

Le rôle et l'impact spatial du nouveau Marché de Gros de Bouaké

Jérôme Aloko N'Guessan*

Résumé

Le paysage ivoirien est riche de marchés traditionnels ; dans les capitales régionales, comme Bouaké, ces marchés associent à leur fonction de ravitaillement urbain local, une fonction secondaire de distribution de gros de produits alimentaires vers des destinations nationales. Celui de Bouaké échappe depuis peu à ce schéma. Un marché de gros vient d'y être construit sur le modèle des Marchés de Gros des pays du Nord ; après une année de fonctionnement, une première évaluation permet d'indiquer ses acquis et ses limites. Au titre de ses acquis, on notera d'abord sa capacité à organiser les complémentarités de l'espace géographique et économique au niveau national, sous-régional et international ; ensuite celle d'amplifier en volume aussi bien qu'en portée géographique, ses bassins de production et de réception, grâce notamment à la consolidation de la fonction de transit. Les faiblesses constatées sont essentiellement sociales, économiques et managériales. Instrument de gestion moderne, le Marché de Gros est un vecteur porteur d'innovations ; comme tel, il exige des commerçants-grossistes un certain nombre de réflexes et de comportements nouveaux que seul le temps permet d'acquérir. C'est ce « temps de réponse » qui fait à présent défaut lequel explique les résistances aux changements.

Mots-clés : marché de gros, commerçants-grossistes, vecteur d'innovations, bassin de production, bassin de réception.

Role and space impact of the new wholesale market of Bouaké

Abstract

Landscape in Ivory Coast is rich in traditional markets ; in the regional capitals as Bouaké, these markets associate to their local urban supply function, a secondary function of wholesale distribution for food produce towards national destinations.

The one in Bouaké has been recently an exception to this plan. A wholesale market has just been built on the model of the wholesale market in northern countries ; after a one year running, a first evaluation permits to indicate its assets and limits. As assets we'll notice first its capacity to organize the complementarities of the geographic and economical space on the national, sub-regional and international level ; then its capacity to increase quantitatively and geographically its production and reception basins, notably thanks to the consolidation of the transit function. Social, economic and managerial weaknesses have been noticed. Instrument of modern management, the wholesale market is a vector of innovation carrier ; as such, it requires from the wholesale traders a number of new reactions and behaviour which are acquired only through time.

It is this « answer time » which misses now and justifies the resistance to changes.

Keywords : wholesale market, wholesale traders, innovation vector, production basin, reception basin.

* UFR Science de l'Homme et de la Société
B.P. V34 Université de Cocody - Abidjan
Côte d'Ivoire

Introduction

Cette contribution veut s'inscrire dans le corpus théorique et méthodologique des réflexions sur les relations villes-campagnes. Cette thématique renvoie à de nombreuses modalités d'échanges dont la question du ravitaillement alimentaire des villes (PALLIER, 1972 ; IDRINGI, 1987 ; CHALÉARD, 1985, 1988, 1996 ; FOURGEAU, 1995, GNAMMON- ADIKO, 1996) ; c'est une problématique féconde, dont les perspectives devront connaître des développements importants, dans le contexte actuel des villes africaines.

Cet essai se propose d'initier la réflexion à partir de la ville de Bouaké, en partant de deux réalités : le rôle-clé de la seconde métropole ivoirienne dans l'approvisionnement et l'organisation du commerce alimentaire ; et la tentative d'organisation du ravitaillement alimentaire en s'appuyant sur la création d'une infrastructure très moderne, le Marché de Gros, unique en Afrique au sud du Sahara ; celui-ci a été édifié sur le modèle des Marchés de Gros de l'Hémisphère nord (ANAYA TEJERO, 1998 ; FILSER, 1985, 1989, 1992 ; PACHÉ, 1994 ; YON, 1996 ; GREEN et PINTO, 1999).

Cette étude se propose d'atteindre les objectifs suivants :

Objectifs théoriques :

- mettre en exergue la théorie des pôles de développement régional dans le cadre plus général des relations ville-campagne ;
- mettre en évidence l'interaction entre une entité géo-économique, le marché, et les autres éléments constitutifs de l'espace géographique ;
- procéder à une relecture de la théorie des processus d'introduction dans l'espace de variables porteuses d'innovation.

Objectifs méthodologiques :

- mettre en évidence le rôle de Bouaké, de son marché, dans la structuration de l'espace ;
- partir d'un des trois pôles du circuit spatio-économique, le marché physique, pour analyser un espace géographique fait de flux, de pôles, de territoires, d'agents économiques et des mécanismes de régulation.

Objectifs factuels :

- analyser les caractéristiques et le fonctionnement spatial du Marché de Gros dans le contexte de la ville de Bouaké ;
- évaluer sa contribution dans l'organisation spatiale du commerce alimentaire de gros ;
- mettre en évidence les limites et les perspectives du Marché de Gros comme vecteur d'innovation socio-spatial.

Le marché de gros dans le contexte de la ville de Bouaké : cadres appropriés pour les relations d'échanges

Bouaké, ville carrefour à l'interface forêt-savane

Située à l'interface forêt / savane, ce qui en fait un pôle naturel d'échanges, Bouaké est une ville à part dans le paysage du réseau des villes ivoiriennes.

Elle tire avantage de sa situation pour devenir une ville importante du réseau urbain. Elle a bénéficié du soutien de l'administration coloniale.

Dès 1899, Bouaké est érigée en poste colonial. En 1906, elle est reliée au réseau postal et télégraphique. En 1908, Bouaké est promue au stade administratif de chef-lieu de Cercle.

En 1912, la ligne de chemin de fer Abidjan – Niger atteint Bouaké.

Dès les années 1945, Bouaké (22 000 habitants) s'affirme comme le premier pôle régional de la colonie, derrière Abidjan, grâce à la diversité et au niveau de ses équipements et de ses infrastructures économiques, commerciaux industriels et bancaires. La fonction industrielle de la ville, initiée dès 1920, dans la transformation du coton, (usine Gonfreville) se consolide avec la Compagnie française pour le développement des filatures textiles, la Société ivoirienne des tabacs (SITAB), les activités des textiles artificiels et synthétiques (SOCITAS, de la filature et tissage (SOFITIS et SETCI), des ficelleries (FIBAKO...) ¹. La fonction administrative s'affirme davantage ; elle est le siège de toutes les directions régionales des ministères et du secteur parapublic.

En 1980, elle compte 269 916 habitants, 333 319 habitants en 1985 et plus de 500 000 habitants en 1997, soit un taux de croissance de plus de 7 % l'an.

Elle doit l'accroissement de sa population à la fois à son croît naturel et à une forte immigration en provenance des pays de la sous-région ouest-africaine. Aujourd'hui, Bouaké est une véritable ville cosmopolite disposant de toutes les fonctions urbaines. Amadou Koné (1998) écrit : « Bouaké est la ville la plus malienne de la Côte d'Ivoire, par ses rythmes et ses couleurs ». L'érection, à Bouaké, du premier Marché de Gros au Sud du Sahara, témoignage du poids de cette ville dans l'organisation du commerce de produits alimentaires en Afrique de l'Ouest.

