BULLETIN DE LA SOCIETE GEOGRAPHIQUE DE LIEGE

ISSN: 0770-7576

RESEARCH ARTICLE

Marches alimentaires et developpement local a Ziguinchor, Senegal

AUTHORS

Secou Omar Diedhiou
Cheikh Tidiane Wade
Oumar SY
Christine Margetic

ILMIN LIBRARY • ACADEMIC FREE ACCESS

https://ilminlibrary.com

BSGLg, 83, 2024, 103-118 *Accepté le 30 juin 2024*

LOCALISATION ET RÔLE DES MARCHÉS ALIMENTAIRES DANS LE DÉVELOPPEMENT LOCAL DE ZIGUINCHOR AU SÉNÉGAL

LOCATION AND ROLE OF FOOD MARKETS IN LOCAL DEVELOPMENT IN ZIGUINCHOR, SENEGAL

Sécou Omar DIEDHIOU, CheikhTidiane WADE, Oumar SY, Christine MARGETIC

Résumé
Cet article décrit la géographie des marchés de produits frais, principalement des légumes, d'une ville moyenne africaine (Ziguinchor), la distribution et l'approvisionnement de la ville. Trois échelles sont mobilisées : l'espace urbain (marché) et périurbain (agriculture urbaine), la région agricole (Casamance) et les importations (Dakar). L'objectif est de montrer le rôle du maillage des marchés locaux dans l'espace urbain pour promouvoir la consommation locale de légumes à travers des circuits courts et de liens étroits entre agriculteurs et consommateurs. Ce maillage socio-spatial, fait de lieux et d'acteurs (agriculteurs, marchands de légumes, consommateurs, collectivités territoriales), assure l'approvisionnement d'une ville en croissance rapide. La méthodologie repose sur un travail quantitatif et qualitatif. Cette méthode a permis d'inventorier 841 marchands de légumes dans cinq grands marchés de la ville de Ziguinchor. Les résultats montrent que la fonction de distribution des marchés centraux se renforce avec l'apparition de marchés de quartier en périphérie de la ville participant ainsi au développement socio-économique de la ville comme service de base et service de proximité.

Mots-clés
marché alimentaire, agriculture urbaine, développement local, circuits court, commerce alimentaire, bassin de production, urbanité, territorialisation, décentralisation, Ziguinchor, Sénégal

Abstract
This article describes the geography of fresh produce markets, mainly vegetables, in a secondary African town (Ziguinchor), and the distribution and supply to the town. Three scales are used: the urban space (market) and peri-urban space (urban agriculture), the agricultural region (Casamance) and imports (Dakar). The aim is to show the role of local markets in urban areas in promoting local consumption of vegetables through short circuits and close links between farmers and consumers. This socio-spatial network of places and players (farmers, greengrocers, consumers, local authorities) ensures the supply of a rapidly growing city. The methodology is based on quantitative and qualitative work. Using this method, 841 vegetable vendors were inventoried in five major markets in the city of Ziguinchor. The results show that the distribution function of central markets is being strengthened by the emergence of neighbourhood markets on the outskirts of the city, thereby contributing to the city's socio-economic development as a basic and local service.

Keywords
food market, urban agriculture, local development, short circuits, food retail, production basin, urbanity, territorialization, decentralization, Ziguinchor, Senegal

INTRODUCTION

Les marchés dans les villes moyennes africaines sont le lieu spécifique de rencontre des exploitants agricoles (maraîchers et riziculteurs), des commerçants (grossistes, intermédiaires, détaillants) et des consommateurs de produits alimentaires. Ils constituent un lieu vital entre notre alimentation et notre planète. Les marchés sont le lieu où les aliments sont échangés, où les idées et les cultures se mélangent, mais aussi le lieu où une partie du développement local se joue (Chaléard, 1996). Le débat sur la contribution de l'agriculture dans l'approvisionnement des marchés urbains constitue un enjeu important pour le développement local. Dans le domaine alimentaire, l'approvisionnement apparaît comme un défi récurrent à relever pour tous les acteurs concernés (États, Collectivités locales, agriculteurs, entreprises, réseaux marchands, familles, etc.). L'approvisionnement est non seulement complexe à organiser, mais également difficile à maîtriser, a fortiori dans les environnements instables et peu sécurisés des pays en développement (Janin, 2019). Mettant aux prises des acteurs, des ressources et des lieux, l'approvisionnement est toujours très lié à un contexte. De la sorte, l'ap-

provisionnement pose deux enjeux fondamentaux : celui de la maîtrise stratégique des flux et celui des liens géographiques et sociaux (de la « connexion » pourrait-on dire), que nous allons nous efforcer de préciser et d'éclairer dans cet article (Janin, ibid.).

Parallèlement, dans un contexte de croissance démographique et spatiale dans les villes moyennes et secondaires en Afrique de l'Ouest on parle de plus en plus de « relocalisation » de l'agriculture et de la consommation avec les circuits courts (Poujol, 2017). On évoque également la proximité, une proximité sociale, mais aussi géographique lorsqu'il s'agit de diminuer les coûts de transport, d'améliorer l'interconnaissance. C'est le local durable du « produire et manger local ». Dès lors, les débats sur les marchés alimentaires réinterrogent le « quotidien » et son inscription spatiale (Delfosse, 2011). Toutefois, dans les villes moyennes africaines notamment sénégalaises quelques travaux se sont intéressés aux marchés ces deux dernières décennies (Bamba et Koffie-Bikpo, 2019 ; Grdr, 2015). Cependant, peu d'entre eux font un rapprochement avec l'ancrage voire le développement local croisé à « l'ensemble des qualités socialement valorisables d'un espace » (Noël, 2013).

Réfléchir en termes de développement local implique de partir d'une hypothèse simple : la qualité des relations qui lie les acteurs dans la proximité contribue à produire des marges de manœuvre nouvelles qui font société. À géométrie variable, on peut le résumer par un développement « pour » et « sur » le territoire (Margetic et Noël, 2012). L'ancrage territorial des démarches de développement local est compris ici comme le dépassement des logiques sectorielles plus que comme une circonscription spatiale de la décision. Le territoire est ici un moyen et non une fin. Il revêt des formes multiples : mobilisation locale, implication, citoyenneté. La prise en compte des dimensions culturelles est importante. En effet, le développement local passe par le repérage d'un système de croyances et de représentations qui doivent agir comme des filtres pour la mise en place des actions sur le territoire. Enfin, le développement n'est pas une logique simple de reproduction. C'est tant un processus complexe et cognitif dans lequel les acteurs du territoire doivent s'investir (Margetic et Noël, ibid.).

Ce papier vise à comprendre la localisation et le rôle des marchés alimentaires et leur rapport au local à travers la contribution de l'agriculture dans l'approvisionnement des populations citadines de Ziguinchor. Un focus sur les marchés alimentaires de légumes sera effectué. En réalité, à Ziguinchor chaque marché regroupe les deux fonctions. De même qu'un commerçant-grossiste pourra adapter sa stratégie épisodiquement et faire du détail si la situation le demande (Poujol, 2017). Ce choix permet de retracer le cheminement géographique des produits de la collecte à la consommation finale, en passant par le regroupement, le transit et la redistribution terminale en milieu urbain. Plus qu'une fonction commerciale, c'est la diversité des acteurs et des circuits qui est examinée. C'est pourquoi dans un I, nous allons présenter/examiner l'état de la connaissance sur les marchés alimentaires en Afrique de l'Ouest ce qui permet de poser le cadre réflexif. Ceci, en développant les théories et concepts utilisés dans la recherche. Ensuite, dans un II, nous pourrons présenter le milieu d'étude et la méthodologie de la recherche. Enfin (III à VII), nous analyserons successivement la fonction de distribution des marchés centraux qui se renforce avec l'apparition de marchés de quartier en périphérie de la ville. Nous verrons que les marchés de quartier profitent aussi de la proximité des bassins de production (avec l'agriculture urbaine) qui fournit des produits frais, de qualité à des prix abordables. En outre, les marchés sont une source d'emplois, de revenus et de taxes. Ils participent au développement local et socio-économique de la ville comme service de base et service de proximité. Nous examinerons aussi la place de marché en lien avec des fonctions sociales qui participent d'une urbanité, d'un espace vécu, d'une vie de proximité.

