

UNIVERSITE ASSANE SECK DE ZIGUINCHOR



UFR DES SCIENCES ET TECHNOLOGIES

DÉPARTEMENT DE GÉOGRAPHIE

MASTER : ESPACES, SOCIÉTÉS ET DÉVELOPPEMENT

SPÉCIALITÉ : AMÉNAGEMENT ET TERRITOIRES

MÉMOIRE DE MASTER

Louma et développement local : le cas du marché hebdomadaire de Diaobé-kabendou

Présenté par :
Youssouf DIALLO

Sous la direction de :
Oumar SY
Maitres de conférences (UASZ)

Composition du Jury :

Prénom et Nom	Grade	Qualité	Etablissement
Oumar SALL	Chargé d'enseignement	Président	UASZ
Oumar SY	Maitres de conférences	Encadreur	UASZ
Abdourahmane Mbade SENE	Assistant	Membre	UASZ
El hadj Balla DIEYE	Assistant-Associé	Membre	UASZ

Année universitaire 2014-2015

DEDICACES :

Nous dédions ce document à nos très chers parents Moussa DIALLO et Aby DRAME qui n'ont ménagé aucun effort pour la réalisation de ce mémoire. Leur soutien moral nous a été d'une importance primordiale pour la finition de ce document scientifique.

REMERCIEMENTS

Nous tenons à remercier tout d'abord l'encadreur de ce travail en l'occurrence Dr Oumar Sy, pour ses conseils et orientations, mais aussi tous les professeurs de l'UFR des sciences et technologies notamment ceux du Département de Géographie. Ces derniers, malgré leurs charges et les conditions difficiles, donnent le meilleur d'eux aux étudiants. De ce fait, nous remercions les Dr Tidiane Sané et Oumar Sall pour leurs conseils et leurs encouragements. Idem pour les enseignants du département de sociologie de l'Université Assane Seck de Ziguinchor surtout à Jean Amedé Diatta pour son appui et sa disponibilité.

A Madame Ba dite Fatoumata Doumbouya, une tante, dont le soutien a été déterminant dans l'aboutissement de ce travail, à Mbaye Cissé, à Dr Djiby SOW et à tous les étudiants de la promotion 2008-2009 du département de géographie de l'université Assane Seck de Ziguinchor. Au secrétaire municipal de Diaobé-kabendou, à Amadou Manga et surtout à la famille d'accueil à Diaobé, à Massiré Kidiéra, étudiant de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar. Notre gratitude va également à l'endroit de Mr Ba professeur au lycée Ibou Diallo de Sédhiou. Nous tenons aussi à remercier nos parents Moussa Diallo, un père courageux et modèle, nos mères, Aby Dramé, Aminata Doumbouya et mes grands mères Fatou Seydi, Penda, Binta et Gnima Seydi mais également aux personnes qui nous ont soutenues durant notre parcours à l'école pour leur aide financière dans les moments difficiles notamment Lamine Doumbouya, Maye Doumbouya, Abdoulaye Diallo et Mamadou Diallo Moustapha DIA. Aux amis, Fatoumata Gassama, Astou Sagna, Lamine Faty, Sérigne Moustapha Bayo, Abdoulaye Yalla Sadio, Abdoulaye Seydi, Kaoussou kaba BODIAN, Abdou Karim Camara et Abdou Karim Koté etc.

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	3
Sommaire	3
SIGLES ET ACRONYMES	5
INTRODUCTION GENERALE.....	6
PREMIERE PARTIE : DE LA GEOGRAPHIE DU MARCHE A L'ANALYSE DES FLUX COMMERCIAUX	22
CHAPITRE I: HISTOIRE DES LOUMA DE LA REGION ET GEOGRAPHIE DU MARCHE DE DIAOBE.....	23
CHAPITRE II : DE L'ANALYSE DES FLUX AUX RESEAUX PORTEURS.....	31
DEUXIEME PARTIE : LA DIVERSITE DES PRODUITS COMMERCIAUX FACTEUR DE DEVELOPPEMENT LOCAL	40
CHAPITRE PREMIER : LA DIVERSITE DES PRODUITS COMMERCIAUX.....	41
CHAPITRE II : DU COMMERCE AU DEVELOPPEMENT LOCAL	53
TROISIEME PARTIE : LE MARCHE HEBDOMADAIRE FACTEUR DE TRANSFORMATION DU CADRE LOCAL, CONTRAINTES ET PERSPECTIVES DU DEVELOPPEMENT LOCAL	62
CHAPITRE PREMIER : LA CONTRIBUTION DU LOUMA DANS LE BUDGET MUNICIPAL ET LE CHANGEMENT DU CADRE LOCAL.....	63
CHAPITRE II : LES CONTRAINTES ET PERSPECTIVES DU DEVELOPPEMENT LOCAL	72
CONCLUSION GENERALE	76
BIBLIOGRAPHIE	78
Table des matières	84

SIGLES ET ACRONYMES

ACEP : Alliance de Crédit et d'Épargne pour la Production

ANSD : Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie

BAME : Bureau d'Analyse Macroéconomique

CEDEAO : Communauté Economique des Etats de l'Afrique de l'Ouest

CIRAD : Centre de Coopération Internationale en Recherche Agronomique pour le Développement

CMS : Crédit Mutuel du Sénégal

CNCAS : Caisse Nationale de Crédit Agricole du Sénégal

CR : Communauté rurale

CRZ : Centre de Recherches Zootechniques

CSAO : Club du Sahel et l'Afrique de l'Ouest

DEA : Diplôme d'Etudes Approfondies

DL : Développement local

EISMV : Ecole Inter-Etats des Sciences et Médecine Vétérinaire

GERAD : Groupe d'Etude, de Recherche et d'Aide à la Décision

GIE : Groupement d'Intérêt Economique

IRSV : Inspection Régionale des Services Vétérinaires

ISRA : Institut Sénégalais de Recherches Agricoles

LNERV : Laboratoire National d'Elevage et de Recherches Vétérinaires

OCDE : Organisation de Coopération et le Développement Economique

PDM : Programme de Développement Municipal

PCR : Président de Communauté Rurale

PIC : Plan d'Investissement Communal

RN6 : Route Nationale n°6

SODEFITEX : Société de Développement des Fibres Textiles

SRSD : Service Régional de la Statistique et de la Démographie

UASZ : Université Assane SECK de Ziguinchor

UCAD : Université Cheikh Anta DIOP

UGB : Université Gaston Berger

INTRODUCTION GENERALE

Le Sénégal a mis en œuvre, dans un passé récent, d'importantes réformes économiques à travers le Programme d'Ajustement Sectoriel Agricole (PASA). Pour consolider les acquis et relancer la production agricole, et avec l'appui des partenaires au développement, le Gouvernement a décidé de mettre en œuvre un Programme de Développement des marchés agricoles. Et, dans le cadre de la Loi d'Orientation Agro-Sylvo-Pastorale (LOASP), l'Etat entend définir et mettre en œuvre, en rapport avec les collectivités locales, une politique de modernisation des marchés hebdomadaires eu égard au rôle fondamental qu'ils jouent dans la commercialisation des produits agricoles. Se faisant, la dynamique des marchés hebdomadaires est devenue une réalité dans l'espace sénégalais. Ceci se justifie aujourd'hui par la multiplication des marchés hebdomadaires au Sénégal en général et en Haute-Casamance particulier. En effet, les marchés hebdomadaires prennent peu à peu place du fait de l'introduction de la culture arachidière partant, de la monnaie courante devant faciliter et fluidifier les échanges entre les différents acteurs. Ces marchés hebdomadaires semblent être la solution aux problèmes des populations vivant à la périphérie du pays notamment aux pénuries alimentaires et au désengagement de l'Etat dans la commercialisation des produits agricoles. Telle est la situation de la haute-Casamance à la périphérie du Sénégal. Le commerce au *louma*¹ de Diaobé fonctionne sur la base des organisations syndicales qui permettent des échanges entre les différents acteurs.

Le marché de Diaobé est situé au Sud du Sénégal dans la région de Kolda et dans la commune de Diaobé-kabendou. La position géographique du marché et l'importance des flux drainés lui confèrent une dimension sous-régionale. Outre les Sénégalais, le marché est fréquenté par les ressortissants des pays limitrophes (notamment la Guinée Conakry, la Guinée Bissau et la Gambie) et il fonctionne tous les mercredis. Il arrive parfois que le marché s'effectue sur trois à quatre jours dans la semaine.

Cinq grandes catégories d'acteurs interviennent dans ce marché :

- les commerçants Sénégalais établis à Diaobé disposant d'une capacité de stockage et d'équipements de base ;
- les commerçants-transporteurs guinéens intervenant dans le commerce de l'huile de palme, de poisson fumé, de piment et de miel ;

¹ Le *louma* signifie marché hebdomadaire

- les transporteurs Sénégalais, prestataires de services dans le transport de personnes et de biens ;

- les commerçants détaillants, généralement des femmes venant des autres régions du Sénégal et les prestataires de services (restauration, hébergement et réparations diverses).

La structure physique du marché semble être la principale contrainte à son développement avec l'empiétement des installations sur la route nationale. Les commerçants sénégalais qui viennent de toutes les régions du pays y apportent le plus souvent des produits très demandés (sel, poisson sec et fumé, oignon). Ces produits sénégalais sont ensuite échangés avec ceux venant des pays limitrophes tels que le textile et les produits manufacturés. Quant aux commerçants gambiens, ils s'intéressent à la vente de poissons fumés tandis que leurs homologues Bissau Guinéens vendent de l'huile de palme, des balais, du pain de singe et du miel. Les commerçants guinéens eux, se sont plutôt spécialisés dans la vente du café, de l'huile de palme et du piment. Tous ces facteurs peuvent bien favoriser le développement de la population de Diaobé et permettront la création d'une source de collecte de taxe municipale devant favoriser la réalisation des projets municipaux. Cependant un certain nombre de contraintes entravent la concrétisation de ses opportunités de développement. Parmi ces contraintes, nous pouvons mentionner l'insécurité qui expose les commerçants aux mains des malfaiteurs.

Ce travail portant sur le développement local, décrit d'abord le fonctionnement du commerce au *louma* à travers les différents syndicats et les réseaux porteurs des flux commerciaux. Il traite ensuite la contribution du commerce au développement local et enfin il analyse le *louma* dans la structuration du changement du cadre local et quelques contraintes et perspectives sont aussi au cœur de notre étude.

I. CONTEXTE DE L'ETUDE

La mondialisation a entraîné l'essor des échanges tout en fluidifiant le commerce à travers la circulation des biens et services. En effet, la mondialisation est un processus par lequel toute l'étendue de la terre devient un espace. En d'autres termes, c'est le processus par lequel le monde devient un système. Ce système recouvre une connotation ou bien même un entendement économique dans son sens le plus large. Ainsi, la mondialisation s'appuie largement sur les échanges économiques des pays autour des marchés reconnus. Ces échanges économiques et/ou commerciaux sont aussi une réalité au Sénégal à travers des marchés tels que les *louma*. Depuis un certain temps, le *louma* de Diaobé a pris une dynamique considérable tout en attirant l'attention de bon nombre d'opérateurs économiques venant de partout.

Dans les années soixante-dix, avec le désenclavement partiel de la Haute- Casamance grâce à la construction de la Transgambienne et de la route Ziguinchor- Kolda-Tambacounda, les déplacements Nord-Sud et Est-Ouest ont été facilités. Ce désenclavement, bien que limité, et la monétarisation des campagnes induite par le développement des cultures de rente (arachide et coton) ont favorisé l'apparition de *louma* ou marchés hebdomadaires ruraux. L'étatisation du commerce arachidier en 1960, avait brutalement vidé les campagnes de leur substance les structures de distribution mises en place par l'économie coloniale depuis plus d'un siècle. Dans le contexte de la globalisation de l'économie, force est de constater la multiplication des marchés comme moyen facilitant les échanges. En effet, nous pouvons également voir des échanges s'effectuer au niveau des espaces carrefours en fonction de l'espace géographique (espace urbain et espace rural).

Le phénomène " *louma* " est donc assez déroutant. D'un côté, il témoigne d'une ouverture des campagnes et d'une dynamique proprement rurale. De l'autre il révèle la permanence de l'enclavement et de la pauvreté tout en dérangeant les dispositifs territoriaux établis. Il ne s'impose pas comme un nouveau modèle, mais plutôt comme alternative possible là où les conditions s'y prêtent. Le système des marchés ruraux, pour générateur de flux, de commerce et d'activités qu'il soit, n'est pas la panacée. Il ne constitue pas, à lui seul, la base d'un aménagement territorial équilibré, au service des populations. Il mérite d'être intégré dans une politique économique plus large, basée notamment sur l'investissement dans différents domaines et le soutien aux productions et aux structures commerciales.

Dans le milieu urbain en effet, la vie de relation et d'échange commercial s'organise autour des marchés urbains réceptacles de produits manufacturés du pays et de l'extérieur. Les marchés urbains constituent également un lieu d'attraction pour les espaces ruraux. Car le marché urbain est d'habitude un lieu de survie des paysans et également un lieu de procuration des produits manufacturés. Il constitue un lieu de survie en ce sens qu'il permet aux paysans d'écouler leurs produits agricoles et les ressources végétales de la forêt.

Dans le milieu rural, par contre, force est de constater l'organisation de la vie de relation de manière périodique au niveau des carrefours ou lieu de relais entre les campagnes et leur ville régionale. La périodicité de cette relation renvoie exclusivement à la période de récolte des produits agricoles et forestiers.

Diaobé illustre bien ce cas de figure à travers une polarisation de l'environnement immédiat. Mais il convient de déceler une particularité au niveau du marché hebdomadaire de Diaobé dans la mesure où, il se présente au niveau de la frontière de plusieurs pays. Le caractère

transfrontalier lui offre des possibilités d'échange de plusieurs acteurs venant d'origines diverses. En effet, la diversité des acteurs entraîne la consolidation des relations d'échanges très étroites. Dans ce cas, les études portées sur ce lieu d'échange ont dans la plupart des cas concerné le caractère transfrontalier du marché hebdomadaire de Diaobé. Dans cette perspective, ce marché est vu comme un facteur d'intégration sous régionale devant permettre de nouer des relations économiques très étroites entre les pays frontaliers. Dans notre cas, nous allons nous intéresser à l'étude du marché et surtout sa contribution dans le développement local. En effet, le caractère transfrontalier du marché de Diaobé a intéressé beaucoup d'auteurs notamment Fanchette (2001), Raufast (2004), Ninot, (2001) Lombard (2001), entre autre. Pour Fanchette (2001), la situation transfrontalière de ce marché a entraîné la création d'un espace d'échange nouveau dépassant de force et de fait le cadre communautaire de Diaobé en tant que localité. Ce nouvel espace permet au marché hebdomadaire de recevoir et de nouer des relations entre les pays qui se partagent les frontières. Mais aujourd'hui l'apport de ce marché au développement local est devenu une question brûlante qui mérite une étude particulière.

Enfin, on peut s'interroger sur l'impact des nouveaux débouchés agricoles, tel le marché de Diaobé, sur la diversification de l'agriculture casamançaise depuis longtemps concurrencée par les produits originaires des deux Guinées. Face à la privatisation de l'intervention étatique par des acteurs intégrés dans des réseaux extérieurs à la région, les collectivités locales et régionales, nouvellement investies de nombreuses prérogatives, pourront-elles, en l'absence de moyens humains, techniques et financiers, gérer les retombées de la manne commerciale bénéfice de leur communauté ?

Suite à l'échec des différentes politiques de développement basées sur la centralisation héritée de la colonisation, la décentralisation est un des principaux leviers de l'aménagement du territoire. Depuis son accession à l'indépendance, le Sénégal a poursuivi son expérience de décentralisation territoriale pour renforcer la démocratie et responsabiliser les populations à la gestion de leurs affaires locales. A cet effet, la décentralisation a été adoptée par la plupart des Etats africains devenus indépendants comme solution aux disparités territoriales et aux déséquilibres socio-économiques très accrus.

C'est ainsi que le Sénégal est l'un des premiers pays africains à initier une politique de décentralisation débouchant sur la création de collectivités locales. La création des collectivités locales se traduit par l'émergence d'une gouvernance locale, ainsi que le renforcement des capacités des leaders à définir, planifier et mettre en œuvre des politiques locales de développement pour la satisfaction des besoins prioritaires des populations. En effet, les collectivités locales ainsi créées doivent venir en appoint à la situation par rapport à la

régularisation et la structuration des actions de la population locale. Mais, le manque de moyen financier conjugué au déficit de ressources humaines entrave le développement des territoires. A cet effet, la création des collectivités locales et leur pouvoir de gestion des compétences transférées ne se sont pas accompagnés par la dotation de fonds financiers nécessaires et de ressources humaines compétentes pour accomplir leur mission. Or, il existe à la base des ressources qui peut dans une certaine mesure propulser le développement harmonieux des localités.

On peut également, retenir avec Ninot, Lesourd et Lombard (2001) que le marché de Diaobé trouve son organisation dans la main des réseaux privés avec une dynamique des échanges dépassant les acteurs locaux. Nous pouvons donc convenir que le dépassement du marché hebdomadaire de Diaobé engendre des échanges informels transfrontaliers. Par rapport à cela, Fanchette (1999) insiste sur les méfaits de cet espace nouveau avec des acteurs à envergure financière limitée entraînant des dysfonctionnements dans la régularisation du commerce et des difficultés dans les échanges. En effet, selon Aurore (2004), face au désengagement croissant de l'Etat, les échanges se sont intensifiés et diversifiés pour arriver aux mains de grands réseaux du négoce interrégional puis international. Cependant, la crise casamançaise est également un facteur de taille à prendre en compte dans l'organisation du commerce et des échanges entre les différentes localités de la partie Sud du Sénégal. La mobilisation des produits en direction du marché hebdomadaire nécessite la circulation entre les différentes contrées de la Casamance. La mobilisation des flux est axée sur le transport des produits d'un lieu à un autre. Ce qui permettra de créer un cadre d'échange commercial autour du marché à travers la circulation des biens et services. Donc les échanges peuvent s'organiser d'une part entre les différentes localités du Sénégal et d'autre part entre les localités du Sénégal et celles de la sous région.

Parmi les ressources dont dispose la commune de Diaobé à cet effet, le marché hebdomadaire figure ainsi en bonne place. En plus de cette potentialité de taille, la commune de Diaobé bénéficie d'une polarisation de son environnement immédiat.

La localité de Diaobé à travers les potentialités économiques du marché doit être placée au cœur du développement communautaire et régional. Malgré les insuffisances notoires soulevées, le potentiel économique du marché hebdomadaire doit être un facteur de développement de la commune.

1.1.JUSTIFICATION DU SUJET

Le contexte mondial impose aux territoires de s'organiser autour d'un lieu qui favorise et facilite le développement des échanges en connectant les différents espaces. Pour ce qui concerne le contexte local plus précisément au Sénégal, les échanges s'effectuent autour des marchés. Mais depuis un certain temps, l'économie sénégalaise a été profondément bouleversée surtout avec l'avènement de la crise du monde rural. Ainsi, les marchés ruraux apparaissent comme étant une solution pour la crise du monde rural à travers la relation des différents espaces et acteurs. Dans cette perspective, cette relation révèle l'importance de la question de place centrale comme l'a signalé Christaller en 1933. C'est ce qui entraîne une compréhension plus approfondie du rôle des marchés dans le maintien et la restauration des différentes relations entre les acteurs du commerce. En effet, le marché permet également une connexion entre les différents espaces et se présente comme un relais entre les différents niveaux spatiaux. *«Les marchés ruraux s'imposent comme des centres d'échanges et de sociabilité importants ; et comme le relais entre économie locale et globale en connectant les campagnes aux villes régionales et à la capitale nationale »* (Ninot, Lessourd, Lombard 2002). Nous nous intéressons à cette étude par le fait que les marchés hebdomadaires sont considérés comme des lieux qui permettent aux paysans de faire écouler les produits agricoles. Ainsi, plusieurs raisons ont motivés le choix de cette thématique :

D'abord, avec la pénurie de 1985, les *loumo* ont connu un nouvel essor: ils se sont multipliés et ont grandi, tandis que celui de Diaobé s'affirmait comme le premier d'entre eux. Cette affirmation en premier rang se justifie par son ouverture géographique aux autres régions du pays et aux pays frontaliers. Le choix du *fuladu* est motivé par les multitudes de *louma* qui s'y trouvent. En 1998, on en compte quatorze en Haute-Casamance. Ils s'égrènent le long des axes routiers et des frontières avec la Gambie, au nord, et avec les deux Guinées, au sud (Fanchette, Le Renard, 1997). L'essor des marchés ruraux depuis les années 1970 témoigne de l'intégration croissante des campagnes et des bourgs aux circuits commerciaux dont les connexions au commerce international et au commerce local sont nombreuses. Si une part très importante des populations villageoises vit en partie grâce au petit commerce et à la fraude transfrontalière. Les grands opérateurs qui contrôlent l'importation, la commercialisation et le transport des marchandises sont étrangers à la région. Ces opérateurs, sur lesquels l'État « privatisé » s'est « déchargé » (Hibou, Diouf, 1999) pour organiser à bas prix les flux commerciaux, peuvent-ils redistribuer une part de la manne commerciale à l'échelon régional alors qu'ils sont redevables de leurs réseaux lignagers, religieux ou politiques ? A. Lambert et J. Egg affirmaient déjà en

1994 que « *le retrait de l'État du secteur commercial a fait des patrons des plus grands réseaux les principaux régulateurs des marchés ; mais jusqu'ici, il n'a pas permis aux commerçants de moindre envergure ou aux groupements de producteurs d'entrer en scène autrement que dans un rôle marginal* ». Ce désengagement de l'Etat dans les zones frontalières a dynamisé le commerce dans la haute Casamance jusqu'à attirer les opérateurs du pays et ceux de la sous-région. Ainsi, il convient de retenir que l'apparition des *loumas* dans les espaces périphériques est bénéfique pour les populations des campagnes qui étaient jadis collés à l'autosuffisance alimentaire.

Ensuite, le constat récemment fait sur la volonté des pouvoirs publics de valoriser les produits agricoles et surtout leur commercialisation dans les marchés hebdomadaires est devenu pertinent. En effet, l'organisation des producteurs en syndicat pour l'écoulement des produits agricoles au *louma* de Diaobé facilite leur commercialisation. Ainsi, la commercialisation des produits agricoles permet d'une part de relever le pouvoir économique des paysans et, d'autre part de participer au gonflement de la recette municipale. Sous ce rapport, l'érection de Diaobé en commune entre en parfaite cohésion avec le développement des collectivités locales sur leurs propres fonds. Le développement des collectivités locales passe nécessairement par la valorisation des ressources à la base à travers la politique de décentralisation. Ainsi, la décentralisation permet de responsabiliser les populations elles-mêmes dans la gestion de leurs affaires mais aussi elle favorise la mise en relation des différents espaces. Mais il convient de rappeler que la décentralisation a pour finalité la promotion du développement local à travers la valorisation des ressources locales. Or, le développement local encore appelé développement à la base, consiste à la participation de la population aux affaires locales. Dans cette optique, il doit opter pour une utilisation juste et rationnelle des ressources locales. Parmi les ressources dont dispose la commune, le marché hebdomadaire figure en bonne place. En effet, le commerce de produits de toute sorte au marché paraît très intéressant pour la région mais aussi et surtout pour la commune devant permettre à ladite commune d'atteindre les objectifs de développement local.

Enfin, la pertinence du choix de la thématique va encore plus loin. La contribution du *louma* dans le développement de la commune de Diaobé-kabendou trouve sa pertinence à travers le rôle commercial du marché de Diaobé et surtout les retombées du commerce dans le budget communal. Ce qui peut participer à l'amélioration des conditions de vie des populations mais aussi et surtout au développement des recettes municipales de la commune de Diaobé. Dans cette optique, le développement de la recette municipale et l'amélioration des conditions de vie de la population peuvent contribuer au développement de la commune de Diaobé et de son

environnement régional. En effet, l'essence du sujet se trouve être la contribution du marché hebdomadaire de Diaobé dans le développement de Diaobé. Le choix du *louma* de Diaobé est aussi pertinent. Le marché de Diaobé se localise dans une zone de contact et dans une nouvelle commune en plein essor grâce aux activités du *louma*. Il profite aujourd'hui de son urbanisation mais aussi de son ouverture vers l'extérieur. Ainsi, le marché ne peut compter que sur l'éventuel dynamisme de la production agricole des campagnes environnantes et parfois sur son avantageuse position de carrefour.

1.2. POSITION DU PROBLEME

« *Les populations de la commune et surtout celles de Diaobé centre, sont très actives au plan économique. Toutes les activités de production agricole, horticole et pastorale ainsi que celles de transformation artisanale de produit agricole et leur commercialisation surtout pendant le marché hebdomadaire du mercredi, sont exercées sur toute l'étendue du territoire communal. Les métiers de l'artisanat d'œuvre et de service ainsi que les activités de transport de biens et de personnes ou de restauration, de vente au détail, ou en demi-gros sont très présentes dans le tissu économique local* » (PIC de Diaobé-Kabendou, 2011). Les acteurs du commerce amènent divers produits selon les potentialités de leurs localités d'origine. Le marché est organisé et fonctionne à partir de réseaux et autour de deux places principales. Il s'agit des « syndicats » de Guinée et de la Guinée Bissau ainsi dénommés du fait de l'origine des commerçants qui les fréquentent. En plus des acteurs de ces syndicats, le *louma* est aussi fréquenté par les commerçants Sénégalais qui amènent aussi bien des produits agricoles que ceux manufacturés. Cependant, plusieurs raisons entravent le développement local. Entre autres causes, nous avons la non qualification des élus en matière de gestion et de gouvernance locale, le désengagement de l'Etat dans la gestion des collectivités locales en matière de politique agricole. Tous ces facteurs combinés amoindrissent les retombées du marché au niveau de la population. Depuis l'érection de la localité en commune, l'espoir semble permis avec une équipe municipale proche des faits et consciente de l'apport du commerce au développement local. Mais faudrait-il que la nouvelle équipe municipale maîtrise le fonctionnement des réseaux et des acteurs du commerce. Les élus locaux ont la lourde tâche de conscientiser les acteurs de la nécessité du commerce pour la commune.

