la superficie couverte est importante (53 900 km²) et l'on retrouve en moyenne seulement un lieu d'échange pour 350 km². En comparaison, à Bamako, il y a en moyenne un marché pour 5 km².

Au sein de ce semis de lieux d'échange en périphérie, environ 1 300 villes et villages qui regroupent une population de 1 200 000 habitants ont été recensés. Au Mali, l'habitat est regroupé sous forme de villes ou de villages. Le faible taux de couverture en lieux d'échange illustre un accès inégal aux équipements commerciaux entre ville et périphérie et une différenciation marquée entre des unités géographiques qui possèdent un lieu d'échange et d'autres qui sont dépendants du centre commerçant le plus proche.

2.1.2. Fondements d'une typologie des lieux d'échange

Au Mali, l'acte marchand fait partie des pratiques quotidiennes parmi les plus visibles dans les paysages, qu'ils soient urbains ou ruraux. Bien que des lieux spécifiques y soient consacrés, cette activité ne nécessite pas d'importants équipements et dans de nombreux cas, le commerce a lieu partout où la demande se manifeste (sur la chaussée, dans les concessions, partout où le commerce ambulant s'insère).

La gamme des lieux d'échange est variée en périphérie de Bamako et comprend des lieux d'échanges quotidiens comme périodiques, de quartiers ou villageois, de proximité ou du commerce de négoce. La distinction est rendue difficile par une concentration ou une juxtaposition de lieux d'échanges, par exemple, un marché hebdomadaire qui accueille tous les jours quelques stands de condiments mais ne s'anime avec ampleur qu'une fois par semaine. La diversité des places marchandes a été appréhendée ici par l'usage du terme générique de lieu d'échange car dans le cadre de ce travail, c'est bien la notion d'échange qui nous intéresse et notamment le contact entre deux opérateurs de milieux [de production ou de vie] différents, ce qui explique l'intérêt de l'échange¹. Cette réflexion a ainsi conduit à une typologie des lieux d'échange observés en périphérie de Bamako basée sur la taille de l'aire d'attraction : les foires qui organisent les échanges à une échelle locale, régionale ; les marchés hebdomadaires qui organisent les échanges entre producteurs des espaces ruraux ; les marchés quotidiens qui répondent aux besoins des seuls résidents du lieu d'accueil.

Sur les marchés quotidiens, la clientèle est à peu près la même tout au long de l'année et est constituée uniquement de résidents. Sur le marché de Niaréla par exemple (commune de Bamako), les clients sont des habitants du quartier. Chaque quartier de Bamako ayant son marché, les besoins journaliers sont satisfaits dans le quartier de résidence. Les ménagères viennent s'y approvisionner quotidiennement en condiments, céréales, produits maraîchers et bois-énergie. Elles y trouvent également des biens manufacturés mais se dirigent vers les marchés centraux de Bamako pour l'accès à des biens plus rares. Les marchés quotidiens en milieu urbain doivent leur rythme à l'importance de la demande. C'est le cas dans le District de Bamako mais également dans les villes satellites de la capitale telles que Baguinéda Camp située à 15 km de la capitale et ayant un effectif de 5 000 habitants. Dans cette localité, le marché se tient sous une halle en tôle tous les jours de la semaine, répondant ainsi au besoin journalier des résidents (Photo 1). Mais il existe aussi des marchés en milieu rural peu peuplé dont la tenue est quotidienne. La densité de la population ne légitimant pas cette quotidienneté, c'est davantage le besoin d'accès journalier aux condiments qui justifie ce fonctionnement (Photo 1). Sur le marché de Kokoun par exemple, un village situé à l'Est de Bamako, la clientèle journalière n'est pas suffisante pour attirer un grand

¹ Le seul moment où l'échange n'a pas lieu, c'est lorsque deux opérateurs possèdent le même objet ou la même information.

nombre de marchands. Néanmoins, un marché quotidien s'y tient, rassemblant quelques vendeuses de condiments. Les clients sont des ménagères du village qui s'y approvisionnent chaque jour. Le marché fonctionne quelques heures le matin, mais à une périodicité quotidienne.

Le rythme de fonctionnement du marché peut également être hebdomadaire. La périodicité du marché entraîne une aire d'attraction plus grande que celle du marché quotidien qui ne rassemble que les seuls résidents. Les échanges de surplus agricoles entre villages voisins sont aujourd'hui encore la principale fonction de ces marchés hebdomadaires (Photo 2), cependant la gamme des besoins s'élargissant, ces marchés accueillent également des vendeurs de produits manufacturés. On observe une disposition à la diffusion de ces modes de ravitaillement aux espaces ruraux peu peuplés dont les capacités de production à destination du marché intérieur sont limitées (R. Hassig, 1982). Ainsi, à Diorila, le marché n'attire pas de citadins. L'accès y est difficile (routes en latérite et pas de desserte quotidienne en transport collectif) et la quantité de produits commercialisés trop faible pour satisfaire cette clientèle. Les échanges s'effectuent au détail entre villageois, mais la présence hebdomadaire d'une clientèle rurale attire néanmoins des forains. D'origine rurale ou urbaine, ces forains y convergent chaque semaine en moyens non motorisés afin d'y proposer leurs produits. La vente en marché est pour eux moins précaire que la déambulation et il est plus facile de trouver une place sur ces marchés ruraux enclavés qu'en ville. Néanmoins, la foire (type de lieu d'échange suivant) constitue pour eux davantage d'intérêt. Il est plus facile d'y accéder, la clientèle est plus importante et, engagée dans le commerce de gros, elle a davantage de revenus.

Ces deux formes de lieux d'échange (le marché quotidien et le marché hebdomadaire) peuvent se retrouver dans une même localité, a *contrario* de la foire qui associe toujours un marché quotidien ou un marché hebdomadaire.

Comme le marché hebdomadaire, la foire appartient à la gamme des marchés périodiques. Si elle est appelée ainsi par la population (comme les Sénégalais parlent de *Loumo*) et distinguée des marchés hebdomadaires, c'est qu'elle se situe au cœur de régions productrices où affluent saisonnièrement des produits locaux en surplus destinés à la commercialisation (pommes de terre, pastèques, tomates, mangues etc.). Les ventes sont fonction du rythme de production, des périodes de récolte, de collecte ou des mouvements de bétail. Les produits rassemblés attirent les commerçants de toute la région dont Bamako, qui sont au fait de la réputation de chaque foire.

Ces lieux d'échange semblent plus complexes à appréhender car on y retrouve une fonction absente sur les deux autres : celle d'approvisionnement de Bamako. Les producteurs vont rassembler leur production saisonnière, parfois importante comme ici pour les pastèques (Photo 3), ce qui va attirer les marchands de Bamako.

L'originalité des foires en périphérie de Bamako est qu'elles fonctionnent sur la juxtaposition de deux avantages. Tout d'abord l'avantage du "marché hebdomadaire" qui a une plus grande efficacité dans l'insertion du tissu économique local que la "foire" puis l'avantage de la foire qui accroît l'attractivité du lieu d'échange, permet d'augmenter les débouchés et conduit à diversifier les productions. L'accumulation de deux fonctions a donc une pertinence économique et sociale, en plus de rationaliser les déplacements. Comme le décrit C. Reginensi, dans le cas de l'Amazonie, la foire s'assimile ici à « un système économique relevant d'un ensemble d'unités de production et d'individus qui sont à la fois consommateurs et producteurs » (C. Reginensi, 2005, p. 307).

Ces lieux d'échange ont donc une fonction de gros, mais pas uniquement puisqu'une fois les ventes réalisées, les producteurs vont immédiatement faire des achats. Le lieu de vente de gros est donc jouté d'un parking d'où partent les produits vers la ville. Il possède également une place de vente de produits manufacturés, d'artisanat, d'échange entre ruraux, ce qui leur permet de satisfaire leurs besoins quotidiens et plus rares, ce qui les distingue des marchés hebdomadaires ou des marchés quotidiens.

Ce terme de foire peut être discuté mais il nous semble intéressant pour distinguer l'aire d'attraction. On a tendance dans la littérature ouest africaine, à regrouper par le terme de "marché périodique" des marchés qui ont des aires d'attraction (quartier, village, région) et des fonctions commerciales tout à fait variables (approvisionnement du ménage, fonction de négoce, échange de surplus agricole entre communautés paysannes) (O. Ninot, 2003 ; J-L. Chaleard, 1996). Il permet d'illustrer que la fonction d'approvisionnement urbain va augmenter l'aire d'attraction et organiser les échanges entre ruraux ainsi que structurer les échanges aux échelles locales et régionales. Ce terme illustre ainsi davantage ce que représente le marché dans le monde rural ouest africain. O. Ninot dit qu'ils ont pour fonction le commerce et le fait d'obtenir un revenu, mais au-delà ils permettent d'« entretenir et développer sa relation à la ville, au Sénégal, au monde » (O. Ninot *et al.*, 2002, p. 141).

Encadré 1 - Synthèse des caractéristiques des types de lieux d'échange

Foire de marchandises : centre de redistribution des marchandises en ville

Portée maximale de la place de vente (80/100km ou plus)

Force d'attraction maximale

Temporalité minimale (mois, saison, année selon les cas)

La localité d'accueil a le niveau le plus haut dans la hiérarchie urbaine. Elle possède d'autres fonctions commerciales : marchés hebdomadaires et quotidiens, boutiques.

Marché hebdomadaire ou bihebdomadaire :

Portée moindre de la place de vente mais qui reste importante (de 20/50 km)

Force d'attraction importante mais absence des biens de niveau supérieur et des types d'acteurs liés

La localité d'accueil est au 2° ou 3° rang dans la hiérarchie urbaine. Il existe un lien entre la présence d'un marché hebdomadaire et le statut urbain d'une localité. Les activités commerciales sédentaires (détaillants, artisans) y sont très développées.

Marché quotidien en ville ou en milieu rural :

Portée minimale de l'aire de vente (limitée à la localité d'accueil)

La force d'attraction est limitée (présence des consommateurs et producteurs de la localité)

Dans le cas de marché quotidien en milieu rural : la localité d'accueil a le niveau plus bas dans la hiérarchie urbaine mais son centre a une densité de population suffisante pour le fonctionnement d'un marché quotidien

Source : Gwenaëlle Raton Enquêtes personnelles, 2010

Les photos 1 à 3 illustrent un exemple de chacun des types de lieux d'échange identifiés. Ces exemples ont été choisis pour leur représentativité en termes d'équipement, de nombre de commerçants et de clientèle. Ils illustrent des structurations différentes de marchés, en lien avec la densité de population résidente, les volumes de production et la périodicité.

Photo 1a : le marché quotidien de Baguinéda en milieu urbain



Source : Gwenaëlle RATON, 2008

Photo 1b: le marché quotidien de Kokoun en milieu rural



Source : Gwenaëlle RATON, 2007

Photo 2 a : Diorila, le marché hebdomadaire



Source : Gwenaëlle RATON, 2008

Photo 2 b : Koula, le marché hebdomadaire



Source : Gwenaëlle RATON, 2008

Photo 3 a : Sabalibougou, un lieu d'échange de type foire



Source : Gwenaëlle RATON, 2008

Photo 3 b : Sirakorala, une foire au Nord-Est de Bamako



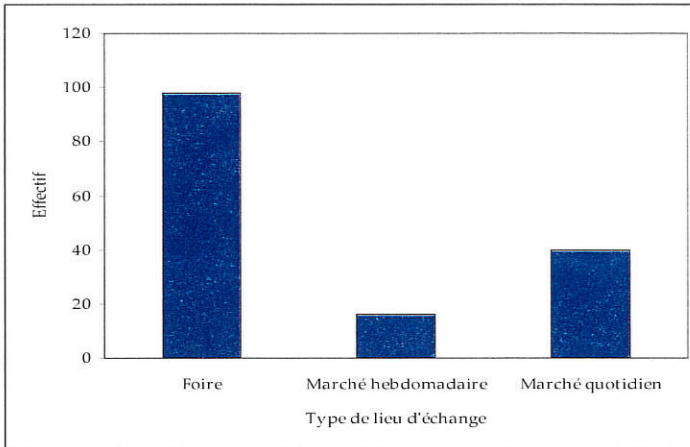
Source : Gwenaëlle RATON, 2008

Cette typologie des lieux d'échange enquêtés n'a pas pour ambition d'être généralisée à l'Afrique de l'Ouest, même si elle pourrait s'avérer pertinente. Elle permet de réfléchir à la fonction commerciale et au statut de la localité qui l'accueille. Ainsi, le lieu d'échange se définit comme un lieu (une localité) qui, de par les activités commerciales qu'il accueille périodiquement ou quotidiennement, génère une certaine capacité d'attraction et de concentration d'activités d'autres types, favorisant à son tour sa recomposition spatiale et son augmentation dans la hiérarchie urbaine.

2.2. Poids des places marchandes dans l'approvisionnement urbain et fonctions de distribution actuelles

L'analyse plus détaillée du poids de chaque type de lieu d'échange montre que c'est le système commercial de la foire qui domine avec 98 foires (soit 63 % des lieux d'échange recensés comme l'indique la Figure 1). Les foires accueillent toujours à côté du lieu d'échange de marchandises en gros, un lieu d'échange de type marché hebdomadaire qui se caractérise par l'échange de produits entre ruraux et l'achat de produits manufacturés à des forains ou un marché quotidien.

Figure 1 : La foire, un lieu d'échange dominant en périphérie de Bamako

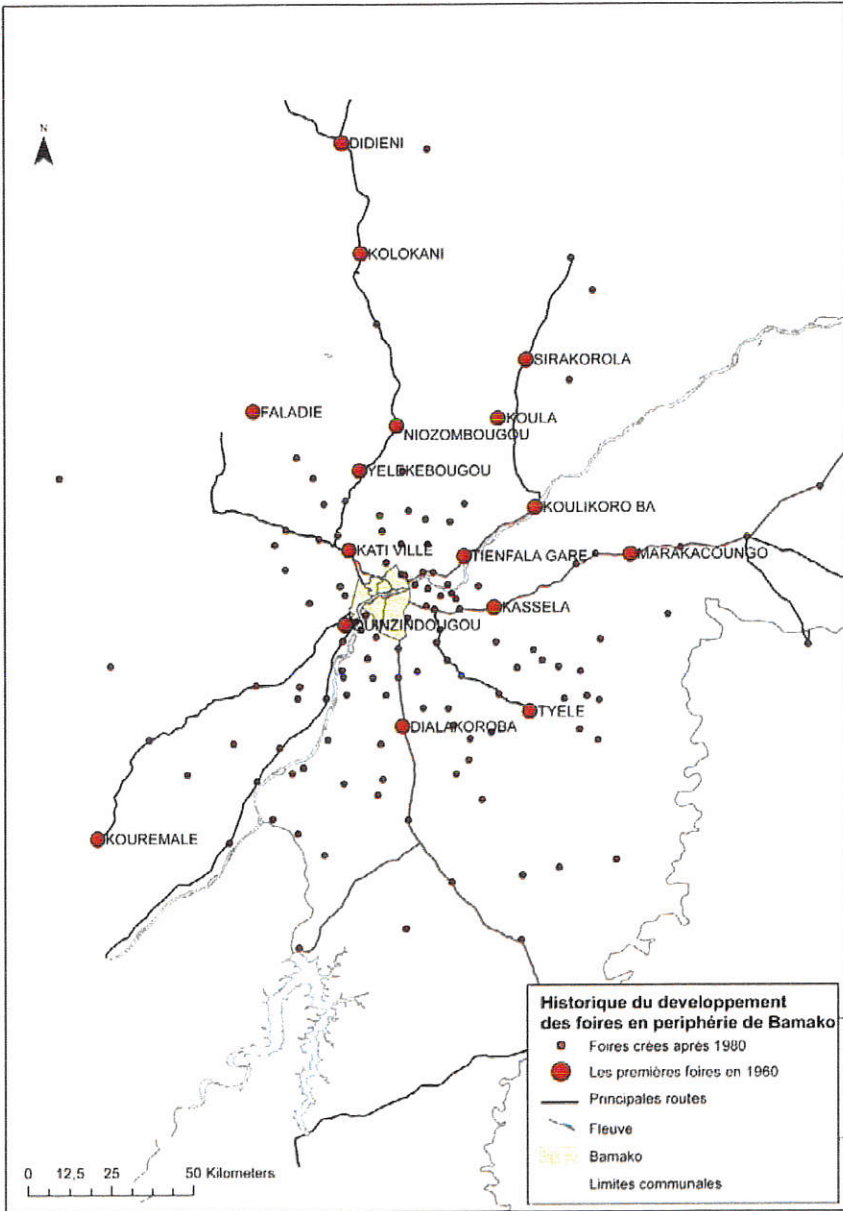


Source : Gwenaëlle Raton, Enquêtes personnelles, 2010

De plus, le poids de ces foires spécifiques au milieu rural est croissant dans l'approvisionnement des villes maliennes et dans celui de Bamako en particulier. Les études faites par le Centre International de Recherche Agronomique pour le Développement (CIRAD) sur l'approvisionnement en bois de feu de la capitale malienne montrent par exemple que les flux de bois provenant des foires représentaient 60 % en 1990, pour encore augmenter à 73 % en 2005 (L. Gazull, 2009 ; G. Raton, 2004). La thèse de S. Doumbia sur les circuits d'approvisionnement de la capitale malienne en produits maraîchers et fruitiers atteste de ce phénomène dès les années 1970 (S. Doumbia, 1982). Nos enquêtes permettent d'estimer que ce sont près de la moitié des besoins en produits maraîchers et céréaliers des Bamakois qui sont satisfaits par le réseau de foires et 70 % des besoins en bois-énergie. Les relevés montrent ainsi que ces circuits de distribution périodiques de produits alimentaires sont des circuits qui reposent sur les ressources et la main-d'œuvre de la périphérie (rayon de 150 km).

Enfin, la multiplication des foires est un phénomène récent dans son ampleur. En périphérie de Bamako, les réponses croisées aux enquêtes laissent penser qu'elles étaient au nombre de 16 en 1960, pour atteindre 98 foires en 2008. La création de nouvelles foires a été observée, mais, de créations récentes, elles ne sont pas toujours plébiscitées par les commerçants.

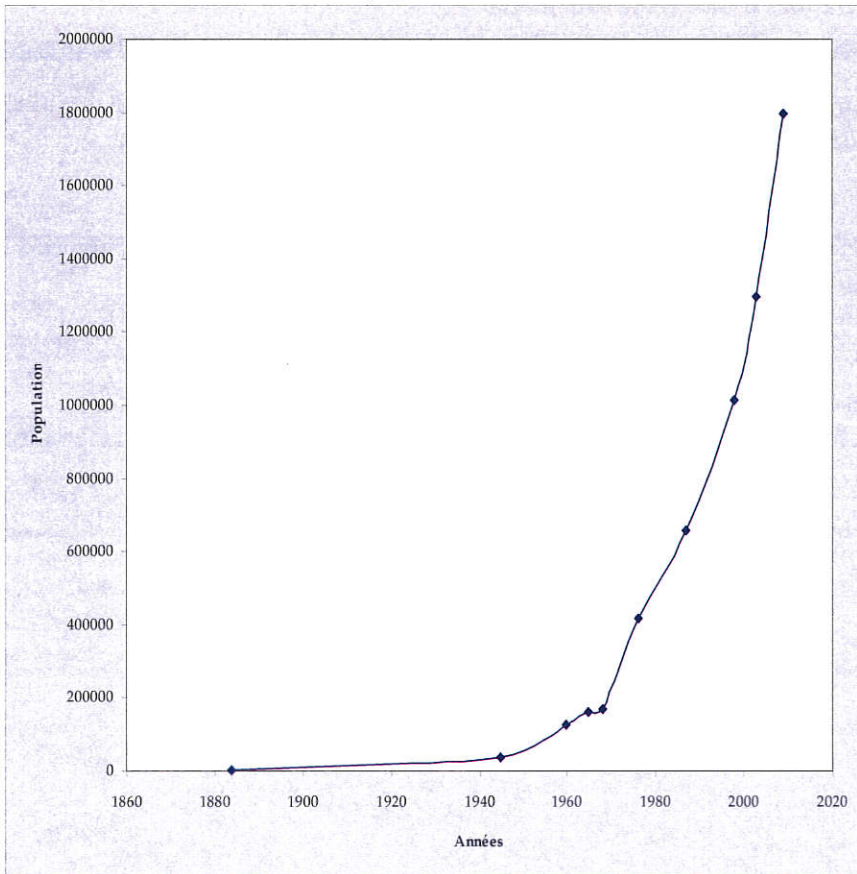
Carte 1 : L'essor des foires dans le temps



Source : Gwenaëlle RATON, Enquêtes personnelles (2012)

Bamako est une ville de 1,9 million d'habitants en 2009 (date du dernier recensement), dont l'essor a été favorisé par une situation géographique de carrefour. Comme l'illustre la figure 2 la croissance de la ville est relativement récente. C'est la période d'après-guerre qui marque les débuts d'une croissance démographique soutenue. Cette période correspond à un afflux supplémentaire de population étrangère et de techniciens du fait de sa fonction de capitale coloniale. Le développement de fonctions politiques, administratives et économiques fait de Bamako un carrefour et c'est à cette époque que l'on commence à observer l'extension spatiale de la ville.

Figure 2 : Evolution de la population de Bamako de 1884 à 2009



Source : Données démographiques de l'Institut National des Statistiques du Mali – dernier recensement en 2009

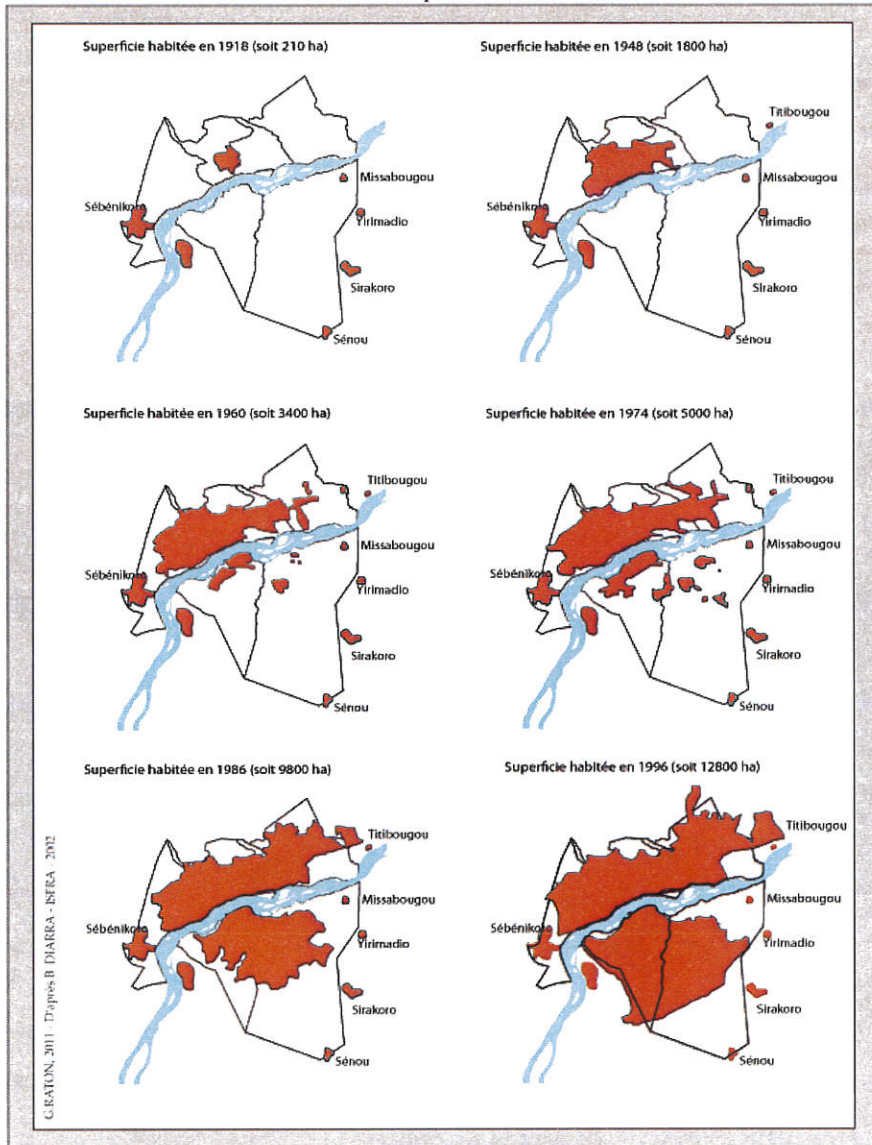
La carte 2 montre que la superficie habitée est multipliée par 8 de 1918 à 1948, puis par 2 de 1948 à 1960. De 1945 à 1960, la population passe de 37 000 à 129 300 habitants, soit un accroissement de 2,5 %. Ce fut aussi une période propice aux grands travaux : la voirie et les services publics sont mis en place au centre-ville et un pont est créé sur le Niger (1947), stimulant la croissance de la ville sur la rive droite². L'extension de la superficie habitée et la croissance démographique s'accélérent à partir des années soixante, date de l'Indépendance du pays. Durant les premières années du gouvernement de Modibo Keita, l'effectif des citoyens s'élève à 1 612 000. Le début des années 1960 est une période de forts flux migratoires de l'intérieur du pays vers la capitale, ce qui est à l'origine de craintes d'un exode rural massif.

Depuis l'Indépendance, la croissance urbaine s'est accélérée et la ville, qui comptait 658 200 habitants lors du recensement de 1987, en abrite près de 1 016 100 en 1998. Les années 1980 marquent l'explosion démographique de la capitale.

² Ce phénomène est visible sur la carte 2 à partir de 1960.

³ Source du recensement du service de la statistique du Mali pour l'année 1965-1966.

Carte 2 : Carte de l'évolution spatiale de Bamako de 1918 à 1996

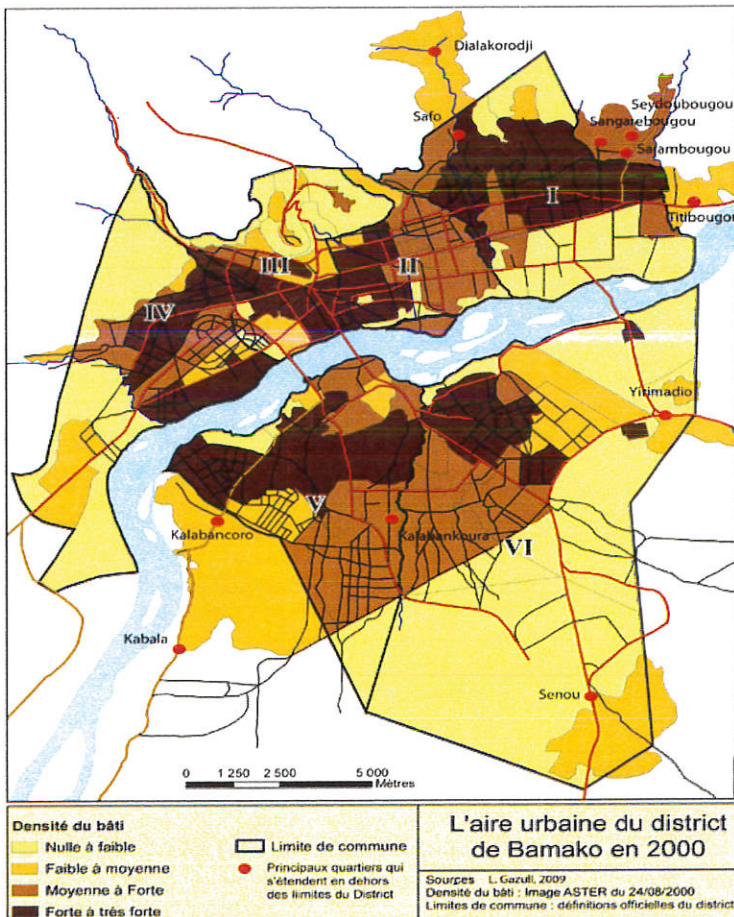


Source : Gwenaëlle RATON d'après B. Diarra – ISFRA 2002

En 1960, le pays comptait environ 8 ruraux pour seulement un urbain ; le marché intérieur pour les produits vivriers était donc très étroit. En 2004, on comptait environ 2,3 ruraux pour un urbain. Ces chiffres témoignent d'un changement profond du fonctionnement de la société

maliennne, avec la création d'un marché intérieur urbain qui prend de plus en plus d'importance. De plus, le Mali présente la particularité d'une population en cours d'urbanisation rapide mais dont les liens avec l'activité agricole restent forts (I. Dia, 1997 ; S. Doumbia, 1982), y compris pour ce qui concerne la capitale. Le taux annuel d'accroissement de la population est de l'ordre de 4 % et sa surface croît d'environ 6 % par an (L. Gazull, 2009). L'expansion urbaine dépasse les limites administratives du District administratif (M. Bertrand, 1997) et entraîne une augmentation de la pression foncière des urbains sur les terres agricoles et pastorales en périphérie de la ville (M. Djiré, 2006).

Carte 3 : aire urbaine de Bamako en 2000



2.3. La proximité de Bamako influence la forme des places marchandes et leur organisation

2.3.1. La proximité de Bamako influence la forme des lieux d'échange

Les données d'enquêtes mettent en évidence les dynamiques passées et actuelles de certaines places marchandes et montrent que la proximité de Bamako a tendance à générer des modes différenciés de lieux d'échanges. Ainsi, de la ville vers la périphérie chacun des types de lieux d'échange recensés obéit à une localisation particulière.

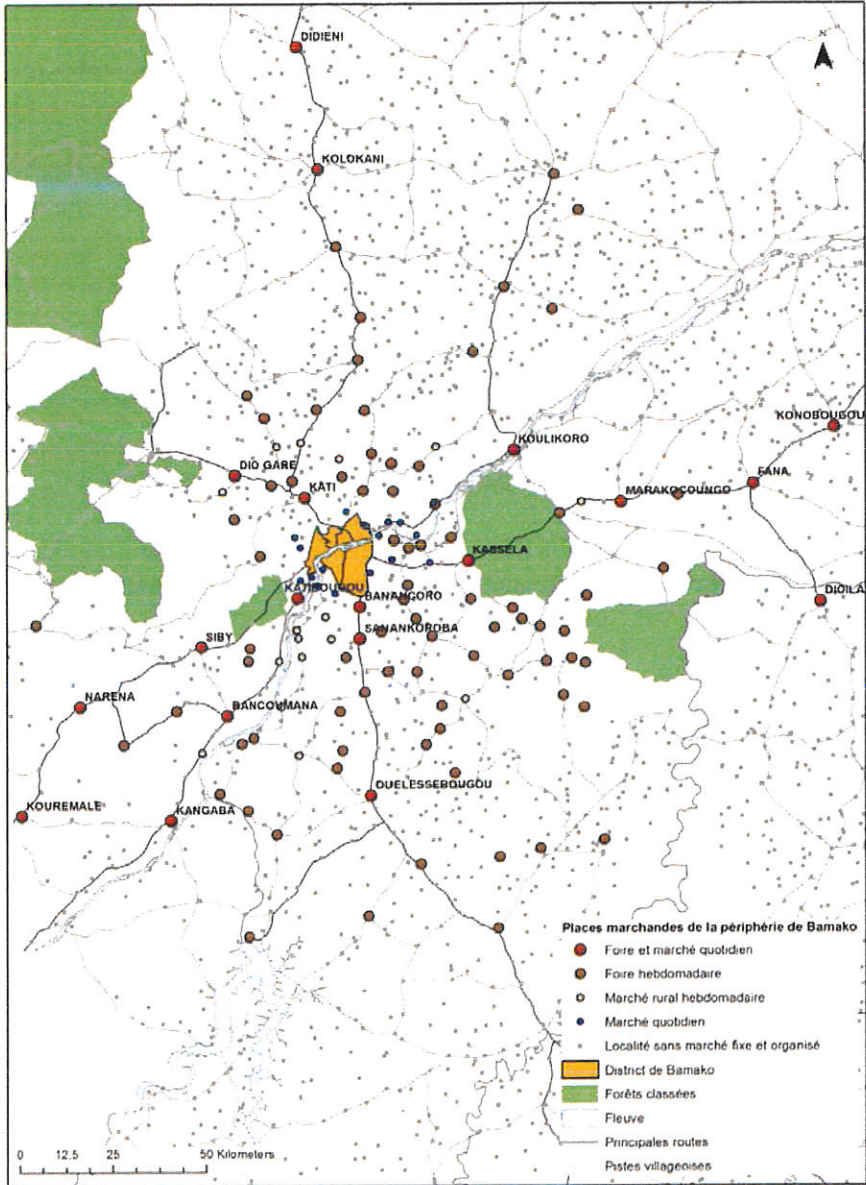
Les localités qui abritent un marché quotidien, seul, sans fonction d'approvisionnement de la ville (sans foire) ou d'échange rural (sans marché hebdomadaire), sont tous situés à proximité directe du District (Carte 4) et sont localisés dans des quartiers d'extension urbaines récentes, spontanés ou réhabilités qui peuvent être qualifiés d'urbains (Carte 3).

L'étude de la croissance du semis de places marchandes montre que le modèle commercial de la foire s'est répandu selon un gradient ville/périphérie et selon un sens allant des axes principaux menant à la ville vers les pistes villageoises. La foire est encore liée en périphérie de Bamako aux rythmes agricoles et aux récoltes. L'implantation privilégiée d'une foire c'est une localisation centrale au sein d'une zone agricole/pastorale productive dont la capacité de regroupement s'illustre soit par une importante population (un centre isolé de plus de 2 000 habitants) soit par une densité de villages importante dans un périmètre proche.

Les localités qui accueillent à la fois une foire de marchandises et un marché quotidien sont toutes situées sur les axes majeurs menant à Bamako. On retrouve ici un effet d'axe ainsi qu'une particularité de ces localités : ce sont des villes accueillant des populations urbaines ayant des besoins d'approvisionnement quotidien.

Les localités qui accueillent à la fois une foire de marchandises et un marché hebdomadaire sont-elles toutes situées sur les pistes rurales, elles-mêmes reliées aux axes majeurs menant à Bamako, illustrant ainsi une connexion au marché urbain. Les localités d'accueil sont davantage rurales et illustrent des liens avec les rythmes et activités agricoles.

Carte 4 : Localisation des lieux d'échange par type en périphérie du District



Source : Gwenaëlle RATON, enquêtes personnelles (2012)

2.3.2 La proximité de Bamako influence leur organisation

La forme commerciale de type foire de marchandises n'est pas pérenne. Son émergence, sa croissance et son déclin sont autant de témoins de l'extension urbaine et de l'évolution des rapports de la ville à la campagne. La foire naît, se développe et parfois son attractivité décline au point de remettre en cause son existence, cependant l'implantation commerciale demeure, même si sa forme évolue.

L'évolution des formes prises par les lieux d'échange illustre les dynamiques urbaines en cours : l'extension urbaine récente, la diminution des capacités productives d'espaces agricoles résiduels en cours d'urbanisation, l'augmentation de la distance effectuée par les commerçants grossistes et les transporteurs, et l'organisation de circuits directs de commercialisation dans certains espaces ruraux proches qui ne subissent pas encore de pression foncière (les producteurs se déplacent pour vendre sur les marchés urbains).

L'étalement urbain est ainsi en capacité de remettre en cause la fonction commerciale et modifier l'organisation classique non seulement dans les espaces contigus au District mais le long de faubourgs où l'urbanisation est en cours. Ainsi, on observe que d'anciennes foires sont devenues des marchés quotidiens. Marqueurs de l'urbanisation, ces marchés quotidiens, situés à proximité directe du District suivent les extensions urbaines récentes, caractérisées par une trame de lotissements sous forme de titre foncier (comme à Moribabougou, N'Gebakoro Droit, Saala) ou de quartiers spontanés à réhabiliter (Dialakorodji, Sangarebougou, Sarambougou).

La vie d'un lieu d'échange n'est pas linéaire, leurs périodicités sont amenées à varier. Plusieurs mutations sont ainsi observées en périphérie du District de Bamako. On observe ainsi la mutation de foires périodiques en marché quotidien. C'est le cas lorsque la localité d'accueil évolue dans la hiérarchie urbaine, garde une fonction de gros ou la perd. Mais on rencontre également des marchés quotidiens ruraux qui mutent en foire, lorsque les conditions d'enclavement ne sont plus réunies et l'accès aux axes majeurs possible. Enfin, il arrive également que la foire décline pour ne plus avoir de fonction d'approvisionnement du marché urbain mais qu'elle garde une fonction d'échange local et se meut en marché hebdomadaire.

Conclusion

Malgré l'ampleur de ces mutations en périphérie de Bamako, il semble que la localisation commerciale ne soit jamais remise en cause. La périodicité varie mais le marché reste. L'étalement urbain remet en cause le fonctionnement d'une place marchande : modification de la périodicité, des fonctions, des aires de chalandises, sédentarisation. Les caractéristiques des structures d'échanges commerciales sont amenées à changer rapidement car l'échange entre producteurs ruraux et commerçants urbains est une composante de l'activité sociale et économique, elle-même objet de recompositions.

Références bibliographiques

- BEAUJEU-GARNIER J, A. DELOBEZ, 1977, *Géographie du commerce*, Paris, Ed. Masson.
- BERTRAND M., A. DUBRESSON, 1997, *Petites et moyennes villes d'Afrique noire*, Paris, Karthala.
- BERRY Brian, 1967, *Geography of marketcenters and retail distribution* (Englewood Cliffs, N.J)
- CHALEARD Jean-Louis, 1996, *Temps des villes, temps des vivres, l'essor du vivrier marchand en Côte d'Ivoire*, Paris, Karthala.
- DIA Ibrahima, 1997, *Le consommateur urbain africain et les SADA*, FAO, Collection aliments dans les villes, Communication au séminaire sous régional FAO-ISRA "Approvisionnement et distribution alimentaire des villes de l'Afrique francophone, Dakar.
- DJIRE Moussa, 2006, *Immatriculation et appropriation foncière dans une zone peri-urbaine du Mali – les avatars d'une procédure (nécessaire ?)*, Colloque International « les frontières de la question foncière », Montpellier.
- DOUMBIA S, 1982, *L'espace périurbain en jeu : l'extension des cultures maraîchères et fruitières à Bamako*, Mali, thèse de doctorat de 3ème cycle, Paris, EHESS, laboratoire de sociologie et de géographie Africaine.
- GALAUP A, 1991, « Les villages-centres du Sénégal », *Cahiers d'Outre-Mer*, Bordeaux, n°174, p. 187-206
- GALLAIS Jean, 1984, *Hommes du Sahel. Espaces-temps et pouvoirs, le Delta intérieur du Niger*, Paris, Flammarion.

- GAZULL Laurent, 2009, *Le bassin d'approvisionnement en bois-énergie de Bamako. Une approche par un modèle d'interaction spatiale*, Thèse de Géographie, Université Paris Diderot Paris 7.
- GAZULL Laurent, Gwenaëlle RATON, Denis GAUTIER, 2011, *La modélisation spatiale du bassin d'approvisionnement en bois énergie de la ville de Bamako (Mali) : quand la distance laisse le pas à l'organisation des échanges*, Colloque de l'ASRDLF, Schoelcher
- GIRAUT Frédéric, 1994, *La petite ville. Un milieu adapté aux paradoxes de l'Afrique de l'ouest*, Thèse de doctorat en Géographie, Université Paris I.
- HASSIG R, 1982, « *Markets in Precolumbian Mexico* », *American Antiquity*, Vol. 47, n° 2, p. 346-355.
- NINOT Olivier, Michel LESOURD et Jérôme LOMBARD, 2002, *Nouveaux espaces, nouvelles centralités : échanges et réseaux en milieu rural sénégalais*, BART F., BONVALLOT J., POURTIER R. (dir.), *Historiens géographes n°379, numéro spécial, Regards sur l'Afrique*, p. 141-151
- NINOT Olivier, 2003, *Vie de relations, organisation de l'espace et développement en Afrique de l'ouest : la région de Tambacounda au Sénégal*, Thèse de doctorat de géographie, Université de Rouen/IRD, Mont-Saint-Aignan.
- NORDIN Christina, 1992, *Halles, marchés et foires. Importance, évolution socio-professionnelle et perspectives d'avenir*, *Culture technique* n°27, p. 91-99
- RATON Gwenaëlle, 2004, *Acteurs lieux et liens. Etude de la filière bois énergie à travers les perceptions, les connaissances et les pratiques des acteurs, dans le bassin d'approvisionnement de Bamako*, mémoire de DEA Paris I/Paris IV, 141 p., n.p.
- RATON Gwenaëlle, 2010, *Processus d'intégration de villages périphériques dans le système d'approvisionnement de Bamako*, *EchoGeo*, N°11, [en ligne], mis en ligne le 24 février 2010. URL : <http://echogeo.revues.org/index11559.html>
- RATON Gwenaëlle, 2012, *Les foires au Mali, de l'approvisionnement urbain à l'organisation de l'espace rural. Le cas de la périphérie de Bamako*, Thèse de doctorat en géographie, Université Paris 1, 413 p.
- REGINENSI Catherine, 2005, *Une figure du territoire en mouvement, le vendeur ambulancier transfrontalier en Amazonie*, in CAPRON G., G. CORTES, H. GUETAT-BERNARD, *Liens et lieux de la mobilité, Ces autres territoires*, Ed. Belin, p. 291-310.