I. ÉTAT DE LA CONNAISSANCE DE LA RECHERCHE SUR LES MARCHÉS ALIMENTAIRES EN AFRIQUE DE L'OUEST

Les marchés en Afrique de l'Ouest sont des lieux essentiels de l'échange particulièrement de produits vivriers et maraîchers (Chaléard, 1996). Le marché alimentaire intérieur est toujours plus important en valeur que les exportations agricoles. D'ailleurs, la part du marché alimentaire dans la consommation est très importante en ville : elle dépasse 80 % de la valeur de la consommation dans les villes secondaires et 90 % dans les villes principales (Bricas *et al*., 2016). Ces auteurs soulignent qu'en valeur économique, les marchés alimentaires intérieurs sont, pour tous

les pays de l'Afrique de l'Ouest (y compris les gros exportateurs de produits agricoles comme la Côte d'Ivoire), nettement plus importants que les marchés à l'exportation. Un tel résultat signifie que, pour les producteurs agricoles de la région, les débouchés commerciaux que représentent potentiellement les marchés intérieurs de leur pays sont nettement supérieurs à ceux des marchés internationaux (Bricas *et al*., ibid.). Sur ce point, le marché ivoirien présente à la fois une grande concentration et une dispersion extrême. À une demande très concentrée à Abidjan et quelques grandes villes s'oppose un marché diffus fait des petites agglomérations urbaines, des gros bourgs et des villages. Les deux s'équilibrent à peu près. D'ailleurs, en Afrique de l'Ouest, notamment au Sénégal le marché quotidien de gros et de détail d'accès relativement facile habitue les producteurs à répondre à la demande alimentaire (Diédhiou, 2020). En même temps, il peut jouer un rôle régulateur au niveau local, dans ce cas le marché est donc tout à fait essentiel (Chaléard, 1996, ibid.). Par ailleurs, la répartition géographique des marchés reflète le déséquilibre de la trame urbaine en les accentuant. À titre d'exemple, la demande de la moitié sud de la Cote d'ivoire est essentiellement beaucoup plus forte que celle de la partie nord où les marchés citadins sont plus ponctuels. Dans la majorité des marchés alimentaires en Afrique de l'Ouest, ces déséquilibres ne sont pas sans importance. Dans la continuité des travaux de Chaléard, la concordance entre les possibilités locales de production et la répartition spatiale des marchés alimentaires sera examinée.

Le marché est pris ici au sens de lieu physique, de l'échange. Ils animent aussi bien les différents quartiers des grandes villes ou les centres urbains moyens et secondaires. On y rencontre agriculteurs, ménagers, commerçants, petits et grands selon les lieux et les types de marchés. Dans le cas des marchés de Ziguinchor, l'approche dans la littérature retenue pour réaliser une typologie porte sur la fonction commerciale des marchés urbains : le marché de gros et le marché de détail (Chaléard, 2014). Cette approche dans le contexte de Ziguinchor permet d'étudier l'organisation des marchés, des acteurs et des circuits. De ce fait, deux types de marchés avec de légères variations terminologiques ont été retenus. Il s'agit du marché central de Saint-Maur « marché de gros » et des quatre autres marchés de la ville « marché de détail ».

Autrement, partir des marchés revient à s'intéresser à une situation particulière d'interface entre consommateurs, commerçants et agriculteurs. Cette entrée permet de repenser à la fois la territorialité à partir de l'action collective et les liens entre processus de territorialisation et action collective à partir d'un processus de (re)définition de biens communs localisés (Margetic et Noël, 2012). Dans notre approche, aborder la territorialisation peut consister à retenir la construction d'un produit « qualifié » comme la prise de conscience par des collectifs d'acteurs d'une responsabilité sociale sur la structuration identitaire d'une production et la diffusion d'arènes de débat plus ou moins participatives (Melé, 2009).

Parallèlement, dans les régions très densément peuplées d'Afrique, les villes petites et moyennes, souvent qualifiées de « secondaires » en référence au poids important tenu par les métropoles, sont présentées dans la littérature scientifique comme jouant un rôle premier dans l'organisation des territoires et notamment dans l'interface urbaine rurale (Mercandalli *et al*., 2023). Elles occupent à proprement parler une fonction d'intermédiaire, facilitant les interrelations entre territoires. Le ravitaillement des villes africaines, notamment de Conakry, de Kankan et de Labé en République de Guinée est devenu un enjeu socio-économique et politique important, en raison de la rapidité de la croissance urbaine (Chaléard *et al*., 2002). Pour ce dernier, c'est le mérite des géographes d'avoir apporté à l'analyse de l'approvisionnement alimentaire des villes une vision moins mécaniste (Aguié, 1997), grâce à la description empirique précise des circuits de commercialisation des marchés urbains. Dans ce sens, la recherche en Afrique de l'Ouest met en avant la polarisation de l'espace géographique où l'alimentation des citadins dépend d'apports lointains, ce qui entraîne des difficultés de ravitaillement et un rôle croissant pour les transports. Chaléard (1996) montre l'importance du transport dans la capacité de réponse des agricultures vivrières et maraîchères locales à la demande des villes, mais également celle des flux d'échange entre agglomérations urbaines et campagnes qui ne sont pas limités à des flux alimentaires à sens unique. Il met en évidence le jeu complexe des acteurs du commerce qui combinent une diversité d'espaces de ravitaillement et de redistribution et une gamme de produits, afin de s'adapter à l'instabilité dans le temps de la production et à la dissémination des espaces cultivés.

Toutefois, les flambées des prix alimentaires depuis 2008, la pandémie de Covid-19 et la guerre en Ukraine ont relancé les discussions sur la dépendance alimentaire des pays africains, en particulier de leurs villes (Bricas *et al*., 2016). Ces émeutes et/ou crises ont mis en évidence la dépendance des citadins vis-à-vis des marchés internationaux pour se nourrir. En Afrique de l'Ouest, les importations alimentaires par habitant ont effectivement augmenté entre 1982-1983 et 2012-2015 (Bricas *et al*., ibid.). Si la question de la dépendance alimentaire a été largement débattue durant les années 1980, au moment où les politiques d'ajustement structurel encourageaient une libéralisation des échanges agricoles, elle a fait l'objet de peu de travaux depuis les années 2000 (sauf Rakotoarisoa *et al*., 2011). Ces différentes approches sont mobilisées dans les sections suivantes pour étudier l'approvisionnement des marchés alimentaires d'une ville moyenne : Ziguinchor au Sénégal.

II. PRÉSENTATION DU CADRE D'ÉTUDE ET DE LA MÉTHODOLOGIE DE LA RECHERCHE

Ville moyenne d'équilibre avec une population qui s'élève à 214 874 habitants pour une densité somme toute assez faible de 46 habitants/km^2 (ANSD, 2023) et capitale régionale du sud-ouest au Sénégal, Ziguinchor appartient à la Basse Casamance (Figure 1). La ville est localisée entre le méridien 16° et 17° Nord et les parallèles 12° et 13° Ouest avec une élévation moyenne de 19,30 m. Elle est limitée au nord par le fleuve Casamance, à l'est par le marigot de Boutoute et à l'ouest par le marigot de Djibélor et au sud par la commune de Niaguis. Elle est marquée depuis plus de deux décennies par une croissance urbaine rapide qui engendre des problèmes d'approvisionnement alimentaire et d'assainissement des marchés. Au regard de la réflexion posée, son choix se justifie en raison de deux caractéristiques qu'elle présente : son site et l'arrivée de migrants qui participent de la pression urbaine. Située en bordure de fleuve, cette ville moyenne est aussi un carrefour commercial et connaît globalement les mêmes rythmes d'urbanisation que les autres villes d'Afrique de l'Ouest, mais dans un contexte particulier lié à sa position transfrontalière (République de Guinée, Gambie et Guinée-Bissau). Cette croissance démographique a suscité de nouveaux enjeux dans l'approvisionnement des marchés et l'alimentation de la population urbaine.

En l'absence de base de données officielle et fiable de responsable des marchés sur les marchands de légumes, les droits de place et le caractère informel de ce type de commerce, il a été nécessaire de procéder à un inventaire. En effet, la majorité des marchands de légumes ne sont pas enregistrés au registre de Service du commerce. Alors sont considérés comme grossiste ceux/celle qui font le va-et-vient entre les zones de production de la ville, les zones lointaines et les marchés de la ville. De ce fait, la zone d'approvisionnement a constitué un critère d'échantillonnage. Certains marchands de légumes jouent un double rôle : grossiste quand les légumes sont abondants et détaillant dans le cas contraire ou parfois les deux.