L'importance des produits que reçoit le *louma* de Diaobé nécessite l'existence d'une bonne ressource humaine pour la collecte des taxes municipales. Dans la mesure où, le profil commercial est organisé en réseau et en fonction des syndicats. Du lieu de collecte jusqu'à la

commercialisation des produits au niveau du marché hebdomadaire, de nombreux acteurs sont identifiés dans le circuit commercial. Parmi ces acteurs, nous pouvons noter les responsables des syndicats (gros commerçants), le réseau des collecteurs de produits et enfin les « transitaires » ou encore appelés intermédiaires. L'identification des produits mobilisés et leurs quantifications à travers leur nature et leur origine et les acteurs qui les mobilisent doivent nous permettre d'évaluer l'intensité des flux drainés au marché hebdomadaire de Diaobé. En d'autres termes, il s'agit d'analyser, à travers la quantification des ressources du marché hebdomadaire comment le commerce peut contribuer à l'amélioration des recettes municipales et au développement local? Ainsi, c'est autour de cette réflexion principale que nous allons articuler le travail. Aussi cette question principale suscite-t-elle d'autres questions spécifiques :

- Quelle est la nature des flux émis ou dirigés vers Diaobé, et quels sont les réseaux qui les portent ?
- Comment ces flux peuvent-ils contribuer au développement des recettes de la commune de Diaobé-Kabendou ?
- Quel peut être le rôle du marché dans la transformation et le développement de la ville?

1.3.OBJECTIFS DE L'ETUDE

1.3.1 : OBJECTIF PRINCIPAL

L'objectif de ce travail est d'analyser l'importance du marché hebdomadaire de Diaobé dans le développement local. Aussi, l'objectif de cette étude suscite-t-il plusieurs objectifs spécifiques.

1.3.2 : OBJECTIFS SPECIFIQUES

- analyser les flux en circulation et l'organisation des réseaux pour comprendre leur fonctionnement ;
- dégager en quantifiant les principaux produits en circulation dans le *louma* et leur contribution dans l'amélioration de la taxe municipale ;
- et enfin, analyser le rôle du marché dans la structuration de l'économie locale et régionale.

Nous pouvons articuler ce travail autour d'un certain nombre d'hypothèses :

- Le marché hebdomadaire de Diaobé est parcouru par un réseau de flux très importants et diversifiés ;
- La diversité et l'importance des produits mobilisés par les acteurs du *louma* est à l'origine de l'amélioration de la recette municipale ;

→ Le marché constitue un facteur de structuration des économies locale et régionale.

1.4.ANALYSE CONCEPTUELLE

Développement local :

Selon le dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement (2006), le développement local suppose une volonté collective de mobiliser les ressources locales, qu'elles soient naturelles, humaines, économiques ou culturelles pour créer des activités et construire, sur un territoire homogène un projet de développement global. Les projets doivent donc être portés par les acteurs locaux notamment les élus : le rôle de l'Etat ne peut être que d'accompagnement de ces projets.

Le développement local se rapporte aux diverses initiatives mises de l'avant, dans un cadre d'action partenariale, par les acteurs intéressés à l'amélioration des conditions de vie dans leur environnement immédiat. Les objectifs de la démarche adoptée sont à la fois économiques et sociaux.

Il s'avère très clairement que le développement local renvoie d'une part à la volonté collective et d'action partenariale comme indique ces deux définitions et d'autre part par la réflexion autour d'une seule et unique vision qui sera partagée par tous les intervenants. Nous pouvons convenir qu'il est d'usage ancien dans le monde car les projets de développement ont toujours existé au niveau local.

« *Le développement local, il y en a toujours eu. Simplement, c'est notre regard qui a toujours changé* » (Clément 1996). Encore plus pratique, il recouvre aujourd'hui un certain nombre d'aspects à savoir la volonté ou l'ambition commune, les moyens disponibles et la participation des acteurs dans un espace donné. Ces aspects ne doivent pas être compris différemment, ils sont connectés entre eux autour d'un système qui est le développement local. En effet, ces aspects du développement local doivent être encadrés et accompagnés par l'Etat pour une meilleure cohérence et la valorisation dans l'exploitation des ressources locales. A cet effet, la volonté ou l'ambition commune passe par l'organisation des acteurs autour d'un seul objectif de développement pour les populations d'un terroir. Les moyens relèvent du disponible en terme de ressources qu'elles soient humaines, économiques, culturelles en d'autres termes les potentialités dont un terroir regorge. Il s'avère très clairement que le développement local est une action ou une initiative d'une population qui s'organise autour d'un seul but partagé par tous les intervenants. Il doit ainsi être endogène au bénéfice de la population locale.

Le développement local est né, il y a une trentaine d'années par l'implication des populations dans les programmes et initiatives de développement. Ce qui révèle toute la problématique du développement local. « *Le développement local est une notion à la fois polysémique et polymorphe. Polysémique, dans la mesure où il renvoie à plusieurs univers de sens. Polymorphe, car il couvre plusieurs dimensions en même temps : décentralisation, développement communautaire, développement durable, aménagement du territoire avec une double finalité : corriger les disparités locales, mais également promouvoir la participation des citoyens et leurs organisations dans la vie de leur territoire* »(R. Alissoutin 2008).

L'analyse de la notion du développement local revient à expliciter les concepts développement et local. Le concept de développement prend une connotation en fonction de la discipline dans laquelle il est employé. Il est abondamment utilisé en géographie et en économie. Ce concept dénote ainsi un processus et exprime par son origine étymologique l'action d'un déroulement, d'un déploiement. Il englobe à ce titre le terme de croissance, au contenu seulement économique, en lui ajoutant des dimensions sociales et culturelles. Le terme de développement est donc un terme de plus en plus employé pour évoquer une amélioration des situations locales et régionales qui assure une certaine harmonie entre une croissance quantitative et une amélioration qualitative, dans les domaines social et culturel.

Cette problématique que revêt la définition du développement est bien illustré par Sy (1997). Selon lui « *le développement correspond au besoin qu'éprouve l'homme de modifier son statut dans le sens du mieux-être. Le développement a été érigé en véritable mythe par les pays africains. Mais la question est de savoir de quel développement il s'agit ? Le développement par l'Etat ou par le marché ? Le développement économique ou le développement social, culturel, politique, local, etc. ?* »

Pour Perroux (1964) : « *le développement est la combinaison des changements mentaux d'une population qui la rendent apte à faire croître cumulativement et durablement, son produit réel global . Ainsi, le développement apparaît comme un exemple de transformations modifiant les comportements, en intégrant les progrès de la connaissance et du savoir-faire dans le but principal de la croissance économique. Le concept de développement intègre des coefficients et des indicateurs comme le capital, la valeur ajoutée, les taux de couverture sociale, d'alphabétisation, de chômage, etc.* »

La prise en compte de la dimension locale crée un élément supplémentaire de complexité. Avec la relance de la décentralisation, la notion de développement local est à l'ordre du jour. Le couplage des deux termes développement économique et local appellerait *« à l'articulation de deux caractéristiques essentielles : la durée qui doit marquer toute démarche de développement, et l'espace, c'est-à-dire le territoire local concerné par cette démarche. Il a été défini comme une intervention structurée, organisée, à visée globale et continue dans un processus de changement des sociétés locales en proie à des déstructurations et restructurations »* (Mengin1989). Le développement local qui vise à assurer un développement économique et social cohérent, négocié et durable à l'échelle du territoire, s'organise autour d'un triptyque que sont le territoire, les acteurs, et la gouvernance locale. Il met en exergue les notions partenariat et de responsabilisation qui permettent de lubrifier les relations sociales. Lorsqu'on parle de développement local on vise un mode de développement tourné vers la valorisation locales des ressources naturelles, financières et humaines.

Dans cette optique, nous pouvons définir le développement local comme une tentative des populations locales à s'organiser autour d'un objectif commun de développement devant partir de la gestion, la valorisation et l'exploitation rationnelle des ressources disponibles dans leur terroir. Nous pouvons ajouter à cette initiative « local » pour le développement de leur terroir l'accompagnement de l'Etat régulateur de toute initiative en vue de l'inclure dans le développement national de son territoire souverain. En d'autres termes l'Etat a la prérogative d'inscrire toutes ces actions de la population locale dans le programme nationale de développement. Le développement local renvoie à l'initiative d'une communauté vivante d'entreprendre des projets de développement à la base en vue d'une amélioration des conditions économiques. Le sens premier de ce concept est lié à l'esprit d'entreprendre et de promouvoir des actions au niveau local.

Le marché :

Le « marché » est défini par le Dictionnaire de l'urbanisme et d'aménagement(2006) comme un lieu public, couvert ou en plein air (en partie les deux) où on fait le commerce de marchandises. Les marchés, forme traditionnelle de lieu de vente, sont encore la forme prépondérante de lieu d'échanges dans les pays en voies de développement. En Europe, le marché était le centre de la vie commerciale des villes. Pour George et Verger le mot marché a deux sens :

- 1) Le lieu de commercialisation de produits vendus au détail et l'action de ce commerce elle-même ; comme tel, facteur d'organisation de l'espace urbain, surtout dans les villes traditionnelles ;
- 2) L'opération commerciale en général et sa projection sur des espaces géographiques : le ou les marchés de la viande, de la bauxite ou du pétrole... dans un espace continental ou dans l'ensemble du monde.

Le ROBERT (1995) définit le marché comme le « *lieu public de vente où se tient une réunion périodique des marchands de denrées alimentaires et de marchandises d'usages courant : marché hebdomadaire, marché à ciel ouvert, marché couvert* ». Le « marché » est un lieu public où l'on vend certaines marchandises : marché couvert, en plein air.

De ce point de vue, il apparaît que le marché est un lieu de communication autour duquel s'organise les activités de commercialisation et d'échanges de produits qu'ils soient manufacturés ou agricoles. A cet effet, il faut signaler que les échanges s'effectuent tous les jours de la semaine mais aussi il peut se tenir une fois par semaine d'où la notion de marché hebdomadaire. Pour notre part c'est cette dernière connotation du marché qui nous intéresse concernant son caractère hebdomadaire. Le marché hebdomadaire est un lieu d'échange et de commercialisation qui se tient une fois dans la semaine selon la disponibilité des produits. En d'autres termes, son fonctionnement dépend de la fluctuation des produits récoltés des champs ou de la disponibilité des produits manufacturés importés des villes ou de l'extérieur du pays. Dans ce cas, le marché hebdomadaire renvoie à cette idée d'exploitation de la ressource locale et de leur valorisation. En dépit de cette définition, il convient de retenir que le marché joue un rôle fédérateur à travers la création de relation entre commerçant et producteur mais aussi constitue un lieu de sociabilité entre différentes communautés. Le couplage des termes de marché et hebdomadaire renvoie à l'exploitation mais aussi et surtout à la valorisation des ressources locales au bénéfice de la population locale devant permettre la création d'un développement à la base. Donc à travers les définitions ainsi soulevées du terme de marché, on peut percevoir que la vocation première du marché hebdomadaire serait sans aucun doute la promotion de développement local.

Flux :

Brunet et al (1970) définissent le flux comme un écoulement, un courant. Volume de biens et de personnes en circulation. Le flux a une origine, une destination et un trajet. Levy et Lussault (2003) considèrent le flux au sens premier du terme comme une circulation entre lieux sur une

infrastructure. Par extension, déplacement de toute nature qui se caractérise par une origine, une destination et trajet. Méthodologiquement, il y a parfois confusion. Si l'on considère le flux comme un écoulement, tel l'eau du fleuve (l'étymologiquement des deux mots est commune), il faut préciser ce que l'on mesure : le flux en un point ou le flux en deux lieux. Ainsi, en matière de trafic routier, un captage indique le nombre de véhicule par heure alors qu'une enquête « origine et destination » permet de connaître les déplacements entre deux zones, soit sur une voie donnée sans précision d'itinéraire. Flux, ligne, réseau ; cette distinction n'est pas sans importance du point de vue de l'aménagement de l'espace et de la planification des infrastructures. De ce point de vue, nous pouvons définir le flux comme étant un mouvement en grand nombre de personnes ou de choses. Ainsi, il convient de comprendre le flux comme une circulation de personnes, de marchandises, d'argent, d'informations entre deux points.

Réseau :

Levy et Lussault (2003) définissent le réseau comme étant un espace à métrique topologique. Le réseau n'est pas une idée neuve dans les sciences de l'espace. C'est évidemment une notion forte dans le monde des ingénieurs spécialistes des « réseaux techniques ». Les économistes et les géographes se sont exercés, dès le milieu du XIX siècle, bien avant Walter Christaller, à lire les villes et leurs liens comme des ensembles fonctionnels de points et de lignes : les réseaux urbains. Brunet et *al* dans les mots de la géographie (1970) désignent comme un ensemble de lignes ou de relation aux connexions plus ou moins complexes ; vient de rets, Filet. Certains réseaux sont matériels, ils forment l'ensemble de treillage de l'espace, jusque dans les Voieries et Réseaux Divers (VRD) qui assurent la vie et la survie des agglomérations. Merlin et Choay (2009) entendent par le terme « réseaux » un ensemble de fonction, de service et d'objets techniques généralement essentiels à la vie urbaine. Malgré l'hétérogénéité qu'il recouvre, l'aménageur, l'urbaniste trouve le mot commode car il réfère à des caractéristiques importantes pour la conception et le fonctionnement des villes. Ainsi, le réseau désigne une organisation de personnes dont l'activité plus ou moins secrète vise au même but. En effet, le réseau renvoie à ce dispositif organisationnel qui structure une chose pour des objectifs communs.

II. METHODOLOGIE DE RECHERCHE

Elle concerne trois principales parties à savoir la revue documentaire, le travail de terrain et le traitement des données ainsi collectées sur le terrain.

- La revue documentaire relative à la première investigation a pour but de faire une revue sur les écrits concernant la contribution du louma de Diaobé dans le développement local et les

institutions (textes sur la décentralisation, les collectivités locales). Les ouvrages qui ont intéressé notre sujet sont retenus dans la bibliographie. Un certain nombre de centres de documentations ont été ciblés à cet effet.

- ✓ La bibliothèque de l'université Assane Seck de Ziguinchor ;
- ✓ La bibliothèque de l'université Cheikh Anta Diop de Dakar ;
- ✓ Le centre de documentation du département de Géographie de l'université Cheikh Anta Diop de Dakar ;
 - ✓ L'Agence de Développement Régional de Kolda (ARD) ;
 - ✓ La Direction de l'Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie et le Centre d'Appui au Développement Local (CADL de Diaobé-kabendou) ;
 - ✓ Et enfin, la Direction des Travaux Géographiques et Cartographiques (DTGC).

La recherche bibliographique nous a permis d'appréhender le phénomène des *louma*, de connaître l'histoire des échanges, de comprendre les différentes approches du développement local.

- Le travail de terrain a consisté les techniques de collecte d'information. C'est ainsi que nous avons organisé des visites de terrain avec des outils de collecte de données nécessaires notamment le questionnaire et le guide d'entretien ainsi que le comptage des voitures. Nous avons effectué ce travail au niveau du *louma*, à Diaobé pour collecter le maximum d'informations. Parmi les acteurs identifiés, nous avons les producteurs-vendeurs, les vendeurs, les marchands ambulants et les prestataires de services. Une similitude peut être observée entre les producteurs-vendeurs et les vendeurs, mais les deux sont différents. Le premier désigne les paysans qui après la récolte viennent eux-mêmes vendre leurs produits au *louma*. En effet, nous les avons questionnés pour savoir entre autres informations le choix du type de produit vendu, leur apport dans l'économie du ménage et enfin le système de culture du produit le plus rentable économiquement parlant.

Par contre, le second renvoie spécifiquement aux vendeurs de produits halieutiques, de cueillettes et ceux issus de la transformation locale. L'information recherchée est de savoir les différents types de produits transformés et la manière de les commercialiser. Ainsi, un échantillonnage est nécessaire. Pour cela, nous avons effectué un recensement des acteurs du *louma* car nous ne détenons aucun chiffre par rapport au nombre d'acteurs du système commercial. Pour une population de 653 boutiquiers, vendeurs de produits agricoles et de prestataires de services ; nous avons retenu un échantillon de 40 individus pour chaque

catégorie. Le choix de catégorie se justifie par l'usage de la méthode d'échantillonnage en grappes. Pour les banabana, nous avons fonctionné comme suit : chaque vendeur, on enquête deux (02) de ces clients banabana. Ce qui nous revient à un échantillon de 80 pour les banabana. Nous avons également procédé au comptage des voitures afin de pouvoir identifier les types de produits transportés ainsi que les réseaux porteurs.

Ainsi, un échantillon de 20 véhicules comptés est retenu pour chaque poste à savoir le poste d'entrée et celui de la sortie. Ce qui fait un total de 40 voitures comptées pour les deux (02) postes.

Les guides entretiens ont été effectués auprès des personnes ressources reconnues dans le fonctionnement du marché hebdomadaire. Ces personnes ressources constituent :

- les conseillers municipaux pour voir la manière dont il gère les compétences transférées en rapport avec la structuration et la gestion du marché hebdomadaire ;
- les présidents des différents syndicats ont été également enquêtés ainsi que celui de la gare routière ;
- un entretien est organisé avec les notables notamment le chef de quartier de Diaobé1 pour l'histoire de la commune et des marchés hebdomadaires de la zone ;
- les producteurs et les collecteurs pour savoir la quantité de produits agricoles qui entre au jour du *louma*.

- Le traitement de données :

Suite à la collecte des données, nous avons procédé à leur traitement pour les rendre utiles qui sont bien intéressantes à la représentation. Ainsi plusieurs outils ont été utilisés à cet effet pour faciliter ce travail. Ces outils de traitement concernent entre autres, les outils informatiques (Word et Excel), les logiciels de la cartographie.

En ce qui concerne les outils informatiques, nous avons fait recours particulièrement aux logiciels Word pour la saisie, Excel pour les représentations graphiques des résultats d'enquête qui ont permis la rédaction de ce présent document. Les cartes déjà faites par des structures ont été adaptées à notre étude notamment la carte de réalisation du Plan d'investissement communal. Pour la construction de cartes, nous avons fait recours aux outils cartographiques à travers les logiciels de traitement Arc view, Arc Gis et Google Earth dont la source provient de ESRI. Les données ainsi traitées et représentées nous ont permis de rédiger ce présent document en trois parties dont chacune deux chapitres.

PREMIERE PARTIE : DE LA GEOGRAPHIE DU MARCHE A L'ANALYSE DES FLUX COMMERCIAUX

Diaobé se localise dans une zone de carrefour. En effet, cette localité à travers le *louma* bénéficie des produits des autres régions du Sénégal et des pays frontaliers. Ainsi, nous allons, après un bref aperçu de l'histoire du *louma*, parler dans le chapitre premier de la géographie du marché à travers sa cartographie et ses potentialités. Le second chapitre fera une analyse succincte des flux en direction et en partance du *louma*.

CHAPITRE I: HISTOIRE DES LOUMA DE LA REGION ET GEOGRAPHIE DU MARCHE DE DIAOBE

Un bref aperçu de l'histoire des marchés hebdomadaires de la Haute Casamance est nécessaire avant de faire la géographie du *louma* de Diaobé. En effet, la cartographie du marché à travers sa position dans la ville, dans la région et dans la sous-région devient alors importante en vue d'appréhender les potentialités offertes par le marché de Diaobé. Nous allons également faire une présentation des opportunités naturelles et humaines de la ville.

I. LES PREMIERS MARCHES DE LA HAUTE CASAMANCE

Le phénomène des marchés hebdomadaires est ancien mais s'est surtout développé, après l'indépendance, quand l'étatisation du commerce de l'arachide a provoqué le repli des grandes maisons de commerce vers Dakar. Dans les campagnes, le vide commercial engendré n'a pas été totalement comblé par les structures mises en place par l'Etat dont les activités ont concerné la seule sphère agricole. Van Chi - Bonnardel (1978) affirme que «... *la multiplication des marchés ruraux, dans les régions d'économie monétaire, constitue sans aucun doute l'un des évènements majeurs de la vie des paysans sénégalais dans la première décennie de l'Indépendance. (...) Ces marchés constituent en effet les pôles des réseaux commerciaux qui ont succédé à ceux qu'avaient fait naître le double flux de la traite* ».

À l'indépendance, les marchés hebdomadaires se sont multipliés dans le bassin arachidier, pour permettre aux paysans de vendre les productions qui ne pouvaient être écoulées par le canal des coopératives arachidières imposées par l'État et acheter des denrées et des produits manufacturés. Mais il faudra attendre une dizaine d'années pour que le phénomène se développe dans les régions périphériques, du fait de la dominance de l'économie d'autosubsistance et des faibles densités démographiques. En Haute-Casamance², les marchés ont été créés en premier dans les zones ouvertes à l'économie monétaire, à savoir celles localisées dans les secteurs frontaliers, là où la circulation des hommes, des biens et du numéraire a toujours été plus active qu'ailleurs. Avec la pénurie de 1985, les *louma* ont ensuite connu un nouvel essor: ils se sont multipliés et ont grandi, tandis que celui de Diaobé s'affirmait comme le premier d'entre eux (Fanchette, *ib.*).

² La haute Casamance correspond à la région de Kolda

L'origine³ des marchés hebdomadaires de la haute Casamance était initiée par l'activité commerciale de la population Bissau Guinéenne. Ce pays fut à l'époque un lieu de multiplication des *louma*. A cet effet, Lesourd et al, (2002) l'imputent à plusieurs facteurs, entre autres:

- la libéralisation des échanges dans les années 1980 et le démantèlement progressif des circuits de commercialisation des produits agricoles ;
- l'évolution des réseaux d'échange à toutes les échelles ;
- et la transformation de l'organisation spatiale et la multiplication des *louma* au Sénégal.

Les pénuries alimentaires chroniques dans cette région délaissée par l'Etat à travers la centralisation des activités à Dakar et les énormes besoins des régions périphériques des États guinéens en guerre civile ont favorisé, dans les années soixante-dix, l'émergence de marchés hebdomadaires. La création des *louma*, en parallèle avec le commerce transfrontalier séculaire organisé par les jula prend une nouvelle dynamique au niveau de la périphérie Sud du pays. Puis, l'accession à l'indépendance de la Guinée-Bissau et la libéralisation économique de la Guinée-Conakry ont dynamisé les échanges entre le Sénégal méridional et ses voisins (Fanchette, 2001).

Ces facteurs sont à l'origine de la genèse des marchés hebdomadaires partant de leur multiplication dans tout l'espace national. Ce petit rappel nous permet d'avoir un aperçu de l'existence des *louma* au Sénégal en général et en Casamance en particulier. Mais pour celle de la haute Casamance, la genèse des marchés hebdomadaires est inhérente à l'activité de la population Bissau Guinéenne. Cette population vient exposer leurs produits en échange à d'autres dans la zone. La première localité ciblée est celle de Mampatim où la population de Diaobé partait pour commercer. Mais depuis, l'avènement de Salif Diao comme député à l'assemblée nationale du Sénégal au temps de Senghor⁴ vint l'initiative de la création d'un *louma* à Diaobé. Dès lors, démarrèrent les activités du marché hebdomadaire de Diaobé. Ce marché prenait peu à peu force jusqu'à s'affirmer comme le premier au niveau de la région voire de la sous-région.

Premiers habitants de la localité de Diaobé, les vieux notables peuls prédisaient l'existence d'un *louma* qui sera fréquenté par diverses ethnies. Quelques années après, Salif Diao un des descendants du fondateur de la localité devint député et initiait la mise sur pied d'un *louma* sur place.

³ L'origine des marchés hebdomadaire de la haute Casamance nous a été racontée par le chef de quartier de Diaobé 1 et complétée par les écrits sur le louma notamment le mémoire d'Oumarou Baldé et Fancette Sylvie

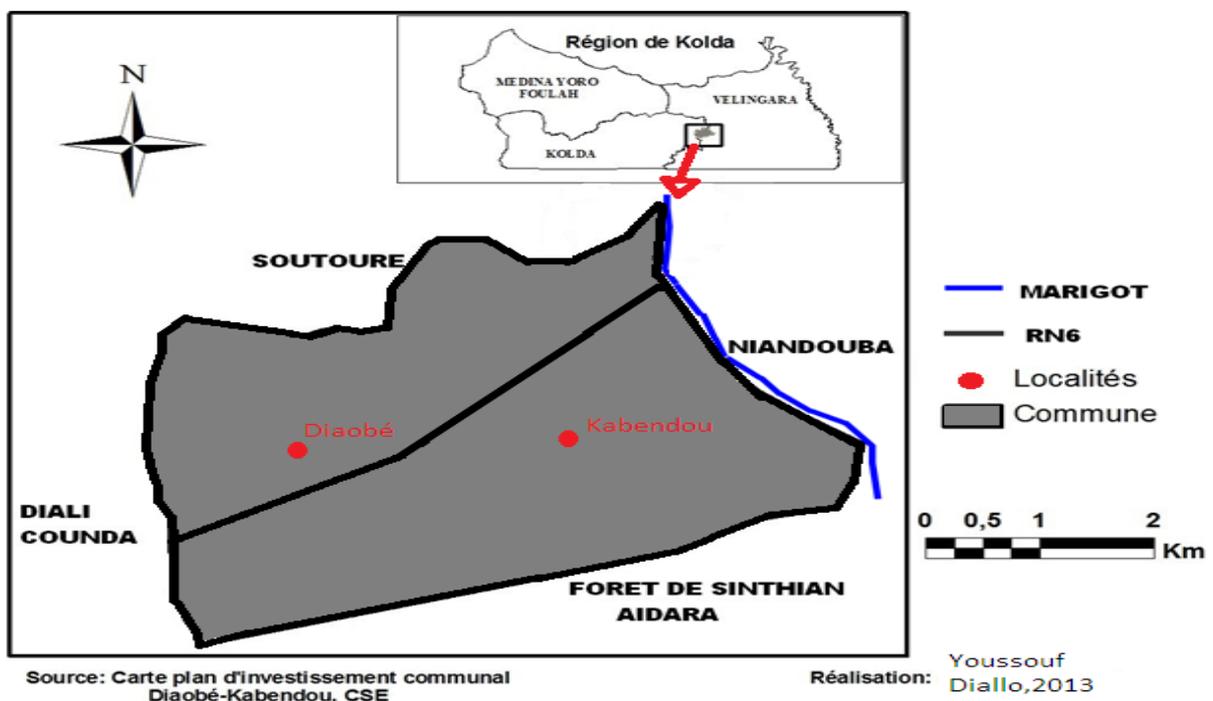
⁴ Léopold S Senghor fut le premier président de la république du Sénégal (1960-1981)

Les peulhs transhumants se sont vite sédentarisés dans cette zone ; un milieu favorable à la pratique de l'agriculture et de l'élevage. Les mandingues s'installent à leur tour vers le XIX^{ème} siècle sous la conduite d'Ansoumana Sané. En effet, le marché hebdomadaire de Diaobé fut créé vers les années 1970. La dynamique du commerce au *louma* est devenue importante grâce aux potentialités existantes et sa position de carrefour à la frontière de plusieurs pays. Pour ce faire, la présentation des potentialités de la localité devient une nécessité partant des opportunités économiques qu'elle recèle.

