

Karine Peyronnie

DES MARCHÉS AU RENOUVEAU MARCHAND

Le devenir de la structuration urbaine par le commerce à Vientiane (2000–2009)

1. Programme IRD-MCTPC « Mobilités et recompositions spatiales à Vientiane (UR 013 « mobilités et recompositions urbaines » de l'IRD). Une enquête réalisée dans les marchés suivants : Sao, Khuadinh, Thongkhankham, That Luang, Nongdouang, Leng Nondouang, Sikhay, Souanmone, Phonkheng, Dongpalane, Thongphanthong, Dongdok, Phonthong, Phonthong Chommani, Sivilay, Simuang, Kokpho.

2. Cerise E., Lancret N., de Maximy R., Peyronnie K., Sisoulath B., 2004, « Projets de voirie et recompositions urbaines à Vientiane et Hanoi », Rapport final du Programme de Recherche Urbaine pour le Développement (PRUD), Action concertée incitative du Fonds de solidarité prioritaire du ministère des Affaires étrangères, conduite par le GEMDEV et l'ISTED, 150 p. + 68 planches graphiques dont 51 format A3. Voir lien suivant : www.gemdev.org/prud/rapports/rapport28.pdf

Dans les villes d'Asie du Sud-Est, il existe un lien fréquent entre le marché et les compartiments commerciaux (*shophouses*). Ces deux éléments entrent en résonance, le compartiment pouvant être considéré comme un élément unificateur de la morphologie urbaine (Goldblum, 1991). Constitutif de la « rue marchande » – lieu d'intégration de ses spécialisations commerciales (ainsi du quartier des « 36 rues » à Hanoi) voire des différenciations ethno-linguistiques propres aux *Chinatowns* –, il caractérise de longue date les quartiers ethniques marchands dans les villes les plus actives de l'Asie du Sud-Est.

De cet arrière-plan urbain et commercial sud-est asiatique, certains traits se retrouvent à Vientiane, mais cette petite capitale conserve aussi sur ce plan un tissu relativement singulier. Il s'agit ici de décrire ces singularités, de mettre en perspective les caractéristiques commerciales de Vientiane par rapport aux tendances majeures d'évolution des espaces urbains marchands en Asie du Sud-Est. En effet, si l'espace commercial vientianais demeure avant tout structuré par des formes traditionnelles – les marchés – et par les compartiments dans quelques rues commerçantes (Peyronnie in Cerise E., Lancret N. et al., 2004), des formes du commerce plus modernes, supérettes, supermarchés, prémisses de centres commerciaux ont fait leur apparition depuis le début des années 2000. Nous tenterons d'appréhender les effets de cette nouvelle donne sur le dispositif spatial du commerce à l'échelle urbaine.

La contribution établit d'abord une carte et une typologie des marchés selon leurs fonctions (combinaison ou non d'activités de gros et de détail) et leur rayonnement (aux échelles de l'ensemble de la ville, d'un district, d'un quartier ou des entrées de ville). Elle envisage ensuite leur rôle structurant dans le dispositif spatial puis les nouvelles formes commerciales dans l'organisation urbaine. L'analyse se fonde principalement sur l'observation de l'évolution des caractéristiques de Vientiane depuis 1999, sur une étude de la mobilité résidentielle et professionnelle des marchands effectuée sur 17 marchés en juillet-août 2001¹, ainsi que sur des travaux de terrain dans des secteurs relativement dynamiques (Dongpalane, Thongkhankham, Nongdouang...) au titre du programme collectif issu du PRUD en 2003–2004²; elle prend également appui

