

Nouveaux espaces, nouvelles centralités

Échanges et réseaux en milieu rural sénégalais

par Olivier NINOT*, Michel LESOURD**, Jérôme LOMBARD***

Le Sénégal illustre, par ses difficultés économiques, le marasme de son agriculture et ses inégalités sectorielles croissantes, une situation fréquente en Afrique de l'Ouest où, depuis quelques années, la plupart des pays suivent différents Plans d'Ajustement Structurel (et sectoriels). Au Sénégal, ces PAS ont révélé un pays fragile — une économie à bout de souffle, un territoire déséquilibré et hyper-centralisé — et remis en cause la politique économique de l'État. Ils ont contribué à transformer localement les réseaux d'échanges intérieurs, les économies et les sociétés. L'apparition de réseaux privés et "populaires", distincts des réseaux anciens dans lesquels l'État tenait un rôle majeur, est à mettre en relation avec ces évolutions : réorganisation commerciale avec une multitude d'acteurs de faible envergure ("informalisation" des circuits) ; émergence de pôles commerciaux hors de toute influence étatique ; dynamisme des échanges transfrontaliers.

L'essor des marchés ruraux depuis les années 1970 témoigne de l'intégration croissante des campagnes et des bourgs aux circuits commerciaux dont les connexions au commerce international et au commerce local sont nombreuses. Les marchés hebdomadaires s'imposent comme des centres d'échange et de sociabilité importants, et comme les relais entre économies locale et globale, en connectant les campagnes aux villes régionales, à la capitale nationale et aux réseaux internationaux transfrontaliers.

Le développement des marchés doit être replacé, d'une part, dans le temps long de l'histoire des échanges au Sénégal et, d'autre part, dans le contexte économique, politique et social évolutif du pays. La relation au centre est questionnée : elle place désormais sur le devant de la scène les marchés hebdomadaires, lieux de commerce et de concentration de population déjà anciens. Autrement dit, il s'agit d'analyser pourquoi les marchés sont devenus des lieux majeurs du

monde rural sénégalais contemporain, non seulement pour faire du commerce et obtenir des revenus, mais aussi pour entretenir et développer sa relation à la ville, au Sénégal et au monde.

I - LA DYNAMIQUE ÉCONOMIQUE DES MARCHÉS HEBDOMADAIRES

Depuis la libéralisation entamée au début des années 1980 et le démantèlement progressif des circuits de commercialisation des produits agricoles, l'évolution du commerce et des réseaux d'échange est, à toutes les échelles, le moteur principal des transformations de l'organisation spatiale au Sénégal. La multiplication des marchés ruraux hebdomadaires relève de cette logique : ils résultent d'abord de l'évolution des réseaux de commercialisation des produits agricoles et des réseaux de distribution des biens de consommation dans les campagnes.

* ATER (U. Poitiers), Doctorant (U. de Rouen). Département de Géographie, Université de Rouen, MONT-SAINT-AIGNAN

** Professeur des Universités. Département de Géographie, Université de Rouen, MONT-SAINT-AIGNAN

*** Chargé de recherche, Géographie, IRD, BP 1386, DAKAR, Sénégal

A. Crise agricole et multiplication des marchés hebdomadaires

Le développement des marchés ruraux hebdomadaires après l'indépendance a connu différentes phases pendant lesquelles, successivement, l'économie sénégalaise a été profondément bouleversée.

Dans les années 1960, quand l'étatisation du commerce de l'arachide a provoqué le repli des grandes maisons de commerce vers Dakar, le vide commercial engendré dans les campagnes n'a pas été comblé par les structures mises en place par l'État, dont les activités ont concerné la seule sphère agricole. R.N. Van Chi Bonnardel (1978, p. 643) affirme que " *la multiplication des marchés ruraux, dans les régions d'économie monétaire, constitue sans aucun doute l'un des événements majeurs de la vie des paysans sénégalais dans la première décennie de l'indépendance. (...) Ces marchés constituent en effet les pôles des réseaux commerciaux qui ont succédé à ceux qu'avaient fait naître le double flux de la traite* "1. Par la suite, l'État décentralisateur a voulu faire de chaque chef-lieu de Communauté Rurale un centre administratif et économique, autorisant du même coup, là où il n'y en avait pas, la création d'un marché hebdomadaire (Lombard, 1999).

L'État a donc adopté une stratégie économique nationale basée sur l'exportation des richesses agricoles et minières et sur l'importation à très bas prix de riz destiné principalement aux consommateurs urbains. Une telle stratégie a permis de consacrer la quasi-totalité de l'activité agricole à la monoculture de l'arachide (Lombard, 1996), en plaçant les campagnes dans une relation d'étroite dépendance vis-à-vis des grandes villes et des relais locaux des structures d'encadrement rural. La crise économique des années 1970-1980, qui accompagna la chute des cours de l'arachide, a remis en cause cette stratégie. En l'absence de programmes de reconversion de l'agriculture et de revenus de substitution, la mise en circulation accrue des produits agricoles et le développement des échanges furent une des réponses apportées par les populations rurales.

¹ Ce terme de traite faisait référence à un système d'exploitation de l'espace rural, caractérisée par une montée des produits agricoles locaux destinés à l'exportation (comme l'arachide) et par une descente des produits manufacturés, importés ou fabriqués au Sénégal. La traite était devenue cette période allant de décembre à avril, intense en transactions et mouvements de populations.

² Du nom de cette partie du territoire sénégalais consacrée à l'exploitation de l'arachide.

³ Terme pulaar pour marché, mais qui est également utilisé par les non pulaarophones.

⁴ L'exploitation de l'arachide reste malgré tout une bonne affaire pour nombre d'intermédiaires : commerçants, transporteurs, offices publics, usines, etc. La ponction généralisée du monde rural par la ville, si souvent dénoncée, est encore à l'œuvre dans un pays où, régulièrement, au détriment des paysans mais sans que les intermédiaires ne s'en plaignent, le cours de l'arachide, après avoir monté, baisse dramatiquement de 20 ou de 25 F CFA par kilo. Cf. : le dossier sur la détresse paysanne, paru dans l'hebdomadaire sénégalais *Nouvel Horizon*, du 22 février 2002.

