

Marchés et vivrier marchand en Afrique occidentale : le cas de la Côte d'Ivoire

par Jean-Louis CHALÉARD*

Les marchés en Afrique de l'Ouest sont des lieux essentiels de l'échange, particulièrement des produits vivriers¹. Bruyants, colorés, envahis d'odeurs prenantes, ils animent aussi bien les différents quartiers des grandes villes ou les centres urbains secondaires que les villages reculés dans les campagnes. On y rencontre des paysans, des ménagères, des commerçants, petits et grands, en proportions variables selon les lieux et les types de marchés. Ils ont fait l'objet de nombreuses analyses en Afrique subsaharienne depuis les années 1960². La situation ces dernières années a cependant beaucoup évolué, amenant des interrogations nouvelles. Les études actuelles s'intéressent surtout aux marchés urbains³. Mais leurs homologues ruraux jouent un rôle qu'il convient de ne pas sous-estimer.

L'objet de cette communication est d'analyser la dynamique et la place des marchés dans la commercialisation de la production vivrière en Côte d'Ivoire et l'approvisionnement des populations (fig. 1, page suivante). Le pays peut être considéré, à bien des égards, comme exemplaire du rôle et de la dynamique des marchés en Afrique occidentale.

Caractérisés par un semis dense sur tout le territoire, les marchés, lieux d'écoulement de la production agricole et d'achat par les consommateurs, occupent depuis longtemps une place essentielle dans la distribution de la production vivrière marchande dans le pays. Ils concentrent le commerce vivrier de détail. Leur intérêt dans le

commerce de gros n'est pas à négliger, comme en témoigne la localisation fréquente des grossistes près des lieux de vente au détail.

La Côte d'Ivoire a connu une explosion urbaine spectaculaire depuis les années 1950, malgré un ralentissement récent : au tournant du millénaire, les villes regroupent près de 50 % de la population, Abidjan atteignant 3 millions d'habitants et Bouaké 500 000⁴. Cette croissance a entraîné une forte mobilisation des campagnes qui, en dépit d'un recours non négligeable aux importations, ont répondu à la hausse rapide de la demande alimentaire des villes (Chaléard, 1996). L'activité des marchés, voyant transiter des tonnages de plus en plus élevés, s'en est trouvée accrue.

* Professeur de géographie, Institut de géographie. Université Paris I – Panthéon – Sorbonne, PARIS

¹ Le marché est pris ici au sens de lieu physique de l'échange. Pour une réflexion générale sur ce terme polysémique, on peut se reporter à Braudel (1979, tome 2, pp. 192-197).

² Des études nombreuses ont eu lieu dans le cadre d'équipes de l'ORSTOM et de celles sur le ravitaillement des villes, dirigées par P. Venetier. Parmi les ouvrages importants en langue anglaise, on peut citer Hodder & Ukwu (1969).

³ Notamment des études portant sur les politiques d'aménagement urbain (cf. Paulais & Wilhelm, 2000).

⁴ Le dernier recensement de la population de Côte d'Ivoire date de 1998. Les données démographiques utilisées dans ce texte sont tirées de cette source.

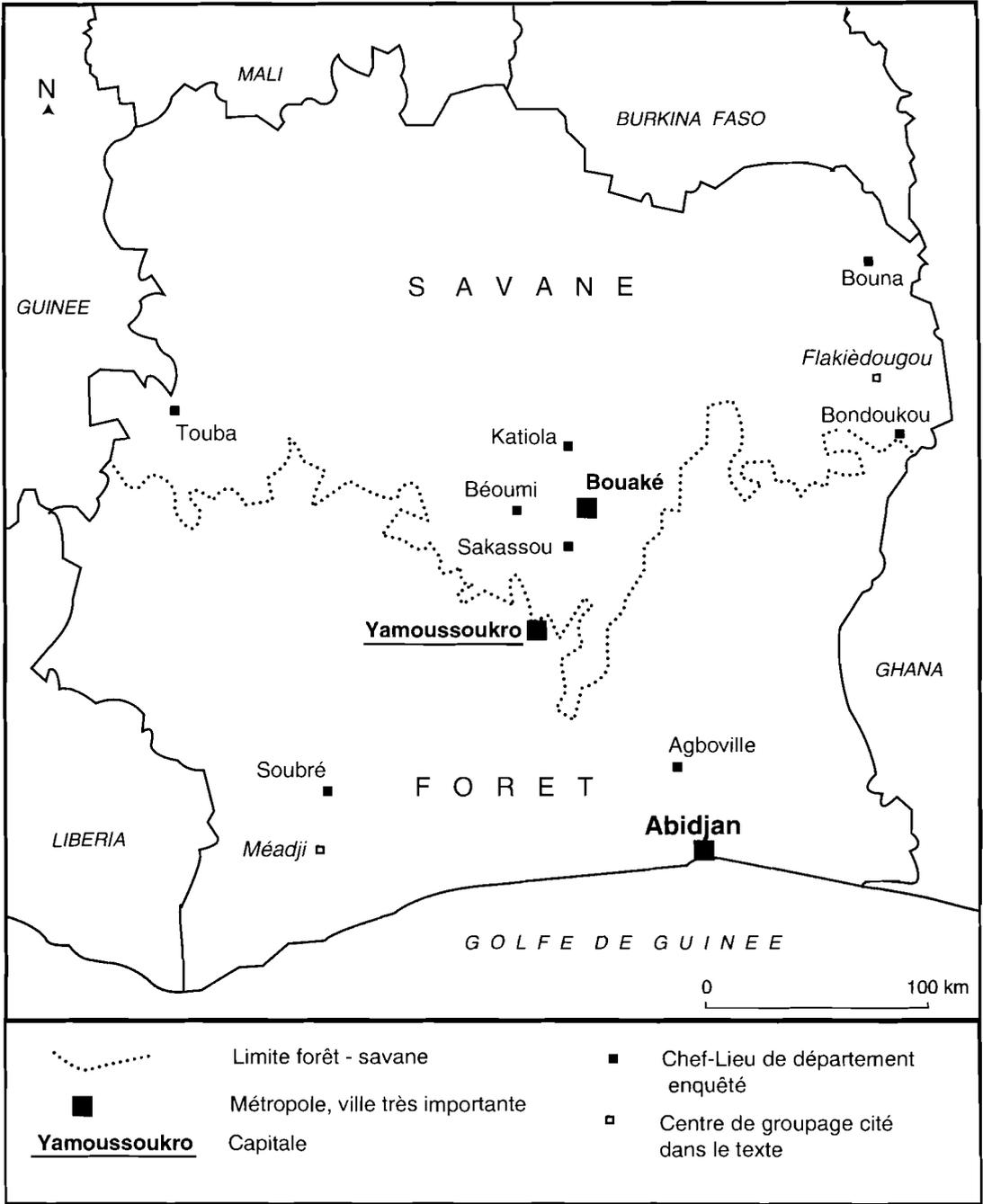


Fig. 1 - Côte d'Ivoire : carte de localisation

Dans ce contexte, ils sont l'objet d'une attention particulière des autorités et au cœur des nouveaux programmes d'aménagement : à la campagne, il s'agit de mobiliser une production de plus en plus volumineuse et de structurer le terri-

toire ; en ville, l'explosion urbaine et la mise en place de politiques de décentralisation en font une des priorités des équipes municipales, particulièrement dans les plus grandes cités.