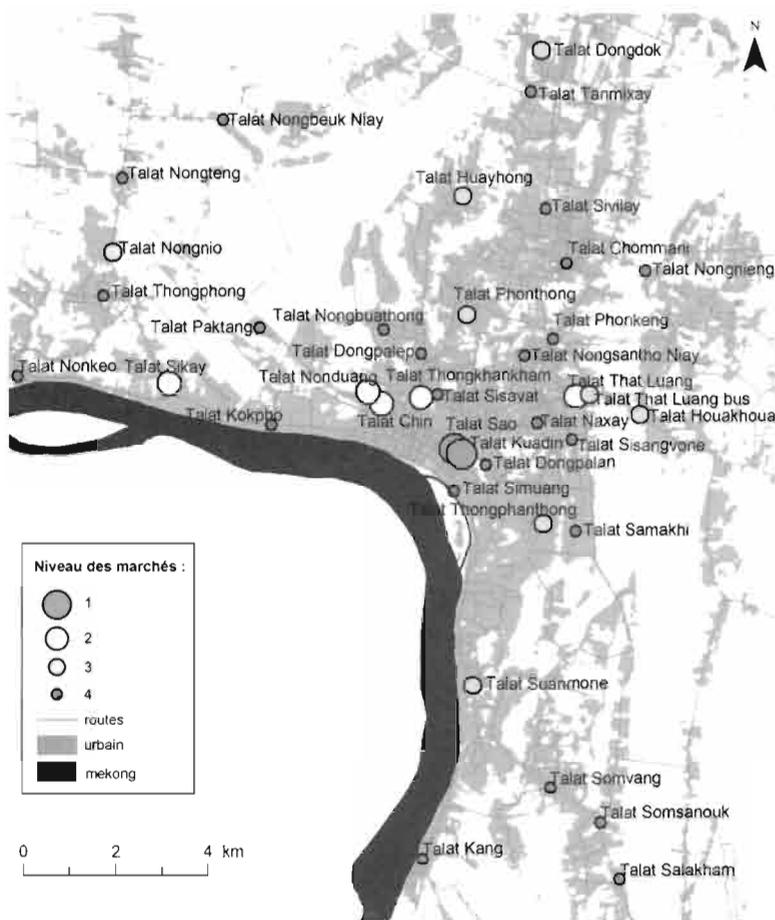


fig. 1. Les marchés de Vientiane

Source : Fonds cartographique : d'après l'Observatoire des espaces urbains et périurbains de la ville de Vientiane (Bordeaux 3); données : enquêtes de terrain de Karine Peyronnie; cartographie: Julie Vallée.

Niveau 1: plus de 2000 points de vente.

Niveau 2: de 600 à 2000 points de vente.

Niveau 3: de 100 à 600 points de vente.

Niveau 4: moins de 100 points de vente.

3. La réouverture économique et diplomatique du Laos à partir des années 1980 a suscité une réactivation des activités économiques, notamment commerciales.

sur la critique d'articles de la presse locale et sur nos premiers travaux sur les marchés (mémoires de maîtrise et de DEA, voir bibliographie).

Les marchés, principaux lieux du commerce de la capitale de la RDP Lao

Vientiane se caractérise encore par l'importance de ses marchés et de ses rues commerçantes. L'agglomération de Vientiane au sens large, autrement dit la ville des « 189 villages » compte 39 marchés en 2005 (fig. 1) sur un espace d'environ 210 kilomètres carrés et environ 350 000 habitants, soit une moyenne d'un marché – tous types de marché confondus – pour 9 000 habitants. Le nombre de marchés a ainsi quadruplé par rapport à la période précédant la libération du pays en 1975 (Bounleuam, 2003)³.

La distribution spatiale des marchés, une première lecture de l'organisation marchande

L'étude menée en 2001 et la réactualisation des données nous permet d'établir une typologie des marchés en fonction du nombre de points de vente, de leur fonction (gros, détail, combinaison des deux), de l'aire d'influence de ces lieux commerciaux.

Quatre niveaux de marchés ont été distingués (fig. 1):

- les marchés de niveau 1 dont l'aire d'influence et le rayonnement dépassent l'échelle urbaine. Ils ont plus de 2000 points de vente et font actuellement l'objet d'opérations de restructuration et d'agrandissement. Il s'agit des marchés du matin et Khouadinh, combinant des activités de gros et de détail;
- les marchés de niveau 2 rayonnent à l'échelle de la ville. Ils hébergent entre 600 et 2000 points de vente: That Luang, Thongkhamkham, Sikhay ainsi que l'association du marché de Nongduang et du « centre commercial chinois » dans le périmètre de l'ancien marché du soir. Les deux premiers sont des marchés de gros et de détail pour ce qui concerne les denrées alimentaires;

- les marchés de niveau 3 sont des marchés de district et comptent entre 100 et 600 points de vente. Marchés d'entrée de ville (Souanmone), ou bien marché réactivé depuis l'amélioration du réseau de voirie (Thongphanthong) et aussi parfois associé à une gare routière (Huayhong).
- les marchés de niveau 4 ont moins de 100 points de vente. Ce sont soit des marchés de quartier (Khok Pho, Phonekheng, Simuang détruit en 2003), soit des marchés villageois de proximité (Naxay).

Les marchés secondaires, grands marchés de quartier, sont plutôt présents le long des axes de trafic (Souanmone, Kok Pho, Saphanthong) ou au centre de quartiers. Le développement du marché Dongdok est indissociable de la présence de l'Université Nationale à proximité, notamment de sa résidence universitaire et des logements des fonctionnaires, enseignants du supérieur. Les marchés centraux, quant à eux, profitent souvent des places et des carrefours (marché Sao, Khouadin, Thongkhankham).

Les marchés sont plutôt établis en des lieux de contact, plus particulièrement à l'articulation des quartiers de fonction et de fréquentation différenciées, ou aux entrées de ville (Sikhay, Done Noun). Ils sont aujourd'hui fonctionnellement associés au réseau de voirie et aux gares routières qui y sont liées. Ils jouent un rôle clé dans l'émergence et l'affirmation d'une centralité urbaine s'appuyant principalement sur les activités commerciales et constituent les principaux marqueurs d'une structuration émergente de la ville en quartiers. C'est notamment le cas du quartier de Dongpalane (gare routière/marchés du matin et de Khouadin) ou, à l'ouest de la route Nongduang, se constitue un nouveau pôle qui participe d'un processus d'urbanisation plus large de la partie occidentale de Vientiane.