L'effervescence commerciale a été encouragée par la vague de libéralisation de l'économie, enclenchée au cours de la décennie 1980 par l'État. Elle s'est traduite par le renforcement des marchés déjà existants (très concentrés, dans les années 1950 et 1960, dans le centre ouest du pays), et par la création de nouvelles places commerciales (dans le centre est et dans les marges orientales du bassin " arachidier "2). Leur fonction de collecte devenant souvent aussi importante que leur fonction d'approvisionnement, les marchés se sont ainsi multipliés dans toute la zone d'exploitation de l'arachide, au fur et à mesure que cette spéculation progressait dans le pays d'ouest en est (Lake & Touré, 1985), et que sa culture ainsi que sa commercialisation rencontraient des difficultés (fig. 1, 2 et 3).

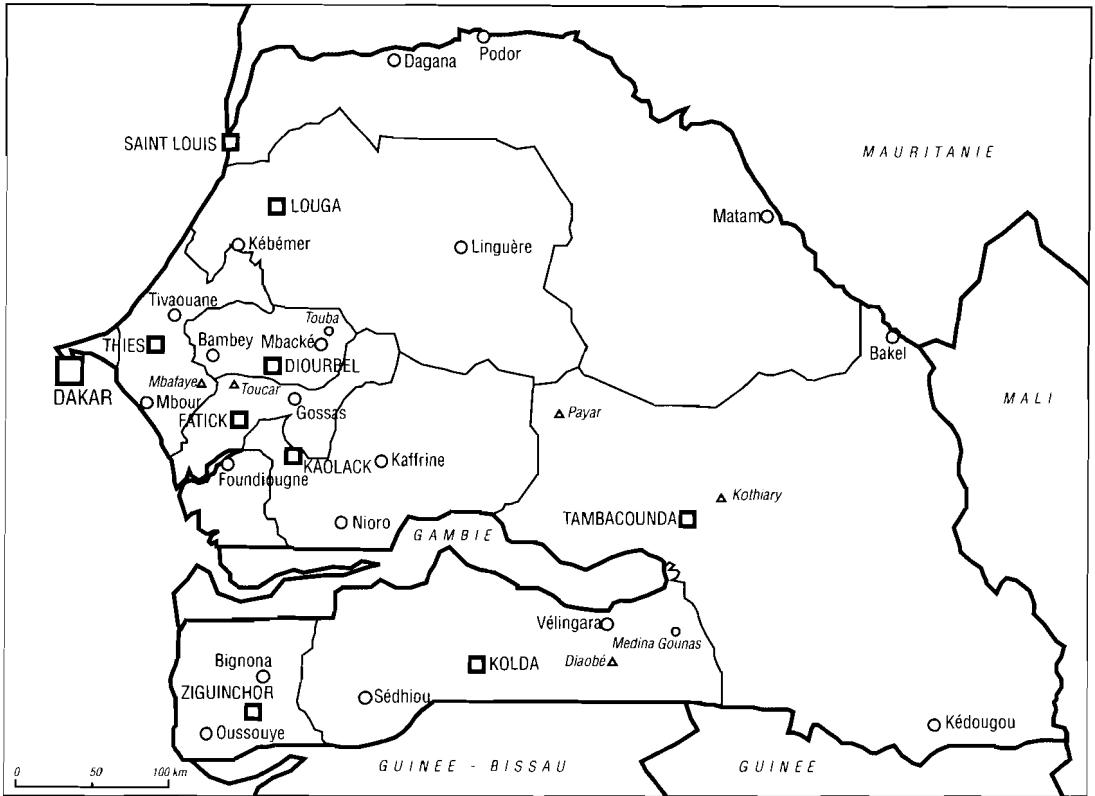
Cette ultime phase de développement est une réponse à la défaillance progressive des réseaux de commercialisation des produits agricoles placés sous la tutelle des organismes d'État ; les " loumo "3 s'imposant petit à petit comme de sérieux concurrents des coopératives agricoles.

B. Le développement d'une économie rurale populaire

Quand l'économie de l'arachide s'est enrayée (Freud *et al.*, 1997), la dépendance des campagnes par rapport aux villes a montré des limites, caractérisées par l'extranéité et la rigidité des filières de commercialisation incapables de faire face aux situations urgentes de crise nées dans les campagnes. " L'informalisation " par le développement de marchés parallèles et la " ruralisation " des échanges (Van Chi Bonnardel, 1978) sont donc d'abord des adaptations locales aux besoins des communautés rurales en manque de numéraire.

Les statistiques nationales (Direction de la Planification et de la Statistique) donnent un cadre général pour l'interprétation de ce phénomène. L'agriculture ne représenterait que 8 à 9,5 % du PIB alors que 60 % de la population active sont encore ruraux ; la part de l'arachide dans le total des exportations (en valeur) serait tombée à 10 % (plus de 70 % dans les années 1960)4. L'évolution

Figure 1 : carte de localisation.



Légende :

- | | | | | | |
|----------------|------------------|---|--------------------|---|--|
| — (thick line) | limite nationale | ■ | capitale régionale | ○ | autre localité citée dans le texte |
| — (thin line) | limite régionale | ○ | préfecture | ▲ | marché hebdomadaire cité dans le texte |

des réseaux d'échanges en milieu rural doit donc être replacée dans ce contexte de transformation d'une économie rurale, caractérisé par un désengagement de l'État des filières de commercialisation et une crise agricole durable qui semble ne pas avoir d'issue à court terme, et qui provoque nécessairement le développement d'une alternative économique.

