

OFFICE DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE
OUTRE-MER

MINISTERE
DU
PLAN

MINISTERE
DE
L'AGRICULTURE



LES MARCHES DU PAYS BAULE
DE LA ZONE DENSE
TYPOLOGIE, ORGANISATION ET FONCTIONNEMENT
TOME I

J. MICHOTTE

CENTRE DE PETIT BASSAM
COTE D'IVOIRE

SCIENCES HUMAINES
Volume III - N° 5 - 1970

Le présent rapport se situe dans le cadre du protocole conclu entre la République de Côte d'Ivoire et l'Office de la Recherche Scientifique et Technique Outre-Mer dont l'objectif est une recherche méthodologique en matière d'analyse et de programmation régionales.

Nous remercions vivement Messieurs les Sous-Préfets de Béoumi, de Botro, de Diabo, de Sakasso et tous ceux qui ne nous ont ménagé ni leur aide matérielle ni leurs conseils au cours de la réalisation de cette enquête.

S O M M A I R E

	<u>Pages</u>
• Intérêt de l'étude	
• Avant-Propos	
• Introduction ..	1
 <u>PREMIERE PARTIE</u>	
<u>Essai d'élaboration d'une typologie des marchés</u> ..	5
1) Le milieu d'insertion ..	6
2) Le pouvoir et l'aire d'attraction ..	8
3) Les détenteurs du pouvoir de commandement ..	9
4) Les vocations et les fonctions ..	12
5) Le poids relatif ..	13
 <u>DEUXIEME PARTIE</u>	
<u>L'organisation et le fonctionnement des marchés</u>	
1) La fréquence des marchés ..	17
2) La répartition des activités entre les groupes ethniques et les sexes ..	17
3) La durée des marchés ..	19
4) Le calendrier agricole et les pulsations des marchés ..	20
5) Les incidences de la dépendance vis-à-vis de l'extérieur ..	21
 <u>TROISIEME PARTIE</u>	
<u>Le rôle des marchés dans la structuration de la zone rurale</u>	
1) L'incidence du semis des marchés sur l'organisation de l'espace rural ..	23
2) Les relations des marchés avec l'espace environnant	24
 <u>CONCLUSION</u> ..	 27

L'économie de savane et préforestière de la région de Bouaké se caractérise par une très forte densité de marchés dont l'étude présente un grand intérêt pour la définition d'une politique de développement régional dans les domaines suivants:

1) Le choix des villages-centres

Au moment où le Service Autonome de l'Action Régionale se propose de remodeler l'espace rural autour de villages-centres, la connaissance des marchés, en particulier, de leur semis, de leur aire d'attraction, de leur hiérarchisation par rapport aux centres semi-urbains et à Bouaké, de leur rôle respectif dans la commercialisation et le fonctionnement des zones rurales, doit permettre d'éclairer les options.

2) La réorganisation des circuits de commercialisation.

A partir de cette analyse, il est possible d'apprécier les incidences de la construction du barrage de Kossou sur le réseau de marchés et sur l'organisation commerciale de la région. Il est indiscutable que certains marchés, privés d'une partie ou de la totalité de leur aire d'influence, périront ou disparaîtront tandis que d'autres verront se modifier leurs fonctions et leurs vocations compte tenu des données nouvelles.

3) La préparation des milieux d'accueil dans le Sud-Ouest.

Les marchés ont une importance à la fois économique et sociale, voire psychologique dans la société baoulé. C'est là le dernier point que cette investigation a voulu mettre en évidence de telle sorte que cet aspect capital soit pris en considération, avec les adaptations nécessaires, lors de l'installation d'une partie de la population de cette zone dans le Sud-Ouest.

A V A N T P R O P O S

Le domaine d'enquête comprend les sous-préfectures de Béoumi, Bodokro, Botro, Sakasso et Diabo. Les quatre premières sont directement concernées par le barrage de Kossou (voir carte n°1).

Cette étude des marchés n'est qu'un prolongement des travaux déjà entrepris sur la zone dense à l'Ouest de Bouaké. Elle se propose:

- 1°) d'apporter une contribution à l'élaboration d'une typologie des marchés en pays baoulé en mettant l'accent sur leur formation, leur organisation et leur fonctionnement.
- 2°) de délimiter leurs aires d'attraction et de dégager leur rôle dans la structuration de l'espace rural environnant et dans la vie régionale.
- 3°) de mesurer leurs poids dans la commercialisation des produits locaux et importés.
- 4°) d'apporter certaines informations susceptibles de permettre d'apprécier l'impact de la construction du barrage sur le semis des marchés et d'éclairer les actions qui seront entreprises pour remodeler l'espace considéré et réorganiser les circuits de commercialisation traditionnels en fonction des données nouvelles.⁽¹⁾

Pour que le document soit utilisable par les praticiens il a paru indispensable d'abandonner l'approche monographique pour ne retenir que les aspects les plus caractéristiques des marchés. Un effort de représentation cartographique de quelques phénomènes significatifs a été tenté conjointement afin de rendre cette analyse plus vivante.

(1) - Prière de se reporter au Volume II contenant les Annexes cartographiques et de placer les calques n°26 et 27 sur les cartes 17 à 24.

Notons que la sous-préfecture de Bodokro vient d'être créée par le détachement des villages du groupe Goli de celle de Botro.

Les limites du barrage correspondent approximativement à celles de la forêt-galerie où est localisée la majeure partie des plantations de café et de cacao.

I N T R O D U C T I O N

Les marchés occupent-ils une place fondamentale dans l'organisation et le fonctionnement de l'économie de savane et préforestière de la zone dense à l'Ouest de Bouaké? Sur un territoire de 5.856 kilomètres carrés regroupant une population de plus de 165.000 habitants, on compte 22 marchés hebdomadaires et un marché quotidien, celui de Béoumi (voir carte n°2). Leur présence constitue un phénomène remarquable pour l'analyste sur de nombreux points.

1) Avant la pénétration coloniale, cette zone était quasiment vide de marchés. La majeure partie des échanges s'effectuaient de groupe à groupe comme dans la plupart des sociétés segmentaires. Seul Marabadiassa, créé entre 1860 et 1870 par Mory Touré possédait un marché qui connut une très grande prospérité. Trois séries de phénomènes permettent de l'expliquer:

- En premier lieu, sa localisation au bord du Bandama dans la zone de contact forêt-savane "où les biens et les personnes ont circulé constamment" au cours des siècles.
- En second lieu, les prédispositions pour le commerce de la population ZERMA immigrante et la similitude des milieux d'accueil et de départ.
- Enfin, sa position privilégiée - d'une part, au milieu de groupes ethniques différents, les Tagouana, les Baoulé et les Koro; d'autre part, au centre du pays entre la Basse-Côte et les deux plus grandes places commerciales du Nord de la Côte d'Ivoire, Odienné et Kong, lui a permis d'être à la fois un trait d'union et une véritable plaque tournante.

Cette rente de situation a été excellemment mise en évidence dans une étude consacrée au développement des échanges commerciaux entre le pays baoulé et le Nord de la Côte d'Ivoire. "Pour jouer ce rôle d'intermédiaire, soulignent les auteurs, il fallait offrir aux partenaires des

biens dont ils avaient réellement besoin. Les commerçants de Marabadiassa se montrèrent très habiles. Pour les échanges avec les Baoulé, ils surent exploiter le fait que de nombreux villages du Nord n'osaient plus envoyer des représentants à Tiassalé à cause du brigandage et étaient, par conséquent, prêts à accueillir favorablement de nouvelles offres de débouchés. Mory Touré et ses hommes leur présentèrent une monnaie d'échange particulièrement estimable: les captifs qu'ils se procuraient chaque jour en plus grand nombre en pays sénoufo. Ils recevaient en échange de l'or, du sel, des cauris, des pagnes, des objets de pacotille et des armes à feu ou de la poudre, qu'ils troquaient avec leurs autres partenaires contre d'autres biens en réalisant chaque fois un bénéfice substantiel.

En inaugurant le commerce des esclaves, Marabadiassa ouvrait une nouvelle ère d'échanges entre la région de Bouaké et les pays du Nord. Ce commerce prit une intensité remarquable quelques années plus tard sous l'impulsion de Samori⁽¹⁾.

2) Marabadiassa resta donc le seul marché de la zone dense jusqu'à la conquête de cette partie du pays baoulé par les troupes françaises. A partir de ce moment, l'administration coloniale calqua sa propre organisation sur les structures socio-politiques existantes. C'est dans la logique de la politique d'encadrement et d'embrigadement que se situe la création de la plupart des marchés dans les chefs-lieux de canton de la région entre 1910 et 1920. Les administrateurs ne réussirent pas facilement à les faire adopter par les villageois. En dépit de la contrainte, les places de marché restèrent peu fréquentées. Les échanges ne portaient que sur d'infimes quantités et s'effectuaient sous forme de troc. En fait, le marché était surtout un lieu où l'administration pouvait collecter plus facilement les produits de traite, en particulier, le coton, le palmiste et le latex.

Ce manque d'enthousiasme des Baoulé pour les "marchés du commandant" poussa l'administration à rechercher des intermédiaires. Le recrutement des agents se fit parmi les Mandé et les Malinké du Nord de la Côte d'Ivoire et aussi chez les Voltaïques et les Maliens. Leur importance numérique connut une progression rapide avec l'achèvement de la voie ferrée Abidjan-Niger qui faisait du pays baoulé un lieu de passage obligé des

(1) - Etude régionale de Bouaké - 1962-1964 - Tome I - Le peuplement, les étapes du peuplement - page 9 à 57. Ph. et M.A. DE SALVERTE

grands courants d'échange entre le Nord et le Sud. La plupart de ces commerçants s'installèrent dans les chefs-lieux de canton leur imprimant une physionomie qu'ils conservent encore aujourd'hui. Ils colportaient les marchandises d'origine européenne dans les villages et revenaient avec des produits agricoles qu'ils allaient revendre dans les postes administratifs et les villes.

*

* *

Toutes ces observations montrent donc que pendant longtemps si le principe du marché n'était pas absent du mode de production baoulé, il obéissait, du moins, à des finalités totalement différentes de celles qui apparaîtront avec l'introduction de l'économie de traite et de la monnaie. Par ailleurs, que ce soit à Marabadiassa - dont les circonstances de la création et les mobiles qui ont présidé à sa localisation ont déjà été évoqués - ou dans les chefs-lieux de canton, les Baoulé se sont toujours démis de la fonction commerciale au profit d'éléments étrangers à leur groupe. C'est, peut-être, ce qui explique l'apparition des rapports mercantiles. L'extension du principe du marché et l'accroissement du taux de fréquentation des places de marché sont étroitement liés à la colonisation et à l'économie de traite. La culture du coton imposée par l'administration et le développement de la culture du café mettront à la disposition de la population une masse de monnaie grâce à laquelle elle pourra s'acquitter des impôts et redevances diverses et accéder aux nouvelles formes de consommation. Le mouvement sera renforcé par la croissance de Bouaké, la mise en service de la ligne de chemin de fer Abidjan-Niger et l'ouverture de pistes destinées à faciliter la collecte des produits. Tous ces éléments modifieront profondément les normes économiques traditionnelles. Les rapports d'échange qui existaient au sein de l'aulobo s'effectuaient sur une base qui excluait le profit. Ils prendront progressivement un caractère commercial à partir du moment où à côté de la société baoulé viendront cohabiter les populations du Nord communément appelées Dioula. Il semble que l'absence de toute forme d'obligation entre ces deux groupes facilitera l'instauration de rapports mercantiles qui seront à l'origine de l'épanouissement des marchés dans lesquels les Baoulé s'intégreront peu à peu.

Cette rapide incursion à travers l'histoire de la genèse des marchés dans la société baoulé à l'Ouest de Bouaké présente encore de nombreuses lacunes qui mériteraient d'être comblées. Faute d'études approfondies sur la question, il a fallu se contenter de la documentation existante et de réflexions personnelles. La plupart des idées émises ne sont que des hypothèses de travail qui demandent à être vérifiées par une approche plus systématique. Néanmoins, malgré leur imperfection, elles permettent de mieux typer les marchés actuels et d'apprécier leur organisation, leur fonctionnement et leur rôle dans la structuration de la zone rurale. C'est l'analyse de ces problèmes qui constituera le troisième volet de notre problématique⁽¹⁾.

*

* * *

(1) - Cette étude est le prolongement de l'analyse des caractéristiques de structure et de fonctionnement de l'économie de la zone dense à l'Ouest de Bouaké qui a déjà fait l'objet de deux rapports:

- a) Mouvements migratoires et développement économique dans la zone dense à l'Ouest de Bouaké - document multigraphié; 76 pages; 15 cartes; ORSTOM Sciences Humaines; Vol.I n°9; Abidjan 1968.
- b) Groupe de production et niveau de revenu dans la zone dense à l'Ouest de Bouaké - document multigraphié; 75 pages; 3 cartes; 5 graphiques; ORSTOM Sciences Humaines; Vol.II n°2; Abidjan 1969.

PREMIERE PARTIE

ESSAI D'ELABORATION D'UNE TYPOLOGIE DES MARCHES

Les marchés ne présentent pas tous les mêmes caractéristiques. Ils diffèrent par la localisation, l'aire d'attraction, les vocations, les fonctions, le degré de dépendance, le poids. C'est la combinaison de ces divers facteurs qui leur confère leur originalité.

1) - Le milieu d'insertion.

Si l'on se réfère à ce critère les marchés se distinguent selon qu'ils sont implantés en milieu rural ou dans les centres semi-urbains.

a) Les marchés localisés en milieu rural.

Leur taille est extrêmement variable. Elle se situe entre 500 et 3.000 acheteurs, vendeurs et visiteurs (voir carte n°2). Ces marchés sont généralement établis au carrefour de pistes ou de routes secondaires ou le long d'un axe principal. Ils occupent une surface de 1.000 à 10.000 mètres carrés. Ils ne se réunissent qu'une fois par semaine.

Leur existence est la résultante de plusieurs facteurs:

- l'éloignement de certains villages des centres semi-urbains, les barrières naturelles (fleuves, rivières, forêts classées), l'impraticabilité de certaines pistes à la saison des pluies ont favorisé la création de certains marchés. Celui de Koyarabo à Béoumi à l'Ouest du Bandama et celui de Toumodi-Sakasso, à Sakasso sont les cas les plus représentatifs;
 - l'abondance du café et de la banane a aussi constitué un excellent catalyseur. Les meilleurs exemples sont fournis par le marché de Bondossou dans le Sud de Sakasso et celui de Kekrenou au Sud de Béoumi;
 - la rente de situation et la présence d'un produit rare ont exercé une influence indéniable. C'est le cas de deux marchés localisés à la périphérie de la zone au contact de groupes ethniques différents et spécialisés dans la vente des produits de la chasse:
 - Totokro entre Tiénigbé, Mankono et Béoumi;
 - Marabadiassa entre Katiola, Botro et Tiénigbé;
- la proximité de Bouaké et la localisation sur un axe important⁽¹⁾ peuvent être des facteurs explicatifs de l'implantation de cer-

(1) cf. Gérard ANCEY - Un exemple de fonctionnement de marché rural à proximité d'une agglomération urbaine: le cas de Brobo ORSTOM. Document multigraphié; 31 pages. 1970.

tains marchés comme Assrikro et Abolikro tournés vers la commercialisation des vivriers, des condiments et des produits de cueillette;

- le facteur ethnique et principalement les divisions tribales ont parfois favorisé la constitution de marchés. Deux marchés fonctionnant au niveau d'un groupe relativement homogène ont été repérés:

- . le marché de Bodokro où on retrouve surtout les reseor-tissants du groupe Goli et que les Satikran donnent l'impression d'ignorer;
- . le petit marché d'Abouakro, relevant du groupe Fari créé en réaction contre celui de Kekrenou en raison de luttes d'influence déjà fort anciennes. Il semble que ce contentieux ait joué davantage dans la décision des villages que l'implantation au même emplacement d'un centre de productivité, sorte de coopérative d'achat et de vente expérimentée par les services de l'animation rurale entre 1967 et 1968. Le marché a d'ailleurs survécu à la fermeture de cet organisme. Ceci montre que ce dernier n'avait été que l'occasion propice mais qu'il ne constituait pas le mobile profond de sa création.

b) Les marchés localisés dans les centres semi-urbains.

Ils se différencient des précédents sur de nombreux points:

- la localisation: ils sont tous établis dans un chef-lieu de sous-préfecture ce qui leur permet de bénéficier de l'attrait exercé par ces petites capitales zonales sur les villageois en raison de leur fonction administrative, scolaire, sanitaire;
- l'environnement: ils occupent une surface de 10.000 mètres carrés en moyenne entourée d'une ceinture de commerces modernes assez diversifiés où les villageois peuvent facilement s'approvisionner. Seul Diabo semble échapper à la règle à cause de la proximité de Bouaké et de l'ouverture relativement récente de la sous-préfecture;

- L'équipement: Ils disposent d'une infrastructure plus ou moins développée selon l'importance du centre. On y trouve des hangars où se rassemblent habituellement les marchands de pagnes et d'étoffes diverses, les couturières, les tailleurs, les bouchers et un secteur aménagé pour les voitures;
- La taille: L'apport des villages et celui des centres semi-urbains permettent à ces marchés de réunir un nombre de visiteurs, vendeurs et acheteurs beaucoup plus élevé que ceux de la zone rurale. Celui-ci est supérieur à 4.000.

Cette démarche permet donc un premier essai de classification mais elle demeure encore statique. Il convient de se placer maintenant dans une perspective un peu plus dynamique en se fondant sur un autre jeu de critères qui aidera à mieux approcher certaines caractéristiques de structure et de fonctionnement des marchés.

2. Le pouvoir et l'aire d'attraction.

En tenant compte des relations avec l'environnement immédiat, les centres semi-urbains et Bouaké, les marchés peuvent être regroupés en trois grandes catégories (voir carte n°2):

a) Les marchés à vocation intrazonale.