¹ SOFITIS : Société de filature et de tissage ; SETCI : Société d'emballage et textile de Côte d'Ivoire ; FIBAKO : Ficellerie de Bouaké

Caractéristiques du marché de gros de Bouaké

Caractéristiques physiques et organisation interne

Avec le soutien de l'Office d'aide à la commercialisation des produits vivriers (OCPV), créé en 1984 pour succéder à l'ancien Programme d'action commerciale des produits vivriers, AGRIPAC (1972), Bouaké devient le siège du premier Marché de Gros. Cet équipement commercial moderne est appelé à jouer un rôle de plus en plus important dans la chaîne de distribution des produits alimentaires pour consolider l'objectif général de sécurité alimentaire des populations. En effet, une catégorie de ménages urbains a connu, malgré la sévère érise économique, un relèvement de son niveau de vie ; des aspirations à de meilleures conditions d'hygiène et de conservation des produits alimentaires sont exprimées. Elles traduisent chez les populations la préoccupation d'une bonne régulation de l'office de produits alimentaires, sur une plus longue période de l'année et susceptibles de les rendre accessibles aux consommateurs.

C'est en novembre 1990 qu'est créé un comité consultatif du Marché de Gros. Une étude de faisabilité, confiée au Cabinet GRESSARD abouti à un rapport provisoire en février 1991, puis définitif en janvier 1992. Une proposition de financement (septembre 1993) débouche sur une Convention de financement approuvée le 20 décembre 1993 et signée en mars de l'année suivante. Un Avenant à la Convention de financement est signé le 25 septembre 1995. Entre temps, l'appel d'offres pour les travaux de lancement s'est effectué le 28 novembre 1994. Ouvert le 1^{er} mars 1995, attribué le 14 juin de la même année, il abouti à la signature de contrat avec les groupes Bouygues/Colas les 16 novembre 1995. Les travaux débutent dès le 15 décembre 1995 ; la réception provisoire du Marché de Gros a eu lieu le 4 septembre 1997.

Entre temps, un contrat d'Assistance Technique est signé avec le groupe Agriconsulting le 30 octobre 1995. La constitution de la Société Marché de Gros de Bouaké (SMGB), le 2 octobre 1997 conduit à la signature de la Convention de concession entre l'État ivoirien et la SMGB le 4 décembre 1997.

Son inauguration par le Président de la République de Côte d'Ivoire en présence de ses pairs du Mali et du Burkina Faso s'est déroulée le 16 avril 1998. Son coût est de 14 milliards de F CFA ; la CEE y a contribué à hauteur de 80 % et l'État ivoirien, 20 %.

Le Marché de Gros de Bouaké est bâti sur une superficie de 600 m de long sur 450 m de large, soit 270 000 m² (27 hectares).

La configuration du Marché de gros de Bouaké laisse apparaître deux catégories de bâtiments :

- le bloc administratif d'un seul tenant, abritant les services administratifs d'appui aux activités et aux transactions commerciales ; ce bâtiment est aussi le siège des services de Police, de la Douane, des Assurances et de la Banque ;
- les bâtiments à usage proprement commercial ; au nombre de trois, ils se subdivisent selon le schéma suivant :

- . un bâtiment, le plus vaste, destiné au commerce de gros de la cola,
- . le bâtiment spécialisé dans le commerce des deux féculents, le manioc et l'igname,
- . un dernier bâtiment servant de magasin pour les autres types de produits vivriers.

Ce Marché se compose de 431 magasins tous types confondus ainsi répartis :

- des plates-formes de 4 x 18 m² = 72 m² ;
- des magasins de colas de 210 m² chacun ;
- des magasins de cultures vivrières de 18 m² chacun.

Les 431 magasins du marché se répartissent de la façon suivante :

- 13 plates-formes pour la banane plantain ;
- 5 plates-formes pour le manioc ;
- 43 magasins pour la cola ;
- 370 magasins pour les cultures vivrières, les fruits et les légumes.

Le module de base d'un magasin de gros comprend :

- 18 m² fermés d'une capacité de 20 tonnes de produits (6 x 3) ;
- 15 m² d'aires d'exposition (5 x 3) ;
- 21 m² de parking (7 x 3), soit une surface totale de 54 m² pour les activités.

Origine géographique et caractéristiques socio-démographiques des acteurs

Les origines géographiques et les caractéristiques socio-démographiques les plus significatives concernent la nationalité, les origines régionales et ethniques, le sexe et le niveau d'instruction des opérateurs économiques ; il s'agit d'identifier la répartition géographique des acteurs, le poids des femmes et la capacité des opérateurs adhérents aux innovations de Marché de Gros.

Tableau I. Nationalité des commerçants grossistes du Marché de Gros de Bouaké par filières de produits.

Filières national	Nbre Grossistes	Bénin		Burkina Faso		Côte d'Ivoire		Guinée		Mali	
		eff.	%	eff.	%	eff.	%	eff.	%	eff.	%
Banane plantain	73			1	1,4	72	98,6				
Céréale	118			3	2,5	99	83,9			16	13,6
Cola	748			151	20,2	207	27,7	7	0,9	383	51,2
Fruit	14				0	8	57,1			6	42,9
Coco											
Igname	102			1	1	83	81,4	1	1	17	16,7
Légume	42	1	2,4		0	41	97,6		0		0
Manioc-dérivés	107		0		0	107	100		0		0
Manioc frais	67		0		0	67	100		0		0
Oignon	19		0		0	15	78,9		0	4	21,1
Total	1290	1	0,1	156	12,1	699	54,2	8	0,6	426	33

Sources : enquêtes

La structure des nationalités fait apparaître un rapport de force presque équilibré entre les nationaux Ivoiriens (54,2 %) et les commerçants-grossistes ressortissants des pays de l'Afrique de l'ouest (45,8 %). L'analyse plus fine met en évidence que 33 % sont des Maliens, suivis des Burkinabés (12,1 % ; viennent en troisième et dernière position avec respectivement 0,6 % et 0,1 % les grossistes Guinéens et Béninois. La structure des nationalités par filière révèle une prédilection des étrangers pour un certain nombre de produits : ils représentent plus de 70 % des commerçants-grossistes dans la filière de la cola et 42,9% dans le secteur des fruits et coco et 21,1 % dans la filière des oignons. Il y a chez ces derniers un souci de maîtriser, soit les produits de leur cru (oignons, céréales), soit les produits ivoiriens destinés aux marchés de leur pays d'origine (colas).

Pour le reste, les Ivoiriens sont très présents ; c'est le cas des Ivoiriens du nord de tradition commerçante (Malinké, Sénoufo), actifs dans les filières de la cola, des céréales, de l'igname et de l'oignon... ; c'est aussi le cas des Ivoiriens de la grande région du centre (Akan) dominant les filières de la banane (98,6 %), du manioc frais (100 %), du manioc et dérivés (100 %) ainsi que des légumes (97,6 %).

Tableau II. Sex-ratio des commerçants grossistes au Marché de Gros de Bouaké.