DU VILLAGE A L'ESPACE PERIURBAIN : MUTATIONS SOCIO-ECONOMIQUES DU CANTON D'ADETIKOPÉ, UN TERRITOIRE SOUS INFLUENCE DE LOMÉ (TOGO)

Follygan HETCHELI, Iléri DANDONOUGBO,
& Awussu Kodjo BIAKOUYE
Université de Lomé

Résumé : La croissance de la ville de Lomé entretient une périurbanisation diffuse qui affecte ses espaces attenants et particulièrement les terres du canton rural d'Adétikopé. Aussi, la crise de la croissance de Lomé motive et attise-t-elle les appétits fonciers sur les terres de cette localité située à 20 km du centre-ville et sur les bords de la route nationale n°1. A partir des recherches documentaires et des enquêtes de terrain, l'étude montre que l'extension de Lomé a favorisé l'apparition d'une nouvelle forme d'urbanisation dans ce milieu rural et par voie de conséquence, sa transformation. Cette situation est caractérisée par la modernisation des « anciens villages », la disparition progressive des modes de vie et des valeurs rurales, une croissance démographique rapide ; la population étant passée de moins de 2 000 habitants dans les années 1980 et 1990, à 250 000 en 2015 avec une densification conséquente de l'espace. Les bourgs ont acquis des fonctions urbaines particulièrement économiques, comme le commerce avec les marchés, les industries et les services publics. Cet article se penche sur la question du couple urbain-rural ainsi que les rapports entre ces derniers. Ici, il s'agit de mettre en lumière les relations notamment commerciales et économiques que la ville de Lomé entretient avec son environnement rural immédiat dans le contexte du processus de métropolisation. Il invite à repenser les nouvelles formes d'extension spatiale des villes avec l'absorption des campagnes périphériques et les recompositions qui en découlent.

Mots-clés : Adétikopé, urbain/rural, périphérie, mutations, commerce.

Abstract: The growth of the city of Lomé preserves a diffuse suburbanization that affects its neighboring areas and particularly the lands of the rural canton of Adétikopé. The growth crisis of Lomé also motivates and kindles the expansionist landed on that area situated at 20 km from the downtown and on the trunk road n°1 sides. From documentary researches and the field surveys, the study shows that the extension of Lomé has favored the appearance of a new form of urbanization in that rural area and therefore, its transformation. This situation is characterized by the modernization of ancient villages, the progressive disappearance of rural lifestyles and values, a fast demographic growth; the population being passed from less of 2 000 inhabitants in the years 1980 and 1990 to 250 000 in 2015 with a consequent densification of the area. The middle class persons have acquired urban jobs particularly economical ones like trade with the markets, industries and public services. This article looks the question of urban-rural couple as well as the links between them. Here, it is to highlight the relations namely commercial and economical ones that the city of Lomé holds with its immediate rural environment in the context of the process of metropolization. It invites to think again about the new forms of spatial extension of towns with the absorption of peripheral countries and the reconstructions that result from them.

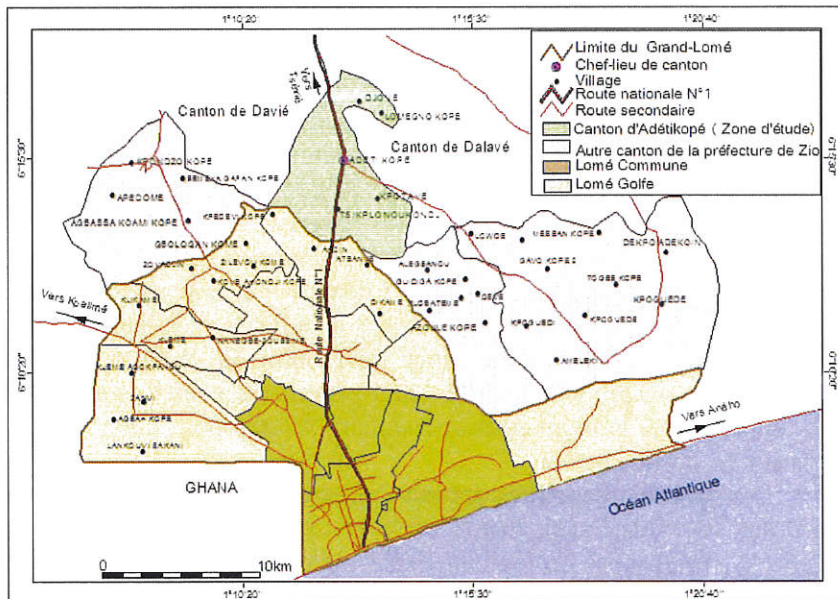
Keywords: Adétikopé, urban/rural, periphery, transformations, trade.

Introduction

L'étalement de Lomé a aujourd'hui favorisé l'évolution du front d'urbanisation vers la périphérie rurale en donnant naissance à un espace original, hybride avec des caractères simultanément urbains et ruraux, souvent qualifié « d'espace flou » à la recherche d'une identité (Prost, 1991). Cette situation est à l'origine de l'apparition d'une nouvelle forme de modernisation des villages des périphéries de Lomé et la disparition des modes de vie et des valeurs rurales. Le canton d'Adétikopé, situé à 20 km au Nord de Lomé est l'illustration d'un canton rural rattrapé par l'étalement de la ville de Lomé et tend à se fondre dans l'ensemble métropolitain. L'expansion urbaine sur cet espace y est d'autant plus forte que la proximité de Lomé la capitale y concourt. L'urbanisation ne se réalise plus uniquement par la croissance des villages qui se transmutent en villes, mais aussi à travers la diversification de leurs fonctions et de leurs activités. Adétikopé, chef-lieu du canton est aujourd'hui confronté à la réalité du fait urbain et a acquis des fonctions notamment commerciales et industrielles. Ce faisant, dans quelle mesure le développement du commerce, du transport, de l'industrie et des services dans le canton d'Adétikopé est-il influencé et modelé par l'omniprésence de la ville de Lomé ? Il s'agira d'analyser dans cette étude comment le village

d'Adétikopé et ses environs sont désenclavés et en mutation sous l'effet des changements urbains liés à l'étalement de la ville de Lomé (figure 1).

Figure 1 : Situation géographique d'Adétikopé



Source : INSEED, 2016 et les travaux de terrain, 2016

1. Méthodologie

Les recherches documentaires ont porté sur les ouvrages des sciences humaines et sociales, de l'économie et de l'agronomie qui ont trait à la thématique étudiée. Les recherches sur internet ont fourni des informations sur les circuits de commercialisation, les acteurs commerciaux et les différentes stratégies de transport. La pré-enquête a duré du 3 au 8 mars 2016 soit 6 jours au total. Elle a permis d'observer le paysage en vue de déceler la répartition spatiale des infrastructures socio-économiques et les flux des échanges. Son objectif est d'appréhender les liens intrinsèques qui existent entre le canton d'Adétikopé et la ville de Lomé. Les enquêtes proprement dites ont été effectuées du 29 mai au 14 juin 2016 soit, 17 jours au total. Elles ont touché les commerçants et les transporteurs afin de mieux déterminer le circuit des produits vivriers et

manufacturés. Les propriétaires fonciers et géomètres ont été enquêtés en vue d'analyser l'ampleur de la vente et de spéculation foncière.

L'étude a privilégié un échantillon composé de personnes âgées de 20 ans et plus car ce sont elles qui sont à même de mener des activités économiques. L'échantillonnage aléatoire simple a été utilisé et a porté sur les commerçants et les consommateurs finaux dans les marchés d'Adétikopé, d'Agoènyivé et d'Adawlato (marché central de la capitale). Le choix de ces marchés se justifie par les relations qui existent entre eux.

Pour la collecte des données de terrain, 25 commerçants grossistes, 32 détaillants et 60 consommateurs soit 105 personnes ont été retenues. Au niveau des différents marchés, 11 grossistes, 14 détaillants, 35 consommateurs ont été choisis dans le marché d'Adétikopé et de ses environs. A Agoènyivé, 8 grossistes, 9 détaillants, 10 consommateurs ont été enquêtés. A Adawlato, 6 grossistes, 8 détaillants et 15 consommateurs ont été retenus. Afin de déterminer l'évolution du prix du foncier, un échantillon de 4 agents immobiliers et 4 propriétaires terriens a été retenu. Pour appréhender le mouvement pendulaire Adétikopé-Lomé, le choix est porté sur 15 transporteurs.

Les données recueillies ont fait l'objet d'un traitement à l'ordinateur grâce aux logiciels Excel, Word, SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) et Arc Gis. Le logiciel Excel a été exploité pour la réalisation des cartes et tableaux. Les logiciels Word ont permis de faire la saisie. Le GPS a servi à la localisation des infrastructures socio-économiques, l'Arc View a été utilisé pour faire les cartes et SPSS pour les analyses statistiques.

2. Résultats et discussion

2.1. L'urbanisation rapide et envahissante de Lomé la capitale

Dans un monde dominé par une civilisation urbaine marquée par le passage progressif de l'urbanisation au métropolisation, les grandes villes, particulièrement celles du Sud ne cessent de croître et de concentrer de ce fait en leur sein, hommes et activités, richesses et pouvoirs. Tout autant, elles ne cessent de s'étendre et de renforcer leur emprise grandissante sur l'espace, notamment sur les paysages ruraux périphériques entraînant des mutations socio-économiques et une restructuration spatiale voire une recomposition territoriale (K. A. Biakouye, 1998, p. 158, R. J. Assako Assako, 2011, p. 76). Ces changements liés à la périurbanisation sont

susceptibles d'engendrer des dynamiques qui peuvent être perçues au travers de plusieurs dimensions du développement périurbain.

Au Togo, l'urbanisation est marquée par la prééminence écrasante de l'agglomération de Lomé la capitale qui, dans sa rapide et dévoreuse extension, phagocyte et englobe les villages de sa périphérie. Métropole moyenne de l'Afrique de l'ouest née à la fin du XIX^e siècle, elle s'étend en 2015 sur plus de 30 000 ha contre à peine 1 300 ha en 1959 à la veille de l'indépendance (soit un taux de croissance de 230,76 %), avec une population qui est passée de 390 000 habitants en 1981 à 1,5 million habitants en 2010 et à plus de 1,9 million en 2015 donnant un taux de croissance de 4,87 % en 34 ans (INSEED, 2016).

2.1.1. Lomé, une ville macrocéphale à attractivité toujours forte

Cette croissance impressionnante de la ville, caractéristique des grandes villes du Sud, est liée d'abord et avant tout autre facteur, au rôle politique, administratif et économique et même culturel qu'elle joue depuis la période coloniale (1884 à 1960). Dotée d'infrastructures et d'équipements socio-économiques assez importants (wharf en 1900, chemin de fer en 1905, 1907 et 1911, commerces et banques), Lomé est un pôle d'attraction important et privilégié pour les populations de l'intérieur du pays et même au-delà, qui y affluent pour bénéficier des biens et services ainsi que des opportunités offertes. Aujourd'hui, grands centres hospitaliers et autres cliniques médicales et surtout grandes écoles, universités privées et publiques, instituts de formation mais aussi l'aéroport et le port qui ont récemment connu des travaux d'extension pour accroître leur capacité et améliorer leur performance, sont autant d'infrastructures qui renforcent l'attraction de la capitale togolaise. Pour K. Nyassogbo (2010, p. 119), avec son emprise et grâce à ses différentes infrastructures, « *Lomé a acquis tous les caractères d'une agglomération macrocéphale* » et tend à devenir une métropole sous-régionale. Mais en dehors de sa personnalité politico-administrative et économique qui détermine et imprime à la ville sa croissance, d'autres facteurs participent à la dynamique d'ensemble notamment spatiale de l'agglomération. Il s'agit de la croissance démographique interne fortement et constamment alimentée par un exode rural massif.

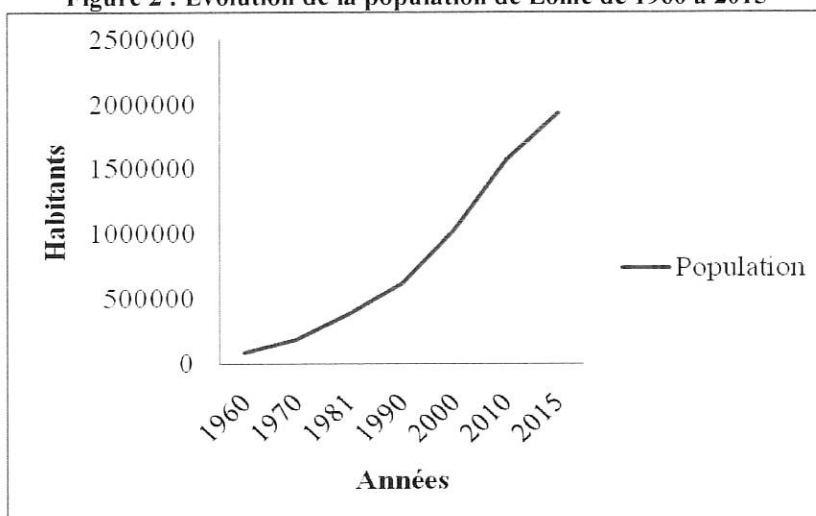
2.1.2. Lomé, une métropole à croissance démographique rapide

Les flux migratoires nés de l'attrait de Lomé, déterminent et participent de façon significative à la croissance de la population dont le rythme ne cesse de s'accélérer. Avec une population de 1 622 283

d'habitants au dernier recensement en 2010 et un taux d'accroissement de 2,77 % entre 1981 et 2010, Lomé abrite 25,37 % de la population togolaise, et concentre plus de 60 % des urbains du pays. Cette population est ainsi passée en un demi-siècle, de 85 000 habitants en 1960 à 1 713 499 habitants en 2012 (DGSCN, 2013).

Ville au taux de primatie le plus élevé du golfe de Guinée, elle faisait déjà au début des années 1990, partie des pays à urbanisation mature (A. Snrech, 1994 ; Ph. Hugon, 1993) de l'Afrique sub-saharienne et classée parmi les 10 villes à croissance rapide en valeur relative entre 2005 et 2010 en Afrique (ONU-HABITAT, 2010 ; K. A. Biakouye, 2014). Son poids démographique ne cesse donc de grimper tout comme sa croissance illustrée par la figure ci-dessous.

Figure 2 : Evolution de la population de Lomé de 1960 à 2015



Source : Recensement : 1958-1960, 1970, 1981, 2010. Estimations de la DGSCN : 1990, 2000 et 2015

Il ressort de la figure 2 que la population de Lomé a connu une forte croissance démographique entre 1960 et 2015. Selon les estimations, cette population a atteint 1 932 057 habitants en 2015 et la jeunesse de cette population avec plus de la moitié qui a moins de 18 ans, est un autre signe de son dynamisme démographique. L'évolution exponentielle de la population de Lomé entraîne l'étalement vers les périphéries.

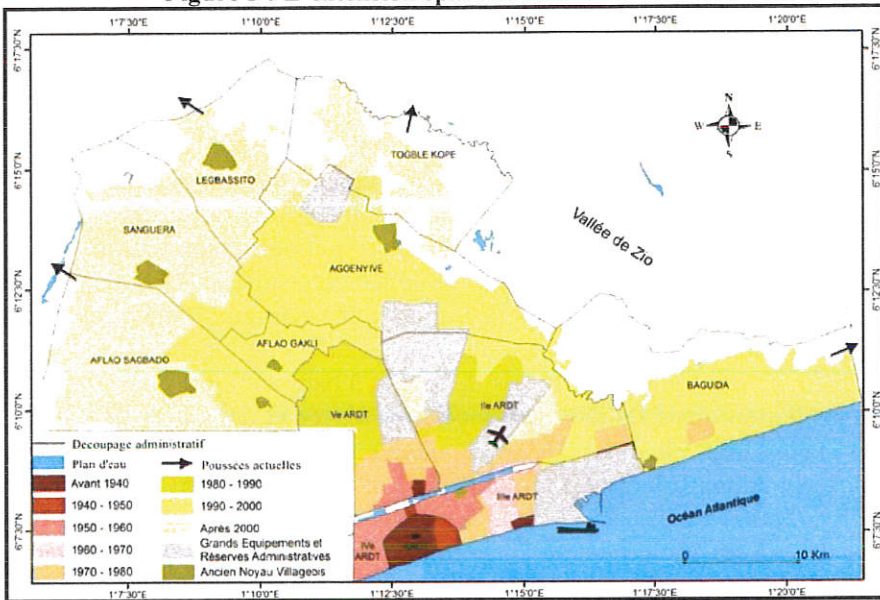
2.1.3. Un étalement consécutif au redéploiement des populations sur les périphéries

Une longue période de croissance démographique soutenue et la concentration de plus en plus grande de la population dans la ville, ont considérablement accru les besoins en logements et par voie de conséquence, l'accroissement de l'espace de la ville.

Exutoire des migrants ruraux, Lomé ne dispose pas pour ces derniers, tout autant que pour les néo-citadins et beaucoup d'autres citadins de souche des quartiers centraux, de logements suffisants et adéquats. La saturation des quartiers péricentraux et centraux, ainsi que leur engorgement limitent considérablement les offres de logements et l'espace à bâtir. « Non seulement les lots de terrain à bâtir sont rares dans ces zones d'habitation, mais les prix sont aussi très élevés et donc hors de portée de la majorité des citadins » (K. A. Biakouye, 2014, p. 180 ; M. Takili, 2014, p. 129). Ainsi, si le prix d'un lot de 600 m² varie entre 5 et 6 millions de F CFA dans les périphéries, dans les quartiers centraux et péricentraux par contre, ce lot coûte plus de 20 millions de F CFA. Il en est de même des loyers des chambres qui flambent et difficilement accessibles à la population. Les périphéries proches et lointaines deviennent le choix par défaut des citadins en quête du foncier et d'immobilier. Les migrations résidentielles vers les marges de la ville provoquées par les besoins en logements et les nouvelles demandes de terrains à bâtir ont entraîné un étalement sur plus de 50% du périmètre communal. Celui-ci, avec ses 9 000 ha n'occupe aujourd'hui que 41% de la superficie totale de la grande agglomération de Lomé.

Cette superficie est passée de 55 ha en 1914 à 1 275 ha en 1959 pour atteindre 6 907 ha en 1985 et 11 513 ha 10 ans plus tard c'est-à-dire en 1995, ce qui donne une vitesse d'extension de 460 ha/an. Cette vitesse a plus que triplé entre la fin des années 1990 et le début des années 2000. La ville de Lomé comme le montre la figure n°3, a depuis longtemps et largement débordé les limites communales officielles constituant ainsi une vaste aire d'environ 28 000 ha dont les frontières se confondent avec celles de la Préfecture du Golfe (K. A. Biakouye, 2008, p. 159).

Figure 3 : L'extension spatiale de la ville de Lomé



Source : Agetur (2011), adaptation I. Dandonougbo et F. Héthéli (2013)

La figure 3 montre que l'étalement de la ville de Lomé est orienté vers le nord, l'est et l'ouest où des hectares de terres agricoles sont englobés. L'extension spatiale assez vigoureuse a entraîné la réduction et la perte des surfaces cultivables d'autant plus qu'en 96 ans (de 1914 au dernier recensement de la population de 2010), Lomé dans cette dynamique, a grignoté 27 945 hectares de terres propices aux activités agricoles. L'inadéquation entre l'offre de logements et surtout de terrains à bâtir au centre-ville et les besoins en nette augmentation, ne peuvent que favoriser un dynamisme sur les fronts d'urbanisation aussi bien sur les périphéries proches que lointaines, d'où la prolifération d'immenses quartiers périphériques. Cette dynamique des fronts a atteint plusieurs localités dont Adétikopé dans la partie nord qui connaît de profondes transformations sur le plan social et économique.

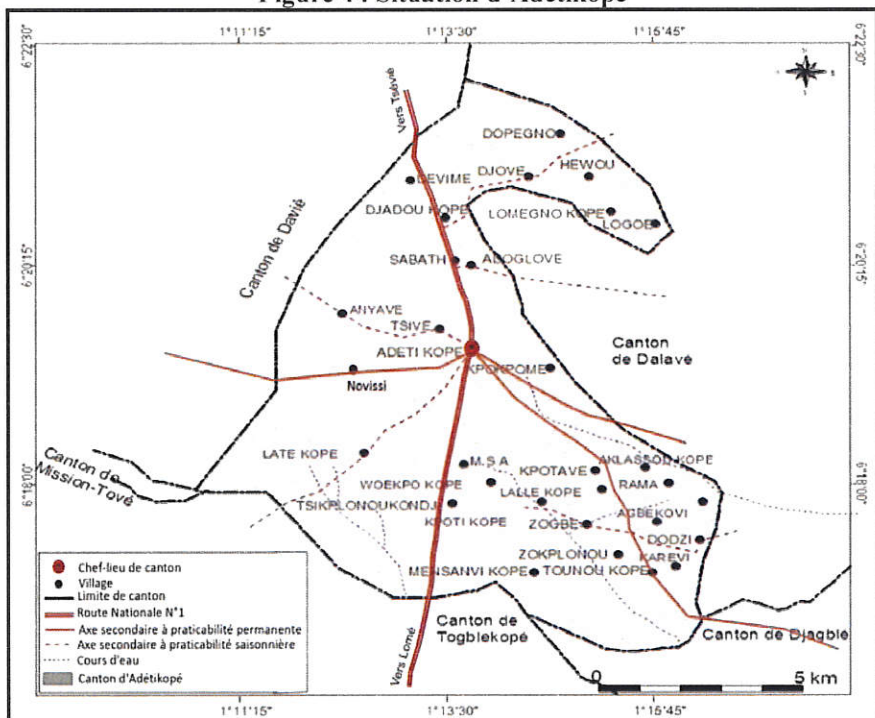
2.2. Les mutations socio-économiques d'un pôle périurbain naissant

2.2.1. Adétikopé, du petit village au centre périurbain

A l'origine, petit village fondé au XIX^e siècle par Assimadi Wodenou, Adétikopé était une bourgade formée d'habitat éparpillé en

petits groupements, sur un 0,52 ha en 1914. Il couvre en 2016 une superficie de 4,8 ha (figure 4).

Figure 4 : Situation d'Adétikopé



Source : IGN et les travaux de terrain, 2015

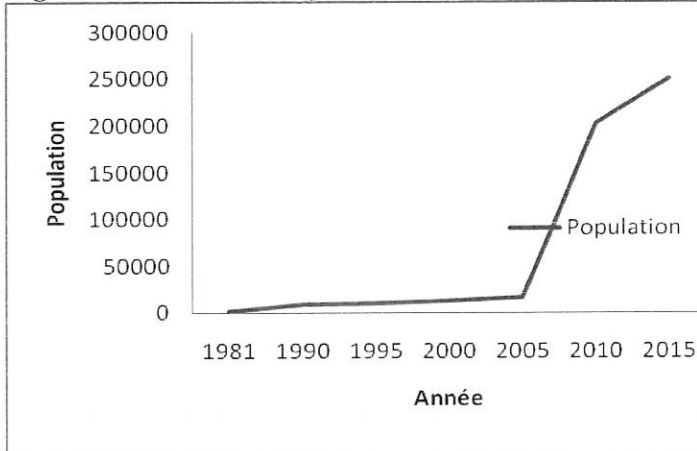
Adétikopé est limité à l'est, à l'ouest et au nord respectivement par les cantons de Dalavé et Davié. Le canton de Togblékopé constitue sa limite sud. Sur le plan administratif, Adétikopé est l'un des 16 cantons que compte la Préfecture du Zio, ce qui représente 54,8 ha, soit 0,20 % de la superficie totale de la Préfecture. Le canton d'Adétikopé dispose de 54,8 ha de réserves foncières urbanisables. Les terres stables propices à l'aménagement justifient la demande de parcelles d'habitation d'acquéreurs venant de la ville et soutenue par les investissements immobiliers et les équipements structurants.

2.2.2. Une augmentation rapide de la population

A partir du début des années 2000, le village d'Adétikopé est sorti de ses limites originelles, et une urbanisation diffuse composée essentiellement de maisons cossues et d'habitations populaires a peu à peu

gagné l'espace au gré de la croissance démographique et de la spéculation foncière. Ce développement anarchique brouille les limites entre Adétikopé et l'agglomération de Lomé. Dans tout le canton, le mitage en est une puissante illustration de l'occupation de l'espace rural. La population du canton d'Adétikopé a connu une rapide évolution entre 2005 et 2015 (figure 5).

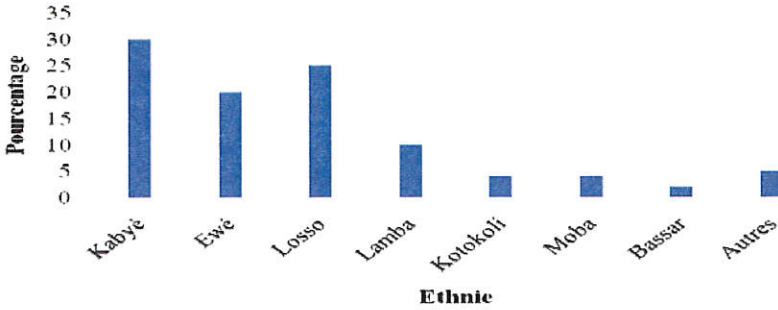
Figure 5 : Evolution de la population du canton d'Adétikopé



Source : Recensements généraux de la population et de l'habitat de 1981, 2010 et estimations

Il ressort de la figure 5 que le milieu d'étude a enregistré une croissance rapide à partir de 2005. Suite aux troubles socio-politiques que le Togo a connu en 2005, Adétikopé a enregistré un afflux massif de population qui a atteint 202 360 au dernier recensement de 2010. En 2015, elle est estimée à 250 000 habitants (DGSCN, 2015). De 1981 à 2010, soit 29 ans, la population du canton a connu un taux d'accroissement de 1873,16 %. C'est une population pluriethnique voire cosmopolite composée majoritairement de Kabyè (30 %), de Losso (25 %) et d'Ewé qui est la population ancienne (25 %) comme l'indiquent les données la figure n°6.

Figure 6 : Répartition des enquêtés selon l'ethnie



Source : Enquête de terrain, 2016

Il apparaît dans cette figure que la population d'implantation ancienne devient de plus en plus minoritaire en raison de l'afflux massif des citadins venus des quartiers centraux et péri-centraux. L'augmentation rapide de la population du milieu d'étude a favorisé la mise en place des équipements socio-collectifs.

2.2.3. Un espace marqué par un début d'équipement en infrastructures socio-collectives

L'accroissement rapide de la population d'Adétikopé modifie depuis quelques années la morphologie de l'espace, profilé pour devenir l'un des pôles résidentiels majeurs de la périphérie de Lomé. L'origine urbaine des acquéreurs du foncier dans le milieu et leur niveau de qualification ou de revenu justifient le poids des transformations du milieu. L'investissement immobilier porté par l'auto-promotion est très significatif. La transformation d'Adétikopé s'illustre par la construction des maisons individuelles à un ou deux niveaux (Photo 1).

Photo 1 : Habitat résidentiel à Adétikopé

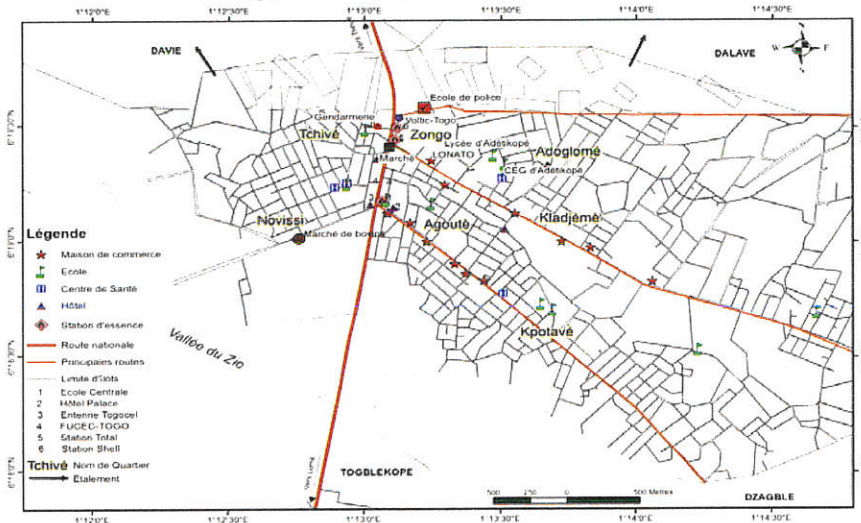


Source : Travaux de terrain, 2016

Les propriétaires sont des catégories socioprofessionnelles supérieures et moyennes mais aussi de profession libérale. L'enquête montre que 43 % des propriétaires sont des cadres venant des secteurs publics et parapublics, de l'armée et de l'université. Ils sont 23 % à être propriétaires ou locataires de la classe moyenne travaillant dans les secteurs publics et privés notamment dans l'informel. La photo 1 illustre les transformations de l'habitat à Adétikopé.

L'importante implantation humaine dans un espace périurbain nécessite la mise en place d'équipements de proximité, de services socio-collectifs. Leur construction à Adétikopé est révélatrice du processus de transformation en cours (figure 7).

Figure 7 : Equipements à Adétikopé



Source : Travaux de terrain, 2016

La zone est le lieu d'intense implantation de services notamment 4 établissements publics d'enseignement secondaire de 1^{er} cycle, du 2^e cycle et 7 établissements primaires. Les établissements privés sont au nombre de 37 dont 29 privés laïcs et 2 privés confessionnels de cours primaire, 5 du secondaire laïc et 1 du confessionnel. D'autres équipements structurants sont aussi mis en place. Il s'agit notamment de 12 centres de santé privés et une gendarmerie pour assurer la sécurité du milieu.

Des équipements urbains multi vocations sont développés dans le milieu et constituent un important facteur de la mutation. Les services sociaux de base tels que l'eau de forage vendue par des particuliers, l'électricité fournie par la Compagnie Energie Electrique du Togo (CEET)

et les communications par téléphones mobiles et par internet gérées par les sociétés d'Etat *Togocel* et *Togotélécom* ainsi que l'opérateur privé *Moov* sont révélateurs du niveau d'évolution du milieu. L'enquête a permis d'identifier 79 kiosques privés de transfert de crédits de communication et d'argent Flooz et 12 opérateurs de cybers café.

2.3. Du recul des activités agricoles à l'essor du commerce et des unités industrielles

Grâce à l'existence d'une bonne desserte routière (Nationale n°1), la localité rurale d'Adétikopé, important milieu d'activités agricoles, connaît de réelles transformations sur le plan économique.

2.3.1. Une situation géographique favorable au développement des services et des activités marchandes

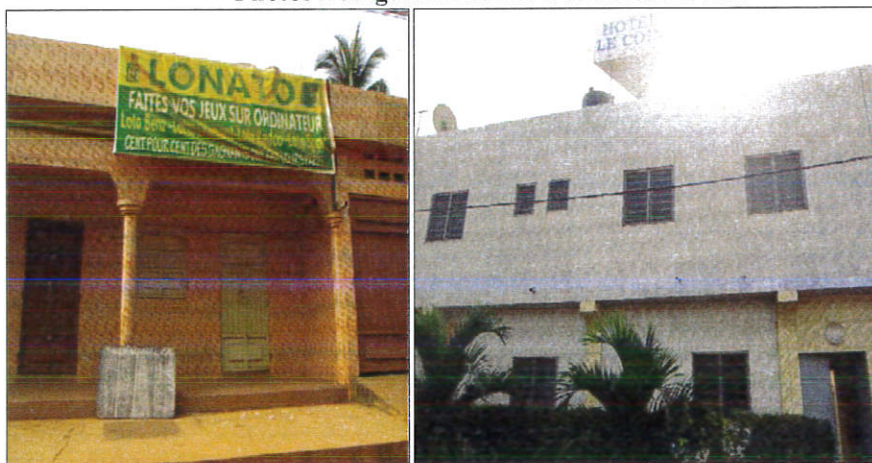
Avec ses conditions naturelles notamment climatiques relativement favorables, Adétikopé a eu jusqu'aux années 2000, une économie basée presque exclusivement sur l'agriculture. Il était ainsi un important centre de production vivrière. Mais avec la poussée urbaine et l'extension des fronts d'urbanisation de Lomé, l'activité agricole s'en est sérieusement ressentie et est rentrée dans une crise liée en grande partie à la marchandisation outrancière des terres. La spéculation foncière très vive sur ces fronts a entraîné l'amenuisement et la pénurie des terres agricoles et par voie de conséquence, une reconversion économique rendue possible par l'inéluctable modernité et l'urbanité envahissante.

Aussi le développement d'Adétikopé a-t-il nécessité une nouvelle considération des activités économiques en rapport avec les nouvelles demandes et exigences des résidents de classes diverses. Le milieu est un espace dans lequel existe une demande en produits manufacturés et alimentaires mais aussi des produits primaires destinés à satisfaire la demande de la population. En effet, Adétikopé bénéficie d'une bonne position géographique car il se situe à l'interface des aires consommatrices de Lomé, situé à 20 km au Sud, et de Tsévié, chef-lieu de la Région Maritime à 10 kilomètres au Nord. Ces deux milieux sont des régions au peuplement élevé où la circulation monétaire est intense.

Le phénomène le plus remarquable est le rythme rapide d'implantation des équipements commerciaux qui est une réponse aux besoins de la société de consommation et au profil social des résidents. Le commerce est structuré autour du principal marché bihebdomadaire situé à proximité de la route nationale n°1. De 6 magasins en 2000, le marché

dispose de 32 en 2015. Les boutiques sont passées de 13 en 2000 à 65 en 2015. L'espace marchand est constitué d'une multitude de places de vente aux fonctions multiples. L'implantation de l'agence principale de la Loterie Nationale Togolaise (LONATO) qui dispose de 12 autres agences collectrices de jeux, 37 boutiques de vente de matériaux de construction, 56 magasins d'alimentation générale, 15 magasins de stockage des produits céréaliers et 11 de vente des produits informatiques, 3 stations-services d'essence (Shell, Total, Somie), des institutions de microfinance dont la Faîtière des Unions de Coopératives d'Epargne et de Crédit (FUCEC), la Coopérative de crédit des Assemblées de Dieu (COOPEC/AD), 4 hôtels, 32 bars restaurants et 6 centres de loisirs contribuent au dynamisme commercial du milieu.

Photos 2 : Agence LONATO et Hôtel Le coin



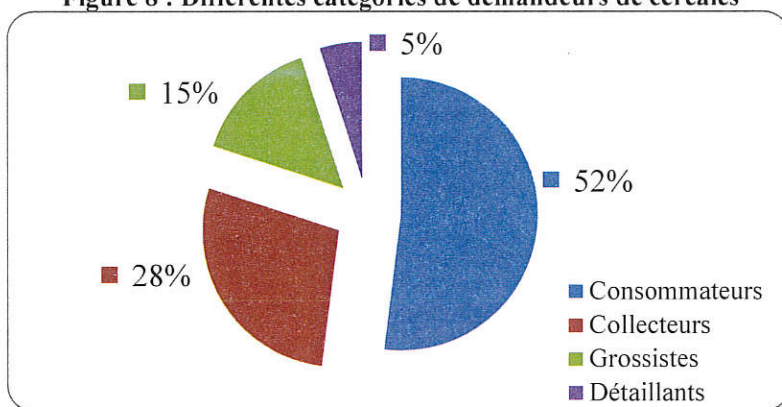
Source : Travaux de terrain, 2016

Grâce à sa position privilégiée à la jonction de l'axe routier n°1 international, régional et national, le marché d'Adetikopé a connu un rapide dynamisme qui assure la triple fonction d'approvisionnement, de collecte et de redistribution des produits finis et primaires en direction de la capitale, de la ville de Tsévié et des localités rurales environnantes. Il anime divers types de commerces (courte, moyenne et longue distance). Il devient ainsi un important marché périphérique d'approvisionnement de produits vivriers de Lomé.

2.3.2. Un marché de produits vivriers et d'élevage qui alimente la capitale

Si l'activité agricole a considérablement diminué à Adétikopé suite à l'urbanisation, dans ses périphéries lointaines notamment Dalavé, Avéta, Assomé, etc, elle a contrairement pris de l'ampleur avec le repli des paysans vers ces milieux. Le marché d'Adétikopé est resté l'un des principaux points de vente des produits vivriers venant de ces localités. Pour satisfaire les besoins d'alimentation quotidienne, la population urbaine de Lomé et de ses périphéries immédiates a recours à ce marché qui fournit des produits à des prix relativement faibles par rapport à ceux pratiqués dans les grands marchés de la capitale. Les animaux de boucherie, les céréales, les tubercules, les fruits et légumes de consommation courante viennent des villages environnants qui assurent l'essentiel de l'approvisionnement du marché. Le commerce informel des produits manufacturés est également développé dans ce marché. Divers commerces de micro-détail jusqu'au semi-gros de rue, le commerce à la sauvette, l'étalage des produits de consommation et cosmétiques et les friperies sont des activités commerciales très dynamiques. La figure n°8 indique par degré l'importance des demandeurs.

Figure 8 : Différentes catégories de demandeurs de céréales

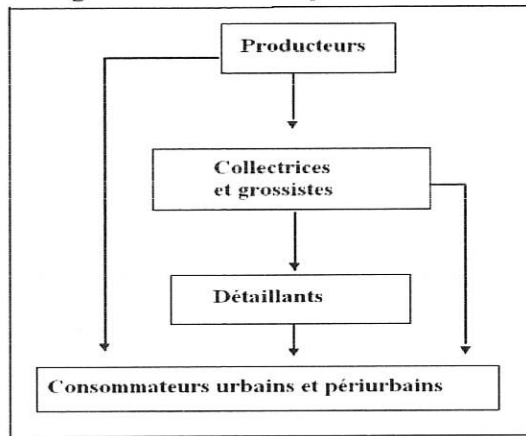


Source : Enquête de terrain, 2016

L'analyse de la figure 8 révèle que parmi les principaux acheteurs des produits céréaliers sur le marché, les consommateurs directs sont plus nombreux (52 %). La forte représentativité de ceux-ci se justifie par le bas prix des produits agricoles et la densification progressive de la population dans le milieu. Le maïs produit est aussi acheminé vers Lomé par les grossistes et les collecteurs.

La variation saisonnière est un important facteur qui influence les prix des produits vivriers sur le marché d'Adétikopé et de Lomé. A titre illustratif, le bol de maïs (2,5 kg) est vendu en avril-mai 2015 (période de pénurie) à 600 F CFA à Adétikopé et à 800 F CFA à Lomé. En septembre-octobre 2015 (période d'abondance) le maïs est vendu à 450 F CFA à Adétikopé et à 550 F CFA à Lomé. Le constat est que le prix de vente des produits alimentaires est faible au marché d'Adétikopé par rapport aux prix pratiqués dans les différents marchés de la capitale quelle que soient les périodes de l'année. La figure 9 indique les différents acteurs du circuit de vente des produits alimentaires.

Figure 9 : Circuits des produits vivriers



Source : I. Dandonougbo et F. Héchéli (2013)

L'analyse de la figure 9 permet de distinguer trois principaux groupes de marchands. Il y a d'abord les producteurs-commerçants qui sont des paysans qui viennent des campagnes environnantes pour écouler leurs produits agricoles. Ils réalisent un commerce des produits agricoles au détail de portée locale et de proximité. C'est un commerce de « survie alimentaire » qui permet aux paysans d'avoir accès au numéraire. Ensuite, les marchands détaillants qui tiennent des boutiques et des hangars dans le marché s'approvisionnent auprès des grossistes et sont les principaux animateurs du marché. Enfin, les grossistes qui sont de grands commerçants qui tiennent des magasins dans la capitale et dans les villes régionales. Ils collectent les produits alimentaires (photo 3) tels que le maïs (*Zea mays*), le sorgho (*Sorghum bicolor*) et le piment (*Capsicum annum*), les stockent pour les revendre à un prix plus élevé en période de pénurie.

Photo 3 : Commerce de détail des produits vivriers



Source : travaux de terrain, 2016

Adétikopé s'affirme depuis 2005 comme un important marché de vente de bovins (photo n°4) de caprins et de volailles en provenance du Nord-Togo et des pays du Sahel, notamment le Burkina-Faso, le Niger et le Mali. L'enquête a permis d'identifier 5 points de vente de bœufs et 26 fermes avicoles dans les environs d'Adétikopé.

Photo 4: Point de vente de bovins à Adétikopé



Source : travaux de terrain, 2016

Des savoir-faire locaux sont à l'origine du développement de petites entreprises d'élevage dispersées sur le territoire du canton, jouant sur la qualité de leurs produits (volailles et caprins). Les citadins viennent faire leurs achats directement dans le marché d'Adétikopé où ces animaux de « meilleure qualité » sont vendus à un prix relativement plus bas que dans les grands marchés de Gbossimé et d'Akodésséwa. Le prix d'un bœuf varie entre 130 000 F CFA et 350 000 F CFA à Adétikopé contre 200 000 F CFA à 450 000 F CFA à Gbossimé.

2.3.3. *Des unités industrielles naissantes*

On assiste depuis le début des années 2010 à un redéploiement à Adétikopé de certaines activités industrielles trop à l'étroit dans le tissu urbain de Lomé. Il s'agit de petites et moyennes unités industrielles qui ont cherché dans l'espace rural plus d'espace et une main-d'œuvre bon marché. La société qui produit l'eau minérale de consommation et White Way qui fabrique les polytanks, toutes deux installées sur 12 000 m². Ces sociétés emploient 2 150 agents et réalisent un chiffre d'affaire annuelle de 1,5 milliard de F CFA. La Nouvelle Société Industrielle du Togo (NOSITO) qui occupe une superficie de 3 000 m², fabrique des tuyaux oranges, PVC et câbles utilisés dans le bâtiment pour répondre à une forte demande sur les fronts d'urbanisation.