L'émergence des marchés ruraux doit beaucoup à la formidable croissance des acteurs privés, méprisés à l'époque coloniale par les colons et les Libanais (Barry & Harding, 1992), puis limités, voire interdits par l'État socialiste depuis l'indépendance. Avec la libéralisation des années 1980, les opérateurs privés ont concurrencé les sociétés d'État pour la collecte des produits agricoles faisant l'objet d'une consommation urbaine et pro-

curant des bénéfiques intéressants (Lesourd, 1997). Ils ont fait naître une économie parallèle qui a fini par submerger et marginaliser le système en place. D'autres produits sont apparus sur les marchés : maraîchers, de cueillette (pain de singe notamment⁵), fruits des vergers, objets artisanaux, et bien sûr tous les produits de consommation courante apportés des villes par des commerçants ambulants. Le marché est ainsi, pour les villageois, l'occasion d'obtenir du numéraire en vendant qui du mil, qui des fruits, qui un mouton, et d'acquérir, généralement à bas prix, des biens indisponibles habituellement au village. L'offre de service s'est également développée : les transporteurs ont investi le créneau rural, à la faveur du transport de l'arachide à partir des marchés, mais aussi pour les nombreux déplacements des ruraux vers les villes.

⁵ Fruit du baobab dont on fait des jus.

Figure 2 : les marchés ruraux hebdomadaires dans les années 1970.

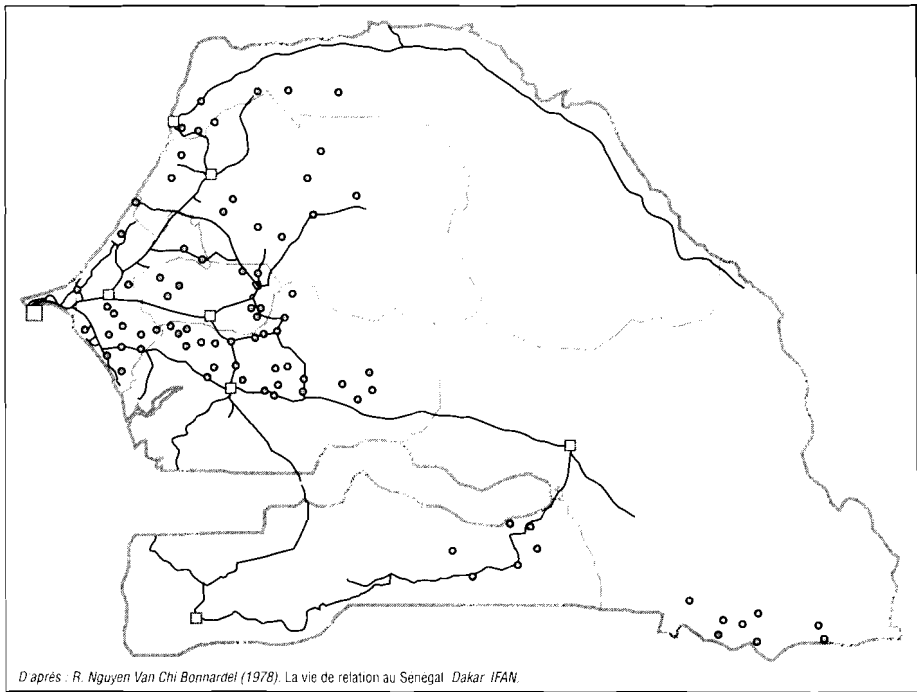
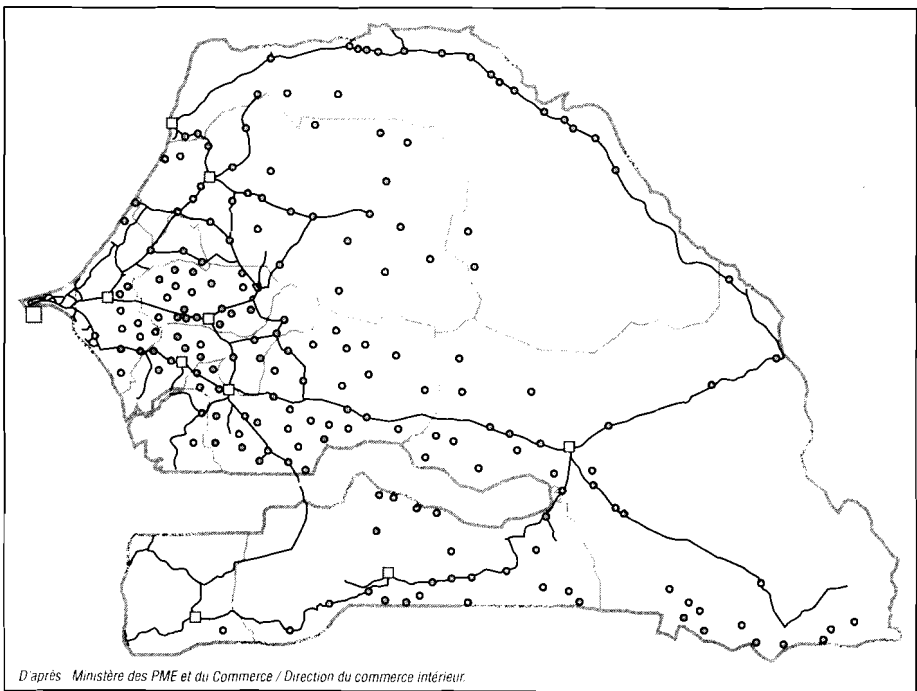







Figure 3 : les marchés ruraux hebdomadaires en l'an 2000.



Légende :

- | | | | | | |
|---|------------------|---|--------------------|---|---------------|
|  | limite nationale |  | capitale régionale |  | route revêtue |
|  | limite régionale |  | marché | | |

Les marchés atténuent désormais la dureté des conditions de vie en milieu rural que l'éloignement, les conditions météorologiques, la médiocrité des infrastructures et des services imposent aux paysans. Ils permettent aux populations rurales, pauvres et dépendantes, d'accéder plus facilement à des produits de faible valeur ainsi qu'à quelques services adaptés à l'économie rurale. Ils facilitent l'obtention de revenus monétaires complémentaires. À ce titre, ils participent d'une économie que P. Engelhard (1998) pourrait qualifier de " populaire ", engendrée par et pour les populations les plus pauvres et les plus nombreuses.

Le développement des " loumo " en palliant la déficience des organismes publics, a accompagné le retrait de l'État des filières agricoles. La récente disparition en décembre 2001 de la SONAGRAINES (Société Nationale de commercialisation des Graines d'arachide) n'est pas sans rapport avec la concurrence exercée par les privés dans les opérations de collecte de l'arachide, en particulier dans les lieux même où le commerce de ce produit est en expansion, à savoir les marchés hebdomadaires⁶.