Filières	Nombre de grossistes	% de grossistes	Nombre de femmes	% de femmes	Nombre d'hommes	% d'hommes
Banane plantain	73	100	73	100	0	0
Céréales	118	100	0	0	118	100
Colas	748	100	0	0	118	100
Fruits-Coco	14	100	4	28	10	72
Igname	102	100	0	0	102	100
Légume	42	100	42	100	0	0
Manioc dérivés	4	100	42	100	0	0
Manioc frais	7	100	7	100	0	0
Oignons	19	100	0	0	19	100
Total	1127	100	130	11,50	997	88,50

Sources : Nos enquêtes

L'analyse du sex-ratio fait ressortir une prédominance masculine inégale selon les familles de produits. On observe, en effet, une frappante ségrégation sexuelle des activités, liée sans doute à des préjugés sociaux. Les femmes qui représentent juste 11,5 % des actrices du commerce de gros dominent sans concession les filières de la banane plantain (100 %), des légumes (100 %), du manioc frais (100 %), du manioc et dérivés (100 %) ; les hommes sont surreprésentés dans les filières de la cola, de l'igname, de l'oignon (100 %) ; c'est ainsi qu'ils marquent, en définitive, une incontestable supériorité numérique (88,5 %).

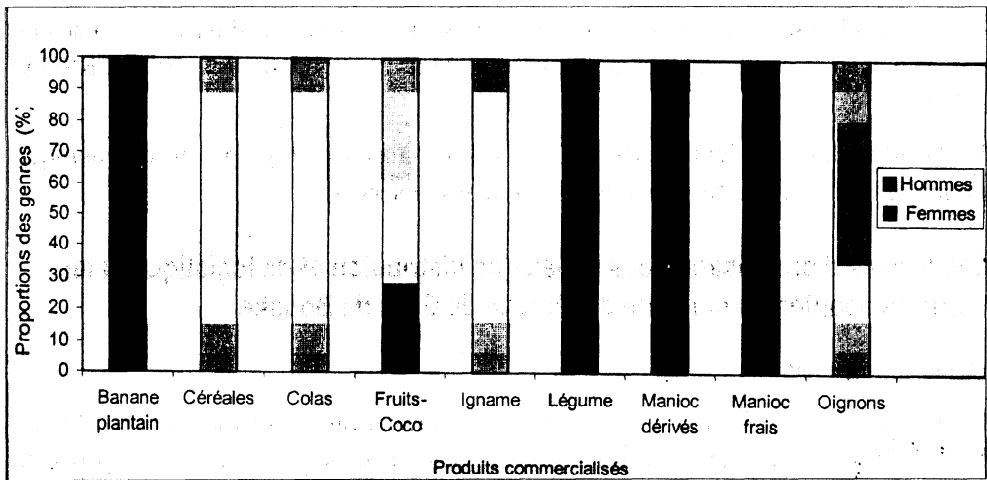


Figure 1. Sex-ratio des commerçants-grossistes du marché de gros de Bouaké.

Le niveau de culture générale et technique se fonde sur un échantillon représentatif de 181 commerçants-grossistes identifiés sur le Marché de Gros de Bouaké. Les résultats suivants ont été enregistrés : 90 % des commerçants grossistes sont illettrés ; 6 % ont le niveau de l'enseignement primaire ; les 4 % restants ont un niveau d'études correspondant à celui de l'enseignement secondaire. Les implications sur le rayonnement et le fonctionnement du Marché de Gros sont importantes.

Géographie des approvisionnements : nature, niveau des produits, jeu des mécanismes et des automatismes du Marché de Gros de Bouaké

Problèmes de méthode et hypothèses de recherches

Nous limitons volontairement nos ambitions de recherches et d'analyse.

Du point de vue quantitatif, sur les huit familles de produits identifiés, nous nous proposons d'en examiner trois principalement : la banane plantain, le manioc exploités par des femmes et le maïs ayant une exploitation mixte ;

La méthode utilisée consiste à analyser les certificats de provenance exploités par l'OCPV entre 1995 (avant la création du MGB) et 1999 (après la création du MGB). Le Certificat de Provenance comporte le nom du transporteur, le numéro de son permis de conduire, la nature, le volume, l'origine et la destination des produits transportés.

Nous formulons trois hypothèses à l'appui de notre analyse :

- le Marché de Gros de Bouaké favorise l'élargissement du bassin de collecte des produits ;
- le Marché de Gros induit un accroissement du volume des produits y transitant, mettant surtout en évidence la capacité de régulation du Marché et l'étendue de son bassin de réception ;

– l'organisation spatiale des approvisionnements emprunte son schéma aux « canaux de distribution et de logistique traditionnels » (MacCAMMON, 1970, BOWERSOX, 1980) ;

Les résultats les plus significatifs sont traduits sous forme cartographique et graphique pour une meilleure restitution des phénomènes observés.

Les formes d'organisation des canaux de distribution et de logistique et les modèles adaptés au contexte du Marché de Gros de Bouaké

Outils conceptuels

Le Marché de Gros de Bouaké remplit plusieurs fonctions : (consommation urbaine, transit, importation, exportation). Il a été construit pour gérer à terme près de 600 000 tonnes de produits dont 200 000 tonnes en transit à destination des pays de la CEDEAO et 200 000 autres tonnes redistribuées sur les marchés nationaux en dehors de la ville de Bouaké. Il induit, de ce fait, une géographie spécifique de ses approvisionnements, liée aux fonctions des marchés de sa catégorie. Pour cerner les mécanismes spatio-économiques en jeu, il importe de réfléchir à des systèmes explicatifs permettant de bien encadrer l'analyse des activités liées aux fonctions du Marché de Gros de Bouaké. Nous nous appuyons sur des outils d'analyses théoriques, méthodologiques et conceptuels ayant été testés dans les systèmes de production agro-alimentaires et d'approvisionnement dans les pays développés à différents stades de leur histoire.

La notion de sablier

Le schéma théorique d'approvisionnement et de distribution des produits vivriers peut être illustré par un sablier. Sa partie supérieure élargie représente l'ensemble des producteurs ; sa large base, représente l'ensemble des consommateurs, des détaillants et des points de vente répartis sur le territoire ; le centre resserré accueille le Marché physique avec des grossistes et des expéditeurs divers). Cet outil conceptuel nous sert à mettre en perspective la fonction géographique du Marché de Gros de Bouaké.

La notion de « canaux de distribution »

Cette notion se propose d'analyser comment, à l'intérieur d'un canal, les produits vivriers accèdent au Marché de Gros puis aux consommateurs.

À la suite de MacCAMMON (1970), on identifie quatre types d'organisation des canaux de distribution ; ce sont :

Le canal traditionnel ; il se caractérise par des échanges ponctuels sur la base de contrats d'achat-vente flexible ; le canal intégré est la continuité de la structure de production ; le canal administré se caractérise par son organisation formalisée, institutionnalisée et son pouvoir de marché ; enfin, le canal contractuel, organisé sur une base juridique de type contractuel est le dernier type.

La notion de « canaux logistiques »

Son objectif est d'étudier les moyens de prévenir les ruptures d'approvisionnement d'un marché tout en évitant son engorgement ; au total, il s'agit d'assurer la présence, au moindre coût, de la demande de produits vivriers, dans l'espace et le temps adéquats (PACHÉ, 1994). BOWERSOX *et al.* (1980) identifie quatre types d'organisations des canaux logistiques ; le premier, le plus ancien, fonctionne sur les circuits courts et relie, très souvent, les producteurs aux consommateurs (cas des maraîchers qui s'ordonnent dans l'espace péri-urbain) ; le deuxième type de canal logistique à une organisation centrée exclusivement sur les marchés physiques de gros, avec des acteurs spécialisés ; un troisième type « est celui où le producteur intègre la fonction de livraison en compte propre... » (GREEN & HY, 1999). Enfin, le quatrième type de canal est au service de la grande distribution qui utilise des plates-formes logistiques (entrepôt de stockage et d'expédition, plate-forme de réception et de groupage) sur les marchés de consommation.