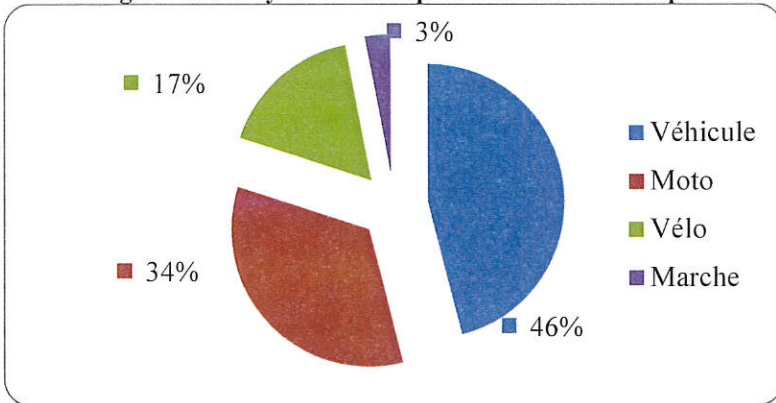
2.3.4. *Un dynamisme commercial soutenu par des infrastructures de transport*

Les infrastructures de transport qui accompagnent l'étalement urbain au Togo sont surtout d'ordre routier étant donné que les voies ferrées datent de la période coloniale et sont actuellement peu praticables (A. Guézéré, 2008, p. 116). Le constat qui s'impose dans l'analyse de l'évolution de la capitale est que la voirie ne suit pas la croissance de la ville. A Adétikopé, le réseau routier est représenté par le tronçon de la route nationale n°1 bitumée et une forte proportion de rues en terre. Situé le long de la route nationale, Adétikopé est en relation avec Lomé, les régions septentrionales du Togo et les pays enclavés du sahel notamment le Niger, le Mali et le Burkina Faso qui dépendent du port de Lomé.

L'aire d'étude est caractérisée par un mauvais état de la majorité (65 %) de ses voies de communication qui se limitent à 4 km de routes bitumées et 13 km de pistes rurales soit au total, 17 km avec un taux de desserte de 41,97 km/km². Les principales pistes sont : Davié-Adétikopé-Djagblé ; Adétikopé-Dalavé. Ces axes sont en très mauvais état avec des nids-de-poule, la rupture des ouvrages de franchissement, le sable et la poussière qui rendent les déplacements difficiles.

Ces différentes pistes sont empruntées par les différents moyens de transports : vélos, pousse-pousse, motos, taxis, bus, minibus et camions. Les moyens de transport les plus utilisés pour effectuer les déplacements sont consignés dans la figure 10.

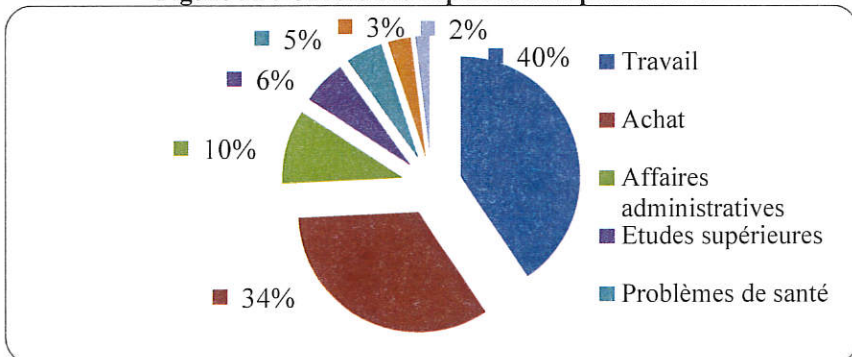
Figure 10 : Moyens de transport utilisés à Adétikopé



Source : Travaux de terrain, 2016

Selon les données de la figure 10, le véhicule est le moyen le plus utilisé par 46% des enquêtés. Il est à noter qu'au niveau des véhicules, les taxis de 5 places viennent en première position des moyens utilisés avec 55 % des utilisateurs, suivis des bus de la Société de Transport de Lomé (SOTRAL) avec 40 % et des véhicules particuliers avec 5 %. Tous ces moyens assurent les déplacements journaliers entre Adétikopé et Lomé la capitale qui polarise toutes les activités politiques, administratives et économiques. En effet, « Adawlato (principal marché de la ville de Lomé et du Togo) et le quartier administratif concentrent à eux seuls selon la répartition des opérations économiques, 36 % des activités formelles de l'agglomération urbaine et 31 % de l'ensemble national » (M. Takili, 2014, p. 61). Malgré le dynamisme d'Adétikopé, il continue par dépendre de Lomé à plusieurs niveaux : travail et achat surtout (figure 11).

Figure 11 : Causes des déplacements pendulaires



Source : Travaux de terrain, 2016

Il ressort de cette figure que les déplacements liés au travail et à l'achat prédominent dans les mouvements pendulaires entre Adétikopé et Lomé. Cette prédominance s'explique par la concentration des services administratifs et des activités économiques au centre-ville. En retour, Adétikopé est un cadre privilégié pour l'achat des produits vivriers par les grossistes et les consommateurs venant surtout de Lomé.

La marchandisation des terres à Adétikopé est aussi une activité dynamique qui attire de nombreux acquéreurs de Lomé.

2.3.5. Un marché foncier très actif

La croissance rapide et soutenue de la population dans les grandes villes a entraîné, suite à la forte demande du foncier pour les divers usages, l'extension de leur superficie et surtout l'augmentation de la pression foncière. En effet, longtemps considérée en Afrique comme un bien collectif, inaliénable et non spéculatif, la terre a connu une mutation aussi bien dans son mode d'accès que dans son usage, ce dernier étant devenu plus diversifié dans les centres urbains. Dans les grandes villes et métropoles en général, la pression foncière y est si forte qu'elle a particulièrement favorisé une marchandisation poussée de la terre (Ph. Antoine A. Dubresson Alain, Manou-Savina Annie, 1987, p. 102 ; K. A. Biakouye, 2014, p. 281). A Lomé comme dans les grandes villes du Sud, les espaces périurbains, zones d'activités agricoles par excellence, sont devenus les cibles privilégiées pour les assauts divers des populations des villes notamment celles des quartiers centraux et péri-centraux. Sur les fronts d'urbanisation dont Adétikopé, l'usage agricole a cédé progressivement la place à l'usage résidentiel qui prend de l'ampleur, et la terre de la rente agricole, est devenue une rente urbaine très prisée.

Dans la capitale togolaise en pleine métropolisation, les transactions foncières sont de plus en plus assimilées à celles d'un réel produit de base avec une envolée des prix moyens annuels du foncier variant entre 15 et 30 % (M. Takili, 2014, p. 128). Comme le montre le tableau ci-dessous, les prix des terrains connaissent une hausse considérable à Lomé et ses environs.

Tableau 1 : L'évolution du prix moyen du m² du sol au centre-ville et à Adétikopé

Années/ Zone	Centre-ville	Adétikopé
1960	128	20
1972	334	127
1979	6838	198

1984	7500	245
1990	10834	417
2000	13334	667
2010	83334	2667
2015	600 000	8333
Taux de croissance	4686,5 %	415,65 %

Source : Y. Dziwonou (2001), M. Takli (2014) et nos travaux de terrain

En effet, il ressort de ce tableau que le prix moyen du m² du sol évolue d'une façon fulgurante dans les deux zones. L'accroissement démographique dû au croît naturel élevé, l'arrivée massive des immigrants de l'intérieur du pays et la forte demande foncière expliquent l'augmentation sensible du prix des parcelles à Lomé et dans ses périphéries. La transaction foncière est devenue une activité très lucrative qui attire de nombreux actifs. Au cours des travaux, 48 agents immobiliers qui ont eu à vendre en moyenne 5 à 10 parcelles chacun, ont été recensés. En 2015, à Adétikopé, la valeur du m² du sol dans les milieux stables est supérieure à 8 333 F CFA/m². Au cours de la même année, dans le centre-ville, la valeur du m² est de 600 000 F CFA. La différence du prix du m² entre ces deux zones est due surtout à son niveau d'équipement. Les prix très explosifs des parcelles surtout au centre-ville sont si élevés qu'ils éliminent les classes à revenu moyen et faible (M. Takili, 2014, p. 130) qui sont obligées de chercher des parcelles moins chères dans les milieux périphériques lointains tels que Djangblé, Atidjè, Adétikopé, Davié et Mission Tové.

La valeur du foncier, combinée à l'acuité des problèmes de logements, a engendré l'émergence d'un marché immobilier informel très actif. Celui-ci met en jeu plusieurs acteurs aux intérêts contradictoires dont leurs actions transforment le milieu. Il s'agit des propriétaires coutumiers, des spéculateurs, des acquéreurs et commissionnaires appelés communément des Agents Immobiliers Informels (AII).

Les propriétaires sont les principaux vendeurs de terrains et constituent un groupe restreint d'autochtones. Dans ce marché foncier coutumier, celui qui veut acheter un terrain se présente chez le propriétaire et lui exprime son désir. Parfois, par manque de moyens financiers pour les démarches administratives du lotissement, ceux-ci l'aident financière des acquéreurs, et le terrain perd une bonne partie de sa valeur vénale. Ce marché foncier coutumier a permis aux populations aux revenus faibles d'accéder à la propriété d'une parcelle à bâtir.

Les spéculateurs, constitués de géomètres, de grands commerçants et de nantis achètent des parcelles de plus de 5 ha dans le but de les revendre entre 5 et 10 ans à un prix élevé (5 à 10 fois le prix de départ et même plus). Une parcelle de 600 m² achetée à 500 000 F CFA en 2005 est revendue entre 2 500 000 et 5 000 000 F CFA voire plus en 2014. Ces pratiques contribuent à la vacance des parcelles non bâties. Il ressort des enquêtes que 40 % des propriétaires achètent des terrains auprès d'un revendeur-spéculateur.

Les acquéreurs sont des acteurs qui prennent le risque d'acheter des terrains pour devenir des propriétaires. Parmi les modes d'accès à la terre, l'achat constitue le principal mode d'aliénation, et d'après les enquêtes de terrain, 73 % des propriétaires ont accédé à leurs parcelles par achat. L'un des acteurs qui gouvernent quotidiennement des transactions immobilières, demeurent les commissionnaires qui mettent en relation des vendeurs et des acheteurs (ou bailleurs et locataires). Ces commissionnaires sont de deux types, des courtiers légaux qui sont des agents immobiliers formels (des cabinets notariaux et des huissiers) et des AII, ces derniers étant les plus nombreux et les plus sollicités.

Les AII constituent les intermédiaires impliqués à tous les niveaux du processus de la production foncière, bien qu'ils n'aient eu aucune autre initiation que celle d'un apprentissage sur le tas. Chacun pratique le travail d'intermédiaire à sa façon, donnant à cette activité un caractère multiforme.

Avec un secteur assez composite et surtout la marchandisation très poussée des terres assurée par les propriétaires et géomètres, les conflits fonciers interminables s'aggravent dans les périphéries de la ville de Lomé. Y. Dziwonou (2001, p. 182) fait référence aux sources de conflits fonciers à Lomé en parlant des levées mal effectués par les géomètres lors du lotissement, ventes multiples d'un terrain à plusieurs acquéreurs, la vente illégale de la propriété d'autrui, la remise en cause des actes de vente qu'avaient délivrés les parents et la détention de plusieurs titres fonciers pour la même parcelle. Cette situation est vécue dans le canton d'Adétikopé où les litiges fonciers se terminent souvent par des plaintes à la justice, la destruction des maisons et les graffiti sur les murs.

Conclusion

Le tissu urbain de Lomé, à l'instar de ceux des autres grandes villes de la sous-région ouest africaine et du Sud en général, est le théâtre de

dynamique et de recompositions spatiale, économique et sociale. Les périphéries métropolitaines dans leur ensemble sont ainsi le lieu de mutations à la fois importantes, rapides et profondes qui, non seulement témoignent de ce dynamisme, mais reposent aussi la problématique des rapports entre la ville-centre et ses périphéries.

Malgré la distance et l'obstacle naturel que constitue la vallée du Zio, Adétikopé et ses petits villages mitoyens n'ont pas échappé à l'étalement vertigineux de Lomé la capitale du Togo et ses implications. Au terme de notre analyse, il est apparu que la transformation de l'espace, la disparition des activités agricoles mais aussi et surtout l'apparition et l'essor des activités commerciales sont les signes et les manifestations tangibles de cette mutation en cours sur ces franges lointaines de la ville.

Mais alors ce développement des activités économiques, illustration à la fois d'un début d'élaboration d'un pôle de centralité secondaire et d'autonomie traduit-il pour autant la fin de la domination du centre-ville ? Dans tous les cas, avec l'amplification du phénomène de métropolisation et la constitution d'une région urbaine en consolidation, et malgré la naissance et le renforcement des centralités secondaires, l'attractivité et l'emprise de la ville-centre semblent loin de faiblir.

Références bibliographiques

- ANTOINE Philippe, DUBRESSON Alain, MANOU-SAVINA Annie, 1987, *Abidjan côté cour*, Paris, Karthala-ORSTOM collection Hommes et Sociétés.
- ASSAKO ASSAKO René Joly (ed), 2011, *Yaoundé. La métropole face à son arrière-pays*, Paris, Editions Dinoïa.
- BIAKOUYE Kodjo Awussu, 1998, *Etude de l'évolution socio-économique d'une ville secondaire en zone de plantation au Togo : Kpalimé de l'essor à la décadence relative*, mémoire de maîtrise de géographie, Lomé, Université du Bénin.
- BIAKOUYE Kodjo Awussu, 2008 : « Dynamique urbaine et mutations économiques et spatiales dans la zone périphérique nord de Lomé », *Lomé, dynamiques d'une ville africaine*, p. 151-167.
- BIAKOUYE Kodjo Awussu, 2014, *Lomé au-delà de Lomé : étalement urbain et territoires dans une métropole d'Afrique sub-saharienne*, thèse de doctorat unique de géographie, option géographie urbaine, des universités de Paris Ouest Nanterre La défense et de Lomé.

- DANDONOUGBO Iléri, HETCHELI Follygan, 2013, « Les incidences de l'extension spatiale de la ville de Lomé sur la production agricole périurbaine », *Ingénierie culturelle*, n°002 décembre 2013, Institut Régional d'Enseignement Supérieur et de Recherche en Développement culturel (IRES-RDEC), Lomé, p. 183-202.
- DZIWONOU Yao, 2001, *Croissance urbaine et mécanismes fonciers. Contribution à l'établissement d'une géomantique cadastrale : le cas de la ville de Lomé*, thèse de Doctorat d'Etat ès-Lettres, Lomé, Université du Bénin.
- GUEZERE Assogba, 2008, "*Oleyia*" (*Taxi-moto*), *Acteurs et usagers d'un mode de transport artisanal récent à Lomé*, thèse de doctorat de géographie, option géographie urbaine, Lomé, Université de Lomé.
- NYASSOGBO Gabriel. Kwami, 2010, «Les contraintes de l'étalement urbain ou l'absence de la politique urbaine dans les villes du Togo : l'exemple de Lomé », *ĀHCHĀ*, n°5-4^{ème} année, Université de Lomé, Lomé, p. 106-126.
- ONU-HABITAT, 2010, *L'état des villes africaines 2010 : Gouvernance, inégalités et marchés fonciers urbains*, Nairobi.
- PROST Brigitte., 1994, « L'agriculture périurbaine : analyse d'une marginalité », *Bull. Assoc. Géogr. Franç.*, n°2, p.144-151.
- SNRECH Serge, 1994 : *Pour préparer l'avenir de l'Afrique de l'Ouest à l'horizon 2020. Synthèse des perspectives à long terme en Afrique de l'Ouest*, OCDE BAD/ABD/CILSS.
- TAKILI Madinatètou, 2014, *Croissance urbaine et dynamique des zones d'habitat précaire à Lomé*, thèse de doctorat unique de géographie urbaine. Lomé, Université de Lomé.

LE COMMERCE DE RUE COMME MARQUEUR DE L'ESPACE URBAIN: CAS DE LA VILLE DE COTONOU

Coffi Adrien DOSSOU-YOVO
Université d'Abomey-Calavi

Résumé : A l'instar des autres villes de l'Afrique de l'Ouest, les artères de Cotonou connaissent la présence des petits commerces qui participent au façonnement du paysage urbain. Le présent travail est un essai de typologie des espaces urbains à partir de la densité d'occupation de la rue par les unités commerciales (UC). L'approche méthodologique est basée sur l'observation directe et le calcul du taux d'occupation à partir du comptage systématique des unités commerciales d'un échantillon de 95 rues. Outre les outils de la statistique descriptive (fréquence, moyenne, illustrations graphiques), la cartographie a été utilisée pour traiter les données collectées. Les résultats obtenus permettent de définir cinq types d'espaces. Le premier type connaît un surencombrement diurne avec un taux d'occupation supérieur à 2 UC/ML. Le deuxième type d'espace enregistre un surencombrement vespéral des rues avec un taux de 1,9 UC/ML. Le troisième type connaît un encombrement modéré à la mi-journée et un taux moyen de 0,7 UC/ML. Le quatrième type concerne les espaces modérément mais continûment encombrés. Le cinquième type regroupe des espaces très faiblement occupés avec une ambiance de "calme plat". Les principaux explicatifs des "ambiances" observées sont la mobilité urbaine, la recherche de visibilité, la disponibilité foncière, le mode d'exercice et le revêtement de la rue. Au total, l'analyse de la densité d'occupation de la rue par les activités économiques, permet de définir des espaces homogènes perçus et reconnus permettant à l'usager d'avoir la sensation d'entrer, de sortir ou d'être dans un espace.

Mots-clés : Cotonou, commerce de rue, marqueur, espace urbain.

Abstract: Like other West Africa cities, streets in Cotonou are filled with trading activities which help in shaping the landscape of the urban space. This study aims at defining the topology of the urban area based on the analysis of occupancy of streets by commercial units (CU). The methodology used is made up of direct observation and calculation of the rates of occupancy obtained in the systematic enumeration of trade units from a sample of 95 streets. Besides the descriptive statistical tools (frequency, mean, charts), cartography was also used in processing the data collected. The outcomes help to define five types of urban areas. The first type is overcrowded areas with a rate of occupancy over 2 CU/LM. The second type is also overcrowded with commercial activities in the evening with a rate of 1.9 CU/LM. The third type is characterized with moderate congestion by the middle of the day with average rate of 0.7 CU/LM. The fourth type is associated with areas with moderate but continuous congestion. The fifth type is "flat calm" ambiance areas due to lower rate. The main explanations for geographical distribution are urban mobility, search for exposure, availability of land, way of exercising the activity and the surface of the street. In conclusion, the analysis of the streets occupancy rate by economic activities allows defining urban spaces perceived and known in the town which makes the users to have the zeal to come and go out or being at a particular given space.

Keywords: Cotonou, street trading, marker, urban space.

Introduction

La rue peut se définir comme l'espace géographique délimitant les immeubles ainsi que ses abords immédiats. Elle comprend la chaussée, le trottoir et le terre-plein. C'est l'élément le plus structurant de la morphologie de la ville dont elle assure le maillage. Elle porte la marque des activités humaines qui s'y déroulent. La rue africaine vit avant tout au rythme des petites activités marchandes ou artisanales qui en font aujourd'hui un élément incontournable de la description des paysages urbains (J.-F. Steck, 2006, p. 73). De ce point de vue, l'activité économique de la ville est partie prenante de la « base » paysagère, de l'ambiance d'un lieu.

Le présent article résulte d'un travail exploratoire sur les possibilités d'établir la typologie des espaces urbains à partir de l'analyse de la densité d'occupation du réseau viaire par les activités commerciales. Il se veut être une modeste contribution à la réflexion sur les liens entre les activités commerciales et la structuration des lieux qui les abritent.

1. Problématique

La connaissance des espaces urbains et périurbains semble aujourd'hui constituer un enjeu majeur pour une meilleure gestion des villes en Afrique subsaharienne. Dans ce contexte, la caractérisation des espaces urbains en est un élément important qui repose sur diverses approches: démographique, morphologique, qualitative, fonctionnelle, etc. Mais quelle que soit l'approche utilisée, le choix de variables pertinentes constitue un préalable à l'exercice de typologie (J. Coenen-Huther, 2007, p. 28).

Les rues se différencient les unes des autres selon l'espace et le réseau de relations dans lesquels elles s'inscrivent (A. Fleury, 2000, p. 36). Le développement des petites activités commerciales urbaines relevant du secteur informel s'accompagne le plus souvent d'une importante occupation de la rue sous diverses formes ambulantes, sédentaires, temporaires et permanentes (A. C. Dossou-Yovo, 1999, p. 7 ; J.-F. Steck, 2006, p. 73 ; G. W. Bohoun, 2007, p. 24). L'occupation des rues dans les grandes villes d'Afrique sub-saharienne est un phénomène ancien, mais qui s'est amplifiée ces deux dernières décennies. Les trottoirs et les carrefours sont pris d'assaut et encombrés par une population de plus en plus nombreuse qui y exerce de multiples petites activités (G. K. Nyassogbo, 2011, p. 24). Les petites activités commerciales et artisanales ne sont pas seulement un moyen de subsistance. Leur répartition dans l'espace urbain permet de doter un lieu d'une ambiance singulière, spécifique (M. T. Cuonzo, 2003, p. 272). La notion d'ambiance repose sur l'ensemble des sens humains et se décrit comme la rencontre entre une donnée physique et ce que les sens en perçoivent (J.-F. Augoyard, 1979, p. 112). Cette thématique fait notamment référence à la notion de paysage qui est un objet d'étude important en géographie. Elles se fondent sur une spatialité du proche, du contact, de l'interaction avec l'environnement immédiat, une géographie du vécu (J.-M. Besse, 2010, p. 268). De ce point de vue, le commerce de rue serait aussi un "marqueur" géographique (J.-F. Steck, 2006, p. 73).

La question sous-jacente et qui sert de fil à plomb à ce travail est de savoir dans quelle mesure les caractéristiques des paysages urbains abordées ici sous l'angle des ambiances, découlent de la répartition spatiale des unités commerciales.

2. Objectif

L'objectif de cet article consiste à construire une caractérisation des espaces urbains exclusivement fondée sur le taux d'occupation des rues qui détermine dans une grande mesure l'ambiance d'un lieu.

3. Hypothèses

Ce travail repose sur le postulat central que la densité d'occupation des rues par les activités économiques est un indicateur pertinent de caractérisation des espaces urbains.

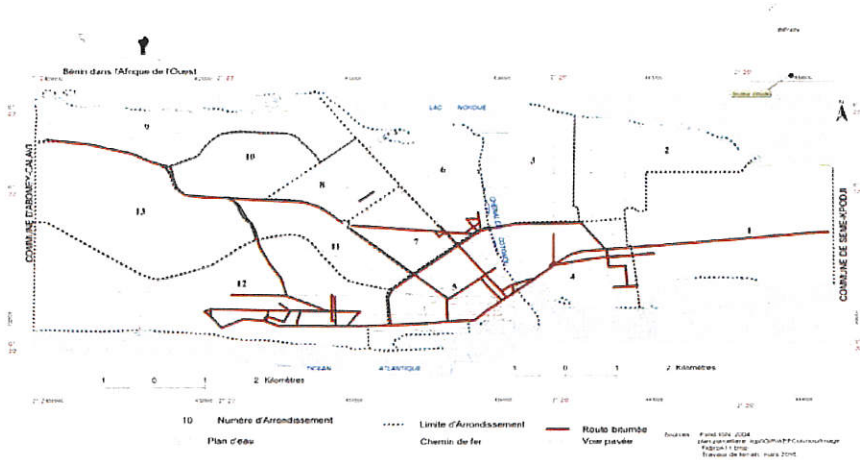
4. Méthode et Matériels

4.1. Le cadre géographique de l'étude

Le cadre géographique de ce travail est la ville de Cotonou (figure 1). Elle est bâtie sur le rivage du Golfe du Bénin et s'étend entre 6°21' de latitude Nord et 2°26' de longitude Est. Elle est limitée au nord par la commune de Sô-Ava et le lac Nokoué, au Sud par l'Océan Atlantique, à l'Est par la commune de Sèmè-Kpodji et à l'Ouest par celle d'Abomey-Calavi. Deux raisons justifient le choix de cette ville comme champ d'investigations. D'abord, Cotonou est le poumon économique du Bénin et le plus grand foyer des activités informelles du pays. Ensuite, par sa position géographique, elle entretient des échanges privilégiés avec toutes les régions de l'intérieur, ainsi qu'avec le Nigéria, dont la proximité favorise le commerce grâce à un approvisionnement facile de divers articles.

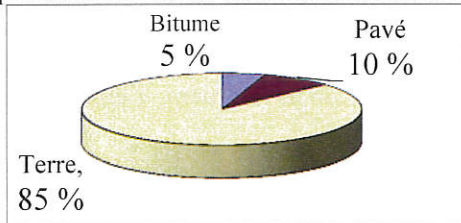
S'agissant du réseau viaire de la ville, il compte environ 1400 rues dont 972 (soit 69 %) sont aménagées et ouvertes à la circulation, (A. C. Dossou-Yovo, 2013, p. 113).

Figure 1: Trame du réseau viaire de la ville de Cotonou



Comme le montre la figure 1, la répartition des voies présente de grandes disparités géographiques. Le secteur ouest de la ville de Cotonou dispose d'un réseau viaire nettement plus dense que celui du secteur Est. On dénombre dans le secteur ouest, plus de 642 voies ouvertes, soit plus des 2/3 de l'ensemble des voies. Cette inégale répartition s'explique par le fait que 70 % de la superficie de la ville sont situés à l'Ouest du chenal qui la traverse. Aussi, les principaux supports spatiaux des activités commerciales sont-ils plus nombreux dans le secteur ouest. L'état du revêtement présente également une grande disparité (figure 2).

Figure 2 : Répartition du réseau viaire selon la nature du revêtement



Source : Dossou-Yovo (2013), à partir des données de la DST, Mairie de Cotonou

Le réseau viaire de la ville de Cotonou mesure 840 km, dont 15% sont revêtues. Le réseau revêtu assure les liaisons interurbaines et entre quartiers de la ville. Le réseau non revêtu est composé des voies tertiaires ou distributeurs ainsi que des collecteurs et dessertes (A. Tonato, 2009, p. 25).

4.2. Méthodes de collecte et de traitement des données

Deux approches complémentaires ont été utilisées dans le cadre de ce travail : l'observation et le comptage des unités commerciales de rue (UCR).

4.2.1. Observations directes

Deux techniques d'observation ont été utilisées: l'observation *in situ* et l'observation *ex situ* :

L'observation *in situ* a consisté en une série d'observations " discrètes" des pratiques et des comportements relatifs à l'occupation de l'espace public que l'opération de comptage des unités économiques ne peut cerner. Elle a également permis de toucher du doigt l'ambiance qui caractérise chaque entité spatiale et selon le cas, d'appréhender l'homogénéité ou l'hétérogénéité des paysages.

L'observation *ex situ* a essentiellement porté sur l'analyse des cartes et plans de la ville de Cotonou. Elle a permis de définir la trame du réseau viaire de la ville. Cette trame constitue la structure apparente et le champ de l'enquête qui est délimitée par l'alignement des bâtiments (qui ne font pas partie du cadre de l'étude). Elle comprend alors la chaussée et les trottoirs qui abritent l'essentiel des phénomènes recherchés.

4.2.2. Comptage des unités commerciales

Le comptage a porté sur un échantillon de 95 rues (soit un peu plus de 10 % de la voirie) .Les rues ont été retenues sur la base de la méthode du choix raisonné à deux degrés. Le premier degré de tirage a pris en compte les critères liés aux caractéristiques des espaces desservis par la rue (standing, situation géographique, fonction dominante, etc.). Le second degré de tirage s'est fondé sur des critères liés aux caractéristiques du réseau viaire rue (nature du revêtement, l'emprise, nombre de trottoirs, intensité du trafic, etc.).

Chaque rue a fait l'objet d'un comptage systématique des unités commerciales indépendamment de la taille, de la nature, de la modalité d'exercice et de la localisation. Les caractéristiques des unités commerciales identifiées sont notées sur un canevas de structure. Les tronçons de rue et les types d'unités commerciales sont identifiés selon un code d'annotation alphanumérique. Par ailleurs, vu la nature et le caractère des activités informelles, il a été établi un protocole chronologiquement représentatif de la fréquence d'apparition des phénomènes pour avoir les chances de les mesurer dans leur phase d'expression optimale. Cette

précaution était nécessaire pour éviter le décompte multiple en particulier, en ce qui concerne les activités ambulantes.

4.3. Matériels et outils de collecte de données

Trois types de matériels et outils ont été utilisés à savoir :

- *Les cartes* : il s'agit de la carte administrative de Cotonou (IGN Bénin, 2007 à l'échelle 1/10 000) ; du plan guide de Cotonou (IGN Bénin, 1995 à l'échelle 1/15 000) et de la carte numérique de la voirie de Cotonou (IGN Bénin, 2008).

- *Le canevas de recensement des unités économiques de rue* tiré du plan de Cotonou au 1/10 000^e qui a été agrandi de sorte que les trottoirs soient bien visualisés pour les besoins du recensement. Ce canevas se calque sur le schéma de rue comprenant des tronçons délimités par les rues secondaires qui débouchent sur l'artère principale.

- *Un appareil photographique numérique* de marque NIKKON est utilisé sur le terrain pour la prise de vues afin d'illustrer quelques aspects des paysages urbains observés.

4.4. Traitement et analyse des données

Les données recueillies ont été traitées avec le logiciel SPSS 11.01 et le tableur Excel 1.10. Les cartes ont été réalisées à partir du logiciel Arcview 3.2. Pour mettre en évidence la répartition spatiale des Unités Commerciales de Rue (UCR), il a été procédé au calcul du taux d'occupation¹. La discrétisation des valeurs ainsi obtenues s'est faite sur la base de la méthode des seuils observés (histogramme de fréquence). La série visualisée est alors découpée selon les seuils de discontinuités ou "ruptures".

5. Résultats et discussions

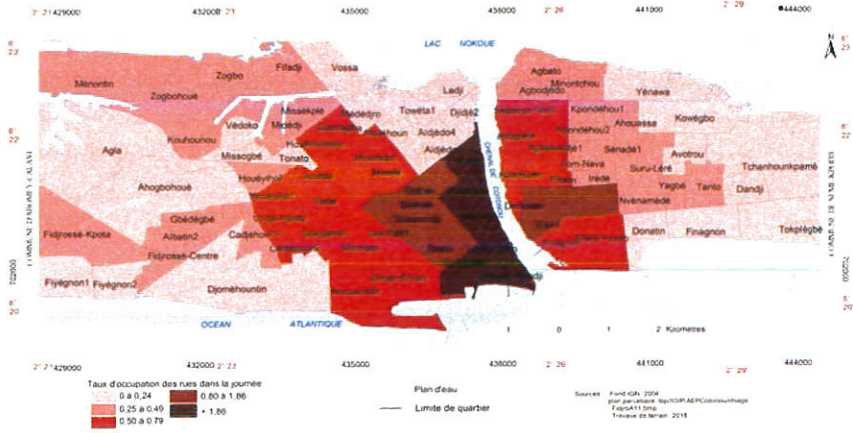
5.1. Typologie des espaces induits par le commerce de rue

Les activités commerciales se retrouvent un peu partout dans l'espace urbain. Elles impactent différemment le paysage urbain selon leur prépondérance, leur permanence et leur mode d'exercice. Les résultats des observations *in situ* combinés aux taux d'occupation des rues de la journée

¹ Ce taux traduit le rapport du nombre d'unités commerciales dénombrées à la longueur de la rue concernée. Le résultat de l'opération exprimé UCR/ML sera lu "nombre d'unités commerciales de rue par mètre linéaire".

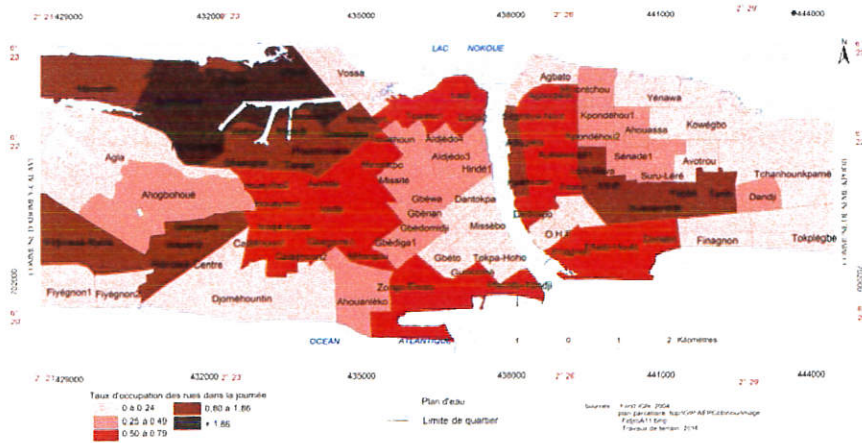
et ceux du soir permettent de définir des entités surfaciques relativement homogènes (figures 3 et 4).

Figure 3 : Taux d'occupation diurne des rues selon les quartiers de Cotonou



Source : Enquête de terrain, 2015

Figure 4 : Taux d'occupation vespérale des rues selon les quartiers de Cotonou



Source : Enquête de terrain, 2015

L'analyse approfondie des figures 3 et 4 révèle que chacune des entités surfaciques identifiées renvoie à des spécificités socio-urbaines qui correspondent à une réalité géographique bien définie.

Par la suite, il a été procédé à un regroupement des entités surfaciques à partir d'une logique simple. Si la valeur du taux d'occupation

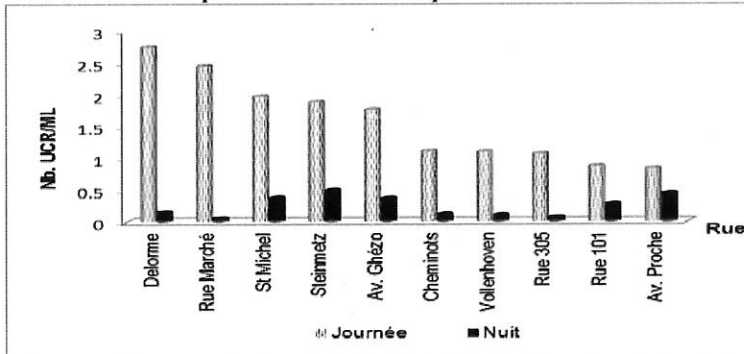
d'une rue est relativement similaire à celles relevées dans les rues voisines, on en déduit qu'il existe une continuité paysagère. Cette continuité qui s'exprime par des propriétés identiques d'un espace à l'autre suppose une certaine « monotonie paysagère ». En revanche, lorsque le taux est nettement différent, les unités spatiales présentent des ambiances différentes induisant alors une hétérogénéité et donc, une discontinuité paysagère.

Sur cette base, cinq types d'espaces urbains ont été définis comme suit.

5.1.1. Les espaces aux rues surencombrées le jour

Les rues de ces espaces enregistrent des taux d'occupation extrêmement élevés (dépassant partout 1 UCR/ML) pour atteindre 2,8 UCR/ML pour les artères proches des marchés (figure 5). Ces espaces sont le siège par excellence du commerce de demi-gros et de détails des produits manufacturés, des textiles, des produits cosmétiques, de la maroquinerie, la friperie, etc.

Figure 5 : Taux d'occupation des rues des quartiers centraux et commerçants



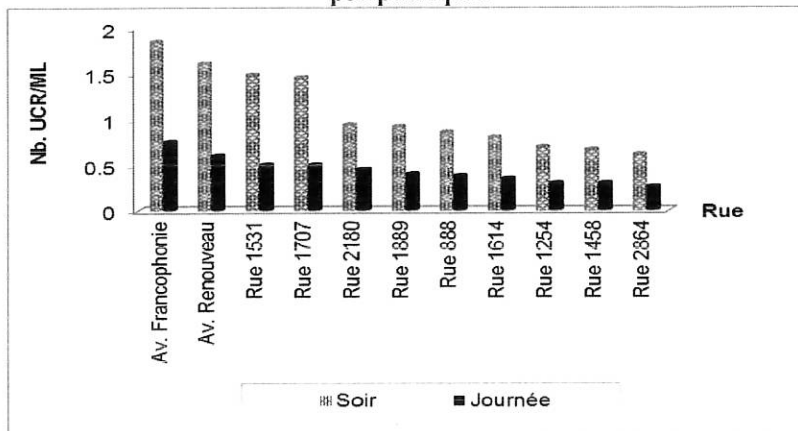
Source : Enquête de terrain, 2015

Ces rues sont incontestablement des lieux par excellence du surencombrement par les activités commerciales, en particulier sur les pourtours des marchés. Ces rues se retrouvent dans le centre-ville et des quartiers commerçants comme Ganhi, Missebo, Dantokpa, Guinkomey, Jonquet, Saint Michel. Ces quartiers sont les plus animés de la ville dans la journée aux heures de service. En revanche, les activités sont fortement ralenties, voire quasi inexistantes la nuit lorsque les services, boutiques et baraques sont fermés.

5.1.2. Les espaces desservis par des rues surencombrées le soir

Ces espaces enregistrent des taux d'occupation extrêmement élevés le soir (entre 0,8 UCR/ML à 1,9 UCR/ML contre 0,4 à 0,6 UCR/ML dans la journée) comme l'illustre la figure 6.

Figure 6: Taux d'occupation des rues des quartiers populaires et périphériques



Source : Enquête de terrain, 2015

L'ambiance observée ici, est à l'inverse de celle décrite précédemment. Dans la journée, les rues sont plutôt modérément occupées alors qu'elles sont surencombrées le soir. Cette situation s'observe dans des quartiers comme Avotrou, Dandji, Lokokoukoumé, Aglangandan, Zogbo, Zogbohouè, Menontin, Agla. Ces derniers remplissent des fonctions mixtes à la fois résidentielle, administrative et commerciale sans qu'aucune de ces fonctions ne l'emporte nettement sur les autres. Ces secteurs de la ville sont les plus animés le soir.

Qu'ils soient surencombrés dans la journée ou dans la soirée, les trottoirs de ces quartiers enregistrent une forme d'occupation totale aussi bien longitudinalement que latéralement. La densité d'occupation est telle qu'il n'y a aucune place pour la circulation piétonne. La fonction du trottoir s'en trouve ainsi transformée (planche 1).

Planche 1: Scènes d'occupation totale des trottoirs : Avenues Delorme (A) et Renouveau (B)

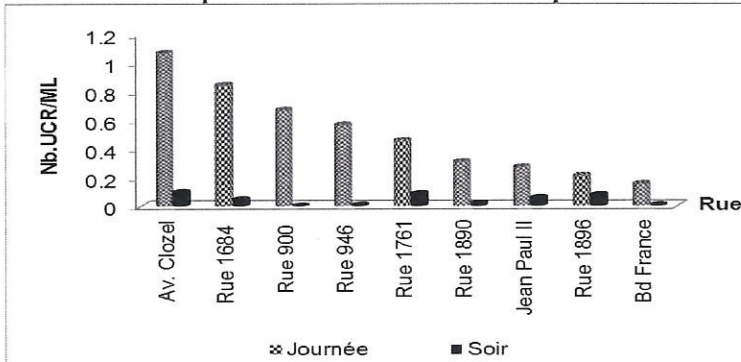


Prise de vue, Dossou-Yovo, Novembre 2012 et avril 2015

5.1.3. Les espaces aux rues encombrées aux heures de service

Ces espaces se situent surtout dans les quartiers administratifs. Le réseau viaire est marqué par des taux d'occupation plutôt moyen variant entre 0,3 à 1,07 UCR/ML (figure 7).

Figure 7 : Taux d'occupation des rues desservant les quartiers administratifs



Source : Enquête de terrain, 2015

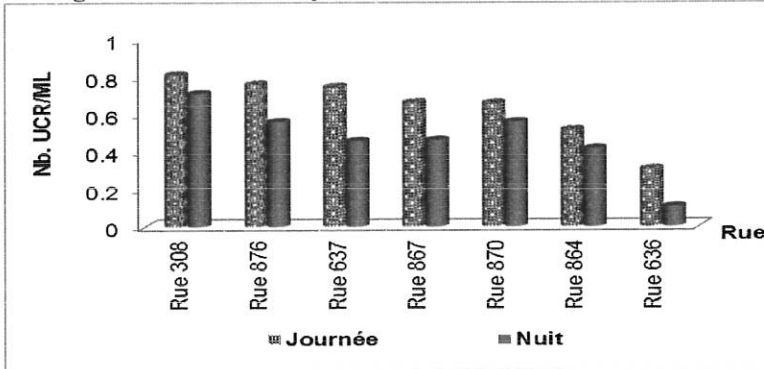
Les espaces concernés enregistrent le pic de l'occupation aux heures de pause entre 12 heures 30 et 14 heures 30. Les plus forts taux sont enregistrés le long des artères qui débouchent sur les quartiers commerçants et les administrations (banque et ministères). L'activité

dominante est le petit commerce, en particulier la restauration attirée par la clientèle que constituent les fonctionnaires.

5.1.4. Les espaces desservis par des rues à encombrement ininterrompu

Ces espaces présentent une concentration d'UCRs relativement forte de jour comme de nuit. Les taux d'occupation sont compris entre 0,4 et 0,8 UCR/ML (figure 8).

Figure 8 : Taux d'occupation des rues des quartiers anciens



Source : Enquête de terrain, 2015

Cette situation se rencontre dans les quartiers "anciens" peuplés de minorités sociologiques et qui présentent, a beaucoup d'égards, les traits d'un "isolat sociologique". Vu de l'extérieur, ils paraissent fermés aux autres groupes ethniques du Bénin, mais s'ouvrent facilement aux immigrés en provenance de certaines régions d'Afrique de l'Ouest. C'est le cas du quartier de Zongo qui est un centre d'accueil privilégié des immigrés venant des pays sahéliens (Niger, Burkina, Nord Nigeria, Mali, Sénégal notamment). C'est le cas également des quartiers de Placondji et Enagnon qui accueillent de préférence des immigrés ghanéens, nigériens et togolais. Il s'agit des espaces peuplés qui servent de centres d'insertion sociale et économique pour une majorité d'immigrés.