II - LA DYNAMIQUE SPATIALE DES MARCHÉS HEBDOMADAIRES

L'essor des " loumo " a en partie remis en cause le modèle économique jusqu'alors présent dans les campagnes du Sénégal. La traduction spatiale de ce modèle imposait, dans l'espace, un territoire dit " technique " uniquement pensé dans le cadre de la traite de l'arachide (organisation de l'exploitation, de l'évacuation et de l'approvisionnement minimum des campagnes, concentration des flux dans les escales puis les points de collectes, rôle incontournable des coopératives agricoles). En se multipliant et en diversifiant leurs fonctions, les marchés ont bouleversé l'organisation spatiale rurale.

A. Le marché, nouveau centre dans l'espace rural

Dans les campagnes, certains villages abritant une coopérative agricole ont vu leur poids dimi-

nuer au profit de ceux qui accueillent un marché. Quelques uns des centres semi-urbains qui avaient périclité lors de la nationalisation de la filière arachidière reprennent vie grâce aux " loumo ", pour lesquels ils jouent le rôle de relais vers les grands centres urbains. C'est dans ces bourgs que s'organise le transport vers les marchés, et que sont basés les négociants et commerçants ruraux les plus actifs⁷.

Les marchés ruraux sont aujourd'hui plus que de simples relais des circuits de commercialisation de montée vers le milieu rural et de descente vers la grande ville. Attirant de plus en plus de monde, ils sont aussi des lieux de rencontre, de sociabilité, d'échange d'informations. On y trouve différents services (ateliers mécaniques, de couture, restauration, transport). Des Organisations Non Gouvernementales (ONG) ou des projets de développement y installent même des permanences. Ils permettent aux campagnes de dépasser la logique de traite qu'elles connaissent depuis près d'un siècle. Plus que par la mise à disposition de services de transport permettant l'accès à la ville, ils participent à une structuration des campagnes sénégalaises en donnant naissance à des réseaux sociaux et commerciaux, en créant autour d'eux de véritables bassins de chalandise, en produisant chaque semaine un événement dans les campagnes, en s'imposant comme pôles tout en étant loin du " goudron " et sans offrir de fonctions urbaines (administration, télécommunications, etc.). À ce titre, ils produisent et structurent des espaces économiques encore largement maîtrisés par les acteurs urbains, mais aussi des espaces sociaux propres aux ruraux.

Le marché rural hebdomadaire s'impose donc dans les campagnes comme centre alternatif pour la polarisation des petits espaces ruraux. D'une part, par rapport aux nombreuses coopératives agricoles, celles-ci constituant le premier maillon d'une filière commerciale jugée défaillante par les agriculteurs et symbole de la puissance de l'État (et souvent identifiées comme instrument du pouvoir politique local et national). D'autre part, par rapport au chef-lieu de Communauté Rurale. Celui-ci apparaît, par ses fonctions administratives (état-civil notamment), comme le double symbole du pouvoir local en place et de

⁶ Par ailleurs, la privatisation de la maison mère de l'ex - SONAGRAINES, la Société Nationale de Commercialisation des Oléagineux du Sénégal (SONACOS), est prévue en 2003 et ne devrait pas laisser indifférents les opérateurs privés.

⁷ Plusieurs thèses, menées actuellement par des étudiants sénégalais, soulignent aussi combien ces bourgades, parfois anciennes escales de l'époque coloniale, reprennent vie en raison, notamment, des investissements réalisés par les émigrés, mais aussi de l'intense circulation automobile et des opportunités économiques qu'elle occasionne.

l'État. Mais il est aussi lieu de cristallisation des rivalités inter-villageoises, et paraît peu apte à rassembler et structurer la vie sociale et économique locale. On dénombre aujourd'hui environ 195 marchés ruraux hebdomadaires alors qu'il existe quelque 350 communautés rurales dont les chefs-lieux, centres administratifs accessibles au plus grand nombre, n'organisent pas la proximité et ne favorisent pas le désenclavement aussi efficacement que les "loumo".

B. Marchés et réseaux : une hiérarchisation fonctionnelle

Les "loumo", en tant que centres de la vie sociale et économique rurale, ne présentent pas tous les mêmes avantages. Certains d'entre eux favorisent l'accès à plusieurs types de réseaux, locaux, régionaux ou nationaux et même internationaux (Chéneau-Loquay *et al.*, 2000). D'autres, par contre, ne s'inscrivent que dans des dynamiques locales.

Le marché de Diaobé, dans la région de Kolda, est un cas à part (Fanchette, 2001). Ce marché international bénéficie d'une position particulièrement avantageuse sur le "goudron", au carrefour de routes venant de la Gambie, de la Guinée et de la

Guinée Bissau, qui en fait une sorte d'entrepôt pour les produits guinéens en territoire sénégalais. S'il conserve un rythme hebdomadaire, son activité ne s'interrompt jamais complètement, et ses fonctions ont largement dépassé celles du marché rural. Les grands commerçants de la région, et aussi des Dakarais, s'y retrouvent pour y négocier d'énormes quantités de céréales et d'huile de palme, et organiser la redistribution, dans tout le sud du Sénégal, de produits manufacturés importés. En outre, sa gare routière est devenue l'une des plus actives du pays.

Les autres marchés hebdomadaires sénégalais peuvent être classés dans deux groupes bien différents selon l'étendue de leurs zones de chalandise et selon leurs inscriptions dans des réseaux commerciaux locaux ou nationaux. Le premier groupe est composé de marchés qui polarisent de petits espaces ruraux dans un rayon qui ne dépasse guère la quinzaine de kilomètres. Ces marchés, comme Kothiary dans la région de Tambacounda ou Toucar dans la région de Fatick, s'inscrivent dans des réseaux commerciaux locaux modestes entre un ou des petits marchés et un seul bourg semi-urbain situé sur une route goudronnée ou à proximité. Les produits et les services offerts sur ces marchés sont peu nom-



Marché rural hebdomadaire de la région de Tambacounda. Photo Olivier Ninot.

breux. Le volume des échanges est généralement faible, les fonctions d'approvisionnement et de collecte ont à peu près la même importance.