Généralistes⁴, les marchés traditionnels demeurent très actifs et répondent aux besoins des habitants de Vientiane : denrées alimentaires et de consommation courante, produits manufacturés, etc. Durant la journée, les marchés de niveau 1 comprennent plus de 2000 points de vente. De 4 h 00 à 7 h 00 du matin, trois d'entre eux approvisionnent en produits vivriers l'ensemble de la ville : grossistes, autres marchands, clients, etc. Ces « marchés de l'aube » se tiennent dans les espaces vacants de la zone marchande : gare

routière de That Luang, secteur marchand jointif au marché (*stricto sensu*) de Thongkhankham, ou, à Khouadin, pour partie dans le secteur alimentaire et ses interstices (espaces vacants). Ils assurent à la fois la fonction de commerce de gros et le commerce de détail.

La ménagère effectue ses courses plusieurs fois par semaine, voire tous les jours, notamment pour s'approvisionner en produits frais (légumes, herbes alimentaires...) (fig. 2). Pour ces achats, soit elle va au petit marché de proximité de son village ou du village voisin (le soir en semaine), soit elle se rend dans un marché plus important de niveau 1 ou de niveau 2 de notre classification –, à toute heure de la journée (de 6 h 00 à 20 h 00 environ). Les achats de produits de consommation moins courants (tels que les produits manufacturés) s'effectuent le plus souvent dans les grands marchés de la ville : marché du matin, Khouadin, Thongkhankham, That Luang.

Les marchés sont donc des lieux de fréquentation courants, justifiant parfois des déplacements hors de son village, surtout si ce dernier est situé à l'extérieur des « 100 villages » les plus urbanisés de la capitale laotienne. « Aller en ville » se confond souvent avec « se rendre au marché ». Dans les règles de bienséance, il est d'usage de demander à une personne que l'on rencontre le lieu où elle se rend. Elle ne répond jamais « je vais en ville », mais fréquemment « je vais au marché X » ou « je me rends au temple Y » ou encore « je vais près du marché X » ou « je vais près du temple Y ». Avec les pagodes, ces lieux constituent les principaux repères et marqueurs spatiaux d'une ville laotienne.

4. La gamme de produits est limitée mais l'assortiment très large. Les stands sont organisés par secteur : vestimentaire, alimentaire, fournitures...

Une lecture de l'organisation marchande de la ville dans une perspective historique

À Vientiane, la différenciation ethnique des quartiers marchands se polarise autour de deux principaux groupes : les Vietnamiens et les Chinois. Notons néanmoins la présence plus discrète des commerçants

fig. 2. L'importance du commerce des produits alimentaires frais au marché Khouadinh (K. Peyronnie, 2002).



5. Les tissus laotiens (coupons, jupes traditionnelles, étoles, écharpes, etc.) figurent parmi les tissus les plus remarquables d'Asie. Le très grand choix de ceux qui sont exposés au marché du matin explique en partie le succès de sa fréquentation par une clientèle locale, nationale et étrangère.

6. Pour ne citer qu'une seule source, on peut lire, dans le *Guide du routard*, les conseils suivants : «Vientiane en 2 jours – Le grand marché du matin, Talat Sao et, derrière celui-ci, le marché Khouadinh. Le Vat Sisaket (seul temple à avoir été épargné par les Siamois lors du sac de Vientiane en 1821) avec ses 8892 statues de Bouddha. Le musée du Vat Ho Phra Kéo reproduisant l'ancien temple construit pour abriter le Bouddha d'Émeraude».

d'origine indo-pakistanaise dans les activités de la bijouterie, du tissu et des produits cosmétiques.

La création de deux marchés centraux, celui du matin (*talat sao*) en 1940 sur l'avenue Lane Xang et celui du soir (*talat leng*) à Nongduang en 1966, a entraîné un développement rapide du bâti et de l'économie de leurs quartiers respectifs. Ces deux secteurs marchands se sont inégalement développés : le premier est devenu le principal pôle commercial de la cité ; le second a connu une phase de déclin après 1980 et de renouveau ces dernières années grâce à l'implantation du «centre commercial chinois» en ses abords, au dynamisme entrepreneurial de cette communauté, à une meilleure accessibilité consécutive aux travaux de voirie (2002–2004).