Sur un autre plan, la grave " crise " que connaît la Côte d'Ivoire depuis les années 1980, marquée par la chute des cours des principales productions d'exportation, l'effondrement des revenus urbains, l'extension du chômage, conduit à s'interroger sur l'évolution des acteurs et des fonctions des marchés, face à la dégradation des conditions de vie des populations.

Sur fond d'activité ancienne, les marchés connaissent ainsi des mutations importantes depuis quelques décennies. Pour aborder l'ensemble de ces aspects, il convient d'abord de préciser leur place dans les différentes formes de commerce des vivres. Ensuite, l'examen de leur hiérarchie et de leur répartition dans l'espace, puis de leur fonctionnement et des acteurs qui s'y trouvent, nous permettront de préciser leur rôle. Enfin, il faudra faire une place à part aux politiques nouvelles, initiées par les autorités nationales et municipales, qui en révèlent les enjeux actuels⁵.

I - LE MARCHÉ, UNE PLACE CENTRALE DU COMMERCE VIVRIER

Espaces de rencontres, de règlement de litiges sociaux, les marchés sont d'abord les lieux majeurs du commerce vivrier, même s'ils n'en ont pas l'exclusivité.

En ville comme à la campagne, les produits vivriers sont très présents sur les étals. Commercialisés à l'unité ou en tas (pour l'igname, le manioc, les gombos...), en coupe ou autres petits récipients (pour les céréales ...), ils occupent 40 à 60 % des points de vente, ce pourcentage variant selon les places et les périodes⁶. À côté, d'autres produits alimentaires sont écoulés : poisson frais ou fumé, viande, denrées d'origine industrielle (pâte d'arachide, bouillons cube...), plats préparés (comme l'attiéké⁷). Les biens manufacturés sont en général moins représentés, mais ils dominent sur quelques marchés spécialisés : produits quotidiens de la maison (savon, pétrole...), articles ménagers (seaux, cuvettes...), tissus et vêtements, voire petit matériel hi-fi (type radio-

cassettes). Dans les gros marchés, les artisans (forgerons, tailleurs...) offrent également leurs services. Au total, parce qu'ils dominent sur les étals et parce que l'argent tiré de leurs ventes permet souvent l'achat d'autres articles, les produits vivriers constituent un élément majeur de l'activité des marchés.

Les marchés ruraux sont approvisionnés en vivres frais par les agriculteurs (ou plutôt les agricultrices), qui y écoulent leurs productions auprès des consommateurs et des commerçants. Ce ne sont cependant ni les seuls lieux de commercialisation des récoltes ni forcément les plus importants. Dans les villages, les vivres sont l'objet de transactions menues et variées : échange contre du travail, dons... Les ventes les plus fortes en tonnages se font en gros, " bord champ ", lorsque les commerçants viennent charger sur leur véhicule la récolte du cultivateur directement sur le lieu de production. L'achat au village, chez l'habitant, forme proche de la précédente, concerne aussi des quantités élevées. La vente directe par les cultivateurs en ville reste secondaire, mais n'est pas à négliger, notamment dans les échanges locaux et dans quelques cas particuliers, comme celui de l'igname précoce du Nord-Est, transportée par les producteurs lobi jusqu'à Abidjan.

Les transactions sur le marché local se singularisent par leur fréquence, les agriculteurs se rendant généralement une fois par semaine au marché. Elles portent, à chaque fois, sur de faibles quantités. Mais leur répétition permet parfois d'obtenir des gains importants, d'autant que les prix de vente unitaires sont plus élevés qu'en gros, bord champ ou au village : une agricultrice qui écoule pour 2 000 à 3 000 F CFA de vivres presque chaque semaine obtient plus de 100 000 F CFA de revenus dans l'année. Dans quelques situations, cette forme de vente devient même la principale : ainsi, dans trois villages à l'ouest de Bouaké, enquêtés en 1997-1998, la commercialisation sur les marchés fournit 44 % des revenus des exploitations. Par ailleurs, les marchés jouent un rôle considérable dans l'économie familiale : ils procurent des revenus certes

⁵ Les résultats présentés dans ce texte sont issus, pour l'essentiel, d'enquêtes personnelles réalisées entre 1987 et 1992 dans différentes villes et départements de Côte d'Ivoire (Chaléard, 1996), de 1996 à 1998 dans le département d'Agboville, et de 1996 à 1999 dans la région de Bouaké (Chaléard, 2001) (fig. 1).

⁶ Les données chiffrées concernant les marchés proviennent de recensements réalisés au cours de nos enquêtes. Ce genre d'investigation, comme l'utilisation des sources des administrations, pose un certain nombre de problèmes qui ont été discutés par plusieurs auteurs (Ancey, Chevassu, Michotte, 1974 ; Dubresson, Lootvoet, 1989 ; Chaléard, 1996...).

⁷ L'attiéké est une sorte de couscous de manioc, très répandu en Côte d'Ivoire ; d'origine rurale, sa consommation a fortement augmenté en ville dans les trois dernières décennies.

modestes, mais réguliers ; et les paysans peuvent y écouler les productions secondaires ou des périodes de récoltes peu importantes (début et fin de campagnes), qu'ils auraient du mal à commercialiser en gros.

L'importance des marchés ruraux dans le ravitaillement des villes peut paraître à certains égards réduite. Une partie de l'approvisionnement citadin se fait par des circuits directs, du producteur au détaillant ou au consommateur. L'essentiel des volumes échangés passe par des collecteurs, qui vont chercher les denrées sur les lieux de production, et les cèdent à des grossistes installés dans les foyers de consommation. La majorité des flux se fait directement des villages, voire des champs, aux centres de groupage et aux grandes agglomérations urbaines. Dans tous ces cas, les circuits ne semblent pas passer par le marché rural. Cette observation doit cependant être nuancée. Les marchés ruraux sont une base de renseignements primordiale pour les négociants ou pour leurs employés qui parcourent la campagne : on peut y connaître rapidement l'état des récoltes locales, les prix, les lieux où des denrées sont à vendre. Ils servent souvent de centres de groupage des productions pour les marchands, qui les expédient ensuite au loin. Si l'on ajoute que, dans bien des cas, le marché est le lieu où les producteurs prennent contact avec des collecteurs qui viennent ensuite chercher la marchandise au village ou bord champ, on en mesure toute l'importance.