Ils intéressent une dizaine de villages circonscrits dans un rayon de cinq kilomètres environ. Ils accueillent habituellement moins de cinq voitures qui transportent la veille ou à l'aube les vendeurs de poisson, de pagnes et d'articles divers ainsi que quelques acheteurs de produits vivriers ou industriels. Les quantités commercialisées sont très faibles. On dénombre, en effet, une cinquantaine de vendeurs de vivriers et une dizaine de vendeurs de poisson. Les voitures ne font d'ailleurs qu'une rotation.

b) Les marchés à vocation interzonale.

Leur sphère d'attraction dépasse leur environnement immédiat car ils exercent une influence sur certains villages des zones rurales voisines⁽¹⁾. Les visiteurs, vendeurs et acheteurs proviennent d'une

(1) - La zone est définie comme l'espace polarisé par un centre semi-urbain ou un bourg rural.

vingtaine de villages environ localisés dans un rayon de plus de dix kilomètres. Ces marchés reçoivent 10 à 20 voitures et plus de quinze vendeurs de poisson. Les passagers transportés atteignent 100 à 300. Toutefois, en dehors de quelques cas exceptionnels, ils résident presque tous dans la zone. L'apport des villages, des centres semi-urbains avoisinants et de Bouaké est inférieur à 5%. Les contacts avec l'extérieur se traduisent par des achats assez importants de produits vivriers et industriels par ^{un} groupe de commerçants issus de ces agglomérations.

c) Les marchés à vocation régionale.

Quatre éléments les caractérisent:

- . Ils sont hebdomadaires mais certains disposent d'un embryon de marché quotidien. Il n'y a que celui de Béoumi qui fonctionne régulièrement chaque jour;
- . Tous les villages de la zone sont en contact avec eux à des degrés divers;
- . Leur aire d'attraction dépasse largement le cadre de leur zone rurale. Environ 10% des acheteurs, vendeurs et visiteurs viennent de l'extérieur;
- . La participation de Bouaké ne revêt pas dans tous ces marchés la même importance:
 - Dans un premier groupe, 20 à 30 voitures deversent chaque semaine sur la place du marché 150 à 400 passagers dont la plupart viennent se livrer à des activités commerciales.
 - Dans un second groupe constitué par l'unique marché de Béoumi, ce phénomène est moins net en dépit de son influence régionale. Cela ne signifie pas pour autant que la zone rurale de Béoumi n'entretient aucune relation commerciale avec Bouaké ainsi que le montrera l'étude des circuits d'achat et de vente des divers produits sur ses marchés.

3. Les détenteurs du pouvoir de commandement.

C'est un élément fondamental de l'organisation et du fonctionnement des marchés. On observe, en effet, que ces derniers sont monopolisés par une classe commerçante originaire de Bouaké ou des centres semi-urbains.

Cette domination s'exerce dans trois domaines principaux:

- celui des achats des produits locaux;
- celui des ventes de produits d'importation;
- celui des transports.

En se fondant sur ce critère, deux formes de marché apparaissent:

a) Les marchés dominés par Bouaké.

Sur les 23 marchés de la zone dense, 7 sont directement contrôlés par un groupe de commerçants en majeure partie dioula en provenance de Bouaké (voir cartes N°s 3 et 4).

Celui-ci représente:

- près de 100% des acheteurs de produits vivriers destinés à la revente.
- 90% des vendeurs de poissons, de poulets, d'ovins et de caprins et de pagnes.
- plus de 50% des propriétaires de tabliers d'articles divers.

Les marchés sur lesquels ces commerçants exercent leur domination sont ou bien situés à moins de 30 kilomètres de la ville, ou bien installés dans des centres où l'infrastructure commerciale est défectueuse ou inexistante.

- Environ 75% des transporteurs qui assurent les liaisons entre le marché, les villages et Bouaké résident dans cette dernière agglomération.

b) Les marchés dominés par les centres semi-urbains.

Dans la zone dense, seule la petite ville de Béoumi contrebalance d'une manière indiscutable cette mainmise des commerçants de Bouaké sur les marchés (voir cartes n°s 3 et 4). Ceci s'explique:

- en premier lieu, par sa position à un carrefour de routes à plus de 60 kilomètres de Bouaké et par sa proximité des marchés fonctionnant à l'Ouest du Bandama;
- en second lieu, par l'existence d'une classe de commerçants et de transporteurs locaux dynamiques qui contrôlent l'ensemble des circuits commerciaux dans un périmètre assez vaste qui englobe une grande partie des zones rurales voisines (voir carte n°5).

Ce groupe de commerçants se compose essentiellement d'une cinquantaine de femmes parmi lesquelles on compte 45 Dioula et cinq Baoulé. Celles-ci se partagent plus de la moitié des marchés de la zone dense et fréquentent ceux des zones rurales voisines tels que Gouitafla, Brikro et Trasso.

Elles achètent de la banane, de l'arachide, du ouré-ouré, des condiments et des fruits qu'elles vont revendre à l'extérieur.

Les produits périssables comme la banane, les fruits et les condiments sont commercialisés de préférence à Bouaké. Les autres sont acheminés deux à trois fois par semaine à Abidjan. A leur retour, elles ramènent du poisson et des pagnes qu'elles écoulent sur les marchés ou dans les villages.

Ce circuit triangulaire est extrêmement lucratif. Les commerçantes réalisent sur les seuls produits locaux un chiffre d'affaires de 52 millions CFA et une marge bénéficiaire de 12 millions environ. Ceci représente un revenu annuel net par tête de 240.000 francs soit près de cinq fois celui de la partie de la zone rurale la plus prospère. Une rapide investigation a aussi montré que la majorité de ces femmes étaient mariées et que leur conjoint travaillait surtout dans les transports, le commerce ou l'artisanat. On ne compte parmi eux qu'un maçon, un manœuvre et quatre cultivateurs. Notons que ces derniers s'intéressent principalement à l'exploitation des bas-fonds rizicoles situés autour de Béoumi dont le rapport n'est pas négligeable.

Ce phénomène ne se limite pas aux produits locaux. Il s'étend aussi aux produits importés. Rares sont les vendeurs et acheteurs de Bouaké qui se présentent sur les marchés compris dans la zone d'influence de Béoumi compte tenu du barrage résultant de la présence de cette classe commerçante. L'unique produit dont Bouaké conservait encore le monopole de la commercialisation était le pain. L'installation d'une boulangerie à Béoumi lui a fait perdre cet avantage. Le transport des produits et des personnes est également effectué par des résidents.

A côté du centre semi-urbain de Béoumi qui joue véritablement le rôle de capitale zonale et qui exerce un pouvoir de commandement indiscutable sur son environnement: il faut aussi mentionner le cas de centres et de villages dont les ressortissants ont une influence appréciable sur les marchés de la zone dense. Ce sont, tout d'abord, les commerçants dioula de Tiébissou qui contrôlent près de 20% des tabliers à Sakasso; ensuite, ceux de Marabadiassa qui ont le monopole de la vente de poisson, de poulets, d'ovins et de caprins sur ce marché et qui interviennent à Minabo, Adohoussou, Bodokro et Botro.

4. Les vocations et les fonctions.

Elles sont la résultante de la combinaison de facteurs divers (voir cartes n°6 - 1 à 8). On observe en effet, que:

- la localisation en savane ou en forêt agit sur la nature des cultures;
- la demande de la ville de Bouaké modèlera indiscutablement la nature des produits offerts et en règle le volume;
- la position du marché et son aire d'attraction peuvent faire apparaître une spécialisation qui ne correspond pas nécessairement aux activités de la zone rurale immédiate;
- les habitudes culturelles de la population concernée constituent aussi un élément déterminant.

On distinguera dans cette approche les marchés de savane de ceux de forêt.

a) Les spécialisations et les fonctions des marchés de savane.

- Ce sont généralement des marchés où l'igname abonde. Cependant, ce produit est souvent associé à un autre qui peut le supplanter dans les exportations. On peut citer l'exemple du maïs à Botro et à Diabo dont les ventes sont régulières tout au long de l'année alors que celles d'igname sont très fluctuantes.
- Ces marchés doivent parfois leur spécialisation aux activités particulières des villages situés dans leur environnement: la vente de gibier à Totokro et à Marabadiassa.
- La proximité d'une ville intensifie l'offre de certains produits dont l'agglomération est une grosse consommatrice. Tel est le cas du bois de chauffe à Diabo et à Assrikro qui sont éloignés de Bouaké de moins de 25 kilomètres.
- L'aire d'attraction des marchés leur imprime aussi une certaine spécificité. Ceci se vérifie particulièrement pour les marchés implantés à la limite de la zone préforestière dont les exportations sont plus diversifiées. A ce titre, le marché d'Abolikro localisé au point géométrique des quatre grands marchés de la zone dense constitue un exemple remarquable. A côté de l'igname, on enregistre des ventes importantes de banane, d'arachide, de fruits, de condiments et de bois.

b) Le marché de Béoumi constitue un cas particulier pour des raisons qui ont déjà été évoquées. Il est difficile de mettre en évidence son degré de spécialisation car la plupart des transactions de la classe commerçante locale se font sur les petits marchés de la zone rurale dont les vocations sont diverses. On ne trouve pas ici ces amoncellements d'igname, de banane, de fruits, de maïs, de bois qui ornent les bords des autres marchés en attendant d'être évacués sur Bouaké entre 11 heures et 14 heures. C'est avant tout, un marché tourné vers l'intérieur, un lieu d'approvisionnement des habitants du centre et des résidents de la zone rurale⁽¹⁾.

c) Les vocations et les fonctions des marchés de forêt

Sur ces marchés, la banane est le principal produit d'exportation. Cette spécialisation est due aux excellentes conditions offertes par le milieu naturel de la zone rurale avoisinante et aux débouchés assurés par la ville de Bouaké. Néanmoins ces marchés étant situés dans l'aire de culture de l'arachide et du ouré-ouré, ces deux derniers produits occupent une place de choix dans les exportations alors que l'igname en est quasiment absente à cause de la présence du café qui limite l'intérêt des paysans pour cette culture en vue de la commercialisation. Le marché de Sakasso et celui de Bondossou répondent assez fidèlement à ce modèle.

5. Le poids relatif.

Selon que l'on se fonde sur les achats ou sur les ventes, cinq indicateurs aident à l'apprécier:

a) Le chiffre d'affaires du poisson donne un ordre de grandeur du poids des marchés (voir carte n°9). Il ressort, en effet, du contrôle des paniers que toutes les ménagères achètent du poisson. Ce critère doit être utilisé avec prudence car les achats semblent plus importants sur les marchés de la zone caféière que sur ceux de savane où les revenus sont plus faibles. Il existe toutefois une assez forte corrélation entre le nombre d'acheteurs et les ventes totales de poisson.

(1) - En se référant à la composition des ventes à l'extérieur des commerçantes on observe comme à Abolikro une très grande diversité. Cependant, ici la banane, l'arachide, le ouré-ouré, devançant le maïs et l'igname. Cela provient du fait que ces trois produits sont plus facilement commercialisés à Bouaké et à Abidjan et entrent bien dans le cadre du commerce triangulaire que ces femmes pratiquent.

b) Le montant des ventes à l'extérieur est un indicateur beaucoup plus représentatif du dynamisme propre des marchés. Il permet d'établir une distinction fondamentale entre les marchés de savane et ceux de forêt. Les premiers réalisent un chiffre d'affaires près de deux fois plus élevé que les seconds. Les commerçantes de Bouaké achètent en moyenne chaque semaine 6.000 francs de produits à Botro alors qu'elles ne dépensent pas 3.000 francs à Sakasso. (voir carte n°10). Il résulte donc que dans les marchés de la zone forestière la fonction de distribution portant sur les produits importés prédomine plus nettement que dans ceux de savane.

c) Le montant moyen des transactions par participant est le troisième indicateur (voir carte n°11). Il peut être saisi à partir des achats et des ventes moyennes effectués par les villageois. Des ordres de grandeur assez révélateurs ont été obtenus lors des contrôles de paniers.

Période Localisation	Montant des achats de produits locaux (francs CFA)			Montant des achats de produits importés (francs CFA)		
	Traite du Café	Semence igname	Igname précoce	Traite du café	Soudure	Récolte igname
Forêt	40	750	110	575	450	270
Savane	30	400	25	290	180	200

On observe, en effet, que le montant des achats de produits locaux et importés est plus élevé sur les marchés de forêt que sur ceux de savane. Ce phénomène s'explique par l'existence de liquidités plus importantes dans la zone forestière dont la majeure partie provient du café.

En revanche, la moyenne des ventes de produits locaux sur les marchés de savane est supérieure à celle de ceux de forêt. Ceci est dû au pouvoir d'attraction que les produits offerts exercent sur Bouaké et sur les zones caféières en raison de la distance et des prix. Il serait vain d'établir des comparaisons au niveau du montant et du volume des ventes sans tenir compte de ces deux éléments et, en particulier, du second. Si on prend par exemple, l'igname comme base de référence, on remarque qu'elle coûte 16 à 30 francs le kilogramme sur les marchés de forêt de février à septembre alors que sur les marchés de savane elle est payée 10 à 15 francs toute l'année sauf en période de semences et de soudure où son prix varie

entre 20 et 25 francs. La même remarque pourrait être faite à propos de la banane qui coûte plus chère en savane qu'en forêt.

Il est donc nécessaire de se référer aux prix relatifs lorsqu'on compare le niveau moyen des achats et des ventes même à l'intérieur de zones apparemment homogènes. Cette remarque est surtout valable pour les produits locaux car pour ceux qui sont importés les prix n'accusent pas de disparités notables. La création des magasins "Chaîne AVion" et la concurrence entre les vendeurs ont fortement contribué à les amoindrir.

d) - Le nombre moyen de vendeurs de produits vivriers fournit un quatrième élément d'appréciation (voir carte n°12). En n'y incluant que les six produits suivants: igname, banane, arachide, riz, maïs et ouré-ouré, on note qu'il est deux fois plus élevé sur les marchés de savane que sur ceux de forêt. Il est de 650 environ à Diabo contre 300 à Sakasso.

c) - Le nombre de tabliers peut enfin aider à mesurer le poids des marchés. On ne tient compte ici que des petits commerçants d'articles divers qui les fréquentent chaque semaine. Une cinquantaine sont habituellement recensés à Diabo et 150 à Sakasso.

Les résultats qui se dégagent de l'application de ces deux derniers indicateurs confirment l'observation selon laquelle l'importance de la sphère d'activités portant sur les produits locaux par rapport à celle concernant les produits d'importation serait un critère de distinction assez représentatif des marchés de forêt et de savane.

DEUXIEME PARTIE

L'ORGANISATION ET LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES

Les principaux éléments qui les caractérisent sont la fréquence, la répartition des activités entre les groupes ethniques et les sexes, la durée, le calendrier agricole, l'incidence des mouvements migratoires.

1. La fréquence des marchés

En dehors de celui de Béoumi qui est quotidien, tous les marchés de la zone sont hebdomadaires (voir carte n°2). Toutefois, certains d'entre eux tels que Sakasso et Botro commencent à se former et à fonctionner dès la veille et attirent un petit groupe de vendeurs et d'acheteurs chaque jour.

Il existe généralement des jours fixes de réunion qui ne correspondent pas afin de limiter la concurrence, Seuls plusieurs petits marchés peuvent se tenir au même moment. En ce qui concerne les plus grands, il n'y a que Sakasso et Abolikro qui échappent à la règle. Cette exception peut s'expliquer par le fait que ces derniers sont distants de 60 kilomètres environ par les routes principales et qu'Abolikro constitue une véritable plaque tournante au point géométrique des quatre marchés les plus actifs de la zone.

2. La répartition des activités entre les groupes ethniques et les sexes.

Elle diffère selon le produit et selon qu'il s'agit d'achat ou de vente.

Les denrées vivrières, les produits de cueillette, et les condiments sont commercialisés:

- d'une part, ^{par} les femmes baoulé en provenance de la zone rurale ou résidant dans le centre semi-urbain ou le bourg dans lequel se trouve le marché. Elles sont souvent regroupées par village à des points précis. Il faut remarquer que pour quelques produits rares et très demandés, les transactions s'effectuent à l'entrée des routes conduisant au marché ou à la descente des voitures.
- d'autre part, par les femmes dioula qui achètent ces produits aux premières pour les revendre sur-le-champ ou les jours suivants, en l'état ou en les transformant. Elles occupent le centre des grands marchés. Ce phénomène est très net à Béoumi. Ici le marché de gros des produits locaux est entre les mains des Baoulé et celui de détail appartient aux Dioula.

- Les produits locaux tels que l'huile, le beurre de palme, l'indigo, le kaolin sont aussi commercialisés par les femmes baoulé et rachetés en grande partie par les commerçantes Dioula.
- Les hommes baoulé n'interviennent que dans la commercialisation des produits de l'artisanat (les chaises, les nattes en écorce, la vannerie), du vin de palme, de la viande de chasse, des poulets, du tabac, des médicaments locaux et des amulettes. Notons que pour la plupart de ces produits, il arrive que les femmes tiennent également une place notable.
- La commercialisation des produits importés est dominée par les Dioula. Les femmes et les hommes baoulé ne détiennent qu'une petite partie de ce secteur.

Les femmes dioula et quelques hommes monopolisent le commerce du poisson, du riz et des tissus. Les Baoulé n'y sont que faiblement représentés;

La majorité des vendeurs de pétrole, d'huile et d'articles divers sont des hommes dioula. Ces derniers contrôlent aussi la vente des poulets, des pintades et de la viande de boucherie. Celle des ovins et des caprins demeure l'apanage des Peul.

- Chez les petits artisans tels que les horlogers, les mécaniciens, les coiffeurs, les menuisiers et notamment dans le domaine de la confection la domination des Dioula est moins nette car on trouve des Baoulé qui exercent ces professions.
- Le commerce des plats préparés est effectué par les femmes Dioula dans sa quasi totalité. On n'y rencontre que quelques femmes baoulé résidant dans les centres semi-urbains ou les bourgs ruraux.
- Les enfants font aussi des petites transactions commerciales sur les marchés. Les garçons baoulé vendent des objets provenant de leurs travaux de vannerie et les fillettes, des pois de terre, des feuilles, des éponges, des tomates, du bois. Les jeunes filles dioula s'intéressent à la vente des oranges, des mangues, de l'arachide décortiquée et du maïs grillé. Elles aident surtout leurs parents à collecter les produits auprès des femmes baoulé.

