

Aspects socio-économiques de l'alimentation de rue dans la ville de Bobo-Dioulasso, Burkina Faso

K. M. DRABO*, I. ZONGO*, A. N. ZEBE*, L. PARE-TOE**, Z. TARNAGDA*, N. ROUAMBA*, J. ROUAMBA*, A. TOE*, D. OUEDRAOGO***, J. B. OUEDRAOGO**,**

Résumé

La vente et la consommation d'aliments sur la voie publique connaît un essor dans la plupart des villes africaines. Une étude réalisée dans la ville de Bobo-Dioulasso en 2003 a analysé les facteurs de viabilité du secteur de l'alimentation de rue dans la perspective du renforcement de sa contribution au développement économique de la ville. Au total 622 sites de ventes répartis dans les trois zones géographiques d'intensité commerciales respectivement faible, moyenne et élevée ont été visités. Dans chaque site, 1 prestataire (vendeur et/ou préparateur) et 3 clients ont été interviewés. Les femmes représentent 74,6% des prestataires du secteur de l'alimentation de rue et les hommes 72 % des clients. L'affluence des clients était plus importante de 10 heures à 12 heures, au cours de la dernière semaine de chaque mois et au cours des 5 premiers mois de l'année. C'est essentiellement le coût des denrées utilisées (matériaux de base, sucre, lait, arômes, ingrédients ...) qui influençait les prix de vente des aliments. L'investissement direct annuel pour les 622 prestataires interrogés a été estimé à 1,021 milliard de francs CFA, avec un cumul annuel des recettes d'environ 1,535 milliard de francs CFA et un bénéfice net de 514 millions de francs CFA. Ce secteur est viable compte tenu de son utilité sociale, de sa capacité à s'accommoder à l'évolution des habitudes des clients et enfin à cause des conditions de gestion techniques et financières qui permettent de pérenniser son financement. Pour accroître ses performances, les autorités de la ville devraient prendre conscience des enjeux, planifier l'infrastructure urbaine à long terme en prenant en compte les besoins du secteur et enfin en assurant une gestion efficace.

Mots-clés : Alimentation de rue, utilité sociale, viabilité financière, incidences environnementales et écologiques.

Social and economic aspects of the street food in Bobo-Dioulasso, Burkina Faso

Abstract

Street stalls are a convenient, inexpensive and major source of food for the public in most of African towns. In 2003, a study has been implemented in Bobo-Dioulasso to assess the sustainability of the street food sector and its financial impact. Through structured questionnaires and observation guide, data has been collected from 622 selling sites and 1863 consumers. Women represented 74.6% of vendors and men 72% of consumers. Street food sites are crowded in the morning, during the last week of the month and from January to May. The price of dishes is influenced by the cost of raw materials rather than the energy cost. The activity provides income for people who would otherwise be unemployed, since entering the street food business only requires a few money and technology. Notwithstanding the small size of the units of operation, these microenterprises are extremely successful at capital generation. Bobo-Dioulasso street food trade would involve per year some 1,021 billions of CFA francs. To promote a sustainable development of the street food sector in the city, authorities must undertake efforts, involving actors at the ground level and using sound management systems.

Keywords: Street food, social usefulness financial sustainability, impacts on environment.

* Institut de Recherche en Sciences de la Santé. DR Bobo-Dioulasso; 01 BP 545 Bobo-Dioulasso 01 Burkina Faso : Tél/Fax (226) 20 97 48 68 email: m_drabok@yahoo.fr

** Centre Muraz, 01 BP 545 Bobo-Dioulasso 01 Burkina Faso: Tél/Fax (226) 20 97 01 02

*** Université Polytechnique de Bobo-Dioulasso

Introduction

Avec l'urbanisation galopante, l'Afrique se trouve confrontée à un profond bouleversement des modes de vie, des activités professionnelles, des relations familiales et sociales, qui cristallisent le problème de la sécurité alimentaire dans les ménages (BARRO *et al.*, 2002). Pour répondre au besoin de sécurité alimentaire, les agents économiques adoptent plusieurs stratégies au nombre desquelles la diversification des sources de revenu (AG BENDECH *et al.*, 2000). Nous assistons alors, dans la plupart des villes africaines, à l'essor de la vente et de la consommation d'aliments sur la voie publique, diversement appelé : « secteur informel de l'alimentation », « restauration populaire » ou « alimentation de rue ».