Diaobé, chef-lieu de la commune était avant la réforme de 2008 un vieux village fondé par la famille Diao. La notoriété de la localité a été boostée à partir de 1970 où démarrèrent les activités de son marché hebdomadaire. De nos jours, ce marché attire bon nombre d'opérateurs économiques en provenance des autres régions du Sénégal et des pays limitrophes.

II. LA GEOGRAPHIE DU LOUMA DE DIAOBE

La géographie du *louma* de Diaobé permet de savoir les potentialités qui s'offrent à la localité. Ainsi, nous allons dans un premier temps parler des potentialités naturelles et enfin terminer par le phénomène humain. Mais avant, la réalisation d'une carte de localisation est nécessaire pour une vue d'ensemble.



Carte1 : Carte de localisation de la commune de Diaobé-kabendou

Devenue commune par le décret n° 2008-748 du 10 juin 2008, la localité de Diaobé entre en plein essor dans l'histoire des collectivités locales. Cet essor administratif trouve son explication à travers l'activité du *louma*. Elle est située dans la région de Kolda, dans le

département de Vélingara. La nouvelle commune de la haute Casamance présente d'énormes potentialités offertes d'une part par la nature et d'autre part par la diversité de la population.

2.1 LES POTENTIALITES NATURELLES DE LA COMMUNE

La Casamance a un climat de type soudano-sahélien. Ce qui offre à la zone (haute Casamance) une nature généreuse partant d'une forte potentialité. En Haute Casamance, en effet, les précipitations avoisinent les 700mm par an avec un couvert végétal clairsemé donnant au sol une fertilité adaptée à l'activité agricole et surtout à la pratique de l'élevage.

2.1.1. LES PRECIPITATIONS

Les précipitations s'étendent souvent sur 5 à 6 mois de l'année. L'hivernage en Casamance démarre au mois de Juin pour se terminer au mois d'Octobre. L'existence des mois excédentaires et des mois déficitaires est à noter dans la période d'hivernage. Ainsi, deux tendances s'affichent :

- deux mois déficitaires à savoir les mois de Juin et Octobre ;
- trois mois excédentaires notamment les mois de Juillet, Août et Septembre.

Les mois excédentaires expliquent l'importance de la précipitation dans la zone. Il va de soi avec l'importance de l'humidité relative pour les cultures et les animaux. Ainsi, l'importance de la pluie est un facteur primordial pour la production agricole et la pratique de l'élevage.

2.1.2. LA FERTILITE DES SOLS

L'étude de la précipitation nous donne une idée sur le type de sol notamment l'humidité relative. C'est ce qui justifie en effet, les activités qui s'organisent dans la zone du fuladu. C'est pourquoi dans cette zone le secteur primaire trouve ainsi son plein essor notamment l'agriculture et l'élevage. Ce sont ces deux activités qui structurent la vie de la population. Ces activités s'adaptent ainsi au type de sol d'où l'importance des produits agricoles : ce qui profite au succès du marché hebdomadaire de Diaobé. Dans cette perspective, plusieurs produits s'adaptent au sol de la zone. Entre autres produits, nous avons les produits de rente, les produits maraichers et ceux d'élevage en passant par la viande et le lait qui présentent des opportunités bien intéressantes pour le commerce. En effet, les périmètres agricoles, aménagés du bassin de l'Anambé permettent une riziculture intensive et un élevage moderne avec l'amélioration de la race bovine à travers un programme d'insémination (P.I.C 2011-2016).

2.2. LES POTENTIALITES HUMAINES DE LA COMMUNE

L'installation des Peul au Fuladu date du XVI siècle avec l'arrivée de Coly TENGELA et ses troupes. Ce dernier combat et bat les Mandingues qui régnaient en maître absolu dans la zone. Mais les Peuls ne se sont installés à Diaobé qu'à partir de la fin du XIX siècle (Pélissier 1966). Cette année, 1966 coïncide avec la division du village en deux parties :

- diaobé nord qui est occupé principalement par les Mandingues
- sinthiang Diaobé qui est une extension du village. Ce quartier est le lieu où se retrouvent les Halpoular.

L'activité commerciale a joué un rôle important dans l'occupation de l'espace de cet ancien village de la communauté rurale de Kounkané. En effet, c'est en partie grâce au marché hebdomadaire et à son dynamisme que Diaobé et Kabendou ont été érigés en commune en 2008. Actuellement Diaobé se distingue par sa diversité ethnique.

Les principales ethnies qu'on retrouve à Diaobé selon SANE (2010) sont :

- les Halpoular qui sont majoritaires avec 54% de la population. Cependant il faut noter que ce groupe est composé de trois sous-groupes à savoir :
 - ✓ les Peuls ;
 - ✓ les Peuls Fouta, originaire de la République de Guinée et
 - ✓ les Toucouleurs venus récemment dans la localité occupent la troisième position dans cette ethnie.
- les Mandingues sont la deuxième ethnie majoritaire avec 17% ;
- les wolofs et les Serer font respectivement 11% et 8% ;
- les Balantes, les Bambaras etc. à hauteur de 8% sont entre autres des minorités ethniques qu'on retrouve à Diaobé. Les Diolas seulement avec 2% sont à la cinquième position.

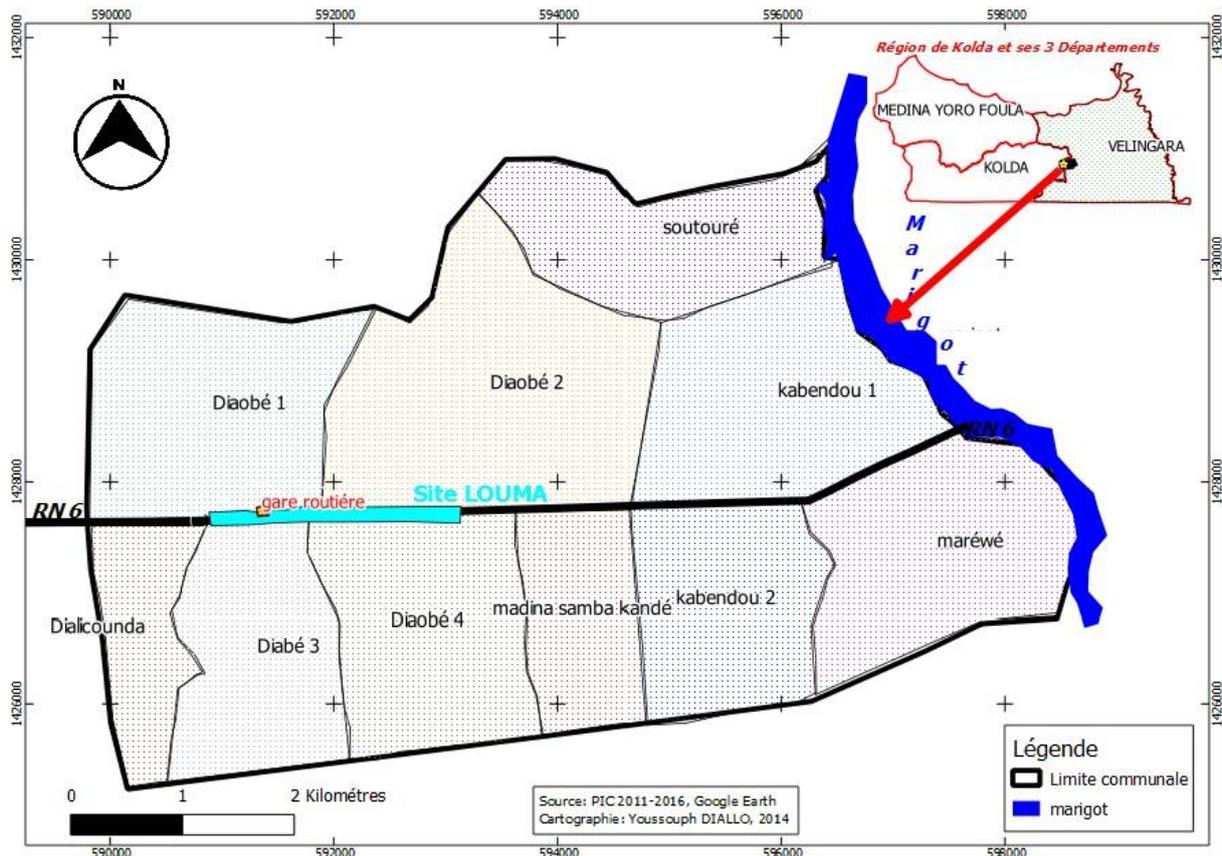
Après un petit rappel du peuplement, les potentialités humaines sont principalement constituées par le capital humain. Ce dernier présente une forte opportunité dans sa diversité. En effet, la commune de Diaobé-Kabendou est habitée par les populations venues de diverses contrées du pays et de la sous-région. La diversité de la population explique ainsi la diversité des activités qui s'y déroulent. D'où une nécessité d'accorder une attention particulière à cette nouvelle commune dans les politiques d'aménagements du territoire.

La nouvelle collectivité locale a une population estimée à 12 622 habitants et elle atteindra les 13 438 individus en 2015. Elle a dix quartiers qui s'étendent sur une superficie de 12/km² avec une densité moyenne de 1051hts /km² en 2012. A l'horizon 2015, la tendance sera à 1119

hts/km². La cartographie du marché nous permet de montrer la place du marché dans la ville, dans la région et dans la sous-région.

III. LA CARTOGRAPHIE DU MARCHE DE DIAOBE

La cartographie du *louma* est une représentation du site du marché et des places fortes de la commune telle que la gare routière et les différents quartiers de ladite commune.



Carte 2 : la présentation générale du site du louma

Le marché hebdomadaire est devenu aujourd'hui un véritable entrepôt de produit commercial de toute sorte. La population autochtone exerce le commerce et les activités du secteur primaire notamment l'agriculture et l'élevage. Le commerce s'organise au niveau des syndicats qui sont des lieux où s'effectue les transactions. La position géographique de Diaobé partant de sa cartographie nous permet de voir clairement l'influence du marché dans la ville, dans la région et dans la sous-région. Cette position stratégique fait du *louma* un véritable lieu de rencontre des gambiens, des guinéens, des Bissau guinéens, des maliens et des burkinabés. Comme le montre la carte 2, le *louma* se positionne sur la route nationale n°6. C'est une position justement stratégique où l'on retrouve les places fortes telles que la gare routière, la RN6 entre autres. Cette présentation du *louma* et les places fortes marque et traduit la place du marché dans la

ville, la région et la sous-région. Une présentation plane du marché hebdomadaire devient ainsi une nécessité.

3.1. Le louma dans la ville de Diaobé

Tout comme la cartographie, le plan est une représentation de différentes infrastructures que compose le louma. Parmi ces infrastructures, nous avons la route nationale et les différents syndicats.

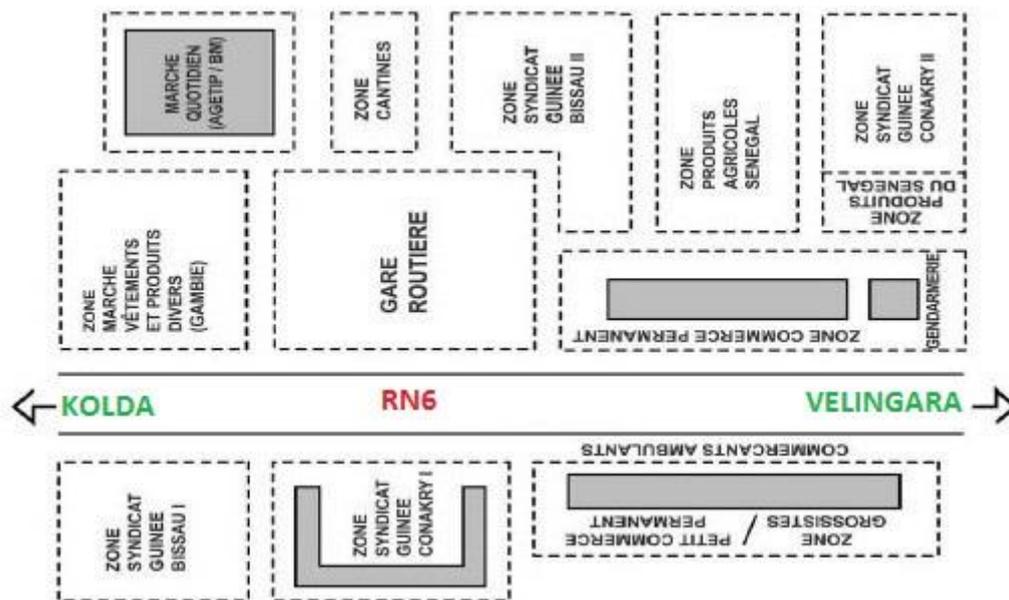


Schéma 1 : plan du louma de Diaobé (Source : PIC de la commune de Diaobé-kabendou adapté par Diallo, 2014)

Selon Billaz, (2003) "*la promotion et la régulation des marchés ruraux constituent un aspect important du rôle des collectivités locales*": les filières qui approvisionnent les demandes locales permettent de valoriser les productions locales. Ceci est bien illustré dans le marché de Diaobe qui, dès les années 1970, avait pour objectif premier de satisfaire des besoins de première nécessité. La satisfaction des besoins en alimentation passe par l'échange de produits locaux contre des produits provenant des différents pays limitrophes. C'est cet échange qui a dynamisé le commerce à travers le développement des cultures maraîchères locales malgré une forte concurrence. Si les quantités individuelles peuvent sembler minimales, notamment en ce qui concerne les détaillants, leurs ventes associées à celles des demi-grossistes et des grossistes représentent de gros volumes de marchandises échangés. Car, le marché attire les vendeurs surtout les producteurs-vendeurs des villages environnants de la ville. Ainsi, nous pouvons comprendre par-là l'influence du marché dans la commune de Diaobé toute entière. Son plan illustre bien la présence de plusieurs nationalités en ce sens que certains syndicats prennent le nom des pays qui fréquentent le *louma*.

3.2. Le marché dans la région

« *Seulement, les populations locales sont loin de jouer les grands rôles dans ce marché. On vient s'enrichir à Diaobe, mais on n'y vit pas riche* » (Dieng, 2003). C'est bien ce qu'évoque Sylvie, lorsqu'il écrit que "*le gros des transactions qui s'opèrent à Diaobe profite aux étrangers. Le phénomène échappe aux populations du Fuladu, alors que le marché est le fruit de leur initiative*" (Fanchette, 2002). Ainsi, nous pouvons nous poser alors la question des raisons de cette incapacité à récolter les bénéfices de cette activité florissante qui, chaque semaine, remplit les rues de Diaobe. A cette question, plusieurs réponses sont admises. En effet, le *louma* est envahi chaque semaine par des acteurs qui viennent de partout dans la région. Les enquêtes de terrains ont montré clairement le rôle du *louma* dans l'approvisionnement du marché central de Kolda en produits notamment en poissons fumés et huiles de palmes etc. Ce qui prouve l'existence de forte connexion entre le marché de Diaobé et celui de Kolda. Ainsi, les *banabana* viennent à Diaobé pour acheter des produits très demandés à Kolda.

3.3. Le marché dans la sous-région

Le marché hebdomadaire de Diaobé profite de la position géographique de la localité en se présentant dans une zone non loin de plusieurs pays frontaliers. En effet, le *louma* bénéficie des produits agricoles de tous les pays de l'axe frontalier. Ainsi, ces différents pays échangent entre eux.

C'est un marché à la fois local pour les populations environnantes, régional pour les produits en provenance de toute la Casamance - huile de palme, poisson séché, fruits – et surtout international pour des produits agricoles de Guinée, plus les produits importés à Conakry ou Bissau et réexportés - café, tabac et riz - et les produits manufacturés gambiens ou sénégalais. Pour obtenir le numéraire nécessaire à l'achat de produits manufacturés ou introuvables sur place, les producteurs des zones frontalières écoulent en partie leurs productions agricoles sur les marchés gambiens, dans le cas des Sénégalais, ou sur les marchés sénégalais méridionaux, dans le cas des Bissau-guinéens. Ils peuvent ainsi bénéficier de monnaies plus fortes que celles en cours dans leur pays augmentant ainsi leur pouvoir d'achat.

L'influence du *louma* de Diaobé au niveau de la ville, de la région voire de la sous-région prouve ainsi son importance pour les populations de la commune. Sous ce rapport, d'énormes réseaux s'activent dans la mobilisation des produits commerciaux.

CHAPITRE II : DE L'ANALYSE DES FLUX AUX RESEAUX

PORTEURS

La commune de Diaobé a une position spéciale se trouvant au carrefour d'un certain nombre de pays. Cette position stratégique favorise la convergence de divers acteurs venus d'horizons différents ainsi que des produits de toutes les régions du pays et de la sous-région. Ainsi, nous allons dans ce chapitre parler d'abord des flux en partance et en direction du *louma* pour terminer par les réseaux qui les portent.

I. LA FREQUENTATION DU LOUMA

Les flux⁵ du *louma* de Diaobé viennent d'horizons divers et sont constitués de plusieurs types de produits. En effet, toutes les régions du Sénégal drainent des flux en direction de Diaobé au jour du *louma*. Ces flux peuvent être des personnes, des produits agricoles, halieutiques et ceux de la cueillette. Ils sont fonction des opportunités de la localité concernée et sont échangés à d'autres qui viennent des autres localités.

1.1.L'ORIGINE DES FLUX DU MARCHÉ HEBDOMADAIRE DE DIAOBE

Le marché hebdomadaire de Diaobé est fréquenté par divers acteurs qui viennent d'origine diverses. Il est un lieu d'échange commerciale à hauteur sous régionale. En effet, plusieurs personnes y viennent pour commercer. Ce graphique montre clairement les différents moyens de transports qui fréquentent le *louma*.

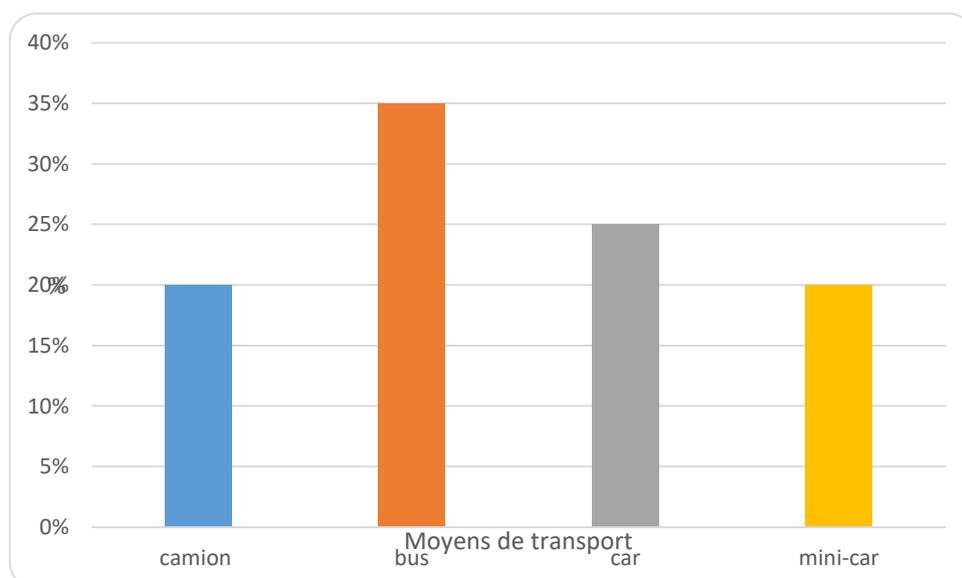


Figure1: les différents véhicules transportant les flux en direction du louma

⁵ Les flux font références ici aux produits commerciaux ainsi que les banabana qui fréquentent le *louma*

Le graphique marque les différents véhicules transportant les flux en direction du *louma*. Sur les différents types de véhicule qui fréquentent le *louma* de Diaobé, la part importante est réservée aux bus. Ces derniers constituent un moyen de transport important des personnes. En effet, même si le *louma* est considéré comme un lieu d'échange commercial ; il est également un lieu de fréquentation des personnes qui y viennent pour acheter des produits. C'est pourquoi, nous pouvons noter sur ce graphique une importance des bus et des cars de transport d'individus qui ont respectivement 35% et 25%.

Cette figure met également en exergue la prédominance des camions avec un chiffre de 20%. Ces camions constituent un important dispositif de transport des produits commerciaux. Les produits commerciaux en circulation au *louma* de Diaobé font appel à une transaction frontalière dans l'espace sénégalais. L'espace frontalier sénégalais fait partie des périphéries nationales structurées par de nombreuses villes frontalières (côté gambien), des places de change et des marchés périodiques autour desquels est organisée une intense vie de relations. Cette « zone franche *de facto*⁶ » serait autonomisée par l'usage de plusieurs monnaies, par un contrôle douanier inefficace et par une solidarité ethnique l'emportant sur la conscience nationale. Mais leur pérennité est d'autant moins garantie que les principaux acteurs à l'œuvre et les centres décisionnels sont le plus souvent extérieurs (Dubresson et Raison⁷, 1998 : 189) et investissent rarement leurs bénéfices dans la région d'accueil.

La forte fréquentation des bus révèle dans ce cas marque l'importance des passagers qui viennent pour s'approvisionner en produits et les revendre dans leurs localités d'origines.

⁶ Cette information est tirée des documents de Fancette Sylvie

⁷ Ces auteurs ont été cités par Fancette Sylvie

1.2.LA PROVENANCE DES PRODUITS VENDUS DANS LE LOUMA

Les produits en vente au louma viennent de plusieurs localités. La figure2 nous fait le point sur les différentes localités pourvoyeuses de produits agricoles.

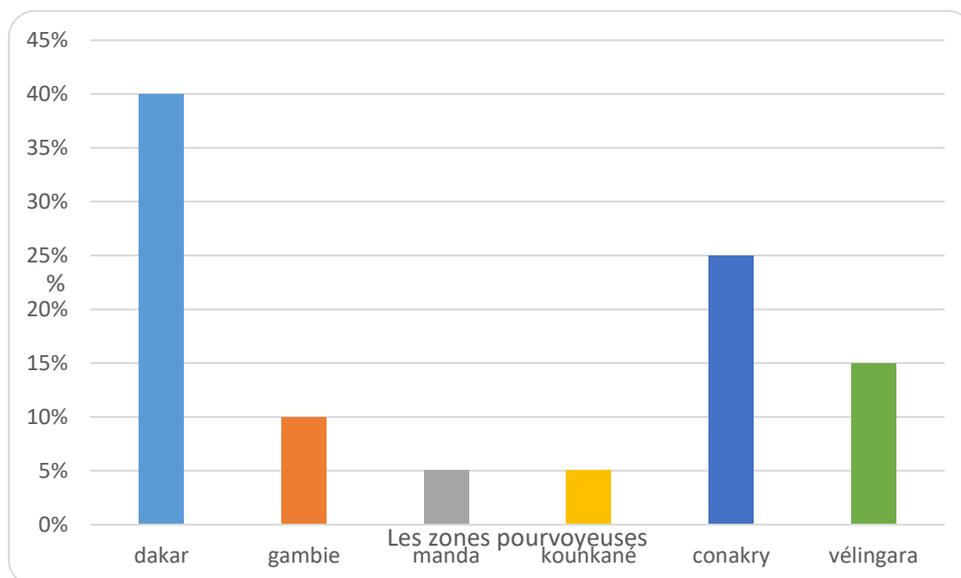


Figure2 : les différentes zones alimentant le *louma* en produits commerciaux

La figure2 met en évidence la provenance des produits en vente au *louma* de Diaobé. Comme nous pouvons le constater, le graphique présente les principales localités pourvoyeuses de produits parmi lesquelles nous avons Dakar, Gambie, Manda, Kounkané, Conakry, et Vélingara. En effet, Dakar étant la capitale politique et économique du pays ravitaille le *louma* en produit avec un pourcentage 40%. 40% des produits commerciaux viennent de Dakar et sont principalement constitués en produits manufacturés. A côté de Dakar, Guinée Conakry aussi alimente le marché en produit du fait de la forte présence des peuls à Diaobé d'origine guinéenne. Cette ethnie joue un rôle non négligeable dans la vente de produits provenant de leur pays à travers le syndicat Guinéen. Outre ces deux localités, les localités de la région amènent eux aussi des produits notamment Vélingara, Kounkané et Manda. Enfin, la présence des acteurs Gambiens est aussi à noter dans le marché hebdomadaire de Diaobé. Cela se matérialise justement à travers les 10% de produits vendus au *louma* proviennent de ce pays. Il (pays) constitue un pays limitrophe du marché mais aussi et surtout convoyeur de produits de vente tels que l'arachide et autres. Si ces zones alimentent le *louma* en produits de vente, le marché hebdomadaire alimente lui aussi d'autres régions en produits.