Le second groupe comprend les marchés qui polarisent de vastes bassins de production et dont la fonction de collecte des produits agricoles et forestiers, destinés à la consommation urbaine, est nettement la plus importante. Certains marchés connaissent un tel dynamisme qu'ils attirent, chaque semaine, des commerçants de Dakar, de Kaolack ou de Touba et même parfois des pays voisins. Si l'activité de Diabé est exceptionnelle, d'autres marchés font preuve d'un remarquable dynamisme : ainsi celui de Payar, au nord-ouest de la région de Tambacounda ou celui de Mbafaye, dans la région de Thiès. Ces marchés sont fréquentés par un très grand nombre de villageois résidant parfois à plusieurs dizaines de kilomètres à la ronde. Il a été compté plus de 2 500 personnes à Payar lors d'un jour de marché en janvier 1999, et il s'y vend plusieurs dizaines de tonnes de produits agricoles (plus de 50 t d'arachides et de mil, ce même jour, à Payar). D'importants collecteurs de produits agricoles s'y activent, travaillant en relation directe avec les grossistes des villes de l'ouest du Sénégal. Ainsi, sur ces marchés, se côtoient des commerçants très fortunés, venus de loin pour négocier d'immenses quantités de mil ou d'arachide, et des paysans originaires des villages voisins et prêts à vendre quelques kilos de haricots. Le chiffre d'affaires journalier des uns et des autres peut varier de 500 F CFA à près de deux millions⁸ ! Les réseaux commerciaux actifs sont donc souvent iconoclastes. Ils associent, parfois sans intermédiaire, riches commerçants et petits vendeurs, établissant des liens directs entre les grandes villes et les marchés ruraux, bouleversant ainsi toutes les hiérarchies.

Ces différences tiennent à plusieurs facteurs. Densités de population et plus encore distances inter-villageoises déterminent à l'évidence en grande partie le niveau de fréquentation et la taille de l'aire de chalandise : en l'absence de services de transport motorisés dans les campagnes, les villageois se déplacent au moyen de vélos ou de charrettes⁹ ou seulement à pied. Dans la partie méridionale du pays, le relief et la trypanosomiase constituent également des limites importantes à la circulation, donc au rayonnement des marchés hebdomadaires sur les campagnes environnantes. Enfin, le marché rural étant encore très lié au commerce de l'arachide et du mil, son succès

est naturellement largement tributaire des capacités de production de chaque zone.

Entre une micro-économie populaire rurale et le grand négoce, entre la polarisation de petits espaces ruraux et la mobilisation de réseaux nationaux et internationaux, les marchés donnent l'image d'une économie rurale ouverte et mobile. Le monde rural et ses territoires sont en pleine mutation : ils se restructurent économiquement et pour une part socialement autour des lieux du commerce privé, le passage d'une économie étatisée à une économie libérale en constituant le principal moteur.

III - LE MARCHÉ NE REMPLACE PAS L'AMÉNAGEMENT

Portés par les "loumo", le développement de l'initiative privée et la montée en puissance du marché supposé régulateur apparaissent irréversibles, tant ces questions qui relevaient autrefois du domaine de l'intervention publique semblent totalement désinvesties par l'Etat. Mais les marchés contribuent à la structuration de l'espace rural : ils interrogent donc les pouvoirs publics, nationaux et décentralisés, en termes d'aménagement du territoire et d'équité socio-spatiale. Leur émergence signifie aussi que la privatisation des campagnes est en marche. Celle-ci peut-elle enrayer le déclin du monde rural, et réduire la fracture sociale et économique grandissante, à la fois, entre paysans et entre Sénégalais des champs et Sénégalais des villes ?

A. Les marchés impuissants face au déclin du monde rural

Développement et aménagement des campagnes sénégalaises ont été organisés pour la reproduction d'un système économique et politique dont l'arachide était le pilier¹⁰. Aujourd'hui, on peut légitimement douter de la disparition de ce système, tant il est aisé de constater que le mécanisme d'économie de traite persiste dans ses grandes lignes. Les flux, par exemple, ont encore aujourd'hui cette double composante de "montée" et de "descente", et le développement du commerce rural ne s'est pas forcément accompagné de progrès décisifs en matière de désenclavement et d'enrichissement des campagnes.

⁸ Prix moyen pour 20 t de mil par exemple (100 F CFA / kg).

⁹ Appelé dans le vocabulaire de la Banque mondiale moyen intermédiaire de transport (ou MIT).

¹⁰ Dubresson *et al.* (1994) parlent du Sénégal comme étant prisonnier de l'arachide.

Les signes émis dans les campagnes ne sont guère équivoques : pauvreté, précarité, enclavement, exode rural. Le développement du commerce dans les marchés hebdomadaires semble incapable de remédier à ces problèmes. L'exode rural se poursuit malgré la relative réussite des "loumo". Aucun autre phénomène ne semble pouvoir contribuer, à court ou moyen terme, à un rééquilibrage des rapports entre villes et campagnes : le taux d'urbanisation, qui était au Sénégal de 38,6 %, en 1988, dépasse vraisemblablement aujourd'hui 45 %, et l'on estime que près de 40 villes comptent aujourd'hui plus de 10 000 habitants contre 6 (hormis Dakar) en 1955 (Sall, 2000). Les marchés ruraux profitent avant tout aux opérateurs urbains : transporteurs, commerçants, grossistes vivent pour la plupart en ville ou dans des bourgs semi-urbains. La "tertiarisation" de l'économie sénégalaise favorise davantage les villes petites et moyennes que les centres ruraux. Ces villages-marchés ne peuvent compter que sur l'éventuel dynamisme de la production agricole des campagnes environnantes et, parfois, sur une avantageuse position de carrefour ou de contact.

