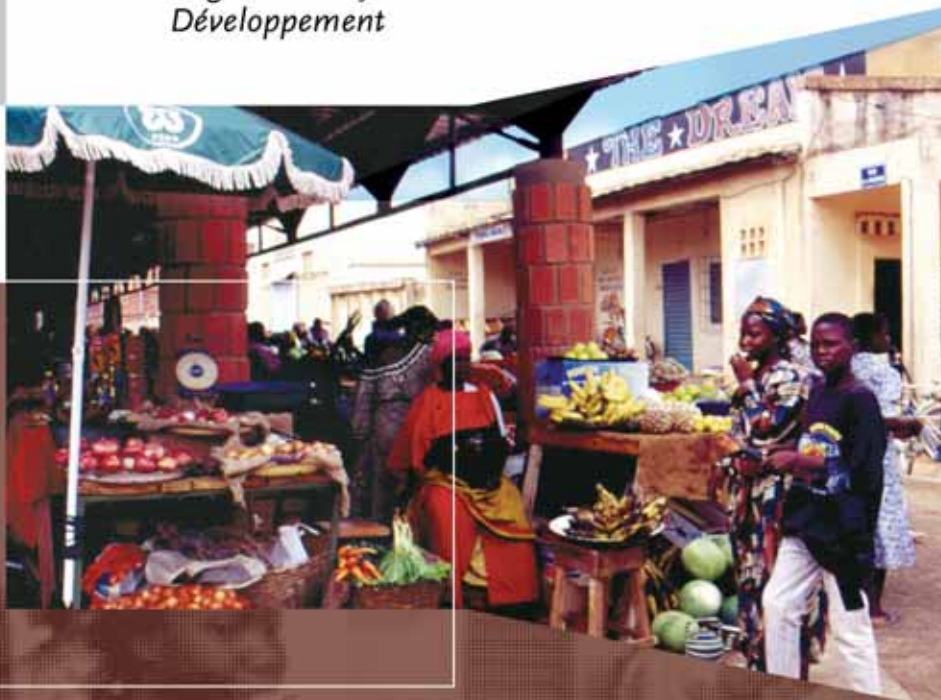


# Les marchés en Afrique

*L'expérience de  
l'Agence Française de  
Développement*





## 1 Une nouvelle approche des marchés en Afrique

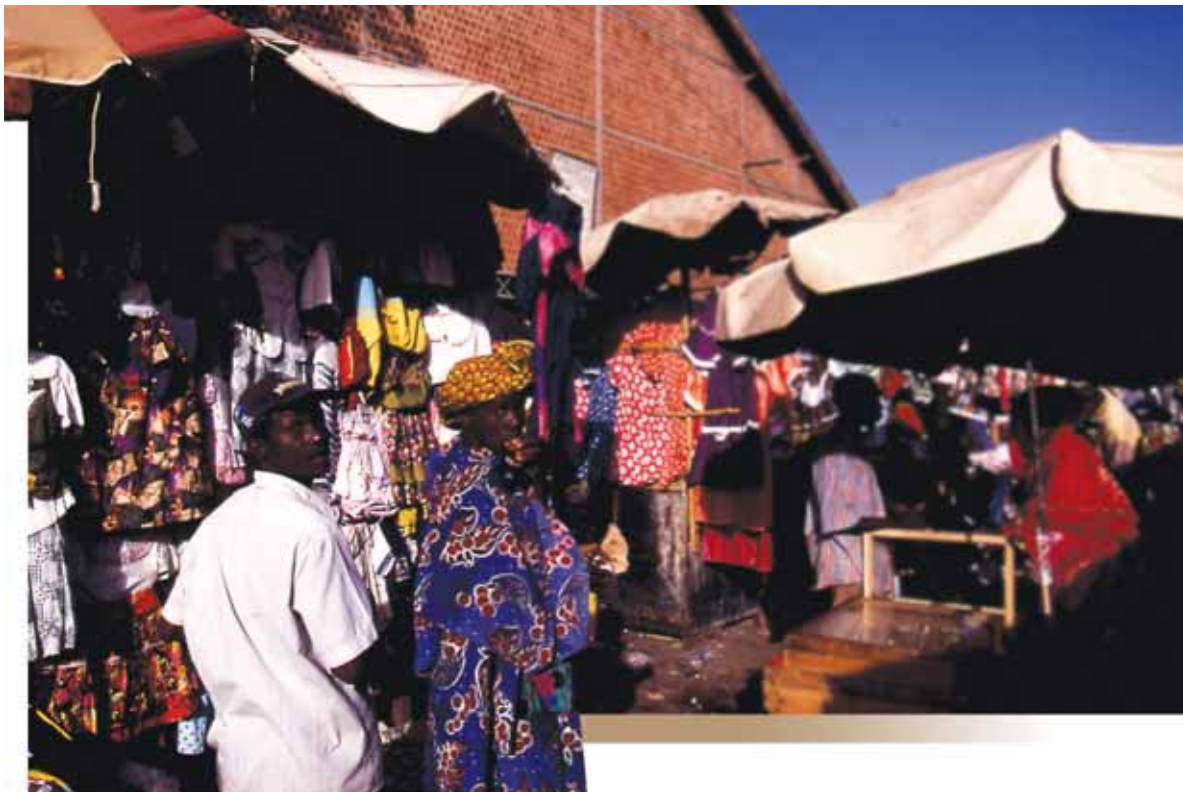
Les marchés ont longtemps été considérés à la fois comme un équipement marchand et comme un édifice à haute valeur symbolique. Les projets visaient essentiellement à construire des grands marchés. Avec l'urbanisation et les mutations économiques des années quatre vingt en Afrique, les marchés se sont multipliés et diversifiés, leur implantation dans le tissu urbain a engendré des échanges et des flux de transport complexes.. Les marchés doivent donc être considérés aujourd'hui comme le terminal des circuits d'approvisionnement, de stockage et de distribution de la ville, selon des spécialisations en produits vivriers ou manufacturés. C'est la raison pour laquelle, il s'avère nécessaire de prendre en compte, dans le cadre d'un projet, l'ensemble du réseau de marchés qui structure le milieu urbain et les activités économiques.

