



HAL
open science

Acteurs du commerce populaire et pratiques de consommation

René-Paul Desse, Arnaud Gasnier

► **To cite this version:**

René-Paul Desse, Arnaud Gasnier. Acteurs du commerce populaire et pratiques de consommation. EDUL. Les territoires du commerce populaire, EDUL Éditions de l'Université de Lorraine, pp.24-28, 2024, 9782384511440. <hal-05014961>

HAL Id: hal-05014961

<https://hal.science/hal-05014961v1>

Submitted on 1 Apr 2025

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.



Distributed under a Creative Commons CC BY 4.0 - Attribution - International License

Acteurs du commerce populaire et pratiques de consommation

Partie coordonnée par

René-Paul DESSE

Université de Bretagne Occidentale, laboratoire de géoarchitecture, F-29200 Brest, France
rene-paul.desse@univ-brest.fr

Arnaud GASNIER

Le Mans Université, CNRS, ESO Espaces et sociétés, F-72085 Le Mans, France
arnaud.gasnier@univ-lemans.fr

Introduction

René-Paul DESSE

Université de Bretagne Occidentale, laboratoire de géoarchitecture, F-29200 Brest, France
rene-paul.desse@univ-brest.fr

Arnaud GASNIER

Le Mans Université, CNRS, ESO Espaces et sociétés, F-72085 Le Mans, France
arnaud.gasnier@univ-lemans.fr

Cette première partie de l'ouvrage propose d'appréhender les acteurs et les formes du commerce populaire en adoptant une double entrée des objets scientifiques présentés ici selon qu'il s'agisse de caractériser, en un premier temps, les pratiques et lieux de chalandise de consommateurs appartenant aux classes populaires (chapitre 1) ou, en un second temps, d'établir une mise en rapport à l'offre commerciale informelle : d'abord par les usages marchands des espaces appropriés par les vendeurs, par les interactions qui se tissent avec les politiques locales (chapitres 2 et 3), au prisme, ensuite, de la diversité scalaire des territoires d'observation, du trottoir à la mondialisation du commerce par le bas (chapitre 4).

Dans le premier chapitre, Nicolas Lebrun et Corinne Luxembourg approchent les pratiques et lieux de chalandise des consommateurs sous l'angle original et double d'une analyse genrée en contexte de crise sanitaire liée à la pandémie de Covid-19. Si les travaux s'intéressent à la spatialisation des inégalités de genre deviennent de plus en plus nombreux aujourd'hui, les deux approches développées dans ce chapitre sont moins fréquentes : la première associe les inégalités territoriales des quartiers populaires (Cartier *et al.*, 2008) aux analyses des rapports sociaux de domination, tandis que la seconde croise l'étude sociale du genre avec la géographie du commerce et de la ville (Blidon, 2017). Remplaçant la consommation

au cœur de l'appartenance sociale de groupes sociaux dominés, les auteurs interrogent ainsi les permanences et mutations comportementales à l'œuvre à partir d'un temps de crise, de contrainte qui est susceptible de représenter aussi un moment propice aux changements d'usage, de dépassement de pratiques consuméristes ordinaires et quotidiennes. La question du maintien ou de l'atténuation des différents types d'inégalités présentés est investiguée au regard, entre autres, des chaînages de déplacement des femmes, de l'accessibilité aux commerces, des temps dédiés aux tâches domestiques en période de confinement.

Les trois chapitres suivants s'attachent, quant à eux, aux formes multiples et diversifiées du commerce populaire tant au niveau des acteurs marchands que des territoires structurés par cette activité. Au plus près des consommateurs, dans beaucoup de pays du Sud, l'offre commerciale peut se présenter sous la forme d'un commerce informel qui, la plupart du temps, accapare une partie de l'espace public. Cette qualification de commerce « informel » est déjà ancienne. Les grandes institutions internationales comme la Banque mondiale ou le Bureau international du Travail introduisent cette différenciation entre économie formelle et informelle au milieu des années 1970. Il s'agit de faire jouer un rôle à ce secteur économique dans les politiques de développement, où le secteur informel, qui « amalgame des laissés-pour-compte du développement et des futurs

salariés formels, a pour destin de se réduire jusqu'à disparaître » (Lautier, 1994). Au même moment, des études empiriques d'anthropologie économique aboutissent, comme celle de K. Hart, qui à partir d'une recherche sur le Ghana serait le premier à utiliser le terme d'informel (Hart, 1973). Du côté des géographes, en l'absence de données fiables, jusqu'aux années 1970, l'approche se fait par des premiers relevés de terrain qui inventorient les petits métiers du commerce et de l'artisanat sans trop délimiter de frontières entre les deux types d'économie. La tendance des géographes dans les décennies suivantes est à la monographie des principales villes africaines, axant le travail de terrain sur la localisation des activités informelles dans les espaces centraux. Ce n'est qu'à partir des années 2000 que les géographes vont commencer par proposer un cadre théorique (Stamm *et al.*, 2016). Ainsi, Jérôme Monnet et Jean-François Staszak emploient le néologisme « ambulantage », pour caractériser « ce secteur d'activités plus ou moins mobile destiné à des clients ambulants » (Monnet et Staszak, 2008). La relation entre le commerce informel et le phénomène de métropolisation se traduit notamment par une intensification des flux de personnes (Monnet, 2006a, 2006b) et une remise en cause de la présence de ces activités dans des espaces qui se veulent être la vitrine de la grande ville.