II. LA DESTINATION DES PRODUITS COMMERCIAUX DU MARCHÉ HEBDOMADAIRE

Si le graphique 2 indique la provenance des produits, la figure 3 montre la destination de ces produits commerciaux. Les produits en vente au *louma* de Diaobé sont destinés à d'autres localités. Cette opportunité géographique de la commune ne laisse apparaître sans égalité la destination de ces produits. Pour mieux cerner ce fait, nous pouvons se rabattre au graphique3 permettant de comprendre le transport des produits commerciaux du louma et leur destination.

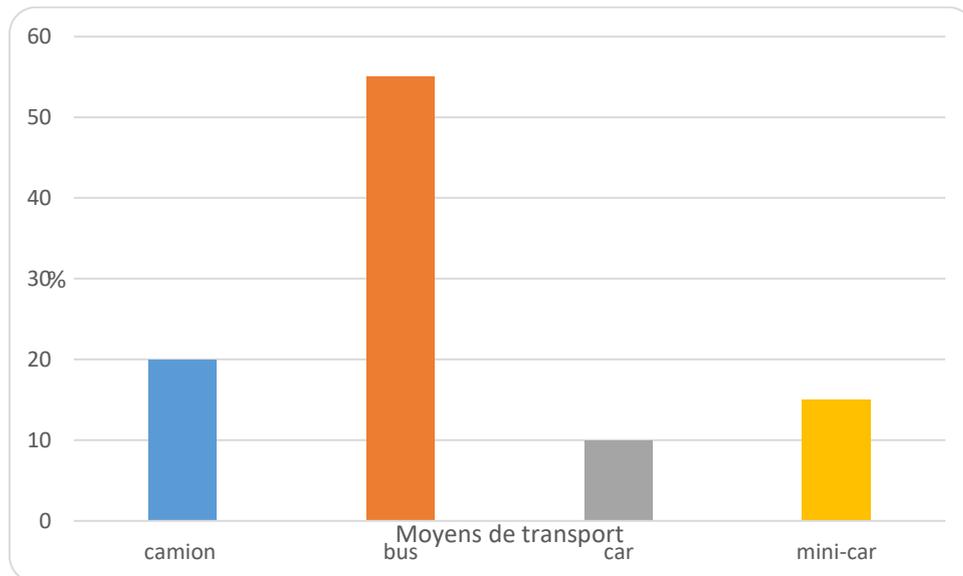


Figure3 : Les moyens de transport véhiculant des flux sortants du *louma* de Diaobé

La figure3 fait apparaître les différents types véhicules transportant les produits sortant du *louma*. Sur ce graphique, nous avons quatre (04) types de véhicules qui fréquentent le *louma*. Parmi ces types de véhicules, le pourcentage des bus figure en très bonne place avec un chiffre de 55%. Contrairement au graphique des flux entrants, cette figure montre en force la place importante des bus dans la fréquentation des véhicules au jour de *louma*. Dans ces dernières années, les bus occupent et jouent un rôle important dans le transport automobiliste partant de la liaison Dakar⁸ au Sud du pays en l'occurrence la Casamance. Ils (bus) transportent 40 jusqu'à 72 passagers venant de Dakar ou allant de Dakar.

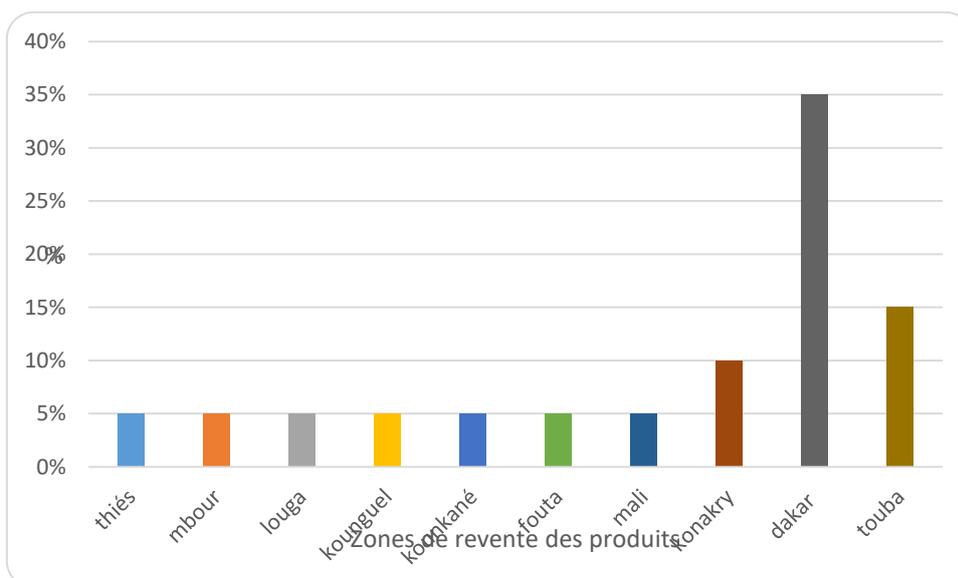
En dépit des bus, les camions viennent en deuxième position avec un chiffre de 20%. Cette position des camions relate également l'importance des produits au *louma* de Diaobé. Tous ces camions qui fréquentent le *louma* de Diaobé transportent des produits agricoles, halieutiques et ceux de la cueillette. Enfin, les car et minicars viennent en dernière position avec des chiffres respectifs 10% et 15%. Ces véhicules transportent également des personnes.

⁸Dakar est la capitale du Sénégal

Le marché de Diaobé profite du réseau des marchés périodiques de toute la région et des pays limitrophes dans le sens où il canalise les marchandises de ces derniers. De surcroît, son imposante gare routière représente une étape incontournable pour le transport de passagers (*Wal-Fadjri*⁹, 27 mars 1997). Au plan régional, Diaobé assure l'écoulement des produits agricoles de la région et l'approvisionnement en produits manufacturés sur un rayon de vingt à trente kilomètres.

D'après Th. Le Renard, en 1996, le nombre des boutiques, cantines, restaurants et autres établissements avoisine les 400 et celui des tabliers et des vendeurs ambulants oscille chaque mercredi entre 2 500 et 3 000 personnes. Ce qui traduit dans ce graphique l'importance des véhicules de transport de passagers de Dakar à l'intérieur du pays notamment la Casamance. Ainsi, l'importance des véhicules marque l'importance des flux en partance du *louma*. Car, les produits achetés à Diaobé sont vendus divers localités. Ce qui semble être un facteur intéressant pour l'économie de la ville voire de la région.

Le niveau d'activité économique s'avère si important que ce marché qui, autrefois hebdomadaire, se déroulait naguère les seuls mercredis, s'étale à présent du lundi au jeudi. En 1997, on comptait 15 000 personnes sur le marché les jours d'affluence, polarisant près d'une vingtaine de villages [Senagrosol-Consult¹⁰, 1997]. Les produits de cueillette et de l'agriculture casamançais et guinéens, notamment l'huile de palme, occupent une bonne partie des acteurs du *louma*, qu'ils soient commerçants ou paysans. Dans une moindre mesure, les transactions concernent les produits manufacturés sénégalais et ceux frauduleusement importés de l'étranger via la Gambie (Fanchette, 2001).



⁹ Les informations de Walfadjiri ont été citées par Fanchette Sylvie

¹⁰ A défaut d'obtenir les données concernant Senagrosol-Consult, elles sont tirées dans l'article de Fanchette Sylvie

Figure4 : les zones de revente des produits achetés au louma

Plusieurs zones sont ciblées par les acheteurs de produits au *louma* de Diaobé. En autres zones, les régions du pays et les pays limitrophes sont fortement convoités. Justement, la figure4 montre la destination des produits du marché hebdomadaire de Diaobé. Parmi ces zones, les localités telles que Dakar et Touba ainsi que le pays de la Guinée Conakry occupent les premiers rangs avec des pourcentages respectifs de 35 et 15%. Ces deux localités, incontournable du secteur commercial en ce sens qu'elles constituent des zones relais mais également et surtout des lieux d'accueils de produits de vente. Cela est à rechercher dans le rôle que joue la confrérie mouride en tant que réseau commercial de la vente de produit. Toutes les autres localités de destination des produits du *louma* de Diaobé ont un chiffre de 5%. Ainsi, nous pouvons convenir ici le rôle que jouent les réseaux dans l'approvisionnement et la distribution des produits de vente du marché hebdomadaire de Diaobé.

III. LE RESEAU PORTEUR DES FLUX EN CIRCULATION DANS LE LOUMA

Face au vide laissé par l'Etat ce sont les réseaux qui, à titre individuel ou collectif, en organisation ou association, ou sous forme de réseau, s'organisent pour remplir les fonctions économiques et sociales vacantes. Cependant, ce terme de réseau, comme bien d'autres, est polysémique et, si comme nous le rappelle Fanchette, les réseaux nous semblent omniprésents dans les dynamiques des marchés d'Afrique de l'Ouest, pour d'autres, l'Afrique de l'Ouest est quasiment dépourvue de réseaux dans un sens opératoire, ils n'ont aucune fonction vis-à-vis de l'Etat et en termes de régionalisation. C'est notamment le cas de Malaizé et Sindzingre (2002) qui analysent les réseaux comme un *"dispositif de coordination des activités, soutenu par les notions de confiance, de réputation et de crédibilité. Le réseau constitue une interface adaptative en introduisant une dimension de stabilité dans la compétition caractérisant le marché par des comportements coopératifs qu'il induit. A un deuxième niveau, les réseaux sont un support de l'action collective en tant qu'ils sont producteurs de normes et de régulations. En outre, ceux-ci facilitent l'accès à l'information, élément essentiel pour le développement du secteur privé"*.

Pour eux, *"le réseau est opératoire parce qu'il est connecté à la fois à un marché interne à son organisation, à un marché domestique du pays d'accueil et aux marchés internationaux; il est ancré et investit dans le pays ou la zone d'installation"* (Malaizé, Sindzingre, 1998 cité par Fanchette Sylvie). Ce qui apparaît donc indissociable des dynamiques de diaspora. Cette insistance sur les notions d'organisation, de régulation ou de normes peut alors paraître plus

proche de la définition de Lemieux en termes d'appareils que des réseaux étant donné le caractère très organisé qui est mis en avant (Lemieux, 1982 cité par Fancette Sylvie). Ils sont une dizaine qui maîtriserait à eux seuls 50 % des flux. L'organisation du commerce obéit également à la logique des réseaux tant du point de vue organisationnel que régulation. Ainsi, nous pouvons en convenir l'existence deux principaux réseaux qui animent les transactions commerciales du louma de Diaobé.

3.1.LE ROLE DE LA CONFRERIE MOURIDE

Le petit commerce de survie alimentaire animé par les populations frontalières est structuré par la force des réseaux tels que la confrérie mouride. L'exemple qui se rapproche de la notion d'appareil et de celle de réseau opératoire pourrait être celui de la confrérie mouride qui a son point d'ancrage au Sénégal et exerce diverses activités commerciales dans le pays. Ces membres sont installés partout dans le monde, intégré dans des marchés domestiques et participent aux marchés internationaux par les flux qu'ils engendrent que ce soit au niveau des capitaux ou des marchandises.

En l'absence d'une administration efficace de contrôle de la distribution de produits alimentaires et dans un contexte de désengagement de l'Etat dans les marges frontalières du Fuladu, les populations villageoises marchandes se tournent vers les circuits informels tels que le réseau mouride connu dans l'approvisionnement de produits commerciaux. Le réseau commercial mouride fonctionne sur la base d'une hiérarchisation selon l'ancrage de la personne concernée. Il obéit également sur le principe de l'entraide et du respect de l'esprit du « mouridisme ». Les acteurs de cette confrérie exploitent les ressources frontalières en tant que opportunités commerciales.

3.2. LA FORTE PRESENCE DES RESEAUX LIGNEES

Les trafics transfrontaliers sont difficiles à appréhender : en partie secrets, diffus, ils s'arrangent finalement bien de la faiblesse des infrastructures et de l'Etat en général (douane et police notamment). Ce dynamisme commercial en Haute Casamance produit de la richesse et apporte un mieux-vivre aux populations qui y participent. Cette économie populaire (selon le terme de Ph. Engelhard, 1998) est aussi celle des petits trafics, des " combines ", de l'aléatoire. Ses acteurs principaux sont des banabana, des petit(e)s commerçant(e)s. Les perspectives de développement de ces trafics sont cependant très limités : à partir du moment où ils prendraient de l'ampleur, ils cesseraient d'être discrets, et du coup, courraient à leur perte. (Lombard, 2003).

Les relations sociales et les relations d'affaire sont imbriquées, plusieurs ethnies se côtoient, Peuls surtout, Mandingues, Diakhanke et Ouolofs de plus en plus nombreux. Les cours des produits s'établissent et circulent de manière discrète. Les flux varient selon les périodes de l'année et les changements de politiques : la Guinée Bissau affirme sa présence par rapport à la Guinée depuis son entrée dans la zone franche et les marchés de ce pays se développent et peuvent supplanter ceux du Sénégal. Des femmes en particulier viennent de Bissau, Bafata et Gabu pour acheter de l'huile de palme sur le marché de Diaobé et le revendre à Dakar (550 à 600 F CFA ici, à Dakar au moins 1 200 à 1 300 ou 1 500 avec crédit). Elles utilisent les "horaires" et ramènent des produits plastiques : chaussures, bassines, nattes que l'on ne trouve pas à Bissau.

La transaction transfrontalière est très difficile à appréhender comme l'a si bien signalé Lombard dans la mesure où elle est soutenue par un arsenal d'individus qui ont entre eux une attache très forte. En effet, ce sont des personnes, prise individuellement qui ont une surface financière plus élevée qui s'active dans le transport des flux notamment faire entrer et sortir des produits dans le marché. Elles peuvent être des grands commerçants (es) guinéens (nes) qui ont la possibilité de transporter des produits jusqu'à une distance plus éloignée notamment leur région d'origine. Ce phénomène est encore plus explicite par la figure de destination des flux provenant du marché de Diaobé. Ceci est une véritable contrainte pour le développement de la nouvelle collectivité locale qui n'espère que sur le *louma* comme source de revenu.

La permanence des flux transfrontaliers entre la Haute-Casamance et ses voisins s'explique par l'ancrage ancien des réseaux commerçants en Sénégalie, par la présence de poches de pénuries saisonnières dans les régions frontalières et un manque d'organisation des circuits privés ou parapublics qui monopolisent le négoce des cultures de rente. Ces échanges bénéficient du développement inégal des politiques agricoles, monétaires et douanières mises en place par les États de la sous-région, notamment celles édictées par la Gambie et le Sénégal. D'autre part, la dégradation des conditions de vie dans les pays de l'Afrique de l'Ouest a engendré un regain de vitalité des flux commerciaux non contrôlés qui approvisionnent à moindre coût les marchés. Les régions frontalières sont devenues des pôles de transit et de consommation des produits d'importation peu coûteux (Labazée, 1993 : 126 cité par Aurore Raufast). Enfin, la réduction des emplois et des salaires distribués par le secteur « moderne » multiplie le nombre de prétendants à l'exercice d'un petit commerce. De nouveaux agents investissent la sphère marchande à l'échelon local, régional ou transfrontalier, contribuant ainsi au renouvellement de son peuplement. Ils diversifient en outre les circuits d'approvisionnement interrégionaux contrôlés depuis fort longtemps par les réseaux marchands. Une multitude

d'acteurs interviennent dans les échanges transfrontaliers. Certains sont organisés en réseaux bien structurés composés d'opérateurs qui combinent à plusieurs étapes l'enregistrement, la fraude, le contournement de la législation, d'autant plus fréquemment que la disparité des règlements est élevée de part et d'autre des frontières (Egg, Herrera, 1998 : 10 *ibidem*), tandis que d'autres agissent à leur niveau individuel dans un faible rayon d'action. Ces acteurs installés depuis un certains temps à Diaobé peuvent maîtriser par la force de leur assise financière avec des parents qui, eux aussi, y sont installés pour le seul service du commerce. Ils s'organisent de sorte que la personne qui charge des marchandises est différente de celle qui se charge de la négociation au niveau des frontières et de celle qui sera leur distribution sur place à Diaobé.

Conclusion partielle

Le phénomène de *louma* est très ancien en Casamance. Mais, il serait intéressant de connaître que certain nombre de facteurs ont favorisé leur multiplication et leur développement en haute Casamance. Ces facteurs sont aussi bien internes à la localité qu'externes à cette dernière. Les facteurs internes sont surtout liés aux potentialités de la zone tant du point de vue naturelles qu'humaines. Pour ce qui concerne les facteurs externes, nous pouvons les examiner à travers l'influence des pays limitrophes notamment la Guinée, la Guinée Bissau et la Gambie surtout à travers les réseaux lignées. Ces derniers sont véritablement les principaux pôles régulateurs du commerce à Diaobé. En effet, ils constituent également les fournisseurs du *louma* en produits agricoles et manufacturés.

Les principaux flux drainés au niveau du marché hebdomadaire résultent du rôle important des réseaux mouride et lignagers. Ces réseaux sont les principaux convoyeurs du *louma* de Diaobé en produits qu'ils soient agricoles ou manufacturés. Leurs rôles sont primordiaux dans l'organisation du commerce à travers la hiérarchisation des tâches depuis le lieu de collecte jusqu'au lieu de vente, marché hebdomadaire. Comme nous pouvons le comprendre, le rôle des réseaux est essentiel mais ils utilisent d'autres personnes pour la vente des produits. Ainsi, le fort ancrage des membres du réseau dans la localité favorise l'alimentation du *louma* en produits commerciaux.

DEUXIEME PARTIE : LA DIVERSITE DES PRODUITS COMMERCIAUX FACTEUR DE DEVELOPPEMENT LOCAL

Face au désengagement croissant de l'Etat, les échanges se sont intensifiés et diversifiés pour arriver aux mains de grands réseaux du négoce interrégional puis international. Ce qui nous intéresse ici, ce sont effectivement les échanges à travers le commerce. Ainsi, le chapitre premier traite des produits commerciaux alors que le second parle de la contribution du commerce au développement local.

CHAPITRE PREMIER : LA DIVERSITE DES PRODUITS COMMERCIAUX

Le *louma* de Diaobé est très prolifère pour les échanges transfrontaliers de marchandises complémentaires (agriculture, pêche, produits manufacturés importés) au sein de réseaux plus ou moins structurés en fonction de la dimension de l'échange. Le commerce de produits manufacturés et ceux agricoles ont été tout de même intensifié depuis quelques temps. En effet, nous pouvons voir sur ce marché la vente des produits alimentaires, habillements, cosmétiques, les produits de construction ou quincailleries et des matériaux plastiques ainsi que des produits agricoles et ceux de la transformation locale. Ainsi, il serait question de l'étude de ces différents types de produits.

I. L'IMPORTANCE DES PRODUITS MANUFACTURES :

Les produits manufacturés sont présents en vente au *louma* de Diaobé. Le graphique5 est une représentation de l'ensemble des produits manufacturés en vente du *louma*.

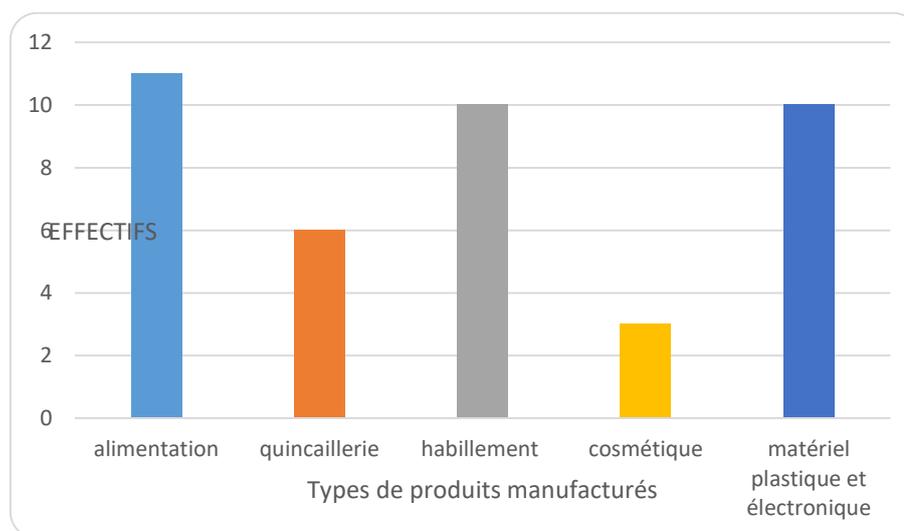


Figure 05 : types de produits manufacturés rencontrés au marché de Diaobé

Comme indiqué ci-dessous, ce graphique nous présente de façon générale les différents produits manufacturés au *loumo* de Diaobé. En effet, il met en évidence la part importante des produits de l'alimentation. Il traduit effectivement la prédominance des produits céréaliers pour la consommation. En effet, la population environnante, après la commercialisation des produits agricoles se procure des produits pour la consommation. Nous avons également des produits pour l'habillement et des matériaux plastiques et électroniques en bonne place. Ces produits

sont effectivement présents au *louma* de Diaobé. Les quincailleries et les produits cosmétiques occupent aussi une position particulière au marché hebdomadaire de Diaobé.

1.1 LES PRODUITS ALIMENTAIRES AU LOUMA DE DIAOBE

L'Afrique rurale se caractérise par la permanence de ses situations de crise agricole et sociale. La baisse de compétitivité de l'agriculture est grave : recul (arachide) ou stagnation (café, coton) des parts de marchés d'exportation, non-rentabilité des productions locales (riz africain 5 fois plus coûteux à produire que les riz importés d'Asie). (Michel Lesourd 2000)

La présence des produits alimentaires au *louma* de Diaobé nous indique tout de même le rôle du marché à travers les échanges. Ils (les produits alimentaires) sont constitués entre autres par le riz parfumé, la boisson et les condiments. Ces derniers traduisent dans une moindre mesure l'importance de la consommation des produits alimentaires partant de l'importance de la population. En effet, la commune de Diaobé depuis l'avènement du *louma* abrite non seulement les populations des villages environnants mais aussi de celles des pays limitrophes. La permanence des flux transfrontaliers s'explique par la présence de poches de pénuries saisonnières dans les régions frontalières et un manque d'organisation des circuits officiels¹¹. D'autre part, la dégradation des conditions de vie dans les pays de l'Afrique de l'Ouest a engendré un regain de vitalité des flux commerciaux non contrôlés qui approvisionnent à moindre coût les marchés. Les régions frontalières sont devenues des pôles de transit et de consommation de produits d'importation peu coûteux (Labazée, 1993 : 126 cité par Aurore Raufast). De ce fait, il convient de fournir toutes ces populations en produits alimentaires pour la nourriture. En plus de l'importance des produits alimentaires, nous avons également la présence des produits d'habillement et des matériaux plastiques.

1.2 LES PRODUITS D'HABILLEMENT ET DES MATERIAUX PLASTIQUES ET ELECTRONIQUES

1.2.1 LES PRODUITS D'HABILLEMENT

Il s'agit des produits de l'habillement tels que les pantalons (jeans, chemises, tee-shirts et les chaussures). Ces derniers sont en vogue au *louma* de Diaobé et présentent une opportunité commerciale dans ce lieu. Ils sont surtout commercialisés par les oulofs qui viennent du Nord du pays. En effet, ces commerçants quittent la zone Nord en amenant les produits manufacturés

¹¹ Ce sont des circuits d'échanges reconnus

pour les vendre à Diaobé. Le *louma* polarise un nombre importants de villages et villes. Toutes les populations de ces localités se procurent à Diaobé en produits d'habillement. Les vendeurs estiment avoir une clientèle assez importante dans ce lieu avec non seulement la population immédiate et celle des pays limitrophes. Les populations des pays limitrophes achètent des vêtements à Diaobé pour aller revendre dans leurs pays d'origine. Car, disent-ils ; les vêtements sont moins couteux au Sénégal notamment à Diaobé que dans leurs pays. Elles (populations) se font une très bonne affaire dans le commerce de ces produits que tout autre chose.

1.2.2 LA VENTE DES MATERIAUX PLASTIQUES ET ELECTRONIQUES

Les matériaux plastiques sont constitués par les matelas, les matériaux ménagers et électroménagers entre autres. Ils sont bel et bien présents dans le système commercial du marché hebdomadaire de Diaobé. La vente de ces produits s'effectue comme un échange dans la mesure où les vendeurs de produits agricoles et les femmes de la zone qui constituent les clients potentiels. Pour les vendeurs de produits agricoles, ils vendent leurs produits et achètent les effets pour la famille. En ce qui concerne les femmes, elles achètent surtout ces produits pour le ménage et les dons lors des fêtes de mariage et des baptêmes.

Les produits électroniques concernent la vente des portables, les téléviseurs et des postes radios. Ils constituent une activité bien pratique par les commerçants du *louma* de Diaobé. En effet, le *louma* de Diaobé bénéficie l'arrivée des produits des pays limitrophes et ceux des autres régions du pays et surtout de la capitale nationale (Dakar). Ces produits trouvent sur place une opportunité au niveau des enseignants et de la population toute entière.

1.3 LES QUINCAILLERIES ET LA VENTE DES MATERIELS DE CONSTRUCTION

La vente des matériels de construction est également un maillon fondamental dans le commerce des produits manufacturés au *louma* de Diaobé. En sens ce que, la commune de Diaobé est devenue une convoitise des acteurs de l'immobilier pour la location. Même la population autochtone s'adonne dans cette activité pour mettre les bâtiments dans le système locatif. En effet, la population jadis agriculteur et éleveur après la vente des produits construit des bâtiments qui sont destinés à la location (voire schéma2). Le prix de la location varie selon que le bâtiment soit en dur ou en case simple. Ainsi, les acteurs achètent sur place les éléments de la construction tels que le ciment, le fer, les zincs et autres. Ces vendeurs sont soit des peuls

qui ont une surface financière élevée ou des oulofs qui viennent toujours du Sénégal méridional. Ces derniers achètent eux aussi les produits soit à la capitale du pays ou à Touba. Ils amènent des produits de construction à Diaobé où ils achètent des produits pour les revendre dans les régions d'origine. *"Les grossistes importent directement ou sont des agents des entreprises qui fabriquent les marchandises qu'ils importent". Cependant, la majeure partie de cette catégorie de commerçants sont des étrangers, des entrepreneurs privés ou des membres de réseaux politiques, –certains hommes politiques étant eux-mêmes parties prenantes –, de réseaux lignagers ou confrériques* (.Fanchette, 2001). Bien que la majorité des produits soit destinée à des femmes, les produits qui se prédestinent aux hommes, telles les pièces détachées de voiture, sont vendus par des hommes ayant leur propre point de vente.

