

# UNIVERSITE ASSANE SECK DE ZIGUINCHOR



UFR DES LETTRES, ARTS ET SCIENCES HUMAINES

DÉPARTEMENT DE LANGUES ÉTRANGÈRES APPLIQUÉES

Mémoire de Master

Coopération internationale et Développement local

**SUJET : LE MARCHÉ HEBDOMADAIRE ET SES APPORTS DANS LE  
DÉVELOPPEMENT LOCAL : CAS DE YARANG BALANTE DANS LE  
DÉPARTEMENT DE GOUDOMP (SÉNÉGAL)**

Présenté par :

Joseph Antoine MARÉNA

Sous la direction de :

Docteur Youssouph COLY

## Composition du jury :

Prénom (s) et Nom	Grade	Qualité	Etablissement
Dr Cheikh Mohamadou S. DIOP	Maître de conférences	Président	UASZ
Dr Paul DIEDHIOU	Maître-assistant	Examineur	UASZ
Dr Souleymane MBAYE	Maître-assistant	Examineur	UASZ
Dr Youssouph COLY	Maître-assistant	Encadreur	UASZ

Année Universitaire 2018-2019

## Dédicace

Nous dédions ce travail à :

- notre défunt père Ousmane Maréna, que la terre de Bouno lui soit légère ;
- notre maman Siranding Diockou, qui nous a toujours soutenu moralement dans nos études et projets ;
- nos oncles et tantes : Malamine Diockou, Jean Paul Corrée, Marc Corrée, Gabriel Corrée, Fanta Maréna, Rose Gomis et Aminta Thienty ;
- nos frères et sœurs, ainsi que nos belles-sœurs : Victor Maréna, Michel Maréna, Bassirou Maréna, Thérèse Odoscie Maréna, Rosalie Fickou, Awa Djimou et Anta Thianghou ;
- nos cousins : Abdoulaye Maréna, Aïda Maréna, Jean Pierre Maréna, Ismaïla Diockou, Mamadou Tékagne et Ibrahima Diockou ;
- nos neveux : Tombon Maréna, Moussa Maréna, Georges Maréna et Balla Tékagne ;
- nos amis : Mansour Diédhiou, Lamine Gnabaly, Awa Bathia, Fatou Bintou Ndiaye, Thierno Algassime Sall, Antoine Corrée, Idrissa Dinghole, Antoine Diouf, Joseph Diatta, Emmanuel Gaël Antonio et Michel Tékagne.

## Remerciements

La réalisation de ce travail a impliqué la participation de quelques personnes. Alors, il nous serait discourtois de le présenter sans leur exprimer notre entière reconnaissance. A cet effet, nous remercions :

- le Docteur Youssouph Coly, Enseignant-chercheur au département de Langues Etrangères Appliquées de l'Université Assane Seck de Ziguinchor, pour avoir accepté de diriger ce travail ;
- les enseignants du département de LEA, pour les connaissances qu'ils nous ont inculquées ;
- les bibliothécaires, plus particulièrement, Monsieur Benjamin L. M. Diouf de la bibliothèque centrale de l'UCAD pour son accueil, son ouverture et son aide dans la recherche de la documentation ;
- les autorités locales de Yarang Balante, en particulier, Monsieur Ousmane Mansaly (Maire de la commune), Monsieur Mamadou Touré (Premier adjoint au maire), Monsieur Soukary Ndiaye (Secrétaire municipal), et les collecteurs, Messieurs (Salif Diatta et Boubacar Sow), pour leur hospitalité et le temps qu'ils ont sacrifié pour nous donner des informations ;
- les personnes enquêtées, pour leur disponibilité ;
- notre ami Monsieur Alexandre Badiane, doctorant en Géographie à l'UASZ, pour la réalisation de la carte de localisation de la commune et la photo du marché hebdomadaire de Yarang ;
- nos camarades de promotion et toutes les personnes qui ont participé à ce travail et dont les noms ne sont pas mentionnés.

## **Sommaire**

Introduction.....	8
<b>PREMIERE PARTIE : CADRES THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE.....</b>	<b>11</b>
Chapitre 1 : Cadre théorique.....	13
Chapitre 2 : Cadre méthodologique.....	28
<b>DEUXIEME PARTIE : PRESENTATIONS DE LA COMMUNE ET DU MARCHE HEBDOMADAIRE DE YARANG BALANTE.....</b>	<b>38</b>
Chapitre 1 : Présentation de la commune de Yarang Balante.....	40
Chapitre 2 : Présentation du marché, de ses acteurs et de leurs activités.....	46
<b>TROISIEME PARTIE : CONTRIBUTION DU MARCHE DANS LE DEVELOPPEMENT DE LA COMMUNE DE YARANG BALANTE.....</b>	<b>64</b>
Chapitre 1 : Rôle du marché dans l'amélioration des conditions de vie des populations.....	66
Chapitre 2 : Les recettes issues du marché et leur rôle dans les actions de développement de la commune .....	76
Chapitre 3 : Vérification des hypothèses, discussions et recommandations.....	84
Conclusion générale.....	91

## **Résumé**

Les marchés hebdomadaires ont longtemps existé au Sénégal et leur position, aujourd'hui, ne cesse d'intéresser différents acteurs à savoir : hommes politiques, représentants de l'Etat, autorités locales, chercheurs, agents de développement local, commerçants et la population locale dans sa globalité. Les recherches menées (entre autres) visent à évaluer leurs contributions dans l'amélioration des conditions de vie des populations. Notre étude ne faisant pas exception, elle s'inscrit dans cette même perspective avec comme finalité, de montrer l'apport du marché hebdomadaire de Yarang Balante dans le développement de la commune. Deux secteurs clés ont suscité notre curiosité. Il s'agit du secteur économique et celui social.

Les investigations menées de part et d'autre de ces secteurs nous ont conduit à la conclusion selon laquelle, l'apport du marché est d'une importance capitale du simple fait qu'environ 91% des commerçants et 92,6% des clients revendeurs parviennent à régler leurs besoins de première nécessité et à résoudre d'énormes difficultés. Aussi faudrait-il souligner que ce marché hebdomadaire a largement participé à l'amélioration des recettes de la Mairie durant la période de 2015 à 2018 avec plus ou moins de 50% des recettes propres de la commune.

**Mots clés :** acteur ; apport ; décentralisation ; développement local ; marché hebdomadaire.

## **Summary**

Weekly markets have existed in Senegal for a long time and their nowadays position never cease to interest actors as: politicians, Stats representatives, local authorities, researches, local development agents, traders and local populations in its global nature. Researches about them aim at knowing how much they participate to the improving of local populations living conditions.

Our research came within that direction and had as goal, to show the contribution of Yarang Balante weekly market in the improving of its population living conditions and town hall incomes, by focusing on economic and social aspects. At the end of the research, we noticed that it contributes strongly to the improving of Yarang Balante population and town hall incomes, because about 91% of dealers solve, with its profit, respectively their food, dress and health problems. 92.6% of reseller customers also solve their family and own problems with its profits. In the four last years, (2015-2018), its incomes represent, more or less, the half of own incomes of Yarang Balante town hall budget.

**Key words:** contribution; decentralisation; local development; participant; weekly market.

## **Resumen**

Los mercados semanales existen en Senegal desde hace mucho tiempo y su posición en estos días no deja de interesar a actores como: políticos, representantes de Estado, autoridades locales, investigadores, agentes locales de desarrollo, comerciantes y la población local en su conjunto. Las investigaciones llevadas a cabo tienen como objetivo evaluar sus contribuciones en la mejora de las condiciones de vida de la población. Nuestro estudio se inscribe en este ámbito y tiene como objetivo mostrar el aporte del mercado semanal de Yarang Balante en el desarrollo local. Dos sectores clave han suscitado nuestra curiosidad; el sector económico y el social.

Las investigaciones realizadas en estos sectores nos han conducido a la conclusión según la cual la contribución del mercado semanal es de una importancia capital, por el simple hecho de que alrededor del 91% de los comerciantes y el 92,6% de los clientes-distribuidores logran satisfacer sus necesidades básicas y resolver enormes dificultades. Además, debe enfatizarse que este mercado semanal contribuyó en gran medida a la mejora de los ingresos del ayuntamiento durante el período que va de 2015 a 2018, con más o menos del 50% de los ingresos propios del municipio.

**Palabras clave:** actor; aporte; desarrollo local; descentralización; mercado semanal.

## Liste des sigles et abréviations

**ANSD** : Agence nationale de la statistique et de la démographie

**ARD** : Agence régionale de développement

**CEDEAO** : Communauté économique des Etats de l'Afrique de l'ouest

**CFA** : Communauté financière Africaine

**CMS** : Crédit mutuel du Sénégal

**DEA** : Diplôme d'études approfondies

**IFAN** : Institut fondamental d'Afrique noire

**IST** : Infection sexuellement transmissible

**LEA** : Langues étrangères appliquées

**MCA** : *Millenium challenge account* = Nouveau défi du millénaire

**PCR** : Président de la communauté rurale

**PDC** : Plan de développement communal

**PDD** : Plan de développement départemental

**RN6** : Route nationale n° 6

**UASZ** : Université Assane Seck de Ziguinchor

**UCAD** : Université Cheikh Anta Diop de Dakar

**UGB** : Université Gaston Berger de Saint-Louis



# **INTRODUCTION**

La création des marchés hebdomadaires au Sénégal date de la période précoloniale avec les marchés périodiques. Ces marchés étaient peu nombreux et le plus souvent spécialisés dans la vente de quelques produits locaux. Les échanges liés au bétail y occupent une place essentielle et « sont à l'origine d'un grand nombre de marchés hebdomadaires dans le milieu rural »<sup>1</sup>. Cependant, leur prolifération est provoquée par la nationalisation de la commercialisation de l'arachide en 1960 et la décentralisation qui a commencé en 1972 avec la création des communautés rurales. La nationalisation du commerce de l'arachide après l'indépendance par l'Etat sénégalais a entraîné un repli vers la capitale des compagnies libano-syriennes qui assuraient le commerce entre les populations locales et le colon<sup>2</sup>. Cela a occasionné un problème d'écoulement des produits agricoles des zones rurales, qui nécessitait une solution dans l'immédiat. A cela s'ajoute la décentralisation qui consiste à transférer des domaines de compétences au niveau des échelons inférieurs de l'Etat central (circonscriptions territoriales). Ce transfert des compétences a mis les collectivités territoriales dans l'obligation de chercher des moyens financiers pour assurer plus ou moins leur autofinancement. Tout cela a fait qu'après l'indépendance, « la plupart des marchés hebdomadaires du Sénégal ont vu le jour »<sup>3</sup> et ont eu comme rôle d'assurer la vente des produits locaux et de participer au renflouement des budgets des collectivités territoriales par les taxes municipales. La résolution des problèmes des populations et des collectivités locales a mis les marchés hebdomadaires dans une posture qui ne leur permet plus de se spécialiser dans la vente d'un produit quelconque, mais dans une vente généralisée des produits locaux agricoles et des produits manufacturés importés. D'où l'importance de porter des études sur eux afin de mesurer concrètement leur poids dans le développement économique de nos localités.