Les chapitres 2 et 3 de cette partie proposent des analyses de ce commerce de rue, à Casablanca, capitale économique du Maroc.

Abdelmajid Badaoui décrit le monde des *ferracha* (ceux qui exposent leurs marchandises sur une toile à même le sol), proposant une cartographie des principaux pôles de commerce informel. Dans le noyau central, ceux-ci sont bien connectés aux différents quartiers du centre-ville et de la périphérie par les transports en commun. Occupant l'espace public comme les trottoirs, voire une partie de la rue, ces commerçants sont tolérés par les autorités municipales, évitant ainsi des confrontations qui ne feraient que déporter le « problème » vers d'autres quartiers. Cette politique du « laisser-faire » de la part des autorités est voulue, permettant à ces commerçants de survivre, mais aussi de proposer des marchandises à des prix

abordables pour une partie de la clientèle qui a un faible pouvoir d'achat. Nous sommes dans le domaine de la « débrouille », aux limites de la légalité. De ces multiples formes de la débrouillardise se constitue toute une économie qui, à l'échelle des individus, peut être considérée comme un moyen de survie (Fodouop, 2015). Elles sont sans doute plus que cela, forgeant un style de vie, notamment pour des jeunes de plus en plus désabusés par les possibilités de survie pour certains, ou d'ascension sociale pour d'autres.

Le chapitre suivant propose d'analyser le transfert d'un pôle de commerce informel du plus grand et du plus ancien bidonville du centre de Casablanca, Les Carrières centrales, vers le quartier de la Nouvelle Lahraouiyyine. Kawtar Samih analyse finement ce transfert, à quelque 14 km du centre de la métropole, intégré dans le programme marocain « Villes Sans Bidonvilles ». Cette « délocalisation négociée contre une accession à la propriété », proposée aux déplacés, est aussi proposée aux commerçants informels. Les résultats ne semblent pas très probants, un grand nombre de locaux commerciaux de rez-de-chaussée restant encore vacants, la population déplacée dans ce nouveau quartier ayant conservé ses habitudes d'achat dans les pôles de commerce informel des espaces centraux. Ces opérations de délocalisation de ce type d'activités commerciales sont complexes et échouent très souvent, du moins partiellement. Plus au sud, Dakar a tenté des politiques de regroupements similaires des commerçants informels sous la forme de « centres commerciaux » qui proposaient de petits box commerciaux à des prix relativement bas, du moins perçus comme tels par la municipalité dakaroise. Le résultat est plus que mitigé, pour deux raisons : la première est liée au prix de la location jugé prohibitif par des commerçants habitués à utiliser gratuitement l'espace public ; la seconde à l'éloignement de la clientèle peu intéressée par ces regroupements commerciaux (Khouma, 2017).

Dans une deuxième partie de son chapitre, Abdelmajid Badaoui élargit son champ d'investigation en proposant une comparaison avec les villes européennes que sont Paris, Rome et Barcelone. Dans ces métropoles

européennes, l'espace du commerce informel de rue se constitue en un archipel assez limité, caractérisé par quelques espaces marginalisés à l'exemple de l'agglomération parisienne (Portes de Montreuil et de Montmartre) où le commerçant informel est toléré dans un espace restreint et contrôlé. Ces commerçants de rue sont liés aux flux migratoires de populations africaines voire asiatiques et s'adressent à des consommateurs au pouvoir d'achat limité. Ce commerce populaire est accepté, la police municipale veillant à éviter l'extension du phénomène dans les rues adjacentes et à limiter la vente à des produits de récupération.

Dans tous les cas, qu'il s'agisse des métropoles du Sud ou du Nord, la gestion par les autorités locales de ces espaces publics phagocytés par le commerce informel n'est pas rigide et se module selon la pression des vendeurs (liée le plus souvent à des démarches collectives voire à la constitution d'associations). Leur présence sur la voie publique est tolérée jusqu'à un certain point qui varie dans le temps et selon les villes. En Europe, cette activité commerciale est limitée dans son occupation de l'espace public, notamment dans les pôles touristiques où le commerce informel apparaît moins fixe et plus proche de l'ambulantage.