- Le secteur des transports est monopolisé par les Dioula qui possèdent une grande partie des véhicules desservant les marchés de savane. Dans la zone forestière cette tendance est moins marquée car de nombreux planteurs Baoulé possèdent des taxis de brousse qu'ils mettent en gérance.

3. La durée des marchés.

Les acheteurs et vendeurs commencent à s'installer dès la veille sur les grands marchés. Cependant, ces derniers ne prennent leur forme véritable que le lendemain aux premières heures de la matinée. A partir de quatre heures, les voitures arrivent de Bouaké avec les commerçants. Selon la distance et la période de l'année, elles effectuent une ou plusieurs rotations. Au lever du jour, les villageoises pénètrent sur le marché en longues files. Elles portent sur leur tête des bassines contenant des produits divers dont le poids peut atteindre vingt kilos. Elles sont souvent accompagnées de leurs filles qui les aident à transporter leurs denrées. La plupart des villageois qui viennent à pied, résident à une dizaine de kilomètres du marché. Ceux dont les villages sont plus éloignés, empruntent les "taxis de brousse". Les hommes sont nombreux à utiliser les bicyclettes et les cyclomoteurs. Ils se présentent sur les marchés plus tardivement que les femmes (voir carte n°13).

Une fois entrées dans l'enceinte du marché, les villageoises sont assaillies par les commerçantes dioula qui scrutent leurs paniers à la recherche des articles qui les intéressent. Celles qui n'ont pas réussi à écouler tous leurs produits ou qui n'ont pas été abordées s'installent à même le sol et répartissent leurs denrées par lots. Quelques-unes se dirigent vers les collecteurs de palmistes, de kola, de piments, de café et de coton.

Toutes les transactions concernant la vente des produits locaux se réalisent entre cinq heures et neuf heures au maximum. A partir de ce moment les femmes abandonnent leur étalage à la surveillance d'une voisine ou d'un enfant et vont procéder à leurs achats auprès des tabliers ou des commerçants du centre. Pendant ce temps, les hommes se réunissent sous "l'arbre à bangui" pour déguster le vin de palme tout en veillant sur les cabris et les poulets destinés à la fois à la consommation et aux obligations sociales.

Vers 10 heures, le marché se décomprime. Les hommes sont les premiers à faire leur apparition sur les routes. Ils reviennent généralement avec des outils, des vêtements, des poulets, des casiers de vin, mais principalement, avec des cabris qu'ils tiennent en laisse ou qu'ils ligotent

sur le porte-bagage de leur bicyclette. Les femmes quittent le marché en groupe ou en voiture en emportant les produits invendus et les achats de la semaine. Leurs paniers contiennent toujours du poisson, de l'huile, du sel, du savon, des produits de beauté et des vêtements. On y trouve aussi de l'attiéké, des beignets de farine et du pain qui renforceront le repas du midi en l'absence du 'foutou.

A midi le marché a déjà perdu les trois quart de sa population. Il ne reste plus sur la place que les vendeuses de poissons, quelques tabliers et des retardataires qui font rapidement leurs achats. Sur les bords du marché, les commerçants de Bouaké procèdent au chargement des tas de produits qu'ils ont collectés et achèvent de remettre dans les caisses les articles qu'ils n'ont pas réussi à écouler. Entre treize et quatorze heures, le tout est transporté à Bouaké et le marché jonché de déchets divers prend l'allure d'un village sinistré.

4. Le calendrier agricole et les pulsations des marchés.

Les mouvements des marchés sont étroitement liés aux différents événements qui rythment la vie de la zone rurale (voir cartes n°s 14 et 15). Une distinction doit être faite entre les marchés de forêt et ceux de savane.

- Les marchés de forêt sont rythmés par la traite du café et du cacao et par la période de production de la banane. Le point culminant se situe entre les mois de Décembre et de Mars. C'est l'époque où le marché entregistre la plus grande affluence. Sur le montant des achats, les produits importés représentent 90% du total. Les villageois utilisent une partie de leurs liquidités pour acheter des vêtements, renouveler leur équipement ménager et pour se procurer les biens nécessaires à la satisfaction d'obligations sociales différées telles que les funérailles.

D'Avril à Juin, le marché se dégonfle, les transactions sur produits locaux enregistrent une augmentation brutale à cause de la commercialisation de l'igname pour les semences. Le rapport entre produits importés et produits locaux est de l'ordre de 60%.

Dès Juillet, le rapport se renverse progressivement. Dans la zone forestière, la cause essentielle réside dans les achats de riz d'importation qui viennent compenser la pénurie d'igname jusqu'aux premières récoltes en Septembre.

- Les marchés de savane sont conditionnés par la commercialisation de l'igname et du coton entre les mois d'Avril et Juin. Durant cette période la circulation monétaire est très grande et les achats de produits importés ont tendance à croître. Cependant, ces marchés subissent des variations moins fortes de leur activité que ceux de forêt en raison de la diversité des produits offerts. A côté de l'igname on trouve le maïs dont la production s'étale sur toute l'année et le coton dont l'apport monétaire n'est pas négligeable entre les mois de Décembre et de Mars.

En plus de ces facteurs que l'on peut qualifier de majeurs, il faut tenir compte des mouvements conjoncturels dus à la période de production de l'arachide, du maïs, des fruits comme les oranges et l'ananas. Leur portée est tout de même assez limitée.

5. Les incidences de la dépendance vis-à-vis de l'extérieur.

Les mouvements migratoires temporaires et durables à destination du milieu rural et urbain de la Basse-Côte ont aussi une influence sur le fonctionnement des marchés. En effet, une fois la traite du café achevée, les migrants saisonniers, appelés communément "six mois" reviennent dans la zone où ils dépensent sur les marchés une partie des revenus économisés. Ils constituent la meilleure clientèle des réparateurs de cycles et des vendeurs de pièces détachées. Leur agitation et le tintamarre de leurs avertisseurs autour de ces deux stands sous le regard rêveur de leurs contemporains et des jeunes villageoises raniment les marchés et leur donnent un charme particulier.

Le marché se gonfle aussi de la présence de nombreux natifs de la zone qui ont des plantations en Basse-Côte et qui utilisent la morte-saison pour rendre visite à leur famille. Les filles qui vivent dans le milieu urbain affluent à cette époque davantage dans l'intention de recevoir des cadeaux de leurs proches ou d'un prétendant que pour revoir ou aider leurs parents. Les fonctionnaires et les salariés profitent également de cette période de liesse et de relative abondance pour se retremper dans la vie villageoise et pour participer à certaines cérémonies différées.

TROISIEME PARTIE

LE ROLE DES MARCHES DANS LA STRUCTURATION DE LA ZONE RURALE

La répartition des marchés et la nature de leurs relations avec l'espace environnant peuvent aider à apprécier ce phénomène.



1. L'incidence du semis des marchés sur l'organisation de l'espace rural

Les marchés sont inégalement répartis sur l'ensemble de la zone.

A côté du grand marché implanté dans le centre semi-urbain ou le bourg rural, chef-lieu de sous-préfecture, les zones rurales en ont un nombre très variable (voir carte n°2):

Béoumi : 8 marchés
 Sakasso : 5 marchés
 Botro : 4 marchés
 Diabo : 2 marchés

Si l'on compare ces données à la superficie et à la population, on constate:

- d'une part, que la zone rurale dispose en moyenne d'un marché pour 255 kilomètres carrés dans un rayon maximum de 10 kilomètres
- d'autre part, que le taux de fréquentation représente 23% de la population rurale de la zone. A Béoumi, il atteint 38% en raison du marché du centre qui attire quotidiennement les villageois de la petite couronne (voir carte n°24).

Sous Préfecture	(1) Population totale	(2) Superficie (km ²)	(3) Nombre de marchés	Rapport 2/3	(4) Attraction globale	Rapport 4/1
Béoumi (quodien)heb.	54.700	1.710	9	190	21.000 12.000	38,3 21,9
Sakasso	48.400	1.902	6	317	11.500	23,7
Botro	51.800	1.579	5	315	11.000	21,2
Diabo	25.100	665	3	221	7.500	20,2
Ensemble	180.000	5.856	23	255	51.000 42.000	28,3 23,3



2. Les relations des marchés avec l'espace environnant.

Il est possible de les cerner à partir de la classification établie antérieurement en distinguant les marchés selon leur vocation: intrazonale, interzonale et régionale.

Zone rurale	Nombre de marchés	Marchés intrazonaux	Marchés à vocation interzonale	Marchés à vocation régionale
Béoumi	9	6	2	1
Sakasso	6	3	1	2
Botro	5	1	2	2
Diabo	3	-	1	2
TOTAL	23	10	6	7

Cette répartition fait ressortir que la plupart des marchés intrazonaux sont implantés en zone forestière. La zone de savane a un nombre plus réduit de marchés mais ils se situent tous au niveau interzonal ou régional (voir carte n°2).

Cependant il semble que ce phénomène puisse être appréhendé d'une manière plus opérationnelle à l'aide des éléments suivants:

a) L'attraction globale des marchés.

Elle permet de saisir l'impact des différents types de marché sur la zone rurale (voir carte n°2).

Zone rurale	Marchés intrazonaux	Marchés à vocation interzonale	Marchés à vocation régionale	Ensemble
Béoumi	quot	2.000	9.000	21.000
	heb	5.000	5.000	12.000
Sakasso	1.500	1.500	8.500	11.500
Botro	500	2.500	8.000	11.000
Diabo		500	7.000	7.500
TOTAL	7.000	6.500	28.500	51.000
				42.000

Il apparaît clairement que leur influence varie selon la zone rurale. Néanmoins, les marchés à vocation régionale dominent incontestablement.

b). L'origine des vendeurs de produits locaux.

Elle donne une première image des villages concernés (voir carte N^{os} 16 à 22). Leur nombre est fonction du produit et de l'importance du marché.

Marchés à vocation régionale	Igname		Banane		Riz Paddy		Arachide		Maïs décortiqué		Ouré-Ouré	
	I	E	I	E	I	E	I	E	I	E	I	E
Béoumi	54	14	45	7	25	8	32	-	-	-	21	-
Sakasso	56	7	60	1	24	-	33	-	14	-	21	-
Botro	50	6	44	2	33	3	14	4	43	-	-	-
Diabo	29	7	18	7	26	4	18	-	28	3	-	-
Abolikro	21	15	21	17	10	4	11	2	9	4	-	-
Assrikro	20	3	10	-	20	2	10	1	-	-	5	-
Bodokro	18	-	13	-	8	-	9	-	21	-	-	-

N.B.- I = Intérieur à la zone - E = Extérieur à la zone.

On observe que les plus grandes couronnes sont constituées par l'igname, la banane et le maïs. Le riz paddy, l'arachide, le ouré-ouré intéressent une plus faible proportion de villages.

Par ailleurs, on constate que les marchés à vocation régionale sont en relation avec 30 à 50% des villages de la zone rurale pour l'igname, la banane et le maïs selon leur spécialisation et 10 à 30% pour l'arachide, le riz paddy et le ouré-ouré. Suivant le produit 50 à 100% des villages offreurs sont situés dans un rayon de moins de 10 kilomètres (voir carte n°s 16 à 22).

c) L'origine des passagers transportés

Elle montre que l'aire d'attraction des marchés est beaucoup plus vaste que celle des offreurs de produits locaux (voir carte n° 23). On peut considérer qu'en moyenne 80% des villages des ^{diverses} zones rurales sont en contact d'une manière plus ou moins intense selon le moment de l'année avec leur grand marché.

d) Le degré d'interpénétration des aires d'attraction des marchés.

En dehors des marchés qui sont localisés à la périphérie des zones rurales et de celui d'Abolikro qui occupe une position remarquable maintes fois signalée dans cette étude, tous les autres ont un pouvoir d'attraction qui ne dépasse pas le cadre des limites administratives de leur sous-préfecture d'appartenance (voir cartes n°s 17 - 19 et 21).

On ne note que quelques cas d'étirement des aires d'influence:

- . Béoumi sur quelques villages de Bodokro et de Diabo pour l'igname et le riz;
- . Sakasso sur deux ou trois villages de Béoumi pour l'igname;
- . Botro sur Diabo et inversement pour le maïs et l'igname.

Notons que les contacts entre les marchés de savane et ceux de forêt se nouent exclusivement à l'occasion des achats de semences d'igname et pendant la soudure entre les mois de Mai et d'Août. Durant cette période, des acheteurs et des vendeurs font la navette d'un marché à l'autre. C'est aussi à cette époque que l'on remarque la présence d'igname en provenance de régions plus lointaines. Par exemple, à Sakasso ont été recensés des marchands de Toumodi, Tiassalé, Issia, Mankono, Divo, Bouaflé, Tingréla, Dabakala, Toumodi; à Béoumi, des vendeurs de Tiassalé et de Dabakala. On ne les rencontre pas sur les marchés de savane. Ceci confirme bien l'observation selon laquelle les zones rurales de forêt seraient importatrices d'igname. En revanche, à Botro, on trouve quelques acheteurs en provenance de Yamoussokro, Sinfra, Dumé, Daloa et Divo.

C O N C L U S I O N

Au terme de cette analyse plusieurs points méritent d'être soulignés:

- Le dynamisme relativement plus important des marchés de savane par rapport à ceux de forêt en ce qui concerne la commercialisation des produits vivriers. Ceci se traduit par le nombre plus élevé de villages et de vendeurs intéressés et par le volume des ventes à l'extérieur.
- La fonction de relais tenue par tous les marchés dans la distribution des produits importés a un poids plus grand que la sphère d'activités induites par la production locale.
- Le faible rôle structurant des marchés est indéniable. Les effets des marchés intrazonaux sur leur environnement sont à peu près nuls. On enregistre dans les villages d'accueil la présence d'une ou deux boutiques qui vendent un échantillon de produits très réduit. La présence du marché n'influence guère les activités des groupes de production. Elle accompagne timidement les tendances existantes.
 - . Pour ce qui est des autres types de marchés l'importance de la demande extérieure et intérieure n'est pas neutre. Elle modèle déjà davantage le milieu ambiant.
 - . Les bourgs ruraux qui abritent les marchés à vocation interzonale ou régionale ont tous un minimum d'infrastructure commerciale. Néanmoins leur poids se fait surtout sentir sur les villages situés dans un rayon de 10 kilomètres. Ceux-ci semblent orienter leurs activités vers les produits pour lesquels ils sont assurés d'avoir un débouché. Le cas du maïs sur les marchés de savane est un exemple assez représentatif ainsi que celui de la banane sur ceux de forêt.

- La situation est différente dans le cas des marchés installés dans les centres semi-urbains.

Tout d'abord, la taille démographique du centre et la demande de produits locaux et importés qui en découle, ont permis la réunion d'un marché quotidien ou tout au moins d'un embryon.

Autour de celui-ci se dessine une double couronne:

- Une première très vaste sur laquelle il a une influence assez négligeable
- Une seconde plus petite que l'on pourrait qualifier de "couronne du bois" dont les villages sont spécialisés dans la vente des condiments, des produits de cueillette et surtout du bois de chauffe liée à la demande du centre. Le marché de Béoumi en est l'exemple le plus typique (voir carte n°24).

Sur un autre plan, il semblerait que ces flux quotidiens de personnes et de biens entre la zone rurale et le centre par l'intermédiaire du marché aient grandement facilité l'installation de commerces et de services permanents.

Toutefois cette contribution ne doit pas faire oublier celle non moins déterminante exercée par l'équipement administratif, médical et scolaire de la ville.

Le rôle des marchés demeure encore limité dans la commercialisation des produits. Le café et le coton et une grande partie du palmiste et de la cola sont collectés directement dans les villages. Seule une portion infime transite par les marchés.

Pour les autres produits locaux la même observation peut être faite. La plupart des transactions ont lieu au niveau des villages. En analysant les ventes à Bouaké des zones rurales de Botro, Diabo et Sakasso, on s'aperçoit que la part qui passe par les marchés est respectivement de 45%, 50% et 36%. Ces chiffres sont d'ailleurs largement sous-estimés car ils ne prennent pas en considération l'ensemble des exportations de la zone rurale.

Ce faible impact des marchés dans la commercialisation est encore plus évident pour les produits importés. En effet, des commerçants de Bouaké et des centres semi-urbains, de nombreux colporteurs, des vendeurs d'ovins et de caprins et de viande de boucherie, se rendent régulièrement dans les

villages. En outre, les zones rurales disposent d'une très forte densité de tabliers et de petites boutiques qui s'approvisionnent à Bouaké ou dans les centres et qui tiennent à la disposition des villageois certains produits de première nécessité (voir carte n°25). Leur prolifération atténue considérablement le rôle de redistribution des marchés.

La conjonction de tous ces éléments amenuise leur place dans les activités commerciales de la zone. Néanmoins, l'attraction que tous ces marchés exercent sur leur environnement souligne bien, qu'à côté des transactions sur les biens de consommation d'origine locale ou extérieure, ils assument une fonction sociale qui se traduit dans des domaines divers.

Certaines manifestations s'inscrivent dans le cadre du fonctionnement de la société traditionnelle. Le marché n'en est qu'un prolongement et devient un centre de transmission des informations de la vie inter-villageoise, le lieu où l'on témoigne sa solidarité au groupe à l'occasion d'un événement heureux ou malheureux et où l'effet de parade sous ses formes multiples peut s'exprimer avec le plus d'éclat. Sur un autre plan, le marché est fortement conditionné dans les centres semi-urbains par les données nouvelles auxquelles la société se trouve de plus en plus confrontée tels que les impératifs de l'organisation administrative symbolisés par la délivrance de la carte d'identité et du permis de port d'armes, la déclaration de naissance, le règlement des conflits, l'action de la publicité et de techniques d'information toujours plus pénétrantes.

Tous ces facteurs renforcent l'importance sociale du marché - il serait plus exact de parler du jour du marché - et en font un lieu de rencontre et un observatoire privilégié de ce monde rural en pleine mutation.