Cette méthode a permis d'inventorier 841 marchands de légumes dans les cinq grands marchés de la ville. Le marché est apparu comme l'échelle d'analyse le plus approprié. L'effectif des marchands de légumes enquêté ou la taille de l'échantillonnage est fonction de la taille et de la spécificité des marchés. Par la suite, 150 marchands de légumes ont été interrogés sur la base d'un échantillonnage aléatoire simple. Les marchands de légumes interrogés ont été répartis comme suit dans les différents marchés de la ville (Tableau 1).

Les entretiens et questionnaires ont été administrés par les auteurs et des enquêteurs recrutés. Ces derniers étaient des doctorants et étudiants de Master 2 en sociologie, géographie et économie rurale. Les entretiens/questionnaires ont été menés dans la langue locale (diola, peul, mandingue, manjaque, wolof) et française. D'ailleurs, l'enquête montre que les marchands de légumes sont avant tout des autochtones puisque 8 marchands sur 10 sont originaires de quartiers de la ville (Lyndiane, Colobane, Kandialang, Boucotte, Djibock, Néma).

En complément, une quinzaine d'entretiens individuels approfondis ont été menés avec quelques marchands de légumes, collecteurs de taxes municipales journaliers dans les différents marchés. Aussi, un agent de la municipalité en chargé des marchés et les gestionnaires des marchés Tiléne et de Saint-Maur ont été interrogés. Une importance particulière a été accordée à l'explication des marchés (typologie, localisation des marchés et des marchands de légumes, quantités de légumes commercialisés et leur provenance, etc.).

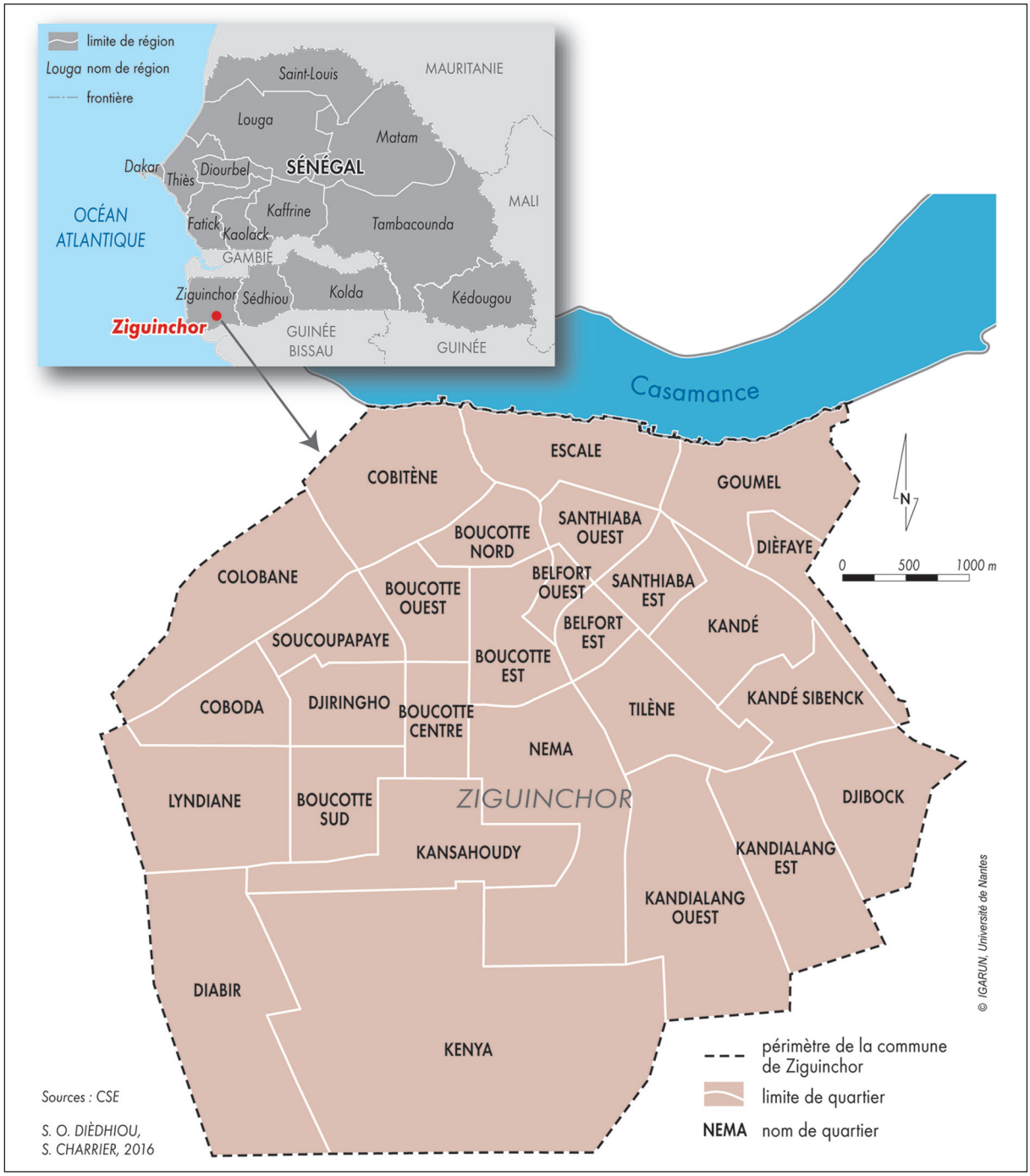

Figure 1. Localisation et répartition spatiale des principaux marchés dans la ville de Ziguinchor

Marchés	Nombre de marchands de légumes inventoriés	Nombre de marchands de légumes interrogés	Pourcentage (%)
Saint-Maur	405	90	22,2
Grand-Dakar	205	20	9,6
Tiléne	170	15	8,8
Banéto	45	15	9,4
Escale	20	10	50
Total	841	150	100

Tableau 1. Répartition des marchands de légumes enquêtés selon les marchés fréquentés. Enquêtes de terrain, 2018 et 2023

III. UNE ORGANISATION DES LIEUX DE VENTE MARQUÉE PAR UN MAILLAGE SOCIO-SPATIAL DISPERSÉ ASSURE L'APPROVISIONNEMENT D'UNE VILLE EN RAPIDE CROISSANCE

Les marchés alimentaires, lieux d'échange et de rencontre, abritent souvent une partie importante du développement local à travers leur fonction économique, d'attraction, voire de substitution à la grande distribution. Dans la section ci-dessous l'organisation et la typologie des marchés à travers les logiques de la répartition spatiale seront examinées à Ziguinchor.

A. Répartition spatiale des marchés alimentaires marquée par une logique de dispersion

Le Sénégal s'est engagé, depuis 1961, dans la voie du développement planifié avec l'élaboration de plans de développement aux niveaux national, régional et local. Cette dynamique de planification a permis la réalisation, entre autres, de documents de stratégie à long, moyen et court terme parmi lesquels le plan de développement communal (PDC). Malgré l'avènement de ce guide harmonisé de planification locale, il est aisé de constater que les thématiques transversales développées par les acteurs du développement territorial sont insuffisamment intégrées dans ce vaste processus. Dans cette perspective, l'amélioration du guide de planification, élaboré en 2011 puis actualisé en 2016, en l'articulant aux Objectifs de Développement durable (ODD) et aux politiques publiques du Sénégal, prenant en compte les enjeux liés à l'alimentation, aux changements climatiques, au genre, à la nutrition et à la migration, constitue aujourd'hui une conditionnalité pour le développement durable des territoires. Ainsi, la majorité des collectivités territoriales prennent en compte dans les différents documents de développement et de planification les marchés alimentaires. L'élaboration d'une politique alimentaire territoriale (PAT) à Ziguinchor (en cours), à la suite de l'étude sur le système alimentaire territorial (SAT), se fonde sur une approche « participative, transversale et intégrée » dont l'objectif est de mettre en place un cadre stratégique et opérationnel qui intègre les dimensions économiques, sociales et environnementales.

Les éléments de caractérisation des marchés comprennent leur localisation dans la ville, la qualité de leurs voies d'accès, leur organisation, leur niveau de fréquentation, la nature et le volume des produits qui sont échangés, leur place dans les circuits de commercialisation, leur connexion avec les autres marchés, les dispositifs d'information renseignant les acteurs et les pratiques des acteurs sur les marchés (Zoma *et al*., 2022).