La notion de « bassin de production ou d'expédition »

La notion de bassin est définie comme l'espace géographique où sont coordonnées un certain nombre d'activités de production de biens et de services liés à une filière dans le canal logistique.

La notion de « bassin de réception »

On parle aussi, pour spécifier l'espace d'opération, de bassin de réception, articulé sur le bassin de production, grâce notamment à la fonction de transit (l'utilisation de la logistique pour faire passer des produits vivriers à d'autres régions). Cette fonction de transit est généralement centrée sur le Marché de Gros.

L'analyse des schémas d'organisation autour du Marché de Gros de Bouaké

Le Marché de Gros de Bouaké s'inscrit sur un modèle d'articulation dans des schémas d'organisation technique et spatiale qui empruntent beaucoup à la fois aux canaux de distribution et aux canaux de logistique. Trois types de circuits y sont identifiés, comme l'illustre la figure 2.



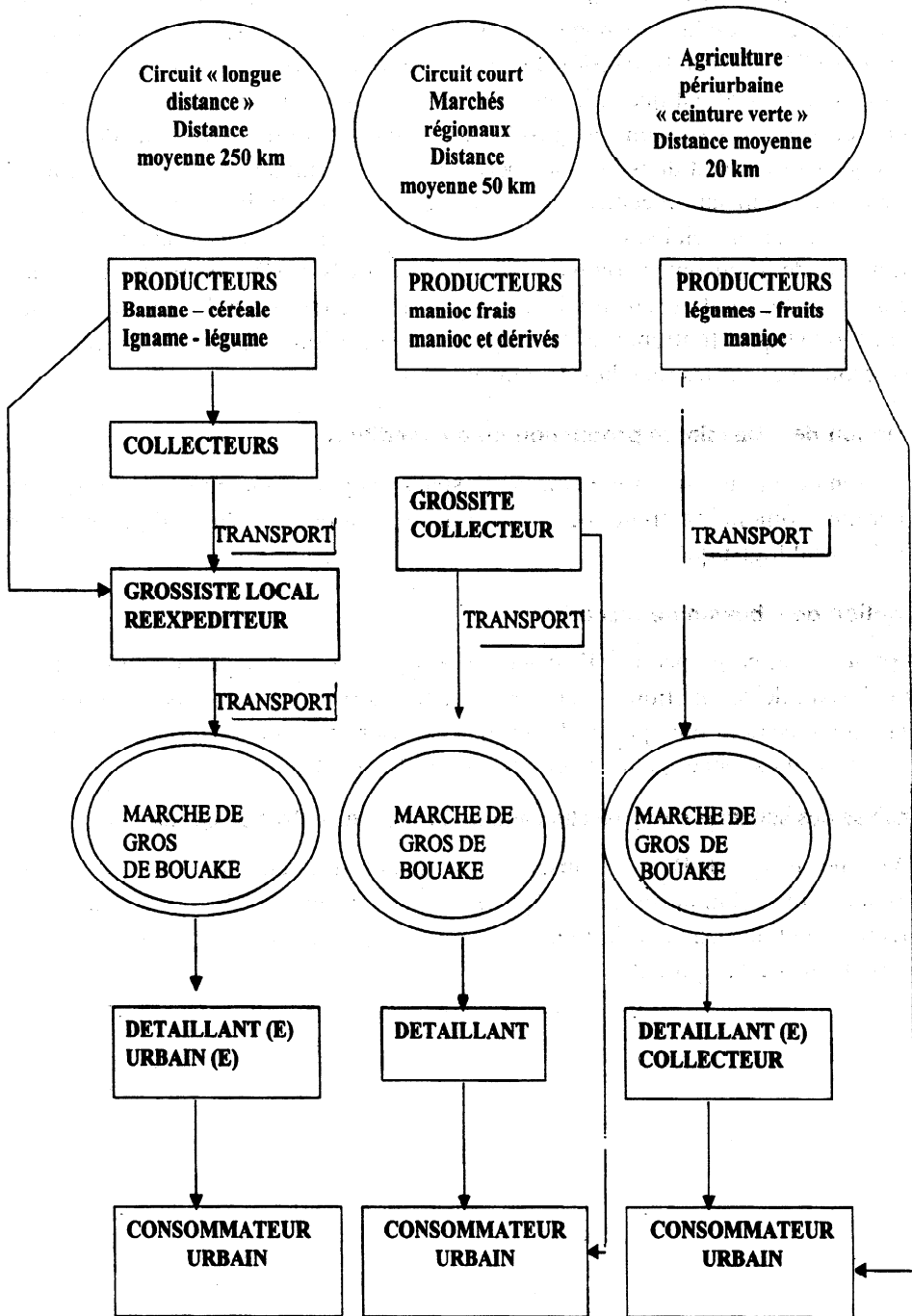




Figure 2. Schéma des canaux de distribution et de logistique autour du Marché de Gros de Bouaké : principaux circuits de commercialisation des vivriers.



Origine de la banane plantain

-  Avant la création du M.G.B.
-  Après la création du M.G.B.

Destination de la banane plantain

-  Après la création du M.G.B.

Figure 3. L'origine et la destination de la banane plantain avant et après la création du MGB

- le « circuit court », organisé dans un périmètre n'excédant pas 50 km, concerne en priorité les filières du manioc frais et de certains de ses dérivés ; quelques fruits et légumes s'inscrivent dans cette échelle de parcours ; entre les producteurs et les commerçants-grossistes du Marché de Gros de Bouaké, des grossistes-collecteurs locaux jouent un rôle d'intermédiation dans le transfert des produits sur le Marché de Gros de Bouaké ;
- une variante de ce « circuit court » est celui de l'agriculture péri-urbaine baptisée ceintures vertes des villes ; celle-ci s'inscrit dans une échelle de parcours qui se circonscrit dans un rayon de 20 km au plus ; souvent, ce « circuit court » met directement en contact, producteurs et consommateurs, mais il arrive que les commerçants-grossistes urbains assurent le relais de l'offre de produits par le canal du Marché de Gros. C'est le champ de prédilection des fruits et légumes. Le transport peut être assuré par le producteur lui-même, soit avec des moyens de transport du bord (marche, vélo, motocycles), soit au moyen de camionnettes ;
- un troisième circuit sur « longue distance » concerne notamment les filières de la banane plantain, des céréales, des ignames et des légumes ; il emprunte beaucoup au schéma d'organisation des canaux de distribution et de logistique centrés sur le Marché de Gros de Bouaké. Avec des opérations logistiques s'appuyant sur des véhicules de location, il se caractérise par des tournées de collecte auprès des petits producteurs ; le transport des produits se réalise sur des distances moyennes de 250 km entre des bassins d'expédition à très large rayon d'action et des bassins de réception ayant des portées spatiales de dimension nationale, voire internationale ; c'est le cas de l'igname, de la banane et surtout de la cola. Dans ce schéma, les produits vivriers accèdent au Marché de Gros au prix d'un circuit caractérisé par une intermédiation des collecteurs, lesquels sont en contact avec les producteurs ; ceux-là agissent pour le compte du grossiste local réexpéditeur lui-même en contact avec le commerçant-grossiste urbain du Marché de Gros de Bouaké.