*
* *

OFFICE DE LA RECHERCHE
SCIENTIFIQUE ET TECHNIQUE
OUTRE-MER

MINISTERE
DU
PLAN

MINISTERE
DE
L'AGRICULTURE



LES MARCHES DU PAYS BAULE
DE LA ZONE DENSE
ANNEXES CARTOGRAPHIQUES
TOME II



J. MICHOTTE

CENTRE DE PETIT BASSAM

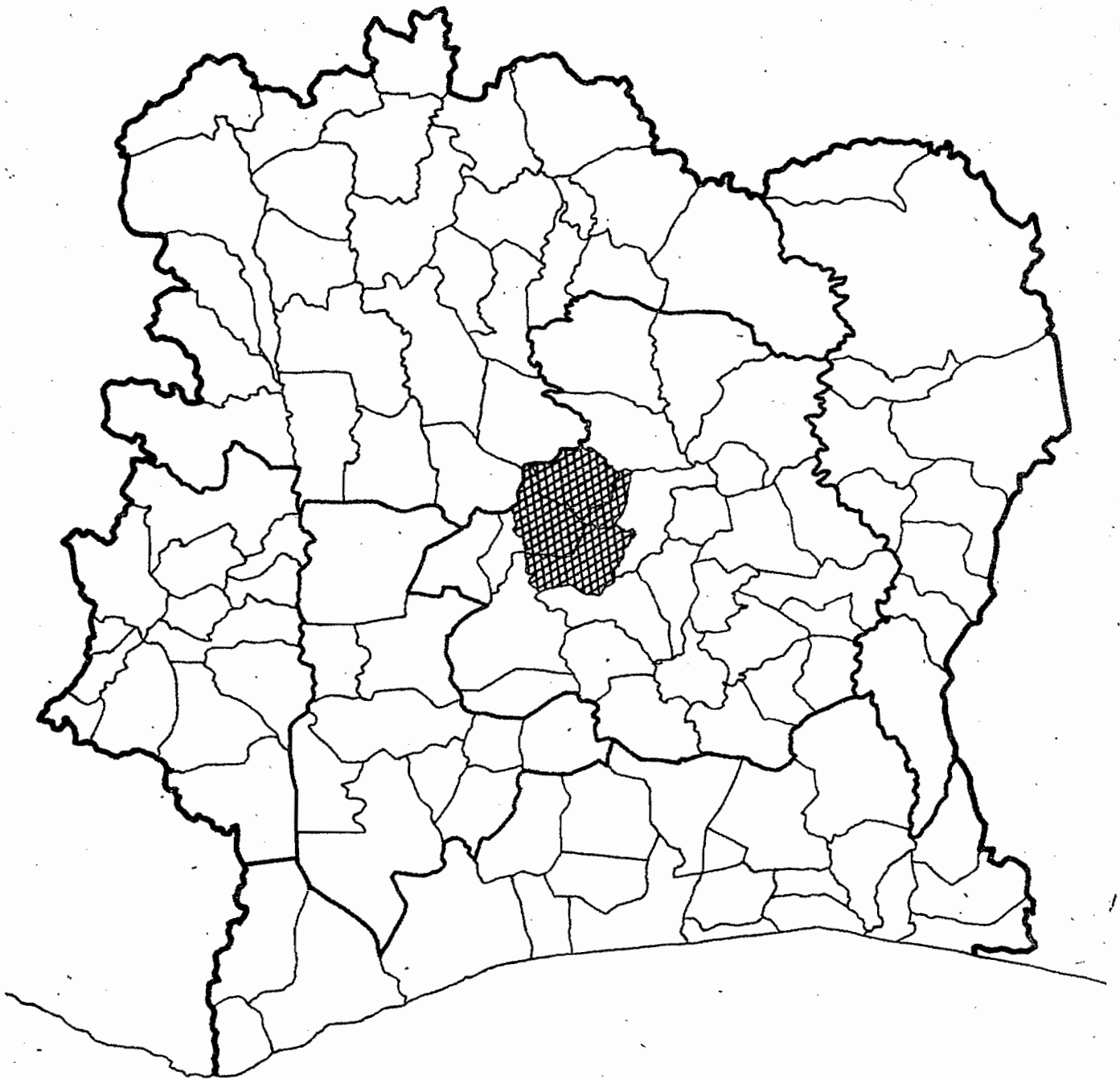
COTE D'IVOIRE

SCIENCES HUMAINES
Volume III - N° 5 - 1970

LISTE DES CARTES

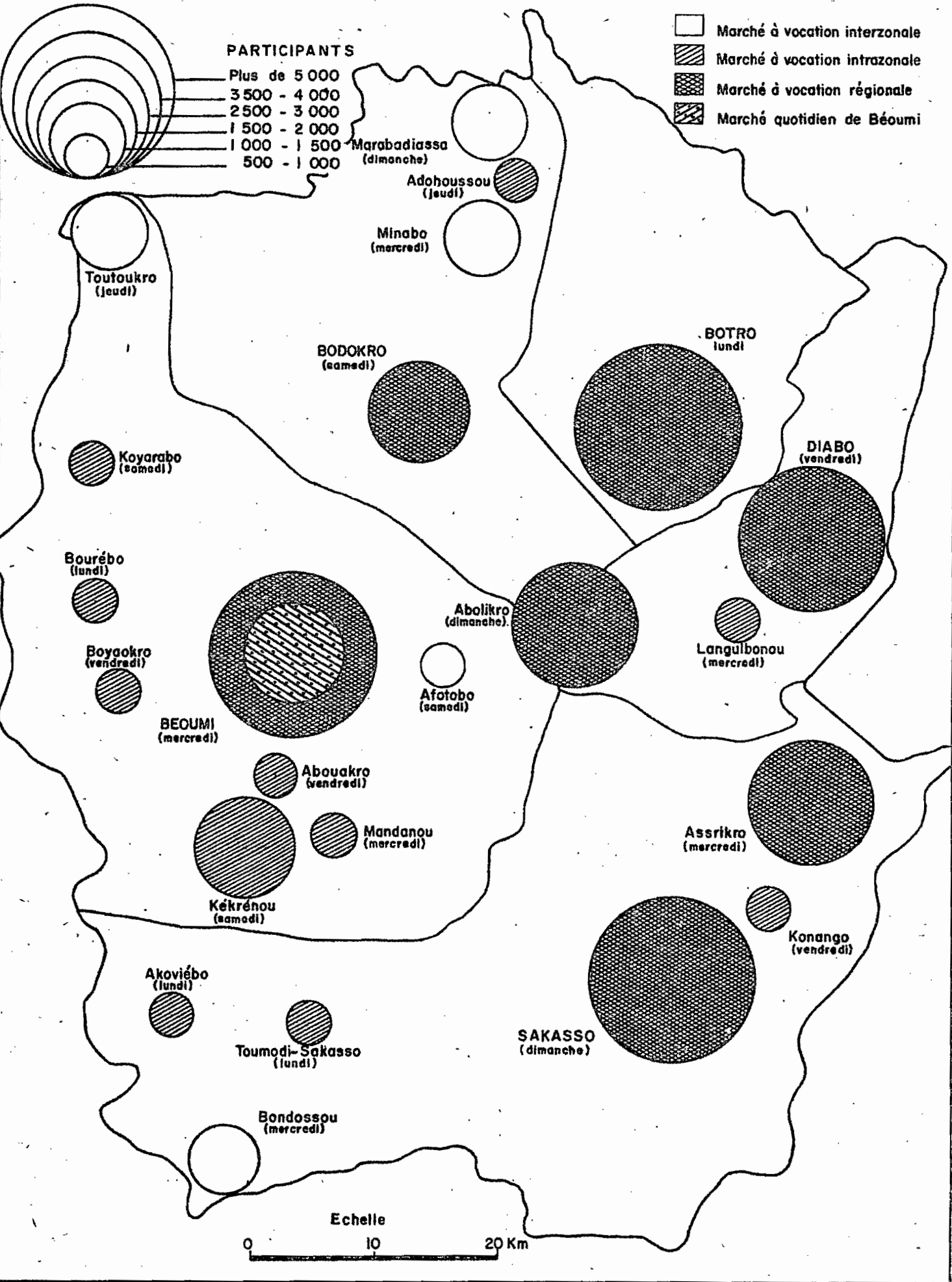
1. Localisation de la zone d'enquête par rapport à l'ensemble de la Côte d'Ivoire
2. Classification des marchés selon la taille, le pouvoir d'attraction et le jour de réunion.
3. Origine des vendeurs de produits importés sur les marchés.
4. Nombre moyen d'acheteurs en provenance de Bouaké.
5. Aire d'influence des commerçantes de la Sous-Préfecture de Béoumi.
6. Importance de l'igname commercialisée sur les marchés hebdomadaires en haute conjoncture et en basse conjoncture.
7. Importance de la banane commercialisée sur les marchés hebdomadaires en haute conjoncture et en basse conjoncture.
8. Structure des ventes à l'extérieur.
9. Classification des marchés en fonction de la moyenne hebdomadaire des ventes de poisson séché et fumé.
10. Montant des achats annuels directs de Bouaké sur les marchés de la zone.
11. Répartition des achats entre produits alimentaires importés et produits locaux selon la période de l'année.
12. Nombre de vendeurs sur les marchés selon le produit commercialisé.
13. Provenance des acheteurs, vendeurs et visiteurs sur quelques marchés et leur répartition selon le mode de transport utilisé.
14. Evolution du chiffre d'affaires des magasins "CHAINE AVION" au cours de la campagne 1967 - 68.
15. Part relative des produits vivriers dans les ventes de la zone à l'extérieur selon la période de l'année sur les principaux marchés.
16. Nombre de villages approvisionnant les marchés selon le produit et la provenance.

Localisation de la zone d'enquête par rapport à l'ensemble de la Côte d'Ivoire



Echelle: 1/4 000 000

CLASSIFICATION DES MARCHÉS SELON LA TAILLE, LE POUVOIR D'ATTRACTION ET LE JOUR DE RÉUNION



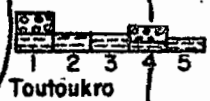
ORIGINE DES VENDEURS DE PRODUITS IMPORTÉS SUR LES MARCHÉS (1)

- 1 Poisson
- 2 Poulet
- 3 Mouton
- 4 Pagne
- 5 Pain

Echelle



— = 2 vendeurs



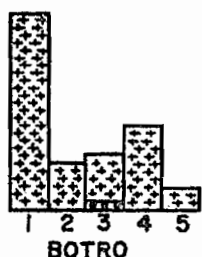
Toutoukro



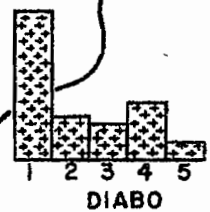
BODOKRO



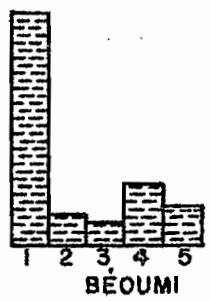
Marabadiassa



BOTRO



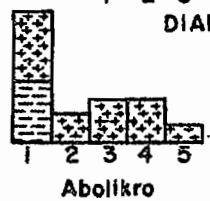
DIABO



BÉOUMI



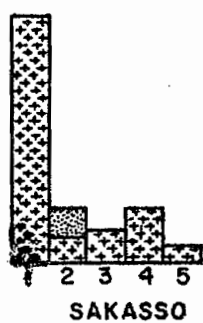
Afotobo



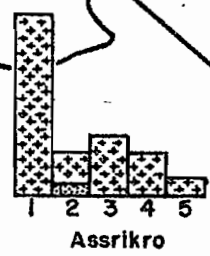
Abolikro



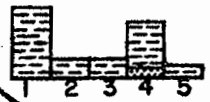
Kékrou



SAKASSO



Assikro



Bondossou



BÉOUMI

BOUAKÉ



MARABADIASSA

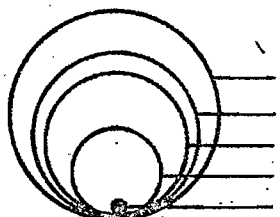


AFOTOBO

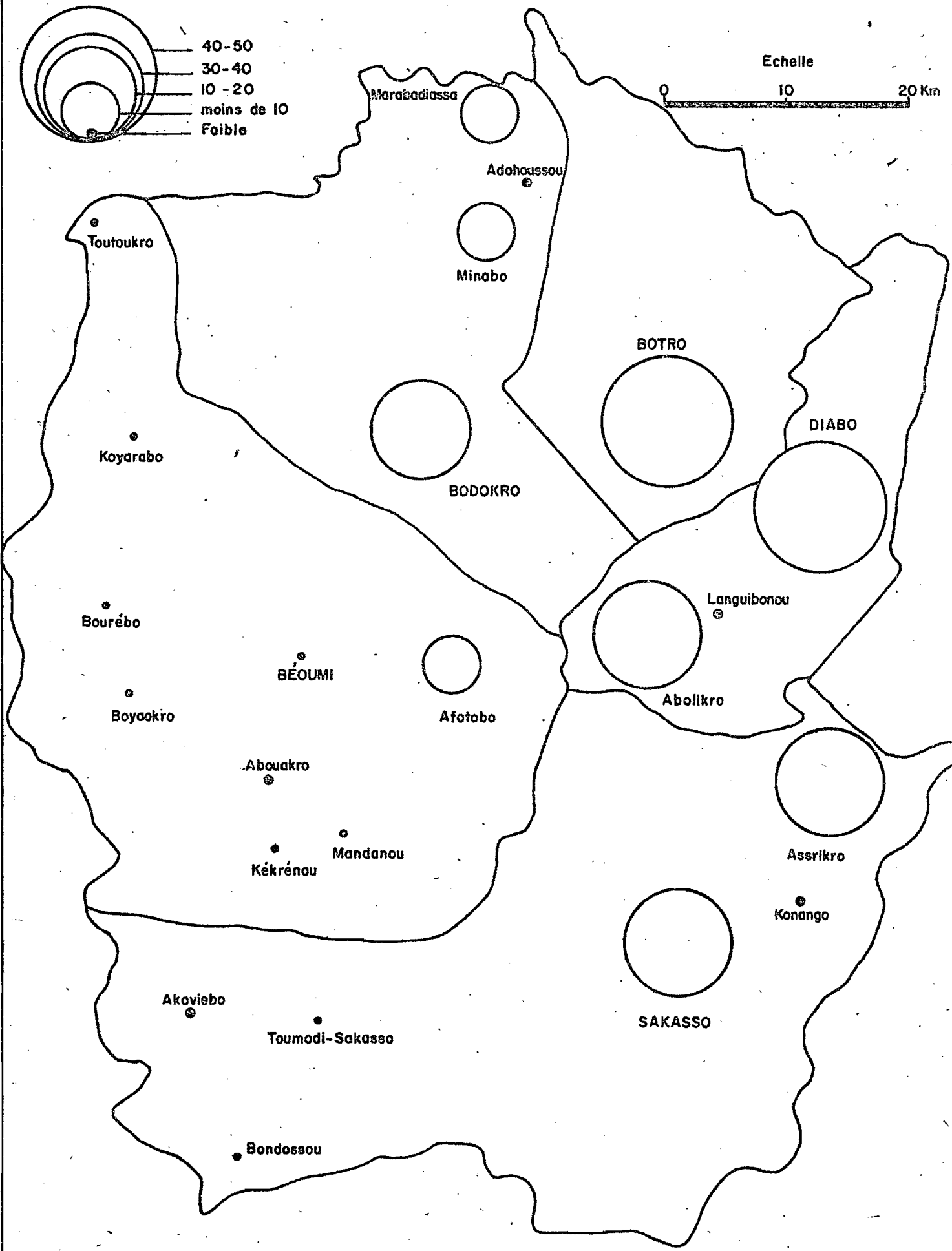
SAKASSO

(1). Il s'agit de quelques marchés représentatifs

NOMBRE MOYEN D'ACHETEURS EN PROVENANCE DE BOUAKE



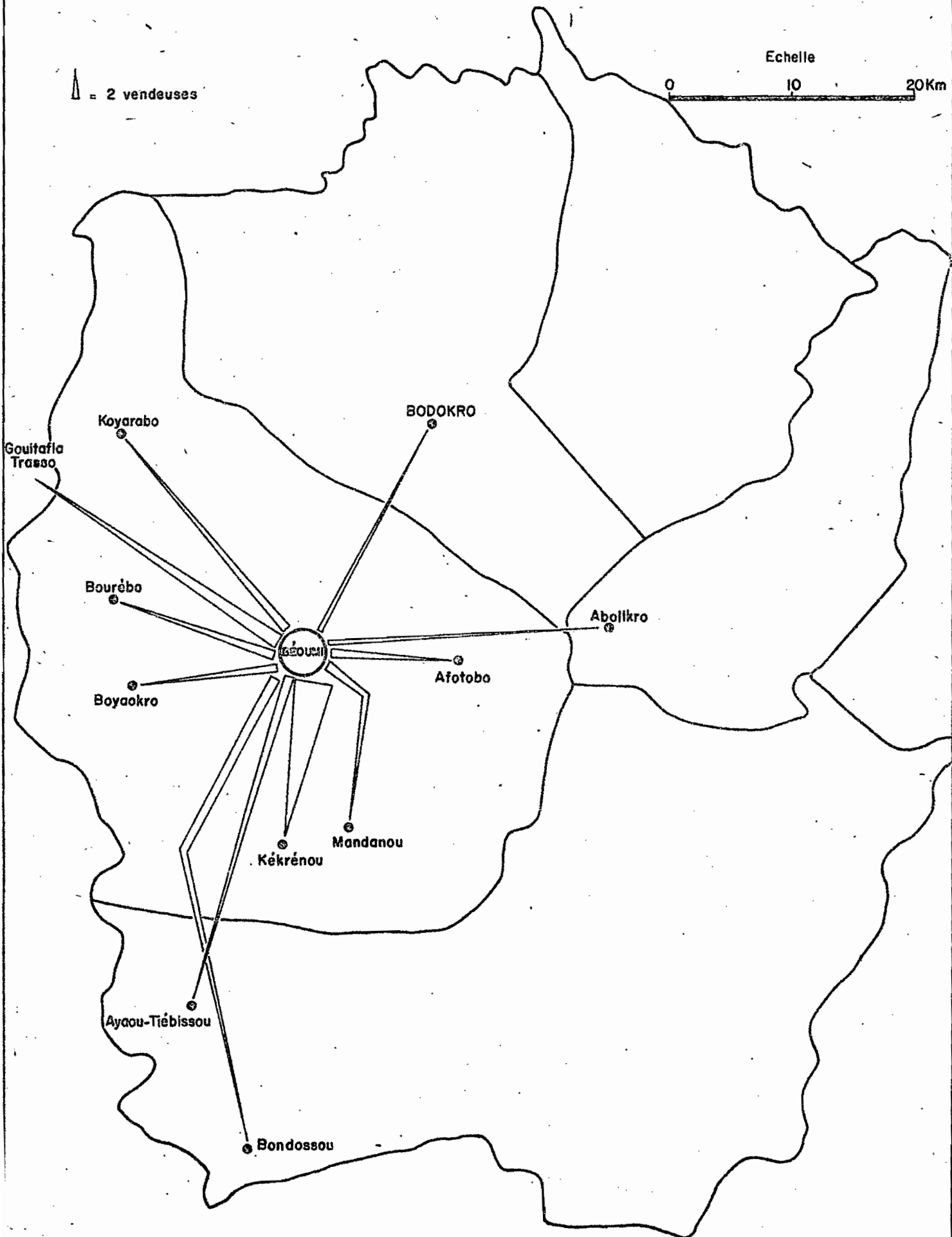
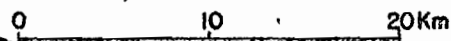
Echelle