Les réseaux ont toute leur place dans ce domaine du commerce. En effet, l'expérience s'acquiert grâce à l'association d'une novice et d'une parente ou compagne plus expérimentée.

1.4 UNE ACTIVITE A DOMINANCE FEMININE : VENTE DE COSMETIQUE

"Les activités commerciales transfrontalières sont conduites en majorité par les femmes dans la région de l'Afrique occidentale. Sur le plan historique et traditionnel, les hommes ont été prédominants dans les activités d'échange extrarégionaux" (G.A.Morris, M. Saul, 2000 cité par Aurore Raufast 2004). En effet, le petit commerce demande des investissements et installations faibles et peut s'exercer parallèlement à l'activité domestique sans que ce soit une obligation formelle. Cependant, cette situation évolue de jour en jour (Aurore Raufast 2004). Le commerce transfrontalier ne représente qu'une part de leurs activités. Elles s'y fournissent en marchandises et profitent de l'occasion pour réaliser quelques ventes mais, en règle générale, elles louent un magasin en ville ou consacrent une partie de leur habitation à leur activité de commerce. A ce niveau, la présence peut être féminine ou masculine et les produits vendus sont des produits importés ou transformés. En effet, la plus part des boutiques de produits cosmétiques sont occupés par les femmes. Dans ces boutiques, elles vendent tous les produits relevant de la cosmétique notamment les parfums, la crème de peau et autres. Ces boutiques appartiennent pour la plus part à leurs maris qui ont une durée assez importante à Diaobé. Ils amènent leurs femmes pour diversifiés leur activité dans le commerce. Outre les produits manufacturés, les produits agricoles sont aussi bien présents dans le *louma* de Diaobé.

II. LA FORTE PRESENCE DES PRODUITS AGRICOLES ET CEUX ISSUS DE LA TRANSFORMATION LOCALE

Dans cette partie de notre étude, nous allons entamer l'étude des produits agricoles et des produits transformés au niveau même de Diaobé. En ce sens, il serait aussi important de faire un petit rappel du potentiel agricole de la zone. La zone de fuladu bénéficie d'un environnement adapté à l'agriculture qui améliore en même temps les opportunités en produits agricoles du *louma*. En effet, les aménagements effectués dans le bassin de l'Anambé profitent à la population notamment dans la pratique de la riziculture et du maraîchage. La production agricole est assez importante, surtout pour le riz cultivé dans la vallée de l'Anambé¹² sous l'encadrement technique de la Sodagri. Dans le bassin de l'Anambé, situé dans la région de Kolda, la Sodagri a pour mission : le pilotage du développement rural intégré, la maîtrise d'œuvre des infrastructures et des aménagements hydro agricoles. Le *louma* bénéficie également des produits de l'élevage tels que la ressource animale, viande et laitière. Elle est souvent associée à l'agriculture ou encore pratiquée toute seule et bénéficie de zones de pâturage et des points d'eau suffisants en hivernage.

C'est un élevage traditionnel qui est pratiqué dans la zone peuplée de peulhs en majorité. Ces populations pratiquent un élevage extensif et le plus souvent qualifié de contemplation ; en effet le peulh ne consomme et ne vend sa vache qu'en cas d'extrême urgence si non il aime les regarder. Ainsi les bovins sont destinés à la vente ou à la consommation lors des grandes fêtes et cérémonies (deuils, circoncisions, mariages, etc.). Le graphique 7 représente une vision optique et d'ensemble des produits agricoles et de ceux de la transformation locale.

2.1 LES PRODUITS AGRICOLES LES PLUS RENTABLES ECONOMIQUEMENT

Beaucoup de produits agricoles sont commercialisés dans le marché hebdomadaire de Diaobé. Ainsi, nous avons retenu deux types de produits du fait de leur apport dans l'économie commerciale.

¹² C'est une vallée qui abrite des aménagements agricoles

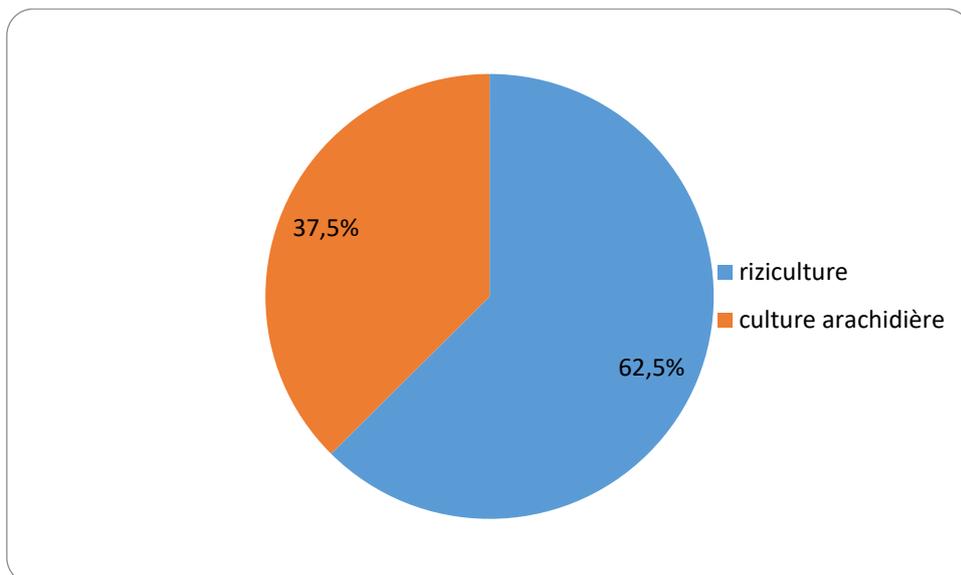


Figure 6 : la vision globale des produits agricoles économiquement parlant

Dans ce graphique, nous pouvons noter la prédominance de deux (02) cultures dans le système commercial du *louma* de Diaobé. Sur les quarante (40) acteurs qui produisent le riz et l'arachide et qui vendent leurs produits au *louma*, nous avons la prédominance de la culture de riz. Ce sont ces acteurs qui produisent et qui viennent vendre eux même leurs produits au *louma*. Le graphique met en exergue l'importance de la vente de riz au *louma* de Diaobé avec le concours du bassin de l'Anambé. Elle occupe les 62,5% de l'agriculture dans la zone. Pratiquement, toutes les couches de la population s'adonnent à cette activité. Cependant, il faut noter qu'une part de cette culture est destinée à la vente à travers les opportunités du *louma* et l'autre à la consommation dans la famille. Mais, les *semences et les intrants*¹³ sont à la fois très insuffisants et inaccessibles pour les paysans à la bourse moyenne, en plus de leur mise en place tardive. Ce qui exige une disponibilité de celles-ci pour une activité agricole rentable et pérenne, et partant impulser le développement local. En dehors des périmètres hydro agricoles de l'Anambé, cultivés grâce à l'irrigation, l'agriculture pratiquée est de type familial, pluvial et extensif, utilisant du matériel rudimentaire, en grande partie produit localement. La prédominance de la riziculture s'explique par deux choses d'une part par la vente au niveau du *louma* et d'autre part par la consommation.

A coté de la riziculture, la culture arachidière occupe elle aussi une position assez particulière. L'arachide depuis l'indépendance, a connu un essor dans le circuit commercial. Cette activité agricole s'est toujours imposée sur le plan commercial. D'ailleurs, c'est la colonisation qui a imposé la culture arachidière dans l'espace national. Mais aujourd'hui, cette culture recule tout

¹³ Ce sont graines et des matériels agricoles

en laissant place à d'autres cultures telles que le riz, le mil, le maïs etc. Pour tout compte fait, la culture arachidière reste toujours dans le système agricole. Il faut préciser à cet effet, la place qui lui est réservée reste moindre. Cette situation s'explique d'une part par la situation de crise arachidière et d'autre part par le comportement des paysans vis-à-vis de cette culture. Les paysans veulent aujourd'hui faire dans une activité dont les produits peuvent à la fois être consommés puis vendre le reste du produit. Ils estiment que l'agriculture d'aujourd'hui n'est pas prometteuse, c'est pourquoi il est judicieux d'une part de vendre mais aussi de consommer une partie de la production agricole.

2.1.1 LES CONDITIONS D'OBTENTION DES TERRES CULTIVABLES

L'agriculture urbaine est devenue un secteur en vogue dans la zone de la Haute Casamance surtout avec la vente des produits au *louma* de Diaobé. Ainsi, ce secteur est confronté aujourd'hui à une pression sur la terre. Ce qui fait que les conditions d'obtention des terres diffèrent dans le temps et dans l'espace. La figure7 fait le point sur la question.

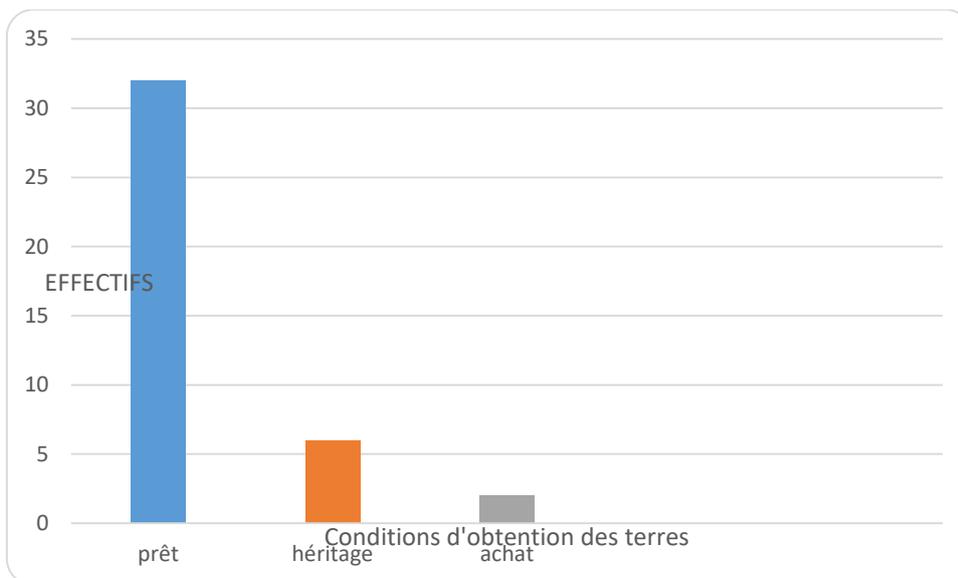


Figure7 : les conditions d'obtention des terres cultivables

La figure7 montre de façon générale le titre d'obtention des terres cultivables qui peut être selon les conditions un prêt¹⁴, héritage, et un achat. Dans le graphique, nous pouvons voir clairement que la plupart des paysans emprunte le champ où ils cultivent. Cela se matérialise justement avec 32 producteurs des(40) personnes enquêtées. Ce qui prouve directement le problème d'acquisition des terres cultivables dans la zone. Seul (06) six producteurs des personnes enquêtées ont des terres par héritage. Le reste des producteurs (02) obtiennent des terres par achat.

¹⁴ Consiste à emprunter la terre d'autrui pour des fins agricoles

2.1.2 L'AMENAGEMENTS DE PERIMETRES AGRICOLES

L'agriculture est un secteur bien convoitée à Diaobé du fait de la forte pluviométrie de la zone et des terres aménagées pour cela.

Bien entendu qu'à Diaobé, il existe des périmètres qui sont aménagés pour la pratique de l'agriculture notamment dans les vallées de l'Anambé. Il faut préciser que ces périmètres ne sont pas faits pour tout le monde et se trouvent un peu éloignés de la commune. Dans ce cas, la population productrice de la commune estime que les terres sont allouées aux femmes pour le maraîchage et la riziculture. C'est pourquoi la plupart des producteurs acquiert des terres cultivables par prêt ou par location.

2.1.3 LE SYSTEME UTILISE POUR LA CULTURE DU PRODUIT LE PLUS RENTABLE ECONOMIQUEMENT

Le système cultural des paysans renvoie exclusivement à la situation géographique de la zone. En effet, la zone de fuladu fait partie du domaine sub-soudanien qui correspond à une zone qui reçoit une forte précipitation en période d'hivernage. Les paysans pratiquent leur activité agricole pendant la période d'hivernage. La culture du produit le plus rentable économiquement varie selon le besoin exprimé des acheteurs au marché. Ce que nous pouvons retenir, c'est qu'aujourd'hui la culture arachidière est concurrencée par celle du riz. Cela s'explique d'une part par la réalisation des terres rizicoles à l'Anambé, et d'autre part par la mobilisation des femmes autour de cette activité et pour la consommation et pour la vente. C'est pourquoi, la riziculture bat le record des produits vendus au marché hebdomadaire. Toutefois, la vente de l'arachide occupe une part importante des producteurs-vendeurs de la zone de fuladu du fait de son rapport économique.

2.1.4 LA PLACE DE L'AGRICULTURE DANS LE COMMERCE

Depuis très longtemps, l'agriculture est placée au cœur des activités commerciales du *louma* de Diaobé pour des raisons diverses et variées. Entre autres raisons, nous pouvons mentionner la contribution sur le plan économique des produits agricoles. D'énormes opportunités permettent au producteurs-vendeurs de s'affairer aux transactions commerciales. En ce sens que les produits proposés dans le marché leur apportent de l'argent pour la nourriture.

2.2 UNE SITUATION DE CARREFOUR FAVORISANT LA VENTE DE PRODUITS HALIEUTIQUES ET CEUX ISSUS DE LA TRANSFORMATION

Localisé à mi-chemin des frontières de la Gambie, de la Guinée et de la Guinée-Bissau, le *louma* de Diaobé bénéficie d'une situation exceptionnelle qui favorise les échanges entre les populations des zones frontalières. Depuis les années quatre-vingt, les activités commerciales de ce marché « international » s'accroissent au niveau de la sous-région ouest-africaine. Le *louma* a profité de l'amélioration des voies de communication et du bitumage de la route nationale n° 6 reliant Kolda-Vélingara à Tambacounda. Les échanges entre les deux Guinées et les grandes places commerciales du nord du Sénégal (Dakar, Thiès, Kaolack, Touba) ne s'effectuent pratiquement plus directement et transitent par Diaobé. Cette position multiplie les produits en vente au *louma* de toute sorte notamment les poissons fumés, l'huile de palm, les balais et la patte d'arachide¹⁵ et les produits de l'élevage¹⁶. Dans cette partie, nous nous intéresserons justement à la vente de ces produits.

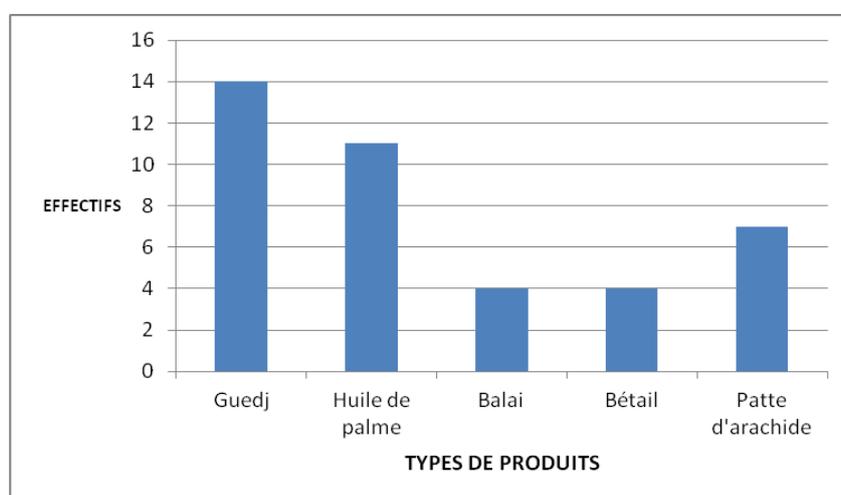


Figure 8 : Les autres produits vendus au louma de Diaobé

Le marché hebdomadaire de Diaobé est un lieu de prolifération des produits agricoles, halieutiques ainsi que ceux issus de la transformation locale. Entre autres produits vendus, nous avons les « guédj¹⁷ » (poisson fumé), l'huile de palme, balai, bétail et de la patte d'arachide. Le graphique ci-dessus montre effectivement tous ces produits cités ici. Le graphique montre l'importance des acteurs qui s'adonnent à la vente des poissons fumés (guédj) avec un effectif de 14 personnes sur les 40 personnes enquêtées. Cette part importante des vendeurs de poissons fumés traduit directement l'importance de ce produit au *louma* de Diaobé. Ce marché est alimenté par la région de Ziguinchor notamment la localité de Kafountine. Cette zone bénéficie d'une importante frange maritime partant de la ressource halieutique. A cela s'ajoute, l'influence de la Guinée Bissau qui, s'ouvre aussi à une importante aire maritime. A côté du

¹⁵ C'est l'arachide transformé

¹⁶ Concernent ici le lait et la viande

¹⁷ Le guédj signifie des poissons transformés notamment le fumage

poisson fumé, l'huile de palme occupe une place non négligeable qui mérite une attention particulière dans le système commercial. Cette importante place qu'occupe ce produit se manifeste amplement sur le graphique. En effet, le graphique met en relief l'écrasante part des acteurs qui s'adonnent à la vente de ce produit. Les acteurs qui s'activent dans la vente de l'huile de palme sont pratiquement originaires des deux Guinées. Ces pays offrent une importante opportunité en ressource notamment les palétuviers. C'est pourquoi, la vente de l'huile de palme profite bien évidemment à ces populations. Mais, il faut reconnaître que ses vendeurs amènent les produits de leur localité pour en retour se procurer d'autres en présence au *louma* pour les revendre au pays d'origine. Son commerce peut se qualifier de "triangulaire"¹⁸: des ressortissants des pays frontaliers achètent des produits à Diaobé qu'ils revendent sur d'autres marchés d'où ils ramènent des produits à destination de leur pays d'origine (A.Cheneau-Loquay, J.Lombard, O.Ninot, 1999). En plus de la vente des produits tels que les poissons fumés et l'huile de palme, nous avons également la présence de la patte d'arachide qui constitue une affaire commerciale considérable au *louma* de Diaobé. La patte d'arachide est un produit absorbant toute la frange féminine de la commune de Diaobé-kabendou. Ce produit trouve sur place un atout important qui mérite d'être exploité par la population surtout par les femmes dans la mesure où elle constitue la couche de la population la plus active dans le commerce à Diaobé. A cela s'ajoute, les maigres moyens financiers des femmes qui font qu'elles préfèrent faire dans les activités dont les dépenses ne mobilisent autant de fonds en ressource pécuniaire. C'est pourquoi dans le graphique, nous pouvons noter l'importance de la vente de ce produit au *louma* en ce sens qu'elle (patte d'arachide) constitue la principale activité menée par les femmes de la commune de Diaobé-kabendou. Les vendeuses de la patte d'arachide achètent sur place ; à Diaobé au marché, où elles viennent vendre sur place au *louma* après transformation. Elles ont toute une industrie locale même si rudimentaire qu'elles utilisent pour la transformation de l'arachide en patte d'arachide. Il faut également rappeler que la vente de ce produit présente une opportunité particulière aux acteurs en ce sens que la clientèle est aussi importante. Les acteurs qui s'adonnent à la vente de la patte d'arachide estiment qu'ils achètent le produit brut à 15000 FCFA le sac de 100 kg et qu'après transformation le produit est vendu à 7000 jusqu'à 10000 FCFA le seau. Ces acteurs précisent dans ce cas qu'un sac de 100 kg peut faire sortir 3 seaux de patte d'arachide. Ce qui est une activité bien profitable pour la population même le bénéfice reste dans les cas modestes. Pour les deux produits en vente au *louma* notamment le bétail et le balai sortent du dernier lot. La vente de ces produits réside dans le fait que la zone bénéficie d'une importante ressource animale à travers les conditions climatiques.

¹⁸ Ce sont des commerçants qui viennent acheter des produits au *louma* pour ensuite les revendre ailleurs

2.3 LE ROLE DES ORGANISATIONS SYNDICALES DANS LE COMMERCE

Le syndicat se définit comme une organisation d'affinité des acteurs s'activant dans le même domaine. Autrement dit, c'est un regroupement d'individus qui aspirent à un même objectif. Le *louma* de Diaobé en compte plusieurs du fait de la diversité des acteurs du commerce et de leurs différentes origines. Parmi ces syndicats, le pack¹⁹ guédj et huile de palm, le pack balai et patte d'arachide ainsi que le foirail nous intéressent dans cette étude.

2.3.1 LE PACK GUEDJ ET HUILE DE PALM

Comme son l'indique, le pack guédj et huile de palm est un lieu de vente des produits de transformation locale. Les vendeurs s'organisent en syndicats devant organiser le commerce de ces produits dont les pourvoyeurs sont la Guinée Bissau, la Guinée Conakry et la Siéra Léone. Ce syndicat a pour principal rôle de collecter les produits et de les vendre sur place au *louma*. La vente de ses produits fonctionne par le système courillage. Les commerçants de ces pays amènent le produit et le partage au vendeur qu'ils retrouvent sur place. Ce sont ses vendeurs qui se chargent de la commercialisation du produit ainsi arrivé. Les courtiers sont pour la plupart des cas originaires de la commune de Diaobé voire de la région de Kolda. Le syndicat a un président comme toute autre organisation bien structurée. Son rôle est entre autres de veiller au bon fonctionnement du commerce au niveau du syndicat et au paiement de taxe municipale des vendeurs. A coté du pack, nous retrouvons également le pack balai un important lieu de commercialisation du balai et de la patte d'arachide.

2.3.2 LE PACK BALAI ET DE LA PATTE D'ARACHIDE

Tout comme son homologue du guédj et d'huile de palm, le pack balai est un de commercialisation des produits tels que le balai et la patte d'arachide. C'est pour cette raison qu'il prend le nom de ces deux produits. Il faut rappeler qu'il joue le même rôle que le pack guédj c'est-à-dire la collecte des produits comme le balai ainsi que le lieu de vente de la patte d'arachide par les femmes. Il (pack) a été créé en 2002. Le produit balai vient de la Guinée Conakry. Au niveau du syndicat, nous retrouvons différentes spécialité notamment les collecteurs, la main d'œuvre et les courtiers. Chacune à travers sa spécialité se charge de la tâche qui lui est assigné. Toutes ses spécialités sont originaires de la commune devant permettre les jeunes d'obtenir un moyen de survie. La vente des produits du pack s'effectue différemment. Le balai est vendu par tas dont le prix peut varier dans le temps et dans l'espace. En effet, le tas

¹⁹ Signifie syndicat ou regroupement de personne

peut être vendu 70, 80 jusqu'à 100 FCFA. Il (balai) peut également être vendu par sac dont le sac revient à 60 000 FCFA. Le rôle du président est de veiller au stockage du produit dans les cantines qui se trouvent même au dudit lieu. Ces cantines appartiennent à des particuliers et ils sont utilisés par location.

2.3.3 LE ROLE PRIMORDIAL DU FOIRAIL

Le foirail tout comme les autres infrastructures commerciales, joue un rôle de collecte et de distribution des bétails dans différentes zones. Les propriétaires d'animaux qui peuvent venir de partout de la région, voire de la sous-région, amènent leurs produits en vente au foirail. Dans ce lieu, d'autres personnes y viennent pour acheter et vont revendre ailleurs dans le pays. Au niveau du foirail, nous retrouvons un ensemble d'acteurs qui animent la commercialisation de la ressource animale au *louma* de Diaobé. Parmi ces derniers, nous les téfanké, les dioulas²⁰ etc. Le premier (téfanké²¹) a pour rôle de faciliter la vente de bétail et l'autre est le principal vendeur et souvent propriétaire de bétail. Ils travaillent en synergie avec la municipalité et le service vétérinaire de la commune.

Plusieurs produits sont vendus au marché hebdomadaire. C'est cette vente de produits qui alimente le commerce et ses acteurs. Mais il faut réaliser que le commerce au *louma* de Diaobé doit avoir des retombées pour la population et pour la commune. En effet, la contribution du *louma* à travers le commerce dans le développement local est à l'heure une préoccupation majeure de la nouvelle commune.

²⁰ Ce terme est poular signifie propriétaire ou vendeur de bétail

²¹ Téfanké est un terme poular et signifie intermédiaire

CHAPITRE II : DU COMMERCE AU DEVELOPPEMENT LOCAL

Le commerce est une activité qui anime le quotidien de la population de la commune mais surtout participe à la transformation de l'environnement immédiat. Le commerce résulte de l'effort des acteurs qu'ils soient vendeurs, acheteurs et transporteurs. En effet, plusieurs activités en dehors du commerce s'organisent autour du marché hebdomadaire notamment la mécanique, la couture et la restauration.

I. LE LOUMA COMME EQUIPEMENT STRUCTURANT

1.1.LES ACTIVITES GENERATRICES DE REVENU

Plusieurs activités s'organisent autour du *louma* et qui génèrent un certain nombre de revenu. Parmi ces activités, nous avons la mécanique, la couture et la restauration.