En ville, le marché de détail est le lieu sinon exclusif du moins essentiel du ravitaillement des ménages. Les autres types d'approvisionnement, variés, restent secondaires : l'agriculture intra ou périurbaine, qui permet l'auto-approvisionnement, est notable surtout dans les petites villes ; les supermarchés, présents dans les grandes agglomérations, proposent des produits onéreux, réservés à une minorité aisée, nationale ou étrangère ; les boutiques, nombreuses, fournissent surtout des articles manufacturés ; le commerce de rue porte sur des produits secondaires (fruits...) et sur les plats consommés hors domicile (du type attiéké), qui ne sauraient satisfaire l'ensemble des besoins quotidiens. C'est donc sur les marchés que les ménagères achètent les produits frais, base de l'alimentation familiale. Leur importance se traduit d'ailleurs dans leur animation et leur rôle dans les quartiers.

Ainsi, en ville comme à la campagne, les marchés occupent une place considérable dans le commerce vivrier. Celle-ci varie cependant en fonction de multiples facteurs, particulièrement leur activité et leur densité.

II - UNE TRAME SERRÉE DE MARCHÉS DIVERSIFIÉS

1. Marchés des villes, marchés des champs

Du petit village à la grande ville, au-delà de points communs, les marchés présentent bien des différences et s'ordonnent selon une trame plus ou moins serrée qui constitue un élément essentiel de maillage du territoire. La région de Bouaké permet de saisir quelques aspects de cette diversité, et l'éventail assez commun des régions ivoiriennes, même si, comme partout, il faut tenir compte des particularités locales (figure 2).

À la base, les petits marchés présentent de 50 à 150 points de vente, tous stands confondus. Ils sont fréquentés par les habitants du village et des environs, qui viennent à pied vendre quelques tubercules ou une cuvette de maïs ; peu de véhicules arrivent des grands centres urbains. Des commerçants, en nombre réduit, achètent aux villageois leurs denrées, qu'ils rassemblent dans des sacs et expédient sur la ville voisine ou Bouaké. Les paysans y acquièrent les biens de première nécessité (savon, sel, pétrole...), auprès des colporteurs venus de la ville.

Au dessus, les marchés comptent 150 à 300 points de vente. Leur aire d'attraction est plus vaste que dans le cas précédent. Des paysans arrivent parfois en car pour écouler leurs produits. Le marché est un centre d'échanges notable entre les ruraux qui vendent leurs denrées, des grossistes qui achètent ou passent commande, des colporteurs qui proposent aux agriculteurs des objets variés. Quelques grands marchés, comme ceux d'Abolikro et d'Asrikro à l'ouest de Bouaké, émergent de cet ensemble. Ils sont suffisamment éloignés des chefs-lieux de sous-préfecture pour ne pas subir leur concurrence. Ils attirent, en plus des villageois, de nombreux citadins de Bouaké, qui profitent des prix plus bas que dans leur ville pour se ravitailler.

Les marchés des centres urbains, sous-préfectures ou préfectures qui dépassent 5 000 hab., diffèrent des précédents d'abord par leur rythme. À côté d'un grand marché hebdomadaire, qui attire des populations d'une vaste aire, se tient un marché quotidien plus restreint. Les fonctions administratives et l'agglomération des hommes engendrent une certaine spécialisation des fonctions et l'apparition d'une demande alimentaire significative, provenant de citadins qui ne font pas de cultures. Le marché hebdomadaire attire des populations d'un vaste rayon, souvent de l'ordre de la sous-préfecture, qui viennent écouler des produits, se ravitailler en denrées diverses et régler des questions administratives. Toute la semaine, des ménagères achètent les produits de

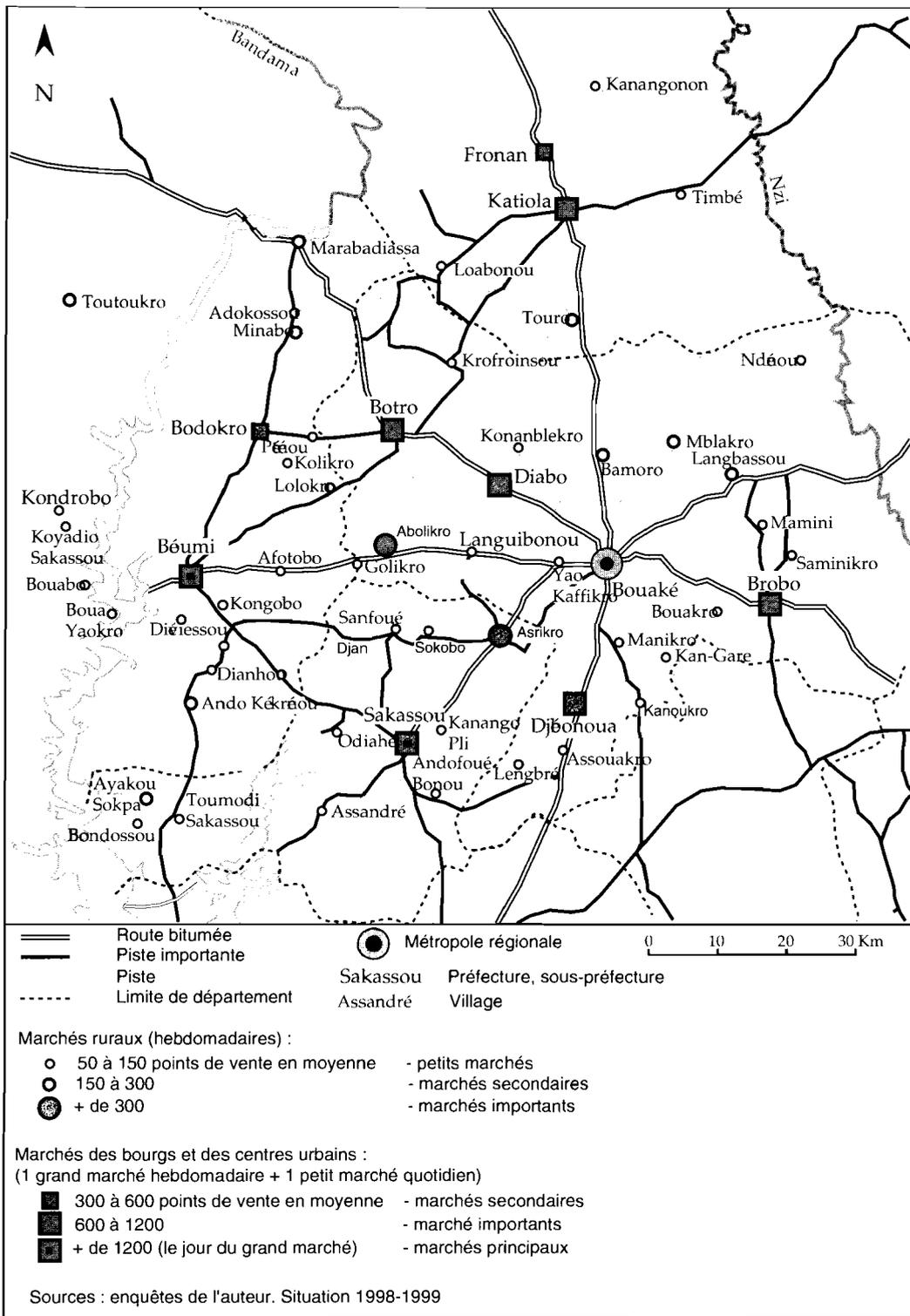


Fig. 2 - Les marchés dans la région de Bouaké

la " popote " familiale. Ces marchés ont également des fonctions d'expédition, car des grossistes viennent collecter des produits le jour de grand marché pour approvisionner Bouaké. L'allure du marché se distingue également de celle qu'on voit en milieu rural : un hangar ou des bâtiments en dur abritent les étals ; quelquefois, comme à Sakassou, le marché est entouré de boutiques qui le bornent, et dont les vendeurs débordent largement les jours d'affluence.