Le désenclavement offert aux campagnes par la desserte proposée à l'occasion de la tenue du marché hebdomadaire est suffisant pour les besoins économiques des villes, mais insuffisant pour les populations rurales. I. Barwell (1996) classe les motifs de déplacements des ménages ruraux africains en trois catégories : déplacements liés aux besoins domestiques, aux activités agricoles, à l'accès aux services administratifs et sociaux. On peut aussi choisir de distinguer les déplacements vers la ville, qui représentent une partie des déplacements administratifs et sociaux, et ceux qui sont strictement ruraux, c'est-à-dire tous les autres. Or, pour ces derniers, l'offre est quasiment inexistante et l'existence d'un marché n'y change rien. Certes, il permet aux producteurs et aux consommateurs de réduire les distances qui les séparent du centre commercial, mais on ne trouve pas encore sur les marchés de services administratifs et de santé. En outre, les campagnes sont toujours sous-équipées : l'offre de biens et de services proposée le jour du marché ne peut que très partiellement y remédier. Même si les marchés ruraux se sont multipliés, s'ils apportent d'indéniables opportunités aux populations, ils ne constituent pas encore un élément décisif et durable dans l'évolution des conditions de vie en milieu rural. Les jeunes restent en effet de moins en moins au village, l'agriculture et les faibles perspectives de réussite qu'elle offre ne motivant plus personne.

L'accroissement de la mobilité et le développement d'échanges de toutes sortes dans les campagnes sont l'illustration de ce que J.M. Hoerner (1996) appelle une économie de survie. Or, si cette économie semble répondre aux besoins des sociétés paysannes (Diop, 1992), elle est porteuse d'inégalités et n'est pas exempte de contradictions. Hormis les grossistes qui y collectent le mil ou l'arachide, l'immense majorité des commerçants qui fréquentent les marchés est en effet marquée par la précarité : jeunes vendeurs ambulants, vieux commerçants en faillite, paysans s'improvisant marchands pendant la saison sèche, femmes vendant les maigres produits des cultures de case, du ramassage et de la cueillette. Rares sont celles et ceux qui parviennent à y faire fortune. D'ailleurs, les grands commerçants urbains qui possèdent des boutiques sont peu nombreux à s'y déplacer.

B. Pouvoirs locaux et rôle de l'État

Les marchés hebdomadaires et les réseaux commerciaux se créent et se tissent largement en dehors de l'influence de l'État, autrefois principal acteur économique rural et seul maître du territoire. Mais cette densification de la territorialité rurale, dans ce pays où l'autorité publique s'affaiblit, où l'unité est fragile et l'intégration spatiale incomplète, n'est pas sans contraintes ni risques.

La multiplication des marchés provoque des interférences entre les espaces souples de l'échange et les structures territoriales plus rigides mises en place par l'État. Dans la région de Fatick par exemple, les marchés septentrionaux sont alimentés par Diourbel, capitale de la région voisine ; ceux de l'ouest et du sud-ouest, situés en bout des lignes de transport venant de Mbour, sont influencés par cette grande ville côtière ; ceux du centre sont alimentés par les pôles émetteurs urbains tel que Bambey situé plus au nord. Ainsi, Fatick, capitale régionale, ne rayonne pas, malgré son histoire, sur sa région administrative et se trouve en inadéquation avec le schéma régional actuel¹¹. Pour autant, la concordance entre la présence d'un marché rural et le rôle polarisateur du lieu existe bien. Quand le marché se tient dans une sous-préfecture, s'il est situé près d'une gare routière importante, ou si la bourgade se trouve sur une piste ou une route majeure de l'espace local ou au contact de deux zones géographiques et économiques, le marché polarise le commerce et les habitants. En conséquence, la hiérarchie des marchés se redessine selon cette

¹¹ La ville de Fatick se ferait même approvisionner par le grossiste d'un marché rural voisin.

polarité et non pas selon une fonction administrative quelconque : c'est le cas dans la région de Fatick, où les marchés émergents des années 1980, pourtant localisés dans des chefs-lieux de Communauté Rurale, régressent ou disparaissent, alors que d'autres, à l'écart des chefs-lieux, se renforcent.

A l'heure de la relance des projets de réforme territoriale¹², le système des marchés est difficilement reproductible dans tous les espaces ruraux et ne peut servir d'unique appui aux politiques d'aménagement territorial de l'État et des collectivités locales. Ainsi, au cours des dernières années, dans la partie orientale de la région de Tambacounda, des ONG, des projets de développement et des Communautés Rurales ont tenté de créer des marchés. Mais ces tentatives ont été des échecs. Dans la région de Fatick, l'effervescence créatrice des années 1980 se trouve aujourd'hui particulièrement ralentie par la forte concurrence entre marchés : aucun des petits marchés qui ont vu le jour à cette époque n'a survécu (Lombard, 1999). Les raisons de ces échecs sont multiples : faiblesse des densités de populations (en particulier dans l'est du Sénégal), absence de dynamisme productif, autoconsommation dominante¹³, part importante des revenus de l'émigration dans les ménages, etc.

De plus, certaines communautés villageoises ne souhaitent pas avoir de marché. Beaucoup de villageois le considèrent comme un pis aller pour la commercialisation ou l'approvisionnement, notamment pour faire face à des situations urgentes. Mais ils ne le fréquentent pas de bon cœur. Pour certains d'entre eux, se rendre au marché est à coup sûr devenir la victime du grand commerçant usurier, celui qui achète le mil à très bas prix en début de saison, qui le vend hors de prix pendant la soudure et qui distribue avec parcimonie des prêts à des taux exorbitants¹⁴. Et, bien que l'on y rencontre parents ou amis de villages voisins, le marché a aussi la réputation d'être un lieu de perdition et de débauche dont on se méfie.

Les marchés invitent également à étudier le rôle de l'État dans le transport rural. Alors qu'elle pose problème, l'organisation des transports échappe à tout contrôle public. Les tarifs ne sont pas fixes.

Interdit au Sénégal, le transport mixte est pourtant une pratique courante sur les marchés. La surcharge des véhicules est généralisée. La sécurité des passagers est d'autant moins assurée que les véhicules, peu contrôlés, respectent rarement les critères de sécurité théoriquement requis. Enfin, l'inégale répartition des marchés et des services de transport rural offerts pose la question de l'accès au transport et aux conditions du développement. L'aménagement du territoire, s'il s'efforce d'être équilibré et équitable, ne peut se contenter de telles inégalités résultant d'une logique de marché : il y a des marchés et des dessertes là où il y a des intérêts économiques, et seulement là.