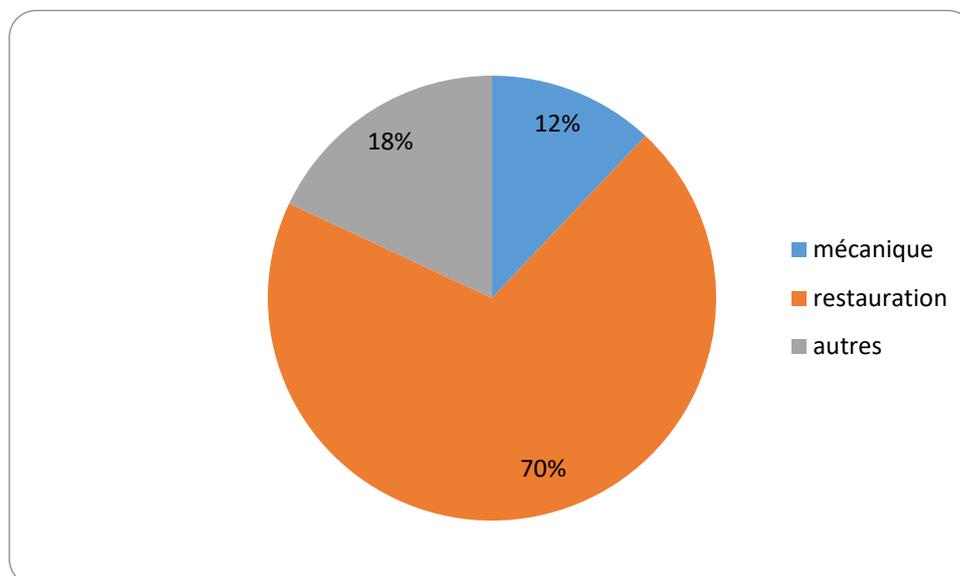


Figure 9 : Les services rencontrés au marché hebdomadaire de Diaobé

1.2.L'AFFLUENCE DES CLIENTS

Le *louma* de Diaobé favorise la multiplication des services dans la commune. Il (*louma*) permet dans une large mesure de vivifier les activités dans la commune à travers le seul service des transactions commerciales. Cela se justifie amplement à travers la figure5. Dans le graphique, nous pouvons constater la prédominance des services de restauration avec un pourcentage de 70%. Ce chiffre s'explique par le nombre de personne qui fréquente la commune au jour du *louma*. En effet, le marché hebdomadaire de Diaobé reçoit au jour du *louma* un nombre important de personnes venant de toutes les régions du Sénégal et celles des pays limitrophes. Toutes ces personnes y viennent pour commercer et elles peuvent y séjourner deux (02) à trois (03) jours d'affilées. Tout ce monde lors de leur séjour a besoin entre autres de se restaurer.

C'est pourquoi la commune compte un nombre important de restaurants de part et d'autre de la route nationale n°6. En dépit de la restauration, nous retrouvons des ateliers mécaniques à Diaobé devant dépanner les voitures de transport ainsi que les camions porteurs de marchandises. Les ateliers mécaniques constituent un maillon important pour le transport, secteur incontournable du commerce. La mécanique occupe une place prépondérante du transport à travers le dépannage, révision et la soudure. Pour rejoindre le marché hebdomadaire, certains vendeurs ou acheteurs sont obligés d'effectuer une distance kilométrique très loin de leur origine. C'est pourquoi, la mécanique figure en deuxième place sur le graphique du fait de son rôle important qu'elle joue pour le déroulement du commerce. En fin, nous avons la catégorie dénommée les « autres » qui concerne entre autres la couture, le forgeron etc. Cette catégorie occupe le troisième rang derrière la restauration et la mécanique, deux activités indispensables du commerce. Son rang s'explique d'une part par sa position sur le graphique et d'autre part par le fait que ces activités sont connexes au commerce. En d'autres termes, c'est le service commercial et surtout l'ampleur des transactions qui nourrit cette activité.

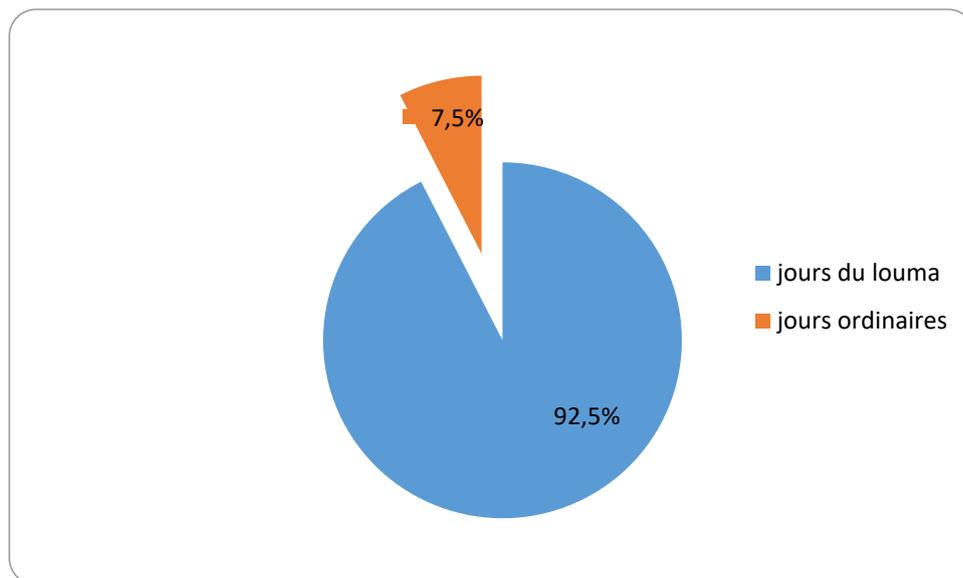


Figure 10 : Le graphique d'affluence des clients entre les différents jours

Le figure met en évidence l'affluence des clients à travers deux choses principales à savoir les jours du louma (lundi jusqu'au jeudi) et les jours ordinaires (les autres restants de la semaine. Sur ce même graphique, nous pouvons se rendre compte d'un fait frappant à la première lecture. Il s'agit simplement d'une énorme affluence des clients au jour du louma avec un pourcentage de 92,5%. Cela marque et traduit l'important flux que la commune reçoit au jour du louma dans son marché hebdomadaire. Cet important flux que la commune reçoit résulte également de l'intensité des activités d'échange commercial. Il faut préciser que le jour du louma le marché

hebdomadaire accueille les populations de toutes les régions du pays et de la sous-région. C'est qui prouve que la commune accueille un important flux de population au jour du louma. Parmi ces clients, d'autres sont banabana et vendeurs. Pour ce qui concerne les jours ordinaires, l'affluence des clients est amoindrie ou peut être négligée. Ce qui se matérialise par le chiffre de 7,5% seulement. Ce pourcentage peut s'expliquer par le reste de la population qui réside à pour des fins de collecte de produits avant l'arrivée d'un autre louma.

II. LES BANABANA ET LES ECHANGES COMMERCIAUX AU MARCHÉ HEBDOMADAIRE

Les banabana constituent des acteurs incontournables dans les échanges commerciaux à Diaobé. Ils (banabana) sont des personnes qui viennent de diverses origines et entretiennent entre eux d'intenses relations commerciales. Leurs rôles sont remarquables. La figure 11 retrace entre autres le pourcentage de ces acteurs selon les produits achetés par les marchands ambulants.

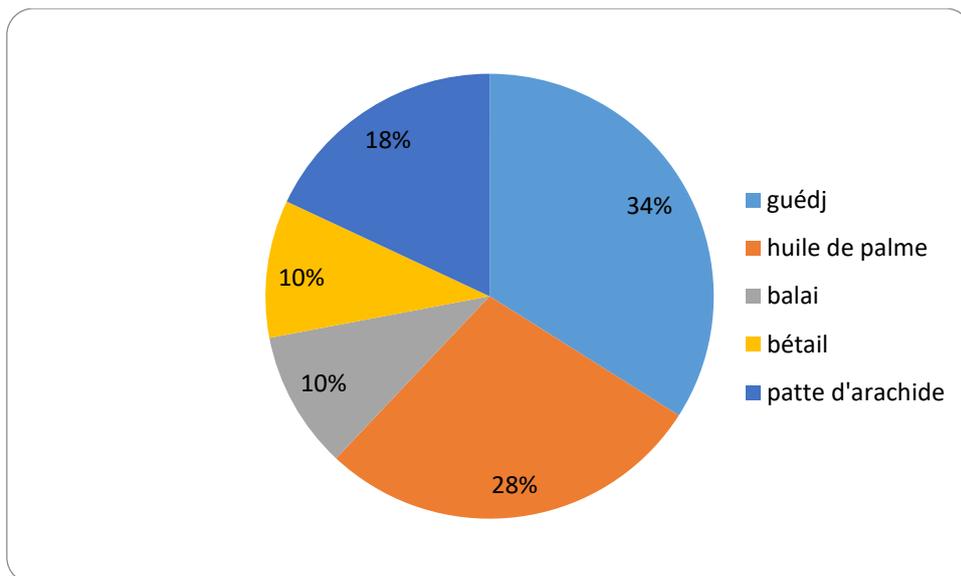


Figure 11 : Les types de produits achetés au louma de Diaobé

Le graphique 11 montre entre autres produits achetés le poisson fumé, l'huile de palm balai, le bétail et la patte d'arachide. Dans la figure, nous pouvons constater qu'un nombre important s'adonne à l'achat des guédj dans la mesure où ils constituent le produit le plus rentable économiquement parlant. L'importance de ce produit (guédj) se justifie par l'organisation des vendeurs en syndicat. Le syndicat ne regroupe pas seulement les vendeurs de guédj, on retrouve les vendeurs d'huile de palm. Cela se traduit justement par leur prédominance au niveau des transactions commerciales au *louma*. Il s'ensuit respectivement la commercialisation de la patte d'arachide, le balai et la ressource animale. Les acteurs ou vendeurs des produits tels que la

patte d'arachide et le balai ; eux aussi, se regroupent en syndicat dénommé le syndicat des balais. La vente de bétail s'effectue au niveau du foirail du fait de l'importance de la ressource animale dans la zone du fuladu.

Le poisson fumé (guédj) et l'huile de palm constituent les produits les plus rentables économiquement parlant. Leurs ventes rassemblent un nombre important d'acteurs. Entre autres acteurs, nous avons les courtiers, les ouvriers et les porteurs de niveau supérieur. Bon nombre d'acheteurs consacrent leur activité dans le commerce des guédj et l'huile de palm. Parmi, les acheteurs enquêtés la plupart estiment que le *louma* présente une offre importante.

2.1 LES RAISONS DE LA FREQUENTATION DU MARCHE

Plusieurs raisons motivent les *banabana* à venir au *louma* de Diaobé. Parmi ces raisons, nous avons le prix bas des produits, l'accessibilité de la zone et enfin une offre importante en produit commercial. La figure 12 fait ainsi le point des raisons de la fréquentation du marché de Diaobé.

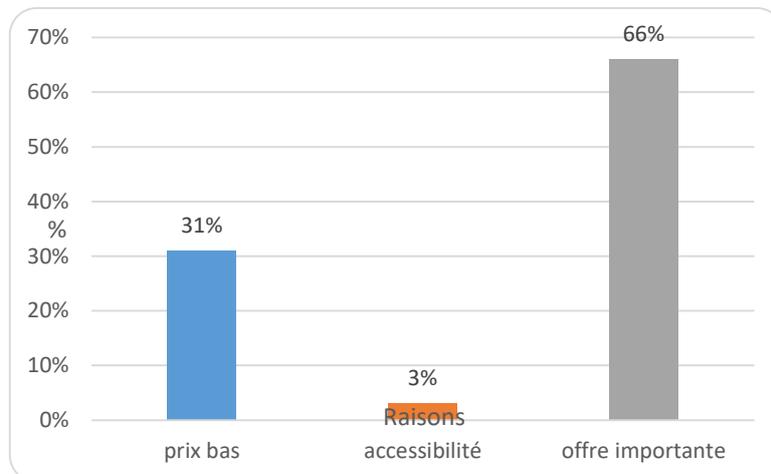


Figure12 : Les raisons de la fréquentation du marché

La figure ci-dessus est le reflet des opportunités qu'offre le marché hebdomadaire de Diaobé en termes de commerce. Ainsi, le graphique met en exergue trois choses importantes pour le commerce à savoir la faiblesse du prix, l'accessibilité de la commune et du *louma* et enfin une offre importante en produit commercial. Nous pouvons constater sur le graphique que le *louma* de Diaobé présente une importante offre en produits commerciaux quelle que soient sa nature. Cela se justifie amplement par son pourcentage sur le graphique matérialisé par un chiffre de

66%. En effet, la quasi-totalité des acheteurs estiment que les produits recherchés se trouvent en permanence au marché hebdomadaire de Diaobé. C'est ce qui pousse bon nombre de banabana à rejoindre le *louma* de Diaobé. En dépit de cela, ces banabana pensent également que la diversité des produits commerciaux en est une autre raison qui les pousse à venir à Diaobé pour non seulement acheter le produit le plus rentable économiquement mais aussi de pouvoir diversifier leurs choix par rapport aux produits achetés. En plus d'une offre importante, nous pouvons retrouver à Diaobé des produits à bas prix. Ce qui est une bonne affaire des banabana car les produits achetés seront vendus ailleurs. La baisse des prix des produits commerciaux traduit directement l'importance des produits à Diaobé. Les 31% des acteurs ou acheteurs qui fréquentent le *louma* de Diaobé ont pour raison de retrouver les produits à bas prix. Le reste est constitué par l'accessibilité de la zone par rapport aux lieux d'origines des acheteurs. En effet, seul 3% des banabana estiment que le *louma* est accessible par rapport à leur origine. Malgré l'état de la route nationale n°6 (en cour de construction), d'autres banabana non loin de la localité avouent que la zone de Diaobé partant de son *louma* est ouvert géographiquement à leur lieu d'origine. Ce qui est important à noter ici c'est que la zone soit loin ou pas, elle présente d'énorme opportunités du point de vue commercial à travers l'importance des produits et leur faible prix qui favorise la revente de ses produits dans d'autres marché et de récolter un bénéfice assez important pour la relance de leur activité commerciale.

2.2 LIEU DE REVENTE DES PRODUITS ACHETES AU LOUMA DE DIAOBE

Le *louma* de Diaobé est fréquenté par plusieurs acteurs pour les échanges commerciaux. Les vendeurs, les boutiquiers ainsi que les *banabana* s'y rencontrent pour commercer entre eux. Ces acteurs chacun pour ce qui le concerne vient effectuer son commerce. Les *banabana* plus précisément y fréquentent aussi pour acheter et revendre ailleurs. La figure13 montre en détail les lieux de revente des produits achetés par les banabana.

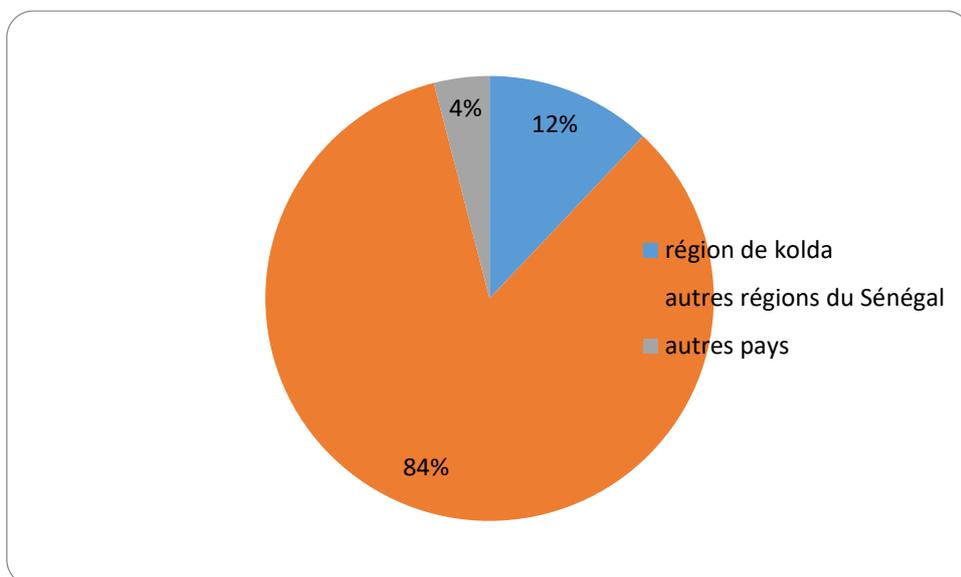


Figure13 : les lieux de revente des produits achetés

La figure13 met en exergue les différentes régions de revente des produits achetés par les banabana au *louma* de Diaobé. Parmi ses régions, nous avons la région de Kolda, les autres régions du Sénégal et la sous-région. 84% des banabana qui achètent les produits à Diaobé, au *louma* ; partent revendre dans les autres (Dakar, Touba et Kaolack etc) régions du Sénégal. Dans ce cas, nous pouvons en convenir que le *louma* est un marché qui alimente les autres marchés du pays. On se rend effectivement compte que le *louma* est un marché de collecte voire même un entrepôt de produit qui desserve toutes les autres régions du pays. Parmi les autres régions du pays qui se procurent à Diaobé en produit, nous notons la desserte des régions de la partie Nord du pays. 12% des produits achetés à Diaobé sont destinés à la région de Kolda. Il faut rappeler que s'il ya des régions du pays qui fréquentent le *louma* il n'en demeure pas moins que le *louma* desserve la région de Kolda en produit de vente. En effet, les populations de la région de Kolda viennent à Diaobé pour acheter et revendre les produits au marché central de Kolda. Il en convient que le *louma* de Diaobé le marché central de Kolda mais aussi et surtout les marchés des autres régions de tout l'espace national du pays. Enfin, 4% des banabana fréquentent la sous-région. La fréquentation des pays de la sous-région par les banabana est moindre dans la mesure où la distance est très éloignée partant de l'état délabré des routes.

I. LE TRANSPORT, UN SECTEUR INDISPENSABLE DU COMMERCE

Le transport est un secteur connexe au commerce. Il (transport) consiste un secteur indispensable de la bonne marche des échanges commerciaux. Il permet et favorise en large mesure de fluidifier la mobilité des acteurs du commerce non seulement ; mais aussi et surtout

à la circulation des biens et des marchandises. La commune de Diaobé qui abrite le *louma* souffre d'un manque criard d'infrastructure de communication devant relier les différentes localités qui se partagent le marché hebdomadaire.

3.1 LE ROLE DU TRANSPORT POUR LE COMMERCE

L'État sénégalais, même s'il a eu un pouvoir plus structurant que l'État colonial, n'a jamais vraiment réussi à s'imposer aux marges de son territoire. Jusque dans les années soixante-dix, le réseau routier était composé uniquement de pistes en terre stabilisée, impraticables en hivernage. Les efforts qui ont été faits pour viabiliser les axes principaux reliant Kolda, Vélingara à Dakar et Ziguinchor n'ont toutefois pas vraiment amélioré la situation des campagnes en l'absence de voies secondaires pour évacuer leurs productions agricoles et le produit de leur cueillette. La Société de Développement des Fibres Textiles (Sodefitex) a tracé de nombreuses pistes de latérite de bonne qualité pour l'évacuation du coton, mais faute d'entretien, elles se détériorent. Les voies de communication avec les pays frontaliers sont à l'image des relations que ces États ont entretenues. Pour des raisons politiques (notamment les tensions qui ont persisté entre le Sénégal, le Mali et la Guinée), ils n'ont pas cherché à mettre en place un réseau routier international qui aurait dynamisé les échanges et élargi l'espace d'action de l'État jusqu'aux marges du territoire national (Diop, Diouf²², 1994). Ces propos semblent être confortés par le président de la gare routière de la commune de Diaobé-kabendou. Il (président) estime de ne point de constater de nouveau du point de vue du transport dans la dite commune. L'érection de la localité de Diaobé n'est que de nom par rapport à la ressource financière que la commune obtient au jour du *louma*. C'est ce qui contraint dans une large mesure la mobilité de certains acteurs du commerce. En effet, l'état délabré de la route nationale n°6, de l'axe Dialadiang-Maréwé²³ etc. Au mauvais caractère des axes de communication s'ajoute un prix exorbitant du gasoil. Ces deux facteurs combinés entre eux entravent la mobilité dans cette zone du pays. Dans ces conditions fâcheuses du transport à Diaobé, il va s'en dire qu'une politique ardue du secteur du transport soit mise sur pieds devant fluidifier la mobilité des personnes et des marchandises partant du bon déroulement du commerce autour du *louma*.

²² A défaut d'obtenir le document original, nous avons tiré ces informations dans l'article de Fancette Sylvie

²³ Ce sont des noms de localité

3.2 LES POLITIQUES SECTORIELLES DU TRANSPORT A DIAOBE

Le transport associe en lui un certain nombre de choses qui vont ensemble notamment les infrastructures routières, les voitures et la ressource pétrolière. Dans ce cas, une politique du secteur mérite bien d'être mise sur pieds pour la bonne marche du commerce à Diaobé. Toutefois, les différents éléments (infrastructure routière, les voitures et le pétrole) conjuguent ensemble pour consolider le secteur du transport. Cependant, l'équipe municipale en charge la gestion de la commune n'affiche aucun engagement du point de vue du transport à l'heure d'un gouvernement marqué par des tâtonnements politiques dans tous secteurs d'activité. Il (président) revient pour renchérir, il n'existe aucun document où il est inscrit une politique vis-à-vis du transport. Depuis, l'avènement du *louma* jusqu'à l'érection de la localité en commune, Diaobé ne compte même pas une seule gare routière digne de ce nom dans son espace communal. Les véhicules de transport d'individu stationnent dans un espace non loin du lieu où se passe le *louma* à coté de la route goudronnée. Ce qui est un obstacle majeur pour les échanges commerciaux. Or, le transport joue un rôle indispensable au fonctionnement du commerce.

Conclusion partielle

La situation géographique de la commune de Diaobé-kabendou bénéficie de l'apport des grands réseaux porteurs de produits commerciaux lui donnant toute la force transactionnelle des échanges au niveau du *louma*. D'une part, l'influence de la confrérie mouride grandement reconnue dans l'exploitation agricole au Sénégal trouve bien son compte dans le système commercial à Diaobé en organisant l'arrivée des flux et leur commercialisation au jour du *louma*. D'autre part, la convergence des vendeurs venants des pays transfrontaliers en fait également montre une source de provenance des produits commerciaux du marché hebdomadaire ainsi que les producteurs agricoles de la commune elle-même. C'est la raison pour la quelle, nous pouvons rencontrer à Diaobé une diversité d'acteurs commerciaux ainsi que les produits en vente. Certains sont manufacturés et d'autres agricoles selon les potentialités des convoyeurs. Tous ces produits mis dans le système commercial prouvent de fait une opportunité économique à saisir pour la municipalité et pour la population de la commune. Ces opportunités sont également saisies par les banabana qui sont effectivement les véritables acteurs participant de prêt ou de loin aux activités commerciales du marché. L'apport de ces acteurs participe ainsi à la structuration d'autres activités au sein du marché qui contribuent à l'amélioration des conditions à savoir la restauration, la mécanique et la couture. Ces dernières

participent à la diversification des sources de revenu et de la municipalité et de la population autochtone. Il faut rappeler que la réalisation ou le bon fonctionnement des activités commerciales sont surtout basées sur le transport, indispensable pour le commerce et pour la circulation de biens et services. Mais, l'état délabré des voies de communication combinée à un manque de politique sectoriel du transport peuvent être une entrave à la création du développement local. La réhabilitation de la route nationale n°6 peut rénover un espoir de développement du commerce à Diaobé. A côté de cela, la formation des personnels capables de porter les actions du *louma* serait bien souhaitée pour la création d'une source de revenu à partir du *louma* afin que le marché hebdomadaire participe mieux au développement local.

TROISIEME PARTIE : LE MARCHE HEBDOMADAIRE FACTEUR DE TRANSFORMATION DU CADRE LOCAL, CONSTRAINTES ET PERSPECTIVES DU DEVELOPPEMENT LOCAL

Cette partie s'articule autour de deux chapitres que sont : le *louma* facteur de changement du cadre local et les contraintes et les perspectives à l'atteinte du développement local. Le premier chapitre traite dans un premier temps la participation du *louma* dans le budget municipal et dans un second temps le changement du cadre local notamment les activités de soudures et les investissements des fonds obtenus de la vente des produits agricoles. Le second chapitre s'intéresse d'abord aux contraintes et enfin à quelques perspectives du développement local.

CHAPITRE PREMIER : LA CONTRIBUTION DU LOUMA DANS LE BUDGET MUNICIPAL ET LE CHANGEMENT DU CADRE LOCAL

Le marché hebdomadaire de la commune de Diaobé structure un certain nombre d'activités qui mobilisent à leur tour d'énormes ressources financières et humaines. En effet, plusieurs personnes s'activent dans la vente de produits agricoles et d'autres dans celle des produits manufacturés. Chaque vendeur ou commerçant des infrastructures bâties et ceux de la place publique cotisent une somme au compte de la collectivité locale notamment la mairie. Or, une fois collectés, ces revenus se destinent entièrement à la commune de Diaobé et, par conséquent, sont en mesure d'être investis dans l'amélioration des infrastructures, des services en général, pour les habitants de ladite commune.