L'alimentation de rue est aujourd'hui définie par l'Organisation des Nations Unies pour l'Alimentation et l'Agriculture (FAO) comme « la vente d'aliments et de boissons prêts à la consommation dans les rues ou endroits similaires par des vendeurs fixes ou marchands ambulants » (DELISLE *et al.*, 1991). Elle est pourvoyeuse d'emplois et contribue ainsi à la résorption du chômage d'une certaine catégorie de la population urbaine. Malgré l'énorme activité économique engendrée par la vente d'aliments sur la voie publique et malgré son rôle de réponse aux besoins alimentaires, socio-économiques et culturels de la communauté, ce secteur n'est pas reconnu comme tel dans de nombreux pays et est encore traité comme un « commerce parallèle ». L'absence de surveillance officielle de la vente des aliments préparés sur la voie publique entraîne toutes sortes de problèmes socio-économiques. Des mauvaises techniques de préparation, d'emballage, de conservation et de vente des aliments dans un environnement précaire (manque d'eau potable, proximité de voies d'évacuation des eaux usées, des égouts et tas d'ordures, chaleur ou ensoleillement excessifs) sont également à l'origine de contaminations microbiologiques (MOSUPYE *et al.*, 2000 ; MENSAH *et al.*, 2000). L'alimentation de rue est florissante dans la ville de Bobo-Dioulasso.

La présente étude analyse les aspects socio-économiques de ce secteur d'activité, dans le but de comprendre les dynamiques internes ainsi que les facteurs de renforcement de sa contribution au développement économique de cette ville. Elle s'intéresse plus précisément à l'utilité sociale du secteur, à la satisfaction induite chez les bénéficiaires, à sa viabilité financière et aux incidences sur l'environnement.

Matériels et méthodes

Il s'agit d'une étude transversale, à visé descriptive s'intéressant aux caractéristiques sociodémographiques, aux perceptions et aux pratiques des prestataires et des consommateurs des aliments de rue dans la commune de Bobo-Dioulasso qui compte 25 secteurs géographiques. Elle a eu lieu du 21 mai au 18 juin 2005. Le choix des sites pour la collecte des données a été réalisé à l'aide d'une carte validée par l'Institut Géographique du Burkina (IGB). Le choix a été fait en deux étapes :

La délimitation de zones en fonction de l'intensité de l'activité économique

Sur la carte validée, l'aire de la commune (sans les faubourgs) a été subdivisée en 3 zones :

a) la « zone centrale » d'intenses activités économiques regroupant sept secteurs (1, 3, 4, 5, 8, 9 et 16) et couvrant environ 30 % de la commune, b) la « zone périphérique » de moindre activités économiques, composée des secteurs 2, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 17, 20, 21, 22 et 25, tous éloignés du centre de la ville et couvrant 65 % de la commune et c) la zone industrielle entièrement logée dans le secteur 19 qui couvre 5 % de la commune. Les secteurs 7 et 18 (occupés par le camp militaire), et 24 (en cours de lotissement) ont été exclus pour des problèmes d'accessibilité à la période de l'étude.

Le choix des sites de collecte des informations

A la suite de la délimitation des zones, un sondage à 2 degrés a permis d'identifier les sites à visiter.

– La délimitation et la répartition des aires d'enquête sur la carte

Une aire d'enquête couvrait environ 1 hectare (soit une surface carrée de 100 m de côté). Les 3 zones en comptaient 400 réparties entre la zone centrale (120), la zone industrielle (20) et la zone périphérique (260). En fonction des délais et des ressources financières mis à la disposition de l'étude, l'enquête pouvait se dérouler dans un quart du nombre total d'aires d'enquêtes, soit 100 aires. On a estimé qu'environ la moitié de la population de la zone périphérique séjournait pour diverses raisons dans les zones centrale ou industrielle (donc dans les aires d'enquête), favorisant l'implantation de site de vente d'aliments. Ce paramètre a justifié, pour la répartition du nombre d'aires d'enquête à visiter, l'introduction en plus de la proportion de surface occupée par la zone, d'un second facteur de pondération de 1,5 pour les zones centrale et industrielle et de son inverse 1/1,5 soit 0,7 pour la zone périphérique dans. Les 100 aires d'enquête ont été alors réparties entre les 3 zones précédemment délimitées, selon la formule suivante :

$$N = A * P * K$$

N : nombre d'aires à enquêter dans la zone ;