Le phénomène " loumo " est donc assez déroutant. D'un côté, il témoigne d'une ouverture des campagnes et d'une dynamique proprement rurale. De l'autre il révèle la permanence de l'enclavement et de la pauvreté. Tout en dérangeant les dispositifs territoriaux établis, il ne s'impose pas comme un nouveau modèle, mais plutôt comme alternative possible là où les conditions s'y prêtent. Le système des marchés ruraux, pour générateur de flux, de commerce et d'activités qu'il soit, n'est pas la panacée. Il ne constitue pas, à lui seul, la base d'un aménagement territorial équilibré, au service des populations. Il mérite d'être intégré dans une politique économique plus large, basée notamment sur l'investissement dans différents domaines et le soutien aux productions et aux structures commerciales.

CONCLUSION

Les marchés hebdomadaires ruraux sont un des éléments de la densification des espaces ruraux. Cette imprégnation des espaces et des pratiques par le marché rural permet aux villageois, forcément placés en périphérie (l'idée de village est associée à celles d'éloignement et d'enclavement), de se rapprocher des multiples centres de la vie économique et sociale. Ainsi, le marché ou la boutique sont les lieux immédiats de commerce et de sociabilité. Le chef-lieu de Communauté Rurale, la Sous-Préfecture, la Préfecture ou encore la capitale régionale offrent les services administratifs et de santé ou des services rares. Dakar reste pour tout un chacun centre de la vie natio-

¹² La décentralisation a été mise en place en 1996. Le nouveau gouvernement (depuis 2000) s'est attelé au projet d'une réforme territoriale qui doit relancer, en l'accentuant, le processus de décentralisation.

¹³ Dans les années 1980, J. Lombard signalait déjà que le potentiel commercial de l'agriculture des paysans serer était limité par la faible mise sur le marché des céréales locales.

¹⁴ Depuis décembre 2001, de nombreux producteurs sans ressources bradent, sur les marchés, leurs arachides à 75 ou 80 F CFA le kilo, alors que le système officiel de commercialisation, beaucoup trop lent et peu sûr, le propose à 120 F CFA.

nale. Tivaouane, Touba¹⁵, Médina Gounas (ou même La Mecque) sont de grandes capitales religieuses. Viennent enfin, les pays d'émigration des parents, lieux encore mythiques d'où proviennent régulièrement dons et aides de toutes sortes.

Avec le cas particulier des marchés hebdomadaires sénégalais, on saisit à la fois les tendances générales qui ont cours dans les campagnes du monde entier (promotion de l'échelle locale et dispersion des attributs de la centralité, désengagement de l'État et libéralisation de l'économie, accès aux réseaux locaux et internationaux), et les transformations propres au Sénégal touchant son économie et son territoire. Le marché rural, centre de tous les commerces, et premier lieu des échanges monétaires, amène la mondialisation de l'économie et du commerce libéralisé au cœur des campagnes. Pour autant, il ne peut dispenser l'économie et la société sénégalaise d'une politique nationale de planification économique et sociale, sans laquelle le processus de ségrégation socio-spatiale déjà engagé se poursuivra sur un territoire fragilisé par la crise du monde rural.

ORIENTATION BIBLIOGRAPHIQUE

BARRY, B. ; HARDING, L. (1992).- *Commerce et commerçants en Afrique de l'Ouest - Le cas du Sénégal*. Paris, L'Harmattan, 381 p.

BARWELL, I. (1996).- *Le transport et le village. Conclusions d'une série d'enquêtes villages et d'études de cas réalisées en Afrique*. Washington, Banque Mondiale et Commission Économique pour l'Afrique, 70 p. (Document de travail SSATP, n° 23F).

CHENEAU-LOQUAY, A. ; LOMBARD, J. ; NINOT, O. (2000).- Réseaux de communication et territoires transfrontaliers en Afrique : les limites d'une intégration par le " bas ". *Cahiers de l'Association Tiers-Monde*, 15-2000, pp. 35-46.

DIOP, A.B. (1992).- Les paysans du bassin arachidier. Conditions de vie et comportements de survie. *Politique Africaine*, n° 45, (mars), pp. 39-61.

DUBRESSON, A. ; MARCHAL, J.Y. ; RAISON, J.P. (1994).- *Les Afriques au sud du Sahara*, Paris-Montpellier, Belin-Reclus, 480 p. (Géographie Universelle, tome 6).

ENGELHARD, P. (1998).- *L'Afrique, miroir du Monde ? Plaidoyer pour une nouvelle économie*. Paris, Arléa, 222 p.

FANCHETTE, S. (2001).- Désengagement de l'État et recomposition d'un espace d'échange transfrontalier : la Haute-Casamance et ses voisins, *Autrepart*, 19/2001, pp. 91-113.

FREUD, C. ; HANAK-FREUD, E. ; RICHARD, J. ; THEVENIN, P. (1997).- *L'arachide au Sénégal : un moteur en panne*. Paris, Karthala ; Montpellier, CIRAD, 134 p. + annexes.

GUEYE, C. (1999).- *L'organisation de l'espace dans une ville religieuse, Touba (Sénégal)*. Strasbourg, Université Louis Pasteur, 680 p. (Mémoire de thèse, 2 tomes).

HOERNER, J.M. (1996).- *Le Tiers-Monde entre la survie et l'informel*. Paris, L'Harmattan, 167 p.

LAKE, L.A. ; TOURE, S.N. (1985).- *L'expansion du bassin arachidier, Sénégal 1954-1979 : approche cartographique et interprétation dynamique*. Paris, INSEE, 102 p. (Note Amira, n° 48).

LESOURD, M. (1997). - L'archipel rural africain en mouvement. In : GASTELLU, J.M. ; MARCHAL, J.Y.- *La ruralité dans les pays du Sud à la fin du XX^e siècle*. Paris, ORSTOM, pp. 363-378.

LOMBARD, J. (1987).- Système de production et autosuffisance alimentaire en pays Serer (Sénégal). *Cahiers ORSTOM, Sciences Humaines*, 23 (3-4), pp. 471-482.