L'occupation partielle des trottoirs s'observe surtout dans les quartiers anciens et les quartiers administratifs ou péricentraux. Elle prend deux formes. La première forme se manifeste par le débordement de l'activité sur le trottoir. C'est le cas des nombreux bars et restaurants, buvettes et cafétérias qui utilisent les trottoirs comme espace de réception de leurs clients. Sous la seconde forme, la rue sert d'espace d'exposition des articles destinés à la vente. Cette pratique est courante chez les menuisiers, les tapissiers, les soudeurs, les forgerons, les fripiers, les

vendeurs d'équipements électriques électroménagers, de matériaux de construction qui se servent des trottoirs et terre-pleins centraux comme espace d'exposition de leurs chefs-d'œuvre (planche 2).

Planche 2 : Scènes d'occupation partielle des trottoirs : Avenue Steinmetz (A) et Rue 150 (B)

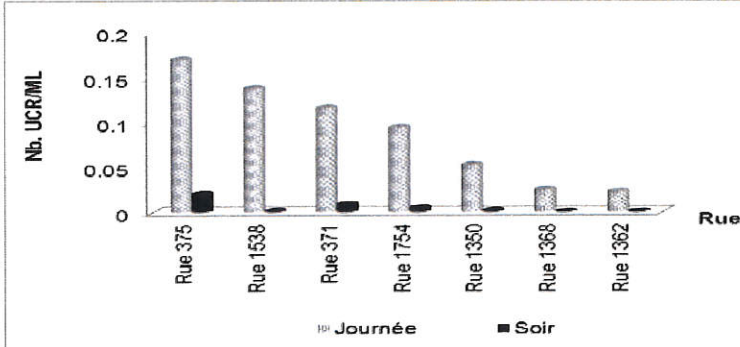


Prise de vue, Dossou-Yovo, Novembre 2012 et avril 2015

5.1.5. Les espaces aux rues faiblement occupées

On retrouve cette catégorie de rues dans les quartiers huppés de la ville où résident les hauts cadres et les fonctionnaires des représentations diplomatiques accréditées: Patte d'oie, Haie Vive, les Cocotiers, quartier JAK, Zone des Ambassades. Comme le montre la figure 9, le taux d'occupation est compris entre 0,02 et 0,17 UCR/ML).

Figure 9 : Taux d'occupation des rues des quartiers résidentiels



Source : Enquête de terrain, 2015

L'activité dominante est le petit commerce de cigarette, de gari, d'arachide et de sucre destiné au personnel domestique. La trop faible

densité d'occupation confère à ces entités spatiales une ambiance marquée par un calme plat de jour comme de nuit.

5.2. Facteurs explicatifs de la répartition des activités commerciales

La répartition spatiale des unités commerciales de rue et par conséquent "l'ambiance" qu'elles impriment à un lieu résulte de la combinaison de facteurs dont le poids varie d'une situation à l'autre (A. C. Dossou-Yovo, 2013, p. 193). Dans l'ensemble, cinq facteurs sont pris en compte à savoir : la mobilité urbaine, la recherche de visibilité, la disponibilité foncière, le mode d'exercice et enfin, le revêtement de la rue.

5.2.1. Mobilité urbaine

Commerce et mobilité sont étroitement liés, entretenant une relation d'influence réciproque et d'interdépendance. Les nouvelles formes de la mobilité urbaine ont un impact sur la structuration d'une offre commerciale conditionnée par les flux de déplacements des consommateurs. De même, l'évolution de l'appareil commercial et, en particulier, de sa localisation dans l'espace urbain, ont des répercussions sur la mobilité et sur les déplacements, notamment pour motif d'achats (I. Van De Walle, 2005, p. 16).

A l'instar de la plupart des grandes métropoles, Cotonou connaît le phénomène de mobilité pendulaire qui entretient la quotidienneté de la ville. En effet, chaque matin, des dizaines de milliers de personnes (des salariés, des fonctionnaires, des artisans et de petits entrepreneurs du secteur informel) résidant dans les quartiers périphériques se rendent dans le centre-ville et les zones commerciales pour vaquer à leur activité (E. Dorrier-April et E. Domingo, 2004, p. 46). Le soir, le mouvement s'opère dans le sens contraire. Ces mouvements pendulaires expliquent le phénomène de surencombrement enregistré dans la journée au centre-ville et le soir, dans les quartiers populaires périphériques. Ce phénomène n'est pas propre seulement au vieux centre urbain, mais se développe aussi dans les nouveaux quartiers au fur et à mesure de l'étalement urbain (G. K. Nyassogbo, 2011, p. 23). Il est caractéristique de la dissociation entre les zones d'activités (centre-ville, pôle d'activités) et les zones d'habitations en périphérie (banlieues, espaces péri-urbanisés). En dépit de l'étalement résidentiel des actifs les quartiers centraux et commerçants sont restés les premiers pôles d'activités des territoires d'agglomération : le maintien d'une relative concentration des emplois dans les espaces centraux a provoqué la déconnexion croissante des lieux de travail et des lieux

d'habitat, avec pour conséquence, un nombre toujours plus important d'actifs migrants alternants, employés hors de leur commune de résidence (INSAE, 2001, p. 17).

5.2.2. Recherche de visibilité

La recherche de visibilité est un facteur important qui permet de comprendre à quel point l'occupation des rues par les activités commerciales est d'ordre entrepreneurial. En effet, la stratégie généralement mise en œuvre par les petits entrepreneurs allie la recherche de la proximité du client et le désir de se connecter à l'ensemble du système marchand urbain. En d'autres termes, les entrepreneurs informels associent la nécessaire visibilité que toute activité marchande se doit d'avoir aux différentes stratégies pour se rapprocher au plus près de leurs clientèles potentielles (R.-P. Desse et A. Gasnier 2002, p. 111).

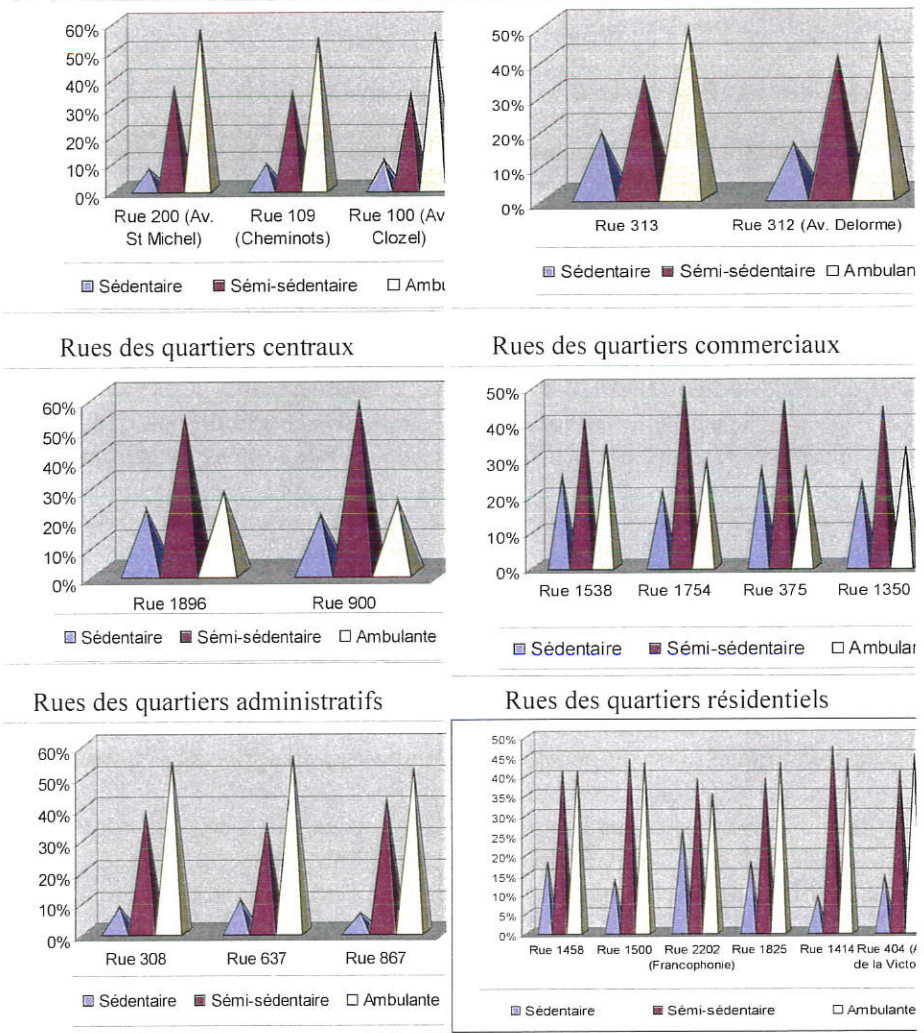
A un premier niveau, cette stratégie se traduit par des choix de localisation particuliers (quartiers déjà fréquentés, carrefours, gares routières, stations de taxis collectifs...) qui sont souvent corrélés à des types de circulations (le commerce cherche à se rapprocher du mouvement des citadins) (B. Mérenne-Schoumaker, 2003, p. 192). Le deuxième élément de la stratégie réside dans le choix de la manière de vendre, en particulier le commerce ambulancier (le vendeur se met en mouvement pour capter le citadin).

Les petits commerçants sont attirés par les secteurs de forte densité afin d'être physiquement proches d'un grand nombre d'agents économiques. La compétition entre unités commerciales concurrentes peut aussi les conduire à s'implanter les unes à proximité des autres. Cette option vise avant tout à limiter les risques liés aux incertitudes relatives au profit qui ressortira du lieu d'implantation. Ainsi, le chef d'une unité commerciale de rue peut avoir intérêt à suivre le choix de localisation qu'a fait un autre. Dans ce cas, il fait le pari que si son concurrent implante son activité dans un lieu, c'est forcément parce qu'il connaît bien le terrain et que ses affaires prospéreront (J.-F. Steck, 2006, p. 79.).

5.2.3. Mode d'exercice de l'activité

L'ambiance qui règne dans un espace urbain dépend aussi du mode d'exercice des activités qui s'y mènent. Trois modes sont distingués : la sédentarité, la semi-sédentarité et l'ambulatoire. La planche 3 donne la répartition des unités commerciales selon le mode d'exercice et le quartier.

Planche 3: Répartition spatiale des unités commerciales selon le mode d'exercice



Source : Enquête de terrain, 2015

De l'analyse de la planche 3, il ressort que dans l'ensemble, le secteur du commerce informel présente de grandes variations suivant les types de quartiers. Les activités sédentaires représentent moins de 3 %

dans les quartiers centraux, contre plus de 13 % dans les quartiers péricentraux et centraux et 25 % dans les quartiers résidentiels. S'agissant des activités semi-sédentaires, elles sont à peu près équitablement réparties. Toutefois, leur présence est plus marquée dans les quartiers administratifs que dans les quartiers résidentiels et commerciaux. Les ambulantes, quant à elles, sont fortement présentes dans les quartiers centraux (57 %) et anciens (54 %) contre 47 % dans les quartiers commerciaux et 42 % dans les quartiers péricentraux et périphériques. Le caractère « itinérant » de l'activité est défini par rapport à la recherche du consommateur potentiel. En effet, les parcours journaliers observés dans ce cas s'organisent autour de sous-espaces urbains clairement différenciés par la fréquentation ou l'intensité de passage de la clientèle : marchés, gares routières, bâtiments administratifs ou religieux, etc.

Au total, l'emprise des unités économiques sur l'espace public urbain semble inversement proportionnelle au degré de sédentarité. La répartition spatiale et l'emprise des unités économiques sédentaires confèrent à ces derniers un caractère souvent conflictuel et en tout cas, structurant (INSAE, 2001, p. 11). Le caractère conflictuel de l'occupation de la rue par les activités sédentaires découle de sa relative permanence qui la place souvent en conflit avec d'autres usagers. En revanche, elles exercent une forte emprise foncière sur la rue. De fait, les activités sédentaires ont un impact relativement faible sur le paysage urbain. En raison de leur prépondérance et des modalités de leur exercice, les activités ambulantes ont le plus fort impact sur l'animation urbaine. En effet, le commerce ambulant exige une fluidité (J. Monnet, 2001, p. 92) ce qui pousse le pratiquant à se déplacer dans les espaces publics à la recherche des clients en vue d'écouler ses produits. Le mode ambulatoire est le mode dominant d'exercice des activités économiques de rue.

5.2.4. Disponibilité foncière

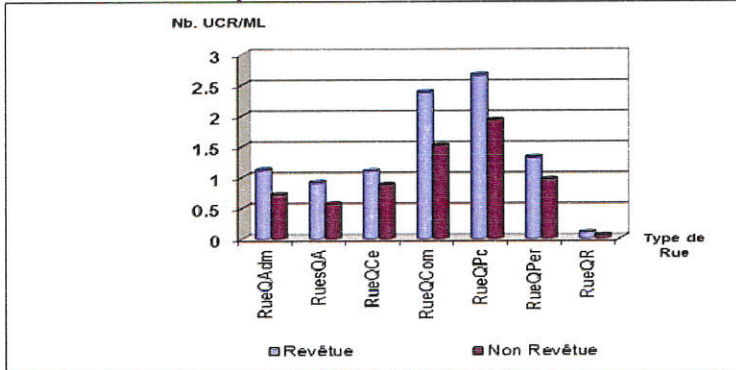
La disponibilité foncière est également un facteur déterminant de la répartition spatiale des activités commerciales de rue. En effet, pour les chefs d'UCRs la première ressource, est la rue qui est ainsi chargée d'une forte valeur marchande. L'espace public représentant une opportunité foncière que le commerce peut valoriser, perd son caractère commun pour devenir la cible d'une forte spéculation. L'accès à son usage marchand apparaît assez fermé et très strictement encadré (P. Janin, 2001, p.179). L'accès à la rue se monnaie de deux manières : soit officiellement (autorisations et taxes diverses), soit par accaparement et intervention d'un groupe ou d'un individu. Dans ce cas, l'individu ou le groupe s'arroge le

droit de donner son accord à une installation et à une occupation de l'espace public (J.-F. Steck, 2006, p. 81). Dans les rues, où la densité des UCRs est élevée, l'accès est soumis à des contraintes extrêmement fortes sauf, bien entendu, pour les activités ambulantes. L'implantation des UCRs dans un lieu répond à deux impératifs. D'une part, la situation du lieu doit être perçue comme rentable et d'autre part, le lieu doit assurer une certaine sécurité. La sécurité de la place évite aux petits commerçants d'investir dans d'autres lieux et dans d'autres activités plutôt que de renforcer son activité principale afin de pouvoir s'assurer d'une continuité de ressources en cas d'expulsion (A. Lemelin, 1991, p. 453). En effet, il ne suffit pas qu'une place soit disponible et bonne, il faut surtout qu'elle soit sûre. La sécurité de la place, c'est-à-dire l'assurance de sa pérennité, est une condition *sine qua non* de la rentabilité de l'activité. *In fine*, la sécurité de la place permet aux chefs d'UCR de se constituer une clientèle fidèle. Elle permet aussi de s'assurer, le cas échéant, de la compréhension des fournisseurs en cas de coup dur (J.-F. Steck, 2006, p.79).

5.2.5. Revêtement de la rue

L'état de la rue est une variable dont l'effet s'ajoute à ceux des conditions socio-urbaines pour déterminer la fréquentation et par conséquent l'intensité des activités de rue. En effet, dans un type de quartier donné, les rues revêtues enregistrent une densité d'UCRs plus forte.

Figure 10 : Taux d'occupation des rues selon le quartier et le revêtement



Source : Enquête de terrain, 2015

Comme l'indique la figure 10, les rues revêtues (bitumées ou pavées) enregistrent une présence plus dense des activités commerciales. Cette réalité est commune à tous les types de rue et dans tous les quartiers.

Le revêtement crée une espèce de plus-value économique pour les rues. Dans les quartiers administratifs par exemple, le taux moyen d'occupation des artères revêtues est presque le double de celui des artères non revêtues. La même proportion est enregistrée dans les quartiers anciens et les quartiers périphériques. Ce rapport passe du simple au triple dans les quartiers péricentraux. En revanche le rapport est beaucoup plus faible dans les quartiers centraux et commerciaux.

Conclusion

Les résultats obtenus confirment l'hypothèse principale formulée à l'entame de ce travail. L'approche quantitative basée sur le taux d'occupation de la rue par les unités commerciales permet de définir clairement des entités surfaciques caractérisées par un certain degré d'homogénéité perceptive et fonctionnelle. Il a été possible d'associer, aux différents espaces identifiés, un contenu géographique, ce qui permet au citadin d'avoir la sensation d'entrer, de sortir ou d'être dans un espace. Plus que les formes architecturales, ce sont d'abord les conditions socio-urbaines créées par les activités économiques dont la rue est le support, qui impriment une marque aux quartiers. Au total, les résultats obtenus démontrent qu'au-delà de sa fonction économique, le commerce de rue contribue à définir des espaces géographiques perçus et reconnus dans la ville.

Toutefois, pour être systématisée, l'approche méthodologique utilisée demande à être confrontée à d'autres contextes urbains. Par ailleurs, en raison des problèmes qu'elle pose aussi bien en matière d'aménagement que de gouvernance urbaine (G. K. Nyassogbo, 2011, p. 32), l'occupation de l'espace public est tributaire des décisions des pouvoirs publics (opérations de déguerpissement, « ville propre », etc.). Ces types d'interventions peuvent modifier profondément l'occupation des espaces publics et invalider l'hypothèse qui a sous-tendu le présent travail.

Références bibliographiques

- AUGOYARD Jean-François, 1979, *Pas à pas, essai sur le cheminement quotidien en milieu urbain*. Paris, Editions du Seuil.
- BESSE Jean-Marie, 2010, « Le paysage, espace sensible, espace public ». *META: Research in Hermeneutics, Phenomenology, and Practical Philosophy*. vol. 2, n 2, p. 259-286.

- BOHOUN Ghislain Wilfrid, 2007, *Gestion efficace de l'espace urbain face aux activités informelles à Cotonou*, Mémoire DESS/GPDL. UAC.
- COENEN-HUTHER Jacques, 2007, « Classifications, typologies et rapports aux valeurs », *Revue Européenne des Sciences Sociales*, vol. 45, No.138, 27-40.
- CUONZO Maria Teresa, 2003, « Les petits métiers : le secteur de l'économie informelle en Afrique » *Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region*. Bari, CIHEAM, p. 271-276.
- DESSE René-Paul, GASNIER Arnaud, 2002, *L'organisation spatiale du commerce de détail : facteurs locaux de différenciation, politiques de régulation*, Rennes, LERES.
- DORRIER-APRIL Elisabeth, DOMINGO Etienne, 2004, « Les nouvelles échelles de l'urbain en Afrique : métropolisation et nouvelles dynamiques territoriales sur le littoral béninois ». *vingtième siècle dossier Ghorra-Gobin C. (éd.)*, numéro 81, p. 41-54.
- DOSSOU-YOVO Coffi Adrien, 1999, « La rue espace partagé: nationaux et immigrés dans l'économie de la débrouille à Cotonou » 'Documents n° 20', URA-UNB/ORSTOM.
- DOSSOU-YOVO Coffi Adrien, 2013, *Activités économiques de rue et gestion des déchets à Cotonou (République du Bénin)*. Thèse de Doctorat Unique. Université d'Abomey-Calavi.
- FLEURY Antoine, 2004, « La rue : un objet géographique ? », *Tracés. Revue de Sciences humaines*. p. 33-44.
- INSAE [Institut National de la Statistique et de l'Analyse Economique] (2001): *Le marché du travail à Cotonou. L'emploi, le chômage et les conditions d'activité dans l'agglomération de Cotonou : premiers résultats de l'enquête Emploi, Cotonou, Bénin*.
- JANIN Pierre 2001 : « Une géographie sociale de la rue africaine », *Politique africaine* 2/2001 (N° 82), p. 177-189. URL: www.cairn.info/revue-politique-africaine-2001-2-page-177.htm
- LEMELIN André, 1991, « La logique du déploiement des activités économiques dans l'espace urbain de Montréal ». *L'Actualité économique*, Volume 67, numéro 4, p. 439-457.
- MÉRENNE-SCHOUMAKER Bernadette, 2003, *Géographie des services et des commerces*. Rennes, Presses universitaires de Rennes, (Coll. « Didact Géographie »).
- MONNET Jérôme. 2001. « Pour une géographie du fluide et du flou ». *La Géographie. Acta Geographica*. Paris, Société de Géographie, Hors série, n° 1502. p. 89-94.

- NYASSOGBO Kwami Gabriel, 2011, « Les activités informelles et l'occupation des espaces publics, les trottoirs de Lomé au Togo » *GEOTROPE*, n°2, 2011, p. 22-33.
- STECK Jean-Fabien, 2006, « La rue africaine, territoire de l'informel ? ». *Flux* 2006-2007/4-1, N° 66/67, p. 73-86. URL : <http://www.cairn.info/revue-flux1-2006-4-page-73.htm>
- TONATO Arsène, 2009, *Contribution du système d'information géographique à la gestion des infrastructures routières de la ville de Cotonou*. Mémoire de maîtrise professionnelle, UAC.
- VAN DE WALLE, Isabelle, 2005, *Commerce et mobilité : l'activité commerciale face aux nouvelles politiques publiques de déplacements urbains*. Paris, CRÉDOC.

COMMERCE DE VÊTEMENTS ET MOBILITÉ DES ACTEURS DANS LE GRAND LOMÉ : APPROCHE CARTOGRAPHIQUE

Kokouvi ALOWOU & Kossiwa ZINSOU-KLASSOU
Université de Lomé

Résumé : La concentration des activités commerciales de vêtements dans les quartiers-marchés et le centre-ville du Grand Lomé induit des mutations liées à la centralité accrue des activités commerciales. Le commerce de vêtements s'adapte alors à la mobilité croissante aussi bien des commerçants que des artisans couturiers et suscite par ces nouvelles localisations une accélération de cette mobilité. L'enquête par questionnaire opérée auprès des acteurs sus-indiqués montre que ces déplacements résidence-lieu de vente ou résidence-lieu d'achat, constituent des mouvements spatio-temporaires et contribuent à 85,19 % des coûts de transactions qui viennent s'ajouter évidemment à la valeur réelle de la marchandise. A l'échelle de l'agglomération de Lomé, 79 % des actifs recensés travaillent hors de leur quartier de résidence. Les quartiers-marchés et le centre-ville logent et font travailler 30 % de leurs actifs. Les quartiers périphériques hébergent 82 % des artisans qui majoritairement travaillent à l'extérieur des quartiers de résidence mais dans le même secteur. Les quartiers périphériques, sous l'influence d'un marché externe à la commune voient leurs résidents actifs quitter et revenir chaque jour.

Mots-clés : Marché de vêtements, mobilité, coûts de transactions, Grand Lomé.

Abstract: The concentration of business clothes markets, in markets-area and town-centre of Grand Lomé, induces mutations related to increased centrality of these business. Clothing trade then adapts to the increasing mobility of both traders, artisans and designers raised by these new locations, accelerated mobility. The questionnaire survey carried out with the aforementioned actors shows that these movements between residence and place of sale or residence and place of purchase constitute spatio-temporal movements and contribute to 85,19 % of

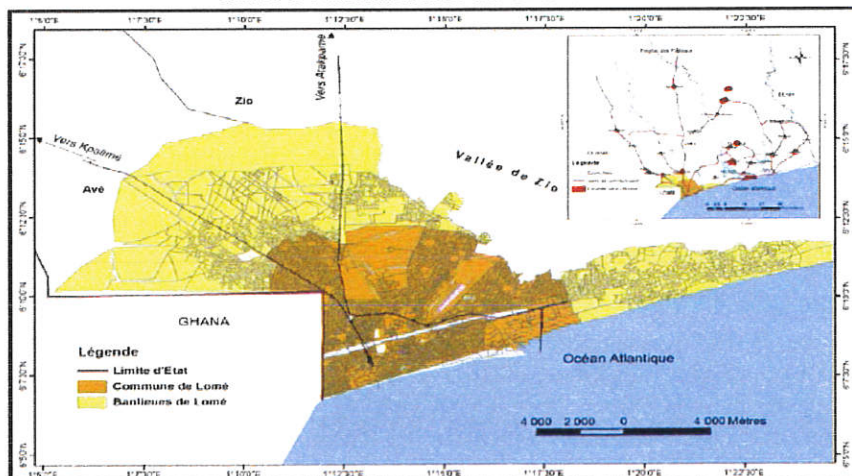
transactions costs in addition obviously to the real value of the goods. On the scale of the agglomeration of Lomé, 79 % of identified assets work outside their area of residence. Markets neighborhoods and downtown lodge and employ 30 % of their assets. The suburbs are home for 82 % of craftsmen who mostly work outside residential areas but in the same area. Peripheral neighborhoods, under the influence of an external market in the town have their active residents leave and return every day.

Keywords: clothing market, mobility, transaction costs, Grand Lomé.

Introduction

Le petit bourg commercial d'à peine 2000 habitants en 1897, Lomé, a connu une croissance démographique et spatiale très forte qui lui a permis de conquérir progressivement son territoire de développement actuel. Du centre jusqu'à la périphérie de la ville de Lomé, les différences de paysages urbains observées permettent fortement de caractériser, d'identifier et de spatialiser d'une certaine manière les fonctions et services disponibles dont le commerce de vêtements, et qui y sont accessibles pour répondre aux besoins des consommateurs potentiels. Le Grand Lomé (Carte 1), l'espace d'étude, est non seulement la plus grande agglomération du pays mais aussi et surtout, une « ville macrocéphale » entraînant par son étalement une mobilité intra-urbaine des acteurs du marché de vêtements.

Carte 1 : Localisation du Grand Lomé

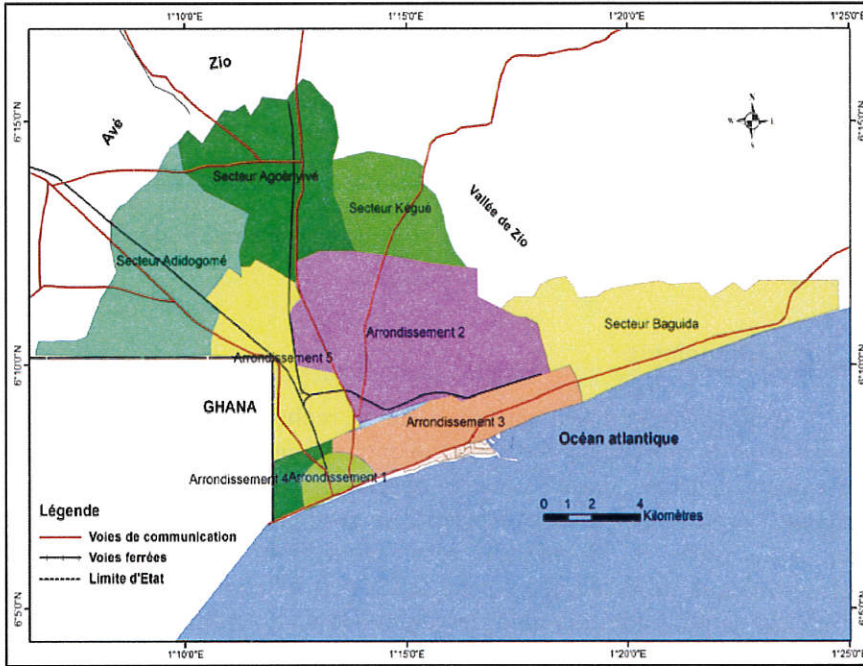


Source : ZINSOU-KLASSOU K. et ALOWOU K., 2014, réalisée à partir de l'image LANDSAT 8, Février 2014

Cet espace est délimité au sud par l'océan Atlantique, au nord par la Préfecture de Zio, à l'est par Kpogan et, à l'ouest par le Ghana.

Pour la collecte, le traitement et l'analyse des données, le Grand Lomé a été subdivisé en neuf zones dont quatre secteurs et cinq arrondissements regroupant des quartiers plus ou moins homogènes. Ce découpage est présenté par la carte 2.

Carte 2 : Localisation des unités de base définies du Grand Lomé



Source : ZINSOU-KLASSOU K. et ALOWOU K., 2015, réalisée à partir de l'image LANDSAT 8, Février 2014.

La commune de Lomé en ses différents arrondissements constitue l'unité de base du milieu d'étude. Selon les résultats définitifs du 4ème Recensement Général de la Population et de l'Habitat, la population de Lomé Commune est de 837 437 habitants tandis que celle de l'agglomération s'élève à 1 477 660 habitants (DGSCN, 2011, p. 22). La concentration des activités commerciales de vêtements dans les quartiers-marchés et le centre-ville du Grand Lomé, induit des mutations liées à la centralité accrue des activités commerciales, accentuée par les problèmes d'étalement urbain sous l'effet d'une démographie galopante.

Le commerce de vêtements s'adapte alors aux déplacements des commerçants et des consommateurs et suscite par ces nouvelles localisations, une accélération de cette mobilité. De ces mobilités résidence-lieu de vente ou résidence-lieu d'achat, résultent des coûts de transactions qui viennent s'ajouter évidemment à la valeur réelle de la marchandise. Ces coûts de transport sont accentués par l'usage excessif des taxi-motos, un nouveau mode de transport très coûteux sur des longues distances mais très souple par rapport au bus (transport collectif).

Face à ces difficultés d'accès et à l'insuffisance de l'équipement commercial dans les périphéries toujours plus peuplées, émerge une interrogation : où se localise le commerce de vêtements dans le Grand Lomé ? Il ressort de cette étude que le commerce des vêtements est l'un des principaux facteurs de la mobilité croissante dans le Grand Lomé. Le but de la présente étude est de cartographier les lieux de vente des vêtements à Lomé. Pour atteindre cet objectif, une méthode de recherche appropriée a été établie.

1. La méthodologie

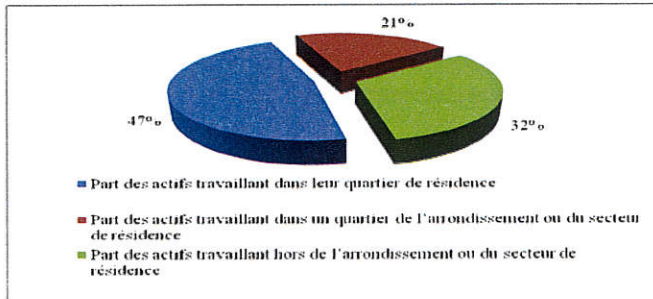
Cette méthodologie est basée sur la recherche documentaire qui a consisté en la consultation des documents qui ont trait au commerce des vêtements dans le Grand Lomé. L'observation du paysage urbain et les enquêtes proprement dites ont permis de cartographier les lieux de vente des vêtements et d'analyser leur répartition spatiale. L'approche cartographique implémentée à cette étude permet de localiser les quartiers d'intense activité commerciale de vêtements dans le Grand Lomé. Par un tirage aléatoire simple, un échantillon de 387 composé de producteurs locaux de vêtements (187 individus), de vendeurs de friperies (100 individus) et de vendeurs de prêt-à-porter (100 individus), permettant de catégoriser l'ensemble de cette population-cible entre des actifs se trouvant dans leurs quartiers de résidence actuelle, des actifs se trouvant dans un autre quartier de l'arrondissement ou du secteur de résidence, des actifs se trouvant hors de l'arrondissement ou du secteur de résidence.

Pour la collecte, le traitement et l'analyse des données, nous avons subdivisé le Grand Lomé en neuf zones dont quatre secteurs (le secteur de Baguida, le secteur d'Agoènyivé, le secteur d'Adidogomé et le secteur de Kégué) de la périphérie et les cinq arrondissements regroupant des quartiers plus ou moins homogènes de la commune.

2. Analyse des acteurs du marché de l'habillement dans le Grand Lomé, lieu de travail-lieu de résidence

Plusieurs indicateurs permettent de décrire et d'expliquer la mobilité quotidienne. Les motifs de déplacement font donc partie des principaux déterminants de la mobilité quotidienne qui comporte une multitude de déplacements déterminés par des motifs plus ou moins précis tels que les achats, la vente ou le travail, etc. Le motif justifie en effet le déplacement et caractérise celui qui le réalise. Un déplacement est en effet un mouvement motivé d'une personne entre une origine et une destination où la personne considérée exerce une activité qui est avant tout le résultat de l'inscription dans l'espace et dans le temps de programme d'activités des acteurs. Le graphique 1 montre la répartition des acteurs du marché de l'habillement dans le Grand Lomé selon leur lieu de résidence et de travail.

Graphique 1 : Part des actifs selon leur lieu de résidence



Source : Enquêtes de terrain, 2014.

Soit A1 : Actif dans le quartier de résidence actuelle

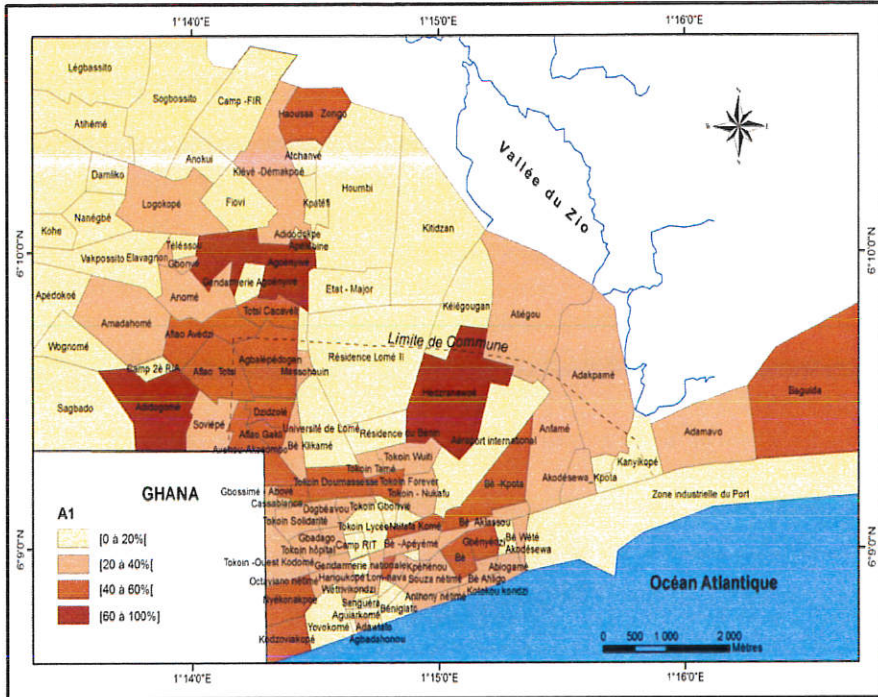
A2 : Actif dans un autre quartier de l'arrondissement ou du secteur de résidence

A3 : Actif hors de l'arrondissement ou du secteur de résidence

A l'échelle du quartier, les disparités sont très marquées quant au comportement des actifs :

- les quartiers pour lesquels la part des actifs-résidents est importante (≥ 40), voire majoritaire, sont essentiellement des quartiers urbains autour des marchés (Hédzranawoé, Agoè-nyivé, Adidogomé...) à même de fournir à la fois du travail à la population active résidente mais aussi en partie à celle des quartiers périphériques (Carte 3) ;

Carte 3 : Répartition des actifs travaillant dans leur quartier de résidence dans le Grand Lomé

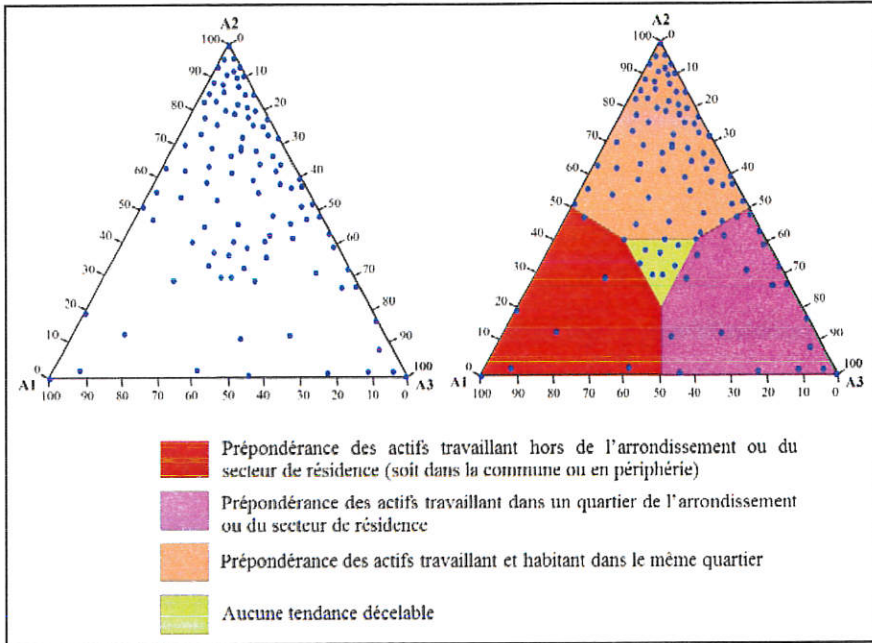


Source : ZINSOU-KLASSOU K. et ALOWOU K., 2015, réalisée à partir du fond de carte DST-Marie de Lomé, 2012.

La plupart de ces actifs-résidents sont des artisans couturiers : 82 %, contre 14,8 % pour les vendeurs de friperie et 3,2 % pour les vendeurs de prêt-à-porter. Quelques quartiers périphériques isolés (Légbassito, Sogbossito, Kohé, Apédokoè, Kitidzan...) essentiellement tournés vers l'activité agricole sont presque vidés de leurs actifs du marché de l'habillement.

- les quartiers dont une part importante, voire exclusive, des résidents en activité travaillent dans un autre quartier du même arrondissement ou secteur sont en grande majorité (81 %) des périphériques sous l'influence des pôles commerciaux précités (Carte 4).

Graphique 2 : Catégorisation des quartiers du Grand Lomé selon la dominante comportementale des actifs en termes de lieu de travail et de lieu de résidence

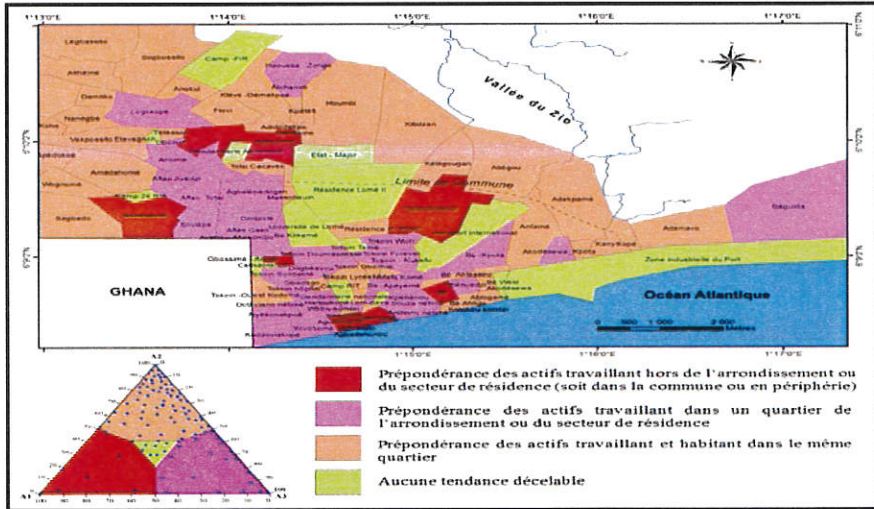


Source : Enquêtes de terrain, 2014.

Chaque graphique montre que les individus (quartiers) se répartissent selon leurs caractères et les gradations entre comportements extrêmes sont observables : il est alors possible de compartimenter l'espace graphique de façon à y faire apparaître des secteurs de comportement homogènes et/ou dominant des actifs, la quatrième regroupant les quartiers pour lesquels aucune dominante n'a pu être identifiée (valeur de la variable quasi égale dans les trois catégories) ou espaces presque vides d'actifs de l'habillement tels que la zone portuaire, les camps militaires, l'Université de Lomé, l'Aéroport international Gnassingbé Eyadema ou même les espaces purement résidentiels (Résidence du Bénin).

A chaque secteur ainsi déterminé et aux quartiers qu'ils contiennent, nous attribuons une valeur identique, sorte de codage non hiérarchique, qui permet une cartographie synthétique et simultanée de la variable et de ses trois catégories (Carte 7).

Carte 7 : Synthèse cartographique du phénomène « lieu de résidence-lieu de travail des actifs à l'échelle de quartier selon quatre catégories



Source : ZINSOU-KLASSOU K. et ALLOWOU K., 2015, réalisée à partir du fond de carte DST-Mairie de Lomé, 2012.

Cette façon de faire permet certes la synthétisation souhaitée des informations, mais cette synthétisation s'accompagne nécessairement d'une perte d'information puisque les individus d'un même groupe seront dorénavant considérés comme ayant un comportement analogue.

Les observations et constats effectués à partir de l'analyse des trois cartes (Carte 3, 4, 5) demeurent valables : les quartiers-marchés et le centre-ville logent et font travailler leurs actifs. Il en est de même de quelques quartiers communaux, éloignés des pôles commerciaux. La majorité des quartiers périphériques hébergent des artisans qui majoritairement travaillent à l'extérieur mais dans le même secteur. Les quartiers limitrophes, sous l'influence d'un marché externe à la commune voient leurs résidents actifs quitter et revenir chaque jour. Il faut noter que pour les zones frontalières (Zanguéra, Adétikopé, Djagblé ou Kpogan), le comportement dominant n'est pas toujours celui que l'on croit. En effet, il subsiste toujours dans ces zones quelquefois peuplées, des activités rurales nécessaires et qui occupent un nombre d'actifs parfois plus important (75 %) que le commerce de l'habillement, d'où un certain nombre de situations indéçises.