Enfin, si l'origine même de cette activité informelle est liée à l'impossibilité de ces commerçants de s'intégrer dans les filières formelles, le phénomène est bien plus important dans les métropoles du Sud, constituant la seule possibilité de survivre économiquement pour une large part de la population, d'où cette tolérance de la part des autorités municipales ou nationales qui acceptent de déroger aux règles de l'occupation de l'espace public et du commerce formel (absence de fiscalité ou de sécurité alimentaire pour les produits vendus).

Dans le quatrième et dernier chapitre de cette partie, une autre approche du commerce populaire envisage les filières d'approvisionnement et le passage d'activités de gros et de demi-gros vers les commerçants des secteurs formel et informel. Dans ce cadre, Felipe Kaiser Fernandes et Yoann Morvan présentent le cas de deux « bazars », l'un à Prague, l'autre à Moscou, apparus avec la fin du régime

soviétique. « Territoires de la mondialisation pour et par le commerce populaire », ces centralités commerçantes s'ancrent en partie dans une « mondialisation des pauvres » (Choplin et Pliez, 2018) dans des sociétés post-soviétiques à la recherche de produits à bas prix. Les acheteurs de ces bazars, fonctionnant comme centres de demi-gros, sont souvent des revendeurs dans d'autres territoires commerciaux des anciens pays du bloc soviétique ou de l'ex-URSS. Sadovod dans la périphérie de Moscou et Sapa à Prague s'appuient sur des minorités ethniques : Juifs du Caucase et de l'Azerbaïdjan pour le premier, Vietnamiens pour le second. Des réseaux privés de négoce se sont organisés dans les pays d'origine au moment de l'effondrement de l'URSS et des aides aux pays frères. Ces « minorités intermédiaires » ont su développer des activités d'importation, en provenance entre autres de Chine, devenant des points de passage obligés pour les produits à bas prix des commerces des entrepreneurs immigrés, qu'ils soient développés dans le secteur formel ou informel. Ces minorités marchandes sont finement analysées par les auteurs tant au niveau des réseaux ethniques dans les pays d'origine que dans ces deux villes européennes, la religion constituant un lien très fort, y compris pour l'économie plus souterraine (notamment le bouddhisme mahayana pour les Vietnamiens). L'approche ethnographique permet de mieux saisir les très fortes solidarités ethniques et religieuses suscitant des dynamiques commerciales dans un environnement social et politique qui n'est pas toujours très favorable. Des comparaisons devraient être possibles avec d'autres communautés ethniques marchandes, comme les Grecs au Cameroun, les Libanais en Côte d'Ivoire, au Togo, au Bénin, voire les Indiens et les Chinois en Afrique orientale.

Références

- BLIDON Marianne, 2017, « Genre et ville, une réflexion à poursuivre », *Les Annales de la recherche urbaine*, 112, Le genre urbain. p. 6-15. Disponible sur : <https://doi.org/10.3406/aru.2017.3235>.
- CARTIER Marie, COUTANT Isabelle, MASCLET Olivier et SIBLOT Yasmine, 2008, *La France des « petits-moyens » : enquête sur la banlieue pavillonnaire*, Paris, La Découverte.
- CHOPLIN Armelle et PLIEZ Olivier, 2018, *La Mondialisation des pauvres, loin de Wall Street et de Davos*, Paris, Le Seuil, collection « La République des idées ». Disponible sur : <https://journals.openedition.org/echogeo/18161>.
- FODOUOP Kengné, 2015, *Le Cameroun, Jardin sacré de la débrouillardise*, Paris, L'Harmattan, collection « Études africaines ».
- HART Keith, 1973, « Informal income opportunities and urban employment in Ghana », *The Journal of Modern African Studies*, 11, 1, p. 61-89. Disponible sur : <https://doi.org/10.1017/S0022278X00008089>.
- KHOUMA Mamadou, 2017, *Commerce et gestion de l'espace urbain à Dakar : enjeux, logiques et stratégies des acteurs*, thèse de doctorat en géographie, Université du Havre. Disponible sur : <https://theses.hal.science/tel-01666143/document> [consulté le 10 juin 2024].
- LAUTIER Bruno, 1994, *L'Économie informelle dans le tiers monde*, Paris, Éditions La Découverte, collection « Repères ».
- MONNET Jérôme, 2006, « L'ambulantage : Représentations du commerce ambulant ou informel et métropolisation », *Cybergeo : European Journal of Geography*. Disponible sur : <https://doi.org/10.4000/cybergeo.2683>.
- MONNET Jérôme et STASZAK Jean-François, 2008, « Le consommateur ambulant », *Espaces et sociétés*, 135, p. 19-24. Disponible sur : <https://doi.org/10.3917/esp.135.0019>.
- STAMM Caroline, ZINSOU-KLASSOU Kossiwa, DESSE René-Paul, 2016, « Le commerce informel : évolution des approches dans le temps et dans l'espace », *Bulletin de la Société de Géographie de Liège*, 66, p. 65-70. Disponible sur : <https://doi.org/10.25518/0770-7576.4244>.