## 2 La problématique actuelle

*Le contexte économique et social des villes subsahariennes a profondément évolué. Alors que le nombre de commerçants s'est fortement accru, notamment dans le secteur informel, les infrastructures commerciales n'ont pas pu suivre cette évolution et rencontrent aujourd'hui de nombreuses difficultés :*

- les marchés sont saturés. Faute de places à l'intérieur du bâtiment, les commerçants se sont installés dans les allées et les rues,
- les conditions d'hygiène et de sécurité se sont dégradées,
- la gestion est de plus en plus difficile.

Ces dysfonctionnements conduisent maintenant à envisager les projets de marché en terme de gestion au delà des questions de construction. Les enjeux sont nombreux. Ils relèvent aussi bien des questions de finances locales et de flux commerciaux que d'aménagement urbain.



### 3 L'expérience de l'AFD

L'AFD a financé, au cours des dix dernières années, de nombreux projets qui portent aussi bien sur la reconstruction, le réaménagement ou la réhabilitation des marchés. Entre 1992 et 2002, ces projets ont concerné des marchés centraux, des marchés périphériques et des marchés de quartiers, aussi bien dans les capitales (Cotonou, Ouagadougou, Bangui, Bamako, Niamey, N'Djamena) que dans les villes secondaires (Parakou, Dantokpa, Porto-Novo, Ouando, Bobo-Dioulasso, Bonoua, Ségou, Kayes, Sikasso).

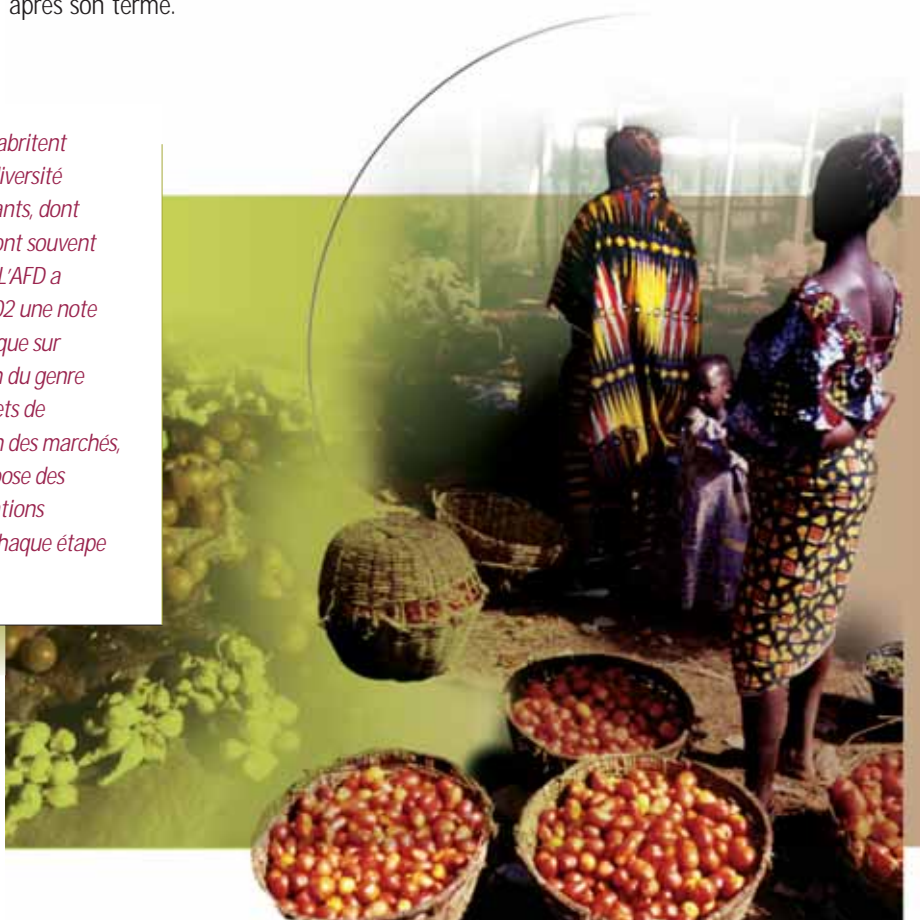
*Les objectifs principaux des projets sont :*