Selon la taille de l'agglomération et son rang dans la hiérarchie urbaine, l'importance des marchés diffère. Au plus bas niveau, le grand marché hebdomadaire ne dépasse pas en taille un gros marché rural, comme à Bodokro, à l'ouest de Bouaké. Au-dessus, comme à Diabo ou Botro, le jour de grand marché on peut recenser 1 000 points de vente. Les grossistes se comptent par dizaines. Dans les préfectures, telles Béoumi ou Sakassou, le marché prend encore plus d'importance, l'aire de ravitaillement est très étendue et des grossistes locaux concurrencent ceux de Bouaké.

À Bouaké, comme à Abidjan et dans toutes les grandes villes du pays, la nature des marchés change. Les marchés de détail sont nombreux : une quinzaine à Bouaké à la fin des années 1990, plus de 100 à Abidjan. Quelques uns dominent par leurs effectifs et leur rayonnement. À Bouaké, le marché central, dépassait 4 000 étals avant son incendie en 1997, alors que les autres recevaient moins de 600 vendeurs chacun. À Abidjan, chaque quartier possède un marché principal et des marchés secondaires. Quelques grands marchés rayonnent sur une vaste partie de la ville : ainsi le grand marché d'Adjamé, qui compte plus de 4 000 étals, et quelques autres, comme celui de Treichville par exemple.

Ces marchés sont quotidiens et il y a de faibles différences dans l'activité d'un jour à l'autre. On y rencontre peu ou pas d'agriculteurs. Sur les très grands marchés, on trouve des vivres frais et des articles manufacturés. À Bouaké, la prépondérance des denrées vivrières, présentes sur plus de la moitié des étals, est nette : les ventes de biens manufacturés sont réduites, car les consommateurs préfèrent se rendre dans les boutiques de la ville pour ce type d'achat. À Abidjan, la situation est proche. Cependant, compte tenu de la taille de l'agglomération, les effectifs des étals sont variables, et certains marchés sont spécialisés dans des produits manufacturés ou de luxe (comme à Cocody, voire Treichville), où les vivriers sont relativement moins présents.

2. Un semis dense sur tout le territoire

Les marchés se répartissent assez uniformément

dans l'espace et de façon hiérarchisée, selon un modèle semblable à ceux exposés par Berry (1971). Mais avec de fortes nuances.

L'exemple de la zone dense à l'ouest de Bouaké est significatif (fig. 2). Les principaux marchés se distribuent régulièrement dans l'espace, chacun au centre d'un hexagone qui constitue son aire de ravitaillement principale. Chacun de ces marchés attire la population des localités environnantes dans un rayon de 15 à 20 km. Au-dessous, les petits marchés ont une aire de recrutement qui ne dépasse pas 4 à 5 km, soit la distance qu'un agriculteur fait à pied pour se rendre au marché. Au-dessus, Bouaké domine l'ensemble, avec ses différents marchés de détail et ses grossistes en nombre élevé. Chaque marché se tient un jour de la semaine différent de celui des voisins, ce qui permet aux négociants de fréquenter différentes places. Toutefois, certains jours sont privilégiés : le mercredi, jour de repos en pays baoulé ; le vendredi, jour de repos des musulmans ; le dimanche également.

Dans l'ensemble, l'aire de ravitaillement des marchés et l'importance de leur fréquentation dépendent de la taille de l'agglomération et du rang de la localité dans la hiérarchie administrative, avec des nuances toutefois puisque deux marchés ruraux (ceux d'Abolikro et d'Asrikro) sont très actifs. Par ailleurs, à l'échelle régionale, la répartition des marchés n'est pas uniforme. Ils sont beaucoup plus nombreux à l'ouest de Bouaké, où les densités de populations sont élevées (entre 30 et 50 hab./km²), qu'à l'est et au nord, où les densités sont plus faibles (inférieures à 20 hab./km²). Le tropisme des voies de communications est également évident. Les principales places sont toutes situées sur des axes importants et aujourd'hui goudronnés. Leurs aires d'attraction s'étendent le long des routes et se chevauchent au niveau de ces voies. Dans le détail interviennent d'autres éléments : notamment, en milieu rural, la répartition des sous-groupes baoulé, l'ethnie autochtone autour de Bouaké, chacun réclamant son marché, car celui-ci est un lieu de rencontre et de sociabilité majeur.

Ces observations ne sont guère différentes de celles que l'on pourrait faire dans d'autres régions de Côte d'Ivoire. Partout, on observe la même organisation, calquée sur la trame administrative. On peut retrouver ailleurs aussi les mêmes différences de répartition des marchés en fonction des densités de population : ainsi, en pays mahou, autour de Toubra, où les marchés sont plus nombreux à l'ouest de la ville, dans les secteurs de fort peuplement, qu'à l'est, faiblement occupé.

À l'échelle nationale, la trame résulte largement de l'action de l'administration coloniale et des

autorités ivoiriennes depuis l'indépendance. Les marchés datent, pour l'essentiel, de la colonisation dans beaucoup de régions. C'est une des grandes affaires des commandants de cercles de promouvoir le commerce dans leur circonscription et de créer des lieux d'échange. Chaque chef-lieu de cercle ou de canton se voit progressivement doté d'un marché. Il est normal, dans ces conditions, que les hiérarchies commerciales reflètent en partie la trame administrative.

En savane, la trame actuelle est aussi marquée par l'héritage précolonial, notamment au niveau du contact forêt-savane où les centres d'échange étaient nombreux. On retrouve cette influence, par exemple, dans la région de Bondoukou, dans le nord-est du pays : à un système de marchés anciens, fondé sur la rotation de la semaine de 6 jours des populations locales koulango, qui chevauche la frontière actuelle avec le Ghana, s'est superposée une trame héritée de la colonisation (Chaléard, 1996).

Depuis l'indépendance, l'effectif des marchés a augmenté, mais de façon variable selon les régions. Dans certains secteurs, comme en pays mahou, en raison de la stagnation démographique des campagnes, la trame a peu bougé depuis les années 1960. En revanche, dans les zones pionnières, comme dans le sud-ouest du pays, le nombre de marchés a rapidement augmenté. Cette évolution s'explique par l'arrivée des colons qui ont établi des plantations arborescentes, associées à une production vivrière abondante, notamment de banane plantain (qui précède de la cacao dans les champs nouvellement défrichés). Les marchés servent donc à ravitailler la population en produits divers et à écouler les surplus vivriers. Créés spontanément par les pionniers puis reconnus progressivement par l'administration, leur nombre augmente vite : ainsi en pays bakwé, dans la partie sud du département de Soubré, une quinzaine naissent dans les années 1970 et 1980. Dans certaines zones de peuplement ancien, comme le pays baoulé autour de Bouaké, le nombre des marchés a augmenté durant les trois dernières décennies. La densification de la trame est liée ici à plusieurs facteurs : action de l'administration, notamment des sous-préfets, qui essaient de quadriller l'espace de leur circonscription ; diffusion de l'économie marchande en milieu rural, qui entraîne une multiplication des échanges ; rôle des émigrés, qui reviennent régulièrement " au pays "...