Les deux principaux marchés, constitutifs d'une ébauche de quartier commerçant

Le marché du matin est le plus grand pôle commercial et le mieux achalandé de Vientiane. Il est unique en son genre, du fait de son emprise spatiale (plus de 4000 boutiques en 2001), de son architecture et des objets

qui y sont mis en vente. C'est le seul marché qui offre une palette aussi diversifiée de biens de consommation, en particulier les produits manufacturés (locaux ou importés), de bijouterie et de textiles, notamment les tissus artisanaux traditionnels recherchés tant par la clientèle lao que par une clientèle étrangère⁵. Une autre de ses particularités est qu'il est le seul marché à ne pas proposer de denrées alimentaires, depuis la construction en 1988 du nouveau marché de Khouadinh, implanté de l'autre côté de la rue Mahosot, sur des terres vacantes à l'ouest de la mare de Nong Chanh.

Il est le plus fréquenté de Vientiane ; sa richesse et sa réputation sont telles qu'il est aussi l'un des principaux attraits touristiques de la ville. Cité par tous les guides touristiques, il est désigné parmi les premiers lieux à visiter, allant jusqu'à concurrencer l'illustre et remarquable temple Sisaket par sa notoriété et à devenir emblématique de Vientiane, presque à l'instar du That Luang, grand stupa et emblème national de la capitale laotienne⁶.

L'histoire et le développement du marché Khouadinh créé en 1987 sont intimement liés à l'implantation

d'une communauté vietnamienne sur la mare de Nong Chanh à partir de la fin des années 1950. Khouadinh fut l'un des principaux « quartiers vietnamiens » de la capitale jusqu'à ce qu'un important incendie se déclare, en 1987, causant la perte de 500 maisons et de nombreuses boutiques. Le gouvernement décida alors d'établir une gare routière et un petit marché de produits frais, le marché Khouadinh, sur le secteur faisant face au marché du matin. D'après les résultats de notre enquête en 2001, il est considéré comme le marché le plus populaire de la capitale, en raison des prix bon marché qui s'y pratiquent et de la diversité des produits vendus : des produits alimentaires frais au détail ou en gros sur la partie non couverte du marché ; tous les produits de consommation courante mais moins achalandé que le marché du matin plus moderne.

En 2002, avant le déplacement des populations et la destruction de son habitat, le village de Nong Chanh imbriqué au marché Khouadinh rassemblait 3500 Vietnamiens ; il accueillait 660 ménages des villages de Nong Chanh et de Dongpalane Tha, soit près de 4000 personnes. Un tiers de l'ensemble des actifs travaillait sur un marché, particulièrement à Khouadinh qui occupe à lui seul 23 % des villageois salariés et 70 % des marchands. Les commerces de produits frais et de vêtements dominant. Mais il ne faut pas omettre les porteurs, ces charretiers à bras qui louent leur service dès trois ou quatre heures du matin pour certains, sur le marché de gros de produits vivriers de Khouadinh.

Le quartier chinois et commerçant de Nongdouang

Ce quartier regroupe trois structures commerciales différenciées :

- l'ancien marché du soir (*talat Leng*) des années soixante, peu actif ;
- à proximité de ce dernier, un centre commercial récent dénommé « marché chinois » par les citoyens. Ce bâtiment de deux niveaux et de forme circulaire de 6000 mètres carrés peut accueillir 288 boutiques de neuf mètres carrés chacune (trois mètres sur trois). En 2002, seulement les deux-tiers de la surface commerciale disponible étaient occupés par cent vingt commerçants ;

– le marché de quartier Nongdouang légèrement excentré, néanmoins dynamique et répondant aux nécessités quotidiennes de sa clientèle locale.

Après la création en 1993 du centre commercial chinois et son ouverture en 1995, ce quartier connaît un renouveau qui se traduit, sur le plan des formes architecturales et urbaines, par une progression des rues marchandes, la densification et la consolidation progressives des îlots, ainsi que par la construction de nouveaux types de compartiments. On peut y distinguer le centre commercial, les deux marchés, les rues adjacentes du marché du soir desservies par la route T2.

Le marché Thongkhankham dynamisé par la rénovation de la voirie

Avec ceux du matin, Khouadinh et That Luang, le marché de Thongkhanham est un des quatre principaux marchés de Vientiane. Construit au début des années 1980, il a bénéficié indirectement du report des activités du quartier de Nongdouang, après l'incendie de son marché (marché du soir). Un quartier commerçant s'est alors constitué, sur le modèle de la rue marchande, au carrefour des voies qui deviendront les futures transversale 2 (T2) et pénétrante 2 (P2), c'est-à-dire de deux axes majeurs du grand maillage de voirie de Vientiane. Il est le second pôle commerçant périurbain de la moitié occidentale de la ville sur lequel s'accrochera la T2. Il a connu un développement considérable et a créé une importante dynamique commerciale à l'échelle du quartier où l'urbanisation prend la forme de compartiments.

La construction de la route transversale T2 a favorisé son développement, car elle passe juste devant ce marché et offre de nombreuses places de stationnement. Cette facilité d'accès est cependant contrecarrée par la relative exigüité de l'îlot, le nombre limité d'entrées latérales et le caractère rudimentaire des constructions basses en bois (Cerise *et al.*, 2004, p. 73).