Les implications de ces schémas de fonctionnement sur l'organisation spatiale des bassins de production et des bassins de réception du Marché de Gros de Bouaké

L'élargissement des bassins d'expédition et de ceux de réception du Marché de Gros de Bouaké

Entre 1995 et 1999, l'aire du bassin d'émission de la banane plantain s'est agrandie avec l'adjonction de la région des Montagnes (Man), des Lacs (Yamoussoukro) et celle des Lagunes (Abidjan) ; cette extension est le produit lié de deux facteurs favorables ; l'un dû aux conditions de la production extensive et la progression du front pionnier, l'autre en liaison avec la transparence et l'attractivité du Marché de Gros ; c'est que le Marché de Gros de Bouaké joue sur trois tableaux :

- le ravitaillement des populations urbaines de Bouaké ;
- la redistribution des produits du Marché de Gros vers des capitales régionales et des villes moyennes : Abidjan, Korhogo, Ferkéssédougou, Ouangolodougou, Pogo...

– le transit international des produits à destination des capitales et des villes régionales : Bamako, Sikasso (Mali), Ouagadougou, Bobo-Dioulasso (Burkina Faso), Niamey (Niger)...

On observe les mêmes phénomènes au niveau du bassin de production du manioc à destination du Marché de Gros de Bouaké ; ainsi, les régions autour de Daloa, d'Issia, de Bouaflé (Haut- Sassandra et Marahoué) intègrent les zones de collecte du manioc. L'évolution du bassin de production du maïs à destination du Marché de Gros de Bouaké connaît une progression spectaculaire. Antérieurement confinée aux départements de Sakassou, Sinfra, Daloa, M'bahiakro et Vavoua, dans les Centre et Centre-Ouest, la filière du maïs étend son bassin d'expédition à tous les compartiments du territoire national sur environ 50 % de celui-ci.

Au Nord, les départements de la couronne de Korhogo (Boundiali, ferkéssédougou), ceux du Centre (Sakassou et M'Bahiakro, Yamoussoukro, Toumodi...), l'ensemble des régions administratives du Centre-Ouest et du Centre-Sud contribuent à animer les flux de productions vivriers en direction de Bouaké. Certains départements des régions du Sud (Abidjan et Aboisso), du Sud-Ouest (Gagnoa et Divo) et de l'Est (Aboisso) ne sont pas en reste de ce mouvement national.

Une part importante du maïs transitant au Marché de Gros est redistribuée ; tous les compartiments de l'espace national sont concernés : des régions du Nord, (Korhogo, Ouangolodougou, Kong, Bouna, Dimbokro), de l'Est (Bongouanou, Abengourou, Daoukro), jusqu'aux régions littorales (Tabou, San- Pédro, Sassandra) ou lagunaires (Dabou, Bingerville, Aboisso).

Au total, les bassins de production et de réception des produits vivriers articulés sur le Marché de Gros de Bouaké décrivent des amplitudes spatiales en net accroissement. Au nœud de ce schéma d'approvisionnement se trouve le Marché de Gros lui-même, comme un point d'étranglement et de transit ; en amont, s'ordonne l'ensemble des petits producteurs, en aval, l'ensemble des détaillants, des points de ventes et des consommateurs finaux (le bassin de réception). C'est le sens de la notion de sablier et l'interprétation géographique à laquelle elle donne lieu.



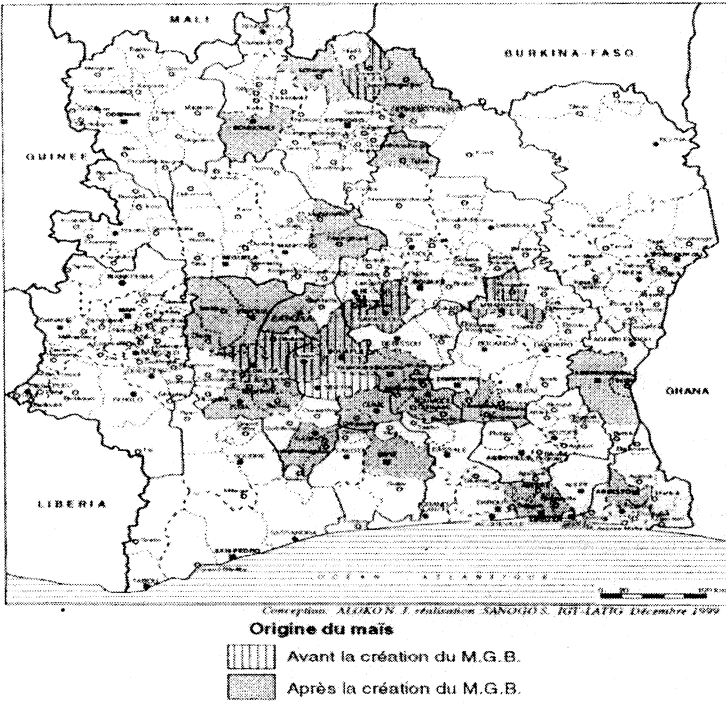


Figure 4. Le bassin de production de maïs au MGB.

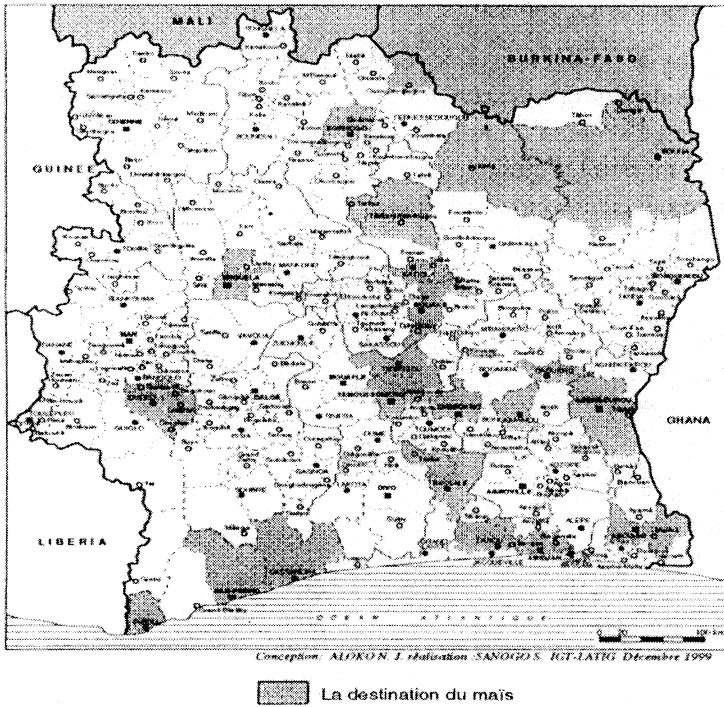


Figure 5. Bassin de réception du maïs au MGB.