A : nombre total d'aires à enquêter ;

P : proportion de surface de commune occupée par la zone ;

K : facteur multiplicateur ou de pondération).

Ainsi, les aires d'enquêtes ont été réparties de la manière suivante : i) 45 pour la zone centrale ($100 * 30\% * 1,5$), ii) 8 pour la zone industrielle ($100 * 5\% * 1,5$) et iii) 46 pour la zone périphérique ($100 * 65\% * 0,7$). Ce qui donne un total de 99 aires d'enquête. Une aire supplémentaire a été ajoutée à la zone industrielle pour avoir un total de 100.

– L'identification sur la carte des aires concernées par l'étude

Dans chaque zone, les aires d'enquêtes ont été délimitées par des cercles. Chaque cercle a été numéroté et ceux tirés de manière aléatoire ont constitués les aires retenues pour l'étude. Sur la carte, des repères physiques de reconnaissance des lieux ont été identifiés pour faciliter la phase pratique.

– L'identification des postes de vente pour la collecte des informations

Le nombre minimum de postes à inclure dans l'étude a été estimé à 10, en tenant compte des délais et ressources impartis pour l'étude. Pour leur identification les enquêteurs (2 par aire d'enquête) se positionnaient au centre de l'aire d'enquête

(préalablement défini sur la carte), choisissaient à l'aide d'une bouteille¹ la direction de leur déplacement de poste en poste de vente. Si au bout, ils n'avaient pas obtenu le nombre de postes (10 par aire d'enquête), les enquêteurs, toujours à l'aide d'une bouteille, déterminaient la nouvelle direction du déplacement à l'intérieur de l'aire. Le même procédé continuait jusqu'à ce que le nombre de poste à visiter soit atteint.

Dans chaque poste visité, 1 prestataire était retenu [le (la) plus ancien (ne) si ils (elles) étaient au moins 2]. Pour chaque prestataire inclus dans l'étude, trois consommateurs consentants étaient retenus pour participer à l'enquête.

Les techniques de collecte des informations

Dans chaque site² visité les enquêtés (prestataires et consommateurs) ont été individuellement interviewés. En outre, un entretien de groupe a été réalisé avec une association de vendeuses des aliments de rue au niveau de la zone industrielle et 3 autres entretiens de groupe ont concerné des consommateurs (1 au niveau de la zone centrale, 1 au niveau de la zone industrielle et 1 au niveau de la zone périphérique). Les groupes de consommateurs étaient mixtes, sans tenir compte de l'âge, du statut matrimonial et du statut socio-économique. Ces variables n'ont pas été jugées déterminantes pour modifier la dynamique d'entretien de groupe.

Les thèmes des entretiens de groupes ont été : a) les motivations conduisant à la consommation des aliments de rue, b) les avantages et les inconvénients y afférents et c) les éléments de satisfaction.

Les outils de collecte des informations

La collecte des informations s'est faite à l'aide de questionnaires individuels semi structuré (1 pour les vendeurs et 1 pour les consommateurs) et d'un guide d'entretien en groupe. Les outils ont été mis au point et pré testés au niveau de 5 sites de la ville de Banfora situé à 80 km de Bobo-Dioulasso. Les enquêteurs ont été formés pendant 3 jours à l'utilisation des outils.

La collecte et le traitement des informations

Les 12 enquêteurs ont été repartis dans les 3 zones et avant de débiter l'entretien, ils s'assuraient que l'intéressé (e) n'avait pas déjà été interrogé dans une autre aire d'enquête.