Au Sénégal, les marchés alimentaires locaux constituent les principaux lieux de commercialisation des produits maraîchers et céréaliers. Dans la ville de Ziguinchor, les résultats montrent que 90 % des produits maraîchers sont vendus dans les marchés alimentaires ou dans les petits marchés de quartiers pour les ménages qui sont confrontés à des moyens de locomotion motorisés sécurisés. Ainsi, la répartition des marchés alimentaires est marquée par une logique de dispersion dans la ville, organisant un véritable maillage du territoire communal. Leur répartition dépend de multiples facteurs : ancienneté, facilité d'accès, proximité, fréquentation. La ville compte cinq grands marchés permanents : le marché central de Saint-Maur communément appelé marché « Boucotte », le marché Grand-Dakar au quartier Néma, le marché Tilène, le marché d'Escale et le marché Banéto au quartier Kandé (Figure 1).

Parallèlement, les petits marchés de quartier (commencement appelé les points de vente dans ce travail) matérialisés sur la Figure 1 accueillent tous les soirs entre 17 heures à 22 heures les vendeuses de légumes. L'observation de ces différents marchés interroge sur les fondements de leur répartition. Il y a bien selon Chaléard (1996), une certaine régularité dans la distribution spatiale qui semble obéir aux lois de W. Christaller ou A. Losch. Selon cette théorie la majorité des acheteurs se rendent à pied, par car urbain, taxi-clando au marché, si bien que les « zones d'influences » dessinent un cercle d'environ 5 à 10 km de rayon (Diédhiou, 2020). Ce constat vaut à Ziguinchor où 44 % des acheteurs habitent dans un rayon de moins 1 km des marchés contre 25 % situé entre 1 à 5 km de rayon. Seulement 1 % des acheteurs dessinent un cercle de plus de 5 km. Dans l'espace, ces différentes aires tendent à former des hexagones réguliers, hiérarchisés entre eux et dominés par une place centrale : c'est le cas du marché Saint-Maur à Ziguinchor.

Dans un autre registre, une typologie des lieux de vente de légumes frais et autres condiments permet de distinguer plusieurs lieux de vente. Il s'agit entre autres des cinq grands marchés de la commune (Figure 1), des tables et étalage de légumes et produits divers dans les quartiers au niveau des axes de circulation. Un zoom sur les cinq marchés permanents permet de comprendre leur organisation.

B. Saint-Maur, le marché de « gros » le plus important en termes de capacité et d'aire d'influence

Le marché central de Saint-Maur créée en 1969 est le plus important en termes de capacité et d'aire d'influence. Le marché est caractérisé aussi par la diversité de fonction qu'il assure. Il fait office de marché de « gros ». Ce dernier est le terminal du circuit d'approvisionnement et le début pour la redistribution et le transport vers les autres marchés locaux et ceux ruraux. Ces fonctions génèrent un grand nombre de flux qui eux-mêmes sont liés à d'autres activités (Bamba et Koffie-Bikpo, 2019). Les résultats révèlent l'importance du volume d'oignon (1 155 tonnes). En plus, 56,5 tonnes de légumes réparties de la manière suivante : 520 paniers de 35 kg d'oseilles (18 200 kg), 455 sacs de 50 kg de gombos (22 750 kg) et 250 caisses de 35 kg de tomates (8 750 kg) démontrent l'importance des entrées au marché Saint-Maur (Diédhiou, 2020). Les marchands de légumes s'installent dans les rues adjacentes (Photo 1).

En termes d'accessibilité, le marché est bien desservi par un réseau routier praticable et bitumé emprunté par des bus des GIE « SOTRAZIG », des cars urbains, des taxis, des taxis clando et des motos « jakarta ». À l'intérieur et tout autour s'implantent les magasins de commerce des grossistes qui proposent divers produits maraîchers et céréaliers. Les résultats des enquêtes permettent de dénombrer environ 1 600 commerçants de produits maraîchers, cosmétiques et de produits céréaliers, mais aussi environ 560 cantines et plus de 340 étals.

C. Les autres marchés de « détails » sont plus ou moins spécialisés

Le marché Tiléne a été construit en 1997 pour relocaliser des commerçants à la suite de l'incendie qui a ravagé le marché Saint-Maur en 1995. Ce marché, assez loin du centre-ville et moins fréquenté, regroupe environ 1200 commerçants pour

Photo 1. L'état de l'organisation du marché Saint-Maur Sis Boucotte, un quartier de Ziguinchor. S.O. Diédhiou, 2023

les légumes, les fruits et les produits cosmétiques. L'entretien avec le président des commerçants de ce marché prouve que 400 marchands assurent la vente de légumes. Les femmes, au nombre 370, contrôlent la commercialisation de produits locaux (gombo, oseille, aubergine, piment, etc.). Elles sont majoritairement originaires de la ville soit 70 % des cas, suivies des marchands venant des autres régions de l'intérieur (30 %). À l'opposé, les hommes sont plus présents dans la vente de produits cosmétiques et de céréales (riz, maïs, sorgho). Au nombre de 30, ils sont principalement originaires des régions de l'intérieur (95 %).

Les marchés Escale, Grand Dakar et Banéto respectivement localisés dans les quartiers Escale, Néma et Kandé se caractérisent par un alignement de boxes vendant de tout (légumes, céréales, habillements, cosmétiques, etc.). Le marché Escale crée en 1999 occupe la troisième place en termes de clientèle par rapport aux autres marchés de la ville. Les enquêtes ont permis de dénombrer environ 32 cantines de produits alimentaires numérotés par la municipalité et 105 étals. Les acteurs qui évoluent dans ce marché sont variés. Ils sont constitués de détaillants marchands de légumes et de grossistes de céréales, d'artisans, des mareyeurs, etc. Les types de produits commercialisés sont divers : poissons, fruits, crevettes, viandes, matériaux de construction, produits cosmétiques, alimentation générale. Enfin, les marchés Grand Dakar et Banéto créent respectivement en 1993 et 2003 sont spécialisés dans la vente de produits alimentaires (légumes et céréales), de produits cosmétiques, de matériels électroniques, etc. Le premier marché compte environ 150 commerçants alors que le second englobe environ 100 commerçants. En ce qui concerne la fréquentation, les deux marchés occupent respectivement la quatrième et cinquième place en termes de la clientèle. Comme dans les autres marchés, la vente de légumes se fait dans des étals ou à même le sol. De manière générale, ces marchés présentent des caractéristiques presque identiques par rapport au marché Saint-Maur.

L'analyse met en évidence que dans la ville la répartition spatiale des marchés témoigne d'une accessibilité globalement facile. Cependant, l'organisation des marchés est souvent marquée par l'occupation anarchique des alentours qui empiètent parfois les abords de la voirie urbaine. Cette situation entraîne souvent l'intervention de la municipalité pour réguler les marchés. Les résultats de cette étude sont en accord avec ceux de Khouma (2017). Cet auteur stipule que cette question de commerce alimentaire dans l'espace public se pose aussi à Dakar. En effet, dans le cadre du processus de la décentralisation qui confère aux collectivités locales la charge de la gestion des marchés et de la perception des taxes payées par les marchands et qui constituent une part élevée de leur budget. La décentralisation devrait, en principe, conduire à la mise en place de politiques pertinentes en matière d'aménagement de l'espace urbain en prenant en compte les activités commerciales au plus près de leur proximité. À titre d'exemple, les marchés alimentaires à Ziguinchor constituent un domaine d'intervention privilégié de la puissance publique et des acteurs du développement, notamment la municipalité. Plusieurs marchés sont construits dans le cadre de l'appui de l'État et de la municipalité. L'enjeu étant de permettre à la commune de produire des recettes par la taxation des commerçants.

Parallèlement, la municipalité veille à réguler l'organisation ainsi qu'à la propreté des marchés. Les statuts de l'organisation des commerçants « Unacaoyessal » stipulent que chaque acteur des marchés (commerçants grossistes, intermédiaires, agent municipal, etc.) a un représentant dans le bureau. Le fonctionnement du comité de gestion est assuré par les commerçants du marché. Le comité de gestion en collaboration avec l'agent municipal est chargé de régler les problèmes internes (ramassage des ordures, sécurité, diminution de prix des cantines, dérogation sur le paiement des taxes municipales) et les litiges entre commerçants.

Finalement, les marchés alimentaires urbains à l'instar de ceux ruraux favorisent les transactions commerciales et assurent la sécurité alimentaire (Zoma *et al*., 2022). Par exemple, les revenus moyens mensuels des marchands de légumes varient entre 120 000 à plus de 500 000 FCFA[1]. Les revenus issus de la vente permettent la prise en charge des autres dépenses familiales (frais de scolarité et habillement des enfants, etc.). La principale motivation qui pousse certains citadins à devenir des marchands est l'espoir d'améliorer leurs conditions financières. Au demeurant, la prise de conscience de l'importance de concevoir des politiques d'amélioration des marchés alimentaires et de développer une approche multisectorielle est notée par les différents acteurs.