En ville, le nombre des marchés a progressé, en relation avec la croissance urbaine. Dans de petites agglomérations, le marché, hebdomadaire dans les années 1960, est devenu quotidien au fur et à mesure que la population augmentait et que des fonctions nouvelles apparaissaient : c'est

le cas dans les sous-préfectures proches de Bouaké, comme Diabo, Botro, etc. Dans les grandes villes l'évolution est encore plus spectaculaire. À Abidjan, on est passé de 27 marchés de détail au milieu des années 1970, à 78 en 1989 et plus de 100 à la fin des années 1990 (Chaléard, 1996 ; Bertocello & Bredeloup, 2002). Sont créés à la fois des grands marchés dans les nouveaux quartiers périphériques, en général sous l'égide de l'administration, et des plus petits, secondaires, dans les quartiers anciens, à des carrefours ou sur des places, souvent de façon spontanée, afin de ravitailler en produits vivriers courants les habitants. Cette évolution s'accompagne d'une nouvelle configuration de l'espace marchand urbain, certains quartiers périphériques, comme Abobo ou Les-Deux-Plateaux, prenant une nouvelle importance, en raison des espaces disponibles et des facilités d'accès.

En fait, la dynamique des marchés est inséparable de celles du peuplement et de l'économie nationale. Elle est étroitement liée également au rôle des acteurs qui les animent.

III - LE FONCTIONNEMENT DES MARCHÉS

1. Des acteurs du commerce de détail nombreux

Les acteurs qui opèrent sur les marchés sont variés, chacun avec ses particularités : consommateurs, de la simple paysanne du village voisin au citadin qui fait ses achats réguliers ; détaillants, qui étalent leur marchandise et dont la diversité est grande (agriculteurs, commerçants professionnels en produits alimentaires, vendeurs d'objets manufacturés...) ; collecteurs, qui opèrent sur ces places où se rassemblent les marchandises ; sans oublier les transporteurs, qui relient les localités entre elles et assurent le convoiement des personnes et des produits. À ces catégories, sans que le marché n'existerait pas, il faut ajouter une foule d'agents secondaires, présents surtout dans les principaux centres : " brouettiers " qui transportent les marchandises entre les gares routières et les stands ; " gardes-monnaies " et " banquiers ambulants " qui assurent les fonctions de dépôt et de prêt, adaptées à une clientèle de petits marchands et de paysans peu fortunés ; gardiens des marchés urbains, qui surveillent la marchandise et la protègent des voleurs la nuit...

Les clients sont surtout des femmes. Les achats sont fréquents mais portent sur de faibles sommes : la majorité des consommateurs dépense de 500 à 2 000 F CFA par marché, sans que l'on note de différence significative entre villes et campagnes. En milieu rural, les villageois achètent peu de vivres : ils sont venus vendre leurs

récoltes pour se procurer les produits manufacturés indispensables. En ville, la situation est différente : les épouses viennent presque tous les jours, pour acquérir des produits frais, ou délèguent une parente (sœur, nièce, fille...).

Sur les marchés ruraux, les vendeurs sont des agricultrices. En savane, ces marchés sont toujours très marqués par les rythmes du climat : animés après la période de récolte, les plus petits s'étiolent en fin de saison sèche et en saison des pluies. En forêt, l'activité est plus régulière. Partout, les fêtes et la rentrée scolaire rythment aussi le calendrier, ce qui montre que les cessions se font autant par l'existence de surplus qu'en raison de besoins monétaires plus ou moins pressants qui conduisent les agriculteurs à vendre. Les revenus sont souvent modestes : dans la région de Bouaké, à la fin des années 1990, plus de la moitié des agricultrices gagnent moins de 2 000 F CFA par marché. Dans quelques cas, les recettes sont plus fortes, notamment dans les zones grosses productrices, comme dans le sud-est du pays, où certaines femmes obtiennent de 5 000 à 10 000 F CFA de revenus par marché hebdomadaire. La plus grande partie de cet argent sert à acheter des denrées de première nécessité pour la maison : pétrole, savon, bouillons cubes pour la sauce... Le reste, modeste, est épargné en prévision de dépenses plus importantes.

En ville, le pourcentage d'agriculteurs diminue avec la taille de l'agglomération, au profit des détaillants professionnels. Dans l'ensemble, les vendeurs sont des femmes, à plus de 80 %. On trouve des hommes uniquement dans les commerces les plus rémunérateurs : riz entre autres. Un apparent désordre ne doit pas masquer une réelle organisation : souvent les détaillantes se rassemblent par produits ; ce regroupement spatial se double d'un regroupement social, les femmes étant réunies dans des associations. Quelques unes sont anciennes dans le métier, mais la part des nouvelles venues est croissante. Dans la région de Bouaké, la majorité des intervenantes enquêtées sont entrées dans la profession durant les années 1980 et 1990, c'est-à-dire les années de crise. Beaucoup sont veuves, célibataires ou épouses de chômeurs.

Ce profil est à relier à l'évolution de l'effectif des vendeurs sur les marchés aussi bien ruraux que citadins. En ville, le nombre de détaillants en produits vivriers augmente nettement plus vite que la croissance démographique : dans les années 1980, il croît ainsi de 8 à 10 % par an à Abidjan, où le mouvement semble s'être poursuivi ensuite. À Diabo, petite sous-préfecture à l'ouest de Bouaké, les recettes tirées des taxes sur les marchés ont augmenté de plus de 6,4 % par an dans les années 1990. Au-delà des incertitudes tenant à la

valeur de ces chiffres, cette hausse correspond à une incontestable augmentation du nombre d'intervenants. Pour une part, cette dernière est liée à la croissance démographique dans le secteur (de 3,3 % par an entre les recensements de 1988 et 1998). Mais elle semble être plutôt une réponse à la " crise " qui frappe l'économie ivoirienne : les paysans vendent des denrées vivrières pour pallier la réduction des dons des parents émigrés, citadins et planteurs du sud ; les habitants des villes se lancent dans le commerce pour répondre à des situations de détresse économique et sociale (veuves sans ressources, jeunes au chômage) ou pour diversifier les revenus des ménages (cas de nombreuses épouses).