Actuellement, les Etats dans leur globalité et le Sénégal particulièrement prônent le développement à la base qui doit nécessairement passer par des ressources que détiennent les collectivités territoriales. Pour cela, nous voulons à travers cette étude montrer l'importance du marché hebdomadaire de Yarang Balante dans le développement de la commune en nous basant sur les aspects économique et social. Ces éléments permettent de déterminer le développement d'une localité.

---

<sup>1</sup> Régine Nguyen Van Chi-Bonnardel. *Vie de relations au Sénégal : la circulation des biens*. Paris : Université de Paris VII, 1976, p. 643.

<sup>2</sup> Ibid., p.643.

<sup>3</sup> Karine Grijol. « Les marchés hebdomadaires : un facteur du développement économique et social au Sénégal », *Les cahiers d'Outre-mer : Sahel*, juillet-septembre 1996, p.299 [en ligne] disponible sur : [https://www.persee.fr/doc/caoum\\_0373-5834\\_1996\\_num\\_49\\_195\\_3613](https://www.persee.fr/doc/caoum_0373-5834_1996_num_49_195_3613) (consulté le 15-12-2018).

Ainsi, pour mener à bien notre étude, nous l'avons divisée en trois grandes parties, dont les deux premières contiennent chacune deux chapitres et la troisième trois.

La première partie est consacrée à l'étude des cadres théorique (chapitre 1) et méthodologique (chapitre 2). Dans la deuxième partie, nous allons faire une étude générale de la commune et du marché hebdomadaire de Yarang Balante. Le chapitre 1 présentera la commune et le chapitre 2, quant à lui, va présenter le marché dans son ensemble : les acteurs, les problèmes auxquels il se confronte mais aussi ceux qu'il crée (inconvenients). La troisième partie sera axée sur la contribution du marché dans le développement de la localité et sur la vérification et discussions des hypothèses et les recommandations. Le chapitre 1 va développer spécifiquement des effets positifs du marché dans la vie socioéconomique des populations de Yarang. Le chapitre 2 évoquera la participation du marché dans l'amélioration des recettes et des réalisations des projets de la collectivité locale. En ce qui concerne le chapitre 3, il sera réservé à la vérification et discussion des hypothèses et aux recommandations. Il s'agira ainsi de proposer des stratégies (recommandations) qui permettront de contourner les impasses afin que le marché puisse contribuer plus efficacement au développement de la commune.



**PREMIERE PARTIE : CADRES THEORIQUE ET  
METHODOLOGIQUE**

Toute étude scientifique demande le respect préalable d'un certain nombre de normes, si l'on veut garantir la fiabilité des résultats. De ce fait, de la recherche documentaire à la collecte des données, le chercheur doit avoir une bonne maîtrise de certaines règles proposées par la communauté scientifique. Ainsi, cette première partie de notre mémoire traite des aspects théoriques et méthodologiques. Il s'agit d'une partie préliminaire qui permet de définir les contours théoriques relativement à notre thème de recherche et de décliner la méthodologie adoptée en vue d'atteindre nos objectifs de recherche. Le chapitre 1 (cadre théorique) parlera de la problématique ; des objectifs et hypothèses et de la revue critique de la littérature et de la définition des concepts. Le chapitre 2 (cadre méthodologique) quant à lui, évoquera les techniques et outils de collecte et de traitement des données ; de la délimitation du cadre d'étude et de l'échantillonnage et en fin des difficultés rencontrées et stratégies mises en œuvre.

## CHAPITRE 1 : CADRE THEORIQUE

Trois points essentiels sont développés dans ce chapitre. Le premier concerne la problématique qui consiste à étudier le contexte, c'est-à-dire l'historique de la naissance et de la prolifération des marchés hebdomadaires au Sénégal, et la justification du choix du sujet et du cadre d'étude. Le deuxième point développe les objectifs qui permettent de décliner réellement ce que l'on veut démontrer à travers la recherche, et les hypothèses qui sont les réponses anticipées aux questions de recherche. Le troisième point, quant à lui, parle de la revue critique qui est une lecture des écrits antérieurs qui permet au chercheur d'exploiter des pistes non exploitées par ses prédécesseurs, et de la définition des concepts qui permet aux lecteurs d'être au même niveau de compréhension des mots clés du sujet.

### 1. Problématique

#### 1.1. Contexte de l'étude

La pauvreté est l'un des problèmes qui gangrènent le monde. C'est pour cette raison que Yaye Sadio Fall Coulibaly dit qu'elle « figure parmi les fléaux majeurs de ce monde. Environ 20% des individus sur la planète sont concernés tandis que pour les pays pauvres, ce pourcentage frôle les 70%. [...] des ménages en milieu rural.»<sup>4</sup> La réduction de la pauvreté et la recherche d'un développement durable sont les objectifs premiers des Etats actuels. Cependant, les stratégies adoptées par les gouvernants et la communauté internationale pour relever le défi du développement étaient caractérisées par un certain centralisme du pouvoir. Au Sénégal, « jusque vers la fin des années 1970, les travaux sur le développement portent en premier lieu sur les politiques et les dynamiques structurelles de niveau national. »<sup>5</sup> Ce centralisme du pouvoir consistait à attribuer au gouvernement central le monopole de la gestion des ressources du pays, où presque tout partait de lui et revenait à lui. Les résultats mitigés de ces politiques de développement s'expliquent, en grande partie, par la non-appropriation par les populations des programmes mis en œuvre, car un plan de développement ne peut marcher sans l'implication du concerné qui est l'acteur local. Selon Philippe Ligneau, « le monocentrisme et la régulation directe de l'économie par les organes centraux ont mis en valeur des dysfonctionnements graves, concernant notamment les besoins de la population et les moyens

---

<sup>4</sup> Yaye Sadio Fall Coulibaly. *Diagnostic de la pauvreté dans le Sud du Ferlo : La communauté rurale Ouarkhokh*. Mémoire de maîtrise en géographie, UCAD, Dakar, 2003-2004, p. 4.

<sup>5</sup> Alain Piveteau. « Décentralisation et développement local au Sénégal. Chronique d'un couple hypothétique ». *Revue Tiers Monde*, n° 181, 2005/1, p.76.

de les satisfaire.»<sup>6</sup> Ces dysfonctionnements ont conduit aux échecs de la quasi-totalité des politiques de développement. Cela a, donc, incité les pays du monde, dont le Sénégal, à promouvoir le développement local qui consiste à mettre la population locale au centre des projets en tenant compte de ses besoins et en l'incitant à s'appropriier les projets de développement.

Ce mode de développement est accompagné d'une politique de décentralisation appuyée par la déconcentration des structures de l'Etat. De ce point de vue, « la décentralisation ainsi envisagée de façon globale conduit à un Etat qui ne fait plus tout mais qui fait faire, par d'autres que lui, les activités pour lesquelles ils sont mieux placés et mieux outillés »<sup>7</sup>. L'Etat donne aux collectivités territoriales le privilège d'élire leurs dirigeants, qui maîtrisent mieux leurs localités, en leur conférant certains domaines de compétence dont l'éducation, la santé, la culture, etc., tout en les gardant sous son contrôle par le biais de l'autorité déconcentrée.

Au Sénégal, cette responsabilisation des collectivités territoriales, s'est faite de façon progressive avec les trois actes de la décentralisation. Nous avons d'abord l'acte I de 1972, portant création des communautés rurales, ensuite l'acte II de 1996, portant création des régions, venu en appui à l'acte I. Mais, « malgré les progrès et acquis enregistrés, beaucoup de faiblesses et de contraintes pèsent encore sur la mise en œuvre de la politique de décentralisation »<sup>8</sup>, d'où la mise en place en 2013 de l'acte III, portant communalisation intégrale, qui abroge les deux premiers.

Ainsi, les collectivités territoriales dans cette logique de responsabilité sont obligées, en dehors des fonds de dotation attribués par l'Etat, de chercher des moyens additionnels. Cela a donc conduit à la prolifération des marchés hebdomadaires, principales sources de revenus de certaines collectivités territoriales. Selon Ndèye Marième Ndiaye, « L'initiative de création de louma en zone rurale répondait principalement au souci d'avoir un lieu d'échange d'écoulement des produits agricoles [...] et la nécessité de trouver des recettes pour la caisse de la communauté rurale ».<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> Philippe Ligneau. *La décentralisation des politiques d'actions sociales en France*. Actes du colloque de Varsovie de 1988. Paris : Presses Universitaires de France, 1990, p. 160.

<sup>7</sup> Ibid., p. 161.

<sup>8</sup> Voir la loi n° 2013-10 du 28 décembre 2013 portant code général des collectivités locales, p.1.

<sup>9</sup> Ndèye Marième Ndiaye. *Prolifération des marchés hebdomadaires dans la ville de Dakar : Impacts socioéconomiques et environnementaux : Cas de la commune d'arrondissement des Parcelles Assainies*. Mémoire de Master en géographie, UCAD, Dakar, 2009-2010, p. 20.

La multiplication des marchés hebdomadaires est donc motivée par la recherche de la satisfaction des besoins vitaux de la population locale, l'écoulement des produits agricoles, pastoraux, halieutiques ainsi que de la cueillette et de l'approvisionnement en produits manufacturés. Le renforcement des recettes des collectivités territoriales par les taxes payées par jour de marché est aussi l'un des motifs de leur prolifération.

Malgré leurs apports dans la vie socioéconomique des populations locales et dans l'amélioration des recettes des collectivités locales, ces marchés, dont celui de Yarang qui fait l'objet de notre sujet d'étude, souffrent de beaucoup de problèmes d'organisation, d'accompagnement, d'insalubrité et surtout de mise en valeur. Ces aspects méritent d'être étudiés afin que l'Etat et les collectivités territoriales leur prêtent une attention particulière. Il s'agit ici d'analyser les apports du marché de Yarang dans l'amélioration des conditions de vie des populations locales, les problèmes qui pourraient entraver son bon fonctionnement tout en expliquant en quoi il peut constituer un important levier du développement local.

Parler des apports du marché hebdomadaire de Yarang dans le développement local nous amène donc à nous poser la question suivante :

- Quelle est sa contribution dans le développement socioéconomique de la commune de Yarang Balante ?

Cette interrogation débouche sur trois autres questions spécifiques, à savoir :

- Quels sont les motifs qui suscitent l'affluence des populations vers ce marché ?
- Ce marché participe-t-il à l'amélioration des conditions de vie socioéconomiques des populations de Yarang ?
- Contribue-t-il de façon significative à l'amélioration des recettes et à la réalisation des infrastructures de la commune ?