I. LA CONTRIBUTION DU MARCHÉ DANS LE BUDGET MUNICIPAL

« *Les collectivités locales sont des communes de plein exercice. Elles sont dotées de conseils municipaux démocratiquement élus, perçoivent une taxe municipale et gèrent leur budget. Dotées de l'autonomie financière et de la personnalité morale, elles ont officiellement en charge le développement économique et social de leur territoire de compétence* » (Niang, Warr, Brossard, Cour, 1997 cité par Fancette Sylvie). La fiscalité propre comprend les impôts sur la consommation, la taxe sur la publicité et la taxe sur l'enlèvement des ordures ménagères, mais également des recettes non fiscales librement fixées par les communes – des limites étant fixées par la loi – : droits de marché, droits de stationnement des transports en commun et de l'occupation du domaine public. La rédaction de cette partie a nécessité un entretien avec les autorités municipales notamment le secrétaire municipal en l'occurrence Monsieur Ibrahima Diaby²⁴. Cette dernière estime la gestion est une action difficile pour les autorités locales dans la mesure où la situation du marché dépasse de force l'équipe municipale à travers la fréquentation par jour de *louma*. En effet, le marché au jour de *louma* est fréquenté par plusieurs personnes venant d'horizon divers. Toutes les régions du pays et la population des pays limitrophes y viennent pour échanger dans le cadre du commerce. Il faut une synergie des autorités qu'elles soient les représentants de l'Etat et ceux de la population en vue de tirer les bénéfices du *louma*. A cet effet, il préconise l'implication de l'Etat dans le contrôle du marché hebdomadaire. Ce qui se répercute au niveau de la collecte des taxes au marché. Dans ce cas, la collecte de la taxe se limite à une surface restreinte du marché à cause d'un manque criard de personnel accompagnant les autorités municipales. A cela s'ajoute la question sécuritaire qui

²⁴ Il est Secrétaire municipal de la commune Diaobé-kabendou

reste jusqu'à présent une compétence de l'Etat. La « privatisation » de l'État en Afrique et la remise en cause de son pouvoir centralisateur posent inévitablement la question de la pertinence de son emprise territoriale qui apparaît aujourd'hui fragilisée au niveau des périphéries. Si l'État n'a pas été complètement dessaisi de ses prérogatives, il intervient de moins en moins directement et sa capacité de contrôle et de régulation s'en trouve altérée [Hibou, 1999]. *Le démantèlement des circuits de distribution des produits agricoles et la promotion du marché libre ont donné les mains libres à de nombreux opérateurs d'envergure très variable, agissant en marge de l'État, ou parfois en son sein, et intégrés dans des réseaux confrériques, lignagers et politiques* (Sylvie Fanchette). Ce processus de « décharge » de l'État n'est pas nouveau, mais avait été mis en veilleuse durant la période de centralisme exacerbé des lendemains de l'indépendance. Déjà, à l'époque coloniale, l'administration s'était déchargée sur les collectivités locales, et notamment sur les marabouts engagés dans la production de l'arachide, pour administrer les populations et lever les impôts [Diouf, 1999]. Par ailleurs, « les pouvoirs sont contraints de tolérer les échanges parallèles et de renoncer à une part significative de leur autorité sur la répartition des espaces rentiers, car les réseaux de commerce approvisionnent aujourd'hui le marché intérieur à des coûts décroissants... » [Grégoire, Labazée, 1993 : 33 cité par Aurore Raufast]. Aussi, jusqu'à la dévaluation du CFA, l'État sénégalais encourageait, tacitement, l'importation frauduleuse du riz pour compenser les faibles quotas que les bailleurs de fonds lui imposaient. Ainsi, les espaces frontaliers et périphériques prennent une position importante dans le dispositif anticrise des populations (Weiss, Thomas, 1995 : 1). Il (secrétaire municipal) présume que l'insécurité est depuis les années 2000 à l'origine du départ de certains clients potentiels qui approvisionnent le marché hebdomadaire. Pour tout compte fait, nous pouvons retenir que la municipalité réalise certains projets dans le territoire communal.

1.1 LA COLLECTE DE LA TAXE MUNICIPALE

La collecte de la taxe municipale s'effectue suivant un ensemble de procédures qui contrôlent la gestion du marché partant des vendeurs ou commerçants. Le recouvrement de la taxe de ses vendeurs s'effectue sur une organisation des collecteurs du lundi, mardi et mercredi. Certains collecteurs se chargent de la taxe municipale au niveau du marché central et aux alentours de la route nationale n°6 où se passe le *louma* et effectuent la récupération des occupations des Domaines Publics et d'autres s'occupent des postes d'entrées et de sorties et du foirail.

1.2. LE DROIT DE PLACE

Les jours du *louma*, les vendeurs occupent tout l'espace de la route nationale n°6. En effet, de part et d'autre de l'infrastructure routière, nous pouvons s'apercevoir des vendeurs de petite table et ceux des étals. Chaque vendeur s'acquitte de la taxe municipale en payant le droit de place. En effet, ils payent dans le compte de la municipalité une somme variant entre 50 à 100FCFA du lundi au mercredi en passant par mardi. Tous ces trois jours, les vendeurs payent chaque jour 50 à 100FCFA.

1.3. LE RECOUVREMENT DE LA TAXE DU DOMAINE PUBLIC

L'occupation du domaine public renvoie nécessairement au paiement du droit d'occupation. En effet, les propriétaires des cantines et des hangars payent chaque fin du mois une somme à la municipalité. Ces occupants participent eux aussi à l'amélioration de la recette municipale. Chacun des occupants de ses infrastructures versent à la fin du mois une somme de 3000FCFA à la mairie. Les sommes recueillies de la taxe municipale participent au recouvrement de la fiscalité locale. En effet, les occupants de restaurants, de boutiques et d'ateliers de couture contribuent à leur manière à l'amélioration de la recette municipale.

1.4. LA COLLECTE DE TAXE AU NIVEAU DES POSTES D'ENTREE ET DE SORTIE

La collecte de taxe se fait aussi bien au niveau du marché qu'au niveau des postes d'entrée et de sortie. Deux (02) personnes pour chaque poste se chargent de la couverture de recette municipale. Ils s'occupent d'une part du prélèvement du droit de stationnement des véhicules qui s'élèvent à 1000FCFA pour les bus et camions, 300 et 750FCFA pour respectivement les minicars et cars. Une somme de 8000FCFA est versée au *djouty*²⁵ pour les camions qui sont chargés de marchandises venant d'autres pays. Chaque transporteur s'acquitte de la taxe (*djouty*) avant d'entrer ou de sortir.

II. LE BUDGET ET SA REPARTITION

Comme prévu dans les dispositions de la décentralisation, chaque collectivité locale doit percevoir un fond pour son fonctionnement et la réalisation de ses projets au niveau local. Outre ce fond de dotation, les collectivités locales trouvent une autre ressource financière sur leur propre espace qui sera ajouté à cette somme allouée par l'Etat. En effet, elle définit des procédures de taxe pour l'ajouter à leur fond de dotation. Tous ces fonds qu'ils soient des fonds

²⁵ Djouty signifie taxe municipale

de dotation ou des recettes fiscales de la collectivité locale concourent à leur fonctionnement notamment le paiement de salaire des agents, la réhabilitation des infrastructures et la réalisation des projets à la base etc.

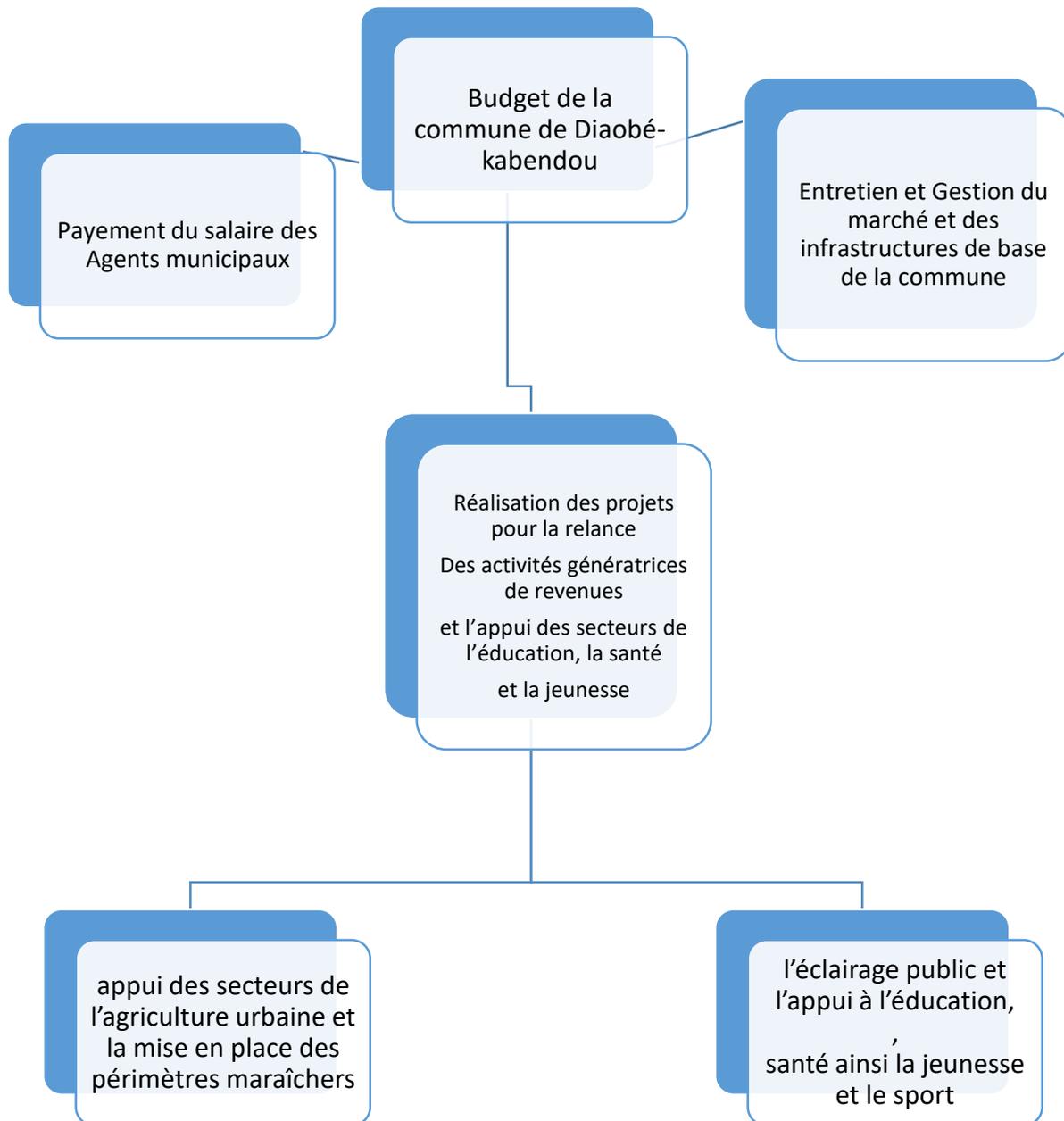


Schéma2 : récapitulation du budget et sa répartition entre les différents secteurs²⁶

Source : enquête Youssouf Diallo 2014

Le budget de la commune de Diaobé-kabendou tourne autour de trois (03) grandes rubriques telles que le salaire des employés, entretien et la gestion des infrastructures du marché point focal de l'économie de base et l'appui des secteurs occupants la population partant de la couche jeunesse. Le schéma met en exergue également les sous secteurs accompagnants les grands

²⁶ La réalisation de ce schéma est favorisé par l'entretien avec le Secrétaire municipal de la commune

secteurs indiqués. En effet, la première rubrique est consacrée au paiement de salaire des agents municipaux ; indispensable au bon fonctionnement l'institution municipale. Une bonne part nous dit le SG municipal est réservée pour les travailleurs de l'équipe municipale. Ensuite, une autre considération particulière est lancée à l'endroit de l'entretien et le contrôle du marché hebdomadaire. Dans cette optique, il faut noter que la bonne partie du budget est injectée dans ce domaine dans la mesure où il constitue le moteur de développement sans lequel la commune sombrera dans une obscurité économique. Autrement, le SG municipal estime que le *louma* qui fait aujourd'hui la fierté économique de la jeune commune de Diaobé-kabendou. Donc, nous pouvons convenir l'importance ou la place qu'occupe le marché hebdomadaire dans le développement de la commune. Enfin, une attention particulière est portée à l'endroit des secteurs tels que l'agriculture urbaine à travers le maraîchage épaulé par les femmes, l'éclairage public devant absorber le joug sécuritaire ainsi que l'éducation, la santé et la jeunesse. Tous ces propos se manifestent amplement à travers la construction de terrain de foot pour les jeunes un lieu d'épanouissement, d'un poste de santé et des établissements scolaire notamment un Collège d'Etude Moyen (CEM) et d'un lycée. Une gestion patrimoniale des ressources fiscales et foncières, l'absence d'un personnel local techniquement compétent ainsi que des antagonismes avec la fusion des deux villages²⁷ jadis distinct dans le temps et dans l'espace limitent les capacités des collectivités à agir. En effet, le déplacement du foirail de Diaobé à kabendou a suscité d'énormes tensions au sein de la commune. Un projet de construction d'un marché sous régional (marché de la CDEAO) est en cours de discussion mais entraîne déjà des soulèvements dans la population de Diaobé.

2.1 LA REALISATION DE L'EQUIPE MUNICIPALE

Les dispositions de la décentralisation prévoient que les collectivités locales se tiennent à elle seule avec les fonds de dotation et des fonds obtenus du prélèvement de la taxe municipale. C'est dans cette optique que les collectivités locales ont la charge de certaines questions qui sont inscrites dans les neuf (09) domaines de compétences transférées. C'est pourquoi, les autorités à la base prennent la charge de réaliser certains projets dans le territoire de leur ressort. Il en est de même pour les autorités locales de la commune de Diaobé. Une part du budget de la mairie est réservée pour la réalisation des projets au niveau du marché, au niveau de la commune ainsi qu'au niveau de l'agriculture urbaine.

²⁷ Avant l'érection des deux (2) localités en commune, elles étaient des villages de la communauté rurale de Kounkané

2.1.1 LA REALISATION AU NIVEAU DU MARCHE

Les autorités locales organisent les commerçants en syndicat devant leurs permettre de profiter d'une politique particulière de leur secteur d'activité. A cet effet, les acteurs des différents syndicats bénéficient des accompagnements des élus locaux ; lesquels accompagnements peuvent être financier, matériel et moral surtout. Ainsi, nous pouvons convenir avec le secrétaire municipal la réalisation des cantines et hangars pour le stockage des produits commerciaux. En plus la construction des infrastructures de stockage, nous avons l'assainissement du lieu de vente des produits. A cela une organisation des commerçants du marché est prévue en vue d'empêcher l'emprise de la route nationale n°6.

2.1.2 LA REALISATION AU NIVEAU DE LA COMMUNE

Les élus de la commune s'impliquent également dans la réalisation des infrastructures dans l'espace communal de Diaobé-kabendou. Selon le secrétaire municipal, un éclairage public doit s'accompagner de la sécurisation des acteurs qui animent le commerce au *louma* de Diaobé. La sécurité est un facteur ou peut être l'un des facteurs qui fortifie le commerce en ce sens qu'elle permet d'assurer les clients et leurs marchandises. Ceci permettra d'amoindrir les tracasseries des femmes, un des acteurs épine dorsale ; du commerce au marché hebdomadaire. Il estime que ce travail doit se faire en collaboration avec les chefs d'Etat des pays frontaliers parce que dit-il « Diaobé est une Communauté Des Etats de l'Afrique Ouest (CDEAO) en miniature ». Une harmonie des chefs d'Etat de la sous-région est une nécessité devant permettre de créer une plate-forme économique de la CDEAO.

2.1.3 PROJETS DES INFRASTRUCTURES

Dans le cadre des infrastructures, la construction d'une gare routière est d'une importance primordiale afin de fluidifier la circulation des biens, des services et des marchandises. Une route de contournement de celle de la nationale n°6 qui permettra au commerçant d'amoindrir l'emprise de cette infrastructure. L'équipe municipale actuelle prévoit également un système de financement des femmes à travers les microcrédits tels que Crédit Mutuel du Sénégal (CMS) et PAMECAS pour la relance et la Promotion des Petites et Moyennes Entreprises (PME). Pour tout compte fait la réalisation de ces infrastructures nécessite l'appui et l'accompagnement de l'Etat central.

2.2. L'AGRICULTURE ET L'AMELIORATION DU SECTEUR AGRICOLE

Pour ce qui est de l'agriculture urbaine, le SG municipal pense qu'il existe d'abord un acquis avec la mise en place des périmètres agricoles pour la pratique du maraîchage par les femmes de la commune et de l'environnants. Il ajoute à cela, l'encadrement des jeunes au niveau du plan REVA initié par le président Abdoulaye Wade dans les domaines de l'Anambé. En effet, le développement de l'agriculture contribue à l'amélioration des conditions des paysans et des populations.

III. III L'INVESTISSEMENT DES FONDS ISSUS DE LA VENTE PRODUITS

Le commerce est une activité d'échange de produits. Cette activité commerciale s'effectue sur le marché hebdomadaire avec les acteurs notamment les commerçants et les producteurs qui sont également des vendeurs. En effet, le paysan après avoir récolté son produit ; il le met directement dans le circuit commercial selon ses besoins. Autrement dit, il vend son produit dès que le besoin se fait sentir. L'argent obtenu de la vente de produit est ensuite investie dans un autre secteur afin de palier aux difficiles conditions de la période de soudure. Pour mieux cerner les stratégies utilisées par les paysans dans la gestion de leurs fonds, la réalisation d'un schéma sera utile pour comprendre le fait.

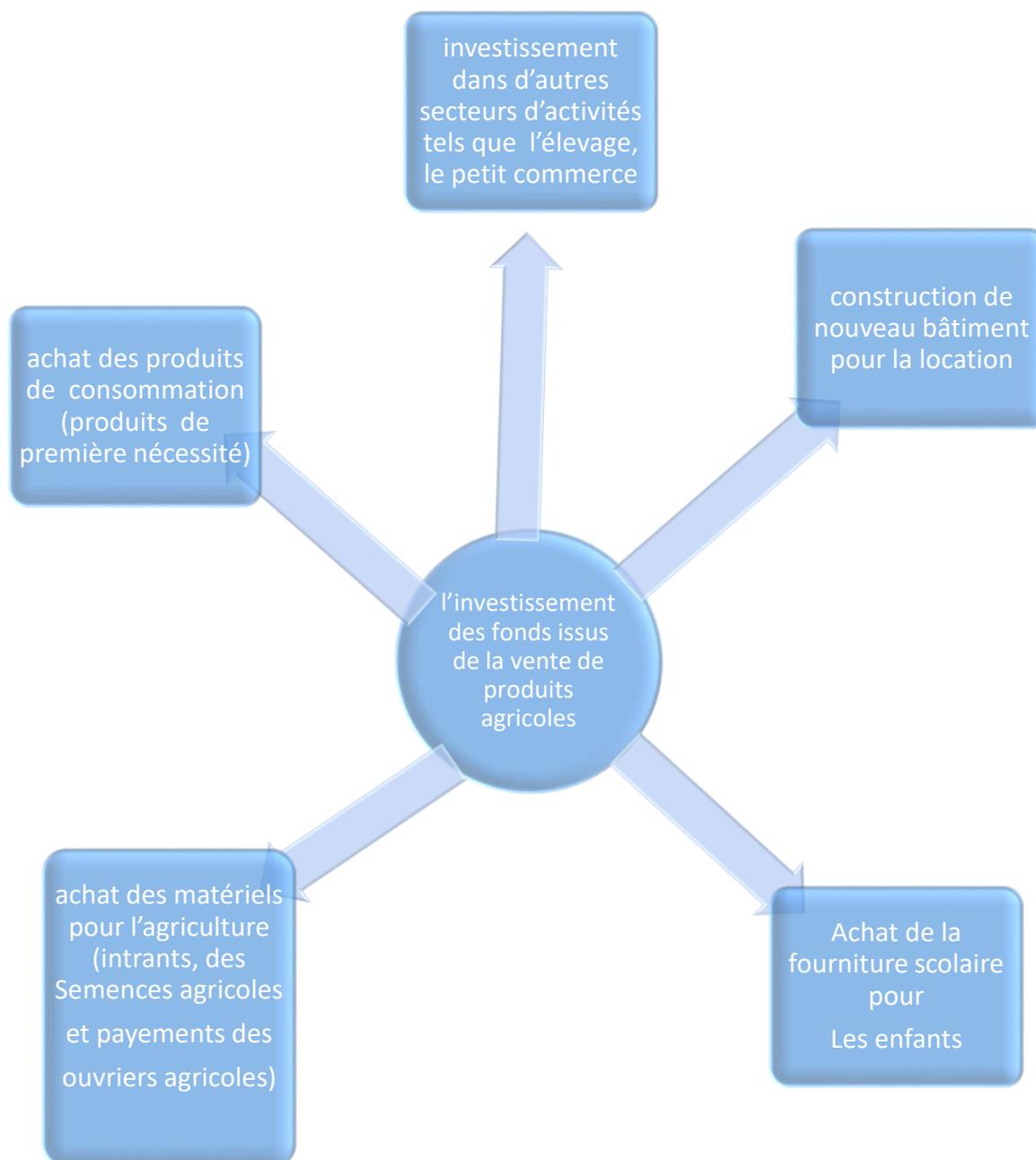


Schéma3 : L'investissement des fonds récoltés de la vente de produit agricole²⁸

Source : enquête YOUSOUF DIALLO 2014

Les producteurs-vendeurs qui fréquentent le marché hebdomadaire au jour du *louma* reçoivent d'importantes ressources financières. Ces opportunités économiques des paysans vendeurs sont

²⁸ Ce schéma est réalisé par l'appui des producteurs-vendeurs

ensuite investies ailleurs pouvant d'une part assurer la période de soudure, et d'autre part le paiement des nécessités agricoles.

Le schéma met en valeur les différents domaines soutenus des producteurs pour faire face aux difficiles conditions de la vie. D'énormes stratégies sont mises en œuvre. Pour ce faire, les producteurs-vendeurs²⁹ d'abord investissent leur fond dans la nourriture pour la consommation. Autrement dit, ils après la vente des produits se procurent des produits de première nécessité notamment le riz parfumé, le mil et l'huile pour la consommation. Outre l'achat des produits de la nourriture, l'investissement des fonds dans le secteur agricole est aussi une stratégie que pratiquent les producteurs vendeurs. Cela permet aux producteurs d'augmenter leur activité agricole en même temps d'augmenter leur source de revenu à travers l'agriculture. L'achat des intrants, le paiement des ouvriers agricoles et des machines de culture peuvent être des facteurs permettant d'emblaver une surface importante de champ.

A coté de la nourriture et des matériels agricoles, l'investissement dans d'autres d'activités figure en bonne place. En effet, les producteurs mettent leur fond dans l'élevage et le petit commerce de moindre envergure afin de diversifier leur source de revenu. La diversification des activités ou bien même la pratique agricole conjuguée à l'élevage a toujours été au service de la population. La construction de nouveau bâtiment dans la maison est aussi une façon de diversifier la source de revenu. La location de chambre ou de maison est une pratique bien visible dans l'espace communal de Diaobé pourvu que la commune reçoive un nombre important de personne au jour du *louma*. Cela contribue à assurer les difficiles conditions de la soudure. Cependant, il faut rappeler que la construction de nouveau bâtiment participe aujourd'hui à l'extension du périmètre communal partant d'une urbanisation fulgurante. En effet, la course à la terre pour la construction de bâtiment locatif prend de l'ampleur jusqu'au niveau des terres jadis réservées à l'agriculture urbaine. Si le phénomène est mal maîtriser la tendance serait au conflit entre les différents acteurs notamment les immobiliers et les paysans. Enfin, nous avons l'achat de la fourniture scolaire des enfants inscrits à l'école et le paiement de leur inscription. Même si ces stratégies participent au changement du cadre local, il n'en demeure pas moins qu'il existe des contraintes majeures pour mieux profiter du *louma*.

²⁹ Les producteurs-vendeurs désignent les producteurs qui viennent vendre leurs produits au *louma* souvent non loin de la zone

CHAPITRE II : LES CONTRAINTES ET PERSPECTIVES DU DEVELOPPEMENT LOCAL

Dans ce chapitre, il sera surtout question d'une part des contraintes et d'autre part des perspectives. En effet, diverses difficultés entravent le développement du commerce et le développement local. Ainsi, des perspectives vont être soulevées pour la relance des activités pouvant contribuer au développement local.

I. CONTRAINTES DU COMMERCE

Plusieurs facteurs combinés bloquent la population de se profiter les opportunités du commerce à Diaobé. Certains problèmes sont exclusivement intrinsèques à l'armature du marché hebdomadaire dans la mesure où le *louma* se passe sur la route notamment la RN6. Cette occupation anarchique des lieux publics destinés au transport entrave en même temps le bon déroulement des transactions commerciales basées de même à la mobilité. En effet, ce facteur peut être un blocage du commerce.

D'autres facteurs sont inhérent au fait que l'Etat a décidé de fusionner deux villages jadis distincts dans le passé. Diaobé et kabendou constituent deux villages dans le passé différents par le type de population, de développement mais aussi et surtout par la structure sociale. Car, Diaobé la localité qui abrite le *louma* est loin de Kabendou de plusieurs kilomètres. Ce qui pose d'énormes problèmes pour les élus à aménager le territoire communal. L'exemple du déplacement du foirail de Diaobé à Kabendou a suscité des soulèvements d'une grande envergure au sein des deux populations. Mais également le projet inter-état de la construction d'un marché sous régional à Diaobé dont le site se trouve au niveau de Kabendou traîne encore des difficultés à la base.

Le problème de la fiscalité locale entraîne jusqu'alors des problèmes à travers son recouvrement à la base car la population n'est pas dotée d'un niveau de compréhension et civisme devant leur permettre de contribuer à la constitution du budget municipal. Le manque de civisme conjugué au manque de personnel qualifié chargé de mener le recouvrement retarde la commune sur le plan économique tout en favorisant une minorité à s'enrichir au détriment de la majorité. L'autonomie acquise, les collectivités locales devraient être en mesure de collecter leurs ressources propres, c'est là l'élément le plus important pour l'accomplissement de leurs missions. La fiscalité propre comprend les impôts sur la consommation, la taxe sur la publicité et la taxe sur l'enlèvement des ordures ménagères, mais également des recettes non fiscales librement fixées par les commune – des limites étant fixées par la loi – : droits de marché, droits de stationnement des transports en commun et de l'occupation du domaine

public. Le problème majeur de cette fiscalité reste son niveau de recouvrement très bas (Programme de Développement Municipal, 2000). Or, une fois collectés, ces revenus se destinent entièrement à la commune et, par conséquent, sont en mesure d'être investis dans l'amélioration des infrastructures, des services en général, pour les habitants de la commune. Pourtant, comme l'évoque Finken, « *la fiscalité locale est à l'état embryonnaire et les ressources fiscales sont essentiellement encore le fait de l'Etat tant du point de vue de leur mobilisation que de leur affectation* » (Finken in Gbekou, 2003 cité par Aurore Raufast). Ce faible taux de recouvrement est dû tant à un manque de main d'œuvre qualifiée qu'à un refus, ou une réelle impossibilité de la part des populations de payer ces taxes. Ceci permet de relever un autre problème : le manque de candidats en capacité d'exercer les fonctions allouées. Un exemple qui illustre bien ce manque de personnel qualifié concerne les contrôles « douaniers » évoqués par les commerçants eux-mêmes. Les plus fréquents sont exercés par la police et la gendarmerie. Ceux-ci installent des barrières routières, le plus souvent en brousse, confondant leur rôle avec celui des douaniers. Si ceci ne représente qu'un problème mineur pour des grands commerçants, pour les populations locales, les charges sont toujours plus lourdes et difficiles à supporter. De plus, cela participe directement à la décrédibilisation de l'Etat. Ce manque de ressources globales, qu'elles soient en capital ou en main d'œuvre, provoque donc des manques en infrastructures pourtant indispensables à l'amélioration des conditions d'exercice des activités des populations locales et, par conséquent, de leurs conditions de vie.