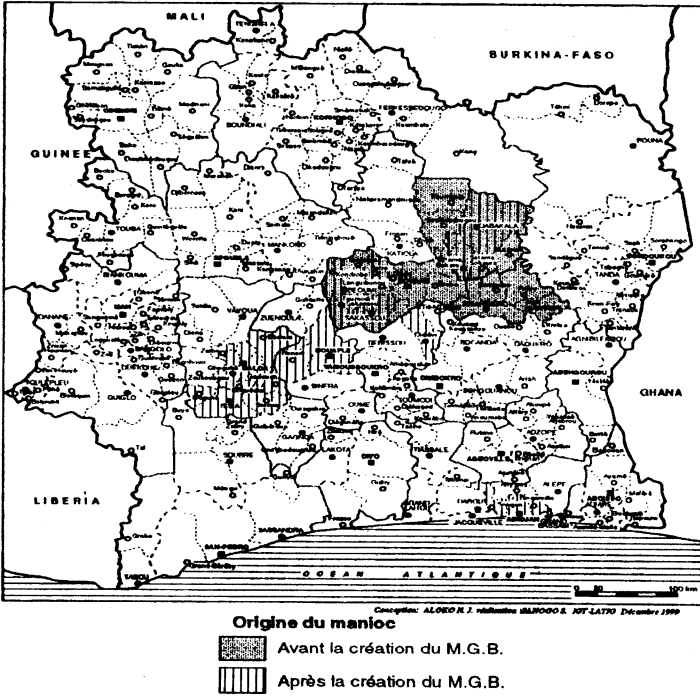


Figure 6. L'origine du manioc avant et après la création du MGB.

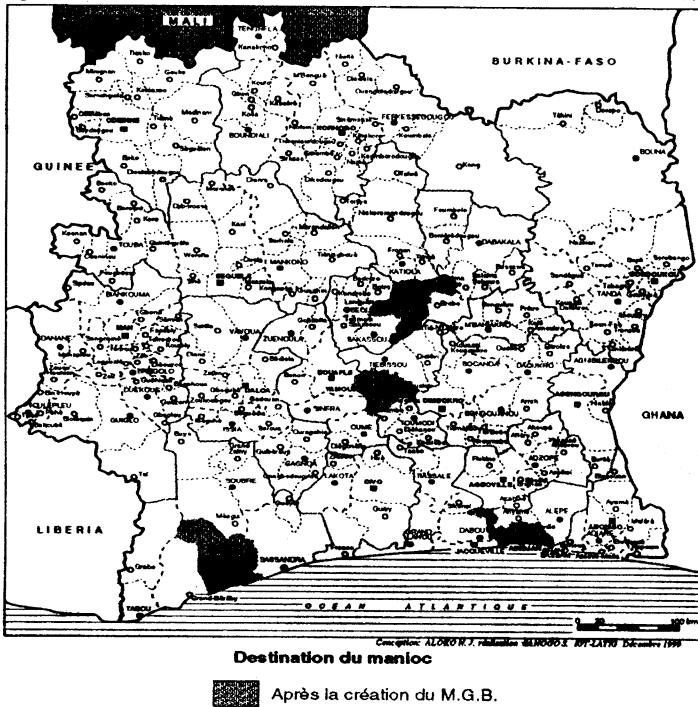


Figure 7. La destination du manioc après la création du MGB.

L'accroissement et la régulation des flux de produits en direction du Marché de Gros de Bouaké, en passe de devenir une plaque tournante.

Tableau III. Volume des produits traités au Marché de Gros de Bouaké d'août 1998 à août 1999 (12 mois).

Produits vivriers	Tonnages
Banane plantain	3 586,2
Céréales	10 663,3
Cola	12 686,4
Fruits	1 038,6
Ignames	13 892,2
Légumes	415,4
Manioc et dérivés	99,1
Manioc frais	1 762,7
Oignon	7 475,6
Divers	1 441,3
Pomme de terre	252,2
Noix de cajou	698,8
Volume total	54 011,8

Sources : nos enquêtes.

Le volume des produits traités au Marché de Gros de Bouaké, les 12 premiers mois, (54 011,8 T.) laisse apparaître des disparités.

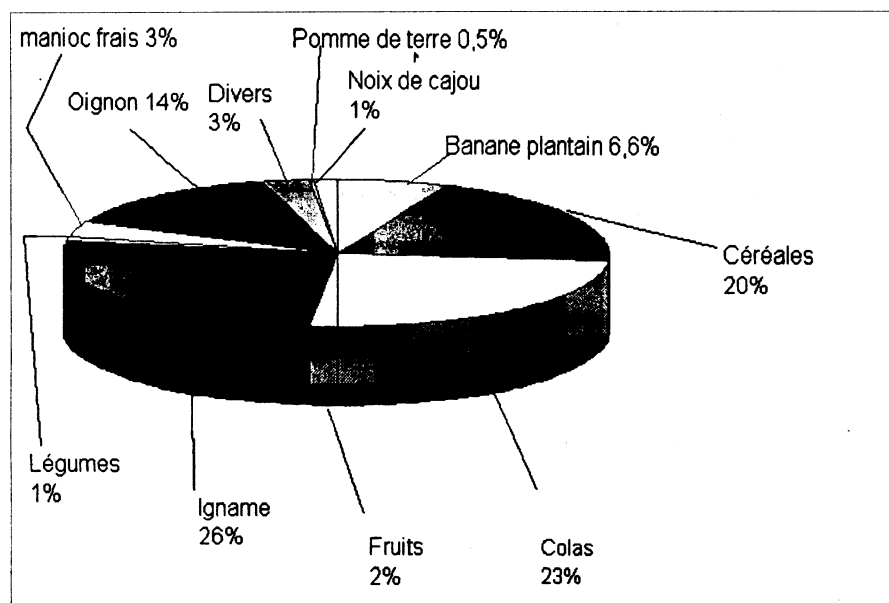


Figure 8. Volume des produits traités au marché de Gros de Bouaké d'août 1998 à août 1999.

La cola connaît un accroissement significatif de ses tonnages traités, destinés en majorité à l'exportation ; ainsi alors qu'en 1997, les tonnages de cola plafonnaient à 8 443,197 tonnes à Bouaké, 1998 enregistre 18 791,378 tonnes, soit 2,2 fois plus en 1 an sur le nouveau site du Marché de Gros. La tendance haussière se généralise à l'ensemble des produits, comme le montre le tableau IV.

Tableau IV. Rôle du marché de gros de Bouaké dans la régulation et l'accroissement des tonnages de produits vivriers.

Produits/an	1997		1998	
	Tonnage	dont export.	Tonnage	dont export.
Banane plantain	1 000	170	1 200	240
Maïs	1 984,7		6 848,6	
Cola	8 883,2	8 352	1 851,4	15 170
Coco	5		24,5	
Ignames	3 051,5	500	4 827,6	508
Oignons	2 378,6		6 223	
Riz	2 533		2 953	
Mil	938,3		1 797	
Arachide	1 548,8		2 930,5	
Manioc et dérivés	62	42	1	
Manioc frais	28,5		7,5	
Total	23 962,4		48 538,2	

Sources : nos enquêtes.

Entre 1997 et 1998, les tonnages sont passés de 23 962,4 tonnes à 48 538,2 tonnes, soit une multiplication par 2,02 (tableau IV).