AIRE D'INFLUENCE DES COMMERCANTES DE LA SOUS-PRÉFECTURE DE BÉOUMI

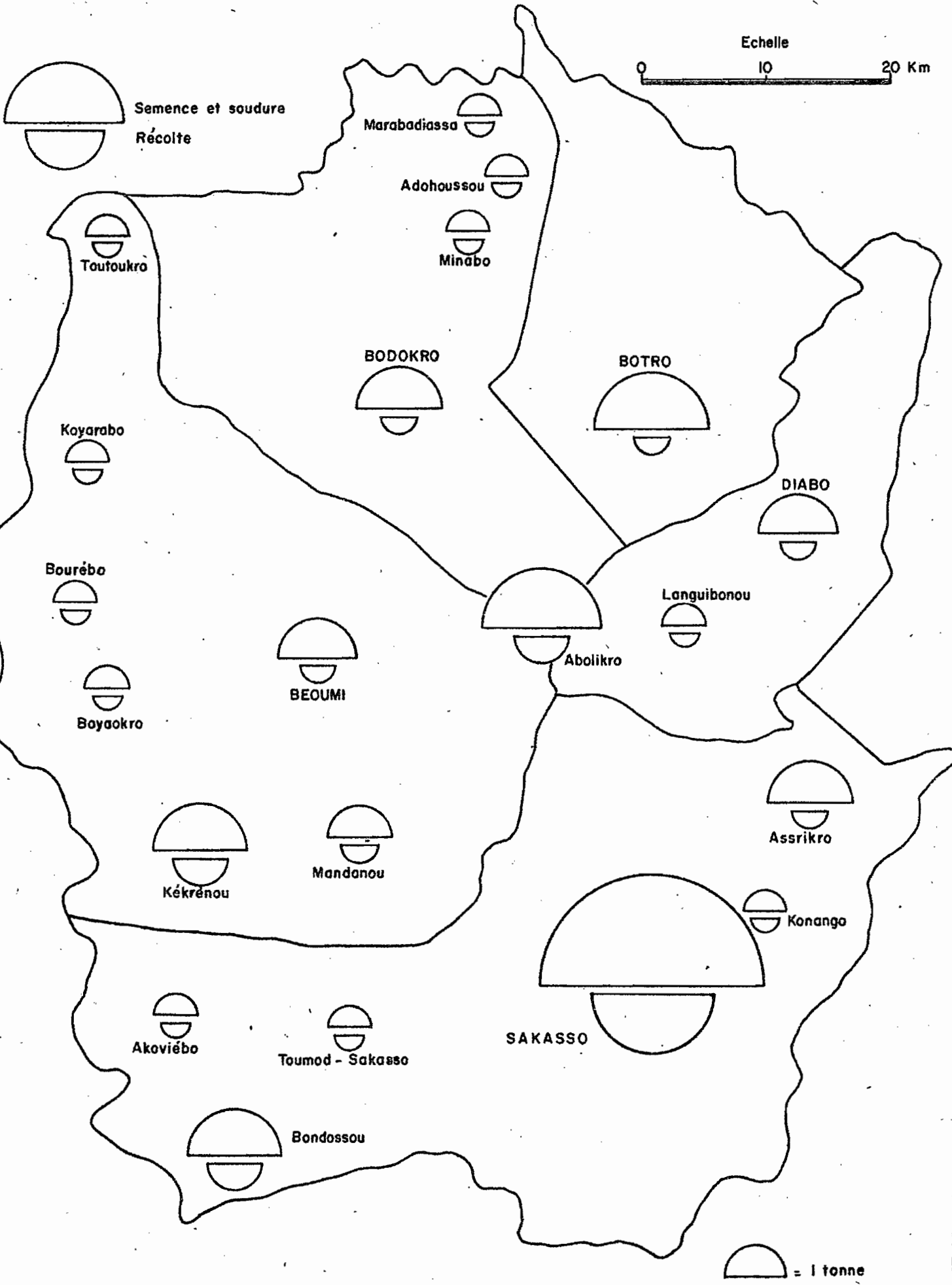
▲ = 2 vendeuses

Echelle

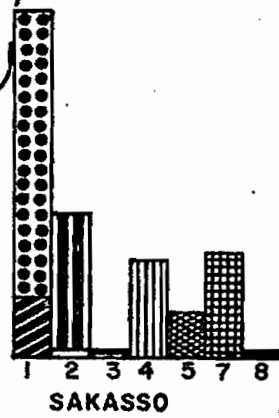
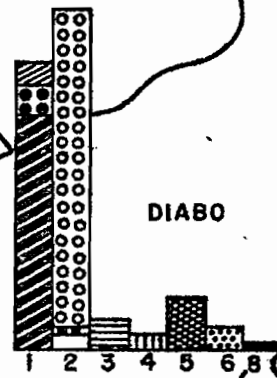
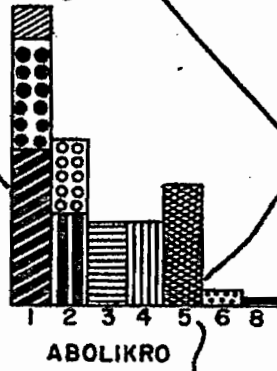
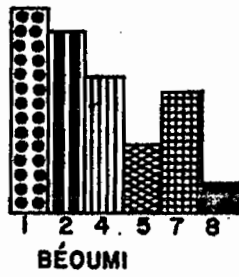
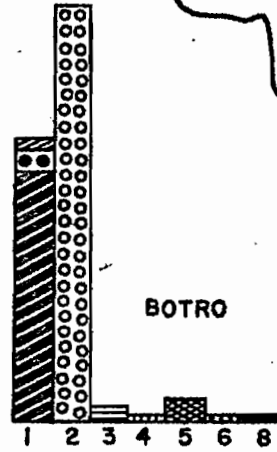
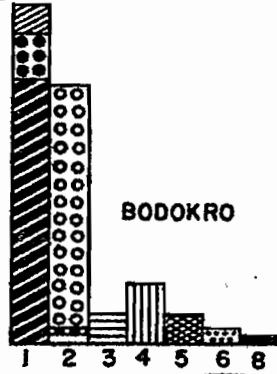
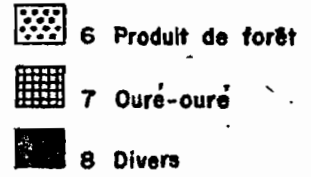
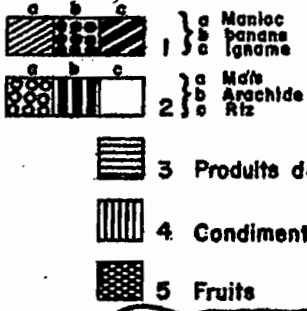


IMPORTANCE DE LA BANANE COMMERCIALISÉE SUR LES MARCHÉS

HEBDOMADAIRES EN HAUTE CONJONCTURE ET EN BASSE CONJONCTURE



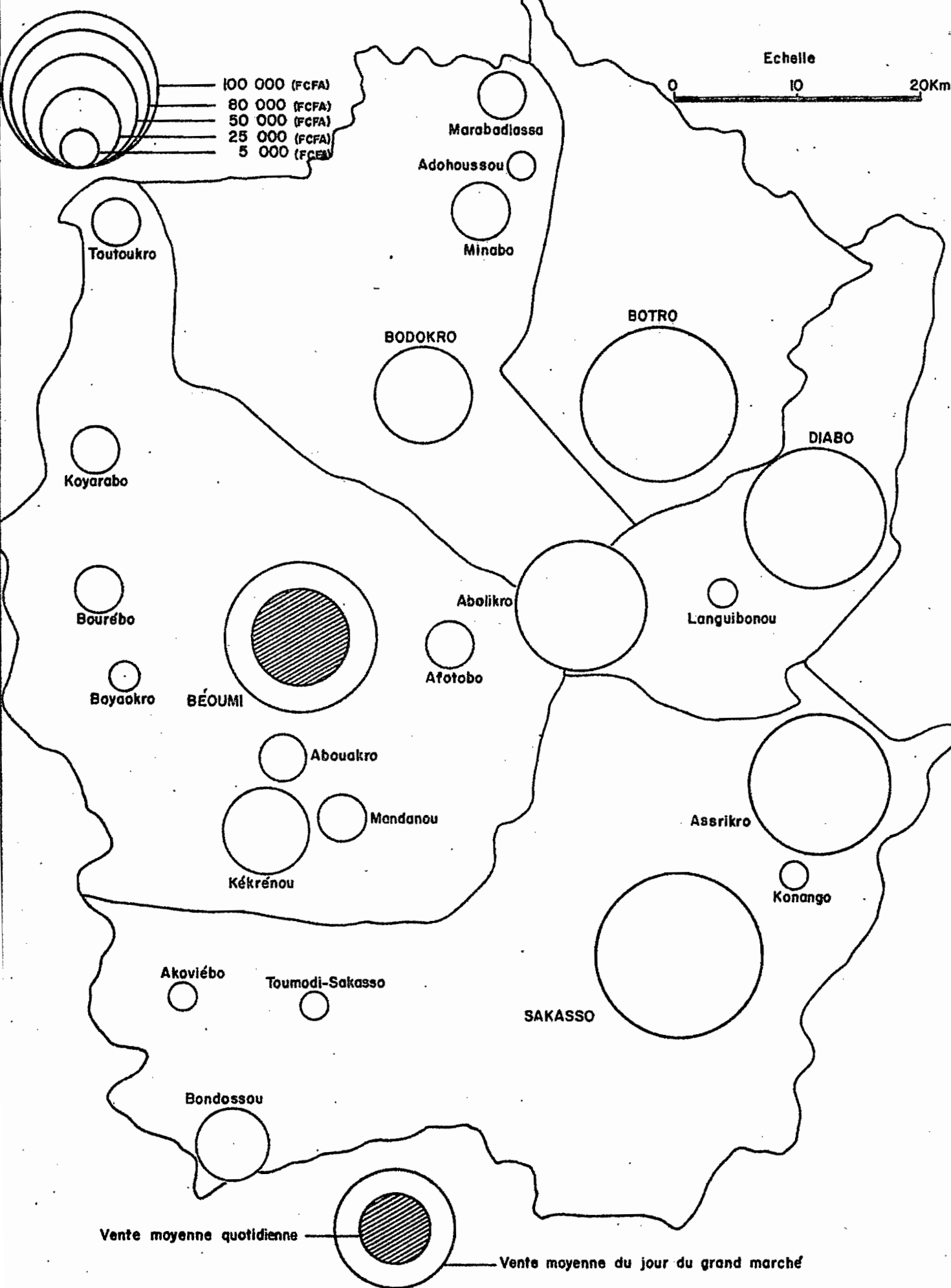
STRUCTURE DES VENTES A L'EXTÉRIEUR



Echelle

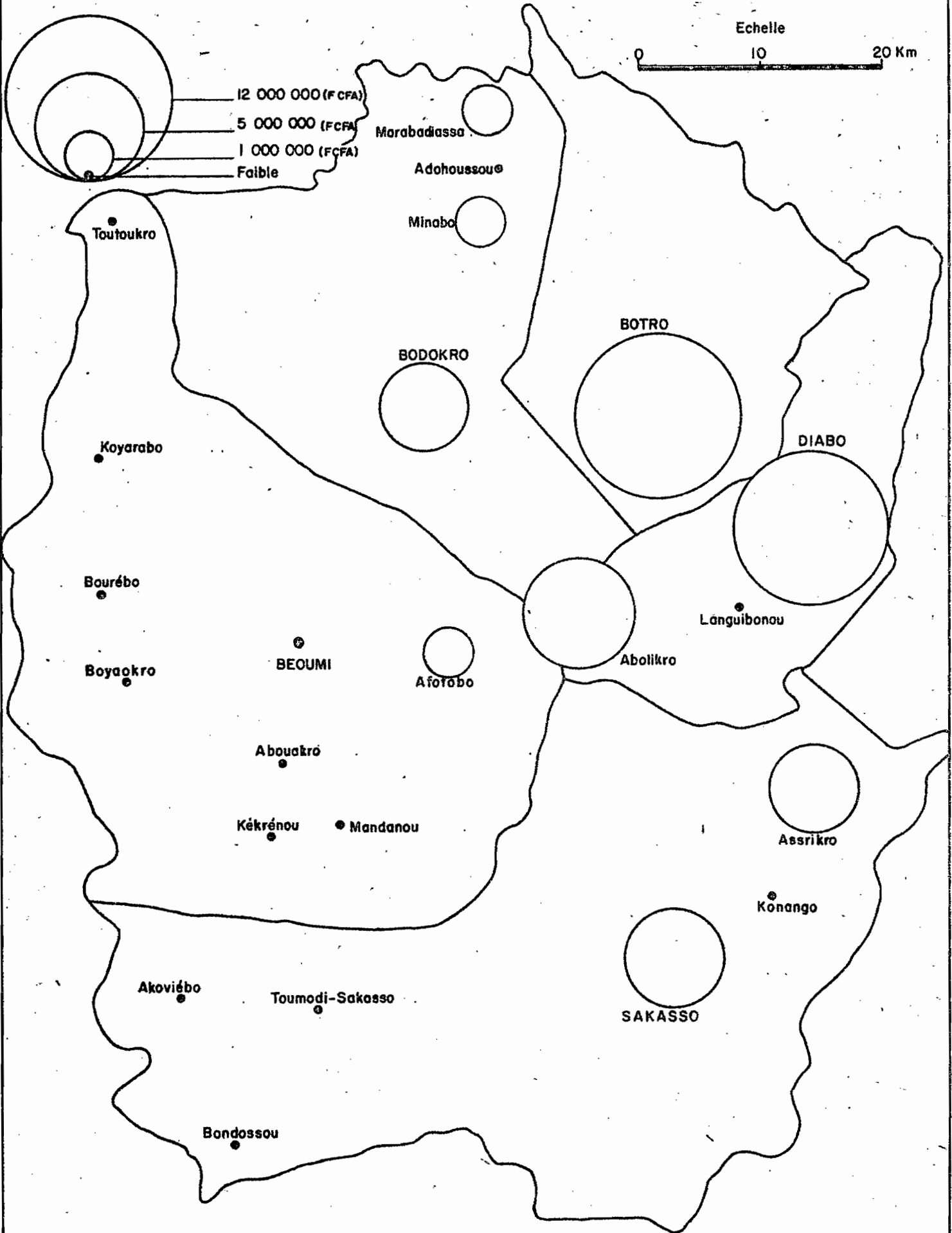


CLASSIFICATION DES MARCHÉS EN FONCTION DE LA MOYENNE HEBDOMADAIRE DES VENTES DE POISSON SECHÉ ET FUMÉ



MONTANT DES ACHATS ANNUELS DIRECTS DE BOUAKÉ

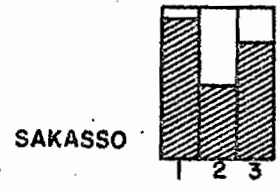
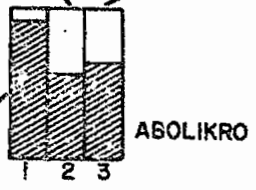
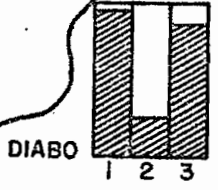
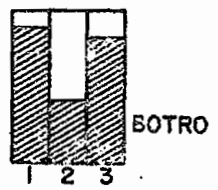
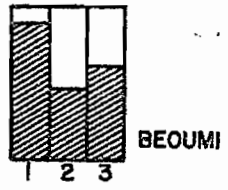
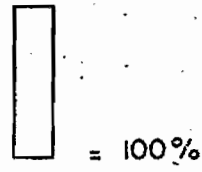
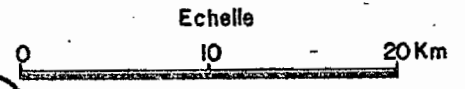
SUR LES MARCHÉS DE LA ZONE (1)



(1) Vivriers, produits de cueillette et de l'artisanat local

RÉPARTITION DES ACHATS ENTRE PRODUITS ALIMENTAIRES IMPORTÉS ET PRODUITS LOCAUX SELON LA PÉRIODE DE L'ANNÉE

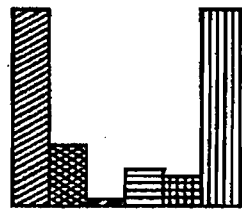
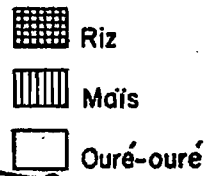
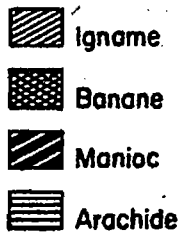
- 1 Décembre - Mars
- 2 Avril - Juillet
- 3 Aout - Novembre