## **1.2. Justification du sujet**

### **1.2.1. Pertinence du sujet**

Le chômage est l'un des problèmes qui sévissent avec force dans la région de Sédhiou. Selon les statistiques de l'ANSD de 2016, les taux d'occupation des personnes âgées de 10 ans et plus et de 15 ans et plus sont respectivement 24,4% et 41,8%<sup>10</sup> seulement. Sa population s'active

---

<sup>10</sup> Ibrahima Diouf. ANSD, données du rapport SES (Situation Economique et Sociale) de la région de Sédhiou, édition 2016, p.150.



plus dans le secteur informel et surtout dans le commerce au niveau des marchés. Cependant, la dispersion des marchés permanents, qui sont souvent à 15 kilomètres et plus de certaines localités, a fait des marchés hebdomadaires des lieux incontournables pour l'écoulement des produits agricoles et l'approvisionnement en produits manufacturés des populations locales. Selon nos sources, le département de Goudomp compte plus de huit (08) marchés hebdomadaires<sup>11</sup>.

Le choix de notre thème est donc d'actualité puisque ces marchés sont au cœur des échanges des populations locales. Il sera donc question d'étudier, par le marché hebdomadaire de Yarang Balante, leur utilité dans le développement du commerce, l'amélioration des conditions de vie socioéconomiques des populations et leur contribution dans la réalisation des infrastructures des collectivités locales. En plus de cela, il converge avec l'acte III de la décentralisation qui prône le développement à la base. Avec cette loi, il est question d'« organiser le Sénégal en territoires viables, complétifs et porteurs de développement durable »<sup>12</sup>. Le développement doit être endogène et basé sur des ressources propres. Le projet de l'acte III s'adosse ainsi à « l'option de territorialisation qui, en revisitant la démarche de conception et de mise en œuvre des politiques publiques, va permettre de bâtir le développement du Sénégal à partir des opportunités, atouts et potentialités de chaque territoire »<sup>13</sup>. Il permet à chaque collectivité locale de profiter de ses propres ressources naturelles et humaines. Il cherche, en quelque sorte, à établir les bases d'un développement endogène.

### **1.2.2 : Choix du cadre d'étude**

Le marché hebdomadaire de Yarang est un carrefour de réseaux marchands entre la Guinée-Bissau à moins de deux (02) kilomètres et les communes environnantes comme Samine, Mangarounghou Santo, Simbandi Balante, Goudomp, etc. Sa position sur la route nationale n° 6 lui confère encore le privilège d'un accès qui facilite son approvisionnement en produits venant des villes comme Ziguinchor, Goudomp, Kafountine, etc. Il détient le monopole de la redistribution des produits agricoles, halieutiques et manufacturés en provenance de différentes zones de la Casamance et de la Guinée-Bissau.

---

<sup>11</sup> Lors de l'enquête de terrain nous avons recensé plus de huit (08) marchés hebdomadaires dans le département de Goudomp, qui fonctionnent normalement et sont fréquentés régulièrement par les commerçants.

<sup>12</sup> Voir la loi n° 2013-10 du 28 décembre 2013, du code général des collectivités locales, 2013, p.1.

<sup>13</sup>[https://www.leral.net/L-ACTE-3-DE-LA-DECENTRALISATION-UNE-REFORME-QUELS-ENJEUX-POUR-QUELS-DEFIS\\_a105653.html](https://www.leral.net/L-ACTE-3-DE-LA-DECENTRALISATION-UNE-REFORME-QUELS-ENJEUX-POUR-QUELS-DEFIS_a105653.html), (consulté le 19 janvier 2018).

Notre choix est porté sur ce marché en raison de sa position frontalière, de son ancienneté et de sa taille. A cela s'ajoute le manque de documents académiques sur ce marché. Nous n'avons, lors de notre recherche, trouvé aucun document qui traite spécifiquement du marché hebdomadaire de Yarang Balante. Cela permet à notre travail d'être parmi les travaux originaux sur ce marché. Il sera donc support de référence pour les recherches futures et pour les autorités étatiques et locales en cas de besoin d'intervention dans ce secteur. Cette étude permettra également de vérifier si ce marché participe, au même titre que les autres marchés hebdomadaires déjà étudiés, à l'amélioration des conditions de vie socioéconomique des populations et des recettes de la collectivité locale.

## **2. Objectifs et hypothèses**

### **2.1. Objectifs**

#### **2.1.1. Objectif général**

Cette étude vise à analyser les apports du marché hebdomadaire de Yarang dans l'amélioration des conditions de vie socioéconomique des populations et dans le développement de la collectivité locale.

#### **2.1.2. Objectifs spécifiques**

Nos objectifs spécifiques sont :

- Analyser les principaux motifs qui poussent les acteurs à fréquenter ce marché ;
- Démontrer les apports du marché dans l'amélioration des conditions de vie socioéconomique des populations de la commune de Yarang ;
- Evaluer la participation du marché dans l'amélioration des recettes et les réalisations de la commune.

### **2.2. Hypothèses de travail**

#### **2.2.1. Hypothèse principale**

Le marché hebdomadaire participe au développement local en améliorant les conditions de vie des populations et en renforçant les recettes de la commune.

#### **2.2.2. Hypothèses secondaires**

Partant des objectifs spécifiques, trois hypothèses de recherche ont été formulées :

- La fréquentation du marché hebdomadaire est motivée par la disponibilité des produits et services, par les prix abordables, le pouvoir d'achat de la population locale et l'accès facile ;
- Le marché hebdomadaire, à travers ses échanges commerciaux, permet aux acteurs d'avoir une activité génératrice de revenus leur permettant d'améliorer leurs conditions de vie ;
- A travers les taxes collectées pendant les jours de marché, le marché hebdomadaire participe au développement local en alimentant significativement le budget de la commune.

**Tableau 1 :** Tableau récapitulatif de la partie théorique de notre sujet

<b>Thème de la recherche :</b> Le développement local	
<b>Sujet :</b> Le marché hebdomadaire et ses apports dans le développement local : cas de Yarang Balante dans le département de Goudomp (Sénégal)	
<p>✓ <b>Question centrale :</b></p> <p>Quelle est la contribution du marché dans le développement socioéconomique de la commune de Yarang Balante ?</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Questions spécifiques</b></li> <li>-Quels sont les motifs qui suscitent l'affluence des populations vers ce marché ?</li> <li>-Ce marché participe-t-il à l'amélioration des conditions de vie socioéconomiques des populations de Yarang ?</li> <li>-Contribue-t-il de façon significative à l'amélioration des recettes et à la réalisation des infrastructures de la commune ?</li> </ul>
<p>✓ <b>Objectif général</b></p> <p>Cette étude vise à analyser les apports du marché hebdomadaire de Yarang dans</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Objectifs spécifiques</b></li> <li>-Analyser les principaux motifs qui poussent les acteurs à fréquenter ce marché ;</li> <li>-Démontrer les apports du marché dans l'amélioration des conditions de vie</li> </ul>

<p>l'amélioration des conditions de vie socioéconomique des populations et dans le développement de la collectivité locale.</p>	<p>socioéconomique des populations de la commune de Yarang ;</p> <p>-Evaluer la participation du marché dans l'amélioration des recettes et les réalisations de la commune.</p>
<p>✓ <b>Hypothèse principale</b></p> <p>Le marché hebdomadaire participe au développement local en améliorant les conditions de vie des populations et en renforçant les recettes de la commune.</p>	<p>• <b>Hypothèses secondaires</b></p> <p>-La fréquentation du marché hebdomadaire est motivée par la disponibilité des produits et services, par les prix abordables, le pouvoir d'achat de la population locale et l'accès facile ;</p> <p>-Le marché hebdomadaire, à travers ses échanges commerciaux, permet aux acteurs d'avoir une activité génératrice de revenus leur permettant d'améliorer leurs conditions de vie ;</p> <p>-A travers les taxes collectées pendant les jours de marché, le marché hebdomadaire participe au développement local en alimentant significativement le budget de la commune.</p>

### 3. Revue critique et définition des concepts

#### 3.1. Revue critique

Notre recherche tente d'analyser les apports du marché hebdomadaire de Yarang dans le développement de la commune de Yarang Balante. Cependant, il faut signaler que les marchés hebdomadaires ont déjà fait l'objet d'études de chercheurs dans le monde en général et au Sénégal en particulier. Ces derniers ont tenté de soulever des questions liées à leur prolifération,

leur importance, leur rôle, etc., dans l'amélioration des conditions de vie socioéconomique des populations.

Le marché hebdomadaire, comme nous l'avons dit en introduction, n'est pas un cas nouveau au Sénégal. Son apparition date de très longtemps, de bien avant les indépendances. C'est ainsi que la thèse de doctorat d'Etat de Régine Nguyen Van Chi-Bonnardel<sup>14</sup>, relève d'une très grande importance dans notre recherche. Elle nous a non seulement permis de nous renseigner sur l'historique de ces marchés anciens, mais aussi de comprendre les circuits et structures de commercialisation des produits locaux. Son chapitre VI (pages 643 à 761), parle des marchés périodiques et quotidiens des villes et des campagnes en mettant en évidence leur nature et répartition géographique, l'origine des produits échangés, les acteurs, etc. Toutefois, il faut signaler que sa recherche ne s'est focalisée que sur le bassin arachidier et, vu la date de publication du document, les données mériteraient une réactualisation.

Samba Diouf, dans son mémoire de maîtrise<sup>15</sup>, a mis en exergue les facteurs qui sont à l'origine de la création des marchés hebdomadaires dans la banlieue dakaroise. Selon lui, le choc pétrolier de 1973, l'adoption du programme d'ajustement structurel de 1979 (qui consistait à promouvoir les équilibres internes et externes d'une économie), la dévaluation du franc CFA de 1994 et le fait que l'Etat nationalise la commercialisation de l'arachide, auraient été à l'origine de l'exclusion de la vente de certains produits agricoles et forestiers au profit de l'arachide. La nationalisation de la vente de l'arachide a provoqué le repli vers Dakar des compagnies commerciales libano-syriennes qui servaient d'intermédiaires entre l'administration coloniale et les indigènes. Tous ces facteurs sont à l'origine de la création des marchés hebdomadaires qui devraient désormais assurer la vente de ces produits. A travers cette étude, l'auteur a également démontré les relations que les acteurs du marché hebdomadaire de Pikine entretiennent entre eux, les formes d'organisation et de gestion du marché, ainsi que sa fonction dans le quartier. Il ne s'est cependant basé que sur l'aspect relationnel et sur le rôle du marché.

Olivier Ninot, Michel Lesourd et Jérôme Lombard, dans la même lancée, vont un peu plus loin dans leur article<sup>16</sup>, en cherchant à analyser pourquoi les marchés hebdomadaires sont

---

<sup>14</sup> Régine Nguyen Van Chi-Bonnardel. *Vie de relations au Sénégal : la circulation des biens*, Op.cit., 1976.

<sup>15</sup> Samba Diouf. *Les marchés hebdomadaires en Banlieue : le marché de Pikine*. Mémoire de Maîtrise en Sociologie, UCAD, Dakar, 2004-2005.