Après avoir expliqué l'objet de l'étude, les enquêteurs, proposait un lieu pour l'administration du questionnaire. La participation étant libre, les personnes intéressées donnaient leur consentement verbale avant que l'enquête ne commence. A la fin de l'entretien, il était proposé au premier enquêté de chaque aire d'enquête, de participer à un entretien de groupe. Si ce dernier refusait, la proposition était faite au suivant jusqu'à l'obtention d'un accord de participation. Ceux qui acceptaient de prendre part communiquaient leurs coordonnées téléphoniques pour être informé du jour, de l'heure et du lieu. Le traitement des données a été réalisé manuellement et à l'aide du logiciel EXCEL. Les statistiques descriptives usuelles ont été produites et les informations qualitatives analysées par thème.

¹ Un enquêteur faisait faire à la bouteille au moins 2 rotations au sol. Une fois immobilisée, l'ouverture de la bouteille indiquait la direction à suivre pour identifier les sites à la suite.

² Un site représente un regroupement de postes de vente des aliments. Il s'étend sur 5 à 10 mètres de rayon.

Résultats

Sur l'ensemble des prestataires rencontrés, 94 % (808/860) y exerçaient leurs activités toute la journée. Le 6 % (52/860) qui composent le second groupe vendait les aliments les matinées ou les soirées. Au total 2462 clients ont été interviewés.

Les heures de fonctionnement et la fréquentation des sites

Les points de vente fonctionnaient selon les cas entre 5 heures et 23 heures. L'affluence des clients variait au cours de la journée, du mois et de l'année. Ainsi, elle était plus élevée de 10 à 12 heures selon 64 % (550/860) des opérateurs enquêtés, au cours de la dernière semaine du mois pour 84 % (722/860) d'entre eux et, au cours des 5 premiers mois de l'année pour 74 % (636/860) des enquêtés. La fréquentation des sites baissait en milieu du mois et de juin à octobre, période d'activités agricoles et de vacances scolaires.

Les caractéristiques sociodémographiques des prestataires rencontrés dans les sites de vente (tableau I)

Les femmes représentaient 74,6 % (641/860) des prestataires. Les prestataires avaient une moyenne d'âge de 32,5 ans (± 10 ans), 45,5 % (391/860) étaient analphabètes, 12,9 % (111/860) alphabétisés dans les langues locales et 10,9 (94/860) ont fait l'école coranique. Parmi ceux qui ont déclaré avoir suivi l'école moderne, 40 % n'avaient pas dépassé le niveau du primaire. Près de 66 % (571/860) des prestataires enquêtés affirmaient être mariés contre 23 % (194/860) de célibataires. Dans près de 88 % (759/860) des cas le personnel entretenait un lien de parenté avec le responsable de l'activité. Les enfants mineurs travaillant au côté des adultes avaient très souvent un lien de parenté avec le responsable de l'activité.

Tableau I. Répartition des prestataires et des consommateurs selon le niveau d'instruction et la situation matrimoniale

	Prestataires		Consommateurs	
	N	%	N	%
Niveau d'instruction				
Primaire	225	26,20	642	26,10
Secondaire	136	15,80	17	0,70
Supérieur	3	0,30	197	10,80
Ecole coranique	94	10,90	684	27,80
Non alphabétisé	391	45,50	820	33,30
Alphabétisé en langue locale	111	12,9	74	1,30
Total	860	100	2462	100
Situation matrimoniale				
Marié	571	66,44	820	33,30
Célibataire	194	22,58	1524	61,90
Veuf/Veuve	41	4,74	62	2,50
Divorcé	27	3,13	28	1,15
Concubin	27	3,13	28	1,15
Total	860	100	2462	100

Les caractéristiques de la clientèle (tableau I)

Les hommes représentent 72 % (1772/2462) des clients interrogés qui ont une moyenne d'âge de 27 ans (± 9 ans). Les analphabètes représentaient 33 % (820/2462), 1,3 % (74/2462) des alphabétisés en langues locales et 27,8 % (684/2462) ont fait l'école coranique. Parmi ceux qui ont déclaré avoir suivi l'école moderne, 75 % n'avaient pas dépassé le niveau du primaire. Près de 62 % (1524/2462) d'entre eux affirmaient être célibataires contre 33 % (820/2462) de mariés. Parmi les clients rencontrés, 28,8 % (709/2462) étaient des commerçants, 16,80 % (414/2462) des ouvriers contractuels, 10,5 % (258/2462) des élèves et 35,7 % (879/2462) des personnes sans emploi stable. Le dernier groupe était composé d'apprentis de métier, de démarcheurs au niveau des gares routières et d'aide-vendeurs dans les boutiques.