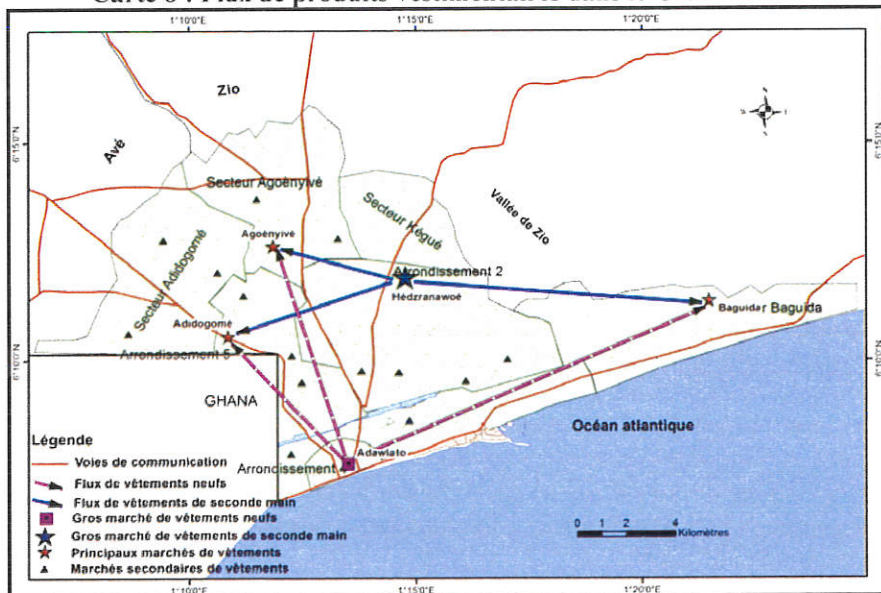
Le jeu combiné de la croissance de la population, de l'extension de l'espace urbain et de l'inégale répartition de la population a entraîné une

forte augmentation de la demande et l'allongement des parcours urbains en multipliant les origines et les destinations des déplacements. En effet, en termes de déplacements, l'augmentation de la population implique de nouveaux besoins de mobilité tandis que l'extension spatiale en augmentant la taille de la ville, s'accompagne toujours de nouvelles distributions des déplacements sur le territoire urbain. Dans le contexte des pays d'Afrique subsaharienne, X. Godard et P. Teurnier (1992, p. 236), estiment que l'augmentation des besoins en transport est nettement plus élevée que la croissance urbaine car il y a plus de personnes à transporter, mais sur des distances a priori plus grandes.

3. Portées et durées des déplacements domicile-lieu de travail

La portée correspond à la mesure des distances domicile-travail parcourues par les actifs. Suivant la configuration spatiale actuelle de l'agglomération, l'extension moyenne du « Grand Lomé » à partir du vieux noyau central (marché d'Adawlato) en direction du Nord (Agoényivé) et de l'Est (Baguida) est d'environ 25 kilomètres à vol d'oiseau (Carte 8).

Carte 8 : Flux de produits vestimentaires dans le Grand Lomé



Source : ZINSOU-KLASSOU K. et ALLOWOU K., 2015, réalisée à partir de l'image LANDSAT 8, février 2014.

Les 75 % enquêtés dans les zones périphériques se dirigent vers le centre-ville, notamment vers le marché d'Adawlato et vers le marché de Hédzranawoé pour l'achat des produits vestimentaires. Les grossistes de Baguida, Adidogomé et Agoényivé s'approvisionnent dans les marchés centraux d'Adawlato en produits de prêt-à-porter et de Hédzranawoé en produits de seconde main. Les semi-grossistes, les détaillants et les consommateurs sont plus intéressés par les marchés de proximité, de relais ou périphériques comme ceux d'Agoényivé, d'Adidogomé, de Gbonssimé, d'Attikpodji, etc. L'état de répartition des actifs selon les distances domicile-travail est présenté dans le tableau 1.

Tableau 1 : Répartition des actifs enquêtés selon les distances domicile-travail

Catégories d'acteurs	Distance parcourue	Fréquences (%)
A1	Moins de 3 km	16 %
A2	3-7 km	46 %
	7-12 km	28 %
A3	Plus de 12 km	10 %
Total		100 %

Source : Enquêtes de terrain, 2014.

On note alors que la majorité des actifs, soit 84 %, parcourent une distance moyenne de 12 à 13 kilomètres pour se rendre à leurs lieux de travail correspondant à la catégorie A2 (Actif dans un autre quartier de l'arrondissement ou du secteur de résidence). Les distances domicile-travail aller-retour sont de ce fait relativement importantes à l'échelle du Grand Lomé (tableau 2). La distance ou la longueur des déplacements est étroitement associée aux modes de déplacement utilisés.

Tableau n°2 : Localisation domicile-travail et modes de déplacement dans le Grand Lomé

Catégories d'acteurs	Distance parcourue	Modes de déplacement (%)		
		Engins à 4 roues	Engins à 2 roues	Marche à pied
A1	Moins de 3 km	7,6	5,1	68,7
A2	3-7 km	38,4	61,8	31,2
	7-12 km	30,7	25,7	00
A3	Plus de 12 km	23	7,2	00
Total		100	100	100

Source : Enquêtes de terrain, 2014.

La voiture et les modes motorisés en général permettent des déplacements sur des distances nettement plus longues pendant des durées relativement courtes contrairement à la marche qui assure quant à elle des déplacements plus réduits pendant des durées plus longues. Ces différents aspects de la question sont déterminés par la localisation résidentielle et celle de l'emploi par rapport au centre-ville, à la banlieue ou à la périphérie urbaine. Du fait de la concentration des emplois et activités au centre-ville, ces actifs se localisent donc principalement à 68,7 % dans les quartiers centraux où les distances domicile-travail sont réduites et subsidiairement dans les autres secteurs de l'agglomération à 31,2 %.

Par contre, la portée des localisations résidentielles par rapport au travail augmente nettement des modes motorisés. On relève une distance moyenne de 12 à 13 kilomètres pour les actifs faisant usage du vélo et des véhicules motorisés en mode principal. Une telle portée moyenne de localisation permet de réduire la contrainte de distance et donc d'atteindre un espace urbain beaucoup plus grand que celui des déplacements à pied. La localisation résidentielle des actifs faisant usage du vélo et des modes motorisés par rapport aux emplois est de ce fait plus diffuse dans l'espace urbain. Une analyse plus fine permet néanmoins d'observer que la majorité des usagers du vélo et des modes motorisés résident dans un rayon moyen de 10 kilomètres du lieu de travail.

Outre la distance linéaire, le déplacement domicile-travail est également mesuré en temps de parcours. L'indicateur en est le temps moyen de déplacement. Il est calculé pour chaque actif comme le temps nécessaire aux heures de pointe, durant lesquelles s'effectuent la majorité des déplacements domicile-travail, pour se rendre de son secteur de résidence au lieu où il travaille. De façon générale, nous relevons que les travailleurs du Grand Lomé consacrent en moyenne entre 20 et 25 minutes pour se rendre au travail lors d'une journée ouvrable type, tous modes motorisés confondus. Cette durée moyenne augmente de 10 à 15 minutes respectivement pour les déplacements à vélo et à pied. Selon J-P. Orfeuillat (2011, p. 31), un nombre très élevé de déplacements ne correspond pas souvent à des distances parcourues très importantes. La règle de proportionnalité entre ces deux grandeurs s'explique par la vitesse pratiquée par l'individu pour se déplacer et donc par le mode de transport utilisé.

La durée moyenne varie cependant selon la distance du lieu de travail et le mode de déplacement utilisé (Tableau 3).

Tableau 3 : Modes de transport et temps moyens de parcours selon la distance domicile-travail dans le Grand Lomé

Catégories d'acteurs	Distance parcourue	Modes et temps moyens en minutes		
		Engins à 4 roues	Engins à 2 roues	Marche à pied
A1	Moins de 3 km	8-10	5-8	15-20
A2	3-7 km	15	10-12	35-45
	7-12 km	12	15-20	-
A3	Plus de 12 km	20-25	25-30	-

Source : Enquêtes de terrain, 2014.

Selon les distances parcourues, des disparités sont observées entre les temps moyens au niveau du mode et entre les différents modes utilisés. Ainsi, on note que la durée moyenne des déplacements en voitures particulières est paradoxalement plus longue pour les distances comprises entre 5 et 10 kilomètres que celle des distances comprises entre 10 et 15 kilomètres, soit respectivement 15 et 12 minutes.

L'écart de 3 minutes que l'on relève, résultat de la réduction du temps moyen de parcours des distances comprises entre 10 et 15 kilomètres, s'explique par les types de tissus ou espaces urbains joints, c'est-à-dire les distances parcourues au centre-ville, entre quartiers péricentraux et centre-ville, entre les périphéries et le centre-ville, etc. Les temps de déplacement sont en effet plus longs au centre-ville à cause de l'intensité du trafic et des impératifs de régulation de la circulation, notamment des feux tricolores, qui ralentissent fortement la vitesse de circulation qui se trouve nettement réduite aux heures de pointe. Par contre, la fluidité du trafic dans les espaces périurbains assure un niveau de vitesse plus élevé qui permet de réduire l'effet de la distance au bout du déplacement grâce au gain de temps obtenu par une moyenne de vitesse plus élevée. Une telle situation n'est pas limitée à ces deux catégories de distances ou d'espaces urbains mais elle s'observe à l'échelle de toute l'agglomération. De manière générale, on note à l'usage de la voiture particulière que les temps de parcours diminuent au fur et à mesure de l'augmentation de la distance domicile-travail.

Les disparités sont plus prononcées entre les différents modes aux mêmes échelles de distances spatiales. De manière générale, à distance équivalente de leurs lieux de travail, les usagers de taxis collectifs consacrent plus de temps que les autres modes motorisés pour s'y rendre. Les temps moyens de déplacements en taxis collectifs sont en effet plus

longs de 3 minutes qu'en voitures particulières et de plus de 5 minutes en motos particulières sur des distances n'excédant pas 10 kilomètres. Au-delà de 10 kilomètres, ces écarts deviennent plus importants : les usagers de taxis collectifs mettent en moyenne 7 à 10 minutes de plus que les usagers de voitures et motos particulières et taxis-motos pour se rendre au travail, écart essentiellement dû aux multiples arrêts et autres contingences évoquées plus haut.

4. Facteurs de mobilité des acteurs sur le marché de vêtements

Les déplacements domicile-travail sont également désignés par le terme navettes ou encore migrations alternantes ou pendulaires et ils constituent un type de mobilité des plus contraignants. La résidence et l'emploi comptent en effet parmi les fonctions les plus structurantes dans l'espace urbain. Les déplacements entre ces deux types de lieux ou fonctions urbaines principales ont une importance capitale pour le fonctionnement métropolitain pour M. Appert (2005, p. 652), du fait de la nature « contrainte » et massive des mouvements générés. Ce sont des contraintes imposées par les régimes horaires de travail à respecter, situations dépendant elles-mêmes des distances à parcourir, des modes de transport, du trafic, etc. et concentration des déplacements domicile-travail dans le temps et sur des itinéraires précis, influençant les choix de localisation, rythmant le quotidien des populations et conditionnant les politiques de transport et d'aménagement.

Les mouvements cycliques dont fait partie la mobilité quotidienne des actifs étudiés impliquent à la fois un renouvellement du processus dans le temps et un retour au point de départ. Cette définition de la mobilité quotidienne correspond aux déplacements dits « contraints ». L'expression désigne les déplacements que l'on est obligé de faire soit pour l'achat, soit pour la vente des articles sur le marché de l'habillement.

La division spatiale des activités commerciales de vêtements, les lieux où sont concentrés les emplois sont généralement situés au centre-ville car l'urbanisation va de pair avec la tertiarisation des emplois et la centralisation administrative. Le centre-ville est particulièrement attractif pour ces activités. Ainsi, de manière générale, les logements se situent à la périphérie des villes, et les emplois, au centre-ville. Par conséquent, aux heures de début et de fin de journée active, les travailleurs se déplacent dans le même sens : extérieur-intérieur le matin et intérieur-extérieur le soir. Le lieu d'habitation constitue ainsi une sorte de synthèse résultant

d'arbitrages soutenus entre plusieurs paramètres. On retient en définitive que les choix de localisations résidentielles ou du lieu de travail dépendent ainsi des facteurs spatiaux et économiques de localisation des actifs. L'analyse des résultats des informations que nous avons recueillies laisse en effet transparaître :

- l'importance de la distance au centre-ville parmi les déterminants des choix de localisations résidentielles des actifs à l'échelle du Grand Lomé. En effet, 31 % des actifs interrogés justifient leur choix de localisation résidentielle actuelle par rapport à la portée de la distance entre leur domicile et le lieu de travail. Cette aspiration bien justifiée par les arbitrages financiers en jeu est loin d'être manifeste cependant. De fait, les actifs résident en majorité à plus de 3 kilomètres de leurs lieux d'emploi : la distance au centre ou la longueur des déplacements quotidiens et partant les facteurs spatiaux ne constituent pas, pour ainsi dire, les facteurs les plus déterminants des choix de localisation résidentielle à Lomé ;

- le rôle primordial joué par les facteurs socioéconomiques, motifs justifiant le choix de 63 % des actifs. Dans le Grand Lomé, ces choix et ancrages résidentiels sont fortement teintés de relents identitaires voire « sécuritaires ». Pour B. Agoma (2009, p. 78), la « territorialisation des groupes ethniques » dans l'espace urbain à Lomé s'est accentuée dans les années 1990 avec les troubles sociopolitiques. Le statut de propriétaire ou plutôt l'accession à la propriété ne constitue dès lors plus une fin en soi. Le choix de localisation résidentielle se fait non plus dans le souci d'être chez « soi » mais plutôt, dans le souci d'être territorialement chez « nous », « dans notre quartier ». Ces quartiers identitaires ne sont pas imperméables à la présence des autres communautés cependant. Seulement, il y a une surreprésentation d'un groupe ethnique au détriment des autres ; c'est l'exemple des Houassa et des Kotokoli (communauté musulmane) résidents à Agoè-Zongo spécialisés dans la vente des vêtements neufs à Adawlato.

- le schéma d'ensemble de localisation résidentielle entraîne une inégale répartition spatiale de la population avec une densification progressive de la périphérie, un fort étalement urbain entraînant un éloignement de plus en plus grand des lieux d'emplois des domiciles et une organisation monocentrique des activités de production et des services sur une infime portion de l'espace urbain, notamment au centre-ville et dans les quartiers péricentraux.

Les 87 % enquêtés dans les zones périphériques se dirigent vers le centre-ville notamment dans le marché d'Adawlato et dans le marché de Hédzranawoé pour l'achat des produits vestimentaires. Les grossistes de

Baguida, Adidogomé et Agoényivé à 90 % s'approvisionnent dans les marchés centraux d'Adawlato en produits de prêt-à-porter et de Hédzranawoé en produits de seconde main. Les semi-grossistes, les détaillants et les consommateurs sont plus intéressés par les marchés de proximité, de relais ou périphériques comme les marchés d'Agoényivé, d'Adidogomé, de Gbossimé, d'Attipkodji...

Conclusion

L'influence de la distance est fondamentalement liée au cadre physique, c'est-à-dire au «territoire de mobilité» et à son influence sur les déplacements (S. Carpentier, 2007, p. 253). La mobilité s'inscrit en effet entre deux points plus ou moins éloignés, une origine et une destination situées dans des lieux plus ou moins denses du point de vue de l'occupation résidentielle et/ou des d'activités commerciales. La mobilité domicile-travail est donc décrite par son intensité spatiale, c'est-à-dire la distance totale parcourue par jour par chaque actif pour se rendre au travail et pour en revenir. Ceci fait intervenir la notion d'accessibilité qui consiste en réalité à déterminer la somme de biens ou de services localisés que l'on peut atteindre à partir d'un autre lieu sous l'effet d'un ensemble de contraintes spatiotemporelles (distance et budget temps de déplacement) et financières (coûts de déplacement ou de transport) qui, ici, viennent s'ajouter à la valeur réelle de la marchandise.

Références bibliographiques

- AGOMA Blandine, 2009, *Territoire et identités à Lomé (Togo), processus de catégorisation, dynamiques spatio-résidentielles et logiques du lieu*, Paris, Ressac n°2, p. 66-95.
- APPERT Manuel, 2006, *Coordination des transports et de l'occupation de l'espace pour réduire la dépendance automobile dans la région métropolitaine de Londres*, Montpellier, Thèse de Doctorat de Géographie, Université Montpellier III – Paul Valéry.
- BREDELOUP Sylvie, 2005, « Centralités commerciales, centralités immigrées à Abidjan », *Liens et lieux de la mobilité, ces autres territoires*, Paris, Belin, p. 249-272.
- CARPENTIER Séverine, 2007, *Mobilité quotidienne et ancrage résidentiel. Différenciation des pratiques spatiales et des représentations sociales selon la structure urbaine. L'exemple du*

- Luxembourg. Strasbourg, Thèse de doctorat. Université Strasbourg 1.
- DGSCN, 2011, *Recensement Général de la Population et de l'Habitat au Togo, Résultats définitifs*, Lomé, RGPH4.
- GODARD Xavier et TEURNIER Pierre, 1992, *Les transports urbains en Afrique à l'heure de l'ajustement*. Paris, Karthala.
- ORFEUIL Jean-Pierre, 2011, *Rapport final de l'étude de prospective de la mobilité dans les villes moyennes*. Paris, Partie 1 : Cadrage et organisation de l'étude. Futuribles International / IFSTTAR.

**ACTIVITES COMMERCIALES INFORMELLES FEMININES
ET ORGANISATION DE L'ESPACE URBAIN A ABIDJAN :
CAS DE YOPOUGON BANCO 2**

Téré GOGBE, N'Guessan Gilbert KOUASSI
& Lou Binhué Juliana Flore GOORE
Université Félix Houphouët Boigny d'Abidjan

Résumé : Les femmes constituent une force de travail très déterminante dans l'économie mondiale. Pour le BIT (2000), plus des 2/3 des femmes des zones urbaines participent au secteur informel. Le secteur informel est particulièrement dynamique en Côte d'Ivoire et occupe près de 51,5 % des femmes (INS, 2014). Il concerne les petites et moyennes unités de production ou de commercialisation qui échappent au contrôle de l'Etat. Ce secteur constitue un espace socio-économique de repli pour la sécurité financière des familles face aux différentes crises qu'a connu le pays en 1990, 2002 et 2010. A Yopougon, les activités informelles se déroulent sur les trottoirs, le long des rues, aux abords des grands marchés et des artères de grande circulation. Cette situation a contribué à la dégradation du paysage et la désorganisation de l'espace. L'objectif principal de cet article est de montrer l'impact des activités commerciales informelles féminines sur l'organisation de l'espace. L'étude est menée au BANCO II, un quartier localisé au Centre-Nord de Yopougon. La méthodologie utilisée est la méthode des itinéraires. Le choix des commerçantes s'est fait selon le sexe, l'âge et la nature des activités. Les résultats de l'étude montrent que les activités informelles à Yopougon Banco 2 sont tenues par 97 % de femmes, avec des densités d'occupations spatiales variables. En outre, l'itinéraire carrefour SIPOREX-CHU de Yopougon est le plus envahie avec une densité de 1756,46 activités à l'hectare. L'occupation anarchique de l'espace par les activités informelles se traduit par les embouteillages, les accidents, les nuisances sonores, l'insalubrité et l'insécurité.

Mots-clés : Ville, activités informelles féminines, désordre, Yopougon, Abidjan.

Abstract: Women are a very important work force in the global economy. For the ILO (2000), more than two-thirds of women in urban areas participate in the informal sector. The informal sector is particularly dynamic in Côte d'Ivoire and occupies nearly 51.5% of women (INS, 2014). It concerns small and medium-sized production or marketing units which are beyond the control of the State. This sector constitutes a socio-economic space for the financial security of families in the face of the various crises that the country experienced in 1990, 2002 and 2010. In Yopougon, informal activities take place on sidewalks, along streets, in the vicinity of major markets and main thoroughfares. This situation has contributed to the degradation of the landscape and the disorganization of space. The main objective of this article is to show the impact of informal women's business activities on the organization of space. The study is conducted at BANCO II, a district located in the north-central part of Yopougon. The methodology used is the itinerary method. The choice of traders was made according to gender, age and nature of activities. The results of the study show that the informal activities in Yopougon Banco 2 are held by 97% of women, with variable spatial occupancy densities. In addition, the SIPOREX-CHU crossroads of Yopougon is the most invaded with a density of 1756.46 activities per hectare. The anarchic occupation of space through informal activities results in traffic congestion, accidents, noise nuisance, unhealthiness and insecurity.

Keywords: City, informal women activities, disorder, Yopougon, Abidjan.

Introduction

Les femmes constituent une force de travail remarquable dans l'économie mondiale. Selon le Programme des Nations Unies pour le Développement (PNUD, 1995), 52 % des femmes de 15 ans et plus, exercent une activité économique. Cependant, 2/3 des femmes en Afrique de l'Ouest et 51,5 % en Côte d'Ivoire exercent leurs activités dans l'informel (BIT, 2002). Le secteur informel en Côte d'Ivoire est particulièrement dynamique du fait de la pauvreté dans les milieux urbains, de la mondialisation de l'économie et des crises à répétition depuis les années 1980.

A Abidjan, le phénomène des activités informelles a pris une proportion très importante. Selon l'Agence d'Etude et de Promotion de l'Emploi (AGEPE, 2008, p. 1) la part des activités informelles est passée de 30 % en 1998 à 31 % dans l'emploi total en 2002. Les petits métiers se sont généralisés suivant une structure hypertrophiée des emplois industriels et des services. Les activités informelles foisonnent dans les alentours des surfaces animées (école, hôpitaux, marchés,) et surtout dans les rues et sur les trottoirs. Le développement du secteur informel tenu par

43 % des femmes en milieu urbain accroît la création d'emploi. (A. Gnammon, 1997, p. 105). Cependant, selon l'Unesco en 1980 et le BIT en 2002, la faiblesse des politiques publiques, l'insuffisance de la gouvernance, l'analphabétisme et la discrimination à l'égard des femmes et des autres groupes défavorisés seraient les facteurs de l'évolution des activités informelles.

Yopougon est la commune la plus densément peuplée d'Abidjan avec près de 13 066,78 habitants au Km². (RGPH, 2014). Outre les quartiers résidentiels ou dortoirs, elle abrite la plus importante zone industrielle d'Abidjan. Malgré la présence de cette zone intense d'activités et les marchés des différents quartiers, les rues et les trottoirs sont constamment occupées par les activités informelles des femmes. L'exercice de ces activités sur les différentes voies de circulation est une préoccupation constante pour les urbanistes et les chercheurs en urbanisation en particulier. L'objectif principal de cette contribution est de mesurer le niveau d'occupation des voies et des trottoirs par les activités commerciales. De façon spécifique, les préoccupations de recherche qui sous-tendent le présent article sont les suivantes : comment les activités informelles sont-elles organisées dans les rues du quartier ? Quelles sont les incidences de ces activités sur l'organisation de l'espace ? Quelles sont les solutions pour une meilleure intégration de ces activités dans les espaces commerciaux de la commune ?

Par cette contribution, nous voulons montrer la densité des activités commerciales dans les rues, analyser leurs conséquences sur l'organisation de l'espace et proposer des stratégies pour une meilleure gestion de l'espace public dans les quartiers surpeuplés de la ville d'Abidjan.

Matériels d'étude

Les études portant sur les activités informelles et leur mode d'organisation nécessitent la définition des outils ou données et leur mode d'organisation. Dans ce contexte, nombre d'outils ont contribué à la recherche d'informations à l'échelle du quartier qui abrite le marché informel de Banco 2. Il s'agit des guides d'inventaire, d'entretien, d'observation directe et du questionnaire. Le quartier de Banco 2 est réputé pour ses activités informelles et la mauvaise utilisation des rues. C'est un quartier de commerce qui est à la croisée des chemins entre le nord, le sud, l'est et l'ouest de la commune. En outre, les bases de données démographiques issues du recensement des activités exercées et des commerçants dans les rues ou sur les marchés ont orienté nos travaux de recherche. Ces activités sont réparties en activités alimentaires, arts et

esthétiques, NTIC et imprimeries, textiles et habillements et matériels immobiliers.

Méthode de collecte des données

Pour atteindre les objectifs de cette étude, un dénombrement exhaustif des occupants de la rue depuis le rond-point de la pharmacie Siporex jusqu'au CHU de Yopougon a été mené. A ce niveau, les unités d'observation identifiées sont les suivantes : les commerçantes, les activités économiques et les équipements socio-collectifs. A l'aide d'un guide d'entretien, les échanges avec les commerçants, le chef des services techniques, du domaine et de l'environnement de la Municipalité de Yopougon ont permis de collecter des informations relatives aux modes d'occupation de la rue, aux délivrances des autorisations de l'occupation du domaine public, les stratégies et les actions pour l'amélioration des cadres et des conditions d'activité des femmes. L'enquête préliminaire a permis de dénombrer 1 910 commerçantes installées à l'intérieur du marché, sur les trottoirs, les avaloirs des caniveaux et la chaussée. Ces commerçants sont répartis comme l'indique le tableau 1 ci-dessous.

Tableau 1 : Effectifs des activités de commerce installées dans le marché et sur le trottoir

Types d'activités Lieux d'activité	Alimentation	Art et esthétique	textile et habillement	Bazars et mobiliers	NTIC et imprimerie	Total
Marché	910	55	29	81	13	1088
Trottoirs	518		78	133		822

Source : Notre enquête, 2016

A travers un sondage simple, 25 % de chaque type de commerce a fait l'objet d'enquête à travers un entretien et un questionnaire. Cette situation a permis de retenir 478 commerçants qui constituent la base de l'échantillon d'enquête. Le but recherché est de fixer les informations sur la nationalité, le revenu journalier et le niveau d'instruction des occupants, mais également d'identifier les types de nuisances et les stratégies à adopter pour lutter efficacement contre l'occupation anarchique de l'espace urbain.

Les résultats de cette recherche tournent autour de trois objectifs fondamentaux qui constituent la structure de ce travail. Il s'agit d'identifier les acteurs et de montrer leur organisation dans l'espace d'étude, analyser

les incidences de l'exercice des activités commerciales sur la structuration de l'espace communal et identifier les perspectives de gestion intégrée dans la gouvernance des quartiers populaires des communes périphériques d'Abidjan.

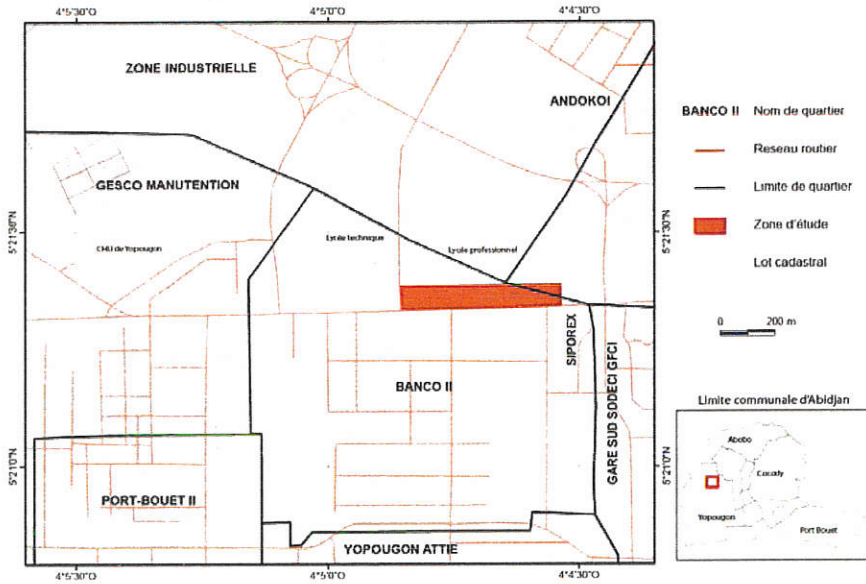
1. Situation des activités commerciales informelles

1.1. Yopougon, une commune propice au commerce mais sous-équipé en marché public

Parmi les collectivités locales de Côte d'Ivoire, Yopougon connaît une urbanisation très remarquable faisant d'elle la commune la plus peuplée de la ville d'Abidjan selon le RGPH en 2014. Sa population représente 2,9 % de celle-ci. De 78 700 habitants en 1975, elle comptait 374 524 habitants en 1998 avant d'atteindre plus d'un million en 2014. Cette situation a été possible avec un taux d'accroissement naturel de 3,8 % de 1975 à 1988 et de 2,6 % de 1998 à 2014. Cette population représente un marché potentiel pour les commerçants. De petits marchés existent dans les différents sous-quartiers de la commune.

Cependant, elle ne dispose pas encore d'un grand marché formel capable d'accueillir un grand nombre de commerçants. Pour pallier ce déficit, les présidentes de coopératives des commerçantes des produits vivriers avec l'autorisation des autorités municipales ont transformé plusieurs espaces non appropriés en marché pour le commerce. L'espace situé sous les hautes tensions au nord de la commune de Yopougon dans le quartier Banco 2 entre les carrefours « Siporex » et la zone industrielle n'a pas échappé à cette pratique. Cet espace qui fait suite au lycée technique abrite le marché informel communément appelé marché Gouro. Etalé sur une superficie d'environ 6 hectares, cet espace accueille divers sous-marchés portant soit le nom du propriétaire (marché Bamba ; marché Djélla Lou, marché Keita) soit le nom du produit essentiel vendu ou le nom de l'ethnie du propriétaire (marché Attiéké ou marché Adioukrou, marché Kabalôgô en langue malinké ou marché Maïs et marché Bété). Ces marchés sont des lieux privilégiés d'approvisionnement des détaillants exerçant sur les autres petits marchés de la commune mais aussi des consommateurs des quartiers environnants (Figure 1).

Figure 1 : Localisation de l'espace d'étude



Source : Cadastre, Mairie de Yopougon, 2016

1.2. Une dominance des activités commerciales informelles alimentaires sur le marché

Initialement prévu pour être exclusivement un marché de gros de produits vivriers, plusieurs autres produits y sont commercialisés. Lors des pré-enquêtes dans ce marché, environ 1.910 commerçants qui proposent divers types de marchandises ont été recensés. Les produits commercialisés sont répartis en cinq branches. Il s'agit de l'hygiène et alimentation, de l'art et de l'esthétique ; des NTIC et de imprimerie, du Textile et de l'habillement ainsi que des bazars et du matériel immobilier (cf. les tableaux 2 et 3 ci-dessous)

Tableau 2 : Situation des activités commerciales informelles dans le marché du quartier Banco 2

Alimentation	Art et esthétique	Textile et habillement	Bazars et mobiliers	NTIC et imprimerie	Total
910	55	29	81	13	1088
84 %	5 %	3 %	7 %	1 %	100 %

Source : Nos enquêtes 2016

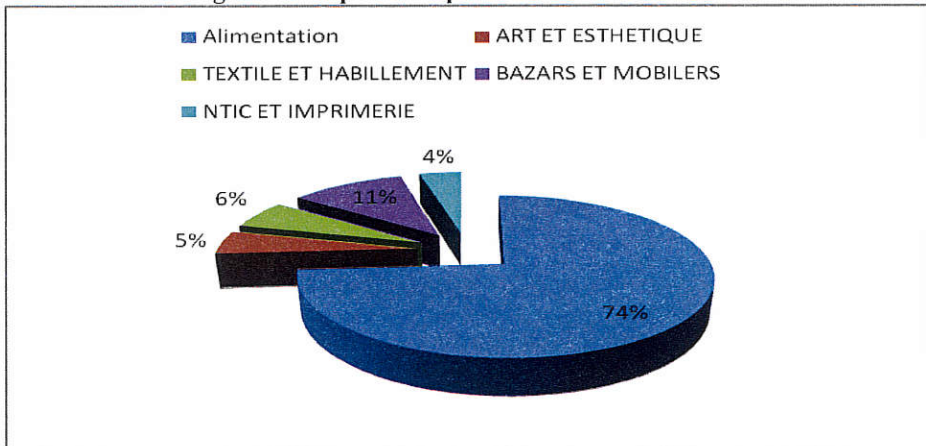
Tableau 3 : Situation des activités commerciales informelles sur le trottoir au niveau du marché au Banco 2

Alimentation	Art et esthétique	Textile et habillement	Bazars et mobiliers	NTIC et imprimerie	Total
518	48	78	133	45	822
63 %	6 %	9 %	16 %	6 %	100 %

Source : Nos enquêtes 2016

L'enquête menée indique que la proportion des commerçants de la branche de l'hygiène et alimentation reste la plus élevée à hauteur de 74 % aussi bien sur le trottoir qu'à l'intérieur du marché. Les autres branches se partagent les 26 % restants comme le montre la figure 2 ci-dessous.

Figure 2 : Répartition par sexe des activités commerciales



Source : Nos enquêtes, 2016

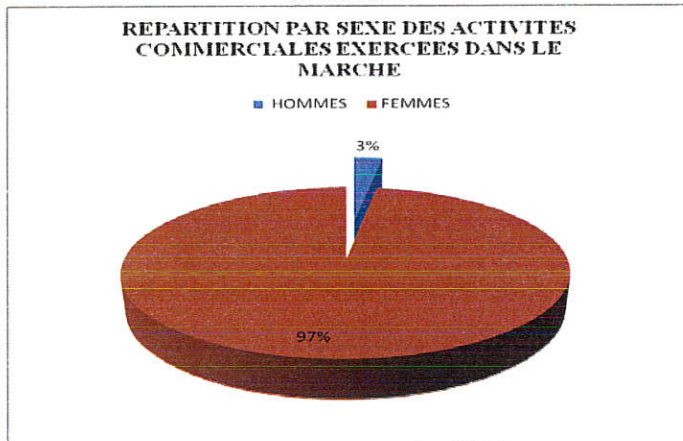
1.2.1. L'importance de l'activité commerciale féminine dans ce marché

Le chiffre de 1 910 commerçants recensés au « marché Gouro » de Yopougon Banco 2 montre l'ampleur des activités commerciales informelles. Toutefois, les activités dans ce marché et sur les trottoirs en bordure de la rue principale sont dominées essentiellement par les femmes analphabètes. L'intérêt accordé au commerce de détail par les femmes est lié à la difficulté d'accès à l'emploi et au faible niveau d'instruction 58% d'analphabétisme. Les actions conjuguées de la crise économique de 1980 et politico-militaires de 2002 à 2011 en Côte d'Ivoire ont contribué à nourrir ce déficit. (F. Akindès, 1990, p 360).

1.2.2 .Une prédominance des femmes

Etant pour la plupart analphabètes 58 %, les femmes se sont investies dans le secteur du vivrier en tant que grossistes ou détaillantes. Elles représentent 97 % des commerçants travaillant à leurs propres comptes ou comme des aides familiales contre 3 % des hommes (Figure 3).

Figure 3 : Répartition par sexe des activités commerciales dans les marchés de Banco 2



Source : Notre enquête, 2016

Il s'agit des adultes et des jeunes filles dont l'âge varie entre 15 et plus de 50 ans. Les jeunes filles sont les plus nombreuses avec 76 % contre 24 % d'adultes. Bien que l'achat de marchandises de certaines jeunes se fait sur fond propre, d'autres ont recours aux emprunts. Elles sont pour la plupart du temps des détaillantes qui vendent pour les femmes grossistes. En effet celles-ci leur livrent une partie de leurs marchandises en gros à crédit mais à des prix élevés et différents de celui des clientes qui viennent acheter comptant. La différence des prix oscille entre 1 000 F CFA et 2 000 F CFA. Après la vente, ces filles leur restituent l'argent de la marchandise et conservent le bénéfice réalisé. Elles vendent quelques fois à perte du fait de la fermentation rapide des produits alimentaires et sont souvent endettées. Une situation qui ne manque pas de créer des conflits permanents entre elles et les grossistes. A côté de cette catégorie, viennent celles qui sont les enfants ou les aides familiales de ces grossistes. Ces dernières vendent en détail sur le trottoir les produits de leurs parents. Il arrive parfois que ces grossistes se transforment en détaillantes. Elles se

rendent sur le trottoir dans le but d'écouler rapidement le reste de leurs marchandises et passer de nouvelles commandes.

1.3. Des conditions de travail précaires et à risques

Les activités sont caractérisées par une grande précarité des conditions de travail. Hormis les commerçants installés sous les hangars et dans les magasins, les autres exposent leurs marchandises sous des parasols, à même le sol sur de grands sachets en plastiques ou sur des supports faits de cailloux et recouverts de grands sachets en plastiques (Photo 1). A côté d'eux certains le font dans des brouettes, dans des plats ou des cuvettes sur leurs têtes pendant que d'autres utilisent des plats posés sur des seaux vides de peinture ou des caisses vides de bananes douces. Ils subissent la rigueur des intempéries surtout les occupants des devantures des magasins en bordure de rue. Les propriétaires leur interdisent l'utilisation de parasols ou d'un quelconque moyen de protection afin d'éviter de voiler leurs vues aux clients.

Photo 1 : Des étales à même le sol



Source : Cliché L. J. Gooré, 2016

2. Répartition des commerçants dans la zone d'étude

2.1. Des commerçants inégalement repartis

L'occupation anarchique de l'espace public est un problème commun aux communes de la ville d'Abidjan. (J. F. Vasseu, 1994, p. 27). Yopougon et principalement le quartier Banco 2 n'est pas en marge de

cette situation devenue préoccupante pour les autorités locales. Malgré les déguerpissements de grandes envergures entreprises par la mairie de Yopougon, le problème demeure. En effet, il est important d'indiquer que le marché Gouro de Banco 2 a été implanté en avant-garde de deux établissements éducatifs à savoir, les lycées technique et professionnel de Yopougon. Une situation qui est en déphasage avec les normes relatives à l'enseignement. De plus, le trottoir, les avaloirs des caniveaux, les rues du marché et les espaces sous les hautes tensions sont également pris d'assaut quotidiennement par les vendeurs (Photo 2).

Photo 2 : Des activités commerciales en pleine expansion sous les hautes tensions



Source : Cliché L. J. Gooré, 2016

2.2. Situation de l'occupation spatiale des commerçants

Les enquêtes ont montré que des hangars et des magasins ont été construits sur la superficie de 3,33 ha que couvrent les marchés. Ces équipements occupent la plus grande partie de l'espace, soit environ 57 % de la surface totale. Cependant, le reste de l'espace (non bâti) estimé à 2,53 ha couvre 43,07 % de la surface utile comme l'indique le tableau 3 ci-dessous. A l'opposé, la décharge occupe 2,35 % du taux d'occupation de l'espace, soit 0,14 hectare sur l'ensemble de l'espace occupé. (cf. Tableau 4).

Tableau 4 : Situation de l'occupation spatiale au marché Gouro de Yopougon Banco 2

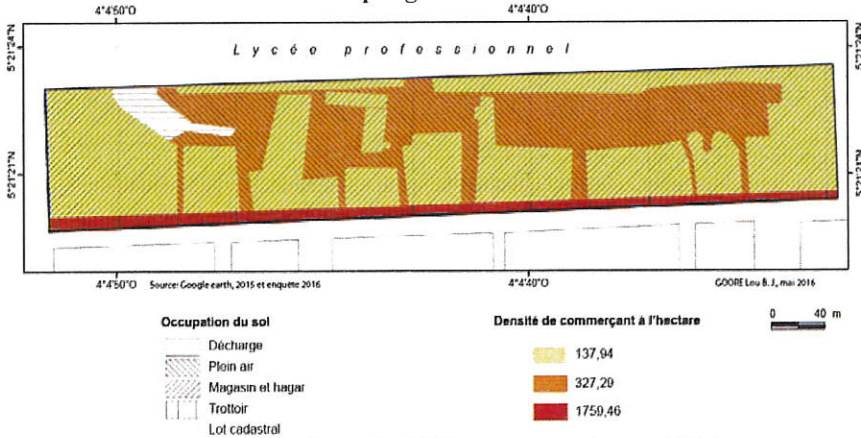
Espace	Occupation du sol (%)	Superficies (ha)
Décharge	2,35	0,14
Magasins et hangars	56,92	3,33
Rue du marché	32,75	1,92
Trottoir	7,97	0,47
Total general	100	5,86

Source : Nos enquêtes 2016

2.2.1. Une occupation dense de la rue principale

Le commerce de détail hors magasins est prépondérant. L'essentiel des activités commerciales est concentré sous les hautes tensions, les trottoirs et dans les rues du marché. La densité de commerçants est très élevée dans l'espace d'étude, avec 2 087 commerçants à l'hectare. Cependant, on note une faiblesse dans l'occupation des bâtis, soit 138 commerçants à l'hectare installés sous les hangars et les parasols. L'analyse de la figure 4 montre 1 759 commerçants à l'hectare sur la rue principale, 327 sur à l'hectare dans les marchés et 137 à l'hectare installés sur les trottoirs. (Figure 4).