LOMBARD, J. (1996). - La question vivrière sénégalaise au-delà du transport. In : SITRASS.- *Efficacité, compétitivité, concurrence : la chaîne de transport en Afrique Sub-Saharienne*. Lyon-Paris, CNRS-INRETS, pp. 357-367.

LOMBARD, J. (1999). - Les marchés ruraux du Sine. In : LERICOLLAIS, A.- *Paysans Sereer. Dynamiques agraires et mobilités au Sénégal*. Paris, IRD, pp. 535-553.

SALL, M.M. (2000).- *Atlas du Sénégal*. Paris, Éditions Jeune Afrique, 84 p.

VAN CHI - BONNARDEL, R.N. (1978).- *Vie de relations au Sénégal. La circulation des biens*, Dakar, IFAN, 927 p. (Mémoires, n° 90).

PRESSE

DIONGUE, M. ; DIALLO, L. (2002).- Dossier sur la détresse paysanne. *Nouvel Horizon*, 314 (22 février), pp. 14-19.

¹⁵ Nous n'en avons pas parlé ici mais Touba, ville de ... 400 000 habitants environ et lieu de tous les commerces et migrations de personnes, contribue à restructurer l'espace sénégalais dans son ensemble, notamment en concentrant d'importants flux de trafics vers ses grands marchés. Cf. : Gueye (1999).

Olivier NINOT, est attaché temporaire d'enseignement et de recherche (ATER) à l'Université de Poitiers. Sous la direction de Michel LESOURD et de Jérôme LOMBARD, il prépare une thèse de géographie à l'Université de Rouen sur le thème : *Transports, circulations et différenciations spatiales dans un pays en développement. L'exemple de la région de Tambacounda au Sénégal*. Il a publié, en collaboration avec J. LOMBARD, *Impasses et défis dans le transport routier au Sénégal*, dans l'ouvrage de MOMAR COUMBA DIOP, *Le Sénégal contemporain (titre provisoire)*, Paris, Karthala, 2002.

Michel LESOURD, Agrégé de Géographie, Professeur des Universités, travaille en Géographie des espaces et des sociétés d'Afrique et du monde lusophone à l'Université de Rouen (UMR 6063 IDEES, Identité et Différenciation des Espaces, de l'Environnement et des Sociétés, Équipe LEDRA, Laboratoire d'Étude du Développement des Régions Arides). Il est l'auteur de *État et Société aux Iles du Cap-Vert*, Paris, Ed. Karthala, 1995, coordinateur et co-auteur de *Crises et mutations des agricultures et des espaces ruraux*, Paris, Ed. du Temps, 1997, co-auteur de *Sahel Nordeste Amazonie : politiques d'aménagement en milieux fragiles*. UNESCO-l'Harmattan, 1991, ainsi que de plusieurs contributions à des ouvrages de l'IRD sur les dynamiques rurales en Afrique, et à l'UNESCO sur les milieux insulaires tropicaux.

Jérôme LOMBARD est chargé de recherche en géographie des transports, à l'Institut de Recherche pour le Développement à Dakar. Il appartient à l'unité de recherche "Territoires et mondialisation dans les pays du Sud" et participe au programme "Autour des services urbains, l'émergence de dispositifs gestionnaires composites. Confrontations d'expériences abidjanaises, dakaroises et durbanites". Ses principales publications sont : *Riz des villes, mil des champs en pays Serer - Sénégal*, Talence, CEGET, 1993. *Quand les transports (dé)lient campagnes et villes* (dans Villes et campagnes dans les pays du Sud), Paris, Karthala, 1999. Il a publié, en collaboration avec P. Gonin, *Le Nord s'intéresse au Sud, le Sud interpelle le Nord*, Hommes et Terres du Nord, UFR de géographie de Lille 1, 1994. Il prépare, pour un ouvrage sur le Sénégal contemporain, en collaboration avec O. NINOT, un chapitre sur les *Impasses et défis dans le transport routier sénégalais*, Paris, Karthala, 2002.

RÉSUMÉ/ABSTRACT

NOUVEAUX ESPACES, NOUVELLES CENTRALITÉS ÉCHANGES ET RÉSEAUX EN MILIEU RURAL SÉNÉGALAIS

par Olivier NINOT, Michel LESOURD, Jérôme LOMBARD

Le Sénégal illustre, par ses difficultés économiques, le marasme de son agriculture et ses inégalités sectorielles croissantes, une situation assez fréquente en Afrique de l'Ouest où la plupart des pays suivent différents Plans d'Ajustement Structurel. L'apparition de réseaux d'échanges privés et "populaires", distincts des réseaux étatisés anciens, est à mettre en relation avec ces évolutions. La multiplication et le dynamisme des marchés ruraux témoignent de l'intégration croissante des campagnes et des bourgs aux circuits commerciaux. Les marchés hebdomadaires s'imposent comme des centres d'échanges et de sociabilité importants et comme des relais entre économies locale et globale. Le texte présente le développement des marchés ruraux dans des campagnes sénégalaises en crise. Il mesure ce que ce dynamisme commercial implique pour l'organisation spatiale générale du milieu rural. Il s'interroge sur le sens et le devenir de ces évolutions pour le développement économique et social des campagnes.

Mots-clés : Sénégal, marché, échange, réseaux, productions, organisation spatiale, transport, monde rural.

NETWORKS AND EXCHANGES IN RURAL SENEGAL: NEW SPACES, NEW CENTERS

by Olivier NINOT, Michel LESOURD, Jérôme LOMBARD

Because of its economic troubles, its agriculture stagnation and its increasing sector inequalities, Senegal is an example of a common situation for west African countries involved in Structural Adjustment Plans. The coming out of new trade networks, different from former state-networks, is linked with these evolutions. The increase and the dynamism of rural markets show of the substitution of public networks for private and "popular" networks, and the increasing involvement of rural areas and small towns in trading channels. The weekly markets assert themselves as important trade and social centres and as hubs between local and global economies. The text presents the rural markets development in Senegalese rural areas under crisis. It aims the implications of this commercial dynamism on the rural areas' structure of space. It wonders about the sense and the coming of these evolutions for the economic and social development of rural areas.

Keywords : Senegal, Market, trade, network, product, structure of space, transport, rural area