À Ziguinchor une partie de la gestion des marchés relève de la municipalité. À titre illustratif, les estimations de taxation faites sur 841 marchands de légumes répertorier dans les 5 grands marchés de Ziguinchor révèlent des chiffres qui avoisineraient à environ 2 523 000 FCFA par mois.

IV. MOBILISATION DES CIRCUITS RELATIONNELS DIRECTS, UNE OPPORTUNITÉ INDÉNIABLE POUR ASSURER L'APPROVISIONNEMENT RAPIDE DES CONSOMMATEURS

Les circuits courts alimentaires regroupent un certain nombre de formes de vente. Ces ventes concernent souvent les légumes. À Ziguinchor, afin de valoriser leur production, les exploitants agricoles peuvent commercialiser directement leurs produits avec les consommateurs (vente dans l'exploitation, marché de quartier, etc.) ou par le biais d'un intermédiaire (agriculteur, détaillants, grossistes). Dans la ville, la proximité géographique entre exploitants agricoles, marchands de légumes et consommateurs est maintenue et autorise une commercialisation via des circuits courts. Il s'agit de circuits très flexibles qui font intervenir ou pas d'intermédiaire dans le filet de distribution. Les enquêtes menées auprès des marchands de légumes et des maraîchers ont pu saisir que les exploitations familiales, fort diverses, au sein de la ville (sites intra-urbains) et à la périphérie (vallées et bas-fonds) contribuent très fortement à l'approvisionnement des marchés de la ville pour certains produits. Le recours à plusieurs circuits proches garantit aux maraîchers de vendre à meilleur prix et permet de nouer un réseau de clientèle fidèle. C'est le cas du circuit relationnel direct entre exploitants, exploitants détaillants, consommateurs urbains, propriétaires d'hôtels et restaurateurs (type 3, 4 et 5). La proximité garantit surtout la vente de légumes frais. Ce qui épargne aux exploitants de louer des magasins de stockage pour la conservation des légumes. La Figure 2 est un exemple illustratif.

En outre, les petits marchés (communément appelés points de vente) indiqués dans la Figure 1 peuvent être situés dans le circuit relationnel de type 3, 4 et 5. Les circuits de commercialisation de type 3, 4 et 5 concernent directement exploitants agricoles et consommateurs, et sont ceux que l'on retrouve le plus souvent à Ziguinchor. Dans ce cas, la vente est directe et se caractérise par l'absence d'intermédiaires. Dans le deuxième cas (types 4 et 5), les exploitants se déplacent vers les marchés de la ville pour écouler rapidement la production. Dans l'un ou l'autre cas, la vente se fait très souvent en gros et porte globalement sur des produits maraîchers (aubergine, gombo, chou, etc.) via des circuits courts. Les exploitants proviennent principalement des quartiers périphériques (Kandialang, Kenya, Colobane, Djibock, Diabir, Lyndiane), parfois des quartiers du noyau urbain (Santhiaba, Belfort) ou des localités alentour distantes d'un rayon de 1 à 30 km (Enampore, Kanténe, Médina mancagne). Certains exploitants nouent un partenariat avec des restauratrices et des gérants d'hôtels de la ville ou de Cap-Skiring (station touristique balnéaire de la Casamance). Dans ce cas, une fois que l'exploitant récolte sa production, elle livre directement les légumes aux gérants ou les deux parties conviennent d'une date de passage pour récupérer la commande. Le paiement se fait après la vente ou sur place et parfois même le client donne une avance de la moitié de l'argent à payer avant de récupérer les légumes. Comme l'indique un exploitant rencontré en 2017 à bord champs :

> *« Je suis en relation directe avec des restauratrices et un gérant d'hôtel dans la ville. Ce réseau noué depuis 2017 me permet d'écouler très rapidement ma production et d'éviter un long marchandage avec les intermédiaires « bana-bana ». Aussi, cette vente directe à l'exploitation me permet de limiter l'organisation logistique surtout le paiement de frais de transport pour livrer les légumes. Cette clientèle fidèle achète parfois toute ma production d'un seul tenant ».*

C'est pour répondre à des besoins spécifiques que les maraîchers des communes proches de la ville, distantes de moins de 30 km constituent des bassins d'approvisionnement secondaire en légumes frais. Le cumul des entrées enregistrées au niveau des routes nationales 4 et 6 montre l'importance des quantités de légumes (plus de 1000 tonnes) qui débarquent dans la ville en saison sèche et en saison des pluies (Diédhiou, 2020). Ces entrées représentent 25 % de la consommation alimentaire de la population locale (Diédhiou, ibid.).

Toutefois, le recours au circuit lointain est plus marqué en saison des pluies et concerne des légumes de types européens. Les circuits commerciaux de type 1 et 2 organisent l'approvisionnement à longue distance des marchés de la ville. Pour les

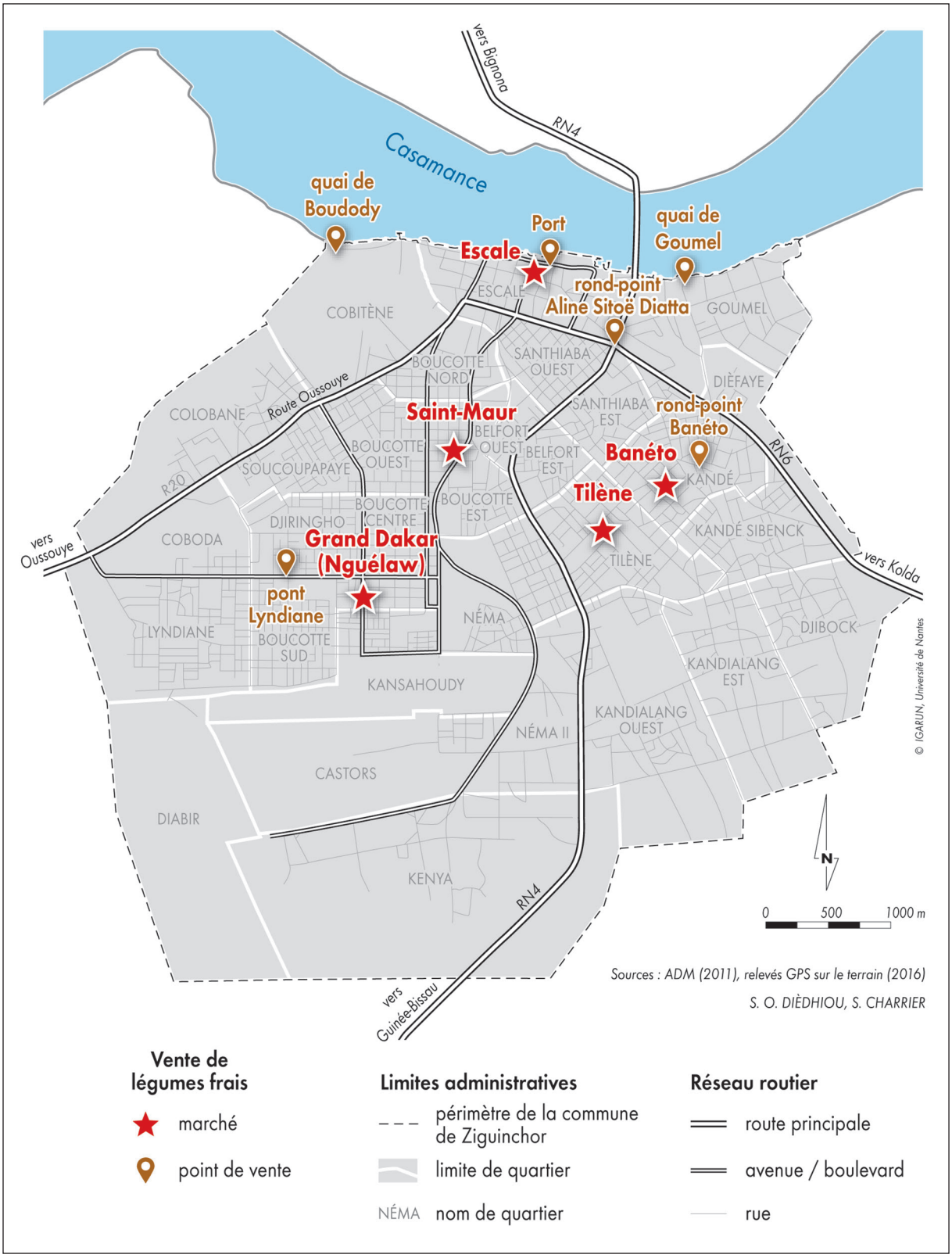

Figure 2. Types de relation commerciale de l'exploitant agricole au consommateur

circuits longs, la plupart des légumes sont cultivés dans les autres régions du Sénégal dont une grande partie dans la zone des Niayes entre Dakar, Mboro et Saint Louis ou dans d'autres pays limitrophes. Ces légumes sont le plus souvent vendus dans les supérettes, boutiques de quartiers, les grossistes du marché central. Ces légumes entrent dans la ville via le port maritime et le réseau routier classé. Les principaux produits maraîchers importés depuis les marchés de Dakar et de la zone des Niayes (Potou et

Mboro) sont : l'oignon, la pomme terre, la tomate, la carotte, le chou, etc.