Les facteurs influençant les prix des aliments vendus

Pour 91,7 % (788/860) des prestataires interrogés, c'était plus le coût des denrées utilisées (sucre, lait, cube magies, ingrédients ...) qui influençait les prix de vente des aliments, que celui de l'énergie utilisée (bois, gaz et charbon).

L'état des dépenses et des revenus générés (tableau II)

Environ 56% des prestataires (482/860) ont affirmé investir entre 2 600 FCFA/jour et 10 000 FCFA/jour et 22 % (189/860) plus de 100 000 FCFA/jour pour préparer leurs mets. Les dépenses totales journalières pour la préparation des repas variaient entre 2 000 FCFA et 85 000 FCFA avec une médiane individuelle de 5 000 FCFA/jour. L'investissement direct annuel pour ce secteur d'activité a été estimé à 1 021 350 000 FCFA.

Les recettes journalières de chaque prestataire variaient en fonction de la période de l'année, allant de 75 FCFA à 275 000 FCFA avec une médiane de 7500 FCFA en période d'intense activité et 6250 FCFA en période de faible activité. Pour l'ensemble des prestataires le cumul annuel des recettes a été estimé à 1 535 562 500 FCFA, dégageant ainsi un bénéfice net d'environ 514 212 500 FCFA.

Tableau II. Etat estimatif des dépenses et recettes quotidiennes de l'ensemble des 622 prestataires enquêtés

Variables	Dépense quotidienne (FCFA)	Recette quotidienne (FCFA)	
		Activité intense (Janvier-Mai)	Activité faible (Juin-Octobre)
Etendu	2000 - 85 000	150 - 275 000	75 - 200 000
Moyenne	7 454	10 876	9 435
Ecart type	9 381,60	16 260,20	13 542,60
Médiane	5 000	7 500	6 250

L'utilisation en priorité des revenus générés. Environ 49 % (421/860) des prestataires ont affirmé utiliser les revenus nets générés pour des dépenses familiales en priorité, 32 % (199/622) ont réinvesti dans différents domaines (initiation de nouvelles activités commerciales, construction de maisons d'habitation, élevage...) et 19 % (163/860) ont épargné (achat d'or et compte d'épargne). Seulement 28 % (241/860) des prestataires enquêtés ont affirmé payer régulièrement leurs taxes aux services de la municipalité contre 65 % (559/860) qui ont avoué ne l'avoir jamais fait. Les autres (9,3%) n'ont pas donné de réponse.

Discussion

La viabilité du secteur de l'alimentation de rue à Bobo-Dioulasso

Elle est analysée selon 4 critères : l'utilité sociale du secteur, la satisfaction induite, la viabilité financière et les répercussions des activités sur l'environnement.