Figure 4 : Répartition spatiale des commerçants au « marché Gouro » de Yopougon Banco 2



Source : Google earth, 2015 et nos enquêtes en 2016

2.2.2. De la problématique de l'installation anarchique des commerçants

Yopougon est une commune populaire conçue par la volonté politique depuis 1970. Elle a été promue par les sociétés immobilières pour

faire face à l'insuffisance de logements sociaux dans la ville d'Abidjan. (F. Akindès, 1990, p. 360). L'insuffisance de places disponibles pour l'exercice du commerce sur le territoire communale de Yopougon se pose avec acuité. Il faut noter que les cinq (les nombres sont écrits dans les documents scientifiques en chiffres ou en lettres, mais pas les deux à la fois avec le chiffre entre parenthèses comme on le voit dans les documents administratifs) sous-marchés précités disposent au total de huit hangars de cent étals en moyenne et de plus 250 magasins. De la sorte, le déficit d'établissement des commerçants s'élève à environ 1 000 étals ou places légales en se référant aux 2 000 commerçants dénombrés. (Service Technique, Mairie de Yopougon, 2016). Le manque de places est l'une des raisons les plus évoquées par 39 % des commerçants enquêtés pour justifier l'installation désordonnée. 26 % des enquêtés révèlent s'être installés volontairement ou par les propriétaires des marchés. L'occupation des places légales est possible moyennant la somme de 150 000 et non 150 000 ou 200 000 F CFA versée aux propriétaires. Un montant qui n'est pas accessible à tous car 25 % des femmes gagnent moins de 100 000 F CFA par mois. La cherté des places au sein des marchés a été mentionnée par 8 % des enquêtés. Cependant seulement 2 % affirment une absence de prélèvement de taxes du fait de leurs installations devant les magasins, témoignent des nombreux avantages liés à la pratique du commerce sur le marché (à restructurer).

2. 3. Les avantages liés aux installations anarchiques

Les avantages s'observent de part et d'autre des lieux de vente. 68 % des commerçants enquêtés sur le trottoir bénéficient d'un contact direct avec la clientèle. Cette position leur donne la possibilité d'aborder facilement les clients avant leur entrée dans le marché. Les revenus journaliers se situent entre 5 000 et 35 000 F CFA voir 40 000 F CFA. Ceux de l'intérieur du marché dont 18 % évoquent l'absence de déguerpissement du fait de leurs installations légales par les propriétaires des marchés et 14 % se réjouissent de disposer d'un grand espace pour les ventes en gros et demi-gros de leurs marchandises. Loin de tirer profit de cette situation, ils subissent également des désagréments dans l'exercice de leurs activités.

2. 4. Les contraintes liées aux installations anarchiques

Les commerçants avouent travailler dans des conditions difficiles. Les difficultés diffèrent d'un espace à un autre. Les intempéries, les

déguerpissements réguliers, les confiscations de marchandises, les taxes élevées, les odeurs des caniveaux sont entre autres les problèmes majeurs relevés par les commerçants installés sur le trottoir et dans les rues du marché. En effet, 42 % déplorent s'être constamment exposés aux intempéries du fait du déficit d'espace couvert. La question des déguerpissements suivies de confiscations de marchandises menées conjointement par les agents de la mairie de Yopougon et des syndicats des jeunes de Banco 2 ont été relevées par 39 % des enquêtés à cause de l'occupation anarchique du trottoir et des voies d'entrée des marchés. Les syndicats des jeunes de Banco 2 exigent de la part de ces commerçants la somme de 1 000 F CFA/j ou plus pour les dommages occasionnés ou la confiscation de leurs produits avant la fin de la journée. Ces opérations quotidiennes viennent perturber la pratique des activités commerciales et par la même occasion, entraînent la baisse des revenus. Selon 2 % des enquêtés, les taxes sur le trottoir sont plus élevées que celles prélevées à l'intérieur du marché. Elles sont fixées à 300 ou 400 F CFA par les syndicats des jeunes de Banco 2 du fait des installations illégales, tandis que les commerçants occupant les rues et les hangars paient 150 ou 200 F CFA aux agents de collectes des propriétaires des marchés. Les odeurs nauséabondes des caniveaux sont également le lot quotidien de 0,37% de commerçants. Les hautes tensions représentent également de véritables dangers pour la santé de 2 % des enquêtés.

Par ailleurs, 13 % observent une baisse de la clientèle des achats en détails et des revenus liés à l'interception des clients sur le trottoir. Les commerçants révèlent que leurs recettes journalières sont passées de 100 000 ou 200 000 F CFA voire plus, à moins de 50 000 F CFA ou 100 000 F CFA.

3. Les incidences de ces activités commerciales informelles

Les effets de l'occupation anarchique l'espace d'étude se traduisent par des embouteillages, des accidents, des nuisances sonores, des atteintes à la santé et des actes d'insécurité.

3. 1. Les embouteillages

Ces faits sont en général imputables aux transporteurs car le marché abrite de nombreuses gares. En effet, les magasins en bordure de la voie ont été transformés en gares routières par des compagnies de transports notamment FST, BSC, ST, TATA, AMCI, SYVO, EGECOM, MALEX,

BV transport, Albatros, Appaches, le Fonctionnaire, MIDID pour rallier Abidjan aux villes de l'intérieur du pays (Photo 3).

Photo 3 : Une vue de quelques compagnies de transport assurant la liaison Abidjan et les villes périphériques ou de l'intérieur de la Côte d'Ivoire.



Cliché de L. J. Gooché, 2016

Le stationnement anarchique des véhicules sur le trottoir, ajouté à ceux des minicars communément appelés « Massa ou Gbaka) circulant sur les lignes les lignes inter-quartiers Yopougon - Songon - Dabou ou Yopougon (Gesco) -Adjamé sans oublier l'entrée ou la sortie du marché des gros camions de vivriers contribuent à l'accentuation du désordre.

En plus, les interpellations de la clientèle sont constamment entremêlées des transporteurs de marchandises ou « porte-faix » dans des brouettes. Le marché de maïs est également un élément de désordre. Les épis de maïs sont déversés sur la voie principale occasionnant son rétrécissement et la circulation des véhicules. Leur présence sur le trottoir constitue un goulot d'étranglement et ralentit le trafic routier. Les embouteillages permanents créent des désagréments aux populations principalement pour les cas d'urgences des malades du Centre Hospitalier Universitaire de Yopougon (CHU) distant d'environ 500 m à vol d'oiseau. (Google Map, 2016). Les chauffeurs de minicars « Gbaka » ne manquent pas de flamber les coûts de transport en de pareilles circonstances. Les frais de transport passent souvent aux heures de pointe de 100 à 150 FCFA voire 200 F CFA (quartier Siporex au quartier Gesco, en aller et retour). Les nuisances sonores provenant de ce lieu perturbent le bon déroulement

des enseignements dans ces deux établissements éducatifs sus cités et les bousculades pendant les déplacements sont légions (cf. Photo 4).

Photo 4 : Des bousculades permanentes des commerçants, des clients et des automobilistes sur la chaussée ; un gigantesque imbroglio et un désordre indescriptible



Cliché L. J. Gooré, 2016

3.2. Un environnement malsain dans un marché confus, non planifié

Les activités se déroulent dans un environnement insalubre. Les vendeuses surtout de denrées alimentaires jettent après le triage de leurs stocks certains produits avariés dans les rues du marché. L'absence de barques et de ramassages réguliers d'ordures a favorisé la prolifération de dépotoirs sauvages. Le marché souffre d'un manque d'assainissement véritable. Les études ont montré que l'entretien des lieux de commerce se fait individuellement par seulement 55% des commerçants. Les agents de nettoyage employés par les présidentes de coopératives nettoient seulement les rues et les hangars du marché. Pendant les périodes de pluie, l'espace du marché et des trottoirs est jonché de boue. Malheureusement, ce cadre de travail insalubre n'indispose pas des commerçants qui n'hésitent pas à y exposer leurs marchandises comme le montre la photo 5 (Photo 5)

Photo 5 : Des fruits commercialisés à proximité d'une flaque d'eau noirâtre contenant des ordures.



Cliché L. J Gooré, 2016

3.3. Péril sanitaire de la clientèle et surtout des commerçants

Les déchets favorisent la prolifération des insectes surtout les mouches et les moustiques vecteurs de nombreuses maladies. L'environnement insalubre affecte principalement la santé de 27,9 % des commerçants également ainsi que celle de 12,4 % de consommateurs. La pollution de l'air à travers les fumées des véhicules est à l'origine de 3,7 % de cas de maladies respiratoires (IRA) selon les services sanitaires du centre de santé communautaire de Yopougon Banco 2 en 2016.

Les effets du désordre sont également perceptibles à travers les actes de violences perpétrés par les malfrats qui sillonnent constamment l'espace du marché. Les scélérats opèrent de jour comme de nuit, dans le marché, sur les trottoirs et dans les rues. Les cas de vols à l'arraché ou à la tire représentent 42 % des agressions. Les bousculades entre les clients, les commerçants, les piétons et les accidents d'automobilistes enregistrées sont évoquées par 26 % des enquêtés. Il s'agit des accrochages entre les véhicules de transports ou des percussions des personnes par les véhicules. Les vols à main armée ou arme blanche, les vols de véhicules, les braquages de taxis, les violences et voies de fait sont les derniers points soulevés par 32 % de la population.

Pour l'amélioration des conditions de travail, 28 % des personnes interrogées souhaiteraient la construction de hangars, 22 % proposent une aide financière ou un prêt quand 21 % des commerçants proposent la construction de magasins, tandis que 18 % des commerçants installés dans les magasins et sous les hangars exigent le déguerpissement des trottoirs.

Conclusion

Ce travail a permis de montrer l'impact des activités commerciales informelles féminines sur l'organisation de l'espace du quartier Banco 2 de Yopougon. D'une manière générale, cinq types d'activités commerciales occupent la zone d'étude de façon informelle à savoir l'alimentation, l'art et l'esthétique, les NTIC et imprimerie, le textile et l'habillement, les bazars et matériels mobiliers. Le commerce de détail se déroule dans le marché informel, surtout aux abords des rues et sur les trottoirs. Les femmes en sont les principaux acteurs. Cet espace est caractérisé par une occupation anarchique par les commerçants faute de places disponibles sous les hangars et dans les magasins de fortune. Les incidences de ces pratiques sont nombreuses. Elles se traduisent par des embouteillages permanents sur la chaussée, l'insalubrité liée à l'absence d'assainissement et l'insécurité grandissante perpétrée par les vols à la sauvette.

Références bibliographiques

- AGEPE, 2008, *Rapport d'étude sur le secteur informel à Abidjan*, Consulté le 15/12/2016, Enquête-1-2-3, Phase 2, Vollet 2, <http://www.ins.ci/nada1/ddibrowser/?id=9>
- ABIS Sébastien, 2012, *Sécurité alimentaire et développement rural, deux impératifs pour une ville durable*, Harmattan.
- AKINDES Francis, 1981, « L'urbanisation de la périphérie d'Abidjan : l'exemple de Yopougon », *Cahier des Sciences Sociales*, p. 198-216.
- AKINDES Francis, 1990, « Le secteur informel dans la crise économique, l'exemple d'Abidjan », *SOLAGRAL*, Paris, p. 357-361.
- CANTENS Thomas, 2012, *Les pratiques commerciales informelles*, Document de recherche de l'OMD, n° 22.
- CHALÉARD Jean Louis, 1996, « Marchés et vivrier marchand en Afrique occidentale : le cas de la Côte d'Ivoire », Paris, Karthala, p. 111-121

- CHARLIER Sophie, 2007, *Les femmes contribuent à la souveraineté alimentaire*, UCL/ Presses, Université de Louvain et Entraide et Fraternité.
- CUONZO Maria Teresa, 2003, « Les petits métiers: le secteur de l'économie informelle en Afrique ». Camarda D. (ed.), Grassini L. (Ed.). *Local resources and global trades: Environments and agriculture in the Mediterranean region*. Bari : CIHEAM, (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 57). p. 271 -276
- DORÉ Émilie, 2009, *Activités informelles et développement urbain une critique à la notion de capitalisme populaire à travers le cas de Lima*, EHESS/CADIS, Paris, p. 113-122.
- GNAMMON Agnès, 1990, *Les femmes et le travail à Abidjan et ses environs : la contribution de la géographie du travail à Abidjan*, Université Nationale.
- HUGON Philippe, 1989, « L'informel : les femmes et la planification du développement en Afrique », Paris X Nanterre, p1-109
- LEIMDORFER François, 2003, « L'espace public urbain à Abidjan, individus, associations, Etat », *l'Afrique des Citadins*, édition Karthala, Paris, Abidjan, p. 54-109.
- MBAYE Ahmadou Aly, 2014, *Secteur informel, emplois et transformation structurelle, Eléments de réflexion*, Organisation internationale de la Francophonie.
- MONNET Jérôme, 2006, *Le commerce de rue, ambulancier ou informel et ses rapports avec la métropolisation : une ébauche de modélisation*, Paris, Institut de Recherche pour le développement / éditions Armand Colin, n° 39.
- NDAME Jean Pierre, 1999, « Commerce informel et structuration de l'espace urbain à N'Gaoundéré- Cameroun », *Annales de la faculté des arts, lettres et sciences humaines de l'université de N'Gaoundéré- Cameroun*, Tome 1, Vol, IV, 1999, p. 67-80.
- REGINENSI Catherine et MENEZES Marluci, 2011, *Pratiques, entre formel et informel, dans les espaces urbains: Lisbonne - Portugal et Rio de Janeiro -Brésil*.
- SEMINAIRE REGIONAL, 2009, *Genre et intégration économique des femmes dans les pays du Maghreb*.
- TITECA Kristof et KIMANUKA Célestin, 2012, *Marcher dans l'Obscurité : Le commerce informel transfrontalier dans la région des Grands Lacs*, International Alert, ONU FEMMES.

- VASSEU Jean François, 1994, *Désordres urbains et régulations juridiques, le paradoxe des « entrées en ville »* Nathan, Université, 2^e édition, [www.u-Picardie.fr/labo/currapp/revues/.../jean François Vasseu.Pdf](http://www.u-Picardie.fr/labo/currapp/revues/.../jean_François_Vasseu.Pdf).
- WABLE Corinne et COQUERY-Vidrovitch Catherine, « Les Africaines. Histoire des femmes d'Afrique noire du XIXe au XXe siècle », *Cahiers d'études africaines*, vol. 35, n°138-139, 1995. P. 681-685
- YAPI Diahou Alphonse, 1981, *L'étude de l'urbanisation de la périphérie d'Abidjan : l'urbanisation de Yopougon*, Université de Toulouse-Li-Mirail, Institut de Géographie Daniel Faucher, Centre Interdisciplinaire d'Etudes Urbaines, Thèse de Doctorat de troisième cycle.

DYNAMIQUE URBAINE ET COMMERCE DE RUE A ABOMEY-CALAVI AU BENIN

Cyr Gervais ETENE, Oussené AROUNA
& Charles Lambert BABADJIDE
Université d'Abomey-Calavi

Résumé : Les espaces urbains comportent différents niveaux spatiaux au fonctionnement distinct selon la double logique du formel et de l'informel. En effet, parmi les potentialités offertes par la ville, le commerce est essentiel. Il a connu des mutations importantes avec l'explosion de la grande distribution qui a modifié à la fois sa géographie et les pratiques de déplacements des consommateurs. Cette évolution n'est pas sans conséquence sur la question de planification de développement. La présente étude a pour but d'étudier la dynamique urbaine dans la ville d'Abomey-Calavi et ses implications sur le commerce de rue. Les données utilisées dans le cadre de ce travail sont les statistiques démographiques, les données sur les modes d'occupations de sol, les statistiques sur l'effectif des commerçants, etc. Les observations directes et les entretiens ont été mis à contribution dans le cadre de cette étude. La statistique descriptive a été également utilisée. Il résulte de ce travail que plusieurs facteurs tels que les crises foncières de Cotonou, l'installation des infrastructures structurantes (université, tribunal de première instance, logements sociaux, etc.) et l'aménagement de l'autoroute Cotonou-Abomey-Calavi contribuent à la croissance de la ville d'Abomey-Calavi. Ils sont également des facteurs explicatifs de développement du commerce de rue (selon les 80 % des enquêtés). D'autres facteurs comme la mise en place d'un outil de planification adéquat et surtout l'aménagement des espaces publics, des rues, des marchés, etc. ont contribué fortement au développement des commerces de rue.

Mots-clés : Abomey-Calavi, dynamique urbaine, commerce, espace

Abstract: The urban spaces contain various spatial levels in the different functioning according to the double logic of the formal and the informal. Indeed, among the potentialities offered by the city, the trade is essential. He knew important transfers with the explosion of the mass-market retailing which modified at the same time its geography and the practices of travels of the consumers. This evolution is not without consequence on the question of planning of development. The present study aims at studying the urban dynamics in the city of Abomey-Calavi and its implications on the businesses of street. The data used within the framework of this work are vital statics, data on the modes of activities of ground, statistics on the staff of the storekeepers, etc. The direct observations and the conversations were put in contribution within the framework of this study. The descriptive statistics was also used. It results from this work that several factors such as the land crises of Cotonou, the installation of the structuring infrastructures and the development of the highway Cotonou-Abomey-Calavi contribute enormously to the growth of the city of Abomey-Calavi and are also quoted as explanatory factors of development of the business(of street. The implementation of an adequate tool of planning and especially the development of spaces public, streets, markets, etc. contributed strongly to the development of the businesses of street.

Keywords : Abomey-Calavi, urban dynamics, trades, space.

Introduction

Les villes tropicales au sud du Sahara, tout comme ailleurs dans les pays en développement, se distinguent par un ensemble de faits qui marquent une opposition évidente entre la ville et la campagne. Les géographes perçoivent cette opposition surtout en termes de changements spatiaux, démographiques et économiques qui varient d'un pays à un autre avec des pourcentages de l'ordre de 40 à 70 % (J. B. Onana, 1999, p. 48 ; G. Wackermann, 2000, p. 96). Ces pourcentages découlent d'une urbanisation très soutenue, d'un très fort taux d'accroissement de la population urbaine, et de l'explosion démographique au cours des trois dernières décennies, etc. Un examen plus attentif des faits observables oblige néanmoins à reconnaître que même si l'opposition ville-campagne semble évidente en Afrique subsaharienne, elle se double d'une ruralisation de la ville (R. E. Mayer et M. Soumahoro, 2010, p. 146). Cela arrive lorsque les secteurs formels et informels se conjuguent dans l'utilisation de l'espace urbain.

L'identification d'un commerce dit de rue ou informel renvoie à l'absence d'enregistrement légal et/ou fiscal de l'activité. Ce type de commerce a été défini par des économistes pour le différencier des

activités qui pouvaient être mesurées et analysées par la statistique officielle. C'est une identification négative utile pour les experts et les gouvernements nationaux pour quantifier l'évasion fiscale, la piraterie, l'absence de protection ou de garanties (BIT, 2000, p. 18 et B. Lautier 2004, p. 26).

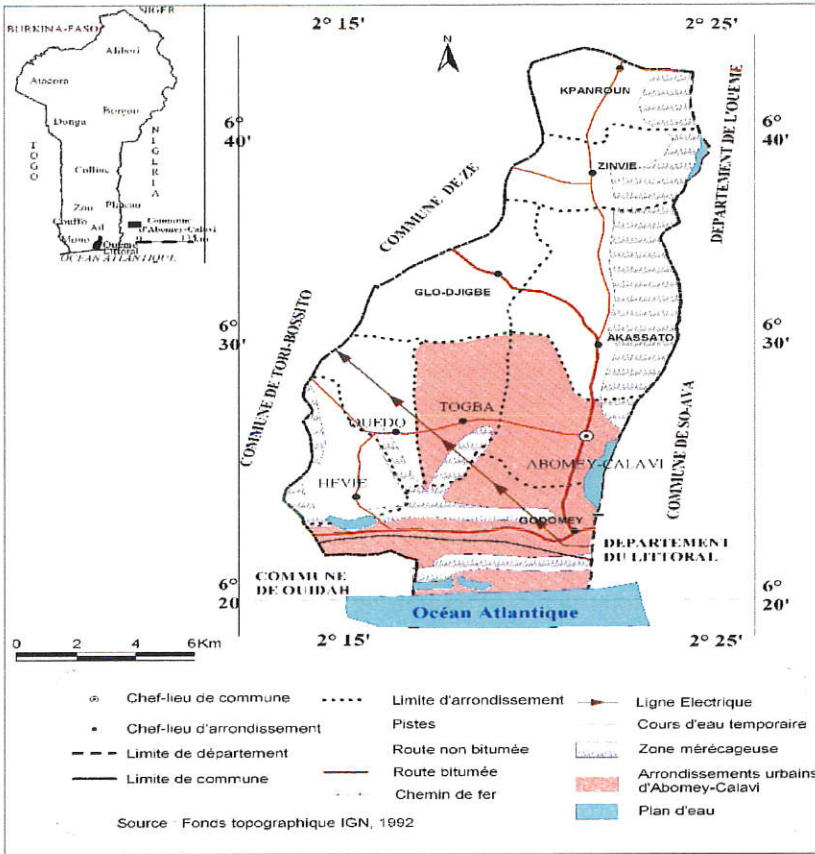
Au Bénin, le commerce de rue joue un rôle considérable dans les régions où des biens sont échangés. Ce commerce est majoritairement informel dans le sens où les commerçants (es) ne paient pas d'impôts et ne sont pas enregistrés. Toutefois, ces commerçants ou commerçantes à travers leurs activités contribuent ainsi à l'économie nationale, bien que leurs activités soient informelles.

A Abomey-Calavi, le commerce de rue et la dynamique urbaine constituent aujourd'hui un enjeu majeur pour les autorités communales et municipales. En effet, le développement rapide de la commune due à sa proximité avec la commune de Cotonou, capitale économique du pays, le phénomène de la croissance démographique (60 786 habitants (1979) et 404 849 habitants (2008) (INSAE, 2008, p. 6)) sont à la base de la création de plusieurs quartiers spontanés sans aucun plan d'aménagement. Ainsi, l'absence d'une politique d'urbanisation conséquente fait que la dynamique urbaine est confrontée à des problèmes d'infrastructures marchandes et au développement des commerces de rue. Cette situation amène à soulever quelques interrogations : Quels sont les déterminants de la dynamique urbaine à Abomey-Calavi ? Qu'est-ce qui explique le développement des commerces de rue dans le milieu d'étude ? Quel est le profil des acteurs ? C'est ce que tente d'analyser le présent travail.

1. Présentation du cadre géographique

Située entre 6°19'20'' et 6°42'51'' de latitude nord et entre 2°11'45'' et 2°25'15'' de longitude est (figure 1) la Commune d'Abomey-Calavi s'étend sur une superficie de 539 km² représentant 0,48 % de la superficie nationale du Bénin (INSAE, 2004 p. 5). Elle dispose d'importants atouts pour son urbanisation, une morphologie et un relief favorables aux aménagements (Dossou-Guedegbe, 2005, p. 185).

Figure 1 : Situation géographique d'Abomey-Calavi



2. Approche méthodologique

Les données utilisées dans le cadre de la présente recherche se rapportent essentiellement aux données démographiques (effectif et densité), les statistiques administratives sur les commerces de rue, les données sur l'urbanisation, de même que topographiques et géomorphologiques. En outre, des informations socio-commerciales ont été obtenues auprès de commerçants(es) et des agents de la mairie d'Abomey-Calavi. De même, les investigations de terrain ont permis d'appréhender les avantages de l'exploitation des trottoirs. A cet effet, la

Méthode Actives de Recherche Participative (MARP) et les observations directes de terrain ont été mises à contribution. Plusieurs outils d'investigation sont utilisés à savoir: des questionnaires, des guides d'entretien et d'une grille d'observation. Ainsi, un échantillon de 290 enquêtés et personnes ressources a été retenu pour cette étude.

Pour le calcul du taux d'urbanisation, la formule retenue est :

$$Tx_{urb} = (p_{au} / PT) \times 100$$

Tx_{urb} : Taux d'urbanisation ; p_{au} : Population des arrondissements urbains ; PT : population totale x 100

Pour le calcul du taux d'accroissement annuel moyen (r) la formule retenue est :

$$r = \left(\sqrt[n]{\frac{P_n}{P_0}} - 1 \right) \times 100 \text{ avec } \left\{ \begin{array}{l} n : \text{le temps qui s'écoule entre les} \\ \text{deux recensements} \\ P_n : \text{population finale} \\ P_0 : \text{population initiale} \\ r : \text{le taux d'accroissement annuel moyen} \end{array} \right.$$

Du point de vue cartographique, le calcul du rythme d'évolution des unités d'occupation du sol est fait tout en tenant compte des différentes périodes.

Soit $U-U_{1995}$ la superficie d'une unité d'occupation du sol en 1995 désignée par (U_1), $U-U_{2006}$ la superficie de la même unité d'occupation du sol en 2006 désignée par (U_2), et ΔU , la variation de la superficie de cette unité d'occupation du sol entre 1995 et 2006.

$$\Delta U = U_2 - U_1$$

Si $\Delta U = 0$ alors, il y a stabilité ;

Si $\Delta U < U_1$ alors, il y a régression de cette unité;

Si $\Delta U > U_1$ alors, il y a progression de cette même unité.

3. Résultats

3.1. Déterminants de la dynamique urbaine à Abomey-Calavi

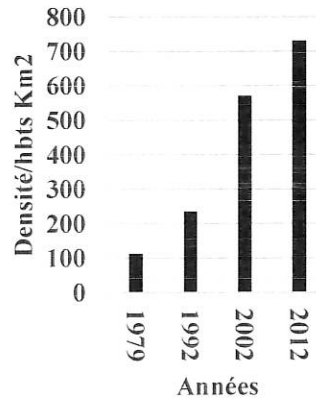
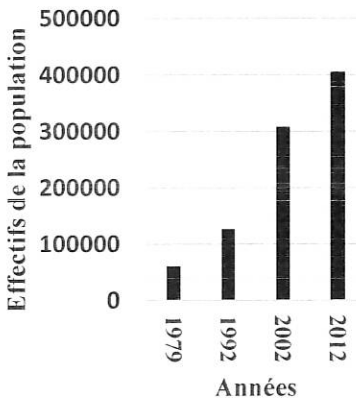
Plusieurs facteurs expliquent le phénomène de la dynamique urbaine dans la commune d'Abomey-Calavi. Il s'agit de la croissance démographique, l'urbanisation et la position géographique de la commune.

3.1.1. Dynamique démographique dans le secteur d'étude

Les différents résultats des recensements généraux de la population et de l'habitation (RGPH) permettent d'apprécier l'évolution de la population de la commune d'Abomey-Calavi. Les figures 2 et 3 montrent l'évolution de l'effectif et la densité de la population entre 1979 à 2012.

Figure 2 : Evolution de la population d'Abomey-Calavi de 1979 à 2012

Figure 3 : Evolution de la densité (habitants/km²) de la commune d'Abomey-Calavi de 1979 à 2012



L'analyse de la figure 2 montre qu'en 1979, la commune d'abomey-Calavie comptait 60 786 habitants contre 126 507 habitants en 1992, soit un taux d'accroissement annuel moyen de 5,8 %. En 2002, l'effectif de la population a atteint 307 745 habitants soit un taux d'accroissement annuel moyen de 9,30 % et 404 849 habitants ont été estimées en 2013 soit un taux d'accroissement annuel moyen de 2,78 % (INSAE, 2014, 13). Ce croît démographique se justifie entre autres par l'augmentation du taux de natalité, la baisse de taux de mortalité et le mouvement migratoire. Le taux de natalité reste encore très élevé dans la commune. Selon la troisième enquête démographique et de santé du Bénin (EDSB-III), le taux brut de natalité qui représente le nombre de naissances enregistré au cours de l'année pour 1000 habitants est de 41,61 ‰ contre 41,1 ‰ sur le plan national. L'Indice Synthétique de Fécondité (ISF) qui correspond au nombre moyen d'enfants par femme en fin de vie féconde

(15 à 49 ans) est de 5,8 dans la commune pour 5,53 sur le plan national (INSAE, 2008, p. 9).

Le taux de mortalité, quant à lui, est en baisse considérable ces dernières décennies. Cette baisse est due surtout aux progrès de la médecine, aux sensibilisations, au niveau de couverture sanitaire et vaccinale et au niveau d’instruction des femmes. De façon générale, le taux de mortalité est en baisse dans tout le Bénin. Ce taux qui était de 15,5 ‰ en 1995 est passé à 12,27 ‰ en 2002.

Quant à la figure 3, elle indique que la densité qui était de 113 habitants/km² en 1979, est passée à 731 habitants/km² en 2012. Ce qui montre que le nombre d’habitant par kilomètre carré s’est multiplié par six (06) en 33 ans. Ce qui n’est pas sans conséquence sur le phénomène de l’urbanisation que connaît le secteur d’étude et c’est ce qui justifie également le développement du commerce de rue.

3.1.2. Urbanisation rapide de la Commune d’Abomey-Calavi

Le tableau 1 présente la physionomie de l’urbanisation dans le milieu d’étude tout en mettant l’accent sur certains paramètres essentiels. Le phénomène d’urbanisation a eu plus d’ampleur dans les arrondissements d’Abomey-Calavi, Godomey et Hêvié selon les 70 % des enquêtés.

Tableau 1: Evolution de quelques paramètres de population dans la commune d’Abomey-Calavi de 1979 à 2012

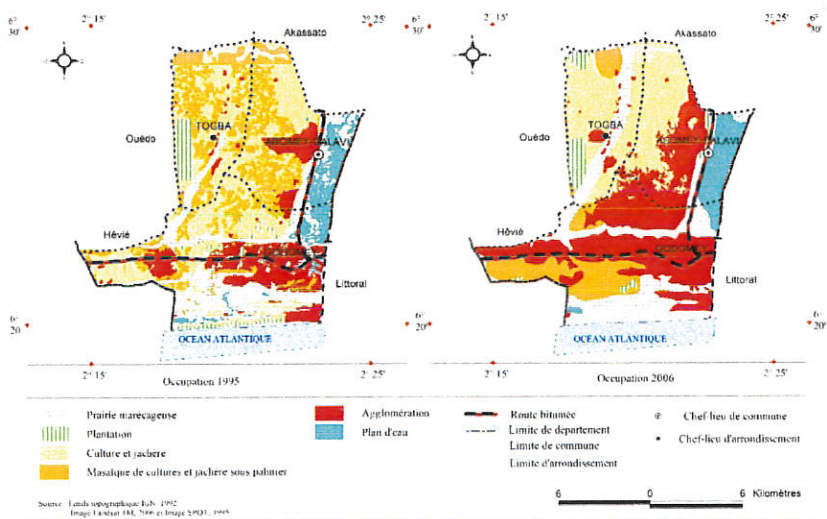
Indicateur Année	Nombre d’arrondissements urbains	Population totale de la commune	Population urbaine	Taux d’urbanisation (en %)
1979	01	60 786	9 327	15,34
1992	01	126 507	21 281	16,82
2002	03	307 745	228 109	74,12
2012	04	404 849	322 709	79,71

Sources : INSAE, 2013

L’examen du tableau 1 montre une poussée démographique entre 1979 et 2012 et cet accroissement démographique a contribué non seulement à la croissance rapide des populations urbaines, mais à l’urbanisation de certaines localités rurales. Ainsi, d’un (01) centre urbain en 1979, la commune d’Abomey-Calavi en compte quatre (04) en 2012. De 15,34 % de la population urbaine en 1979, soit 9 327 urbains; cette proportion est passée à 79,71 % en 2012, soit 322 709 urbains selon INSAE (2014, p.11). Ainsi, la population urbaine de la commune

d'Abomey-Calavi s'est multipliée par 34 en trois (03) décennies et ce qui explique un fort taux d'unité d'occupation du sol (figure 4).

Figure 4 : Occupation du sol dans les arrondissements urbains d'Abomey-Calavi entre 1995 et 2006



L'analyse de la carte d'occupation du sol montre qu'entre 1995 et 2006, on a constaté une régression de plus de 70 % des espaces agricoles au profit des espaces bâtis. Ainsi, cette pression humaine s'explique par les flux migratoires dans les quartiers périphériques de l'arrondissement de Godomey (Togoudo et Cococodji) et surtout dans les arrondissements de Hèvié, à l'ouest de Togba et de Ouèdo au nord de l'Arrondissement de Godomey. On note cependant, une occupation très rapide des localités plus proches de Cotonou et des voies inter-états. L'occupation du sol est plus dense dans l'arrondissement Godomey avec 153 447 habitants en 2002 soit 49,86 % de la moitié de la population de la commune.

Au total, l'urbanisation rapide de la commune est due entre autres aux conditions géographiques de ladite commune. Ainsi, le site d'Abomey-Calavi est situé en grande partie sur le plateau d'Allada parsemé de nombreuses dépressions fermées ou cuvettes. Mais ces cuvettes sont de plus en plus occupées par des installations humaines (O. Dossou-Guedegbe, 2005, p. 216).

Sur le plan infrastructurel, la commune d'Abomey-Calavi abrite de grandes infrastructures à vocation régionale, nationale et même

internationale. On peut citer, entre autres, l'Université d'Abomey-Calavi, l'Institut International d'Agronomie Tropicale. A ces grandes infrastructures s'ajoutent d'autres comme la Direction du Centre Régional pour la Promotion Agricole de l'Atlantique-Littoral, l'hôpital de zone d'Abomey-Calavi, les voies inter-Etats. Toutes ces infrastructures ont de façon substantielle contribué à l'urbanisation et le développement du commerce de rue de la commune. Du point de vue foncier, le coût des parcelles est plus abordable comparativement à la ville de Cotonou où le prix est plus élevé. Dans la commune d'Abomey-Calavi, le capital foncier est encore disponible, ce qui justifie le coût accessibles des terrains et du logement d'où l'importance de l'urbanisation.

3.2. Commerce de rue à Abomey-Calavi :

Typologie des activités, profil des acteurs et implications

Les espaces dédiés aux transactions commerciales ont connu plusieurs bouleversements au cours des trois derniers siècles (S. Ascher, 2005, p. 86 ; B. Roca 2004, p. 64, De Alba et alii 2005, p. 12 et De Andia 2006, p. 65). Jusqu'au XVIII^e siècle, les formes dominantes du commerce urbain étaient le marché de plein air ou la foire, d'une part, et les boutiques où les artisans encadrés par des corporations exposaient et vendaient leur production, d'autre part. On trouvait aussi une foule de vendeurs de rue, ainsi que de petites échoppes spécialisées dans le commerce de détail sur les ponts ou le long des murs des grands édifices (églises, couvents, etc.).

Au Bénin en général et à Abomey-Calavi en particulier, les commerces de rue sont multiformes et plusieurs types d'ordres.

3.2.1. Typologie des commerces de rue à Abomey-Calavi

Le tableau 2 montre les différents types des commerces de rue dans les arrondissements urbains d'Abomey-Calavi.

Tableau 2: Différents types de commerce de rue à Abomey-Calavi

Arrondissements/Types d'activités	Abomey-Calavi	Godomey	Hévié
Produits pétroliers	150	90	50
Produits agro-alimentaires	45	30	135
Produits manufacturés	30	120	75
Produits mobiliers	15	25	10
Restaurants de rue	60	35	30
Total	300	300	300

Source : Enquête de terrain, mars 2016

L'analyse du tableau 2 montre que les activités dominantes sont entre autres les ventes des produits pétroliers, agro-alimentaires, électroménagers, restaurants de rue et mobiliers. Dans l'arrondissement urbain d'Abomey-Calavi, il est identifié plus 150 commerçants (es) (photo 1) qui s'adonnent aux activités de vente des produits pétroliers le long des grands artères de la ville soit plus de 50 % suivi de l'arrondissement de Godomey avec 90 vendeurs interrogés lors des investigations. Par contre l'arrondissement de Godomey est venu en tête pour les produits électroménagers avec 120 enquêtés (photo 2) et l'arrondissement de Hèvié est plus en tête pour les produits agro-alimentaires.

Photo 1 : Vendeur d'essence frelaté au bord de l'autoroute Cotonou-Abomey-Calavi



Photo 2 : Etalage de vente des produits manufacturés au bord de la rue derrière l'UAC



Source : Eténé, mai 2016

Les photos 1 et 2 montrent les différents types des commerces de rue dans la commune d'Abomey-Calavi. Cet engouement des commerces le long des voies se justifie par le phénomène d'attraction des rues. Selon les modèles gravitaires de W. Reilly (1931, p. 118) et de D. Huff (1962, p. 76) ou d'interaction spatiale ont largement aidé à s'interroger sur le phénomène d'attraction commerciale. Cette approche gravitaire (J-B. Grimmeau et B. Wayens 2003, p. 76 ; J. Baray et B. Lestrade 2014, p. 57), s'inspirant de modèles physiques, postule une interaction réciproque entre points de vente et clients ; elle permet de comparer des localisations potentielles en se fondant sur des critères objectifs (éloignement à la clientèle, accessibilité, surface...) ou subjectifs. A Abomey-Calavi, l'absence et l'éloignement des grands centres commerciaux, des magasins et boutiques a favorisé le développement des commerces de rue. Car pour

les 70 % pour des enquêtés, le rapprochement du point de vente et la clientèle est un facteur favorable au développement de ces activités. Quels sont le profil des acteurs de ce commerce ?

3.2.2. Profil des acteurs de commerces de rue à Abomey-Calavi

Il existe plusieurs catégories des acteurs de commerces de rue à Abomey-Calavi. Il s'agit des vendeurs, des clients, des grossistes et des détaillants. Ces acteurs sont composés des hommes, des femmes, des adultes et des jeunes. Le tableau 3 indique la répartition des commerçants selon le niveau des études dans le secteur d'étude.

Tableau 3 : Répartition des commerçants selon le niveau d'étude

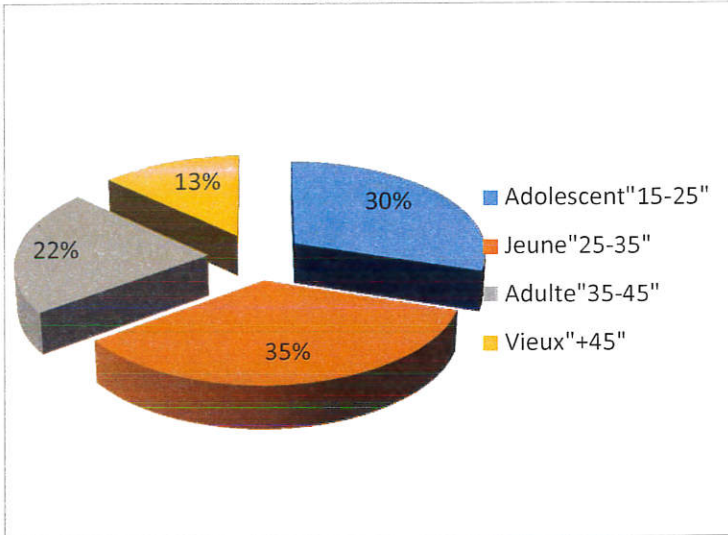
Arrondissements	Nombre	Aucun	Primaire/	Secondaire/ formation professionnelle	Université/ enseignement supérieure
Abomey-Calavi	250	33 %	10 %	26 %	1 %
Godomey	300	30 %	34 %	1 %	5 %
Hévié	150	26 %	53 %	20 %	0 %
Total	700	89 %	97 %	47 %	6 %

Source : Enquête de terrain, mars 2016

Il ressort de ce tableau que le niveau général d'éducation des commerçant(e)s est faible : sur l'ensemble des arrondissements, 89 % des commerçant(e)s n'ont pas étudié et 97 % n'ont pas dépassé l'école primaire. C'est dans l'arrondissement de Godomey que l'on trouve la plus grande proportion (53 %) des commerçant(e)s qui n'ont pas dépassé le niveau de l'école primaire. 20 % des commerçant(e)s ont atteint le niveau du secondaire, et 0 % ont achevé leurs études supérieures/ universitaires. En général, les commerçant(e)s avec un niveau de formation faible (primaire/métier) sont plus nombreux que ceux qui n'ont bénéficié d'aucune formation (97 % pour les premiers plutôt que 47 % pour les seconds), ce qui montre qu'un degré d'éducation de base est nécessaire dans ce commerce. Ainsi, pour la famille l'échec scolaire ou l'oisiveté ne peut être corrigé par le biais du commerce de rue selon les 60 % des investigués.

La figure 5 présente la tranche d'âge et la proportion des commerçants (es) qui s'adonnent au commerce de l'essence frelaté dans le centre urbain d'Abomey-Calavi.

Figure 5 : Proportion d'acteurs exerçant dans la commercialisation de l'essence



Source : Enquête de terrain, mars 2016

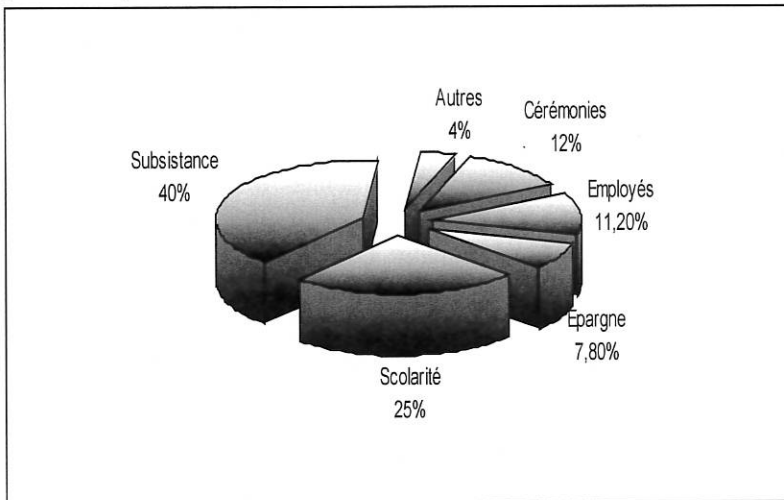
Il ressort de cette figure que la tranche d'âge la plus impliquée, est celle des jeunes de 25 à 35 avec une proportion de 35 % suivi des adolescents avec 30 %, les adultes avec 22 % et enfin les vieux avec seulement 13 %. Cette situation traduit réellement la problématique de question de l'emploi des jeunes de même que leur vulnérabilité aux risques de maladie (problème de santé publique).