Le recours au circuit long est plus marqué en saison des pluies[2]. Contrairement à la vente directe, il n'existe pas de lien social qui se créer avec le consommateur final. Dans ce circuit, les intermédiaires « bana-bana » du marché « Thiaroye » à Dakar distant de plus 400 km constituent les principaux fournisseurs des grossistes de la ville de Ziguinchor. Dans un premier temps, les grossistes envoient le paiement à l'intermédiaire par un moyen de transfert d'argent soit par Wave soit par Money Gram ou Orange money. Dans un deuxième temps, après avoir reçu l'argent, le « bana-bana » se fait livrer les légumes soit par voie routière soit par voie maritime. Dans un troisième temps, les grossistes se déplacent vers Dakar, une fois au marché « Thiaroye », les femmes grossistes s'approvisionnent à travers la clientèle « bana-bana ». En somme, les légumes passent par quatre canaux de distribution avant d'arriver au consommateur final. Ce circuit est plus important en termes de volumes livrés et portes sur des spéculations comme la tomate, la carotte, le haricot vert, l'oignon, le navet (Planche 1).

L'approvisionnement par ce circuit atteint son maximum entre le mois de juillet, d'août et de septembre, correspondant à la saison pluvieuse. En effet, pendant cette période l'approvisionnement local connait une baisse, car la majorité des exploitants agricoles de la ville se concentrent sur la culture du riz. D'où la nécessité de mettre en place des politiques à l'échelle locale.

V. DES POLITIQUES À L'ÉCHELLE LOCALE VOLONTARISTE QUI TENDENT À VALORISER LES MARCHÉS ALIMENTAIRES

Les communes ont conscience que les marchés alimentaires ne sont pas un lieu neutre et qu'ils participent à qualifier ou à disqualifier des lieux en fonction de la façon dont ils sont tenus, de la qualité des produits qu'ils proposent, de l'hygiène ou de la sécurité qu'ils assurent (Navarro, 2019). Dans le cas de Ziguinchor, la municipalité tend à valoriser les marchés alimentaires plus pour leur rôle économique que pour leurs fonctions commerciales.

Dans ce contexte, la commune de Ziguinchor et ses partenaires techniques et financiers, dont le Groupe de Recherche et de réalisations pour le Développement rural (Grdr), dans le cadre du Programme Développement durable des zones littorales (Sénégal, Guinée Bissau, Guinée) : vers une gouvernance citoyenne des territoires (PGCEL II), s'appuient sur les opportunités offertes par les politiques de décentralisation pour mettre en place des stratégies de développement territorial en rapport avec les questions alimentaires. Ce programme s'appuie sur les outils de planification existants, comme les Plans de Développement communaux (PDC) et le Schéma de Cohérence territorial. Celui-ci est élaboré pour l'Entente interdépartementale de Ziguinchor qui se veut un outil de planification spatiale avec un document qui fixe les orientations générales de l'aménagement de l'espace, dans une perspective de développement durable et de solidarité à l'échelle intercommunale. Il précise également l'équilibre souhaité entre les zones à urbaniser et les zones naturelles ou agricoles. L'appui aux dynamiques de production maraîchère en zone (péri)-urbaine à Ziguinchor qui correspond à des activités économiques importantes pour les femmes et à un apport alimentaire (consommation croissante de légumes en valeur absolue et relative). Cependant, l'impact reste très limité du fait de contraintes foncières importantes, particulièrement à Ziguinchor où une centaine d'hectares seulement peuvent être cultivés en maraîchage, et uniquement pendant la saison sèche, dans une ville qui compte 214 874 habitants (ANSD, 2023). Les différents acteurs impliqués et la Mairie travaillent pour mieux profiter des espaces agricoles environnants, à Enampore surtout, dans le cadre du système alimentaire territorial.

Autrement, l'analyse du discours de la municipalité permet de dégager des axes stratégiques associés aux marchés alimentaires : celui de la valorisation de l'économie locale, de fonction commerciale et du social. C'est dans cette optique que la nouvelle équipe municipale est en train d'une part de rénover le marché Tiléne et d'autre part d'améliorer la carte communale des marchés en érigeant de petites tailles dans tous les quartiers périphériques (kandialang et Lyndiane) pour faciliter l'écoulement par un approvisionnement de proximité.

Il convient dans ce cas d'étudier la représentation des acteurs sur les fonctions dévolues à l'agriculture et les fonctions de marchés localement.

Planche 1. Principaux légumes provenant de l'approvisionnement lointain. a. Des casiers de tomates en provenance de la zone des Niayes sis Mboro. b. Un panier de piments en provenance du marché *Thiaroye* de Dakar. S.O. Diédhiou, 2023

VI. REPRÉSENTATION DE DIFFÉRENTES CATÉGORIES D'ACTEURS SUR LES FONCTIONS DES MARCHÉS ET DE L'AGRICULTURE À ZIGUINCHOR

Au-delà de son rôle économique, l'agriculture permet de raffermir les liens sociaux entre producteurs, consommateurs et commerçants.

A. Rôles reconnus à l'agriculture et aux espaces agricoles par les différentes catégories d'acteurs

De l'analyse des entretiens ressort trois rôles reconnus aux espaces agricoles de la ville de Ziguinchor par les différentes catégories d'acteurs. Prédomine la fonction « alimentaire ». Elle est citée par les exploitants agricoles et les consommateurs. Ces deux catégories d'acteurs insistent sur l'autoconsommation familiale, ce qui est révélateur de la vivacité du lien nourricier entre Ziguinchor et son agriculture. La fonction « revenus/emplois » est citée par toutes les catégories d'acteurs. Les exploitants agricoles qualifient les espaces agricoles comme leur principale « source de revenus », alors que les élus et planificateurs insistent sur l'agriculture pour la « création d'emplois » temporaires. Enfin, la fonction « espace vert » n'est évoquée que par quelques exploitants agricoles et planificateurs, qui révèlent que les espaces agricoles gardant « la verdure légendaire de la ville », ils peuvent « servir d'espace vert pour la ville ». Par ailleurs, la fonction « espace vert » n'est pas citée par les consommateurs. En revanche, 90 % des consommateurs soulignent l'importance de conserver des espaces agricoles dans la ville de Ziguinchor. Un consommateur rencontré en 2019 dans le quartier Boucotte indique que :

> *« La terre est d'abord une richesse. Ziguinchor est traditionnellement une ville agricole ! À mon avis, garder des espaces dédiés à l'agriculture contribue à assurer la disponibilité en légumes et en riz. Aussi, les espaces agricoles assurent l'approvisionnement régulier en légumes frais en quantité et en qualité des différents marchés locaux. Les espaces agricoles permettent aux familles diminuées d'assurer leur autoconsommation ».*

La représentation que les acteurs se font de l'agriculture urbaine est diverse allant de la fonction alimentaire à celle économique en passant par la fonction sociale (Ba et Moustier, 2010). Pour appréhender ces fonctions, la distance détermine souvent l'usage des produits agricoles. Le souci de « consommer local » et de « consommer de produits frais et sains » explique en partie les achats des consommateurs en légumes provenant de la ville. D'ailleurs, 60 % des consommateurs soulignent que les légumes sont frais et sont cultivés sans pesticides. On saisit à partir de l'analyse que la pratique du compostage et de l'usage de fumiers d'animaux est bien connue des maraîchers.