- d'améliorer la qualité du service rendu aux commerçants, notamment les conditions d'hygiène et de salubrité,
- de rationaliser les espaces commerciaux et désengorger les espaces publics,
- de réorganiser la gestion et améliorer le rendement de l'équipement afin de renforcer la capacité d'autofinancement des villes.

*A partir de cette expérience, l'AFD a pu dégager quelques principes opérationnels :*

- Tout d'abord, une étude préalable de l'ensemble des marchés de la ville s'avère décisive pour identifier leurs fonctions respectives dans le système de transport, d'approvisionnement et de distribution de la ville.
- Le montant d'un projet doit être évalué en fonction de la capacité des commerçants à payer régulièrement les droits de place. Dans certains cas, des projets trop coûteux sont désertés et les commerçants s'installent sur les espaces publics aux alentours. En outre, le risque est grand de voir se réinstaller dans le nouveau marché uniquement les commerçants "aisés" (de produits manufacturés par exemple).
- Un des facteurs de réussite repose sur la mise en place d'une intermédiation sociale avec les bénéficiaires du projet. Il ne suffit pas d'un accord a priori des commerçants d'un côté et de la municipalité de l'autre. La pérennité du projet repose sur une relation de confiance entre les commerçants et la municipalité non seulement au cours du projet mais aussi après son terme.

*Les marchés abritent une grande diversité de commerçants, dont la majorité sont souvent des femmes. L'AFD a publié en 2002 une note méthodologique sur l'introduction du genre dans les projets de réhabilitation des marchés, note qui propose des recommandations pratiques à chaque étape des projets.*





→ Enfin, le choix du régime de gestion est déterminant pour la pérennité de l'équipement et des services. Si les régies municipales simples se sont révélées la plupart du temps peu efficaces, la régie autonome, dotée d'un budget propre peut être adaptée à certaines situations. Les délégations de service public présentent un certain nombre d'avantages pour la collectivité locale, à condition que celle-ci soit dotée d'une réelle capacité d'encadrement et de contrôle des gestionnaires.

En l'absence d'un tel pouvoir de régulation, les critères de gestion privée peuvent conduire à terme à une augmentation des coûts indirects pour le concédant. D'autres régimes d'exploitation, par des sociétés d'économie mixte, des établissements publics locaux, peuvent se révéler pertinents.

Le choix est à faire en fonction du contexte dans toutes ses composantes, sociales, institutionnelles, juridiques, économiques et urbaines. Il faut souligner que les meilleurs résultats semblent être obtenus dans les structures où les commerçants jouent un rôle significatif. L'intermédiation sociale instaure le dialogue entre ces deux parties, de manière impartiale et continue, via par exemple une cellule de projet autonome de la mairie. Celle-ci pourra, entre autre, faciliter le déplacement temporaire et la réinstallation des commerçants.

## LES DIFFÉRENTES INFRASTRUCTURES

# commerciales

On peut distinguer trois grandes catégories d'infrastructures commerciales ou marchés :

- Les "grands marchés" sont les "marchés centraux" situés dans les quartiers anciens de la ville ;
- Les marchés dits de "zones" se sont développés spontanément sur de grands terrains. Ces marchés rayonnent souvent à l'échelle de la région, du pays voire à l'échelle internationale. Ils regroupent un grand nombre de commerçants avec une gamme étendue de vente de produits au détail, en gros et de services;
- Les "marchés de quartiers" sont des commerces de proximité qui peuvent regrouper jusqu'à plusieurs milliers de commerçants. Ce sont les "marchés de gare", les "marchés de rue" et les "marchés de nuit".