<sup>16</sup> Olivier Ninot, Michel Lesourd et Jérôme Lombard. « Nouveaux espaces, nouvelles centralités Echanges et réseaux en milieu rural sénégalais ». *Historiens & Géographes*, [en ligne], n° 379, 1 juillet 2002, disponible sur : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00814872>, (consulté le 20-06-2018).

devenus des lieux majeurs du monde rural sénégalais contemporain, non seulement pour faire du commerce et obtenir des revenus, mais aussi pour entretenir et développer sa relation à la ville. Comme pour Samba Diouf, pour eux aussi, l'étatisation du commerce de l'arachide a provoqué le repli de grandes maisons de commerce vers Dakar. Par conséquent, un vide est laissé dans le commerce rural. Pour combler ce vide, les populations locales ont créé des marchés hebdomadaires qui, au bout du compte, jouent le rôle de relais vers les grands centres urbains. Ils ajoutent que la position géographique de certains marchés hebdomadaires leur donne la possibilité de relier le Sénégal à l'international en termes d'échanges. Pour étayer leur opinion, ils donnent l'exemple du marché de Diaobé, dans la région de Kolda. Ce marché relie le Sénégal à l'international grâce à sa position au carrefour des routes venant de la Gambie, la Guinée et la Guinée-Bissau. Partant de cela, ils classent les marchés hebdomadaires sénégalais en deux catégories (locale et nationale), selon l'étendue de la zone qu'ils polarisent. La première catégorie est composée de marchés hebdomadaires qui polarisent un périmètre d'une quinzaine de kilomètres. La seconde catégorie comprend les marchés qui polarisent de vastes bassins de production et dont la fonction de collecte des produits agricoles et forestiers, destinés à la consommation urbaine, est nettement la plus importante.

Mamadou Ly aborde la question sous un autre angle. Il démontre dans son mémoire de DEA<sup>17</sup> le lien étroit qui existe entre la présence des voies de communications et le développement des activités économiques d'un marché hebdomadaire. Il soutient l'idée selon laquelle plus les infrastructures routières sont bonnes, plus dynamiques sont les activités du marché.

Yanghane Raphael Sarr<sup>18</sup> et Karine Grijol<sup>19</sup> montrent non seulement les facteurs géopolitiques, sociaux, et économiques qui peuvent favoriser le développement des activités commerciales d'un marché, mais aussi l'importance des marchés dans les relations ville-campagne et surtout dans l'intégration régionale. Cependant Sarr a ajouté dans sa recherche les inconvénients du marché de Manda Douane tandis que Grijol a élargi son champ de réflexion

---

<sup>17</sup> Mamadou Ly. *Le rôle des transports dans les relations ville-campagne : Etude de leur impact dans la structuration des marchés hebdomadaires dans le département de Foundiougne*. Mémoire de DEA en Géographie. UCAD, Dakar, 1999-2000.

<sup>18</sup> Yanghane Raphael Sarr. *Rôle des marchés hebdomadaires dans le processus d'intégration régionale : cas de Manda Douane dans le département de Vélingara*. Mémoire de Master II en Géographie. UCAD, Dakar, 2012-2013.

<sup>19</sup> Karine Grijol. « Les marchés hebdomadaires : un facteur du développement économique et social au Sénégal ». *Les cahiers d'outre-mer*, [en ligne], Sahel n°195-49° ANNEE, juillet-septembre 1996, disponible sur : [https://www.persee.fr/doc/caoum\\_0373-5834\\_1996\\_num\\_49\\_195\\_3613](https://www.persee.fr/doc/caoum_0373-5834_1996_num_49_195_3613), (consulté le 15-12-2018).

qui part du renforcement du commerce à la transformation des villages en des villes par la sédentarisation des commerçants.

Dans son mémoire de maîtrise<sup>20</sup>, Mame Birame Ndiaye aborde l'interdépendance ville-campagne que les marchés hebdomadaires occasionnent en montrant qu'à travers les échanges commerciaux entre la ville et la campagne (produits manufacturés et agricoles), les acteurs urbains et ruraux finissent par hériter des habitudes. Il ne s'est pas seulement limité à ce fait social. Il a aussi montré brièvement ce que ces marchés peuvent apporter en termes d'économie à la population locale, en précisant qu'un cultivateur pouvait vendre jusqu'à trois (03) sacs de 100 kg de mil par jour de marché.

Mamadou Cheikhou Diallo est sorti du cadre relationnel pour le comparatif. Son mémoire<sup>21</sup> fait une étude comparative entre les marchés hebdomadaires et les marchés permanents du département de Kounghoul, pour mettre en exergue la différence d'organisation et de fonctionnement entre les deux types de marchés. Il a également évoqué la question économique, en montrant pour chacun le profit que les acteurs tirent de ces lieux et leurs contributions dans le développement de la collectivité locale.

Ndèye Marième Ndiaye fait son prolongement en montrant dans son mémoire de Maîtrise<sup>22</sup>, l'impact socioéconomique des marchés hebdomadaires sur la population des Parcelles Assainies tout en évoquant leurs impacts négatifs sur la ville et l'environnement. Elle affirme que ces marchés hebdomadaires souffrent de problèmes d'hygiène, d'espace et de circulation.

M. Cheikh Ndong<sup>23</sup>, a montré la place qu'occupent les marchés hebdomadaires dans le développement du département de Fatick. Il a surtout insisté sur leurs effets (positifs et négatifs) et sur les différentes activités qui occupent le milieu rural, à savoir : l'agriculture et l'élevage. L'accent est aussi mis sur l'organisation sociale, sur son rôle dans les relations ville-campagne et sur les stratégies à adopter pour un développement durable. Mais il n'a pas mis l'accent sur l'aspect économique. Il s'est plutôt intéressé au rapport entre le marché et développement du département. Or, cela ne permet pas de mesurer véritablement la portée de l'impact de ces

---

<sup>20</sup> Mame Birame Ndiaye. *Liaisons ville-campagne : influence sur le fonctionnement des marchés hebdomadaires dans le département de Fatick*. Mémoire de Maîtrise en Géographie. UCAD, Dakar, 1996.

<sup>21</sup> Mamadou Cheikhou Diallo. *Les marchés hebdomadaires dans le nouveau département de KOUNGHEUL : Impacts socioéconomiques*. Mémoire de maîtrise en Géographie. UCAD, Dakar, 2009-2010.

<sup>22</sup> Ndèye Marième Ndiaye. *Prolifération des marchés hebdomadaires dans la ville de Dakar : Impacts socioéconomiques et environnementaux : Cas de la commune d'arrondissement des Parcelles Assainies*. Mémoire de maîtrise en Géographie. UCAD, Dakar, 2009-2010.

<sup>23</sup> M. Cheikh Ndong. *La place des marchés hebdomadaires ruraux dans le développement du département de Fatick*. Mémoire de Master en Géographie. UCAD, Dakar, 2010-2011.

espaces d'échanges sur la vie socioéconomique des populations et même de la collectivité locale.

Ibrahima Sidy Badji<sup>24</sup>, lui, évoque cette question économique en montrant l'importance du commerce qui s'effectue dans les marchés hebdomadaires dakarois. Il soutient l'idée selon laquelle, même si ce commerce est informel, il est quand même porteur d'espoir pour toutes les populations dans la mesure où il est générateur de revenus qui permettent d'assurer, au moins, la survie des acteurs. Dans son cas, il s'est trop focalisé sur l'aspect économique même s'il a évoqué de façon brève leur montée en puissance et quelques problèmes qu'ils génèrent.

A l'image de nos prédécesseurs qui se sont focalisés sur l'origine des marchés au Sénégal, l'aspect relationnel, l'aspect économique, les problèmes d'hygiène, d'organisation et d'insalubrité, nous nous intéresserons, à la destination de l'argent généré par le marché, en cherchant à démontrer les réalisations qu'il a permises à l'autorité et aux populations de faire. Les relations qu'il a tissées entre les différentes populations de la zone seront également étudiées. Les questions liées à l'organisation, à la fréquentation et aux problèmes dont le marché hebdomadaire souffre seront étudiées brièvement, car le marché hebdomadaire de Yarang n'a jusqu'ici connu aucune étude.

### **3.2 : Définition des concepts**

Ces tentatives de définitions permettront aux lecteurs de savoir de quoi il est question ici. Elles concernent les mots clés du sujet et quelques mots et expressions utilisés dans le travail, comme : développement, décentralisation et acteur.

#### **3.2.1. Marché hebdomadaire**

Le marché est défini par Loukimane Camara comme « un lieu physique où des biens sont échangés entre eux ou contre de la monnaie. »<sup>25</sup> L'adjectif hebdomadaire (qui revient chaque semaine) est associé au nom marché (marché hebdomadaire), communément appelé *louma* par

---

<sup>24</sup> Ibrahima Sidy Badji. *Les marchés hebdomadaires urbains : Importance socioéconomique et organisation spatiale dans la ville de Dakar*. Mémoire de maîtrise en Géographie. UCAD, Dakar, 2004-2005.

<sup>25</sup> Loukimane Camara. *Marchés, gouvernance et pauvreté : Le cas de la Côte d'Ivoire*. Paris : Harmattan, 2013, p.74.



les langues locales, pour désigner sa différence avec le marché permanent qui se tient tous les jours<sup>26</sup>.

### 3.2.2. Apport

Selon *le Petit Robert 2014*<sup>27</sup>, l'apport « est une contribution positive de quelqu'un ou quelque chose. » Le terme renvoie donc ici à toute contribution du marché sur le plan économique (les taxes par jour de marché qui augmentent les recettes de la collectivité locale et qui lui permettent de faciliter la résolution de ses problèmes et les revenus que les populations y obtiennent et qui assurent leur survie) et social (les relations au niveau national et sous régional qu'il engendre), selon la position géographique du marché. Néanmoins, l'apport peut être négatif selon la position de la personne enquêtée.

### 3.2.3. Acteur

Selon toujours *le Petit Robert 2014*, l'acteur « est une personne qui intervient dans un domaine ». Donc, les marchands, les acheteurs, les prestataires de service et les autorités locales sont des acteurs du marché hebdomadaire de Yarang Balante par leur intervention dans ce milieu d'échanges.

### 3.2.4. Développement

Le dictionnaire, *Le Grand Larousse Illustré 2015*, définit le développement, sous l'angle économique, comme « une transformation économique et sociale d'un pays induite par son taux de croissance. »<sup>28</sup> Jacques Lévy et Michel Lussault le définissent sous l'approche géographique, comme « un accroissement des richesses associées à l'amélioration des conditions de vie des populations sur un territoire. »<sup>29</sup> Nous pouvons donc définir le développement comme étant une amélioration des conditions de vie d'une société donnée, sur le plan économique et social.

Ce terme, associé à l'adjectif Local (développement local), vient déterminer l'espace sur lequel doivent reposer les initiatives de développement. Pour le définir, nous allons faire recours à trois ouvrages. Selon Christiane Longhi et Jacques Spindler, le développement local est « [...] un processus de développement reposant sur une démarche de mobilisation des acteurs d'une

---

<sup>26</sup>Jadis, les « *louma* » se tenaient, pour la plupart, par mois ou par saison, selon l'activité d'échange à mener. Actuellement, leur tenue est devenue régulièrement hebdomadaire, qu'on ne parle plus de marchés périodiques.