– Utilité sociale du secteur

Elle se définit comme sa contribution à la vie et à l'épanouissement d'individus ou de groupes d'individus. Le premier angle d'analyse se rapporte à l'intégration des comportements des acteurs du secteur dans les habitudes de la société dans laquelle ils vivent. On remarque que les femmes occupent trois quart des points de vente et l'unité de prestation reste familiale avec la contribution des parents (frères, sœurs...). Dans la chaîne « production - transformation - consommation », la phase de la transformation incombe à la femme dans le système organisationnel de la majorité des sociétés traditionnelles (BARRO *et al.*, 2002 ; HERNANDEZ *et al.*, 1996), et la compétence culinaire, technique nécessaire pour exercer est acquise dès l'enfance au sein de la famille. Pour de nombreuses femmes ayant un faible niveau d'instruction et une très faible capacité d'investissement financier, cette activité représente un moyen d'accès à un revenu compatible avec leur responsabilité de mère et de pourvoyeuse de nourriture à leurs enfants (MOUGEOT, 1993 ; PICK *et al.*, 2002). Le second angle concerne d'une part le cadre institutionnel déterminé par l'Etat ou la Mairie et d'autre part celui créé par les acteurs eux-mêmes. L'Etat du Burkina Faso considère ce secteur comme informel, cependant des textes légaux et des cahiers de charges cohérents devraient être proposés. S'ils existent, leur mise à jour régulière est indispensable pour les adapter aux évolutions internes d'un milieu possédant de nombreuses imbrications sociologiques et culturelles. L'environnement juridique et statutaire devrait conduire au renforcement du secteur de l'alimentation de rue en régulant la qualité des prestations, la prévention des risques pour les prestataires et les clients, les impôts... Les prestataires sont peu organisés à Bobo-Dioulasso pour faire face aux permis généreusement accordés, aux tolérances administratives et à l'affairisme dans les structures de soutien et de contrôle. Ils devraient trouver les voies et moyens pour mettre en place une discipline interne indispensable à la survie du secteur. Il faudra la naissance de mouvements contestataires et la formation de groupes de pression dans la société civile pour qu'émerge une nouvelle dynamique juridique pour réguler le secteur de l'alimentation de rue.

– Satisfaction induite

Elle se définit comme la capacité du secteur à répondre aux attentes des consommateurs des aliments de rue. Le client type est l'homme célibataire d'âge compris entre 18 et 36 ans exerçant une activité lucrative dans le secteur formel ou informel. L'alimentation de rue se pose comme une alternative pour lui qui n'a pas la possibilité de préparer à domicile, même si cependant on constate qu'un tiers des consommateurs rencontrés sont mariés. D'autres facteurs tels que l'éloignement entre le lieu du travail et le domicile ou la disposition d'un des conjoints à préparer des aliments à domicile concourent au choix des aliments de rue comme alternative. On retrouve plusieurs spécialités culinaires spécifiques à des groupes sociaux et culturels connus

dans les sites de ventes. Ainsi, les habitudes alimentaires et les préférences gustatives individuelles évoluent du fait de la riche variété des plats financièrement accessibles qui y sont proposés (COHEN, 1988). L'alimentation de rue accompagne et joue un rôle actif dans l'évolution des styles alimentaires urbains (BRICAS, 1993). Au sein de l'unité familiale l'accès au plat est régi par des règles témoignant de la place de chacun, homme, femme, adulte, enfant, invité. Apprendre à manger est un processus de socialisation qui se construit au sein de l'unité familiale et sous l'influence du groupe des pairs dans un environnement physique et socioculturel spécifique. L'apprentissage de ces règles et de ces codes débute dès la petite enfance, qui resteront ancrés dans les comportements à l'âge adulte (CHIVA *et al.*, 1988 ; RAYNAUT, 1992). L'alimentation de rue devient un moyen individuel, favorisé par l'anonymat de la ville, d'échapper à ce qui est parfois vécu comme la contrainte familiale (BRICAS, 1993). En effet, le nombre important de convives à domicile associé à un revenu familial modeste, interdit parfois à l'individu de satisfaire ses désirs alimentaires : comment offrir à tous la brochette de viande que l'on déguste dans la rue ? L'alimentation de rue contribue ainsi à la fragilisation des liens familiaux en exacerbant l'intérêt individuel sur celui du groupe (RAYNAUT, 1992). La faiblesse des liens familiaux de plus en plus croissante dans les villes pourrait à son tour concourir au développement de ce secteur qui constitue le lieu de convergence de la disponibilité alimentaire, des revenus et des goûts individuels.