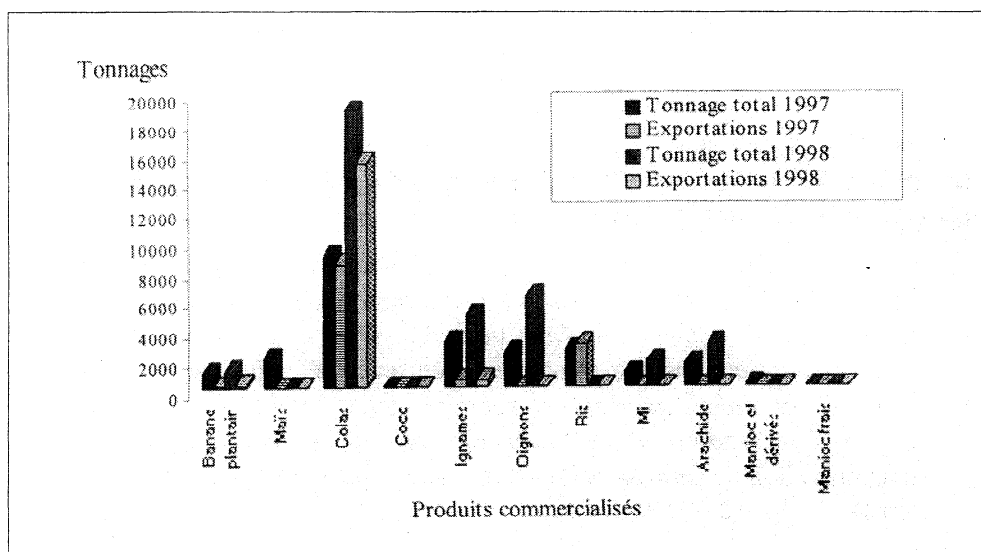


Figure 9. Accroissement des tonnages et la part des exportations par produit.

Cette performance est d'autant plus remarquable que la majorité des commerçantes-grossistes dans les secteurs des légumes, des céréales et surtout du manioc, manifestant des résistances au changement, tardent à rejoindre le Marché de Gros. Ainsi, se trouve posée la question du Marché de Gros comme vecteur socio-spatial porteur d'innovations.

Limites et perspectives des vecteurs porteurs d'innovation

La théorie de l'innovation et l'étude des vecteurs de changements socio-spatiaux et économiques se justifie par les constats suivants :

- le Marché de Gros de Bouaké, de création récente, est le premier du genre en Afrique au sud du Sahara ;
- le Marché ne fait pas mystère d'introduire dans ses modes de gestion des innovations significatives susceptibles de révolutionner ses rapports avec les commerçants-grossistes ;
- les commerçants-grossistes donnent l'impression d'être mal préparés, malgré les longues séances de discussion initiées par les promoteurs et les structures de gestion du projet création du Marché de Gros de Bouaké.

Innovations incriminées, effets économiques, sociaux et psychologiques et facteurs d'explication

Les commerçants-grossistes de Bouaké incriminent un certain nombre de mesures ou dispositions liées au fonctionnement du Marché de Gros :

- le taux de la location des magasins des commerçants-grossistes. La Société de Gestion du Marché de Gros a fixé ce taux de location à 40 000 FCFA ; celui-ci jugé élevé a connu deux réajustements successifs (30 000 FCFA, puis (20 000 FCFA en mai 1999) ; malgré ces concessions faites aux commerçants-grossistes, la grande majorité accumulent des arriérés de paiement des loyers de 6 mois en moyenne.
- le droit de première accession du magasin ; celui-ci variant de 480 000 FCFA (produits vivriers) à 1 200 000 FCFA (colas) est perçu comme prohibitif par certains commerçants-grossistes ;
- la concurrence déloyale est le troisième motif invoqué pour justifier les réserves formulées ; faute de mettre en application les dispositions légales instituant un « périmètre de protection » autour du Marché de Gros, les commerçants-grossistes installés à l'extérieur constitueraient une concurrence déloyale, car ils ne feraient pas face à des charges financières de même niveau. C'est l'argument évoqué par ces derniers pour, soit refuser de payer (cas des commerçantes-grossistes de la filière manioc), soit ne pas payer régulièrement les loyers des magasins qu'ils occupent sur le site du Marché de Gros ;
- le schéma de fonctionnement du Marché de Gros et ses incidences sur les pratiques commerciales antérieures des commerçants-grossistes est une incrimination plus

implicite ; en effet, il leur est demandé un certain nombre de comportements et d'innovations mal intégrés à la culture commerciale traditionnelle des opérateurs économiques du Marché de Bouaké ; il s'agit entre autres de :

- . ouvrir des comptes épargne-magasin ;
- . mettre en place un comité consultatif de gestion ;
- . participer collectivement à concurrence de 400 millions de FCFA à la mise en place d'un fonds de garanti permettant d'avoir accès au crédit bancaire ;
- . s'organiser en coopératives d'achat et de vente par filières de produits afin de faire face collectivement à des commandes importantes ;
- . prospecter les marchés de la sous-région pour élargir le bassin de réception du marché et accroître leurs chiffres d'affaires et leurs gains...

Entre le niveau des exigences du Marché de Gros et la réalité des comportements des grossistes, l'écart paraît bien grand. En effet, il y a encore dans le subconscient collectif de cette classe de commerçants-grossistes, des survivances tenaces de modes de pensées, de schémas mentaux et de comportements qui ne favorisent pas une gestion économique moderne : le secret des transactions, l'individualisme traditionnel, l'absence d'esprit d'initiative, le goût très modéré du risque, une appréciation tronquée de l'environnement général des affaires, une certaine distance, voire une défiance par rapport à l'enrichissement individuel suspect aux yeux du corps social. Ainsi s'expliquent des tendances à la démobilitation de l'épargne, notamment dans le cadre des dépenses funéraires et de prestige au détriment d'investissements productifs.

Niveau d'adhésion des opérateurs par nature de produits

Tableau V. Niveau d'intégration au marché de gros de Bouaké.

Filières	Nombre de grossistes						Taux de réticence
	Bouaké	Femmes à Bouaké	% femmes	% au MGB	Femmes au MGB	% femmes au MGB	
Banane plantain	92	92	100	73	79	73	21
Céréales	157	5	2,5	118	75	0	25
Cola	748	0	0	748	100	0	0
Fruit-coco	66	10	15,1	14	21	4	79
Igname	120	0	0	102	85	0	15
Légumes	78	42	54	42	54	42	46
Manioc dérivés	107	107	100	4	3	4	97
Manioc frais	71	71	100	7	30	7	70
Oignons	67	0	0	19	9	0	41
Total	1 506	327					24

Sources : nos enquêtes.

Ce tableau est un indicateur quantitatif de mesure du niveau d'adhésion des commerçants-grossistes au nouveau Marché de Gros de Bouaké. De notre point de vue, ce Marché est un vecteur socio-spatial porteur d'importantes innovations.

Le niveau d'adhésion des commerçants-grossistes au Marché de Gros de Bouaké est très inégal par filières.

Seuls les commerçants de la filière de la cola ont adhéré massivement à ce projet (100 %). En dehors de ceux-ci, des réticences apparaissent dans les autres filières. 21 % des commerçants-grossistes dans la filière de la banane plantain ne fréquentent pas le Marché de Gros à Bouaké. Les taux de réticence sont encore plus élevés dans la filière des fruits et coco (79 %), du manioc frais (97 %). Au total, la moyenne des commerçants-grossistes refusant de s'installer au Marché de Gros de Bouaké atteint le taux de 24 %.