<sup>27</sup>Paul Robert. *Le Petit Robert 2014*. Paris : Normandie Roto Impression, 2013.

<sup>28</sup>Patricia Maire et Anne Françoise Robinson. *Le grand Larousse Illustré 2015*. Italie : Canal Turin, 2014.

<sup>29</sup>Jacques Lévy et Michel Lussault. *Dictionnaire de la géographie et de l'Espace des sociétés*. Paris : Edition l'Harmattan, 2003, p. 285.

zone géographique donnée désireux de prendre en charge leur avenir autour de projets autonomes. »<sup>30</sup> Pour Gilbert Toppe, le développement local, aussi appelé

« Développement à la base » ou « développement par le bas », repose sur un territoire de solidarité entre habitants et sur un projet collectif sur le long terme dans cet espace. Il repose également sur une démocratie participative et une gouvernance décentralisée à travers l'entrée de la société civile dans les instances de proposition et de décision du territoire.<sup>31</sup>

Pour Djibril Diop, il « est un processus par lequel les initiatives entreprises par un ou plusieurs acteurs institutionnels ou non, pour la valorisation, sociale, culturelle, mais surtout économique d'un territoire en vue d'améliorer les conditions d'existence de sa population. »<sup>32</sup>

A la suite de ces propositions de définitions, nous constatons que trois aspects se recourent : la mobilisation des populations locales dans des projets communs de développement, les ressources naturelles de la localité en question et la participation de la société civile à la proposition et à la prise de décisions sur le sort de la collectivité locale. Nous pouvons définir le développement local comme un processus qui permet aux acteurs locaux de bénéficier des ressources du territoire tout en restant au centre des projets et actions, par la participation à la proposition et à la prise de décisions qui concernent leur localité.

### 3.2.5. Décentralisation

Selon Gilbert Toppe, la décentralisation « consiste en un transfert de pouvoirs de l'Etat vers une personne morale de droit public distincte de lui. Cette dernière dispose d'une autonomie plus ou moins grande, selon le degré de décentralisation, d'un budget propre, et reste sous le contrôle ou le suivi de l'Etat, autorité de tutelle. »<sup>33</sup> Pour Pierre Bodineau et Michel Verpeaux, la décentralisation,

consiste à créer ou à reconnaître l'existence de collectivités distinctes de l'Etat sur le plan juridique. Elles bénéficient ainsi de la personnalité morale et sont titulaires de droits et d'obligations, au même titre que les personnes physiques. La personnalité morale ne suffit sans doute pas à définir la décentralisation mais elle constitue une rupture juridique et politique importante par rapport à la

---

<sup>30</sup> Christiane Longhi et Jacques Spindler. *Le développement local*. Paris : Librairie générale de droit et de jurisprudence, 2000, p.3.

<sup>31</sup> Gilbert Toppe. *L'union africaine et le développement de l'Afrique*. Paris : l'Harmattan, 2010, p. 112.

<sup>32</sup> Djibril Diop. *Décentralisation et gouvernance locale au Sénégal : Quelle pertinence pour le développement local ?* Paris : l'Harmattan, 2006, p. 140.

<sup>33</sup> Gilbert Toppe. *Ibid.*, p.113.

déconcentration, car la collectivité cesse d'être une simple circonscription administrative de l'Etat pour devenir une entité relativement autonome.<sup>34</sup>

Partant de leurs définitions, nous pouvons concevoir la décentralisation comme le transfert d'un pouvoir de décision de l'Etat central (pouvoir exécutif) à une circonscription territoriale (collectivité locale), qui permet à cette dernière d'être plus ou moins autonome dans la prise de décisions sur la gestion des ressources (humaines et naturelles) de sa localité, tout en restant sous le contrôle du premier. La décentralisation est, cependant, à distinguer de la déconcentration qui relève de l'organisation administrative des Etats. Selon Pierre Bodineau et Michel Verpeaux, la déconcentration « consiste, pour une autorité administrative, à déléguer à une autre autorité placée sous ses ordres, le pouvoir de décider à sa place. Il s'agit donc d'une délégation de pouvoir ou de compétences d'une autorité supérieure à une autorité hiérarchiquement subordonnée qu'elle contrôle étroitement. »<sup>35</sup> Ce terme fait référence, tout simplement, à la nomination, par l'autorité de la hiérarchie supérieure, d'un représentant à la hiérarchie inférieure qui aura comme fonction de décider à sa place et de remonter l'information de sa hiérarchie à celle supérieure, tout en respectant à la lettre les instructions de celle-ci. Dans le souci de ne pas avoir une tâche lourde dans la prise de décision et l'exploitation des ressources du pays, qui le conduirait à l'échec et à la confusion totale, l'Etat du Sénégal a décidé de créer les autorités locales déconcentrées. Selon Charles Debbasch, Jacques Bourdon, Jean-Marie Pontier et al.,

[...] l'Etat est purement centralisé ; il est centralisé et concentré : toutes les décisions concernant l'ensemble du territoire sont prises par le pouvoir central, qui siège habituellement à la capitale. Cette forme d'organisation est très théorique : un tel Etat serait très rapidement engorgé et paralysé par le nombre et l'importance des dossiers à traiter, et mourrait d'apoplexie.<sup>36</sup>

Le Sénégal a opté pour une politique de décentralisation progressive et prudente (gestion de proximité) depuis son accession à la souveraineté internationale. Le principe général qui inspire la réforme de 1996, « [...] se résume en deux mots : liberté et proximité. Des autorités décentralisées et proches des citoyens, libres de leurs décisions. Des représentants de l'Etat sur le terrain, dotés de pouvoirs déconcentrés, un contrôle adapté et rapproché. »<sup>37</sup> Les premières

---

<sup>34</sup> Pierre Bodineau et Michel Verpeaux. *Histoire de la décentralisation*. Paris : Presses Universitaires de France, 1993, p. 4.

<sup>35</sup> Ibid., p.3-4.

<sup>36</sup> Charles Debbasch, Jacques Bourdon, Jean-Marie Pontier et al. *Droit constitutionnel et Institutions Politiques*. Paris : ECONOMICA, 2001, p.34.

<sup>37</sup> Ministère de l'intérieur du Sénégal. *Recueil de textes de la décentralisation*. Dakar, février 1997, p.2.

sont libres de décider, mais l'Etat déconcentré est là pour contrôler le respect des plans de conduites et de la réglementation. Par conséquent, on ne peut pas parler de décentralisation sans déconcentration puisque ces deux termes se complètent. Aussi bien la décentralisation que la déconcentration agissent dans le sens du développement local.

## **CHAPITRE 2 : CADRE METHODOLOGIQUE**

La méthodologie est un ensemble de stratégies qui nous aide à organiser la recherche pour obtenir certains résultats indubitables et vérifiables. Il est donc question, dans ce chapitre, de présenter la méthode que nous avons utilisée pour réaliser ce travail, de la recherche documentaire au traitement de données en passant par les enquêtes de terrain. Ainsi, cette présentation de la méthodologie utilisée s'articule autour de trois phases : la visite exploratoire, la recherche documentaire et la collecte des données. Cependant, les difficultés rencontrées ainsi que les stratégies qui nous ont permis de les contourner sont à signaler afin que les futurs chercheurs puissent en bénéficier.

### **1. Techniques et outils de collecte et de traitement des données**

#### **1.1. Techniques et outils de collecte**

##### **1.1.1. L'enquête exploratoire**

Ne connaissant pas notre cadre d'étude, nous avons effectué durant la deuxième quinzaine du mois d'août 2017 une visite préliminaire pour nous entretenir avec quelques acteurs et personnes ressources afin d'avoir un aperçu global de la zone d'étude.

Lors de cette visite, nous avons eu des entretiens avec :

- le premier adjoint au maire de la commune, qui est le premier responsable du marché ;
- l'Imam de Yarang (notable) ;
- deux (02) marchands (acteurs) ;
- deux (02) clients (acteurs) ;
- un (01) collecteur.

A l'issue de cette visite, nous avons pu avoir une idée sur l'historique du marché, les échanges qui s'y font, la situation que vivait la population avant la création de celui-ci et surtout le nombre de jours du marché<sup>38</sup>. Elle nous a également permis, par l'observation, de constater

---

<sup>38</sup> Le jour officiel de tenue du marché est le mercredi. Mais dès le lundi soir, les produits, surtout halieutiques, venus des zones comme Kafountine, Abéné, etc. commencent à arriver. Le mardi matin, ils sont revendus aux clients revendeurs qui, à leur tour, partent les revendre au niveau de leurs villages respectifs.

l'organisation des produits qui se fait par catégorie et la foule composée de centaines de Bissau-Guinéens que le marché attire.

### **1.1.2. La recherche documentaire**

Elle s'est déroulée entre le mois de janvier et le début du mois d'octobre 2017 et son objectif était d'avoir à travers la lecture un aperçu sur les thématiques qui traitent de notre sujet. Ainsi, la bibliothèque de l'UASZ n'ayant pas une documentation suffisante qui traite de notre thème, nous avons été amené à visiter d'autres centres de documentation, tels que :

- la bibliothèque centrale de l'UCAD ;
- la bibliothèque de l'IFAN de Dakar ;
- la bibliothèque de la Maison des Citoyens de la CEDEAO.

Nous avons pu lire dans ces centres de documentation des ouvrages généraux et spécifiques, des mémoires de master, des thèses de doctorat, des documents administratifs officiels, des revues et des articles qui traitent, de notre thème. Ces documents renseignent, entre autres, sur la participation des marchés hebdomadaires dans le développement local, sur les problèmes qu'ils rencontrent, sur les problèmes qu'ils génèrent aussi, sur leur importance dans la vie socioéconomique des acteurs, sur le développement local, sur la décentralisation, sur la déconcentration, etc.

En plus de ces quatre bibliothèques, certains services administratifs de Sédhiou tels que l'ARD, le Trésor, l'ANSD et la chambre de commerce, ont été visités dans le cadre de la recherche d'informations sur la commune. Ces visites nous ont permis d'obtenir le PDD<sup>39</sup> du département de Goudomp, des informations sur le marché hebdomadaire et sur la population de ladite commune, etc. Les informations manquantes ont été complétées par l'internet.

Malgré nos recherches dans les centres de documentations et les visites dans les services administratifs, nous n'avons pas pu obtenir toute la documentation souhaitée, car notre thème n'a pas été assez abordé dans les ouvrages consultés. C'est pourquoi nous avons mis l'accent sur les différents mémoires qui ont eu à traiter du thème, pour faire la revue critique de la littérature.

---

<sup>39</sup> Le choix est porté sur le PDD (Plan de Développement Départemental) du département de Goudomp du fait que le PDC (Plan de Développement Communal) de la commune de Yarang Balante est toujours en élaboration.

### **1.1.3. La collecte des données de terrain**

La collecte des données de terrain s'est déroulée du 25 août au 23 septembre 2018. Nous avons privilégié la technique de l'enquête par questionnaire et les entretiens (approche mixte) afin de pouvoir recueillir le maximum de données quantitatives et qualitatives susceptibles de répondre à nos préoccupations.