L'installation des vendeuses n'exige pas de grands frais, ce qui explique un accès facile à la profession et son succès : l'investissement de départ est réduit et, dans quelques cas, les grossistes font crédit aux détaillantes jusqu'à ce qu'elles aient vendu les produits. L'équipement se limite à un ou deux récipients (cuvette, baignoire...) servant au transport et à l'entrepôt des denrées, rarement une balance. Beaucoup ont été aidées par un parent au départ (mère, frère ou sœur, etc.), et parfois leur mari, commerçant ou salarié. Mais les revenus sont modestes : tous frais déduits, ils oscillent, en moyenne, entre 500 à 1 500 F CFA par jour. Tout juste de quoi acheter le nécessaire pour faire vivre la famille. Les commerces plus " luxueux " de pagnes, de radiocassettes, etc., rapportent nettement plus, dépassant parfois 100 000 F CFA par mois. De même, le négoce de gros procure des revenus, même chez les collectrices de faible envergure, nettement supérieurs. Mais ces activités exigent des investissements de départ élevés. Elles sont aussi, pour les plus rémunératrices, davantage tenues par des hommes.

2. Marchés et commerce de gros

Lorsqu'on évoque le marché en Afrique, il s'agit toujours du marché de détail. À proprement parler, le marché de gros, au sens physique du terme, comparable au MIN (Marché d'Intérêt National) français, n'existe que rarement. Les grossistes se regroupent sur des espaces urbains qui n'ont pas été aménagés à cet effet. Si certaines concentrations sont imposées par les règlements municipaux soucieux de limiter les conséquences de ces activités sur la vie urbaine (en matière d'hygiène et de circulation notamment), elles résultent principalement de la communauté de besoin de ces opérateurs, et fonctionnent essentiellement comme entrepôt et lieu de groupage des denrées, à leur départ des régions de production ou leur arrivée dans les centres de consommation.

À la campagne, les marchés sont des lieux de collecte des produits par les grossistes. Ainsi, les marchés de la région de Bouaké sont fréquentés par des collectrices qui viennent de la métropole régionale et tournent sur deux ou trois marchés par semaine, achetant différentes denrées vivrières qui varient au gré des saisons. Dans les grandes zones de production, de véritables centres de groupage sont nés. Dans le Nord-Est, au nord de Bondoukou, Flakiédougou (fig. 1) est devenu un point de collecte important des produits vivriers, particulièrement de l'igname précoce dont la zone est grande productrice. Les commerçants parcourent la campagne environnante à la recherche de tubercules, rassemblés dans le gros bourg. Le marché hebdomadaire est un centre de renseignements et le lieu où le marchand peut, éventuellement, compléter son chargement. De même, Méadji, au sud de Soubré, est une place où est concentrée la production de banane plantain par des collectrices qui l'expédient ensuite sur Bouaké ou Abidjan.

Dans les grandes villes, les grossistes exercent près des gares routières et surtout près des marchés de détail. À Bouaké, la plupart, avant la création d'un nouveau marché de gros, se tenaient près du marché central. Quelques opérateurs secondaires officiaient près de marchés de quartier. À Abidjan, les grossistes ont leurs magasins ou leurs lieux d'activité près des grands marchés : Treichville, Abobo, Adjamé... Quelques rassemblements sont très importants : ainsi, le marché " Gouro " d'Adjamé compte environ 500 opérateurs (Harre, 2000). Chaque place est plus ou moins spécialisée : à Adjamé est établi le marché des légumes ; à Treichville, la " gare de Bouna " tient lieu de centre de gros des ignames en provenance du Nord-Est. Si chacun opère pour son propre compte, ces grossistes sont souvent groupés en coopératives, et l'absence d'aire construite réservée à la fonction de gros, d'entrepôts visibles, ne signifie pas que ce commerce soit désorganisé. La majorité est formée de sédentaires qui réceptionnent la production des collecteurs, qui leur sont souvent liés par des relations d'affaire voire familiales. Les grossistes écoulent leurs marchandises auprès des demi-grossistes et des détaillants. La proximité du marché de détail favorise le transport et le contrôle des petits intervenants à qui ces grossistes font en général l'avance du produit, remboursé après la vente au détail. En outre, il permet aux opérateurs de connaître l'état de la demande et des prix, et de maîtriser ainsi une information économique

essentielle. Enfin, fonction de gros et fonction de détail ne sont pas toujours clairement distinguées : des grossistes vendent aussi au détail...

La proximité des uns et des autres ne va pas cependant sans difficultés. À Abidjan, l'extension des marchés de détail, nécessitée par l'augmentation de la population, s'est souvent faite au détriment des espaces occupés de façon plus ou moins spontanée par les grossistes, les obligeant à réinvestir d'autres lieux, comme à Adjamé en 1974, Abobo en 1988... Cette évolution est souvent l'objet d'épreuves de force entre les commerçants et l'administration.

IV - LES MARCHÉS LIEUX D'INTERVENTION DE LA PUISSANCE PUBLIQUE

Les marchés ont été l'objet de nombreuses critiques de la part des autorités et des bailleurs de fonds étrangers, sensibles à leur apparente " désorganisation " aux conditions d'hygiène parfois déplorables dans lesquelles étaient conservés ou présentés les produits, etc. Derrière perçait souvent aussi la critique de l'organisation du commerce lui-même, perçu comme " anarchique " et qu'il faudrait " rationaliser ". Dans le cadre des nouvelles politiques de décentralisation, initiées par le gouvernement sous l'égide de la Banque mondiale, le contrôle des marchés par les autorités permet aussi de prélever des taxes, source de revenus pour les municipalités, même si ceux-ci ne doivent pas être surestimés⁸. Ainsi, la construction et la réorganisation des marchés par la puissance publique répondent à de nombreux objectifs : aménagement urbain ; " rationalisation " du secteur commercial ; financement des collectivités locales...

Le rôle des pouvoirs publics est ancien et nous avons déjà souligné l'action des autorités coloniales. L'intervention aujourd'hui est multiforme. Elle varie avec l'importance de l'agglomération urbaine. À Diabo, petite ville de 15 000 hab., l'action municipale vise à renforcer le recouvrement des taxes en augmentant le nombre de contrôleurs sur le marché. Un nouveau bâtiment, à étage, a été inauguré à la fin des années 1990, afin d'accroître l'activité et d'améliorer les conditions de vente. À Agboville, agglomération de 65 000 hab., le marché est une vaste bâtisse carrée, à étage, formée d'un corps de bâtiments qui entourent une cour où se situent également des points de vente. Construit sur un plan type, il ressemble

⁸ La plupart des enquêtes montrent que les recettes tirées des marchés sont faibles : moins de 30 % et souvent moins de 10 % des budgets municipaux (Paulais & Wilhelm, 2000 ; Bertonecello & Bredeloup, 2002). Beaucoup d'études partent du principe qu'une meilleure collecte permettrait d'augmenter cette part.

aux autres marchés des villes moyennes de Côte d'Ivoire, élevés à même époque, dans les années 1970-1980. Comme partout, sa construction répond à des buts multiples : il s'agit à la fois de valoriser l'image urbaine en construisant un équipement structurant et visible, d'assainir les lieux de vente souvent jonchés de déchets pourrissant au soleil, de répondre aux besoins d'une demande croissante et de contrôler un secteur d'activité vital.