L'importance du marché de Thongkhankham tient notamment à ce qu'on y trouve aussi bien les articles importés que les produits locaux, tissus, agricoles et alimentaires. Nous y avons recensé 1200 points de vente en août 2001. À ceux-ci s'ajoutent ceux de la partie extérieure au marché, en particulier le marché de l'aube

7. Ce projet figure au programme des réalisations prévues dans le cadre du 450^e anniversaire du déplacement de la capitale de Luangphrabang à Vientiane. Voir la contribution de Christian Taillard sur le système hydraulique dans le présent ouvrage.

8. Les pagodes révèlent la structuration interne des tissus urbains, à l'échelle villageoise ou de quartiers émergents. Marchés et pagodes ne jouent donc pas sur le même registre, les premiers valorisant la centralité marchande et les secondes la centralité culturelle.

9. Les travées sont mises en vente au prix de 200 000 USD chacune en décembre 2009.

qui se tient quotidiennement de 5 h 00 à 7 h 30 environ, où les commerçants de produits frais, ainsi que des ménagères modestes, viennent s'approvisionner. Ce marché devrait être déplacé à Nongping et remplacé par un parc urbain⁷.

Il semble bien que ces quartiers sont fortement influencés par le dynamisme des minorités marchandes étrangères, communauté chinoise comme à Nongdouang, principalement vietnamienne comme à Thongkhankham. Ces populations asiatiques d'origine étrangère demeurent en relation étroite avec leur pays d'origine dont elles continuent d'accueillir de nouveaux immigrants. Cette situation sociologique particulière favorise et dynamise des activités et échanges commerciaux pour lesquels les marchés jouent ici un rôle prépondérant.

d'organisation et de structuration urbaine. Les marchés sont notamment porteurs des produits venus d'ailleurs, d'une image d'échange international, de trafics, et sont le réceptacle des produits du monde. Plus largement, le commerce demeure la principale activité créatrice de centralité à Vientiane.

L'organisation urbaine présente une autre particularité : la structuration de l'espace par les pagodes et les marchés. Cette structuration diffère cependant fortement des rapports qu'entretiennent le souk et la mosquée dans les villes du Maghreb et du Machrek (Téhéran, Istanbul...). Édifices culturels et édifices commerciaux ne jouent pas ensemble mais plutôt sur le registre de la séparation, tout en contribuant conjointement à configurer l'espace urbain⁸. Un constat similaire semble s'imposer au sein même de la sphère marchande, entre marché et rue de compartiments.

Un dispositif spatial caractérisé par la séparation des éléments structurants

En Asie du Sud-Est, en général, les marchés constituent un des éléments forts du dispositif spatial marchand. Ils fonctionnent avec d'autres éléments, sont historiquement en rapport avec la ville close, aux limites de la cité, constituant un espace spécifique à l'intérieur ou à l'extérieur des enceintes pour finalement jouer sur ce double registre comme à Hanoi ou à Chiang Mai. Cette emprise du commerce sur l'organisation urbaine s'exprime également en termes d'utilisation du sol, y compris dans le rapport des édifices commerciaux aux édifices culturels : le début d'encerclement des pagodes par les compartiments commerciaux qui pouvait être observé voici plus d'une vingtaine d'années à Chiang Mai en est le signe patent. Il est non moins significatif que Vientiane semble à l'abri de ce type de développement.

Les pagodes et les marchés, principaux éléments de structuration urbaine, ne jouent pas ensemble

À la manière d'une bourgade, les pagodes et les marchés demeurent prédominants dans le dispositif spatial

Les marchés rentrent peu en résonance avec le compartiment

À Vientiane, les rues commerçantes de compartiments sont séparées des marchés. Les quelques rues commerçantes parallèles esquissant une *Chinatown*, à l'ouest du centre ancien, ne présentent que peu de lien effectif avec le système des marchés. Il n'existe pas une combinatoire de ces deux éléments, mais plutôt des effets de proximité plus que d'organisation.

Certaines rues commerçantes, telles que Dongpalane et Sethathirath, ont connu un développement important en raison de leur meilleure accessibilité. Percée en 2000 à partir de sentiers existants, la nouvelle rue commerçante Cosco, parallèle à la rue Dongpalane, est en passe de devenir une des rues les plus dynamiques de Vientiane. Elle accueille notamment le compartiment en bandes le plus long de la ville (19 travées de 3 étages⁹), le siège de certaines sociétés, diverses activités commerciales et de service, ainsi que le Lao-Singapore Business College (depuis 2007). Pour autant, son développement n'est pas lié à la présence d'un marché. Il n'en va pas de même de la T2, liée on l'a vu au marché de Thongkhankham qui va être dotée, sur toute sa longueur, de trottoirs et d'éclairage public ce qui permettra une extension de la rue marchande limitée pour le moment à sa partie centrale.