Pour la collecte de données quantitatives, nous avons confectionné deux questionnaires, contenant un ensemble de questions (directes, ouvertes et d'opinions) qui nous ont permis non seulement d'avoir des données quantifiables et de faire des analyses et interprétations des faits, mais aussi de pouvoir confirmer ou infirmer nos hypothèses. Ces questions ont comme cibles : les vendeurs, les clients et les chefs de ménage, et portent sur l'identification sociologique, les avantages du marché hebdomadaire, son impact socioéconomique, ses problèmes, etc.

En ce qui concerne le guide d'entretien, il a pour but de faire ressortir les réponses qualitatives, par l'entrevue. De ce fait, des thèmes de discussion (entretien semi-directif) sont adressés aux élus locaux, aux notables du village de Yarang Balante, aux collecteurs et aux prestataires de services. Ils portent sur : l'identification, l'origine du marché hebdomadaire, son mode de fonctionnement, son organisation et sa gestion, ses avantages et inconvénients, les projets à entreprendre pour son bon fonctionnement, sa participation au développement de la localité, etc. Cependant, le guide d'entretien varie en fonction de la cible. Il faut aussi préciser que lors des entretiens, nous avons utilisé notre portable pour enregistrer et prendre des photos illustratives.

## **1.2. Les outils de traitement des données**

Le traitement des données empiriques est assuré par les logiciels tels que :

- Word 2013 : Le Word 2013 nous a permis de réaliser les tableaux et de faire le traitement de texte, c'est-à-dire la saisie et toutes les règles qui en découlent;
- Excel et Sphinx : Excel est utilisé pour la réalisation des graphiques tandis que Sphinx pour la confection des questionnaires, le recueil des données et leur analyse et interprétation. Sphinx nous a permis d'avoir pour chaque question, d'un seul coup, les fréquences des réponses des enquêtés et cela nous a facilité la tâche des calculs ;
- la réalisation de la carte de la commune et la photo d'identification de la position du marché dans le village de Yarang Balante, est assurée par un camarade étudiant en géographe qui dispose de logiciels adéquats.

## **2. Délimitation du cadre d'étude et échantillonnage**

### **2.1. Délimitation du cadre d'étude**

Notre recherche porte sur la commune de Yarang Balante. Pour cela, nous ne nous sommes intéressé qu'au marché hebdomadaire et à la population de la commune. Les acteurs sont, cependant, interrogés dans différents endroits, selon leurs disponibilités. Ces endroits sont précisés ci-dessous :

- **Les acteurs directs**

Les acteurs directs (marchands et clients) qui nous ont parlé des apports du marché hebdomadaire dans leur vie socioéconomique, sont interrogés au marché hebdomadaire les jours de tenue du marché (mardi et mercredi). Ils sont interrogés de 08 heures jusqu'à la fermeture du marché, aux environs de 13 heures et 30 minutes.

- **Les acteurs indirects**

Pour les acteurs indirects (prestataires de service : les transporteurs, les restaurateurs, les réparateurs de vélos et de motos, etc.), nous les avons interrogés en groupe (*focus-group*) pour qu'ils nous parlent de l'influence du marché dans leurs activités. L'interrogation se faisait aux environs de 13-14 heures, les jours de marché, juste après la clôture.

Pour garantir la fiabilité des informations, nous avons réalisé ce travail à deux (notre ami et nous). Il nous aidait à identifier, au moment de l'interrogation, le leader du groupe et à veiller à ce que son comportement (soit par un geste ou un signe quelconque) n'ait pas d'influence sur les réponses que ses camarades communiquaient.

- **Les Ménages**

Ils sont interrogés pour recueillir leurs avis sur le marché en termes d'apports dans leur vie socioéconomique, mais également s'il y'a des populations qui ne le fréquentent pas, ils nous expliquent les raisons. Ils sont interrogés hors du marché, dans leurs villages respectifs, les jours où le marché ne se tient pas (lundi, jeudi, vendredi, samedi et dimanche).

- **Le premier adjoint au Maire**

Le premier adjoint au maire nous a donné des informations sur l'entretien du marché hebdomadaire, sur les infrastructures réalisées grâce aux recettes issues de ce marché hebdomadaire, les projets mis en place et en cours pour son bon fonctionnement, etc. Il est interrogé dans son bureau à la Mairie, le 27 août 2018 à 10 heures.



- **Le Secrétaire Municipal**

Le Secrétaire a été interrogé le 31 août 2018 à 10 heures dans son bureau, à la Mairie. Il nous a fourni des informations relatives au compte administratif qui nous a permis de déterminer la part des recettes du marché dans le budget et dans les ressources propres de la collectivité locale.

- **Les collecteurs**

Les collecteurs, nous ont parlé de la tâche (la collecte) qui leur est assignée, c'est-à-dire de comment ils l'organisent, des montants qu'ils ont par jour de marché, de comment ils sont perçus par les acteurs (leur réputation), ils sont tous les deux interrogés à la Mairie, dans la salle de délibération, les 27 et 29 août 2018 à 13 heures. Nous avons choisi ces moments et ce lieu pour que les entretiens se fassent convenablement car, avec la collecte, ils n'auraient pas eu le temps de nous écouter attentivement du fait qu'ils allaient être en permanente mobilité.

- **Les notables**

Les notables nous ont fourni des informations sur l'historique du marché hebdomadaire, c'est-à-dire, le contexte dans lequel il a été créé. Ils sont interrogés chez eux, puisque les informations qu'ils détiennent n'ont rien à voir avec les activités du marché hebdomadaire. L'un (Imam du village) est interrogé le 14 septembre 2018 à 10 heures et l'autre (Chef du village) à la même date mais aux environs de 19 heures.

## **2.2. Echantillonnage**

Vu le grand nombre d'acteurs qui ne peuvent pas tous être interrogés, des échantillons représentatifs sont constitués. Selon Etanislav Ngodi, « l'originalité du travail n'est pas seulement dans la collecte de nouvelles données, mais aussi dans le choix et la taille de l'échantillon. »<sup>40</sup> L'échantillonnage est aussi une étape à ne pas négliger, si l'on veut garantir la fiabilité des données. L'importance de la population doit rimer avec la taille de l'échantillon, « plus la population est importante, plus on a besoin d'un échantillon de plus grande taille »<sup>41</sup>. Mais, pour le cas de notre étude, il serait difficile de déterminer la population mère des clients du fait que le marché est un lieu de rencontre dont la fréquentation varie d'un jour de marché à un autre. L'autre aspect est qu'il n'y a pas une base de données qui donne un nombre minimum de clients qui le fréquentent par jour de marché. Par conséquent, on peut se retrouver avec une

---

<sup>40</sup> Etanislav Ngodi. *Gestion des espaces publics au Congo-Brazzaville : Le cas du parking*. Dakar : Imprimerie graphie plus, 2011, p.43.

<sup>41</sup> Jean Amédé Diatta et Denis Assane Diouf. *Le mémoire : Méthodologie de recherche, Normes et techniques de rédaction, conseils pour la soutenance*. Ziguinchor : Imprimerie de Néma, 2013, p.30.

population de milliers d'individus. Cependant, Jean Amédé Diatta et Denis Assane Diouf mentionnent dans leur ouvrage qu'« une fois qu'on a atteint un certain niveau, une augmentation de la population n'a plus d'influence sur la taille de l'échantillon. »<sup>42</sup> Nous avons, à cet effet, administré nos questionnaires tous les jours de marché pendant un mois pour interroger le maximum possible d'individus. L'interrogation des individus s'est, cependant, faite avec différentes techniques d'échantillonnage, selon les populations à enquêter et le type de réponses voulues.

En ce qui concerne les enquêtes quantitatives, la technique d'échantillonnage utilisée est celle probabiliste.

- Pour les marchands, nous en avons recensé 375<sup>43</sup>; 75 parmi eux sont interrogés au hasard, soit une représentation de 20% de la population mère.
- Pour les clients au marché, la population est indéfinie, du fait que les gens viennent de partout et ils ne sont pas enregistrés. Il est donc difficile pour nous de définir cette population. A cet effet, nous avons décidé d'interroger des clients au hasard, avec au minimum 22 individus par jour de marché<sup>44</sup>, pendant quatre (04) semaines, soit 88 individus interrogés à la fin de l'enquête.
- Pour les ménages, la technique d'échantillonnage utilisée est celle à plusieurs degrés qui consiste à faire le choix dans plusieurs échelons avant d'atteindre la cible. Cela est fait dans la mesure où nous avons un nombre conséquent de villages et que le choix dépend de quelques critères. Sur les quarante-cinq (45) villages que compte la commune, douze (12) ont été choisis pour les enquêtes, soit une représentation de 26,67% de la population mère. Parmi ces douze villages, 20% des ménages sont interrogés. Mais nous posons la question, au préalable, au chef de village sur le nombre de ménages<sup>45</sup>, les différentes ethnies de son village et cela nous a permis de fixer les quotas des ethnies, selon leur dominance. Cette méthode nous a permis de déterminer la fréquence des ethnies de la commune d'autant plus que nous n'avons pas de données relatives aux ethnies<sup>46</sup> de la commune. Le tableau ci-dessous montre les détails sur les ménages enquêtés.

---

<sup>42</sup> Jean Amédé Diatta et Denis Assane Diouf. Op.cit., p.30.

<sup>43</sup> Nous nous sommes référés aux tickets de cent (100F) francs et cinquante (50F) francs, destinés aux commerçants.

<sup>44</sup> Pour avoir les 22 individus par jour, nous avons accordé 15 minutes à chaque enquêté allant de 08 heures à 13 heures 30 minutes soit 05 heures et 30 minutes.

<sup>45</sup> Une enquête venait d'être réalisée sur le nombre de ménages de chaque village de la commune.

<sup>46</sup> Le pourcentage des ethnies que compose la commune est déterminé à partir des chefs de ménage interrogés.

**Tableau 2 : Tableau récapitulatif des ménages enquêtés**

Villages	Nombre de Ménages	Nombre de ménages enquêtés
Boucambra Balante	26	05
Fassane	73	15
Sathioum	114	23
Koussi	18	04
Thianaff	23	05
Limana	50	10
Niacounda	23	05
Kinghate	45	09
Fassada	42	08
Kandiouliane	06	02
Bambato Balante	17	04
Bambato Manding	25	05
Total	462	95

Source : Enquête de terrain, 2018

#### - Le choix des villages

Ces villages, lointains ou proches du village de Yarang, sont choisis pour vérifier s'il y a des populations qui ne fréquentent pas le marché à cause de la distance, de la proximité de certaines communes qui abritent des marchés hebdomadaires ou d'autres raisons qui peuvent être réglées et motiver la fréquentation de ces dernières. Si c'est le cas, on vérifie aussi si ces populations sont privées des retombées du marché. Pour cela, nous avons choisi des villages au hasard dans tous les coins de la commune<sup>47</sup>.