Depuis le début des années 1990, en raison de l'augmentation de la taille des villes, particulièrement de Bouaké et d'Abidjan, les marchés ont vu leur activité croître et partout ils débordent les aires construites, sources de nombreuses nuisances : embarras de circulation, déchets importants, etc. Les infrastructures créées il y a plusieurs décennies ont vieilli. Beaucoup de marchés ont brûlé dans les années 1990 : ainsi, celui de Treichville à Abidjan, le grand marché central de Bouaké, etc. À Abidjan, un vaste programme de construction de marchés a été lancé dans la dernière décennie.

Ces programmes sont plus ou moins bien perçus par les commerçants, qui y voient une volonté de contrôle de leur activité et d'augmentation des taxes de la part des municipalités. L'évolution des marchés se heurte en outre au manque de moyens des autorités locales. À Abidjan, dans le contexte libéral actuel et sous l'influence de la Banque mondiale, la mise en place des marchés se fait selon un système de " gestion déléguée " à des promoteurs, véritable privatisation de la fonction, alors qu'autrefois la construction et la gestion étaient prises en charge par les autorités (Bertoncello & Bredeloup, 2002). Cependant, l'augmentation du prix des places, qui accompagne ce mouvement, tend à exclure les plus petits acteurs : le m² coûte plus de 300 000 F CFA dans le nouveau marché de Treichville. Les détaillants de produits vivriers sont particulièrement touchés : ils ont souvent de faibles moyens et doivent alors se reporter sur des marchés secondaires ou dans les rues voisines, ne pouvant payer les loyers trop élevés.

Mais c'est peut-être sur les marchés de gros que l'action des pouvoirs publics est la plus nouvelle.

Dans les zones de production, un vaste projet, né à la fin des années 1980 et soutenu par le FED, prévoyait de mettre en place une vingtaine de " centres de collecte et de groupage ". Trois furent construits. Deux des centres ont une activité quasi nulle et le troisième fonctionne à 20 % de sa capacité. Celui de Méadji est un échec particulièrement significatif. Le marché, situé dans une zone de forte production de banane plantain, devait être un lieu de contact entre producteurs et

commerçants. Mais les agriculteurs ne se déplacèrent pas, préférant attendre les marchandes chez eux. Les grossistes choisirent de rester sur la place qu'elles occupaient dans le centre du bourg, le long de la route goudronnée : méfiantes vis-à-vis de toute tentative de contrôle de la part de l'administration, elles ne voulaient surtout pas payer des droits sur les transactions et un loyer pour l'utilisation d'entrepôts dont elles jugeaient pouvoir se passer. Le centre devait vivre des locations et des taxes prélevées sur les opérateurs. Lancé en 1990, il ne connu jamais d'activité notable et fut constamment en déficit. Les trois centres, désertés, présentent un contraste saisissant avec l'intense activité à l'extérieur, parfois à quelques mètres seulement.

À Bouaké, dans le cadre d'une vaste opération, un marché de gros a été construit, à la limite nord de l'agglomération urbaine. Il s'inscrit dans une évolution générale en Afrique subsaharienne, de rationalisation de la fonction commerciale dans les villes (Tollens, 1997), qui bénéficie du soutien financier de l'Union Européenne. Il devait offrir de nombreux avantages, tant en terme d'aménagement urbain que d'amélioration du travail des opérateurs (Aguié, 1997). La réalisation fut très coûteuse (16 milliards de F CFA), surtout au vu des résultats. Inauguré en 1998, il est composé d'un vaste ensemble de bâtiments allongés, divisés en entrepôts, loués aux opérateurs. Les grossistes de la ville, concentrés près du marché central, devaient abandonner leurs locaux vétustes au profit de magasins fonctionnels, où la marchandise pouvait être stockée dans de bonnes conditions. En 1999, près d'un an après l'ouverture, 361 magasins seulement sur 426 avaient été attribués, beaucoup de commerçants avaient du mal à payer leur loyer et envisageaient d'abandonner. Les flux de marchandises étaient réduits. On est loin des prévisions qui envisageaient d'accueillir 500 grossistes et de traiter un million de tonnes de vivres. Deux types de reproches sont faits au marché. D'abord, il est trop éloigné du centre et les consommateurs ou détaillants préfèrent s'approvisionner auprès des commerçants restés près du marché central. Ensuite, les coûts sont beaucoup trop élevés : le loyer mensuel d'un entrepôt est de 42 500 F CFA, ce qui est inabordable pour une grande partie des acteurs, qui ne traitent que quelques tonnes par mois et dont le chiffre d'affaire mensuel n'atteint pas 100 000 F CFA. Le marché n'est guère intéressant que pour une minorité de gros opérateurs, marchands d'igname ou de cola, qui font le trafic entre le sud du pays et les régions ou les États plus au nord.

L'échec de ces grandes opérations, fort coûteuses, contraste ainsi avec l'animation des marchés de détail et des places de gros, organisées plus ou moins spontanément. Les promoteurs, autorités

nationales ou municipales, aidés voire poussés par les bailleurs de fonds internationaux, ont en général sous-estimé l'efficacité du secteur marchand et n'ont pas pris en compte la diversité des intervenants. Les opérateurs n'adhèrent guère aux projets de l'administration, parfois par méfiance, le plus souvent parce qu'ils n'y trouvent pas d'intérêt économique.

CONCLUSION

Ainsi, l'étude des marchés de la Côte d'Ivoire, au-delà des singularités propres au pays, permet de tirer une série de leçons de portée générale dont on peut relever quelques exemples. À l'échelle nationale, les marchés forment une trame dense qui participe à l'organisation du territoire et permet aux campagnes les plus reculées de s'ouvrir sur l'extérieur, comme aux citadins d'être quotidiennement ravitaillés. Du petit marché rural au centre de gros urbain et aux marchés de détail en ville, les relations entre les différentes places sont complexes. Ainsi, le marché villageois est aussi bien fréquenté par de simples paysans que par des acheteurs des grandes agglomérations, qui tissent des liens serrés entre villes et campagnes. L'augmentation globale du nombre de marchés est signe d'une intensification de l'activité, fruit de la monétarisation de plus en plus poussée de la société rurale, autant que de la croissance de la population dans les régions pionnières et en ville.

Au plan économique, les marchés sont essentiels dans le fonctionnement de l'exploitation paysanne, à laquelle les ventes hebdomadaires fournissent des compléments de revenus réguliers. De façon plus générale, leur vitalité résulte de l'adaptation de l'offre, bien meilleure que celle de l'appareil distributif " moderne " ; aux conditions de vie et au pouvoir d'achat de la majorité de la population, particulièrement des citadins.

Le rôle social des marchés est multiforme. Il ressort avec clarté au moins deux constatations. D'abord, du plus petit village jusqu'au quartier urbain, le marché est avant tout l'affaire des femmes. Il est pour elles source d'autonomie financière (au moins relative), et de revenus, si menus soient-ils, que leur échelonnement dans le temps rend précieux pour qui a la charge de l'entretien quotidien de la famille. Second témoignage de la dimension sociale des marchés vivriers : leur fonction d'activité refuge en période de crise (ou en situation personnelle de crise) ; celle-ci apparaît avec évidence tant dans la démultiplication des points de vente lorsque la conjoncture est défavorable que dans la place occupée derrière les étals par les femmes seules chargées de famille.