Les principales rues commerçantes demeurent les rues Setthathirath et Samsemthai, situées dans le périmètre de la ville coloniale, et quelques rues du péricentre, telles Dongpalane (Cerise, Lancret, 2010) et Cosco. À la différence des capitales des pays voisins où, comme à Phnom Penh avec son emblématique marché central, *Psar Thmei*, le grand marché joue un rôle structurant dans l'urbanisation en quartiers, ces rues marchandes de Vientiane n'encerclent pas un grand marché urbain.

Les nouvelles formes commerciales et la restructuration urbaine en question

L'ouverture du premier supermarché moderne en 2004 au *Lao International Trade Exhibition Convention Center* (Lao-ITECC) marque le début de la période actuelle. Vientiane connaît aujourd'hui une situation de transition de ses formes commerciales, passant des formes traditionnelles présentées précédemment – marchés, quelques rues commerçantes – à des formes plus modernes : « minimarts », *duty free*, première génération de centres commerciaux.

Liées aux investisseurs étrangers et à la diversification des circuits de distribution, les nouvelles structures commerciales fonctionnent-elles de façon autonome sur le plan spatial ? Cette question vaut notamment pour l'aménagement du marché du matin : s'agit-il d'une modernisation limitée à l'élément marchand ou bien peut-on constater des effets d'entraînement ? Quels sont, sur ce plan de la restructuration urbaine, les effets prévisibles des *shopping malls* ?

Le développement des supérettes et leur dissémination dans l'ensemble de la ville

Les supérettes sont limitées en nombre jusqu'au début des années 2000. D'un nombre inférieur à dix, ces

activités sont établies dans les principales rues commerçantes : deux magasins *Pimphone market* dans les rues Setthathirath et Samsemthai, boutiques comparables sur le quai Fa Ngum, à proximité des temples Dongpalane, Simuang ou encore à proximité des principaux marchés. Elles distribuent des produits de consommation courante, l'alimentaire – notamment des produits importés –, l'hygiène et l'entretien pour la maison, principalement destinés aux expatriés et aux familles laotiennes aisées.

Il existe aujourd'hui à Vientiane une soixantaine de ces *Minimarts* d'une surface d'environ 120 m². Ces petites surfaces commencent à concurrencer les commerces de proximité en devenant accessibles à la toute récente classe moyenne laotienne en quête de marques internationales (Ubifrance, 2009). Bien réparties dans l'espace urbain – jalonnant surtout les principales voies – leur localisation permet à la classe moyenne et aisée des « 189 villages » de Vientiane de s'y approvisionner. La plus connue d'entre elles demeure *Pimphone Market*. Son succès commercial tient autant à son emplacement – rue Setthathirath, à proximité de la place *Nam Phou* très fréquentée par les touristes – qu'à la diversité des produits ciblés (vins et spiritueux, aliments importés...) destinés à une clientèle locale aisée ou étrangère, expatriée et touristique.

Les premiers supermarchés, signes de nouveaux modes de consommation

Le *Lao World Group*, mieux connu sous le nom Tang Frères – créé en 1976 à Paris – possède le seul supermarché alimentaire du Laos. Ouvert en 2004, ce supermarché est comparable aux supermarchés de taille modeste telles les chaînes *Big C* ou *Tesco Lotus* des villes thaïlandaises voisines, Nongkai et Oudom Thani. Intégré au hall d'exposition de *Lao ITECC* situé le long de la route périphérique « transversale 4 » en bordure de la mare du That Luang, ses 2 000 m² sont relativement bien approvisionnés en produits thaïlandais de qualité (alimentaires, produits de beauté...) et en légumes frais emballés.

Le *Lao ITECC* accueille non seulement des activités commerciales et des services permanents (salles de cinéma, restaurants), mais aussi des événements commerciaux et des foires de dimension relativement impor-



fig. 3. Le nouveau shopping mall du marché du matin.

tante, notamment une foire périodique de produits thaïlandais. Il héberge des expositions régionales de l'ASEAN depuis son ouverture (tel le Forum du tourisme) et la majorité des activités commerciales de la fête nationale annuelle du That Luang.

Ouvert courant de l'été 2007, le *San Jiang Shopping Mall* constitue le second supermarché. Contrairement à son nom évoquant un centre commercial, il « s'agit d'un grand entrepôt divisé en de nombreux magasins » (Ubifrance, 2009). Il commercialise toutes sortes de produits bas de gamme fabriqués en Chine : épicerie, outillage, vêtements, ustensiles ménagers, ameublement, décoration, téléphonie, image et son. Les magasins spécialisés sont peu nombreux mais leur offre rencontre un

large succès, que ce soit des importations de vins et spiritueux ou d'ameublement et de décoration.