En ce qui concerne l'enquête qualitative, la technique utilisée est celle non probabiliste qui consiste à tirer les individus selon leur responsabilité. Cela n'a été fait que pour les autorités locales, les notables, et les collecteurs qui sont les personnes ressources pouvant nous donner

---

<sup>47</sup> La plupart des villages choisis sont ceux qui sont aux alentours de la Commune de Samine Escalé et à la limite de celle de Yarang. Cela nous a permis de vérifier si la commune de Samine qui abrite un marché hebdomadaire et la distance entre le village de Yarang et certaines localités sont les principales raisons qui font que les populations ne fréquentent pas le marché hebdomadaire de Yarang Balante. Vous verrez la position des villages choisis au niveau de la carte de localisation de la commune.

des informations fiables concernant l’historique du marché, la collecte, les projets à entreprendre pour le marché hebdomadaire, etc. Nous avons interrogé six (06) parmi eux :

- le premier adjoint au maire;
  - le Secrétaire Municipal ;
  - les deux collecteurs ;
  - le Chef du village ;
  - l’Imam du village de Yarang Balante.
- Pour les acteurs des activités connexes du marché hebdomadaire, c’est-à-dire les prestataires de service, nous avons choisi le *focus-group*, qui nous permet de comprendre la participation du marché hebdomadaire dans l’augmentation de leurs recettes, les réalisations faites grâce au marché, etc. Nous en avons recensé 15 charrettes d’âne, 05 charrettes de chevaux, 40 motos Djakarta, 07 ateliers de couture, 29 *tangana*<sup>48</sup>, 2 ateliers de réparation de motos et 2 ateliers de réparation de vélos. Il faut préciser que le *focus-group* est fait par catégorie d’acteurs et sans distinction de genre ni d’âge. Ainsi, le tableau ci-dessous donne le nombre d’individus enquêtés individuellement lors de notre descente de terrain.

**Tableau 3 :** Tableau récapitulatif des individus enquêtés après descente sur terrain

Populations	Population mère	Population à enquêter	Population enquêtée
Commerçants	375	75	69
Clients au marché	-	88	74
Ménages	462	95	95
Autorités locales	-	02	02
Notables	02	02	02
Collecteurs	02	02	02
Total	-	264	244

**Source :** Enquête de terrain 2018

A la fin de l’enquête nous avons enregistré, de la part des marchands comme des clients, respectivement 06 et 14 cas de réticence.

<sup>48</sup> C’est un mot wolof qui signifie lieu de vente de petit déjeuner.

### **3. Difficultés rencontrées et stratégies mises en œuvre**

Au cours de notre recherche, nous nous sommes confronté à quelques difficultés, solutionnées, qui méritent d'être signalées afin que cela soit bénéfique à la communauté scientifique et aux chercheurs qui aimeraient, dans le futur, mener des études sur ce marché. Ces difficultés sont, entre autres :

- **Le manque de temps**

En pleine année universitaire, les cours des trois semestres du master ne nous ont pas permis d'avoir un temps suffisant pour faire des voyages sur Dakar, dans le cadre de la recherche documentaire. Nous étions obligé de nous passer des mois de vacances de 2017 pour visiter les Bibliothèques Universitaires de l'UCAD. Il en est de même pour la collecte des données de terrain, nous ne l'avons faite qu'après les cours des trois (03) semestres du Master, en août-septembre 2018, au moment où les activités du marché baissent fortement à cause de la pluie et d'autres raisons comme : les travaux champêtres, l'état de certaines routes, la baisse significative des produits locaux agricoles, etc. Le manque de temps de certains de nos interrogés (les commerçants) causé par une forte présence des clients qui venaient se procuraient de la marchandise nous a alors poussé à trouver des alternatives. C'est ainsi, que nous avons trouvé comme solution de fixer nos rendez-vous avec eux à partir de 13 heures, heure à laquelle les activités s'arrêtent.

- **Le manque de documents traitant du marché hebdomadaire de Yarang**

Au cours de la recherche, nous n'avons retrouvé aucun document qui parle spécifiquement du marché hebdomadaire de Yarang. Pour palier cela, nous avons fait recours aux entretiens avec des personnes ressources, à l'observation, aux mémoires portant sur d'autres marchés hebdomadaires du pays, puisqu'ils ont presque les mêmes caractéristiques.

- **La réticence**

La réticence de beaucoup d'interrogés est due à une certaine peur d'être pris au piège. Pour eux, nous sommes envoyé par les autorités pour les espionner afin que l'Etat puisse avoir une idée sur ce qu'ils font et envisager une éventuelle augmentation des droits de places ou de taxes de jour de marché. Certains refusaient parce qu'ils considéraient notre enquête comme étant une perte de temps. D'autres nous demandaient une rémunération parce que, pour eux, nous étions envoyé par l'Etat et qu'à la fin de l'enquête nous serions rémunéré. Donc pour qu'ils parlent, il fallait leur donner un peu d'argent.

Il a fallu une longue discussion, pour leur faire comprendre que l'objet de notre enquête s'inscrit dans le cadre de la validation de notre Master. Mais elle pourrait aussi être bénéfique pour eux, du fait que l'Etat se réfère, parfois, aux documents universitaires pour agir dans certains secteurs économiques.

- **Le problème de moyens financiers**

En ce qui concerne les moyens financiers, le retard de la subvention nous a obligé à faire recours aux prêts pour assurer le transport (de Ziguinchor à Yarang pour la visite exploratoire et de Yarang à Dakar pour la recherche documentaire) et la restauration pendant tout notre séjour à Dakar, qui s'élevait, quotidiennement, à environ mille cinq cents francs CFA (1.500F CFA).

Malgré toutes ces difficultés rencontrées, nous avons pu présenter un travail qui n'est pas, certes, parfait mais dans lequel tous nos moyens et énergies sont déployés pour acquérir des résultats fiables, afin de permettre aux lecteurs et chercheurs d'avoir un aperçu sur les apports du marché hebdomadaire dans le développement de la commune de Yarang Balante, voire des communes environnantes et des pays frontaliers.

## **Conclusion partielle**

Notre première partie a traité deux éléments fondamentaux, il s'agit des cadres théorique et méthodologique. Le cadre théorique nous a permis d'avoir un aperçu sur la littérature qui concerne les marchés hebdomadaires. La méthodologie, quant à elle, a présenté l'approche que nous avons adoptée pour atteindre nos objectifs de recherche. Nous avons choisi, pour ce chapitre méthodologique, de faire une étude mixte (approche quantitative et qualitative), afin de faire jaillir l'ensemble des questions qui nous préoccupent. La partie suivante présentera, de façon générale, la commune et le marché hebdomadaire de Yarang.

**DEUXIEME PARTIE : PRESENTATIONS DE  
LA COMMUNE ET DU MARCHE  
HEBDOMADAIRE DE YARANG BALANTE**

Dans cette partie, il est question de présenter notre cadre d'étude : la commune dans son ensemble et le marché hebdomadaire. Le chapitre 1 présente la commune de Yarang Balante, c'est-à-dire le cadre physique, le cadre humain et les activités économiques de la commune. Le chapitre 2 est consacré à la présentation du marché hebdomadaire, de ses acteurs et leurs activités ainsi que de ses inconvénients sur les plans économique, social et environnemental.



# **CHAPITRE 1 : PRESENTATION DE LA COMMUNE DE YARANG BALANTE**

Ce chapitre traitera de la situation géographique de la commune, de son relief, de son climat, de sa population, c'est-à-dire, de son évolution, de sa composition ethnique, etc. Il présente aussi des activités de la commune qui permettent d'assurer, en quelque sorte, la pérennisation du marché hebdomadaire. Cela permettra d'avoir une idée sur les caractéristiques physiques et humaines ainsi que les activités économiques dominantes de la commune.

## **1. Le cadre physique**

### **1.1. Situation géographique**

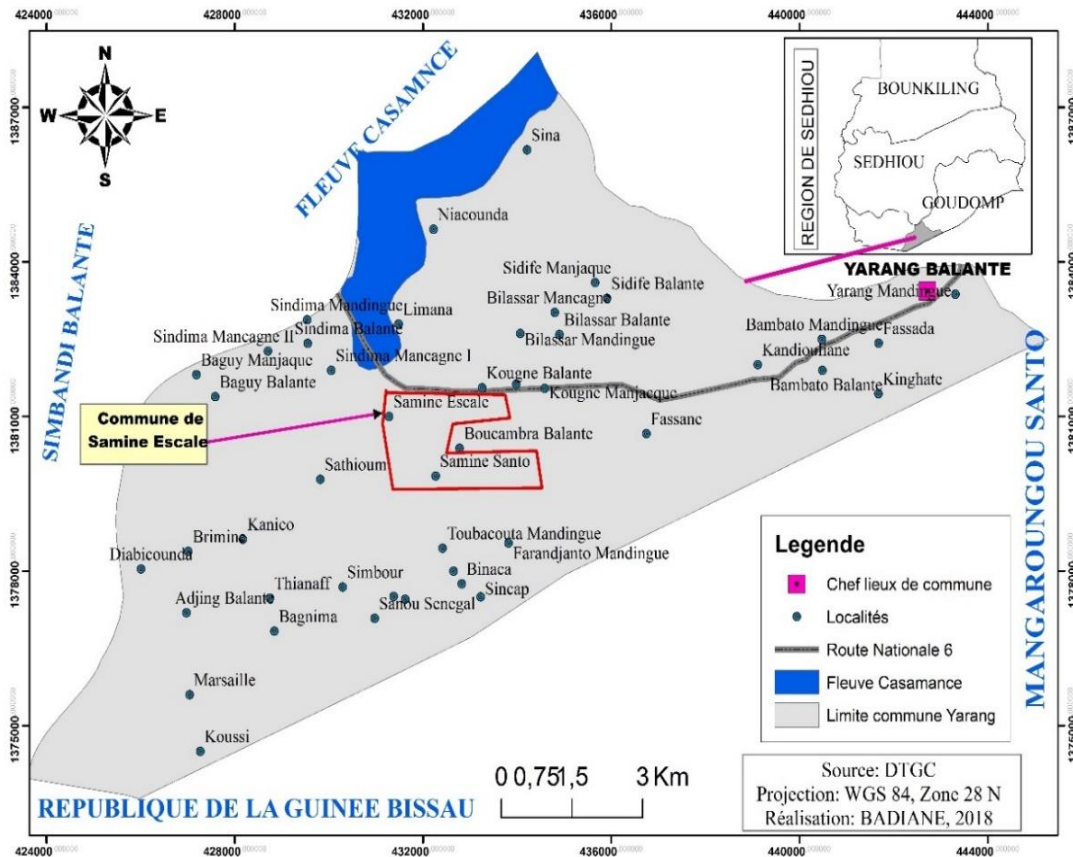
La commune de Yarang Balante est située dans la Région de Sédhiou, le Département de Goudomp et l'Arrondissement de Djibanar. Sa superficie est de 207<sup>49</sup> km<sup>2</sup>, avec un peuplement de 70,15<sup>50</sup> habitants au km<sup>2</sup>. Elle est limitée à l'Est par la commune de Mangarounghou Santo, à l'Ouest par la commune de Simbandi Balante, au Nord par le fleuve Casamance et au Sud par la République de la Guinée-Bissau. La commune de Yarang Balante est composée de quarante-cinq (45) villages. Il faut préciser que la commune de Samine Escalé est enclavée dans Yarang Balante. Vous avez ci-dessous la carte de la commune.