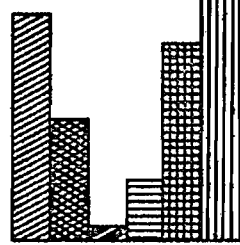
Alimentaires importés

Produits locaux

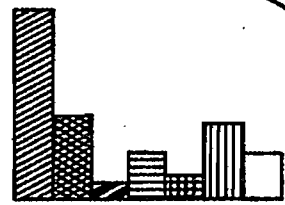
NOMBRE MOYEN DE VENDEURS SUR LES MARCHÉS SELON LE PRODUIT COMMERCIALISÉ



BODOKRO



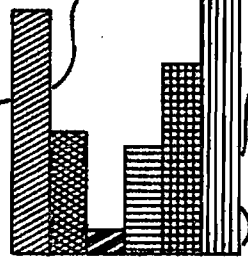
BOTRO



BÉOUMI



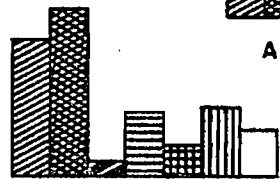
ABOLIKRO



DIABO



ASSRIKRO



SAKASSO




Echelle






— a 5 vendeurs

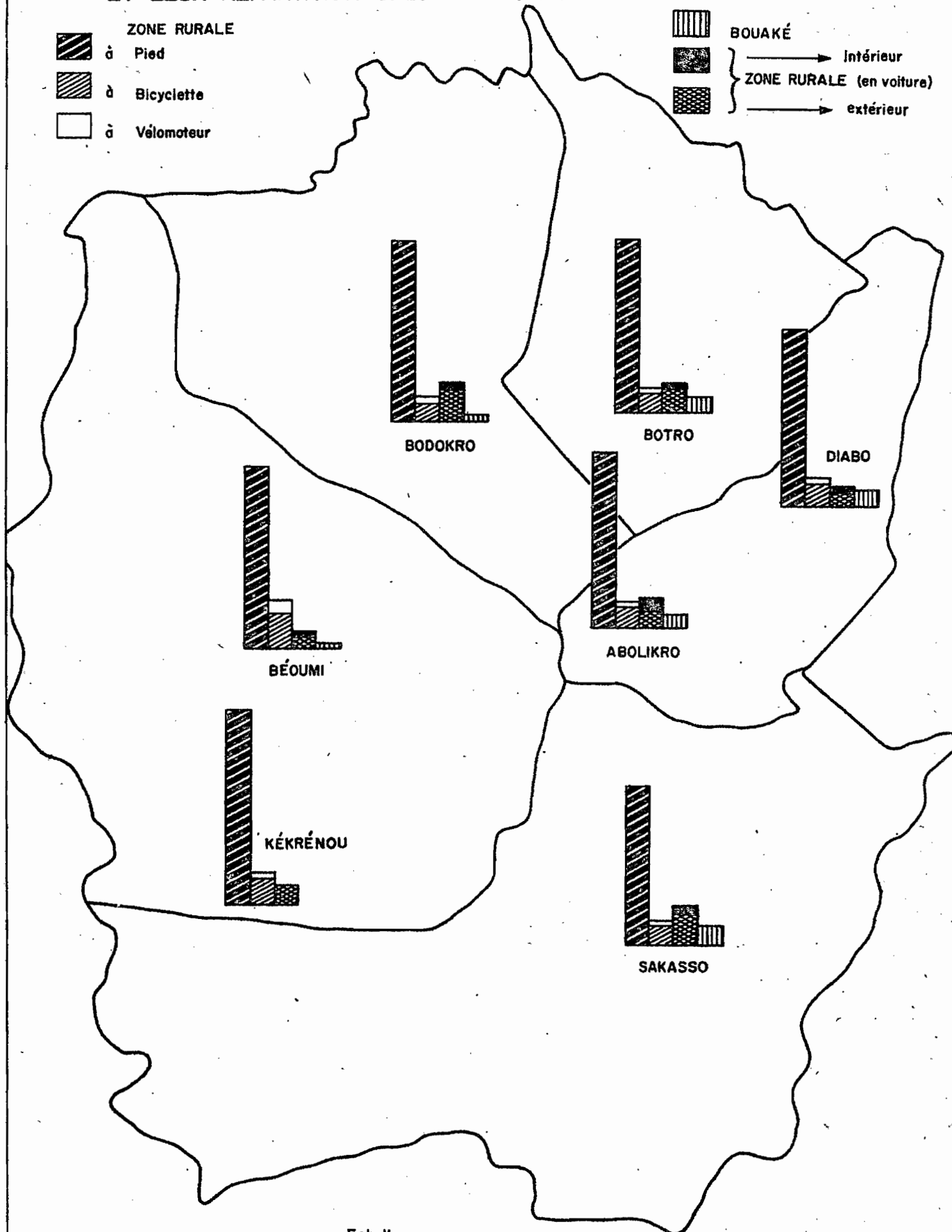
PROVENANCE DES ACHETEURS, VENDEURS ET VISITEURS SUR QUELQUES MARCHÉS ET LEUR RÉPARTITION SELON LE MODE DE TRANSPORT UTILISÉ

ZONE RURALE

-  à Pied
-  à Bicyclette
-  à VéloMOTEUR

BOUAKÉ

-  Intérieur
-  ZONE RURALE (en voiture)
-  extérieur



Echelle



2%

Evolution du chiffre d'affaires des magasins CHAINE AVION

de Béoumi, Botro et Sakasso

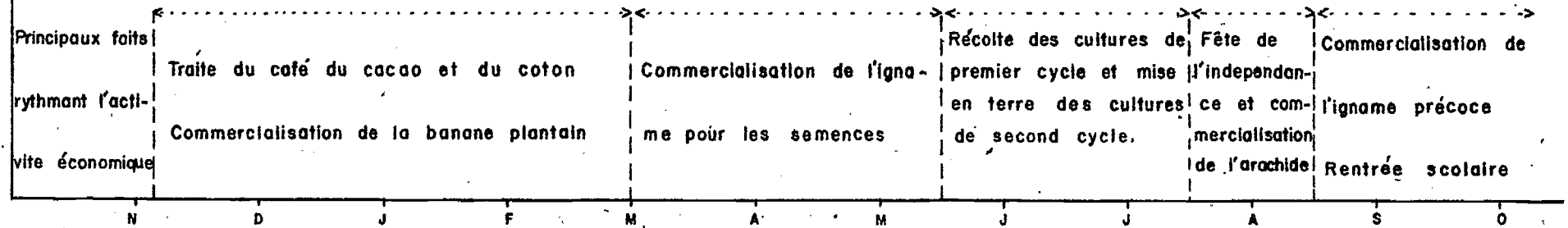
au cours de la campagne 1967-68

Carte n° 14

— Béoumi
 - - - Sakasso
 - · - · Botro

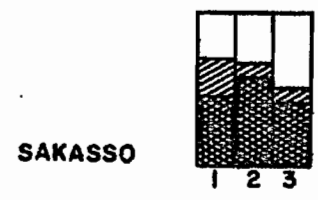
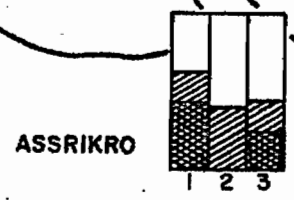
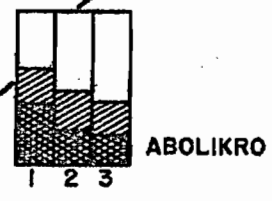
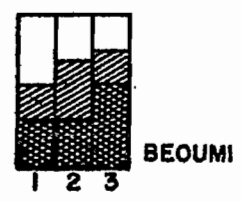
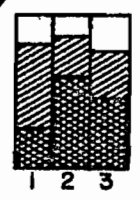
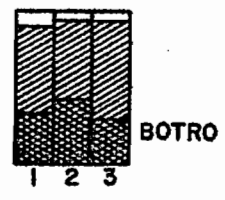
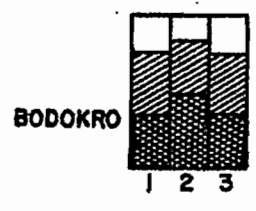
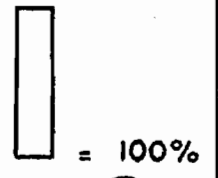
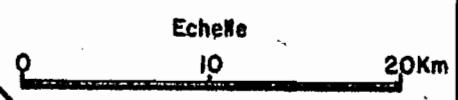
100

50



PART RELATIVE DES PRODUITS VIVRIERS DANS LES VENTES DE LA ZONE A L'EXTERIEUR SELON LA PERIODE DE L'ANNEE SUR LES PRINCIPAUX MARCHÉS



- 1 Décembre-Mars
- 2 Avril-Juillet
- 3 Aout-Novembre

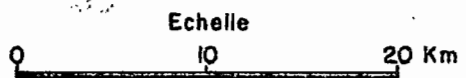
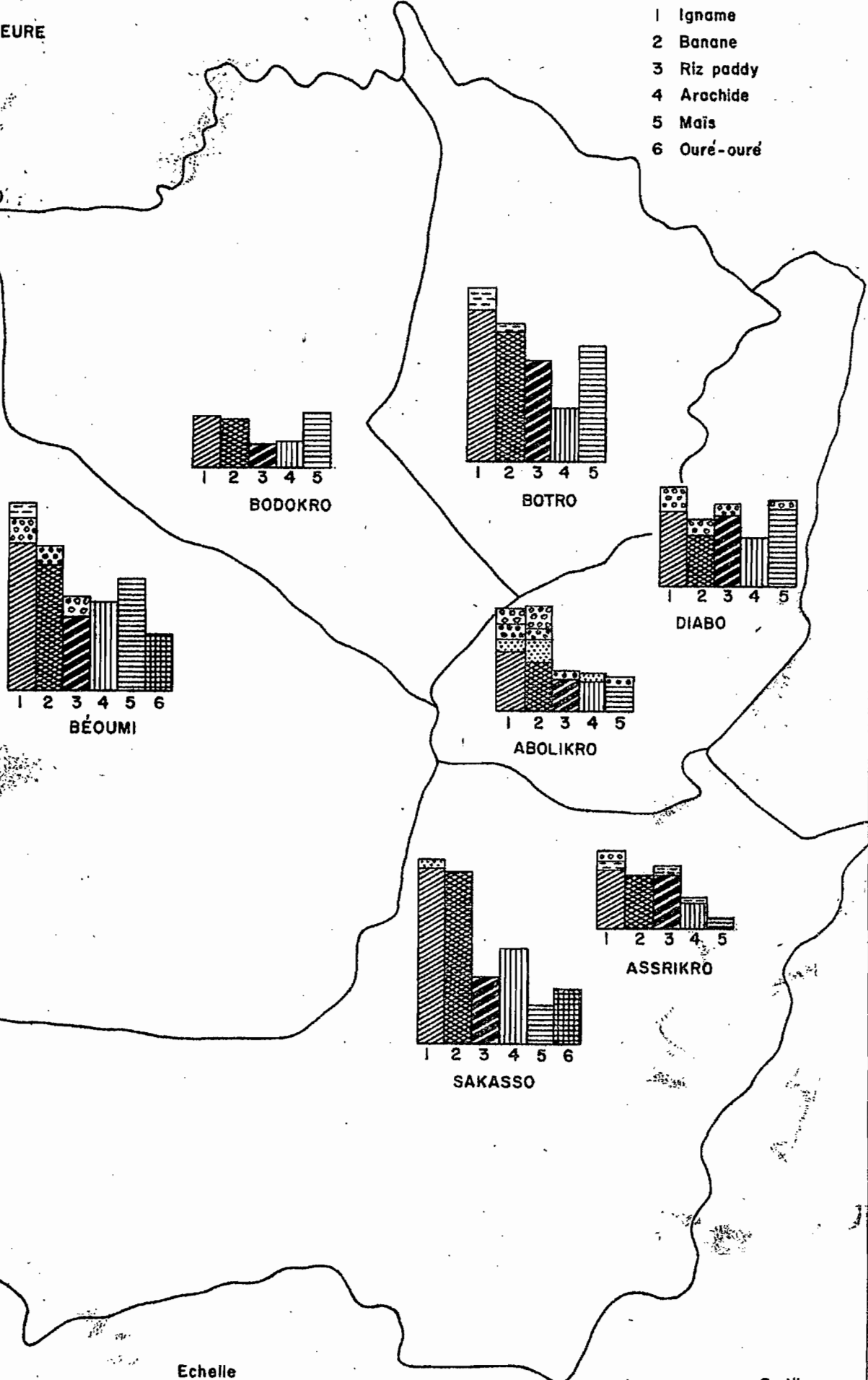