– Viabilité économique

Elle se définit comme la capacité d'un système à assurer son autofinancement dans une perspective d'augmentation constante des revenus. Elle est fortement influencée par les conditions techniques, humaines et financières dans lesquelles se déroulent les activités du secteur. *Horaires de fonctionnement* : La grande majorité des opérateurs de l'alimentation de rue exerce leur activité tout au long de la journée. Ils sont cependant plus nombreux au cours de la matinée car les clients préfèrent manger le matin avant d'affronter les durs labeurs du reste de la journée. Le nombre élevé de prestataires exerçant le matin est également dû à la présence des vendeurs de café et de bouillies qui s'ajoutent aux vendeurs des autres types d'aliments. Le même scénario se reproduit le soir mais avec un accroissement des vendeurs de viande, de poisson et autres grillades. Ce secteur s'adapte aux habitudes des clients et les fidélise, atténuant ainsi les risques de méventes. *Les ressources humaines dans le secteur* : Plus de trois quarts des prestataires (79,4 %) n'ont pas d'employés permanents et les ressources humaines sont très souvent des membres de la famille du propriétaire. Ces travailleurs n'ont ni contrat clair, ni salaire précis et aucune couverture sociale. Leur travail peut prendre fin à tout moment (faillite, conflits) sans aucune forme de procédure. Dans ces conditions, les charges récurrentes et les coûts de fonctionnement peuvent ainsi être contenus en fonction de la santé financière du moment, contribuant au maintien et/ou à l'accroissement des bénéfices nets. Cependant la précarité des emplois contribue à l'instabilité du personnel et des compétences, compromettant alors la progression des performances techniques dans ce milieu. *Recettes et investissements* : Le prix des unités de vente est fonction du coût direct des denrées utilisées pour la préparation. Dans ce secteur l'équipement est rudi-

mentaire et n'induit pas d'importants coûts d'entretien et d'amortissement. Les recettes nettes générées servent surtout aux dépenses courantes du foyer, laissant peu de place aux spéculations ou aux investissements lourds sources de pressions sur le capital de base. La croissance et la productivité du secteur sont réduites par la faiblesse des réinvestissements et celle des technologies utilisées, mais les risques d'erreurs liées à la planification sur le moyen et long terme sont limitées.

– Répercussions des activités sur l'environnement

L'occupation des sites par les prestataires pour la vente d'aliments de rue était anarchique pour près de la moitié d'entre eux (pas d'autorisation consignée, ni de cahier de charge...). Cela concerne par exemple les prestataires sur les places publiques et les abords immédiats des voies. Cette occupation inappropriée des lieux pose évidemment un problème de qualité de vie pour les habitants de Bobo-Dioulasso et constitue une contrainte à toute politique rationnelle d'aménagement urbain. Pour des raisons de fidélisation des clients, ces opérateurs deviennent réfractaires à toute tentative de réaménagement (AG BENDECH *et al.*, 1996). En plus, cette installation anarchique pose un véritable problème de sécurité routière eu égard à l'encombrement de la chaussée que certains prestataires occupent en partie. Elle est difficilement compatible avec un schéma d'aménagement qui respecte le minimum de règles préservant la qualité de l'environnement. Les sachets en matière plastique largement utilisés pour emballer les aliments et la gestion médiocre des ordures générées polluent l'environnement, la chaîne alimentaire et peuvent modifier dangereusement l'équilibre de tout l'écosystème (ABDUSSALAM *et al.*, 1993).

La contribution du secteur à l'économie de la ville

C'est l'urbanisation elle-même qui a fait naître ce commerce et entraîné ensuite son essor, en introduisant dans la culture africaine de nouveaux modes de vie et d'emplois, qui ont généré à leur tour de nouveaux modes d'alimentation (REIT *et al.*, 2003). L'alimentation de rue à Bobo-Dioulasso mobilise des ressources financières importantes (plus d'un milliard de franc CFA par an) et implique de nombreux partenaires tels que le secteur des fruits et légumes, celui du commerce de la viande (volaille et gros bétail), et celui de la boisson. Avec les occupations diverses que propose ce secteur, les acteurs peuvent se procurer des revenus propres, même minimes, apportant une solution au contexte de crise économique généralisée qui caractérise notre époque. On peut affirmer qu'il est une composante principale de l'économie urbaine, et que les acteurs contribuent à forger à la ville de Bobo-Dioulasso son identité et à son développement. Pour accroître les performances de ce secteur, les autorités communales doivent faciliter sa structuration et sa promotion.

Conclusion

L'alimentation de rue dans la ville de Bobo-Dioulasso joue un rôle socio-économique important du fait qu'elle fournit des possibilités d'emploi, en particulier aux femmes. Elle permet en outre de nourrir les consommateurs et de satisfaire leurs besoins alimentaires à des prix abordables pour les groupes à revenus faibles et moyens.