B. Représentation des consommateurs et des agriculteurs aux légumes provenant d'espace maraîcher de la ville

Dans la ville de Ziguinchor, à la question de savoir quel intérêt les consommateurs enquêtés trouvent aux légumes provenant d'espace maraîcher de la ville, 117 d'entre eux, soit 93 % leur donnent du crédit contre 7 % qui sont plus méfiants. Avant

tout, ils mettent en avant leurs « prix abordables » par rapport aux légumes venant de Dakar, leur fraîcheur et leur goût, car ces légumes sont cueillis peu de temps avant leur vente, mis en étals dans les marchés locaux. Ces derniers sont réapprovisionnés de manière régulière. Une autre pratique, l'achat bord-champs raffermit de forts liens sociaux en permettant aux consommateurs d'entrer en contact direct avec les maraîchers. Aussi, ces légumes permettent un approvisionnement régulier des marchés locaux. Cependant, les résultats de nos enquêtes montrent que l'utilisation de fertilisant organique ou produits phytosanitaires influe sur la représentation des consommateurs sur les légumes provenant de l'agriculture urbaine. Certains consommateurs affirment que l'utilisation de matières organiques dans l'agriculture urbaine favorise la qualité des légumes.

Par ailleurs, les exploitants agricoles se représentent les bassins de production (bas-fonds, vallées, sites intra-urbains) comme un lieu de travail qui leur permet d'avoir des revenus stables pour nourrir leur famille. Parallèlement, des consommateurs indiquent que l'alimentation est la première fonction dévolue à l'agriculture urbaine. Une femme rencontrée en 2022 dans le quartier Colobane souligne que :

> *« Les sites maraîchers sont des espaces nourriciers. Le maraîchage est devenu un vrai métier pour moi. Je garde une partie de mes légumes pour nourrir ma famille. De plus, je n'utilise pas de produits phytosanitaires, mais je pratique le compostage avec l'usage de produits organiques pour obtenir de beaux légumes sains. Aussi, je suis consciente que sans l'utilisation de produits chimiques, je protège d'abord ma santé, mais aussi j'évite de contaminer les légumes. Pour moi, toutes ces précautions permettent de garantir la fraîcheur des légumes ».*

C. Représentation de différentes catégories d'acteurs sur les fonctions des marchés

Au Sénégal en général et à Ziguinchor en particulier, quelles que soient les formes qu'ils prennent dans le cadre du développement local, les marchés se renouvellent. Au-delà du développement local, ils illustrent une problématique qui transcende celle de « l'habiter », car il s'agit aussi à travers eux de considérer ancrage et sociabilité. Ce renouveau va jusqu'à gagner les produits mêmes mis en vente sur les marchés. Ainsi, à l'instar du produit de terroir, les produits locaux jouissent, à l'heure actuelle, une reconnaissance territoriale de la part des consommateurs. Les maraîchers valorisent mieux leur proximité avec les consommateurs de la ville, par des actions de visites et de récoltes dans le jardin maraîcher et par la mise en place de « marché de producteur de quartier » avec ventes directes aux consommateurs. Par exemple, dans le quartier de Lyndiane et celui de Kandialang l'établissement de « petit marché de producteur » a été étudié. Pour des producteurs, ces marchés permettent de garantir un approvisionnement proche en légumes frais aux habitants du quartier. Une marchande de légumes rencontrée en 2022 dans le quartier Kandialang affirme que : « la création du marché de quartier est un avantage pour moi. Cela entraîne des gains de temps et de déplacements dans l'écoulement de mes légumes. C'est aussi un facteur de raffermissement des liens sociaux entre producteurs et consommateurs ». Pour les maraîchers en général, produire répond à un premier objectif d'autoconsommation.

VII. DISCUSSION : DES MARCHÉS ALIMENTAIRES ÉCLATÉS DANS L'ESPACE ET CARACTERISÉS PAR LEUR DIVERSITÉ DE FONCTIONS ET D'ACTEURS PLURIELS

Le présent travail confirme qu'à Ziguinchor la qualité des relations qui lie les acteurs dans la proximité contribue à produire des marges de manœuvre nouvelles qui font société. Le marché occupe une place centrale dans les politiques de développement locale promues par la municipalité et l'État. Les résultats de cette étude corroborent également ceux de Bamba et Koffié-Bikpo (2019) qui ont montré que la chaîne d'approvisionnement des produits maraîchers et vivriers au marché de gros de Bouaké présente des particularités propres aux villes moyennes et secondaires africaines, celle d'avoir plusieurs acteurs sur toute la chaîne, de la production à la commercialisation en passant par l'acheminement et la redistribution des produits maraîchers. Le rôle joué par ces acteurs est fondamental dans l'approvisionnement de la ville en légumes. Comme à Bouaké, à Ziguinchor, le marché de gros est caractérisé par sa dimension et la diversité de fonctions qu'il assure. C'est le terminal du circuit d'approvisionnement et le début du reconditionnement pour la redistribution dans les différents marchés de détail. C'est aussi le lieu où s'organisent le stockage, la distribution et

le transport vers d'autres horizons. Ces fonctions génèrent un grand nombre de flux qui eux-mêmes sont liés à d'autres activités (Balineau *et al*., 2020 ; Bamba et Koffié-Bikpo, 2019).

Par ailleurs, les « marchés alimentaires urbains de gros et de détail » constituent un domaine d'intervention privilégié de la puissance publique et des acteurs du développement (Leu, 2008). Selon cet auteur, le lien entre l'évolution de la forme et de la fonction des marchés urbains et le renforcement de la fonction municipale se poursuit. Ainsi, les politiques d'aménagement de ces infrastructures sont sous-tendues par divers intérêts. Il s'agit notamment de réguler la distribution des marchés dans l'espace urbain ou régional ou d'améliorer la productivité de l'activité commerciale en instaurant par exemple de meilleures conditions sanitaires et de sécurité. Il est également question de développer la fiscalisation auprès des commerçants pour subvenir aux besoins de l'État centralisateur ou pour assurer les nouvelles prérogatives des municipalités dans un contexte de décentralisation. L'existence de politiques publiques d'appui aux initiatives visant la structuration, le développement et l'amélioration du fonctionnement des marchés conditionne souvent la réussite des différentes initiatives. Cela étant, nos résultats sont en accord avec ceux de Valleur *et al*. (2009) qui ont souligné qu'en Tanzanie, la gestion des marchés est confiée à des comités de gestion dont la structure doit rester souple afin de faciliter toute évolution ultérieure. Pour les premières infrastructures mises en place, leur statut est proche de celui d'une société anonyme à responsabilité. Les comités sont gérés par des élus, assistés par une équipe technique composée de représentants de toutes les grandes catégories d'usagers du marché (Broutin *et al*., 2014). Finalement, les règles de transparence et de gestion établies au départ sont scrupuleusement contrôlées par le comité de gestion associant les autorités locales et les organisations professionnelles.

Dans le prolongement des travaux de Koffié-Bikpo et Adaye (2014), on peut affirmer que la mise en marché des cultures maraîchères se déroule principalement sur « les marchés de gros et de détail » et les lieux de production entre les producteurs et les acheteurs. Comme à Abidjan, à Ziguinchor, le circuit « court » implique directement le producteur et le consommateur. Soit les consommateurs se ravitaillent directement dans les zones de production, soit ils rencontrent le producteur sur le marché. Certains ménages à proximité des zones de production en profitent pour s'approvisionner ainsi en produits maraîchers. À côté de ce circuit dit « court », il existe un « circuit long » de la production maraîchère qui a pour acteur principal le commerçant-grossiste. Ce circuit est caractérisé par la présence de plusieurs intermédiaires : le producteur, le grossiste, le détaillant et le consommateur. Dans ce cas, les commerçants grossistes viennent de tous les marchés des communes d'Abidjan pour se ravitailler en produits frais dans les zones de production. La particularité de ce commerce est que les marchés situés dans la zone de production sont les premiers à être pourvus. Ces commerçantes, pour assurer leur approvisionnement régulier, s'entourent chacune en moyenne de deux producteurs. Toutefois, elles ont la possibilité de s'octroyer les services d'un autre producteur non fidélisé, quand elles estiment ne pas disposer d'une quantité suffisante auprès de leurs producteurs habituels. Ainsi, la commercialisation des produits maraîchers débute dans les champs pour s'achever sur les différents marchés abidjanais (Koffié-Bikpo et Adaye, 2014).