NOMBRE DE VILLAGES APPROVISIONNANT LES MARCHÉS SELON LE PRODUIT ET LA PROVENANCE

- 1 Igname
- 2 Banane
- 3 Riz paddy
- 4 Arachide
- 5 Mais
- 6 Ouré-ouré

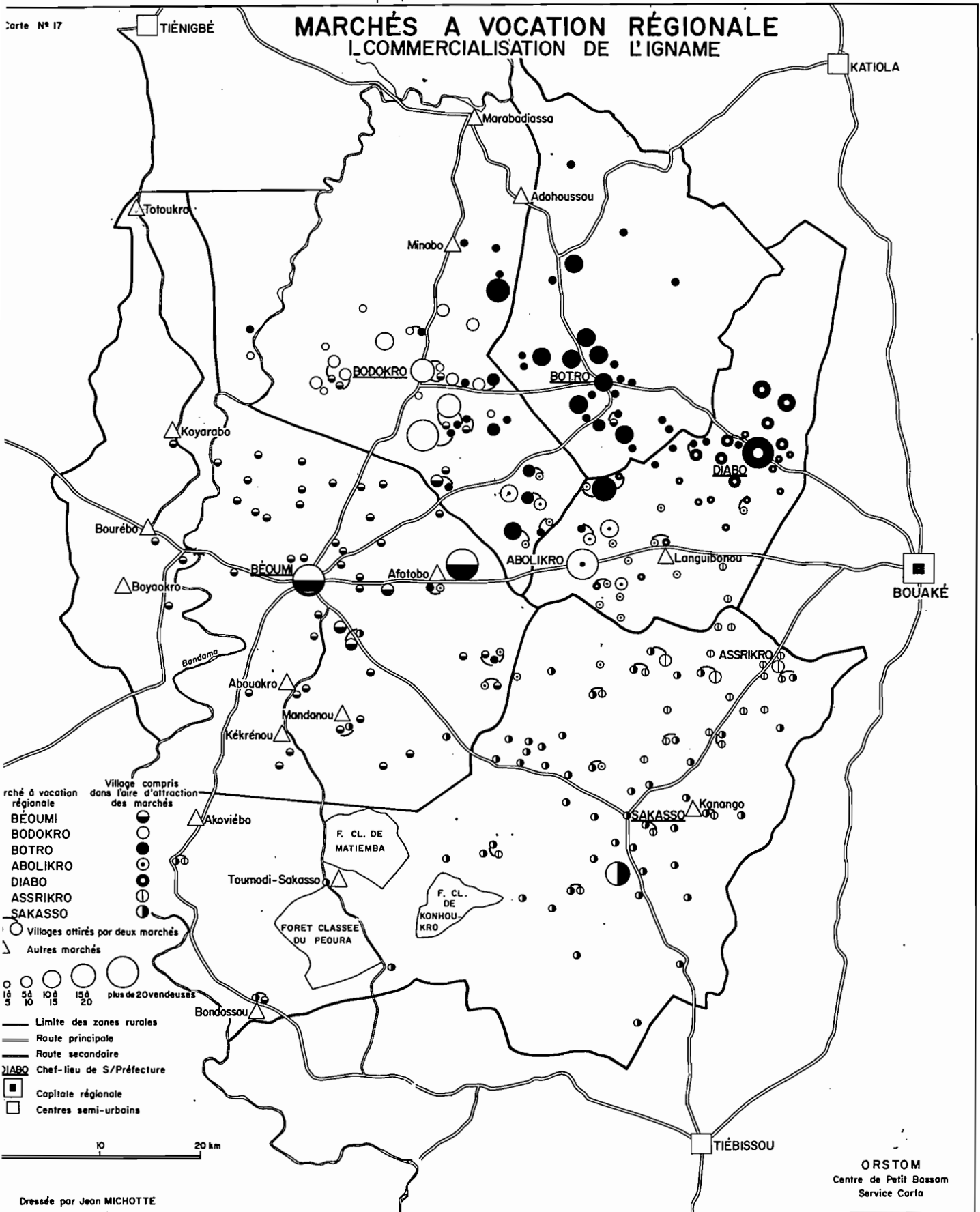
PROVENANCE EXTÉRIEURE

-  BOTRO
-  BÉOUMI
-  DIABO
-  SAKASSO



 = 2 villages

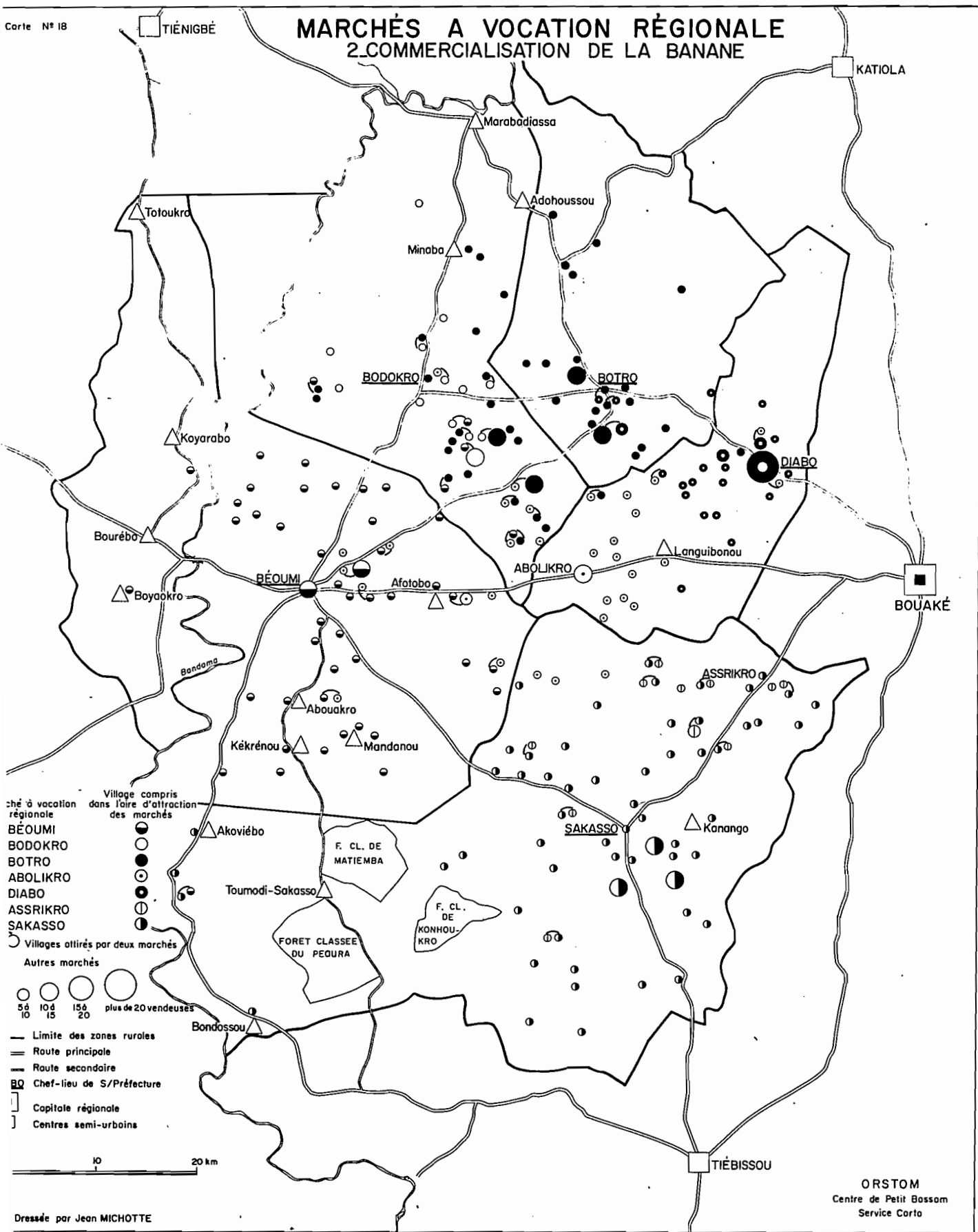
MARCHÉS A VOCATION REGIONALE L'COMMERCIALISATION DE L'IGNAME



- Marché à vocation régionale
- Villages attirés par deux marchés
- Autres marchés
- 5 à 5
- 5 à 10
- 10 à 15
- 15 à 20
- plus de 20 vendeuses
- Limite des zones rurales
- Route principale
- Route secondaire
- ▣ DIABO Chef-lieu de S/Préfecture
- Capitale régionale
- Centres semi-urbains

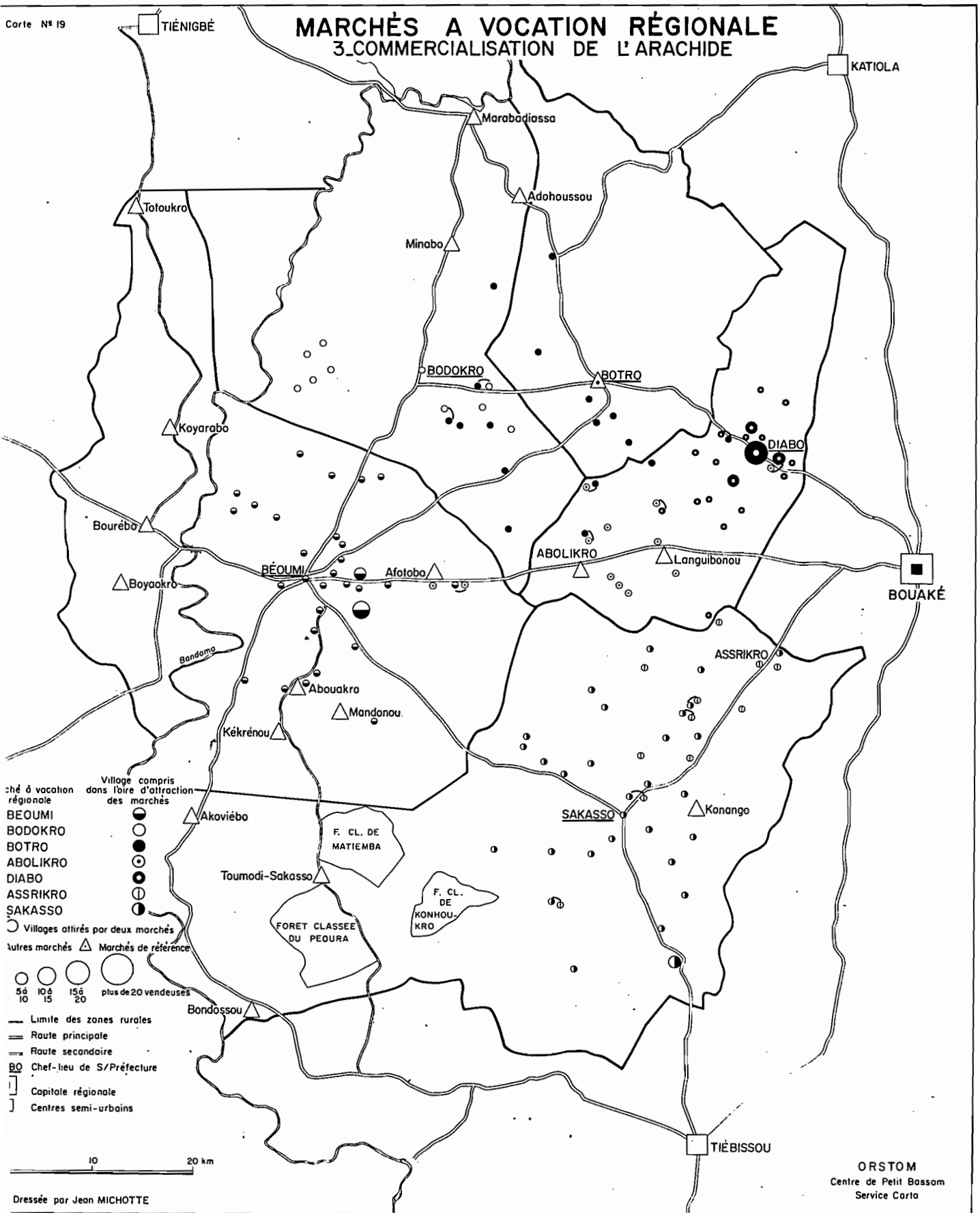
ORSTOM
Centre de Petit Bassam
Service Carta

MARCHÉS A VOCATION RÉGIONALE 2.COMMERCIALISATION DE LA BANANE

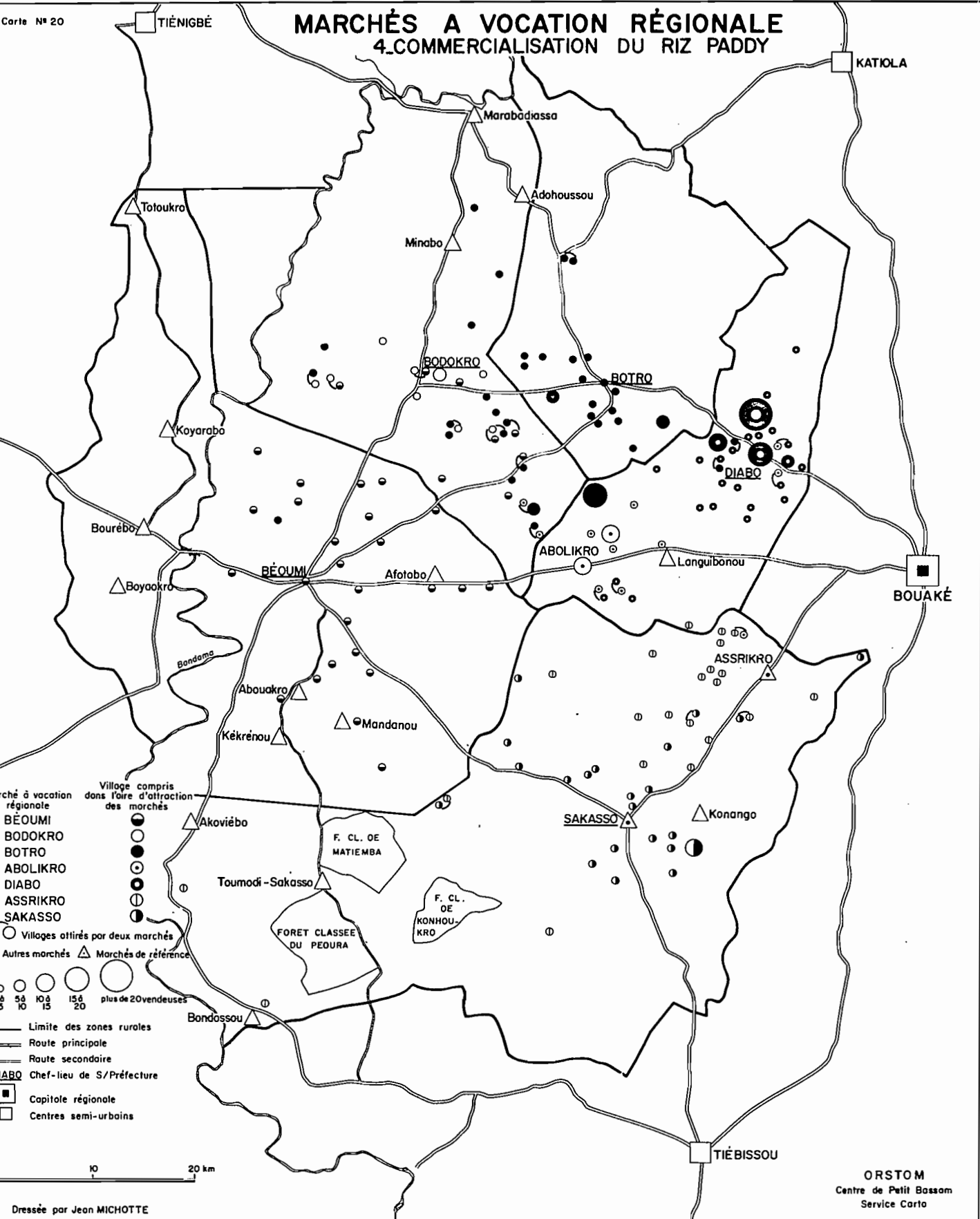


MARCHÉS A VOCATION RÉGIONALE

3. COMMERCIALISATION DE L'ARACHIDE



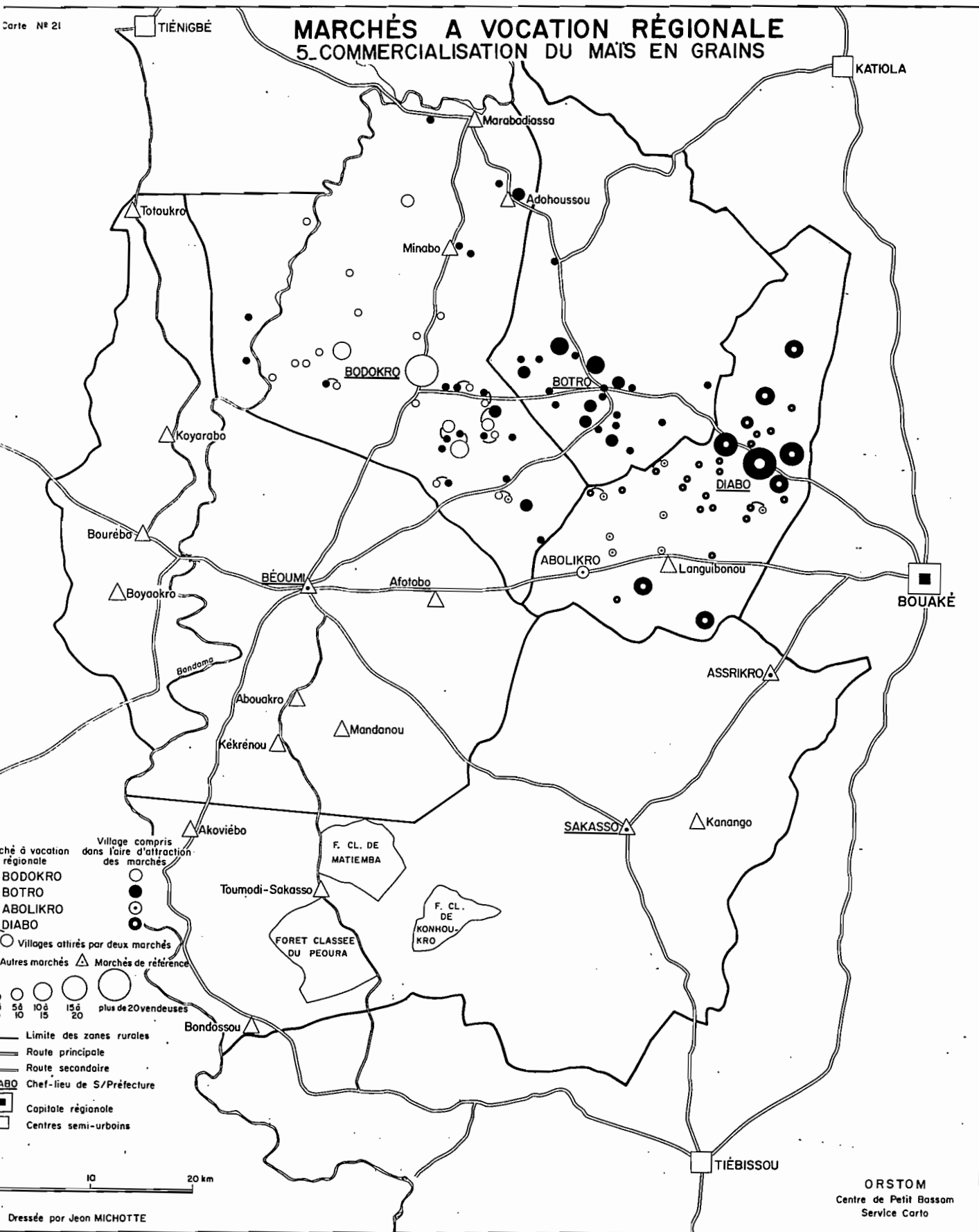
MARCHÉS A VOCATION RÉGIONALE 4.COMMERCIALISATION DU RIZ PADDY



Dressée par Jean MICHOTTE

ORSTOM
Centre de Petit Bassam
Service Carte

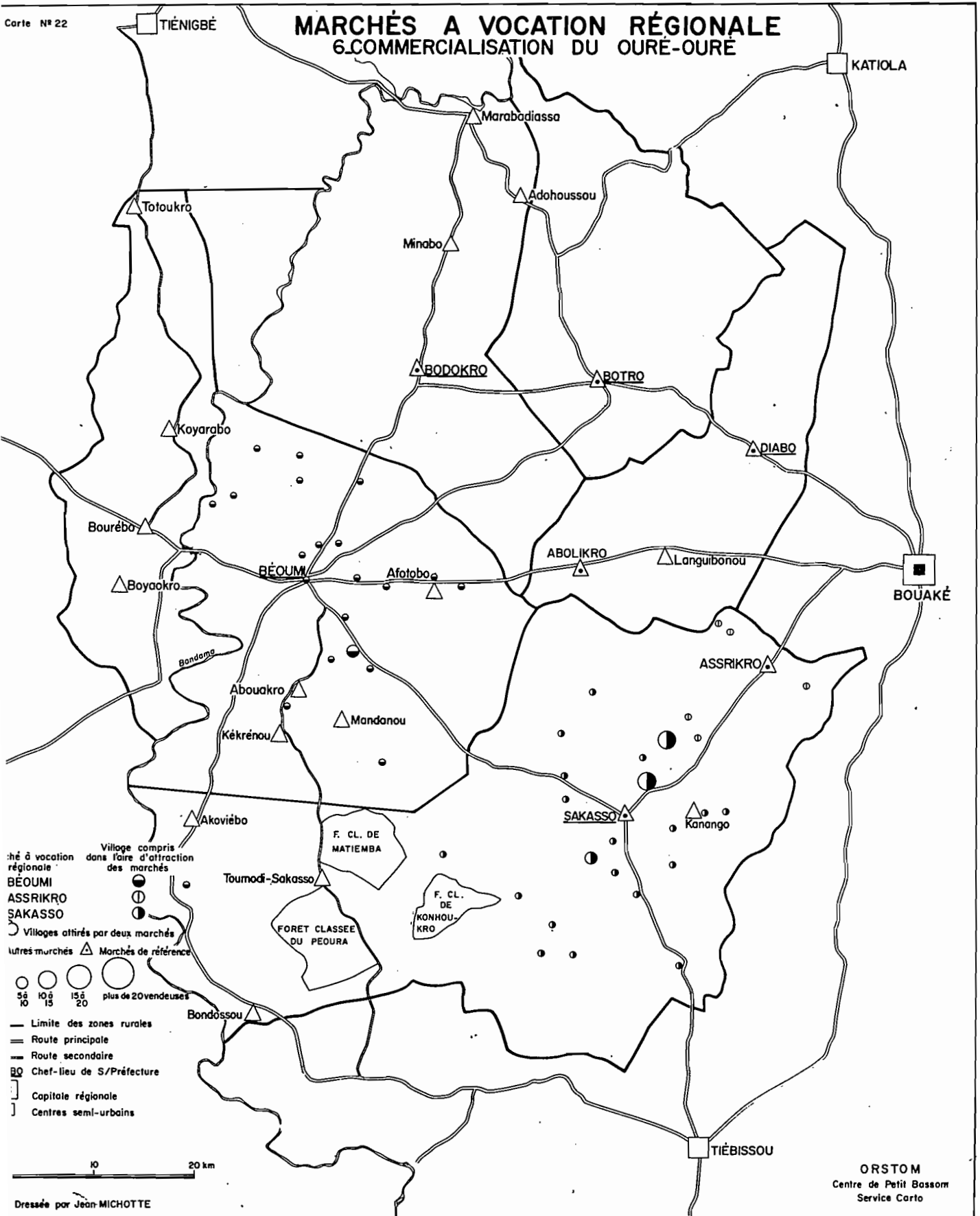
MARCHÉS A VOCATION RÉGIONALE 5. COMMERCIALISATION DU MAÏS EN GRAINS



- Marché à vocation régionale
- BODOKRO
- BOTRO
- ABOLIKRO
- DIABO
- Villages attirés par deux marchés
- Autres marchés
- Marchés de référence
- Village compris dans l'aire d'attraction des marchés
- 1 à 5
- 5 à 10
- 10 à 15
- 15 à 20
- plus de 20 vendeuses
- Limite des zones rurales
- Route principale
- Route secondaire
- Chef-lieu de S/Préfecture
- DIABO
- Capitale régionale
- Centres semi-urbains