Ce secteur est viable car a) son utilité sociale est incontestable, b) il répond aux attentes des consommateurs et s'accommode à l'évolution de leurs habitudes et c) les conditions techniques, humaines et financières de son fonctionnement permettent d'assurer son autofinancement dans une perspective d'augmentation constante des revenus. Cependant l'impact négatif des activités sur l'environnement et les équilibres écologiques pourrait réduire sa contribution au bien être du citoyen. Les autorités communales devraient prendre conscience des enjeux, de planifier l'infrastructure urbaine en tenant compte des besoins du secteur et d'en assurer une gestion efficace. Les actions à entreprendre à ces fins doivent être non pas seulement vues en termes d'économie monétaire, mais aussi à travers des projets appropriés et des mesures de soutien efficaces.

Remerciements

Les auteurs adressent leurs remerciements à Monsieur le Maire de la Commune de Bobo-Dioulasso, commanditaire de l'étude et à la FAO TCP/BKF/2801.CA03/03 pour son soutien financier.

Références bibliographiques

- ABDUSSALAM M., KAFERSTEIN FK., 1993. Safety of street foods. *World Health Forum* ; 14:191-4.
- AG BENDECH M., CHAULIAC M., GERBOUIN REROLLE P., KANTE N., MALVY DJ., 2000. Food consumption patterns in the urban milieu of Bamako. *Santé Publique* ;12(1):45-63.
- AG BENDECH M., GERBOUIN-REROLLE P., CHAULIAC M., MALVY D., 1996. An approach to food consumption in an urban environment. The case of west Africa. *Sante Publique* ; 6(3):173-9
- BARRO N., OUATTARA CA., NIKIEMA PA., OUATTARA AS., TRAORE AS., 2002. Microbial quality assessment of some street food widely consumed in Ouagadougou, Burkina Faso. *Sante*. Oct-Dec ;12 (4):369-74
- BRICAS, N. 1993. Les caractéristiques et l'évolution de la consommation alimentaire dans les villes africaines. Conséquences pour la valorisation des produits vivriers. In Muchnik (éd.), *Alimentation, techniques et innovations dans les régions tropicales*, p. 127-160. L'Harmattan, Paris.
- CHIVA M. & FISHER C., 1988. Comment apprend-on à manger ? *Lieux d'enfance* 6/7: 89-103
- COHEN P., 1988. Essai d'interprétation de l'alimentation et des concepts alimentaires à la Réunion. In D. Baggioni et J.C. Carpanin Marimoutou (éds), *Cuisines/Identités* p. 51-81. UA 1041 CNRS. Université de la Réunion
- DELISLE H., 1991. Les styles alimentaires urbains. *Alimentation, nutrition et agriculture*, 1: 7-10. FAO. Rome
- HUBERT A., 1990. «Ethnologie et nutrition. L'alimentation comme pratique culturelle chez les Yao de Thaïlande » in Fassin (D) et Jaffré (Y) (eds) *Sociétés, développement et santé*, Paris, Marketing/Ellipses, p.259- 272
- HERNANDEZ P., ZENITA A., TAPIA M., ORTIZ C., SOTO IC., 1996. Clidcare needs of female street vendors in Mexoco City. *Health Policy Plan*;11 (2):169-78.
- MENSAH P., YEBOAH-MANU P., OWUSU-DARKO., ABIORDEY A., 2000. Street foods in Accra. How safe are they ? *Bulletin of the WHO*; 80 (7) 546-554.
- MOSUPYE FM., HOLY A.V., 2000. Microbiological hazard identification and exposure assessment of street food vending in Johannesburg , SA. *International Journal of Food Microbiology*; 61 137 – 145
- MOUGEOT L J., 1993. Urban food self-reliance: significance and prospects. *IDRC Rep*; 21(3):2-56
- PICK WM., ROSS MH., DADA Y., 2002. The reproductive and occupation health of women street vendors in Johannesburg. SA. *Social and medicine*; 54 193-2004)
- RAYNAUT C., 1992. Approches sociales de l'alimentation infantile. *Enfant Milieu Trop.*, 201.