3.3. Impacts du commerce de rue dans le développement d'Abomey-Calavi

Les activités du commerce de rue ont impacté le développement de la commune d'Abomey-Calavi soit de façon positive ou négative.

Du point de vue social, plusieurs couches sociales doivent leur survie au commerce de rue considéré comme principal levier sécuritaire. Dans les différents arrondissements urbains de Calavi, la vente de l'essence frelatée, des pièces détachées et des divers permettent de lutter contre la misère, en assurant le minimum vital à de nombreuses personnes qui ont accès à certains biens. La figure 6 montre l'importance des gains issus des activités de restaurant de rue par exemple.

Figure 6 : Répartition des gains issus de commerce de rue sur le plan social



Source : Enquête de terrain, mars 2016

Il ressort de cette figure que le restaurant de rue joue un rôle important dans la lutte contre la pauvreté dans la commune d'Abomey-Calavi. Certes cette activité est composée des hommes et femmes mais les femmes sont généralement les plus dominantes (95 %). Selon C. Michel et al (1993, p. 45), le restaurant de rue permet d'échapper à la pauvreté absolue. Le bénéfice tiré de cette activité est destiné à plusieurs fins à savoir : subsistance familiale (40 %), la scolarité des enfants (25 %), le salaire de la main d'œuvre (11,2 %), les cérémonies (12 %), l'épargne : tontine, CNE (7,8 %) et autres (4 %).

Cependant le commerce de rue qui fait l'objet de cette étude, présente aussi quelques impacts sociaux négatifs. D'une part, nombreux sont les jeunes en âge d'être scolarisés mais qui sont attirés par des activités lucratives génératrices de revenus substantiels. Ceux qui n'y réussissent pas tombent dans la délinquance juvénile avec tous les méfaits qu'elle comporte. D'autre part, il y a aussi les conséquences directes de l'activité, comme les incendies, les brûlures et les pertes en vie humaine qu'on déplore souvent et la mauvaise conservation des produits surtout au niveau de la vente des divers.

Sur le plan économique, le commerce de rue n'échappe pas totalement au circuit économique normal car selon 70 % des investigués, les commerçants payent des taxes allant de 100 F cfa à 1000 F CFA au service financier de la mairie par le biais de ses agents collecteurs de taxe.

Mais la question qui demeure sans réponse est celle de la taxation réelle des valeurs des marchandises.

Toutefois, plusieurs commerçants ont avoué qu'ils ne paient ces taxes qu'après négociation. Cela crée un manque à gagner à la municipalité ou encore à l'Etat. Il est à remarquer que cette situation ne peut profiter qu'aux commerçants alors que la mairie a des difficultés pour faire face à ses obligations régaliennes à savoir la construction des infrastructures sociocommunitaires, l'aménagement des rues, assainissement, etc. Mais selon G. Hugon (1979, p. 122), si le secteur informel n'est pas en soi un modèle alternatif de développement, son potentiel, son dynamisme, sa faculté d'adaptation sont essentiels pour la reprise de la croissance. Il est mieux et plus qu'un régulateur de la crise.

Le commerce de rue constitue un facteur limitant pour l'épanouissement des entreprises formelles comme les stations d'essence et les boutiques légalement installées. Cela joue énormément sur l'assiette financière de la commune et constitue un handicap pour l'atteinte des objectifs par rapport au financement du développement.

Au plan environnemental, le commerce de rue est un grand pourvoyeur de déchets de tout genre et ce qui contribue à la dégradation de l'environnement. Les gouttes d'essence déversées sur le sol de même que les eaux issues de restaurant des rues contribuent à la dégradation du sol.

Conclusion

Au total, la commune d'Abomey-Calavi a connu une urbanisation rapide dont les conséquences premières sont le développement des commerces de rue. Ainsi, plusieurs facteurs sont au cœur du développement de la commune d'Abomey-Calavi, à savoir : la dynamique démographique qui s'explique par la proximité de Cotonou avec ladite commune, le phénomène d'urbanisation due surtout à l'implantation des infrastructures telles que l'université, le centre émetteur, l'hôpital de zone, la gendarmerie, etc.

Plusieurs types de commerce ont été identifiés dont le commerce de l'essence frelatée (55 %), restaurants de rue 25 %, et autres (20 %). Enfin, le commerce de rue participe au développement socioéconomique de la commune. De même il constitue aussi un goulot d'étranglement car ces acteurs très mobiles échappent toujours au service des impôts de la mairie et c'est ce qui constitue un manque à gagner pour la mairie et aussi les atteintes des objectifs fixés surtout en matière de la réalisation des

infrastructures sociocommunautaire et véritablement le développement local durable.

Références bibliographiques

- BARAY Jean & LESTRADE Sophie, 2014, « Commerce et modélisation d'implantation. Optimisation des localisations commerciales, théories et nouveaux développements pratiques », Nathalie Lemarchand et Alain Gasnier (éds.), *Le commerce dans tous ses états*, Rennes, Presses universitaires de Rennes, p. 173-184.
- BIT. 2010, *Programme d'études et enquêtes sur le secteur informel (PEESI) : recensement des activités économiques*, Cotonou, Porto-Novo.
- DOSSOU-GUEDEGBE Odile, 2005, *Contribution de l'évaluation environnementale stratégique à l'aménagement du territoire : cas du plan directeur d'aménagement du territoire du plateau d'Abomey-Calavi*, Thèse de Doctorat, UAC/ FLASH/ DGAT.
- GRIMMEAU Jean-Paul & WAYENS, Benjamin, 2003, *La modélisation gravitaire appliquée au géomarketing*. Paris, Institut d'analyse géographique.
- INSAE, 1994, *Deuxième Recensement Général de la Population et de l'Habitation, 1992 ; Population de l'Atlantique : villages et quartier de ville (cartes de sous-préfectures)*, Cotonou, p.7-9.
- INSAE, 2004, *Troisième Recensement Général de la Population et de l'Habitation, 2002 ; Cahier des villages et quartier de ville : département de l'Atlantique*, Cotonou, p.11-14.
- INSAE, 2008, *Quatrième Recensement Général de la Population et de l'Habitation, que retenir des effectifs de population en 2013 ; Cotonou*.
- LAUTIER Bruno, 2004, *L'économie informelle dans le tiers-monde*, Paris: La Découverte (col. Repères).
- MAYER Etongué Raoul et SOUMAHORO Moustapha, 2010, *Espaces urbains tropicaux africains et leur appropriation dans la construction de la ville : enjeux de deux systèmes d'organisation, le formel et l'informel dans l'utilisation de l'espace*. CJRS (Online)/ RCSR (en ligne) ISSN : 1925-2218, Vol. 33 (1): p.145-156.
- MONNET Jérôme, 2006, « Le commerce de rue, ambulant ou informel et ses rapports avec la métropolisation : une ébauche de modélisation ». *Autrepart* n°39, (revue scientifique à comité de

- lecture, Paris, Institut de Recherche pour le Développement/éditions Armand Colin) p.93-109
- SOUMARE Mame, 2005, « Initiatives locales et lutte contre la pauvreté en milieu urbain l'exemple de Yeumbeul au Sénégal ». *Revue internationale des sciences sociales* 2002/2, N° 172, p. 287-293.
- ONANA Jean-Baptiste, 1999, *Questions urbaines en Afrique du Sud*. Paris. L'Harmattan, Coll. Espace Afrique Australe.
- WACKERMANN Gorges, 2000, *Géographie urbaine*, Paris, Ellipses.

COMMERCIALISATION DE LA VIANDE DU PORC DANS LA COMMUNE DE DANGBO AU SUD DU BENIN

Aboubakar KISSIRA, Ansèque GOMEZ COAMI
& M.V. Cecilia HOUSSOU
Université d'Abomey-Calavi

Résumé: Outre l'agriculture, la commercialisation de la viande du porc (*Sus scrofa domesticus*) constitue l'une des principales activités économiques des populations de la commune de Dangbo. La présente étude vise à déterminer l'effet socio-économique et l'extension spatiale de ce commerce informel afin de mieux percevoir son importance et les difficultés auxquelles il est confronté. Pour y parvenir, l'approche méthodologique adoptée est axée sur la recherche documentaire, les observations directes, les enquêtes par questionnaires et les entretiens. Les données collectées ont été traitées et les résultats analysés à partir du modèle SWOT. Les résultats obtenus ont montré que 25 % des populations s'adonnent à la commercialisation de la viande du porc, un aliment dont 90 % de la population est friande, que cette activité a contribué à la création de 15 % d'emplois et participé à la réduction de la pauvreté. Des revenus tirés de cette activité ont permis aux acteurs en général d'améliorer leurs conditions socio-économiques et ce commerce a contribué en particulier à la réduction du chômage de 3 % de la population. La commercialisation de la viande du porc est l'une des importantes activités des couches sociales du secteur d'étude. Néanmoins, ce commerce est confronté à certaines difficultés dont le manque d'un système adéquat de conservation de la viande et l'absence de tenue de cahier de compte.

Mots-clés : Dangbo-Bénin, viande de porc, commercialisation, difficultés.

Abstract: In addition to agriculture, the commercialization of pigmeat (*Sus scrofa domesticus*) is one of the main economic activities of the populations of Dangbo. This study aims to determine the socio-economic impact and spatial extent of this

informal trade in order to better understand its importance and the difficulties it faces. To achieve this, the methodological approach adopted focuses on documentary research, direct observation, questionnaire surveys and interviews. The data collected were processed and the results analyzed from the SWOT model. The results showed that 25 % of the population is engaged in the marketing of pork to 90 % of consumers, that this activity contributed to the creation of 15% of jobs and contributed to the reduction of poverty. Income from this activity enabled the actors in general to improve their socio-economic conditions and contribute in particular to the reduction of unemployment by 3 % of the population. The marketing of pork is one of the important activities of the social strata of the study area. Nevertheless, this trade is confronted with certain difficulties including the lack of an adequate system of conservation of the meat and the keeping of the book of account.

Keywords: Dangbo-Benin, pork, marketing, difficulties.

Introduction

Dans les villes africaines en général et celles des pays d'Afrique au Sud du Sahara en particulier, l'approvisionnement en viande de porc préoccupe les décideurs politiques ; la satisfaction de la demande en produits carnés des citadins étant impérieuse dans ces villes à forte urbanisation (T. Kiendrebeoto et *al.*, 2012, p. 106). Pour ce qui concerne la viande porcine, les données de la FAO (2012, p. 51) montrent qu'elle est consommée par 40,8 % de la population mondiale, celles des bovins par 28,4 % et des buffles 25,2 %. Cependant, on dénombre moins de 10 habitants par porc dans certains pays comme le Bénin, le Cameroun, le Cap-Vert, le Gabon, la Guinée Bissau, le Togo et les Seychelles (B.O.F-X. V. Lalèyè, 2007, p. 11). Au Bénin, la consommation en protéines animales qui est estimée à 8 kg par habitant et par an est nettement inférieure à la norme admise de 12 kg par habitant et par an et reste insuffisamment satisfaite par les produits tels que les ruminants, les volailles, les porcins et les produits halieutiques (S. B. Ayssiwede, 2004, p. 1). Quant à la production de la viande porcine, S. B. Ayssiwede (2004, p. 1) affirme que l'élevage porcin est surtout concentré dans le Sud-Bénin, avec plus de 90 % du cheptel porcin. Le commerce de la viande de porc s'effectue dans l'informel au Bénin. Pourtant, la consommation de la viande de porc fait partie des habitudes alimentaires dans les départements administratifs du Sud et du Centre du Bénin.

La commune de Dangbo est une région de forte consommation de la viande de porc et sa commercialisation prend de plus en plus de l'ampleur. La commercialisation de la viande porcine porte sur la vente du produit

1. Méthodologie de recherche

La méthodologie adoptée est basée sur une approche descriptive et analytique. Elle a pris en compte la collecte des données, leur traitement et l'analyse des résultats.

1.1. Collecte des données

La collecte des données s'est déroulée d'octobre à décembre 2014 dans la commune de Dangbo. Ces données aussi bien quantitatives que qualitatives sont relatives aux aspects démographiques collectés à l'INSAE de 1979 à 2013, aux statistiques sur l'achat, à l'abatage de porc et à l'évolution du commerce du porc sur cinq collectées au CARDER de Dangbo. Des données ont été aussi collectées sur les aspects socio-économiques et géographiques des acteurs, des circuits d'approvisionnement en porc et des étapes de transformation observées auprès des charcutiers.

Pour mener à bien cette étude de nombreux ouvrages, publications, thèses, mémoires, articles et revues ont été consultés dans différents centres de documentation puis en ligne. En dehors de la recherche documentaire, d'autres techniques ont été utilisées. Il s'agit de l'observation directe faite à travers la visite des charcuteries, des aires d'abattage, des porcheries, des sites de vente de porc sur pied, des entretiens qui ont porté sur la production de viande et la quantité de viande vendue dans le secteur d'étude. Des enquêtes par questionnaires ont été faites auprès des charcutiers pour recueillir l'essentiel des informations concernant leurs activités.

Plusieurs outils ont été utilisés pour la collecte des données en milieu réel. Il s'agit d'une grille d'observation pour constater l'ampleur de l'activité de vente du porc, un guide d'entretien avec les personnes ressources et des acteurs concernés par l'activité et d'une fiche d'enquête. Outre ces outils, des matériels comme l'appareil photographique, le Global Positioning System (GPS) sont utilisés pour la détermination des coordonnées géographiques des sites de vente. L'enquête s'est déroulée dans tous les arrondissements sauf ceux de Dèkin et de Gbéko où il n'y a aucun site de commercialisation de la viande de porc.

Le choix aléatoire de l'échantillon a pris en compte les charcutiers, les restaurateurs spécialisés dans le domaine de la viande de porc et les consommateurs. Pour les enquêtes de terrain, 20 charcutiers ont été interrogés sur un total de 50 recensés, soit un taux de sondage de 40 % de

l'ensemble des charcutiers recensés, 20 restaurateurs et 60 consommateurs. En outre, deux agents du Centre d'Appui Régional de Développement Rural (CARDER) et deux élus locaux ont été interrogés. Au total, 104 personnes ont été touchées pour l'étude. Les données et informations obtenues au cours des investigations ont été traitées et les résultats analysés.

1.2. Traitement des données et analyse des résultats

L'analyse des résultats a porté sur les cartes, les graphiques d'évolution de la commercialisation de la viande du porc sur une période de cinq ans, de même que sur les revenus issus de la commercialisation et l'utilisation de ces revenus. Les résultats obtenus ont été analysés à l'aide du modèle Strengths-Weaknesse-Opportunities-Threats (SWOT). Il a permis d'identifier les facteurs physiques, humains et socio-économiques internes et externes qui favorisent l'élevage et participent à la commercialisation de la viande du porc dans la commune de Dangbo. Ce modèle a contribué à l'examen des faiblesses et menaces qui pèsent sur ce secteur.

2. Résultats et discussion

2.1. Fondements biophysiques et humains favorables à l'élevage du porc

Le relief qu'offre la commune de Dangbo, dont la vallée basse « *Wodji* » située le long du fleuve Ouémé complètement inondée pendant les hautes eaux ou crue allant de juillet à octobre, est un atout pour l'élevage du porc. Pour l'essentiel, le cadre physique de la commune de Dangbo grâce à sa végétation luxuriante offre aux populations une grande opportunité pour l'élevage. A l'aide de ses zones écologiques vastes à caractères touristiques, il permet l'installation des charcuteries et favorise l'accès des consommateurs aux marchés de la viande de porc.

La commune de Dangbo compte en tout 19 613 ménages avec une population estimée à 96 426 habitants dont 47 281 hommes et 49 145 femmes (INSAE, 2013, p. 32). Le constat est que l'effectif des femmes est plus important que celui des hommes. Les femmes interviennent au même titre que les hommes dans le commerce de la viande du porc, ce qui est un atout majeur pour le développement de ce commerce. Avec un taux de consommation de la viande de porc de 90 %, la commune Dangbo

constitue un marché de commercialisation et de consommation non négligeable de la viande de porc.

2.2. Types d'élevage de porc

Dans la commune de Dangbo, il existe deux principaux types d'élevage de porc : le type familial et le type semi-moderne ou moderne.

2.2.1. *Méthode traditionnelle ou familiale d'élevage : persistance de la divagation*

L'élevage traditionnel ou familial est le mode dominant dans la commune. Il est réalisé dans 70 à 80 % des cas par des ruraux qui sont de petits éleveurs. Il porte sur l'élevage de quelques têtes de porcs (10 truies au maximum). Les races de porc rencontrées dans les élevages sont le plus souvent locales. Les animaux sont laissés en divagation, dans la nature à la recherche de restes d'aliments sur les tas d'ordures ou sont mis en enclos et alimentés avec des sous-produits ou résidus des récoltes ou issus des restes de repas. La divagation de porc dans ce mode d'élevage est illustrée par la photo 1.

Photo 1 : Porc en divagation à Dangbo



Source : Houessou C., novembre 2014

La photo 1 montre un porc dans la nature. Il se dirige vers un tas d'ordures, s'exposant ainsi aux agents pathogènes et pourrait constituer un vecteur de contamination pour les consommateurs de sa viande. Cependant, M. Montcho (2014, p.1) estime que les porcs locaux présentent une résistance aux maladies en raison de leur adaptation à l'environnement

naturel. Quant à T. Kiendrebeogo *et al.*, (2012), ils ont insisté sur la prise de mesures pour limiter les risques de transmission de zoonoses et d'infestations parasitaires par la consommation de la viande de porc. Or dans la commune de Dangbo, les 2/3 des porcs de cet élevage sont principalement destinés à l'autoconsommation. Pour la satisfaction de certains besoins familiaux (constitution de fonds d'épargne, scolarisation des enfants, achats d'intrants agricoles, frais de santé, achat de nourriture en période de soudure, frais de cérémonies funèbres, de baptême, de mariage), la totalité des propriétaires des animaux les commercialise. En dehors du mode d'élevage traditionnel, il y a celui semi-moderne ou moderne.

2.2.2. Mode semi-moderne ou moderne

Cet élevage qui occupe 2 % des personnes soumises aux enquêtes, concerne des porcs de races exotiques. Les races rencontrées sont le *large White*, le *landrace* et les *métis*. Ils sont élevés dans des conditions semi-modernes ou modernes. Ces porcs sont le plus souvent nourris aux drèches, aux résidus de blé et au manioc. Dans cet élevage, la prophylaxie est plus ou moins recherchée. La planche 1 montre les enclos semi-modernes.

Planche 1 : Porcs élevés en mode semi-moderne à Dangbo



Source : Houessou C., novembre 2014

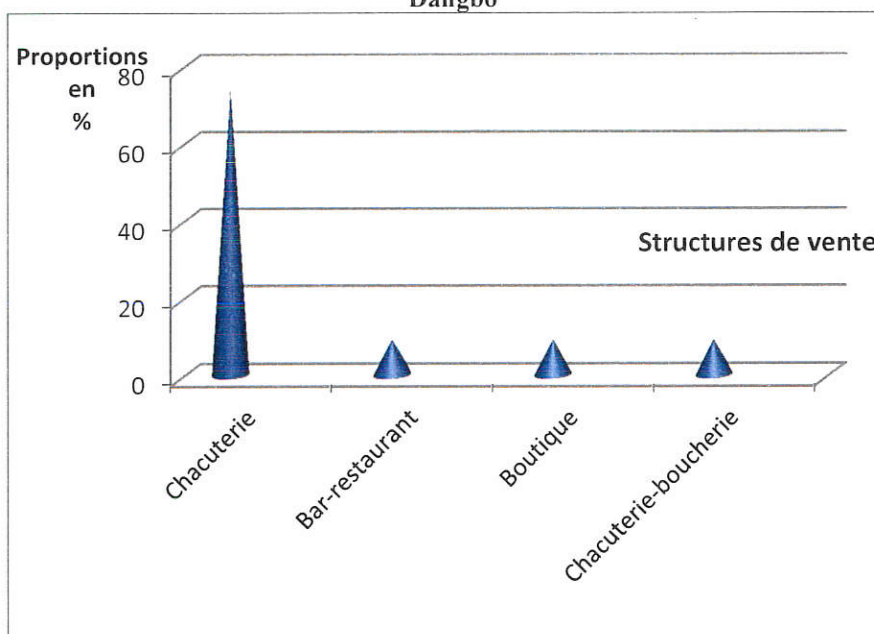
Les porcs élevés dans ces conditions sont mieux suivis que ceux qui sont en divagation. Au nombre de trois à quatre par enclos, ils bénéficient d'une alimentation acceptable et d'une assistance sanitaire du

service vétérinaire une fois par mois. D'après la totalité des agents du service vétérinaire, ces porcs sont moins exposés aux agents pathogènes et présentent moins de risques pour les consommateurs. Les porcs issus de cet élevage sont directement écoulés sur le marché.

2.3. Catégories de structures de commercialisation de la viande de porc

Les acteurs de commercialisation de la viande de porc sont constitués de charcutiers professionnels, des tenants des bars restaurants, boutiques et charcuteries-boucheries comme le montre la graphique 1.

Graphique 1: Les catégories de structures de vente de la viande du porc à Dangbo



Source : Enquête de terrain, 2014

L'effectif des charcuteries des professionnelles est le plus important, environ 74 % et l'ensemble des bars restaurants, boutiques et charcuteries-boucheries (26 %). La forte proportion des charcuteries des professionnelles de la viande de porc s'explique par le fait que ces charcuteries sont faciles à ériger et à installer partout puisqu'elles se construisent le plus souvent en matériaux précaires qui reviennent moins chers aux commerçants. Il reste à savoir comment se fait l'approvisionnement de ces

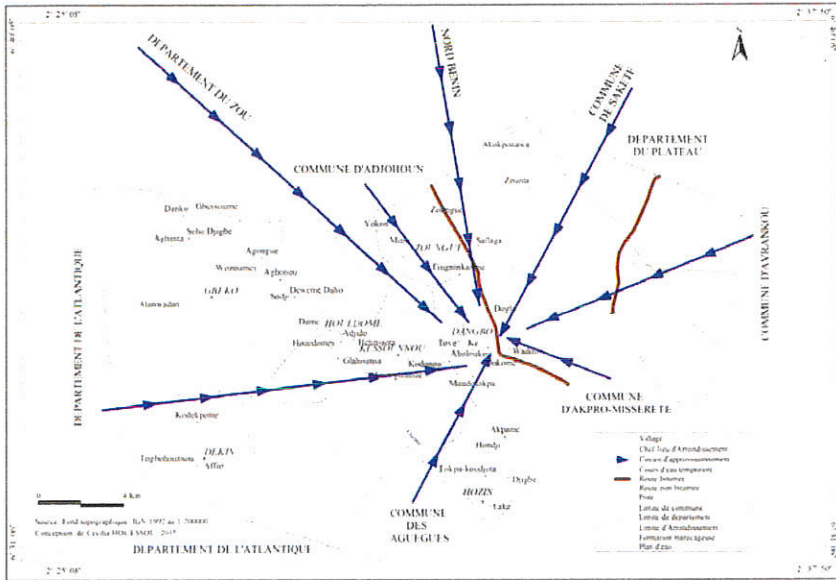
charcuteries en porc dont la viande est ensuite destinée à la commercialisation.

2.4. Approvisionnement en porc : apport des circuits intérieur et extérieur au Bénin

La viande de porc consommée dans la commune de Dangbo provient des animaux achetés sur toute l'étendue du territoire national et au-delà. L'approvisionnement en porc suit plusieurs étapes. Pour les besoins familiaux, la recherche de l'animal se fait d'abord dans l'environnement naturel immédiat, la transaction se fait en général dans le voisinage (quartier ou village) et le paiement se fait au comptant lors de la cession de l'animal. Dans 95 % des cas, le particulier s'adresse directement à l'éleveur pour sa consommation personnelle ou pour l'organisation d'événements exceptionnels (fêtes, obsèques, baptêmes, mariages, etc.). Dans 5 % des cas, l'achat se fait dans les marchés locaux. Près de 65 % des charcutiers utilisent 80% des animaux issus de leurs propres porcheries ou vont directement les négocier sur la base des prix abordables dans les zones pastorales proches de leurs habitations. En outre, 20 % des charcutiers achètent 100 % des animaux chez des collecteurs-revendeurs qui se chargent de les acheminer ensuite à la charcuterie ou chez les acheteurs. Les charcutiers s'en procurent entre autres auprès des revendeurs dans les marchés. Ces revendeurs parcourent toutes les régions du pays pour s'en approvisionner en cas de pénurie dans la région et vont au-delà des frontières béninoises, en particulier au Burkina Faso et au Nigeria.

Pour le mode de paiement, la majeure partie des transactions se règle à crédit ou au comptant, ou en combinant les deux types de paiement. Le délai de remboursement n'excède pas trois jours (à compter du jour de l'achat). Les principaux acteurs de ce commerce sont les éleveurs, les courtiers et les commerçants. Le circuit d'approvisionnement en porc concerne les localités environnantes, les fermes d'élevage, les habitations et les marchés. Le flux des transactions internes est illustré par la carte 2.

Carte 2 : Flux directionnels intercommunaux d'approvisionnement du porc à Dangbo



Source : Fond topographique IGN, 1992 et d'après travaux de terrain, 2014.

Pour le flux national, les principales zones d'approvisionnement des animaux sont des communes des départements de l'ouémé et du plateau à savoir les communes d'Avrankou, de Sakété, d'Adjohoun, des Agouégués et d'Akpro-Misséréti. La commune d'Adjohoun participe à cet approvisionnement à 35 %, celles d'Akpro-Misséréti à 30 %, d'Avrankou (20 %), de Sakété (5 %) et des Agouégués (5 %). Les 5 % restants viennent des départements du Zou au Centre, de l'Atlantique au Sud et du Nord du pays.

2.5. Modes de commercialisation du porc : plus à l'estimé qu'au poids vif

Dans la commune de Dangbo, il existe deux modes d'achat de porc à savoir : l'achat à l'estimé et l'achat au poids vif. Les critères de choix des animaux destinés à la vente sont la taille, la masse corporelle et selon que le prix est abordable ou non.

En ce qui concerne le mode d'achat à l'estimé, le vendeur et l'acheteur discutent du prix de l'animal et finissent par s'entendre sur un prix. Les prix, très variables, dépendent des besoins du vendeur ; en

d'autres termes de son empressement à se libérer ou non de l'animal. Les prix varient aussi suivant la période de la transaction. Les périodes de fêtes (Noël, Pâques, Nouvel An) sont des occasions de forte demande de viande de porc et de flambée des prix. Ces résultats sont en accord avec T. Kiendrebeogo et *al.*, (2012) pour qui à Bobo Dioulasso au Burkina Faso la période de fête est celle de la forte demande de porcs. L'indisponibilité des porcs à certaines périodes de l'année a été une contrainte évoquée par les transformateurs de la zone. Dans le secteur d'étude, en cas de besoins financiers urgents (maladies, rentrée scolaire, cérémonies, décès), les éleveurs bradent leurs animaux.

Quant à l'achat au poids vif, qui consiste à peser l'animal à l'aide d'une balance et à le marquer au fer rouge il n'est pas aussi répandu. Le marquage au fer correspond à un numéro relatif au poids de l'animal. L'animal est vendu au charcutier en fonction de son poids. Une fois les transactions terminées, les animaux destinés à l'abattage sont gardés dans une porcherie aménagée derrière la charcuterie ou dans les habitations juste à côté du lieu d'abattage (planche 2).

Planche 2: Porcs provenant de transactions Porcherie derrière une charcuterie



Source : HOUSSOU C., novembre 2014

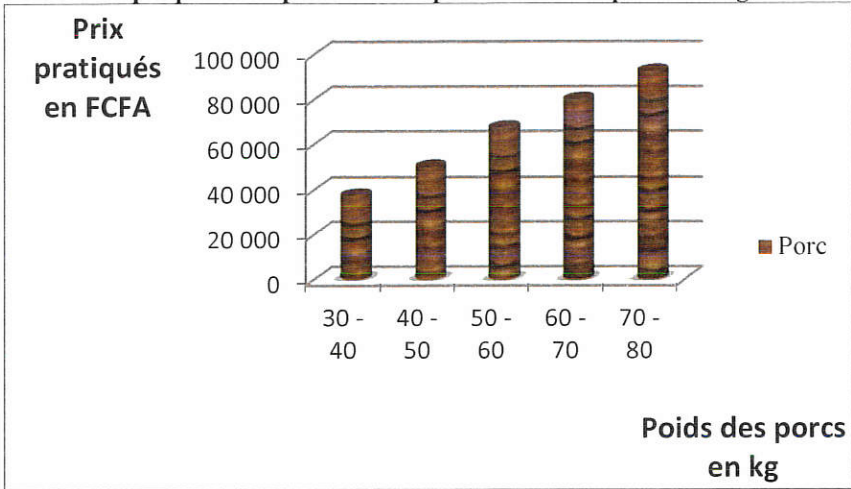
Ces porcs provenant des transactions sont gardés dans un enclos, avant leur abattage et la commercialisation de la viande. Ici un enclos est aménagé derrière une charcuterie où les conditions de parcage sont précaires. L'enquête s'est aussi intéressée aux prix d'achat des porcs.

2.6. Prix d'achat des porcs : variation suivant le poids

Les enquêtes de terrain ont montré que les prix varient avec le poids de l'animal. L'incertitude liée à l'achat à l'estimé rend l'appréciation du

prix difficile. Les prix obtenus (Graphique 2) varient donc suivant les classes de poids (30 à 80 kg).

Graphique 2 : Répartition des prix d'achat de porc à Dangbo



Source : Enquête de terrain, 2014

Le prix d'achat ou de vente d'un animal est fonction du poids ou de l'état de santé de l'animal. Ce prix varie du plus petit poids 30 kg au plus grand 80 kg toute race confondue et en période de fortes consommations. Il correspond à la tranche 35 000 F CFA à 95 000 FCFA. Le prix moyen d'achat de l'animal est de 65 000 F CFA, ce qui correspond à la classe moyenne de 50 kg à 60 kg. En cas de besoins urgents d'argent, le prix d'achat est négocié à la baisse. Une réduction de 5 à 10 % est accordée à l'acheteur. Une fois les formalités d'achat remplies, les porcs empruntent la dernière étape, celle de l'abattage.

2.7. Abattage de porc : une activité bien organisée

Dans la commune de Dangbo, environ 20 porcs sont abattus en moyenne par jour soit 520 porcs pour 26 jours de travail dans le mois. En période de forte consommation (fête religieuse), cet effectif d'abattage est majoré de moitié soit 30 porcs abattus spécialement les jours de forte consommation. Près de 75 % des abattages sont réalisés par les préposés à l'abattage, les 25 % restants sont exécutés par les charcutiers eux-mêmes. Les préposés à l'abattage, des bouchers sans aucune formation professionnelle sont de jeunes hommes ou adultes (photo 2).

Photo 2: Préposés à l'abattage en pleine activité à Zounguè



Source : Houessou, novembre 2014

Les préposés à l'abattage sont chargés de tuer l'animal, de le dépecer, de nettoyer les viscères et de rincer la viande. Ils ont souvent des liens de parentés avec les charcutiers ou sont des habitants de la zone d'abattage. Leur activité est rémunérée quel que soit leur statut et leur règlement se fait au comptant. Ce règlement varie de 1 000 F CFA à 2 000 F CFA selon la taille de l'animal. L'abattage du porc qui est une opération délicate, mérite une attention particulière en raison des règles d'hygiène qui doivent être observées en vue d'assurer une meilleure qualité de viande aux consommateurs.

2.8. Formes de viande proposée, préférence des clients et leurs lieux de provenance

Dans la commune de Dangbo, la viande de porc est proposée aux clients sous plusieurs formes : viande grillée (braisé), frite (brochettes ou en petits morceaux), bouillie dans la soupe (planche 3).

Planche 3 : Différentes formes de préparation de la viande de porc



Source : Houessou C., novembre 2014.

La planche 1 montre la viande frite en morceaux, braisée et soumise à une cuisson dans la soupe. Le commerce de la viande du porc offre donc une gamme variée de produits aux consommateurs. La viande soumise à ces étapes est soit maigre, grasse ou issue des abats (viscères rouges et blancs).

2.9. Bénéfices et destination des revenus de la commercialisation de la viande de porc

Le bénéfice pris en compte est le brut (prix de vente moins prix de revient). Le bénéfice moyen sur un porc en morte-saison est de 5 000 F CFA par jour et le bénéfice brut par semaine est de 30 000 F CFA (repos d'un jour). En période d'intense activité, ce bénéfice double presque, il est en moyenne de 9 000 F CFA par jour soit 54 000 F CFA par semaine. Les bénéfices bruts les plus élevés sont réalisés à Dangbo et à Zounguè où des charcutiers et charcutières obtiennent des bénéfices bruts allant de 60 000 F CFA à 75 000 F CFA par semaine en raison de la traversée de leurs localités par la principale route bitumée. Par manque de cahier de compte, ces bénéfices bruts connaissent des variations difficiles à estimer par mois et par an. Malgré ces variations de prix, la totalité des acteurs reconnaissent que l'activité de commercialisation de la viande de porc est rentable. Pour près de 98 % des charcutiers et charcutières, 25 % des revenus obtenus sont consacrés au paiement de la main d'œuvre (15 000 F CFA) par mois pendant la saison morte et 20 000 F CFA pendant la bonne saison. Ainsi, le commerce de la viande de porc contribue en moyenne à la création de trois emplois par site soit 60 pour les 20 sites, ce qui contribue dans une certaine mesure à la réduction du taux de chômage dans la zone d'étude. Les 40% des revenus contribuent à la satisfaction des besoins de la famille (alimentation, soins sanitaires, frais de scolarité des enfants, dépenses liées à l'habillement). Vingt pour cent (20 %) des revenus sont retenus pour renforcer le capital existant et 15 % sont épargnés surtout pour d'éventuelles cérémonies (décès, mariage et baptême). Il s'avère nécessaire de prendre un certain nombre de dispositions pour la promotion de cette activité qui contribue à la satisfaction des besoins alimentaires en viande et génère des revenus aux acteurs de la filière porcine.

2.10. Contribution à une meilleure commercialisation de la viande de porc

La commercialisation de la viande de porc est l'une des principales activités des populations dans la commune de Dangbo. Cependant, cette activité s'effectue toujours dans l'informel. De ce fait, la filière porcine mérite d'être organisée afin d'améliorer entre autres l'élevage et les chiffres d'affaires des commerçants de la viande de porc de la commune de Dangbo. De façon spécifique, il est nécessaire de former les différents acteurs de la filière aux respects des règles d'hygiène et d'assainissement des milieux d'élevage, d'abattage et de commercialisation de la viande de porc. Les commerçants de viande de porc doivent subir des contrôles sanitaires réguliers pour prévenir les risques de contaminations. Il est aussi utile de faire des études complémentaires sur la qualité de viande de porc mise sur le marché ou consommée par les habitations, apprendre aux commerçants la tenue des cahiers de compte afin de disposer des statistiques fiables sur les recettes générées par le commerce de la viande de porc et amener la Direction de l'élevage à actualiser les statistiques relatives à l'élevage de porc dans les localités, arrondissements et communes du Bénin.

La mise en œuvre de ces suggestions contribuera à améliorer en particulier la commercialisation de la viande de porc et en général l'élevage du porc dans la commune de Dangbo.

Conclusion

Cette étude s'est appesantie sur la commercialisation de la viande de porc dans la commune de Dangbo où cette activité prend de plus en plus de l'ampleur. Pour les acteurs qui commercialisent le porc, ce commerce est rentable puisqu'il leur permet de satisfaire leurs besoins vitaux et participe également à la création de petits emplois. Près de 25 % de la population s'adonnent à ce commerce qui contribue à la création de près de 15 % de petits emplois. Le caractère informel de ce commerce ne permet pas de disposer de statistiques officielles sur l'offre en viande porcine. En effet, près de 87 % des abattages sont clandestins et la commercialisation de la viande débute sans inspection vétérinaire dans plus de 98 % des cas. Or le manque de suivi sanitaire des animaux et les comportements des acteurs (éleveurs et commerçants) de la filière porcine peu respectueux des règles d'hygiène et d'assainissement pourraient exposer les animaux et les consommateurs aux maladies. La responsabilité des élus locaux dans

l'examen de la viande de porc par les agents vétérinaires s'avère nécessaire. Au vu de l'ampleur que prend la commercialisation de la viande de porc dans la commune de Dangbo, il est utile de réorganiser la filière porcine. L'encadrement des commerçants à la tenue des cahiers de compte et la formation des éleveurs aux appuis alimentaires et sanitaires à apporter au porc dans le secteur d'étude sont nécessaires.

Références bibliographiques

- AYSSIWEDE Simplicie Bosco, 2004, *La filière porcine au Bénin : production, commercialisation, proposition d'amélioration et perspectives de développement*. Thèse de Doctorat en médecine vétérinaire, Université Cheick Anta Diop du Sénégal.
- FAO, 2012, *Secteur porcin*, Burkina Faso.
- GUIDIGBI Edgard, 2006, *Monographie de la commune de Dangbo*, Afrique conseil.
- INSAE, 2004, *Rapports des recensements généraux de la population et de l'habitat de 1979, 1992, 2002, 2013*, Cotonou.
- INSAE, 2013, *Effectifs de la population des villages et quartiers de ville du Bénin*.
- KIENDREBEOGO Timbilfou., MOPATE Logtene Yousseuf, KONDOMBO Salam Richard, KABORE-ZOUNGRANA Chantal Yvette, 2012, « Approvisionnement en pores vifs et viande porcine de la ville de Bobo-Dioulasso (Burkina Faso) », *Journal of Agriculture and Environment for International Development – JAEID*, 106 (2), p. 105-122.
- KOUTINHOIN Benoît., YOUSSAO Abdou Karim Issaka, TOLEBA Soumanou , 2009, « Effet du mode d'élevage sur la prolificité des truies de race locale du Bénin et la viabilité de leurs porcelets, de la naissance au sevrage », *International Formulae Group*, p. 819-829.
- LALEYE Babanguidé Olatoundji François-Xavier V., 2007, *Commercialisation et consommation des viandes de porc et de phacochère dans les départements de Dakar, Fatick, Ziguinchor et Kolda*, Thèse de doctorat d'État en science et médecine vétérinaire E.I.S.M.V/Université Cheikh Anta Diop de Dakar.
- MONTCHO Marthe, 2014, *Entreprenariat agricole : la porciculture, un métier qui nourrit bien son homme. Femmes-Agriculture-Développement rural*.
- PDC DANGBO, 2005. *Plan de Développement Communal de Dangbo*.

COMMERCE DES DERIVES DE MAÏS LE LONG DU RNIE 1 A COME ET KPOMASSE AU BENIN (AFRIQUE DE L'OUEST)

S. Benjamin ALLAGBE
Université d'Abomey-Calavi

Résumé : Les infrastructures de transport sont le point névralgique d'expansion de toute activité orientée vers l'économie de marché. La route Cotonou-Lomé, classée RNIE 1 au Bénin a fait naître dans les localités traversées, à la faveur de l'importance du trafic, des centres d'échanges. Les populations des communes de Comè et de Kpomassé, attirées par le trafic routier, ont développé des commerces spécifiques aux besoins croissants des usagers afin de contribuer à l'amélioration des revenus de leurs ménages. L'objectif global de cette recherche est d'analyser les effets géographiques du RNIE 1 sur la production et la commercialisation des produits dérivés du maïs par les populations riveraines. L'approche méthodologique utilisée est basée sur les observations directes, des enquêtes socioéconomiques auprès des acteurs. Elles ont été complétées par la recherche documentaire. Les résultats obtenus montrent que les activités de production et de commercialisation des produits dérivés du maïs comme *Ablo*, *Abolou claco*, *Akassa*, *Kôme*, sont rentables dans les localités de Ségbouhè, de Guézin, Gadamè et Comè-Centre du fait de leur position stratégique par rapport au RNIE 1 et de ville carrefour. Selon les enquêtes menées sur le terrain, 65 % des femmes transforment et commercialisent les produits dérivés du maïs pour soutenir les finances du ménage. Cette activité informelle a impulsé la vente des produits complémentaires (halieutiques et de viande d'aulacode frits) très prisés par les usagers de la route. Cependant, même si les revenus exacts de ces activités échappent aux principaux acteurs, ils participent dans une moindre mesure à la mobilisation des ressources des ménages. Il serait donc important de réorganiser le secteur afin qu'il contribue davantage au bien-être des populations.

Mots-clés : RNIE 1, commerce de rue, dérivées de maïs, revenus, développement

Abstract: Transport infrastructures constitute the cornerstone of the expansion of any activity geared toward market economy. The Cotonou-Lome road, classified as RNIE 1 in Benin, has given rise to trade centers in areas crossed due to the importance of the traffic. Populations of the Come and Kpomasse districts have developed trades adapted to the specific needs of the road users in order to contribute to the improvement of the incomes of their households. The overall objective of this research work is to analyze the geographic effects of the RNIE 1 on the production and marketing of maize-made products by riparian populations. The methodological approach used is based on direct observations, socioeconomic surveys with stakeholders, in addition to documentary research. The findings revealed that the production and marketing activities of maize-made products such as *Ablo*, *Abolouclaco*, *Akassa*, *Kôme*, are profitable in villages like Ségbohoulé, Guézin, Gadamè, and Comè because of their strategic positioning along the RNIE 1 and because they are villages located at crossroads. The field surveys revealed that 65 percent of the women process and sell maize-made products to increase their household incomes. In addition, this informal activity induced the sale of other products (fried fish and grasscutter meat) coveted by road users. However, even though the stakeholders do not have a precise idea of the amount of income derived from such activities, the latter contribute to the household income to some extent. As a consequence, it would be necessary to reorganize the sector so that it contributes to the welfare of populations.