10 20 km

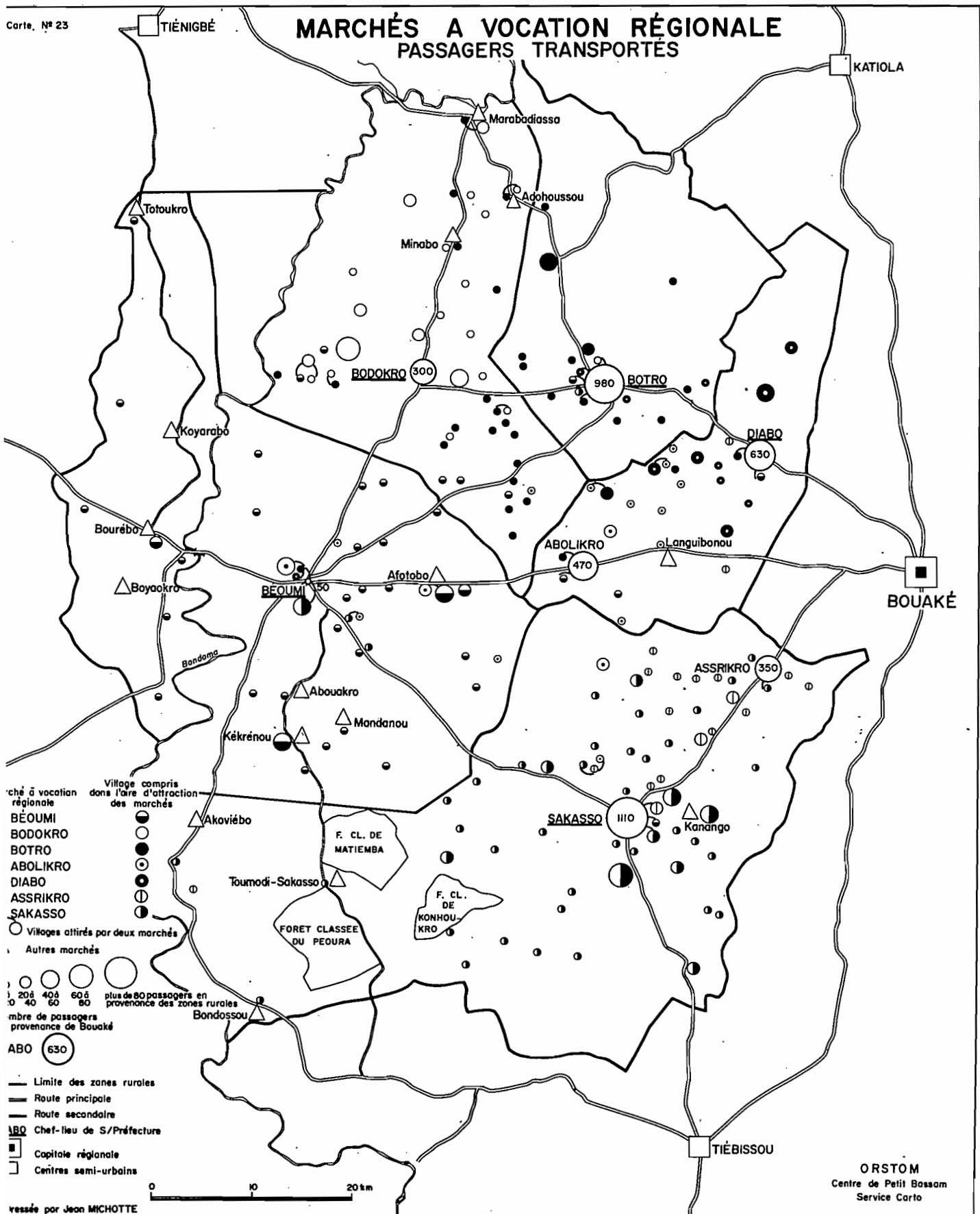
MARCHÉS A VOCATION RÉGIONALE 6.COMMERCIALISATION DU OURE-OURE



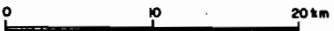
- Village à vocation régionale
 - Village compris dans l'aire d'attraction des marchés
 - Villages attirés par deux marchés
 - autres marchés
 - △ Marchés de référence
- 50
10
15
20
plus de 20 vendeuses
- Limite des zones rurales
 - == Route principale
 - - - Route secondaire
 - Chef-lieu de S/Préfecture
 - Capitale régionale
 - Centres semi-urbains



MARCHÉS A VOCATION REGIONALE PASSAGERS TRANSPORTÉS

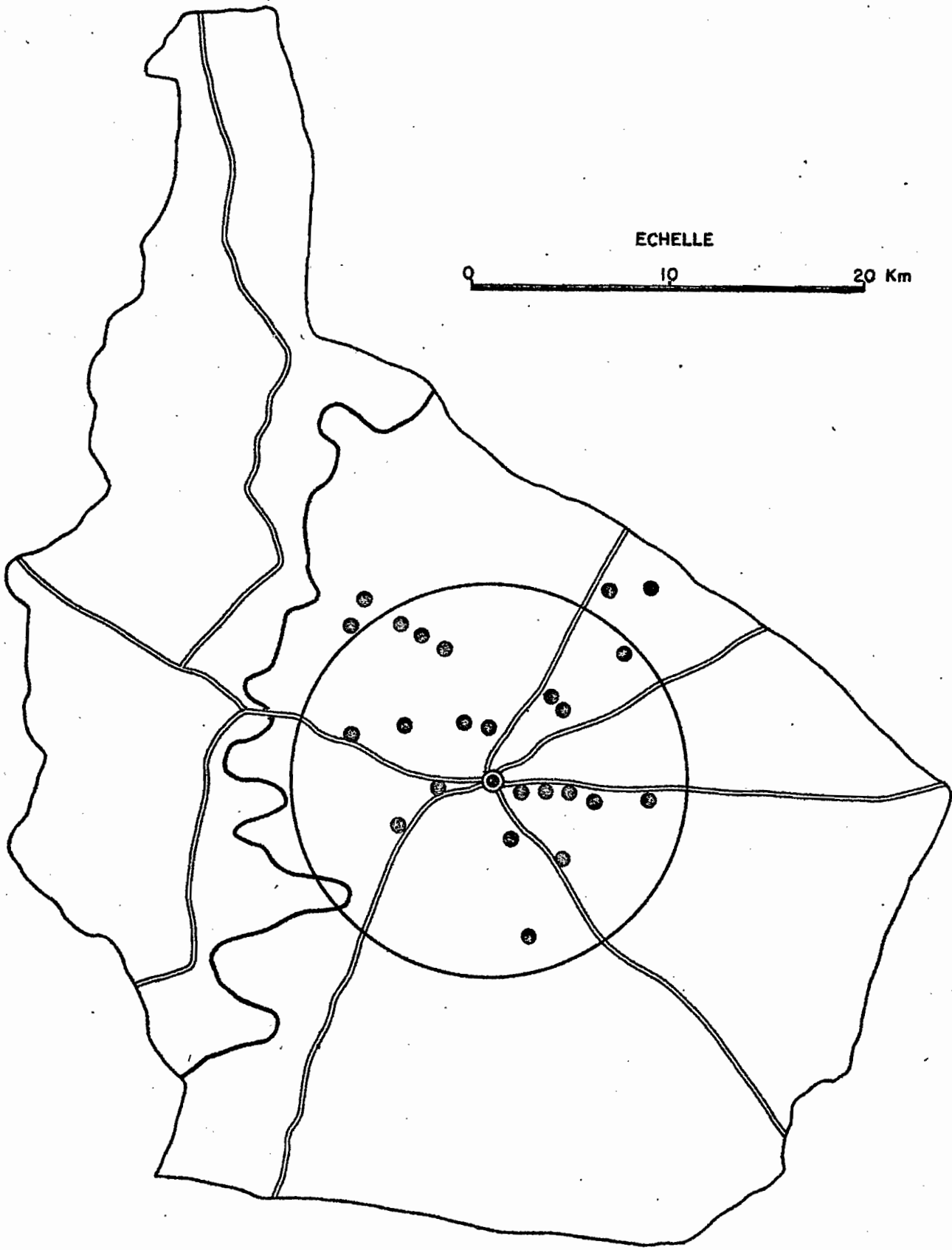


- Marché à vocation régionale
dans l'aire d'attraction
des marchés
- BÉOUMI
 - BODOKRO
 - BOTRO
 - ABOLIKRO
 - DIABO
 - ASSRIKRO
 - SAKASSO
- Villages attirés par deux marchés
- Autres marchés
- 20 à 40 ○ 40 à 60 ○ 60 à 80 ○ plus de 80 passagers en provenance des zones rurales
- nombre de passagers provenance de Bouaké
- ABO (630)
- Limite des zones rurales
 - Route principale
 - Route secondaire
 - ▭ Chef-lieu de S/Préfecture
 - Capitale régionale
 - Centres semi-urbains



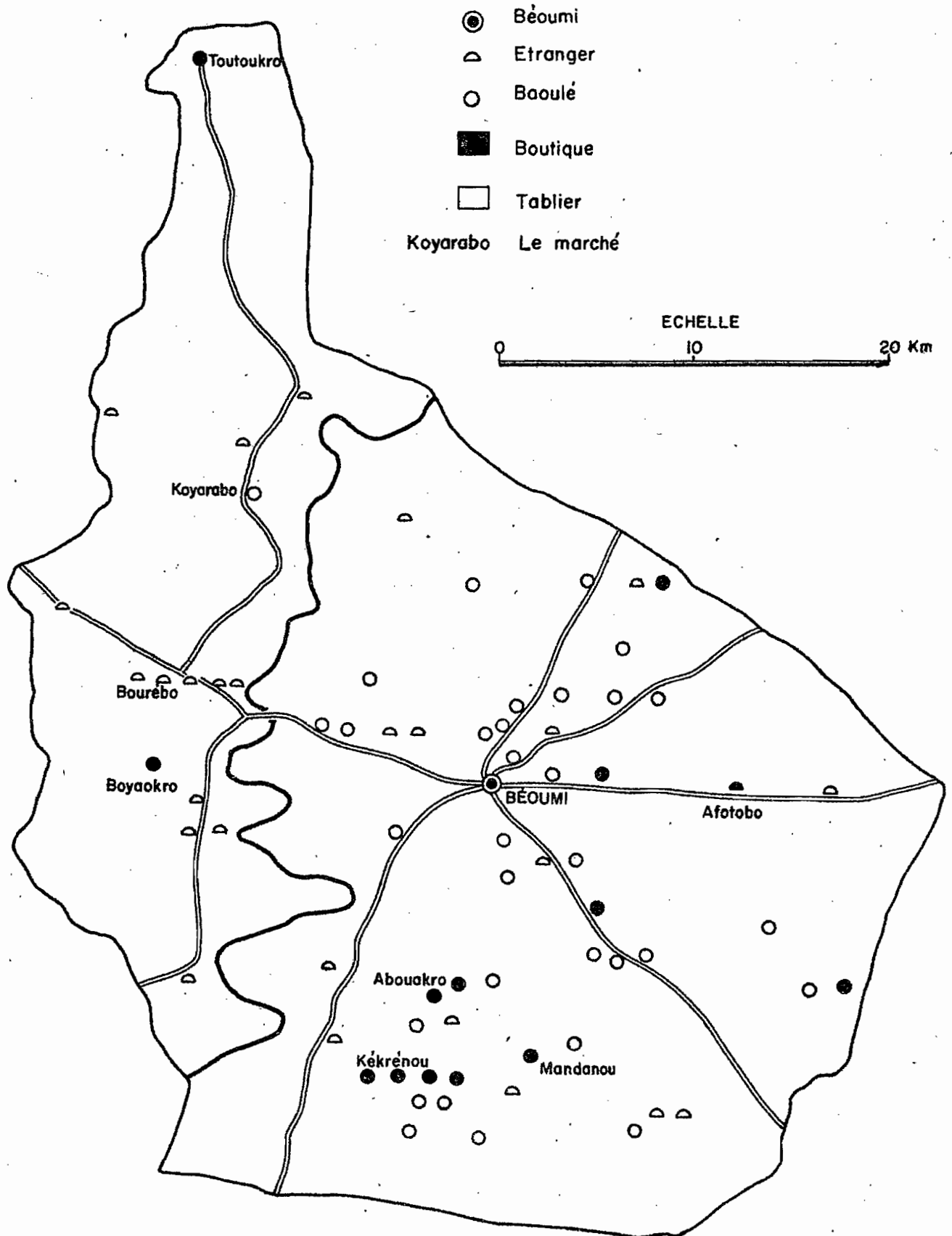
ORSTOM
Centre de Petit Bassam
Service Carte

MISE EN ÉVIDENCE DE LA PETITE "COURONNE DU BOIS" AUTOUR DE BÉOUMI



○ = 2 vendeurs de bois de chauffe

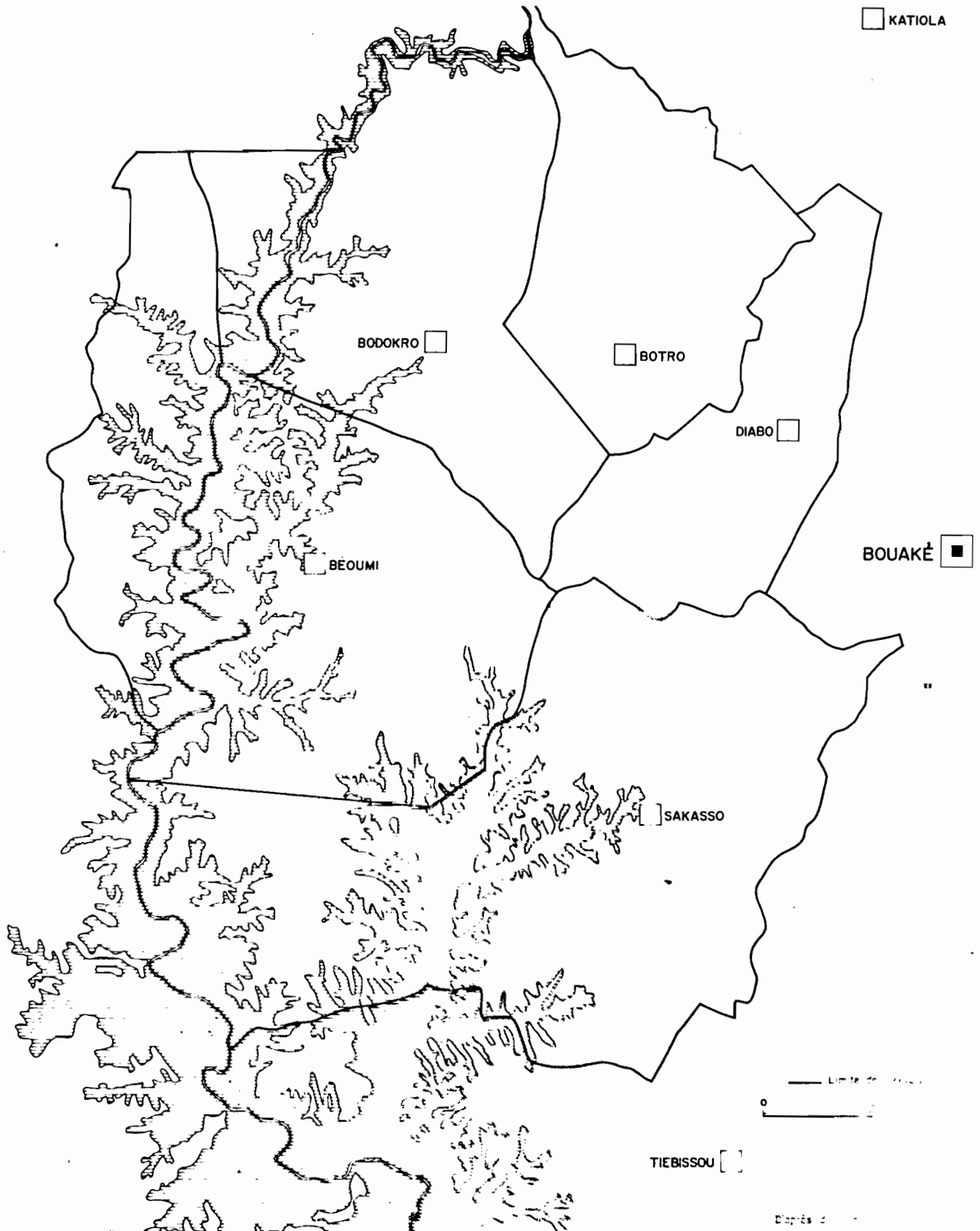
INFRASTRUCTURE COMMERCIALE DES VILLAGES DE LA SOUS-PRÉFECTURE DE BÉOUMI



□ TIÉNIGBÉ

ZONE INONDÉE PAR LE BARRAGE DE KOSSOU

□ KATIOLA



LOCALISATION DE LA POPULATION