Une première génération de centres commerciaux, sans effet structurant sur l'organisation urbaine

Les projets de modernisation du marché du matin élaborés par la société singapourienne Excalibur, visant à le transformer en « shopping mall » inspiré du modèle thaïlandais, confirment l'importance de son statut au niveau urbain (fig. 3). La première des trois phases du projet est achevée depuis avril 2006. Si peu de marques y sont représentées, des produits sophistiqués de Thaïlande et de nombreux produits locaux y sont commercialisés. La présence d'activités de restauration

sur le modèle des centres commerciaux thaïlandais au dernier étage et un début de verticalisation des formes commerciales (R+ 3) méritent d'être mentionnés.

D'après les affichages publicitaires *in situ*, le deuxième bâtiment en cours de construction, succédant à celui d'un seul niveau occupant la partie centrale, accueillera un hôtel de luxe (169 chambres), un centre commercial et une salle de cinéma dans un emporium de 9 ou 10 niveaux, premier du genre au Laos¹⁰.

Un important *duty free* a été ouvert au pont de l'Amitié, à proximité du poste frontière lao-thaïlandais séparant Vientiane de Nongkhai. Il appartient au groupe Dao Heuang, un des deux principaux acteurs de la filière du café. À sa tête, une femme d'affaires réputée d'origine vietnamienne propriétaire du grand marché de Paksé. La clientèle du *duty free* est presque exclusivement thaïlandaise.

La structure de la distribution laotienne commence à prendre forme, bien qu'aucune chaîne internationale de distribution, à l'exception de celle contrôlée par Tang frères, n'ait encore pénétré le marché (Ubifrance, 2009).

Lié à l'accueil des Jeux du Sud-Est asiatique en décembre 2009 et à la célébration de la fondation de Vientiane, le « marché des 450 ans » de Vientiane sur le boulevard circulaire Koun Boulom comprend plus de 300 boutiques dans un périmètre de 18 000 mètres carrés. Ouvert en septembre 2009, il propose des produits locaux destinés majoritairement à une clientèle touristique : artisanat et *organic products* fabriqués localement ou provenant des autres provinces du Laos, bijoux, vêtements, sacs à main, produits cosmétiques, et comprend aussi des activités de restauration. Son activité nocturne est prédominante. Malgré la présence d'une aire de détente, il est très peu fréquenté en raison de sa conception inadéquate en termes d'espaces, de circulations, avec l'absence de places de stationnement.

Somme toute, aucun quartier ne se structure à partir de ces nouveaux équipements commerciaux qui apparaissent encore surimposés au bâti existant. Ceux-ci ont leurs propres logiques, ils suscitent de nouvelles pratiques urbaines pouvant s'accompagner de nouvelles mobilités, mais on a du mal à identifier une nouvelle structure urbaine en résultant.

Conclusion

Malgré les transformations urbaines en cours, la structuration traditionnelle de la ville par les marchés ne semble donc pas encore rompue, et il en va de même pour les rues commerçantes, à l'exception de quelques-unes d'entre elles. Les canaux de distribution les plus courants restent les marchés, les épiceries et les petits étals. Si les marchés sont visibles dans la ville, tous ne bénéficient pas d'une mise en vitrine. Avant la réorganisation partielle du marché Khouadinh où désormais l'entrée principale donne sur le canal, il fallait plutôt se frayer un passage pour entrer dans le marché (rue Mahosot). Néanmoins, la valeur d'exposition commence à être perçue comme en témoigne la supérette Pimphone dans le secteur le plus touristique de la capitale laotienne.

Pour le moment, on observe une intensification de l'activité de certains marchés traditionnels (tel le marché Houakhoua, situé en position de carrefour à la périphérie nord-est de la ville), l'apparition de la spécialisation de certains marchés – à proximité du temple Nongbone un marché biologique bi-hebdomadaire (mercredi et samedi matin) propose des légumes, des fruits et fruits secs, du miel depuis fin 2007¹¹ – et de nouvelles structures commerciales.

Sur le plan spatial, on observe des éléments de structuration urbaine à base commerciale disséminés auxquels la motorisation et la structuration des réseaux physiques (Cerise *et al*, 2004) offrent certes des conditions de liaison ; mais ne jouant pas sur la proximité géographique, ces facteurs n'engagent pas d'effets d'agglomération structurés par l'activité marchande.

Vientiane peut être qualifiée de « ville éparsée », présentant un semis urbain et un semis commercial. Cette qualification est particulière pour une ville de son rang. Les éléments de la centralité urbaine sont juxtaposés, ils échouent à faire système. Cette capitale présente l'avantage de permettre à un univers résidentiel relativement disséminé d'accéder à des formes commerciales plutôt variées sans que ceci procède d'une volonté planificatrice particulière. Les opportunités foncières et la proximité au réseau viaire commandent toujours la localisation des équipements marchands.

10. La troisième phase du projet reste floue pour les personnes concernées. Le bâtiment le plus emblématique du marché du matin (R+1) n'a pas encore été démoli. Les tissus laotiens en soie (coupons, étoles, jupes, etc.) au rez-de-chaussée et les bijoux en or à l'étage constituent les principaux attraits de ce marché. Les commerçants n'ont pas encore été avisés des modalités de leur éviction.