Au terme de ces constats, on peut dire que la théorie de l'innovation et les résistances au changement intègrent le « temps de réponse » nécessaire à « l'appropriation » par les intéressés du processus d'innovation. Or, ce « temps de réponse », fait encore défaut et explique les difficultés observées dans le fonctionnement du Marché de Gros.

Conclusion et perspectives

Le Marché de Gros de Bouaké, infrastructure d'avant-garde est, depuis seulement avril 1998, une réalité inscrite dans l'espace physique de la ville de Bouaké ; celle-ci devient un pôle majeur d'approvisionnement et de redistribution des produits alimentaires dans la sous-région de l'Afrique de l'ouest. L'analyse et le fonctionnement du Marché de Gros de Bouaké mettent en évidence la fonction éminemment géographique de cet outil économique et social. En nous aidant d'outils théoriques et de concepts opératoires, nous avons tenté de démontrer que le Marché de Gros est au cœur d'une stratégie de recomposition de l'espace géo-économique et sociale compris entre son bassin de production et celui de réception, grâce à sa fonction de plus en plus dominante de transit et de régulation des flux des produits. L'organisation des canaux de distribution et de logistique, malgré leurs insuffisances, ont contribué à assurer un niveau satisfaisant de services de relations et de transfert de produits.

On peut s'interroger sur la fonction de ce vecteur d'innovation, son impact sur les acteurs et les perspectives susceptibles de l'inscrire durablement dans le contexte socio-spatial.

Mal outillés et un peu résignés, les opérateurs économiques font face aux innovations qui rythment l'organisation et le fonctionnement du Marché de Gros. Il est nécessaire de veiller à des questions essentielles restées pendantes : aide à l'accès au crédit bancaire, apprentissage des conditions d'exploitation rationnelle, recherche et conquête de nouveaux marchés, notamment à l'extérieur, toutes choses qui requièrent un bon niveau de connaissances générales et techniques.

Au total on peut faire le bilan suivant :

- du point de vue de l'analyse spatiale, le bilan paraît satisfaisant. En effet, on peut remarquer un élargissement très sensible des bassins de production et de réception du Marché de Gros de Bouaké, grâce à l'efficacité apparente de ses canaux transactionnels et d'information. Ainsi, en espace de douze mois, la fonction de transit du Marché s'est consolidée ; ainsi, au plan géographique, l'éclatement spatial sans précédent du bassin de réception du Marché de Gros de Bouaké s'est accompagnée du doublement du volume des tonnages en transit vers des destinations nationales, sous-régionales et internationales ;
- du point de vue des adaptations sociales à l'innovation et du comportement des acteurs, on peut avec raison, être sur une position de réserve ; le 1/4 de la population commerçante a refusé le site du Marché de Gros ; les 3/4 qui s'y sont installés traînent encore de vieux réflexes et des comportements anti-économiques ; par exemple, certains refusent et d'autres sont réticents à s'acquitter du loyer de leurs magasins, le considérant comme une charge supplémentaire à laquelle ils ne sont pas familiers ;
- du point de vue des résultats économiques et financiers d'ensemble, le bilan peut, à juste titre, paraître limité : malgré un relatif accroissement des tonnages manipulés (54 011,8 tonnes sur les 12 premiers mois d'activités, contre 48 538,2 tonnes en 1998 et 23 962,4 tonnes en 1997 sur l'ancien marché), l'objectif est que ce Marché de Gros traite, à terme, 600 000 tonnes de produits ; d'autre part, d'importants arriérés de loyer s'accumulent au passif de la trésorerie de la Société de Gestion du Marché de Gros, la mettant dans une situation financière difficile.

Ce travail ouvre des pistes de recherches nouvelles dans une perspective spatiale et spatio-économique. Celles-ci feront l'objet de travaux ultérieurs ; l'analyse géographique et économique par filière en est un axe central ; elle prend en compte les facteurs géographiques des variations du niveau de production, de l'offre et ses incidences sur les prix des produits vivriers (saisonnalité des produits, pertes post-récolte, question des transports, conditionnement hors marché et au marché avec une triple dimension spatiale, commerciale et technologique...). □

Références bibliographiques

- ALDERSON W. & MARTIN M. W., 1968. « Toward a formal theory of transaction and transvection » in Mallen. B. « The marketing channel. A conceptual viewpoint ». John Wiley and Sons, New York.
- BÉIBRO F., 1995. Les commerçants grossistes de produits vivriers dans le ravitaillement du grand marché de Bouaké ; mémoire de maîtrise, 138 p. ; Université de Cocody – Abidjan.
- BERTRAND M., 1996. « Trente ans d'observation des relations villes-campagnes en Afrique noire », in ville en développement, n°32, p. 3-4.
- BOWERSOX D. J. & al., 1980. Management in marketing channels, McGraw Hill, New York.
- CHALÉARD J. L., 1996. Temps des villes, temps des vivres. L'essor du vivrier marchand en Côte d'Ivoire, Paris Kartala, 661 p.
- CLAVA P., 1980. Eléments de Géographie Humaine, Litec, Paris ; 436 p.

- DIAMBRA-HAUHOOT, 1972.** « Le commerce de détail dans l'agglomération d'Abidjan », Ann. Univ. Abidjan, série G (Géographie), tome IV, 88 p.
- FILSER M., 1999.** Les théories du canal de distribution : le dualisme des paradigmes, mimeo, IAE, Dijon.
- FOURGEAU C., 1995.** Femmes africaines, stratégies alimentaires et urbanisation. Approche ethnogéographique des petites productrices villageoises et citadines du Sud-Est du Bénin, 668 p. (thèse de doctorat, géographie, Bordeaux III)
- GNAMMON- ADIKO A., 1996.** « Les femmes, la restauration rapide et l'aménagement de la ville d'Abidjan », FNA / ANA, 6 p.
- GEEN R. H., 1999.** « Logistique fruits et légumes en Aquitaine », INRA – GIE, Ivry –Sur–Seine, 115 p.
- GREEN R. & PINTO A., 1999.** « L'analyse de canaux de distribution », INRA, Ivry–Sur–Seine, 27 p.
- GREEN R. & HY M., 1999.** « L'évolution des transports : l'enjeu du transport combiné pour les produits alimentaires », INRA, 38 p.
- KONÉ A., 1998.** « Transports et relations Côte d'Ivoire / Mali », thèse de doctorat de 3^e cycle, Université de Cocody, Abidjan, 428 p.
- MCCAMMON B. C., 1970.** Perspectives for distribution programming, in Bulletin, L.P. Ed. Vertical marketing systems, Scots Foresman, Glenview.
- MOUSTIER P. & PAGÈS J.** Le péri-urbain en Afrique : une agriculture en marge ? In *Le Courrier de l'environnement* n° 32, décembre 1997.
- PACHÉ G., 1994.** « La logique, enjeux stratégiques », Vuibert, Paris.
- PALLIER G., 1972.** L'approvisionnement en viande des villes de la Haute-Volta in CEGET, La croissance urbaine dans les pays tropicaux : dix études sur l'approvisionnement des villes, Travaux et documents de géographie tropicale, n° 7, p. 191-206
- PONS J., 1999.** « Transport et logistique », Hermes, Paris.