Depuis quelques années, les marchés sont placés au cœur des politiques urbaines et d'aménagement du territoire. A la campagne, les autorités locales veillent à la tenue des marchés ruraux et à leur multiplication. En ville surtout, ils deviennent l'objet de tous les soins. Les opérations nouvelles suscitent cependant de nombreuses interrogations, liées à leurs conditions de mise en place. Les marchés de gros fonctionnent mal. Les nouvelles structures urbaines ne sont accessibles qu'aux acteurs les plus puissants et les plus fortunés.

Permanence des " éléphants blancs " budgétivores, poids croissant du libéralisme ambiant... les marchés n'échappent pas aux logiques dominantes des États africains. Mais ils révèlent aussi les capacités d'innovation et d'adaptation des populations qui en vivent et les font vivre au quotidien.

ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE

AGUIÉ, A.G. (1997).- *Le marché de gros de Bouaké : une expérience pour l'Afrique*. Rome, FAO, 16 p. (Collection Aliments pour les villes).

ANCEY, G. ; CHEVASSU, J. ; MICHOTTE J. (1974).- *L'économie de l'espace rural de la région de Bouaké*. Paris, ORSTOM, coll. Travaux et Documents, n° 38, 251 p.

BERRY, B. J. L. (1971).- *Géographie des marchés et du commerce de détail*. Paris, A. Colin, 252 p.

BERTONCELLO, B. ; BREDELOUP, S. (2002).- La privatisation des marchés urbains à Abidjan : une affaire en or pour quelques uns seulement. *In Autrepart*, n° 21 (à paraître).

BRAUDEL, F. (1979).- *Civilisation matérielle, économie et capitalisme*. Paris, A. Colin, 3 vol., 543 p., 599 p., 606 p.

CHALÉARD, J.-L. (1996).- *Temps des villes, temps des vivres. L'essor du vivrier marchand en Côte d'Ivoire*. Paris, Karthala, 661 p.

CHALÉARD, J.-L. (1998).- Croissance urbaine et production vivrière en Afrique subsaharienne. *In Afrique contemporaine*, n° 185, 1er trimestre 1998, pp. 3-18.

CHALÉARD, J.-L. (2001).- *Marchés et commerce des produits vivriers. Région de Bouaké - Côte d'Ivoire*. Paris, UMR PRODIG, 92 p. (Mémoires et Documents, n° 16).

DUBRESSON, A. ; LOOTVOET, B. (1985).- *L'usine et la ville. Tome II : complexes textiles et dynamismes économiques à Agboville, Dimbokro et Bouaké*. Centre ORSTOM de Petit-Bassam,

direction de la Prévision et de la Planification, 165 p. + XXVII.

GRÉGOIRE, E. ; LABAZÉE, P. (Dirs.) (1993).- *Grands commerçants d'Afrique de l'Ouest*. Paris, Karthala-ORSTOM, 263 p.

HARRE, D. (2001).- Formes et innovations organisationnelles du grand commerce alimentaire à Abidjan, Côte d'Ivoire. *Autrepart*, n° 19, pp. 115-132.

HODDER, B. W. ; UKWU, U. I. (1969).- *Markets in West Africa*. Ibadan, Ibadan University Press, 172 p.

PAULAIS, T. ; WILHELM, L. (2000).- *Marchés d'Afrique*. Paris, Karthala, 198 p.

PÉLISSIER, P. (1993).- Le marché, instrument de développement ou de dépendance. In : GAY, F. (éd.), *L'Économie de marché et le Tiers monde*. Rouen, Publications de l'université de Rouen, pp. 17-26.

TOLLENS, E. (1997).- *Les marchés de gros dans les villes africaines. Diagnostic, rôle, avantages, éléments d'étude et de développement*. Rome, FAO, 24 p. (Collection Aliments pour les villes).

VENNETIER, P. (1972).- L'approvisionnement des villes en Afrique Noire : un problème à étudier. In : *Études de géographie tropicales offertes à P. Gourou*, Paris, Mouton, pp. 477-490.

Jean-Louis CHALÉARD, professeur de géographie tropicale à l'université Paris 1 – Panthéon – Sorbonne, est membre de l'UMR 8586 PRODIG (Pôle de Recherche pour l'organisation et la Diffusion de l'Information géographique).

Il est l'auteur de nombreux travaux sur la Côte d'Ivoire, l'Afrique de l'Ouest, les pays du Sud ; entre autres : *Temps des villes, temps des vivres. L'essor du vivrier marchand en Côte d'Ivoire*, Paris, Karthala, 1996, 661 p.

Il a publié en collaboration avec A. Dubresson (Dirs.), *Villes et campagnes dans les pays du Sud. Géographies de relations*, Paris, Karthala, 1999, 258 p. ; et en collaboration avec R. Pourtier (Éds.), *Politiques et dynamiques territoriales dans les pays du Sud*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2000, 258 p.

RÉSUMÉ/ABSTRACT

MARCHÉS ET VIVRIER MARCHAND EN AFRIQUE OCCIDENTALE : LE CAS DE LA CÔTE D'IVOIRE

par Jean-Louis CHALÉARD

Ce texte analyse la place des marchés dans la commercialisation des produits vivriers en Afrique de l'Ouest, à travers le cas de la Côte d'Ivoire. Les vivres sont très présents sur tous les types de marchés, mais, du petit village à la grande métropole, ils se différencient par leur importance et forment un semis dense qui ouvre les campagnes à l'économie marchande et rend accessibles les produits vivriers aux consommateurs urbains. Sur le plan social, ils permettent aux femmes d'avoir accès à une source de revenus certes modeste, mais régulière. Les politiques de construction de marchés de détail et de gros révèlent l'intérêt que portent les autorités à ces espaces et, en même temps, les difficultés des aménagements récents. Elles confirment, *a contrario*, le dynamisme du secteur marchand.

Mots-clés : Afrique de l'Ouest, Côte d'Ivoire, marchés, cultures vivrières, commerce alimentaire, relations villes-campagnes.

MARKETS AND FOOD PRODUCE IN WEST AFRICA: THE EXAMPLE OF IVORY COAST

by Jean-Louis CHALÉARD

This study researches the place occupied by markets in the commercialisation of food produce in West Africa, through the example of Ivory Coast. All markets sell food produce, but there are variations in variety and supply depending on the location (small villages or large urban areas). Food markets form a closely-knit spread allowing rural areas to open up to market economy and supplying food produce to urban consumers. Markets also play a social role, allowing women to earn a moderate (but regular) source of income. Government market construction policies show the interest that the authorities have for this particular type of space as well as the difficulties tied to recent planning. These difficulties, however, reveal the vitality of the existing commercial activities.

Keywords : West Africa, Ivory Coast, markets, food crops, food trade, relations between urban and rural areas