Keywords: RNIE 1, street trade, maize derivatives, incomes, development

Introduction

Le développement économique et social de tout pays dépend largement de la qualité de ses services de transport et de communication en raison du rôle considérable que jouent ceux-ci dans l'efficacité des échanges commerciaux (M. Vimenyo, 2013, p. 54). Cette importance du transport était perçue par R. Pourtier (2014, p. 78) pour qui « *la route appelle le commerce, stimule le transport et la production de surplus* ». La circulation modifie les phénomènes humains d'une part en créant des professions, des agglomérations liées au transport, d'autre part en permettant certaines transformations dans la production ou la consommation (M. Derruau, 1976, p. 105). En économie d'échange, la voie est ouverte à la recherche de l'utilisation optimale du sol exploité par chaque communauté (P. Georges, 1963, p.67). Alors, l'importance de la route n'a cessé de croître pour le transport aussi bien des personnes que pour les produits au cours des dernières décennies, au point de disposer

d'une nette suprématie sur les autres modes de transport dans les pays sous-développés (B. Assota, 2009, p. 12).

En Afrique, les Etats sont nécessairement confrontés à l'impératif de la circulation car ayant subi les effets lourdement négatifs d'un équipement défaillant en voies de communication qui freinent le processus de développement. Cela limite la circulation des hommes et celle des marchandises par une réduction de la fluidité des trafics dans des sociétés qui ont pourtant toujours été des sociétés de mobilité, du déplacement, des échanges. Dans les pays en Afrique au sud du Sahara, les infrastructures de transport construites grâce aux efforts développés par les Etats pour fluidifier le trafic ont permis aux villes et campagnes de s'insérer dans une stratégie spatiale globale où les nœuds et points de transport voient se déployer des activités commerciales. En Afrique de l'ouest, la route côtière reliant sur près de 2000 km Abidjan à Port Harcourt supportant à elle seule les deux tiers des échanges régionaux entre les pays de la Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest (CEDEAO) devient un enjeu stratégique pour les populations du littoral béninois (Atlas régional des transports, 2005, p. 12). Les arrondissements de Sègbohoulè, d'Agbato, d'Agatogbo et de Comè traversés par la Route Nationale Inter-Etats n°1 (RNIE1) ont vu se créer et se développer aux abords de celle-ci, au bénéfice de l'importance du trafic, des points escales dans la rangée de petites agglomérations où les usagers s'arrêtent généralement pour s'approvisionner en aliments aux bords de la voie. Profitant des atouts du milieu et du savoir-faire de la gente féminine douée dans l'art culinaire à base du maïs, les femmes produisent et commercialisent de différents produits dérivés du maïs comme *Ablo*, *Abolou claco*, *Akassa*, *Kôme*, afin de répondre aux besoins des passagers. Ces arrêts momentanés créent des marchés-rue qui ont pris de l'importance et qui contribuent à l'amélioration du revenu des ménages et à l'économie locale. Face à ces constats, différentes questions se posent : quels sont les différents produits dérivés du maïs offerts par les bonnes dames dans les arrondissements de Sègbohoulè, d'Agbato, d'Agatogbo et de Comè ? Quels sont les effets de la route sur la production et commercialisation des produits dérivés du maïs dans le milieu d'étude ?

L'objectif visé par cette recherche est d'analyser les effets socio-économiques du RNIE 1 sur la commercialisation des produits dérivés du maïs dans le milieu d'étude. A cet effet, il est nécessaire de caractériser les produits dérivés du maïs, de connaître la contribution de cette activité aux revenus des ménages dans les communes de Comè et Kpomassè.

de communication, postes de contrôle routier, escale de chargement ou de descente de passagers, etc.). Les groupes cibles retenus sont constitués de conducteurs de taxis, de passagers, des agents de contrôle routier, de commerçants-transformateurs des dérivés de maïs et des autorités locales. Le choix raisonné a guidé la sélection des personnes interrogées.

Pour les conducteurs, il faut pratiquer la route entre Cotonou et Hilacondji (frontière bénino-togolaise) au moins deux fois par semaine. Ainsi, les parcs fictifs de véhicules en provenance et à destination de Lomé sis à Godomey (Abomey-Calavi), à Agontikon, de l'Etoile rouge et à Jonket (Cotonou) sont mis à contribution pour les investigations. Les 05 premiers conducteurs de la journée au départ et à l'arrivée (entre 08 h et 13 h) sur chacun des parcs ont été interrogés. Aussi les conducteurs des véhicules en arrêts momentanés aux lieux escale de la route entre Sègbohoulè et Comè (AdoviCodji, Ahouandjigo, Gadamè, Agatogbo et Comè-centre) sont pris en compte en raison de 02 par marché-rue, soit au total 32 conducteurs de véhicule sans distinction de nationalité. Les informations recherchées sont relatives à la fréquence sur l'axe Cotonou-Lomé, le nombre de points d'arrêts marqués le long de l'axe entre Sègbohoulè et Comè, les motifs d'arrêts sollicités par les passagers, la nationalité de ces derniers etc.

En ce qui concerne les passagers, il faut avoir fait le trajet aller-retour au moins une fois avant et pendant les enquêtes. Sur ce, 03 passagers par véhicule ciblés sur les parcs d'Abomey-Calavi et de Cotonou et 02 par véhicules surpris en escale dans les marchés-rue ont été interrogés, donc un total de 24 passagers.

S'agissant des agents de sécurité de la route et du représentant des syndicats des conducteurs, il faut être au poste durant la semaine des enquêtes. Ainsi, 02 douaniers, 01 gendarme, 01 policier et 03 syndicalistes sont interrogés. Il faut ajouter à cela 01 autorité municipale.

Pour ce qui est des vendeuses de dérivés de maïs interrogées, il faut être de la localité d'enquêtes, être âgée de 16 ans au moins, être productrice-vendeuse des produits dérivés du maïs ces trois dernières années au moins (cela permet d'avoir des informations non seulement sur la transformation du maïs mais aussi sur la commercialisation). Le tableau 1 donne la répartition de l'échantillon de commerçants.

Tableau 1 : Echantillon de l'enquête auprès des commerçants

Marchés-rue	Nombre de vendeuses/jour d'enquêtes	Echantillon	%
AdoviCodji	52	10	19,23
Ahouandjigo	8	2	25
Gadomè	23	5	21,73
Agatogbo	12	2	16,66
Comè-carrefour	26	5	19,23
Comè-centre	64	13	20,31
Total	185	37	20

Source : enquêtes de terrain, avril 2016

L'échantillon total retenu pour les investigations est contenu dans le tableau 2.

Tableau 2 : Echantillon des enquêtes

Groupes cibles	Echantillon
Vendeuses	37
Conducteurs	32
Passagers	24
Agents de sécurité	04
Syndicat des conducteurs	03
Autorité communale	01
Total	101

Source : enquêtes de terrain, avril 2016

Ainsi, plusieurs variables sont retenues. Il s'agit d'une part des variables indépendantes telles que l'âge, l'ethnie, la nationalité, le statu matrimonial etc. qui ont permis de connaître la couche sociale la plus impliquées dans la production et commercialisation des dérivés de maïs et d'autre part, les variables dépendantes liées aux déterminants des marchés de rue, aux acteurs, à l'organisation, aux types d'aliments offerts, au revenu des vendeuses et leur destination. Les données issues du dépouillement manuel ont permis d'établir des tableaux statistiques et de dresser des figures grâce aux logiciels Word et Excel. Le logiciel Map Info a servi à la réalisation des cartes sur la base des coordonnées géographiques de différents points de vente relevés par un GPS.

3. Résultats et discussion

3.1. RNIE 1, cordon ombilical des villes côtières du Golfe de Guinée

Avant la colonisation, il n'existait pas de route proprement dite qui reliait les anciennes cités historiques du littoral béninois (Allada, Ouidah, Hogbonou) d'une part et d'autre part les comptoirs de traite, sauf des pistes de piétons qui se perdaient dans les marécages qui dominaient les marges du littoral.

A l'époque coloniale, l'antagonisme entre les systèmes coloniaux (Angleterre, France, Allemagne) sur le Golfe de Guinée n'avait pas permis une liaison continue entre les colonies (par exemple entre la Côte d'Ivoire et le Ghana, le Bénin et le Togo), sauf à l'intérieur de chacune d'elles. Avec les programmes du Fonds d'Investissement pour le Développement Economique et Social (FIDES), la route inter coloniale n°11 reliant le Togo et Nigéria devenue route fédérale, mise en chantier dès 1954 fut entièrement bitumée en 1956. Au lendemain des indépendances ces héritages sont poursuivis dans le cadre de l'aménagement du territoire et relièrent désormais les villes-pôle. Ce fut le cas de la liaison Cotonou-Ouidah-Guézin-Agoué-Hilacondji au sud-Dahomey suivant les Décrets n° 433PR/MTPTPT du 05 octobre 1962 et du 02 octobre 1992, portant classement de cette voie comme la RNIE n°1 digne d'intérêts économique, touristique et stratégique.

Il faut attendre les années 1975 pour voir apparaître un réseau routier régional relativement cohérent dénommé « transcôtier » entre le Nigéria et la Côte d'Ivoire. Ceci établit une connectivité entre les villes côtières, notamment Lagos-Cotonou-Lomé-Accra-Abidjan (CEDEAO, 2005, p. 12). C'est dans ce chapelet de villes que sont apparues sur le RNIE1 au Bénin des villes secondaires, véritables nœuds d'échanges dans lesquels s'insèrent Ségbohoulé, Guézin, Agatogbo et Comè-Centre. Cette route qui traverse ces petites villes sur un linéaire de 10,5 km supporte un important trafic national voire international. Entre 1950 et 1955, années marquant respectivement début et fin des travaux d'aménagement et de modernisation de la route, le trafic routier est passé de 73 véhicules par jour à 926 par jour alors qu'en 2014, il était moyen de 5000 véhicules par jour, toutes catégories confondues (B. S. Allagbé, 2014, p. 70). Cet accroissement du trafic est dû au fait que cet espace relie deux ports (Lomé et Cotonou) desservant le Togo, le Bénin et le Nigéria et l'hinterland d'une part et à la connectivité avec les autres pays de l'Afrique de l'ouest, rendant facile la mobilité des populations d'autre part.

3.2. Facteurs de production des produits dérivés du maïs

Les communes de Comè et de Kpomassè se situent sur l'un des bas plateaux à l'ouest du Bénin méridional aux sols plus moins ferrallitiques très riches en fertilisants (S. Adam et M. Boko, 1993, p. 23). Le climat est de type subéquatorial, caractérisé par deux saisons pluvieuses (mi-mars à mi-juillet et Septembre à Octobre) et deux saisons sèches réparties en une petite saison sèche de mi-juillet à mi-août, une grande saison sèche de Novembre à mi-mars. La combinaison de ces sols et ce type de climat favorise la production de plusieurs variétés de cultures vivrières (maïs, manioc, haricot, arachide, ananas). Ces conditions pédoclimatiques permettent aux agriculteurs de faire deux récoltes de maïs dans l'année.

Selon les informations recueillies au CARDER/ Mono-Couffo les superficies sont exploitées pour la culture du maïs occupant 31,1% de la superficie agricole départementale. Ceci a contribué à l'augmentation de la production à environ 10890 T en 2010 contre 3767 T en 2006. Ce maïs produit constitue la matière première indispensable à la production des produits dérivés du maïs dans le milieu d'étude.

La disponibilité permanente en maïs permet aux producteurs des dérivés du maïs de s'approvisionner à n'importe quelle période de l'année.

Aussi, ces deux communes jouissent d'un réseau hydrographique marqué par le lac Ahémé qui représente la principale ressource naturelle des communautés. Cet espace lacustre permet la pratique de la pêche qui reste aussi une activité des hommes. Les ressources halieutiques fournies sont livrées aux restauratrices comme produits d'accompagnement des dérivés du maïs. Selon les données reçues du CARDER/ Mono-Couffo, le potentiel en ressources capturées dans le lac tourne autour de 2008 tonnes de poissons l'an. Les espèces les plus dominantes sont le tilapia, *chrystchys*, le mugil et les crevettes, très sollicitées pour le commerce des dérivés de maïs comme *Gblin* (Akassa), *Ablô* (pâte fermenté de maïs), *kôm* (pâte salée de maïs), *abolou claco* (beignet de crevette).

3.3. Conditions humaines et économiques liées à la production des produits dérivés du maïs

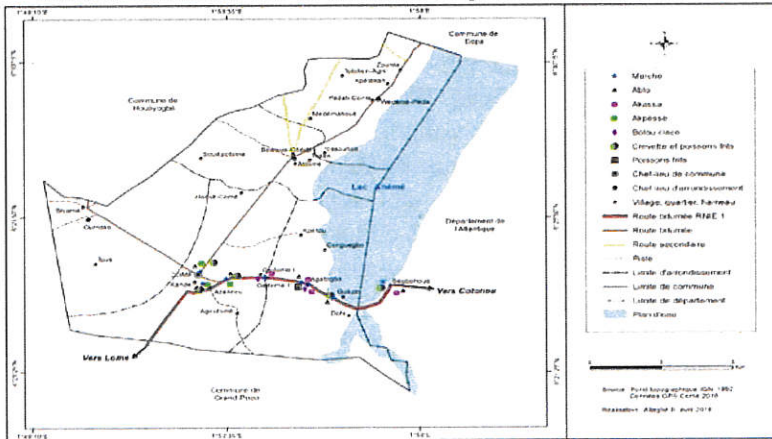
Les groupes socioculturels les plus dominants sont constitués des *Waci*, des *Minan* et des *Pédah* qui vivent de l'agriculture de subsistance, de la pêche et de commerce. Les enquêtes ont montré que 75% des femmes *Waci* s'adonnent à la production et la commercialisation des produits dérivés du maïs tandis que les femmes *Minan* et *Pédah* qui s'investissent représentent respectivement pour 17,75% et 7,25% des actrices. Quant aux

autres groupes ethniques (*Adja, Fon, Dendi*) ils ne vivent que du commerce (PDC, 2011, p. 20).

3.3.1. *Marchés de rue et variantes de produits dérivés du maïs le long du RNIE1*

Le transport routier sur le trans-côtier a favorisé l’éclosion des activités économiques le long du RNIE 1. Dans les centres traversés, des espaces marchands sont créés aux abords de la voie régionale pour faciliter le contact entre vendeuses et usagers de la route. En dehors du marché de Sègbohoulè bien construit en matériaux définitifs (présence de hangars), certains points d’arrêts temporaires des véhicules pour motifs divers (escales sollicitées par les passagers à bord pour un besoin physiologique, contrôle routier par les agents des douanes, la police ou la gendarmerie puis ceux des syndicats des taxis interurbains) sont devenus de véritables lieux d’activités d’échanges (cf. figure 2). Le commerce des produits dérivés du maïs occupe 66,2 % des femmes dont 44,7 % enquêtées ont affirmé avoir reçu au préalable une formation auprès d’un parent (mère, grand-mère, tante) ou d’une amie avant de se lancer dans la préparation et la vente. Parmi elles, 13 % sont âgées de plus de 45 ans et 75 % ont un âge compris entre 17 et 45 ans alors que 12 % sont des filles déscolarisées. Les 27 % des actrices interrogées sont sorties d’une formation professionnelle (couture, coiffure, layette) et ont choisi ce commerce en raison de sa rentabilité monétaire au quotidien. La carte 2 montre la position géographique des marchés-rue et les points de vente des différents produits dérivés.

Carte 2 : Marchés-rue et variantes de produits dérivés de maïs

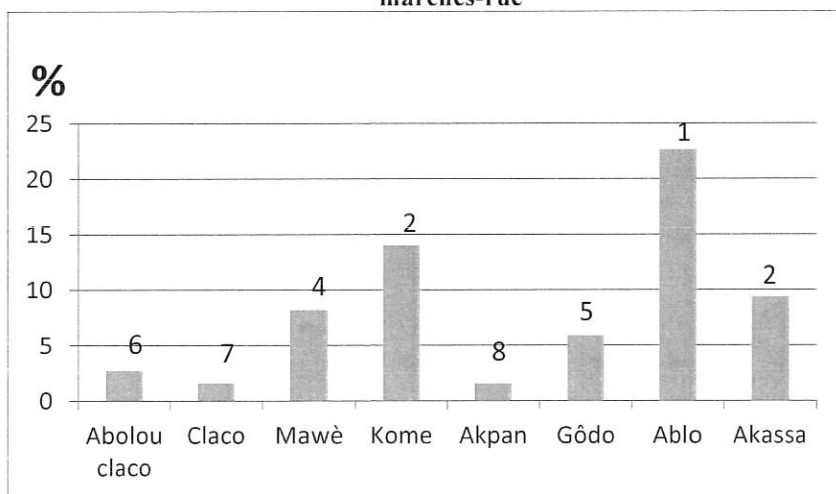


Source : Fond topographie de l’IGN et enquêtes de terrain

3.3.2. Différents produits dérivés du maïs entrant dans les échanges dans les marchés

Lors des enquêtes, plusieurs produits dérivés commercialisés sont identifiés. En langues locales « waci » et « minan », il s'agit de *abolouclaco*, de « *claco*, de *mawè*, de *kôme*, de *ablo*, de *akpan glacé*, de *gôdô*, de *l'akassa* ». La figure 1 montre la proportion que représente chaque produit dérivé du maïs dans le commerce le long du RNIE1 dans le milieu d'étude.

Figure 1 : Proportion des différents dérivés de maïs vendus sur les marchés-rue



Source : enquêtes du terrain, avril 2016

La figure montre que le « *ablo* » est le produit dérivé le plus vendu (22,66 %). Cela s'explique par le fait que les parents habituent leurs filles dès la jeunesse à cette activité. Il est suivi de *kôme*, de *akassa* et du *mawè*. Ces mets sont courants parce qu'ils rentrent dans les habitudes alimentaires des *guen* ou *Minan* et les *waci* dont ils ont la maîtrise et qui sont aussi très appréciés des usagers de la route.

Le *ablo* est un pain de maïs cuit à vapeur. Il est obtenu à partir d'une pâte de maïs précuite à laquelle s'ajoutent l'eau, le sel, de la levure de bière, la farine de blé et du sucre à des proportions variables. Apprécié par son goût légèrement sucré, c'est un aliment flasque et facile à la digestion. Il se prend avec du piment ou friture, de poisson/ crevette frite ou la viande d'aulocode frite.

Quant au *kôme*, il suit le même procédé de préparation, sauf que la pâte de maïs est portée à la fermentation à laquelle on ajoute du sel, le tout mélangé à la farine de maïs, à l'eau. On y ajoute de l'amidon de manioc pour lui donner une certaine viscosité. Il est coupé en boulettes et cuire à la vapeur. Il est très digeste et mangé avec une soupe accompagnée de poisson frit.

Le *mawè* est la farine du maïs pétrie, de couleur blanchâtre obtenue du mélange moulu du gritz humecté à l'eau et d'une fraction farineuse fine de maïs. Il sert à préparer facilement la bouillie ou une sorte de pâte très légère qui n'alourdit pas le ventre. Sa préparation est rapide. Le *mawè* a une teneur en protéines, en lipides, en fibres brutes, en cendres et en amidon (B. Yehouessi, 1993, p. 37) et se conserve très facilement.

L'*Akassa* est la boulette du *mawè* déjà préparé, emballée souvent dans les feuilles de teck et près à être consommée. C'est un aliment aussi léger comme les autres et consommé par tous.

Ces aliments fermentés sont largement consommés dans la partie méridionale des pays tels que le Nigéria, le Bénin, le Togo et le Ghana.

3.4. Pluralité des acteurs le long du RNIE1

La commercialisation des produits issus de la transformation du maïs implique de nombreux acteurs directs (femmes productrices vendeuses) et acteurs indirects (usagers de la route).

3.4.1. Acteurs directs

Il s'agit des productrices-vendeuses et des vendeuses qui s'activent dans la commercialisation des produits dérivés du maïs. Selon les enquêtes, 65 % des femmes produisent et vendent les produits dérivés du maïs dans les arrondissements de Sègbohoulè, d'Agbanto, d'Agatogbo et de Comè. Aux côtés de chaque vendeuse se remarquent aussi de femmes spécialisées dans la vente de produits lacustres, notamment les fretins, les crevettes, les crabes pêchés dans le lac Ahémé et bien frits à l'huile rouge de palme ou à l'huile végétale. Aux côtés d'une vendeuse de *ablo* ou de l'*akassa* se positionne une vendeuse de poissons frits ou du *Akpessè* en langue locale (viande d'aulacode frite accompagnée de friture ou un mélange de piment et d'oignon). D'ailleurs dans leur organisation, une même femme ne peut commercialiser les deux différents produits à la fois.

Pour les vendeuses de *ablo*, le produit soumis à la vente est soigneusement emballé dans de sachets épais, le tout enroulé dans un pagne tout blanc. Cette technique permet de garder la chaleur du met

pendant longtemps que durera la vente. L'utilisation du pagne blanc roulé en forme conique symbolise la propreté et l'esthétique qu'incarne le groupe socioculturel *guen* dans l'art culinaire pour attirer l'attention (planche 1).

Planche 1 : Mets dérivés de maïs vendus sur les marchés-rue du milieu d'étude



Prise de vues : Allagbé, avril 2016

Sur la photo 1, une vendeuse de *ablo* au bord du RNIE 1 à AdoviCodji ; celle de la photo 2 est une vendeuse de *Gblin* (Akassa) à Agatogbo. Les photos 3 et 4 illustrent respectivement l'étalage de poissons frits à Agatogbo et une vendeuse d'*Akpessè* à Comè-centre.

3.4.2. Acteurs indirects

Les consommateurs sont de divers horizons, le plus souvent ressortissants des pays du golfe de Guinée à savoir les hommes d'affaire, des voyageurs régionaux, des agents de corps diplomatiques représentant 35 % de la clientèle, 55 % des usagers de la route constitués des opérateurs économiques utilisateurs des ports ouest-africains, de commerçants usagers des marchés de *Dantokpa* (Cotonou) et d'*Assiganmè* (Lomé), 10 % de conducteurs de véhicules et autres usagers de la route habitants les communes abritant les marchés et des communes voisines.

Les enquêtes de terrain ont montré que 75 % des consommateurs, usagers de la voie consomment des différents produits dérivés du maïs (*ablo, akassa, Kôme, Abolouclaco*) pour leur qualité, à peu de sous, leur disponibilité et leur approvisionnement en peu de temps pendant que 15 % préfèrent consommer les produits dérivés (*claco, Gôdô, Mawè*). Les autres usagers (10 %) s'arrêtent pour acheter seulement le *akpessè* et les poissons frits

3.4.3. Vente à la sauvette, une stratégie de conquête de la clientèle

Pour mieux vendre, les femmes se positionnent à des endroits stratégiques le long de la voie bitumée pour guetter le moindre ralentissement ou stationnement d'un véhicule au voisinage des lieux de vente. A l'arrêt d'un véhicule, les vendeuses accourent et s'accrochent aux portières avec ou sans leur commerce : c'est le-sauve qui peut qui capte l'attention des voyageurs. Le marketing souvent agressif et la vente par insistance de la vendeuse aux consommateurs, sont les stratégies d'usage utilisées par les femmes pour conquérir la clientèle (planche 2).

Planche 2 : vente à la sauvette des produits dérivés du maïs à Comè et Kpomassè



Prise de vues : Allagbé, avril 2016

La photo 5 montre l'assaut des vendeuses au marché-rue de Sègbohòuè (Kpomassè). Les photos 6, 7 et 8 montrent l'engouement des vendeuses respectivement aux marchés-rue d'Adovi Codji, Agatogbo et Comè-Centre (Comè).

Ces marchés-rue sont reconnus aussi bien au niveau local, national que régional puisque qu'ils connaissent la fréquentation des voyageurs nationaux et régionaux.

3.4.4. Rentabilité de la commercialisation des produits dérivés du maïs

Comme beaucoup d'activités informelles, la commercialisation des dérivés de maïs sur les marchés-rue le long de la route régionale génère des revenus substantiels aux femmes qui s'y investissent. En effet, la rentabilité du commerce des dérivés de maïs dépend des charges liées à la préparation et des revenus obtenus après la vente.

Selon les enquêtes, 71 % des femmes font 10 cycles de productions le mois. Avec une quantité de 8 Kg de maïs, pour la production de « *ablo* » les productrices- vendeuses obtiennent un bénéfice de 2 100 F CFA par production soit un bénéfice de 21 000 F CFA par mois. Selon les enquêtes, 60 % des productrices- vendeuses affirment qu'avec une quantité de 4 Kg de maïs pour la production « *claco* », elles obtiennent un bénéfice de 800 F CFA par production. Soit un bénéfice de 4000F CFA le mois avec 5 cycles de production. Toutefois les vendeuses n'ont pas pu comptabiliser dans les revenus, la part de la production qui est destinée à la consommation familiale. Le tableau 4 présente le compte d'exploitation des différents dérivés.

Tableau 4 : Compte d'exploitation des produits dérivés du maïs

Produits dérivés	Quantité du maïs en Kg	Coût de production en F CFA	Recette en F CFA	Bénéfice en F CFA
<i>Kôme</i>	10	3650	5675	2025
<i>Ablo</i>	8	4175	6275	2100
<i>Akassa</i>	6	2025	3125	1100
<i>Gôdô</i>	4	2650	4050	1400
<i>Abolouclaco</i>	6	3125	4825	1700
<i>Claco</i>	4	2225	3025	800

Source : Enquêtes de terrain, avril 2016

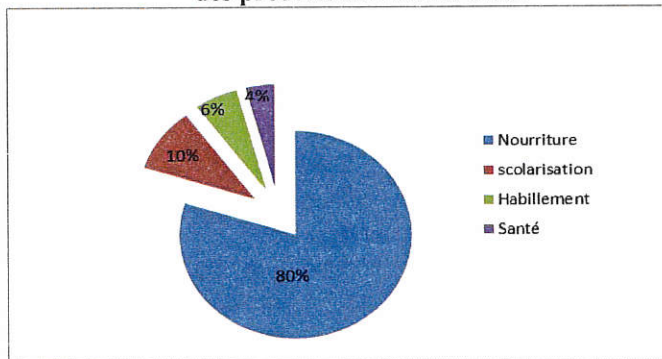
Il ressort de l'analyse du tableau que c'est *ablo* qui est le produit dérivé le plus rentable suivi de *kôme* et de *abolou claco* alors que *claco* est peu rentable. Cet *ablo* est celui qui est plus demandé par les usagers de la route et cela oblige plus de femmes à s'adonner à la vente de ce produit.

3.4.5. Effets sociaux de la commercialisation des produits dérivés du maïs

La production et la commercialisation des produits dérivés du maïs augmente le revenu des ménages. En effet, grâce aux bénéfices obtenus dans cette activité, les femmes arrivent à satisfaire leurs besoins fondamentaux et ceux de leur ménage, notamment en habillement, en alimentation, en scolarisation, en logement et en santé puis dans l'organisation des cérémonies.

La figure 3 présente la répartition des services rendus par le revenu issu du commerce des produits dérivés du maïs.

Figure 3 : Répartition des services rendus par le revenu issu du commerce des produits dérivés du maïs.



Source : enquêtes de terrain, avril 2016

En ce qui concerne l'habillement, 6 % des femmes enquêtées ont affirmé qu'elles utilisent les bénéfices pour acheter des friperies pour elles-mêmes et pour leurs enfants. Au regard des bénéfices réalisés, elles achètent également des tissus pour les occasions des fêtes de fin d'année à savoir la fête de Noël, le nouvel an et parfois la fête de Pâques pour rendre les enfants présentables en donnant plus de joie au cœur. Dans ce même bénéfice, elles achètent des tissus lors de certaines cérémonies de fin d'apprentissage et funèbres. Aussi, 80 % des femmes utilisent-elles les bénéfices générés par ce commerce pour acheter des vivres pour l'alimentation du ménage ; 10 % parmi elles parviennent inscrire leurs enfants à l'école en payant leur scolarité et leurs fournitures scolaires. En dehors de la scolarisation, 4 % des femmes utilisent les bénéfices pour payer les frais de consultation et des médicaments prescrits par le médecin en cas de maladies. L'argent est aussi utilisé pour les frais de consultation, de grossesse, d'échographie, d'accouchement en cas de grossesse et les

frais de cotisation familiale pour des éventuels problèmes pendant que 2,73 % des femmes l'utilisent pour payer le loyer.

3.4.6. *Les problèmes liés à la production et la commercialisation*

Les productrices-vendeuses sont confrontées à plusieurs problèmes d'ordre interne et d'ordre externe.

Les problèmes d'ordre interne que rencontrent les femmes productrices et vendeuses de produits dérivés de maïs le long du RNIE 1 sont entre autres le problème de qualité de maïs, la méthode artisanale pour la production des produits dérivés du maïs, les difficultés liées aux techniques de vente.

En matière de production, les femmes sont confrontées au problème de choix de la variété de maïs. En effet, les rendements varient avec les variétés de maïs, a fait remarquer Akissoé cité par B. Yéhouéssi (1993, p.43), pour qui les variétés farineuses (Pozarica, variété locale) et semi-farineuses DMR (Downy Mildeu Resistant) ont des valeurs de viscosité maximale et de stabilité de l'amidon plus élevées, donc une meilleure aptitude à la préparation d'*ablo*, d'*akassa*, de *kôme* que celles des variétés vitreuses et semi-vitreuses (Pirsabak).

Pour emballer les pâtes de maïs lors de la préparation, 8 % des femmes interrogées utilisent des feuilles qui ne sont pas bien lavées, ce qui provoque par moment chez les consommateurs (usagers de la route), selon leur déclaration, des cas de vomissement, de maux de ventre et la diarrhée.

Les femmes productrices-vendeuses des produits dérivés du maïs utilisent toujours les mêmes matériels traditionnels et des techniques artisanales tout au long de la chaîne de production, ce qui ne leur permet pas d'obtenir pour la commercialisation la quantité estimées malgré les efforts déployés et du coup limite les bénéfices à réaliser.

Concernant les problèmes externes, 85% des usagers de la route, consommateurs de produits dérivés de maïs déplorent chez les commerçantes un marketing souvent agressif dans leur politique. Ceci se remarque par le fait qu'à moindre freinage ou arrêt d'un véhicule elles s'accrochent aux portières oubliant les risques d'accident. C'est aussi à ce prix qu'elles arrivent à écouler leurs produits puisque ce sont là des arrêts contraignants pour les conducteurs de taxis qui trouvent ces escales comme une perte de temps.

3.5. Discussion

La route appelle, la route attire et développe. La RNIE 1 représente un enjeu économique important pour les populations riveraines. Ainsi, tout au long de l'axe et spécifiquement dans le milieu d'étude, toutes les localités traversées ont vu naître des marchés-rue spécialisés dans la vente des produits dérivés du maïs, bien appréciés et demandés par les usagers de la route, contribuant ainsi à l'économie locale. Grâce à cette activité, les revenus générés ont permis aux femmes vendeuses de se mettre à l'abri de certains besoins sociaux. Ces résultats sont semblables à ceux atteints par S. B. Allagbé et M. Lihoussou (2014, p. 208 et p. 315) où le long de la RNIE 2 l'intensification du trafic routier a modifié la taille des exploitations agricoles bordant la voie à cause de la demande de plus en plus forte. Aussi, des espaces marchands offrant des produits relatifs se sont développés autour de la voie et dans tous les nœuds. C'est ce que N. K. Tsibgé, (2009, p. 455) dans l'espace togolais a tenté de montrer par rapport au réseau ferré et ses nouvelles gares qui devinrent peu à peu, des différents points commerciaux où sont érigés en de véritables marchés ruraux constituant non seulement les centres de la vie sociale mais aussi et surtout les centres de la vie économique. Il va plus loin en démontrant que la nécessité de vendre une partie des produits en vue de satisfaire les besoins les plus élémentaires amène nombre de personnes, surtout en milieu rural, à créer des points de vente le long du réseau routier. Certains de ces points de vente se transforment avec le temps, en de véritables cadres privilégiés des transactions. B. Bonfoh (1993, p. 78) et S. Egah (2001, p. 54) semblent le rejoindre dans leurs travaux lorsqu'ils déclarent que les transports routiers ont joué un rôle important dans la production agricole et ont contribué à l'évolution économique des habitants par la création d'activités commerciales. Toutes ces activités induites par la route ou les rails restent pour l'essentiel dans l'informel puisque qu'elles ne profitent pas l'administration locale. Et c'est à cela que les municipalités de Comè et de Kpomassè doivent penser en organisant au mieux ces marchés-rue pour en faire un pôle de développement local générateur de ressources aux communes. Cette organisation doit viser à mettre en place à ces points stratégiques de la route des hangars construits en matériaux définitifs. Elle doit également œuvrer pour la création d'une structure de micro-finance. Ceci permettra aux femmes qui ont adhéré nouvellement la filière de disposer d'un capital de démarrage et à celles qui étaient déjà dans le secteur de développer davantage leur commerce.

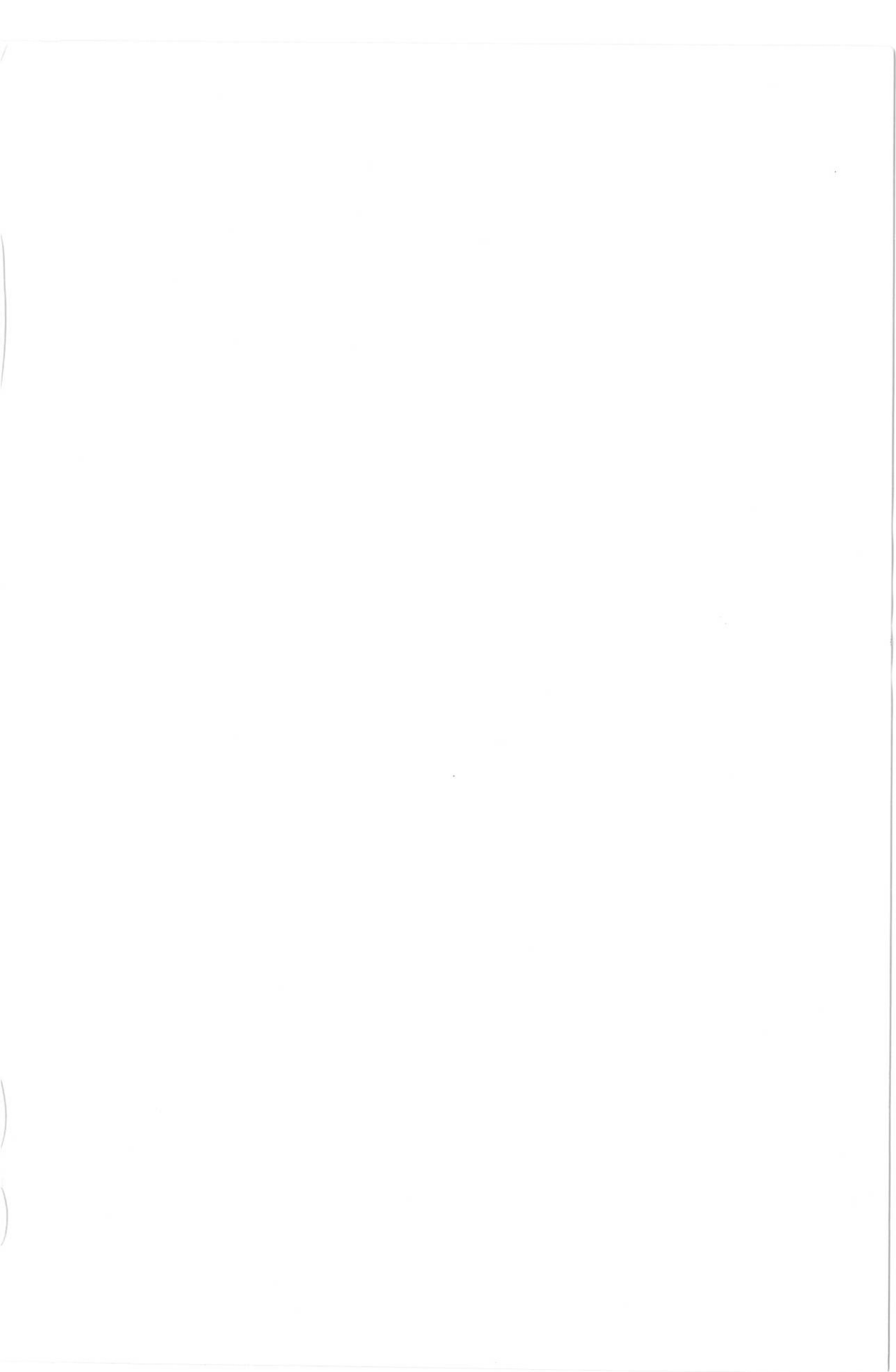
Conclusion

De petits hameaux de communautés de pêche riverains de lac Ahémé sont devenus de centres urbains moyens grâce au tracé et à l'aménagement de la voie régionale, RNIE 1. En effet, attirées par le trafic routier, les femmes de Sègbohoulé d'Adovi Codji, Agatogbo et Comè-Centre se sont particularisées dans le commerce des dérivés de maïs créant ainsi à des endroits stratégiques de la voie des marchés-rue. Le savoir-faire des productrices-vendeuses, l'efficacité de leur système de commercialisation, l'organisation de leurs marchés, la viabilité de la route suscitent engouement des usagers de la route de toutes les nationalités des Etats de Golfe de Guinée donnant ainsi un rayonnement extranational aux marchés. Cette activité, favorisée par les atouts biophysiques, humains et économiques des localités a permis aux vendeuses d'améliorer leurs conditions de vie. Les bénéfices réalisés par ces actrices leur permettent de satisfaire en partie les besoins fondamentaux de leur ménage. Mais, elles sont confrontées à plusieurs problèmes qui empêchent l'épanouissement de leur activité.

Références bibliographiques

- ADAM Kolawolé Sikirou; BOKO Michel, 1993, *Le Bénin*, EDICEF Cotonou, Edition du Flamboyant.
- ALLAGBE Sotondji Benjamin, 2014, *Activités de transit et transport international au nord-est du Bénin*, thèse de doctorat unique en géographie des transports, Université de Lomé, FLESH.
- ALOKO-NGUESSAN Jérôme, 2000, « Les relations transports collectifs/espace urbain à Bouaké », *Revue de Géographie Tropicale et d'Environnement* n°1, Presse Universitaire de la Côte d'Ivoire, Abidjan, p. 94-112
- ASSOTA Bienvenu, 2009, *Etudes des problèmes liés à la distribution des intrants agricoles pour la production du coton : cas de la commune de Kandi*, mémoire de fin de formation, EPAC/UAC.
- BONFOH Bassabi, 1993, *Transport et structuration de l'espace au nord-ouest du Togo*, mémoire de maîtrise en géographie, Université de Lomé.
- CEDEAO, 2005, *Atlas régional des transports et des télécommunications dans la CEDEAO*, Abuja, Nigéria.
- DERRUAU Max, 1976, *Géographie humaine*. 6ème éd, Paris, Arnaud Colin.

- EGAH Soléte, 2001, *Transport et organisation de l'espace dans la préfecture de Zio (Nord Togo)*, mémoire de maîtrise de géographie, Université de Lomé.
- GEORGE Pierre, 1963, *La géographie active*, Paris, PUF.
- KONE Amadou, 2010, « L'organisation de l'espace par les transports inter-Etats : cas de la Côte d'Ivoire et du Mali », Igue J. O., Fodouop K. et Aloko N'guessan J. (dir), *Maîtrise de l'espace et développement en Afrique*, Paris, Karthala, vol. 1, p. 293-313.
- LIHOUSSOU Messan, 2014, *Ports et désenclavement territorial : cas de l'arrière-pays du port de Cotonou*, thèse de doctorat unique en géographie des transports, spécialité *Transport et Logistique*, Université du Havre, France.
- VIMENYO Messan, 2013, « Le coton burkinabé par Lomé : un exemple de pré-acheminement en Afrique de l'ouest », *Revue DYSPADEV*, n°001, LEDUR, FLASH/UAC, p. 53-69
- POURTIER Roland., 2014, *L'Afrique Noire, héritages et mutations*, Paris, 3^{ème} Ed. Carré.
- TSIGBE Koffi Nutefé, 2009, *Infrastructures de transport terrestres et mobilité au Togo (1920--1980)*, thèse de doctorat unique en histoire économique et sociale, Université de Lomé.
- YEHOUESSI Bonaventure, 1993, *Stabilisation de « mawè » par séchage : Influence de quelques paramètres sur les caractéristiques physico-chimiques du produit*, thèse de doctorat d'ingénieur agronomique, FSA, UAC.



Remerciements

Cet ouvrage « *Adaptation du commerce aux dynamiques urbaines : Regards croisés Sud-Nord* » est le fruit de plusieurs sacrifices et dévouement, d'abord des géographes, des sociologues, des aménagistes et des urbanistes d'Afrique et d'Europe, ensuite des donateurs qui ont soutenu cette initiative en apportant les moyens financiers et matériels nécessaires à sa réalisation. Ces généreux donateurs sont :

1- L'Université de Lomé



2- La Délégation de l'Union Européenne au Togo



3- La Société « Togo Terminal »



4- Le Groupe ECOBANK (ETI)



5- Le Ministère de l'Environnement et des Ressources Forestières (Togo)



6- L'Agence Universitaire de la Francophonie



7- La Société d'Administration de la Zone Franche (Togo)



8- La Société Nouvelle des Phosphates du Togo

9- L'Office Togolais des Recettes (Togo)



Que toutes ces institutions et les autres partenaires veuillent trouver ici l'expression de notre profonde reconnaissance et gratitude.