Les échanges, bien que très dynamiques, restent aléatoires et structurent peu l'espace régional. L'absence d'équipement et de supports d'échanges « nuisent à une stabilisation des activités ». Les échanges « *dépendent des situations politiques et économiques des pays bordiers. Les nœuds majeurs du commerce se déplacent selon l'état des routes, les variations locales de la répression des fraudes. L'éloignement des pôles urbains et donc l'absence d'acteurs commerciaux originaires de ces zones, les problèmes politiques entre Etats voisins et le rôle des frontières en tant que ligne de démarcation limitent les possibilités d'installer les équipements susceptibles de favoriser une véritable structuration spatiale* » (Fanchette, 2002). Tout ceci peut paraître paradoxal quand on sait que, « *dès leur accession à la souveraineté internationale, les Etats de la sous-région ouest-africaine ont opté pour une politique de regroupement dans le but de faire tomber les barrières érigées par les administrations coloniales. Ils avaient pour objectifs de se doter de cadres de concertation pour la réalisation d'objectifs communs de développement et de se donner un réel élan pour construire et renforcer leur solidarité. Cet idéal est demeuré le fil conducteur de leur politique de coopération sous-régionale tout au long de la dernière décennie* » (Diarra, 2002). Ce qui, d'ailleurs, a donné lieu

à la création d'institutions internationales telles la CEDEAO, l'UEMOA, l'OUA devenue UA...

II. LES PERSPECTIVES DU DEVELOPPEMENT LOCAL

Comme nous l'avons évoqué dans les contraintes, plusieurs facteurs entravent le développement du commerce partant du bien-être de la population à travers les opportunités commerciales du *louma*. La position géographique à travers le commerce au marché hebdomadaire de Diaobé peut mieux contribuer au développement local de l'espace communal voire régional. Mais avant un certain nombre de facteurs doivent être réglés pour relancer les activités de transaction du commerce tout en privilégiant le bénéfice de la population locale majoritaire mais non pas la population minoritaire extérieure. Pour ce faire, il faut d'abord que les élus constituant la structure du gouvernement local gagnent le pari de la fusion des populations des localités de Diaobé et de Kabendou à se partager le destin de la commune. Car ceci semble être l'un des facteurs de blocage de plusieurs projets de l'équipe municipale. En dépit, une route de contournement de la RN6 est une grande nécessité devant participer à amoindrir l'emprise de cette infrastructure de taille pour la fluidité et la mobilité.

La consultation de la base pour des besoins d'aménagement de la part des élus est d'une importance capitale pour le maintien de l'ordre social et technique de l'aménagement du territoire. L'implication de l'Etat central à travers l'appui de la commune en personnel qualifié pourrait favoriser et même régler la situation de la fiscalité locale pouvant contribuer à gonfler la ressource budgétaire de la commune. Pour Dahou, les questions de fiscalité locales doivent faire preuve d'une attention particulière. Celle-ci permet d'assurer la viabilité des biens produits pour la collectivité. « *Il devient indispensable d'articuler tout projet de développement local au cadre de décentralisation en empruntant les canaux de la fiscalité locale* ». Chose qui est bien illustrée par l'exemple de Diaobe. Cependant, les ressources étant faibles et l'acquittement des taxes par les citoyens très réduits, l'auteur propose de nouvelles formes de financements des projets locaux. Ceux-ci se basent sur « des fonds mixtes, composés d'une fraction d'impôts locaux, de dotations privées et de financements de bailleurs ». Ce qui pourrait apporter des réponses aux différents problèmes rencontrés. « *Les contraintes économiques des communes africaines obligent à adapter les modes de financement de manière à renforcer la gestion des collectivités locales par les populations et garantir l'essor d'un espace public sur une base plurale* » (Dahou, 2003). Cette proposition paraît très intéressante et ingénieuse. Elle reflète bien les interactions permanentes qui existent entre les acteurs locaux, nationaux et internationaux. Si la possibilité de mise en œuvre de cette proposition reste à étudier, elle doit

être vue comme un moyen de faire que les populations participent et bénéficient des retombées économiques que représentent des places commerciales telles que Diaobé. Ce qui peut sembler être un regain du retard en matière de politique dans les secteurs prometteurs notamment le commerce, l'agriculture et l'élevage.

CONCLUSION GENERALE

Si les tentatives d'intégration régionale formelles se multiplient au niveau mondial, les phénomènes de régionalisation font preuve d'une très forte dynamique, indépendamment des initiatives des gouvernements. Parmi ces processus non fondés sur des politiques gouvernementales, le développement des dynamiques impulsées par des réseaux exploitant les disparités frontalières en tant que ressources, présente un intérêt particulier. En effet, ces phénomènes donnent naissance, dans certains pays, à des plaques tournantes commerciales qui, cependant, ne bénéficient que très peu aux populations locales. D'ailleurs comme le précise Hugon(2002), les Etats "*sont débordés d'en bas par les dynamiques locales, transfrontalières et par un processus de pluralisation de la société et d'en haut par les contraintes subies de la mondialisation voire, du fait de la dette, par la mise sous-tutelle des bailleurs de fonds et des organisations internationales*".

Dans le contexte actuel de mondialisation, "*l'inscription spatiale des réseaux de commerce africains se fait simultanément à l'échelle régionale, nationale, transfrontalière et intercontinentale*" (Grégoire, 2003 cité par Aurore Raufast). Le Sénégal n'est pas épargné par ces dynamiques. Le développement des échanges transétatiques passe par l'exploitation des rentes frontalières dont l'espace sénégalais est la parfaite illustration.

Le marché hebdomadaire de Diaobé est un marché d'éclatement des produits de toute sorte. La vivacité du commerce dans ce cas est le ressort et la combinaison des efforts de plusieurs acteurs qui y fréquentent. La diversité des acteurs va de même avec la diversité des produits commerciaux, un des facteurs prépondérant pour le commerce. Ce qui peut favoriser l'amélioration de la recette municipale tout en permettant l'avancée des conditions de la population autochtone, elle aussi présente dans les activités commerciales. Faudrait-il que les élus mettent en place des politiques fortes allant dans le sens de saisir les opportunités commerciales du *louma* de Diaobé afin de booster les prémises du développement local. Les politiques de l'agriculture urbaine conjugués à celle sectorielle du transport consistent les facteurs que peuvent compter les différents acteurs du commerce devant contribuer l'investissement des retombées économiques dans la commune. A cela s'ajoute le pari de la cohésion sociale des deux localités qui étaient jadis distincts dans le temps et dans l'espace. Cette action participera à mener à bien les différentes politiques de la municipalité. Une attention particulière de la part des dirigeants du pays doit être portée à la commune de Diaobé pouvant ainsi répondre aux conditions acquises du développement local. Car, ce dernier doit résulter d'une action collective de la population d'abord et à l'Etat de leur accompagner dans les initiatives locales de développement. Pour ce faire, la formation des personnels municipaux

est d'une importance capitale pour une jeune collectivité en plein pieds dans la cour de la décentralisation. Ce qui permettra à améliorer de la recette municipale d'une part ; et, participer au changement positif du cadre local à travers le service du *louma* d'autre part.

BIBLIOGRAPHIE

- 1) Alissoutin R., (2008) Les défis du développement local au Sénégal, CODESRIA, 189p.
- 2) BA C., (1986), Les Peuls du Sénégal : Etude géographique, Dakar-Abidjan-Lomé, les nouvelles éditions africaines, 387p.
- 3) BA M.,(2005), louma et développement local : le cas du marché hebdomadaire de Thillé Boubacar dans la communauté rurale Ndiayène Pendao (Moyenne vallée du Sénégal), mémoire de maitrise à l'université Gaston Berger de Saint-Louis, 125p.
- 4) BARRY B., HARDING L., (1992), Commerce et Commerçants en Afrique de l'Ouest : le cas du Sénégal, Paris, l'harmattan, 361p.
- 5) BERTRAND M., DUBRESSON., (1997), Petites et moyennes Villes d'Afrique Noire, Paris, Karthala, 326p.
- 6) Billaz, R. 2003. *Décentralisation et lutte contre l'exclusion, le point de vue d'un agronome*. In Totté.M, Dahou.T, Billaz.R. (éds.). "La décentralisation en Afrique de l'Ouest. Entre politique et développement". Paris, Karthala, Enda Graf, Cota.
- 7) BONNARDEL L., (1978), Vie de relations au Sénégal : la circulation des biens, Dakar, IFAN , 927p.
- 8) CHALEARD J. L.,(2002), « Marché et vivriers marchands en Afrique occidentale : le cas de la Cote d'ivoire » in BART F., BONVALLOT J., POURTIER R.(dir), Historiens géographes N°379, numéro spécial, Regard sur l'Afrique : p 111-122.
- 9) CHALEARD J. L., CHARVET J.P., (2007), Géographie agricole et rurale, belin, 239p.
- 10) CHARRIER J. B.,(1988), Villes et Campagnes : Essai sur la diversité des rapports villes-campagnes à travers le monde, Masson, Collection géographie, 208p
- 11) CHAUBET F., MARTIN L., (2011), Histoire des relations culturelles dans le monde contemporain, Armand colin, 295p.
- 12) CHRISTIAN G., (2011), Géohistoire de la mondialisation : le temps long du monde, Armand colin, 287p.
- 13) CLEMENT F.,(1996), « Une déjà longue histoire..., comment le développement local s'est construit en France ? Quels sont ces premiers « résultats » », Grain de sel numéro 10-11.
- 14) Dahou, T. 2003. *Décentralisation, démocratie participative et espace public. Le point de vue d'un socio-anthropologue*. in Totté. M, Dahou.T, Billaz.R. (éd.). "La

- décentralisation en Afrique de l'Ouest. Entre politique et développement". Paris, Karthala, Enda Graf, Cota: 361-369.
- 15) DERRUAU M., (2005), Géographie humaine, Armand colin, 447p
- 16) Diarra, A, S. 2002. *Le concept de "pays frontière" dans le processus d'intégration sous régionale ouest-africaine: Résultats du séminaire de Sikasso*. in Igue, J. Schumacher, S. (éds.). "Pour une meilleure approche régionale du développement en Afrique de l'Ouest". Actes de la réunion spéciale du Club du Sahel et de l'Afrique de l'Ouest. Paris, OCDE: 75-80.
- 17) DIALLO ND. F., (2006), Relations villes-campagnes, territoire et décentralisation : la commune de Ndoum dans son environnement régional (Nord Sénégal), mémoire de maîtrise à l'Université Gaston Berger de Saint-Louis, 120p.
- 18) Dictionnaire de l'urbanisme et de l'aménagement, sous la direction de Pierre Merlin et Françoise Choay, 2 Edition « Quadrige », 2009, PUF, 963 pages.
- 19) Dictionnaire de Géographie et de l'espace des sociétés Edition BELIN 2003, sous la direction de Jacques LEVY et Michel LUSSAULT, 1034 pages.
- 20) Dieng, C. 2003. "Diaobe. Le marché sans frontière". Walfadjri...l'aurore. 31/08/03. www.walf.sn. 2003. "Ces milliards qui passent sous le nez des villageois". Walfadjri...l'aurore. 25 31/08/03. www.walf.sn.
- 21) DIOP M.C., (2002), La société sénégalaise entre le local et global, Paris, Karthala, 723p.
- 22) DIOUF M. [1999], « Privatisation des économies et des États africains », *Politique africaine*, 73, mars: 16-23.
- 23) DUBRESSON A., RAISON J.-P., [1998], *L'Afrique subsaharienne : une géographie du changement*, Armand Colin, coll. U, série Géographie.
- 24) EGG J., HERRERA X. [1998], « Échanges transfrontaliers et intégration régionale en Afrique subsaharienne », *Autrepart*, 6, IRD.
- 25) FANCHETTE S., LE RENARD TH., (1997), « Relations transfrontalières et intégrations par le bas. La haute Casamance et ses voisins », ORSTOM, Dakar, 18p.multigr.
- 26) FANCHETTE S., (1999), « Colonisation des terres sylvo-pastorales et conflits fonciers en haute Casamance », IIED, coll. tenures foncières pastorales, numéro 13, Londres, 30p.

- 27) FANCHETTE S., (2001), « Désengagement de l'Etat et recomposition d'un échange transfrontalier : la haute Casamance et ses voisins », *Autrepart*(6), pp91-113.
- 28) GOMIS M. K., (1998), le louma de Diaobé : étude de géographie régionale, mémoire de maîtrise de l'université Cheikh Anta Diop de Dakar, 148p.
- 29) GRIJOL K., (1996), les marchés hebdomadaires, facteurs de développement économique et culturel au Sénégal : l'exemple du marché hebdomadaire de Ndioum, *Les cahiers d'outre-mer, Revue géographique de Bordeaux* N° 185, 297-396p
- 30) Hugon, P. (éd). 1998. *Introduction*. in Hugon,P. (éd.). "La régionalisation comparée en Afrique Subsaharienne et en Asie de l'Est". *Revue Tiers Monde*, n°155 juillet septembre 1998. t.XXXIX: 487-504. 1998. *Les séquences inversées de la régionalisation*. in Hugon,P. (éd.). "La régionalisation comparée en Afrique Subsaharienne et en Asie de l'Est". *Revue Tiers Monde*, n°155 juillet-septembre 1998. t.XXXIX: 529-557. 2002. *Les économies en développement au regard des théories de la régionalisation*. in "Les chemins de l'intégration régionale". *Revue Tiers Monde*, n°169 janvier-mars 2002, t.XLIII: 9-24.
- 31) Les mots de la géographie dictionnaire critique, Roger Brunet, Robert Ferras, Hervé Théry, 3 Edition revue et augmentée, Collection Dynamique du territoire, Reclus- La documentation française, 520 pages.
- 32) LOMBARD J.,(2003), Transports et circulations dans l'espace ouest africain : échanges, acteurs et lieux, publié dans « l'Afrique. Vulnérabilité et défis », Paris, Editions du temps, 447p. pp.241-266.
- 33) LOMBARD J.,(2000), Agricultures et espaces ruraux africains en devenir, *Revue de Géographie de Saint-Louis*, Université Gaston Berger de Saint-Louis du Sénégal, numéro inaugural, pp102-121
- 34) Malaizé, V. Sindzingre,A. 2002. *Politique économique, secteur privé et réseaux en Asie du Sud-est et en Afrique de l'Ouest*. in Hugon,P. (éd.). "La régionalisation comparée en Afrique Subsaharienne et en Asie de l'Est". *Revue Tiers Monde*, n°155 juillet septembre 1998. t.XXXIX: 647-673.
- 35) MBOW A., (2005), le marché hebdomadaire de Mpal : un facteur de développement local, mémoire de maîtrise à l'université Gaston Berger de Saint-Louis, 164p.

- 36) Morris, G, A. Saul, M. 2000. "Les rapports commerciaux des femmes: Evaluation préliminaire du commerce transfrontalier féminin en Afrique Occidentale". Rapport final présenté au Programme Régional pour l'Afrique de l'Ouest. Washington DC, WIDtech.
- 37) NINOT O., LESSOURD M., LOMBARD J., (2002), « Nouveaux espaces, nouvelles centralités : échanges et réseaux en milieu rural sénégalais » in BART F., BONVALLOT J., POURTIER R.(dir.), *Historiens géographes* N°379, N° spécial, Regard sur l'Afrique : 141-151.
- 38) NINOT O., (2003), *Vie de relations, organisation de l'espace en Afrique de l'ouest : la région de Tambacounda au Sénégal*, Thèse de l'université de Rouen, UFR LSH, 460p.
- 39) PERROUX F., (1964), *L'économie du XX^{ème} siècle*, PUF-2^{ème} ed 1964
- 40) PLAN D'INVESTISSEMENT COMMUNAL DE DIAOBE-KABENDOU (PIC 2011-2016)
- 41) ROCHER D., (2003), *Le développement en milieu rural : de quoi parle t-on? Les cahiers de Girardel N° 1*, Université Gaston Berger de Saint-Louis, Saint-Louis, p73-90.
- 42) SY D., (1997), *Décentralisation, gouvernance et développement : le cas du Sénégal*, in *Bonne Gouvernance et développement en Afrique*, Editions Démocraties Africaines, Dakar, 358p
- 43) WEISS Th. [1997], « Contribution à une réflexion sur la crise de l'État en Afrique et sa gestion par les populations des espaces périphériques », colloque *Le Territoire, lien ou frontière*, Orstom-Institut de géographie de Paris-IV, 2-4 octobre 1995, CD-rom IRD.

LISTE DES FIGURES

Figure1: les différents véhicules transportant les flux en direction du louma.....	31
Figure2 : les différentes zones alimentant le <i>louma</i> en produits commerciaux	33
Figure3 : Les moyens de transport véhiculant des flux sortants du <i>louma</i> de Diaobé.....	34
Figure4 : les zones de revente des produits achetés au louma	36
Figure 05 : types de produits manufacturés rencontrés au marché de Diaobé.....	41
Figure 6 : la vision globale des produits agricoles économiquement parlant	46
Figure7 : les conditions d'obtention des terres cultivables	47
Figure 8 : Les autres produits vendus au louma de Diaobé	49
Figure 9 : Les services rencontrés au marché hebdomadaire de Diaobé.....	53
Figure 10 : Le graphique d'affluence des clients entre les différents jours	54
Figure 11 : Les types de produits achetés au louma de Diaobé	55
Figure12 : Les raisons de la fréquentation du marché.....	56
Figure13 : les lieux de revente des produits achetés	58

LISTE DES CARTES

Carte1 : carte de localisation de la commune de Diaobé-kabendou.....	25
Carte 2 : la présentation générale du site du louma.....	28

LISTE DES SCHEMAS

Schéma1 : plan du louma de Diaobé (Source : PIC de la commune de Diaobé-kabendou adapté par Diallo, 2014)	29
Schéma2 : récapitulation du budget et sa répartition entre les différents secteurs.....	66
Source : enquête Youssouf Diallo 2014	66
Schéma3 : L'investissement des fonds récoltés de la vente de produit agricole.....	70
Source : enquête YOUSOUF DIALLO 2014	70

TABLE DES MATIERES

REMERCIEMENTS	3
SOMMAIRE	4
SIGLES ET ACRONYMES	5
INTRODUCTION GENERALE.....	6
I. CONTEXTE DE L'ETUDE	7
1.1. JUSTIFICATION DU SUJET	11
1.2. POSITION DU PROBLEME	13
1.3. OBJECTIFS DE L'ETUDE	14
1.3.1 : OBJECTIF PRINCIPAL	14
1.3.2 : OBJECTIFS SPECIFIQUES	14
1.4. ANALYSE CONCEPTUELLE	15
II. METHODOLOGIE DE RECHERCHE	19
PREMIERE PARTIE : DE LA GEOGRAPHIE DU MARCHE A L'ANALYSE DES FLUX COMMERCIAUX	22
CHAPITRE I: HISTOIRE DES <i>LOUMA</i> DE LA REGION ET GEOGRAPHIE DU MARCHE DE DIAOBE.....	23
I. LES PREMIERS MARCHES DE LA HAUTE CASAMANCE	23
II. LA GEOGRAPHIE DU <i>LOUMA</i> DE DIAOBE.....	25
2.1 LES POTENTIALITES NATURELLES DE LA COMMUNE	26
2.1.1. LES PRECIPITATIONS	26
2.1.2. LA FERTILITE DES SOLS	26
2.2. LES POTENTIALITES HUMAINES DE LA COMMUNE.....	26
III. LA CARTOGRAPHIE DU MARCHE DE DIAOBE	28
3.1. Le louma dans la ville de Diaobé	29
3.2. Le marché dans la région	30
3.3. Le marché dans la sous-région	30
CHAPITRE II : DE L'ANALYSE DES FLUX AUX RESEAUX PORTEURS.....	31
I. LA FREQUENTATION DU <i>LOUMA</i>	31
1.1. L'ORIGINE DES FLUX DU MARCHE HEBDOMADAIRE DE DIAOBE... 31	
1.2. LA PROVENANCE DES PRODUITS VENDUS DANS LE <i>LOUMA</i>	33
II. LA DESTINATION DES PRODUITS COMMERCIAUX DU MARCHE HEBDOMADAIRE	34
III. LE RESEAU PORTEUR DES FLUX EN CIRCULATION DANS LE <i>LOUMA</i>	

3.1.	LE ROLE DE LA CONFRERIE MOURIDE	37
3.2.	LA FORTE PRESENCE DES RESEAUX LIGNEES	37
DEUXIEME PARTIE : LA DIVERSITE DES PRODUITS COMMERCIAUX FACTEUR DE DEVELOPPEMENT LOCAL		40
CHAPITRE PREMIER : LA DIVERSITE DES PRODUITS COMMERCIAUX.....		41
I.	L'IMPORTANCE DES PRODUITS MANUFACTURES :.....	41
1.1	LES PRODUITS ALIMENTAIRES AU LOUMA DE DIAOBE.....	42
1.2	LES PRODUITS D'HABILLEMENT ET DES MATERIAUX PLASTIQUES ET ELECTRONIQUES	42
1.2.1	LES PRODUITS D'HABILLEMENT.....	42
1.2.2	LA VENTE DES MATERIAUX PLASTIQUES ET ELECTRONIQUES	43
1.3	LES QUINCAILLERIES ET LA VENTE DES MATERIELS DE CONSTRUCTION	43
1.4	UNE ACTIVITE A DOMINANCE FEMININE : VENTE DE COSMETIQUE	44
II.	LA FORTE PRESENCE DES PRODUITS AGRICOLES ET CEUX ISSUS DE LA TRANSFORMATION LOCALE	45
2.1	LES PRODUITS AGRICOLES LES PLUS RENTABLES ECONOMIQUEMENT	45
2.1.1	LES CONDITIONS D'OBTENTION DES TERRES CULTIVABLES	47
2.1.2	L'AMENAGEMENTS DE PERIMETRES AGRICOLES	48
2.1.3	LE SYSTEME UTILISE POUR LA CULTURE DU PRODUIT LE PLUS RENTABLE ECONOMIQUEMENT.....	48
2.1.4	LA PLACE DE L'AGRICULTURE DANS LE COMMERCE.....	48
2.2	UNE SITUATION DE CARREFOUR FAVORISANT LA VENTE DE PRODUITS HALIEUTIQUES ET CEUX ISSUS DE LA TRANSFORMATION ...	48
2.3	LE ROLE DES ORGANISATIONS SYNDICALES DANS LE COMMERCE...	51
2.3.1	LE PACK GUEDJ ET HUILE DE PALM	51
2.3.2	LE PACK BALAI ET DE LA PATTE D'ARACHIDE	51
2.3.3	LE ROLE PRIMORDIAL DU FOIRAIL	52
CHAPITRE II : DU COMMERCE AU DEVELOPPEMENT LOCAL.....		53
I.	LE LOUMA COMME EQUIPEMENT STRUCTURANT	53
1.1.	LES ACTIVITES GENERATRICES DE REVENU.....	53
1.2.	L'AFFLUENCE DES CLIENTS	53
II.	LES BANABANA ET LES ECHANGES COMMERCIAUX AU MARCHE HEBDOMADAIRE	55

2.1 LES RAISONS DE LA FREQUENTATION DU MARCHE.....	56
2.2 LIEU DE REVENTE DES PRODUITS ACHETES AU LOUMA DE DIAOBE ..	57
I. LE TRANSPORT, UN SECTEUR INDISPENSABLE DU COMMERCE	58
3.1 LE ROLE DU TRANSPORT POUR LE COMMERCE	59
3.2 LES POLITIQUES SECTORIELLES DU TRANSPORT A DIAOBE.....	60
TROISIEME PARTIE : LE MARCHE HEBDOMADAIRE FACTEUR DE TRANSFORMATION DU CADRE LOCAL, CONTRAINTES ET PERSPECTIVES DU DEVELOPPEMENT LOCAL	62
CHAPITRE PREMIER : LA CONTRIBUTION DU LOUMA DANS LE BUDGET MUNICIPAL ET LE CHANGEMENT DU CADRE LOCAL.....	63
I. LA CONTRIBUTION DU MARCHE DANS LE BUDGET MUNICIPAL	63
1.1 LA COLLECTE DE LA TAXE MUNICIPALE	64
1.2. LE DROIT DE PLACE.....	65
1.3. LE RECOUVREMENT DE LA TAXE DU DOMAINE PUBLIC.....	65
1.4. LA COLLECTE DE TAXE AU NIVEAU DES POSTES D'ENTREE ET DE SORTIE.....	65
II. LE BUDGET ET SA REPARTITION	65
III. III L'INVESTISSEMENT DES FONDS ISSUS DE LA VENTE PRODUITS	69
CHAPITRE II : LES CONTRAINTES ET PERSPECTIVES DU DEVELOPPEMENT LOCAL.....	72
I. CONTRAINTES DU COMMERCE	72
II. LES PERSPECTIVES DU DEVELOPPEMENT LOCAL.....	74
CONCLUSION GENERALE	76
BIBLIOGRAPHIE	78
Table des matières	84