## L'INTERMÉDIATION SOCIALE : L'EXEMPLE DE OUANDO

*L'intermédiation sociale peut être assurée par une cellule ad hoc d'appui et de communication afin d'assurer l'appropriation du nouveau marché par les acteurs concernés : les commerçants, les politiques, les usagers, le technicien et le délégataire de service. Dans le cadre du projet*

*de réhabilitation du marché de Ouando au Bénin (4 000 commerçants), cette cellule constituée de 5 personnes s'est acquittée des missions suivantes :*

- *organiser la réinstallation des commerçants ;*
- *appuyer l'affectation des places et des boutiques sur la base du plan de zonage par activité ;*
- *assurer une communication permanente avec les usagers ;*
- *amorcer les conditions propres au fonctionnement de la société de gestion.*

Qu'est-ce que

# L'AFD ?

Depuis 1941, l'Agence Française de Développement a contribué au développement économique et social de nombreux pays étrangers et à la promotion des départements et territoires d'Outre-mer.

Aujourd'hui, établissement public et institution financière spécialisée, elle est l'opérateur pivot du dispositif français d'aide publique au développement (APD) et intervient à ce titre dans plus de quatre-vingts pays en développement.

L'AFD concourt au financement de projets économiques et sociaux, au moyen de divers instruments financiers, allant de la subvention aux prêts à conditions de marché. Ses domaines d'intervention couvrent les secteurs productifs, les infrastructures, les systèmes financiers et les projets d'éducation et de santé.

En 2002, les engagements du groupe AFD dans les pays en développement se sont élevés à 942 M d'Euros. L'aide projet (AFD et PROPARCO) a concerné à plus de 80 % l'Afrique et l'Océan indien.

[www.afd.fr](http://www.afd.fr)

Agence Française de Développement  
5, rue Roland Barthes - 75598 Paris cedex 12.  
Tél : 33 1 53 44 31 31  
Fax : 33 1 53 44 99 39

*La stratégie de l'AFD dans le domaine du développement urbain se décline selon trois thèmes fédérateurs :*

→ Le management urbain et l'appui aux collectivités locales ;

→ La lutte contre la pauvreté et l'habitat insalubre ;

→ L'amélioration de la productivité et de l'attractivité des villes.

# Le marché central de Bobo-Dioulasso - Burkina Faso

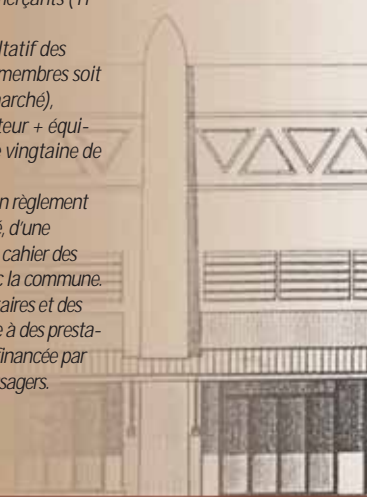
*Une expérience réussie de participation financière des bénéficiaires et un exemple de structure de gestion autonome : le marché central de Bobo-Dioulasso (Burkina Faso)*  
L'AFD a co-financé la réhabilitation du marché central de Bobo-Dioulasso. Le financement des travaux a été assuré à la fois par l'AFD (60% du montant, soit 2,7 milliards FCFA) et par 5 000 commerçants (40 % du total, soit 1,7 milliard FCFA). Cette expérience de co-financement par les bénéficiaires a impliqué près de 20 000 transactions (une moyenne de 4 versements par commerçant). Les

commerçants ont contribué financièrement avant l'achèvement des travaux ; en contrepartie ils ont obtenu une garantie de réservation d'une boutique ou d'une table sous la forme d'un certificat de réservation d'une installation en l'état futur d'achèvement. Ce certificat garantit le droit d'occupation du domaine public pour 25 ans, moyennant le respect du règlement intérieur. La gestion du marché central a été confiée à la SGM (Société de gestion du marché), établissement public local ad hoc dotée de la personnalité morale et de l'autonomie financière. La

structure de gestion comprend :

- un comité de gestion, majoritairement composé de représentants des commerçants (11 sur 17 membres),
- un comité consultatif des commerçants (25 membres soit 5 par secteur du marché),
- un bureau (directeur + équipe) composé d'une vingtaine de personnes.

La SGM dispose d'un règlement intérieur du marché, d'une convention portant cahier des charges signée avec la commune. La gestion des sanitaires et des parkings est confiée à des prestataires. Elle est autofinancée par les paiements des usagers.





a Faso