CONCLUSION

Cet article vise à comprendre la localisation et le rôle des marchés et leur rapport au local à travers la contribution de l'agriculture urbaine dans l'approvisionnement de la population de Ziguinchor. Cette dernière constitue un territoire exemplaire d'étude du rôle des marchés alimentaires. Quelle que puisse être sa singularité qui la différencie, d'autres villes africaines, les difficultés qui s'y posent, sont identiques à toutes les villes sénégalaises à la croissance démographique rapide conjuguée à une urbanisation mal maîtrisée. Cette situation est à l'origine d'une demande inédite en produits alimentaires en quantité et en qualité et de surcroît favorise le développement de l'agriculture urbaine. Il ressort de cela que les marchés de la ville de Ziguinchor sont éclatés dans l'espace et jouent un rôle alimentaire, économique et social. Également, la diversité de l'offre commerciale de produits alimentaires est maintenue par un système commercial complexe en réseau. L'approvisionnement, la distribution, l'intermédiation et la gestion des marchés mettent en relation des espaces productifs et des acteurs pluriels. Les marchands de légumes constituent l'épine dorsale de l'approvisionnement des

marchés à Ziguinchor en général et en particulier du marché de gros de Saint-Maur. Ainsi, la vente de produits agricoles assure des ressources financières considérables aux producteurs et aux commerçants. Au demeurant, la fonction alimentaire apparaît en tête des représentations pour l'ensemble des catégories d'acteurs. Il en résulte la vivacité du lien nourricier entre la ville de Ziguinchor et son agriculture. Du reste, les acteurs du développement local particulièrement la municipalité érigent les marchés comme un lieu de taxation de ressources financières auprès des marchands de légumes. La municipalité exerce une influence grandissante sur l'organisation et le fonctionnement de la place marchande. Les études ultérieures peuvent être réalisées sur la question du développement territorial et de la redistribution des recettes prélevées dans les marchés.

NOTES

[1]Il faut rappeler que 1 euro équivaut à 655,95 FCFA en juin 2024.

[2]C'est pendant cette période que la majorité des exploitants agricoles, notamment les maraîchères s'activent dans la culture du riz.

BIBLIOGRAPHIE

Agence nationale de la statistique et de la démographie (ANSD), (2014). Rapport définitif Recensement général de la population, de l'habitat, de l'agriculture et de l'élevage (RGPHAE). Dakar, Ministère de l'économie et des finances, 70 p.

Agence nationale de la statistique et de la démographie (ANSD) (2018). Projection population du Sénégal. Dakar, ministère de l'Économie et des Finances, 70 p.

Agence nationale de la statistique et de la démographie (ANSD), (2018). Situation économique et sociale du Sénégal. Ministère de l'Économie et du Plan, 411 p.

Agence nationale de la statistique et de la démographie (ANSD), (2023). 5ème recensement général de la population et de l'habitat, RGPH-5, Rapport préliminaire, Dakar, MEPC-ANSD, 22 p.

Agulé, A.G. (1997). *Le Marché de gros de Bouaké : une expérience pour l'Afrique*. Collection Aliments pour les villes, AC/06-97 E Rome, FAO/AGSM/SADA, 16 p.

Ba, A. & Moustier, P. (2010). La perception de l'agriculture de proximité par les résidents de Dakar. *Revue d'Économie Régionale et Urbaine*, 5, 913-936.

Bamba, V. & Koffie-Bikpo, C Y. (2019). Les acteurs du transport des produits vivriers au marché de gros de Bouake (Côte d'Ivoire). *European Scientific Journal*, Vol 15(2), 169-183.

Bricas, N., Tchamda, C. & Martin, P. (2016). Les villes d'Afrique de l'Ouest et du Centre sont-elles si dépendantes des importations alimentaires ? *Cah. Agric*, 25, 55001.

Broutin, C., Hermelin, B. & Levard L. (2014). *Comment améliorer l'accès au marché pour les exploitations familiales ? Retour sur les expériences du Gret en Afrique*. Coll. Études et Travaux en ligne n°41, Éditions du Gret, www.gret.org, 69 p.

Chaleard, J-L., Moustier, P. & Leplaideur, A. (2002). L'approvisionnement vivrier des villes en Guinée : entre fragilité et dynamisme. *Autrepart*, 23(3), 5-23.

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

Chaleard, J.-L. (1998). Croissance urbaine et production vivrière. *Afrique contemporaine*, 185, 3-17.

Chaleard, J.-L. (2014). *Métropoles aux Suds : Le défi des périphéries*. Karthala, 431 p.

Delfosse, C. (2011). Marchés et développement local. *In* : Jean-Baptiste, T. (coord..). Circuits courts : Contribution au développement régional. Dijon cedex, France : Éducagri éditions, 153-166.

Deverre, C. & Lamine, C. (2010). Les systèmes alternatifs. Une revue des travaux anglophones en sciences sociales. *Économie rurale*, 317, mai-juin. Consultable en ligne : http://economierurale.revues.org/index2676.html

Groupe de recherche et de Réalisations pour le Développement Rural (GRDR). (2015). *Le système alimentaire de la région de Dakar : État des lieux et perspectives face aux enjeux du changement climatique*. Dakar, Sénégal, Fondation Nicolas Hulot, 44 p.

Khouma, M. (2017). Commerce et gestion de l'espace urbain à Dakar : enjeux, logiques et stratégies des acteurs. Thèse de doctorat unique, Histoire, Université Normandie.

Koffie-bikpo, C Y. & Akoua Assunta, A. (2014). Agriculture commerciale à Abidjan : le cas des cultures maraîchères. *Revue « Pour »*, 224, 141-149.

Mainet, H. & Kihonge, E. (2015). Les villes secondaires dans les relations villes-campagnes en Afrique de l'Est. *Territoire en mouvement Revue de géographie et aménagement* [En ligne], 27-28, mis en ligne le 09 avril 2015, consulté le 27 septembre 2023. URL : http://journals.openedition.org/tem/2938 ; DOI : https://doi.org/10.4000/tem.2938

Margetic, C. & Noël, J. (2012). Raconter la valeur de produits agricoles et halieutiques. Premières pistes de réflexion. *In* Colloque GRANEM-ESO, Gastronomie et développement local, Angers, France 24-25 octobre, hal.archives-ouvertes.fr › hal-01655385

Mele, P. (2009). Identifier un régime de territorialité réflexive. *In* Martin, V. (coord..). Territoires, territorialité, territorialisation ; controverses et perspectives, PUR, 45-55.

Mercandalli, S., Girard, P., Dione, B. & Michel, S. (2023). Assessing Rural-Urban Linkages and Their Contribution to Territorial Development: Insights from Zimbabwe's Small and Medium-Sized Cities. *Sustainability*, 15, DOI: 10.3390/su15076223

Noël. J. (2013). Des produits de la mer en quête de qualité territoriale. Quelques réflexions géographiques sur les pratiques et les stratégies alimentaires mises en œuvre dans l'Ouest de la France. *In* Du terroir au garde-manger planétaire. Actes du 138 Congrès national des sociétés historiques et scientifiques, Se nourrir : pratiques et stratégies alimentaires, Rennes, Paris : Editions du CTHS, 2016, 60-74

Poujol, G. (2017). Les circuits vivriers du corridor Ouagadougou-Accra : Conditions d'un développement inclusif. Thèse de doctorat unique, Histoire, Université Paul Valéry, Montpellier III.

Rakotoarisoa, M-A., Lafrate, M., Paschali, M. (2011). *Why has Africa become a net food importer ? Explaining Africa agriculture and food trade deficits*. Rome : FAO, Trade and Markets Division, 85 p.

Valleur, S., Ruvuga, S., Kilcher, F., Lubinza, F., (2009). *Marchés ruraux, l'expérience de Fert et Mviwata en Tanzanie pour améliorer les conditions de commercialisation des produits agricoles*. Fert et Mviwata, 52 p.

Vanier. M. (2009). T*erritoires, territorialité, territorialisation. Controverse et perspectives*. Rennes, PUR, 228 p.

Coordonnées des auteurs :

Sécou Omar DIEDHIOU
UMR 6590 Espaces et Sociétés (ESO)
Nantes Université
secouomar13@yahoo.fr

CheikhTidiane WADE
Département de géographie
Université Assane Seck de Ziguinchor
cheikh-tidiane.wade@univ-zig.sn

Oumar SY
Laboratoire de Géomatique et d'Environnement (LGE)
Université Assane Seck de Ziguinchor
oumarsy@univ-zig.sn

Christine MARGETIC
UMR 6590 Espaces et Sociétés (ESO)
Nantes Université
christine.margetic@univ-nantes.fr