11. Regroupés sous forme d'association, une trentaine de commerçants ouvrent leur étal de 6h00 à 9h00 du matin environ. Une spécificité de ce commerce réside aussi dans sa clientèle de Laotiens riches et de quelques Japonais.

Bibliographie

Le commerce et les marchés

Agler M., *Commerce et sociabilité. Les négociants soudanais du quartier Zongo de Lomé*, Orstom, 1983, 317 p.

Braudel F., *Civilisation matérielle et capitalisme, XV-XVIII^e siècle, Les jeux de l'échange* (t. 2), Armand Colin, Paris, 1979, p. 14.

Bredeloup S., *Négociants au long cours, rôle moteur du commerce dans une région de Côte D'Ivoire en déclin*, L'Harmattan, Collection Villes et entreprises, 1989, 319 p.

Cazamajor d'Artols P., « Typologie des marchés, centres commerciaux et ossature de l'espace », in *Atlas infographique de Quito*, IGM, IPGH, ORSTOM, 1992, chapitre 37.

Cordonnier R., *Femmes africaines et commerce, les revendeuses de tissu de la ville de Lomé*, L'Harmattan, collection Villes et Entreprises, 1987, 187 p.

Gervais-Lambony P., *De Lomé à Harare, Le fait citadin*, Karthala-IFRA, 1994, 472 p.

Ghaderi A., Plchvai A., « Bazar : Modèle de génération en Iran », in : Compte rendu des journées d'étude des 3 et 4 mai 1985, *Villes, rapports sociaux et mouvements urbains dans le monde arabe*, sur le thème « La crise urbaine », ORSTOM, bulletin n° 14 du département D de l'Orstom « Urbanisation et socio-systèmes urbains », pp 40–62.

Maximy R. de. « Les marchés, facteurs et témoins de l'urbanisation », in *Cahiers des Sciences Humaines*, n° 23, 1987, pp 319–331.

Peyronnie K., *La réhabilitation du marché de Bobo-Dioulasso : un enjeu urbain majeur*, mémoire de maîtrise de géographie, 1992, 142 p.

Santos M., *L'espace partagé, les deux circuits de l'économie urbaine des pays sous-développés*, M.-Th. Génin, Librairies techniques, Paris, 1975, 405 p.

Asie du Sud-Est

Boontharm D., *Les lieux du commerce et l'évolution urbaine de Bangkok 1782–2000. Etude des transformations urbaines et de leur qualification à travers l'évolution des fonctions et formes commerciales*. Thèse de doctorat soutenue le 11 mai 2001, sous la direction de Charles Goldblum et Pierre Clément, Université Paris VIII, 371 p.

Goldblum Charles. « Compartiments chinois et Chinatowns du Nanyang (Asie du Sud-Est) », in : J.-C. Croizé, J.-P. Frey, P. Pinon, *Recherches sur la typologie et les types architecturaux*, Paris, L'Harmattan, 1991, pp. 179–184.

Laos et Vientiane

Cerise E., Lancret N., de Maxlmy R., Peyronnie K., Sisoulath B., 2004, « Projets de voirie et recompositions urbaines à Vientiane et Hanoi », rapport final du Programme de Recherche Urbaine pour le Développement (PRUD), Action concertée incitative du Fonds de solidarité prioritaire du ministère des Affaires étrangères, conduite par le GEMDEV et l'ISTED, 150 p. + 68 planches graphiques dont 51 format A3. www.gemdev.org/prud/rapports/rapport28.pdf

Labarthe Christian. *Quelques aspects du développement des villes du Laos*. Travail d'études et de recherches (sous la direction de M. Lasserre), Université de Bordeaux, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Institut de géographie, Bordeaux, octobre 1969.

Lafont P.B. (dir.), *Péninsule indochinoise : études urbaines*, Paris, L'Harmattan, 1991, 239 p., ill., tabl., cartes ; bibliogr., (coll. « Recherches asiatiques »).

Germain Thomas, (sous la dir. de G.Vemet), *L'essentiel d'un marché : Laos*, Ubifrance, 2009.

Peyronnie Karine. (2010).

Des marchés au renouveau marchand : le devenir de la structuration urbaine par le commerce à Vientiane (2000-2009).

In : Clément-Charpentier S. (dir.), Clément P. (dir.), Goldblum C. (dir.), Sisoulath B. (dir.), Taillard C. (dir.), Lancret N. (collab.), Sayarath C. (collab.), Lainé A. (photogr.) Vientiane : architectures d'une capitale : traces, formes, structures, projets.

Paris (FRA) ; Paris : Recherches ; Ipraus, p. 297-306.

(Les Cahiers de l'Ipraus). ISBN 978-2-86222-071-0