---

<sup>49</sup> Les données sont tirées de la Direction des Travaux Géographiques et Cartographiques de 2009.

<sup>50</sup> Le nombre d'habitant au kilomètre carré est calculé sur la base des estimations de la population de 2018 qui est de 14.523 habitants.

**Carte 1 : Carte de localisation de la Commune de Yarang Balante**



**Source :** Données *shace file* de la commune de Yarang Balante

## 1.2. Les sols

La commune de Yarang Balante est caractérisée par une variété de sols ; Nous avons cinq (05) types de sols : les sols « Deck », les sols « Dior », les sols « bas-fonds », les sols « Deck-Dior » et les sols « salés »<sup>51</sup>. Cette diversité des sols, excepté ceux salés, favorise une diversité des cultures.

## 1.3. Le climat

Le climat de la commune est de type sahélien tropical. Il est caractérisé par une saison sèche et une saison des pluies et sa température varie entre 24° Celsius au mois de janvier et 35° Celsius au mois d'avril<sup>52</sup>. La présence de trois vents (l'harmattan, l'alizé et la mousson) y est notée. Ce qu'il faut retenir c'est que ce climat est favorable aux activités de l'agriculture.

<sup>51</sup> Rapport final du PDD de Goudomp, 2016. p.14.

<sup>52</sup> Ibid., p.14.

#### **1.4. L'hydrologie**

L'hydrologie de la commune est composée de puits traditionnels, de puits modernes et quelques rares cours d'eau (mares et marigots). Les puits traditionnels sont beaucoup plus nombreux et sont présents dans tous les villages de la commune. Les puits modernes sont ceux busés, ils fournissent une eau de meilleure qualité par rapport à ceux traditionnels. Cependant la quasi-totalité de ces puits restent à ciel ouvert et c'est ce qui impacte négativement sur la qualité de leurs eaux. Pendant la saison sèche, une disparition des cours d'eau y est notée.

#### **1.5. La végétation**

La végétation est, quant à elle, composée d'une très grande variété d'espèces. On y rencontre le Caillédra (*Khaya senegalensis*), le santan (*Daniella Oliveri*), le dimb (*Cordia pinnata*), le néré (*Parkia biglobosa*), le venne (*Ptérocarpus erinaceus*), le baobab (*Adansonia digitata*), le Kaad (*Ferdherbia albida*), le fromager (*Bombax costatum*). On retrouve des palmiers à huile (*Elaeis guineensis*) dans les vallées et les palétuviers du genre *Avicennia*<sup>53</sup> dans les belons. La diversité des espèces végétales favorise donc la pratique de la cueillette dans la commune.

#### **1.6. La faune**

Les animaux les plus fréquents sont les mammifères (lièvres, phacochères, antilopes, gazelles, singes, etc.). On y note aussi la présence des reptiles et des pélicans et autres bécassines et avocettes et des reptiles. Cependant, ces espèces animales sont en train de disparaître à cause de la perturbation de l'écosystème.

### **2. Le cadre humain**

#### **2.1. Evolutions de la population**

La population de la commune de Yarang Balante est estimée à 14.523 habitants en 2018<sup>54</sup>, soit 7,88%<sup>55</sup> de la population du département de Goudomp. L'effectif de la population est passé de 12.305 habitants en 2013 à 14.523 habitants en 2018. En effet, les données des projections démographiques de 2013, ont montré une évolution annuelle de 0,01 à 0,02% dans les taux d'accroissement de 2013 à 2018. Cette évolution est précisée dans le tableau ci-après.

---

<sup>53</sup> Les noms de ces plantes sont tirés du PDD de Goudomp. Op.cit., p.15.

<sup>54</sup> [www.ansd.sn](http://www.ansd.sn): projections démographiques 2013-2025 de l'ANSD.

<sup>55</sup> Résultat du calcul de la valeur relative de la population de Yarang Balante en 2018 sur la base de la population totale du département de Goudomp qui est de 184.234 habitants.

**Tableau 4 :** Evolution de la population de Yarang entre 2013 et 2018

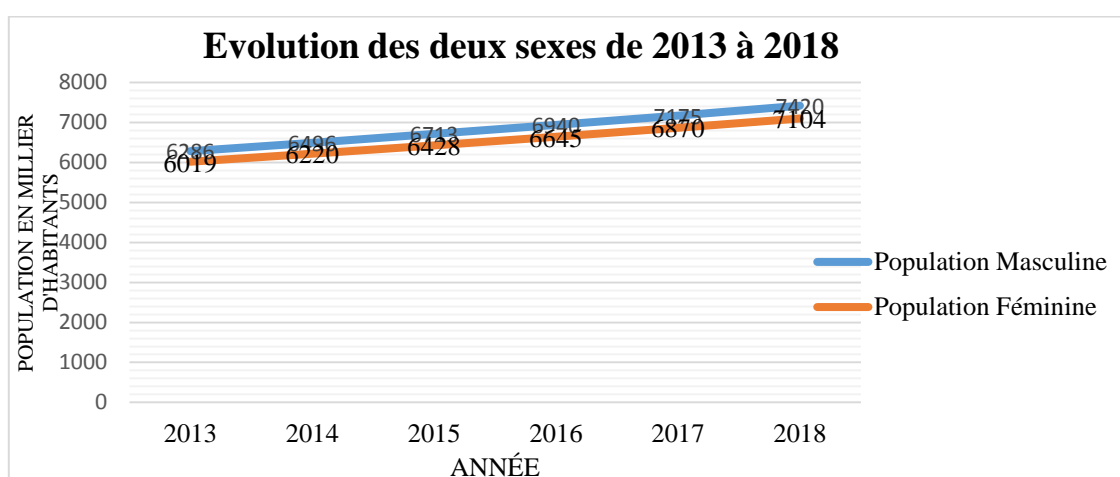
Désignation/ Année	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Population	12.305	12.715	13.141	13.584	14.044	14.523
Taux de croissance en %	-	3,22	3,24	3,26	3,27	3,29

**Source :** ANSD, données des projections démographiques de 2013-2025

## 2.2. Evolution des deux sexes

Dans l'ensemble, la population masculine est plus importante, aussi bien dans la commune, qu'au niveau départemental. En effet, l'écart entre les deux sexes est de quelques centaines de personnes par an. Le graphique ci-dessous donne plus de détails sur cet écart.

**Figure 1 :** Evolution des deux sexes de la population de la commune de Yarang Balante de 2013 à 2018



**Source :** ANSD, données des projections démographiques de 2013-2025

Cependant, il faut noter que c'est la population féminine qui domine sur le plan national. Pour l'année 2018, par exemple, les femmes sont majoritaires dans presque toutes les régions du Sénégal (Dakar, Diourbel, Fatick, Kafrine, Kaolack, Louga, Saint-Louis et Matam)<sup>56</sup>.

## 2.3. La composition ethnique

La commune de Yarang Balante est composée de plusieurs ethnies. On y trouve des Balantes, des Peulhs, des Mandings, des Diolas, des Manjacks, etc. Toutefois, l'implantation de certaines

<sup>56</sup> Les données justificatives peuvent être consultées au niveau du tableau des projections démographiques 2013-2025 de l'ANSD, disponible sur : [www.ansd.sn](http://www.ansd.sn).

ethnies est due à la création du marché hebdomadaire. Mais, les groupes dominants sont entre autres, les Balantes, les Peulhs et les Mandingues, qui existaient avant même la création du marché hebdomadaire. La présence des Wolofs dans la commune est due en grande partie au marché hebdomadaire. Les données issues de notre enquête sur les ménages révèlent, comme indiqué dans le tableau ci-dessous, plus de détails sur la composition ethnique de la commune.

**Tableau 5** : Les ethnies de la commune de Yarang Balante

Quelle est votre ethnie ?		
Diola	01	1,05%
Peulh	09	09,47%
Balante	41	43,15%
Manding	31	32,63%
Manjack	08	08,43%
Mancagne	03	03,16%
Autre	02	02,11%
Total	95	100%

**Source** : Enquête de terrain sur les ménages, 2018

### **3. Les activités économiques de la commune**

#### **3.1. L'agriculture**

L'agriculture est la principale activité génératrice de revenus des populations de la commune. On y pratique l'agriculture pluviale (grandes cultures et la riziculture) qui dépend entièrement de la pluviométrie, et l'arboriculture fruitière qui y est développée grâce à la disponibilité des terres constituées en majorité de sols Deck et Deck-Dior. Les principales spéculations pour ces deux types d'agriculture sont : l'arachide (qui constitue la principale culture commerciale), le mil, le sorgho, le riz, le maïs et l'anacardier, le manguiier, le citronnier, etc.

#### **3.2. L'élevage**

L'élevage est pratiqué dans la commune de Yarang Balante par tout le monde (hommes et femmes) et les espèces élevées sont, entre autres, le bovin, le caprin, l'ovin et la volaille. Pendant la saison des pluies, le pâturage existe en abondance et l'eau pour l'abreuvement du cheptel ne pose pas de problème du fait de l'existence des mares naturelles. Par contre, en saison sèche, avec la disparition de ces dernières et du pâturage, les populations éprouvent d'énormes

difficultés pour abreuver et nourrir leurs bêtes et sont obligées de se rabattre sur les puits et les espaces après culture.

Cependant, ce qu'il faut noter c'est que l'élevage reste traditionnel dans la commune et est utilisé en général pour régler des urgences. Le bétail est vendu pour assurer l'alimentation durant la période de soudure ou pour assurer les frais médicaux.

### **3.3. La pêche**

La commune est limitée au Nord par le fleuve Casamance, ce qui favorise le développement des activités halieutiques. La pêche de crevette et celle de poisson y est fortement notée et est de caractère traditionnel. En effet, l'activité englobe de pêcheurs nationaux et étrangers venus de la sous-région, surtout du Mali. Selon les statistiques au niveau régional, près de 60%<sup>57</sup> (2288) des pêcheurs dénombrés dans le Département de Goudomp sont des étrangers.

### **3.4. L'artisanat**

L'artisanat est aussi un secteur d'activité qui se développe dans la commune de Yarang Balante. On note un essor important de l'artisanat de production et de celui de service. Les métiers les plus fréquents sont la maçonnerie, la couture, la cordonnerie, etc.

### **3.5. La cueillette**

L'activité de la cueillette est axée sur la récolte des fruits sauvages (activité réservée aux femmes et aux jeunes), de l'huile de palme, du miel et du bois de chauffe. Les fruits et le miel récoltés sont vendus sur l'axe routier RN6 et dans les marchés hebdomadaires. Cependant, l'activité de récolte de l'huile de palme est confrontée à d'énormes difficultés liées à la salinisation des terres et à la diminution du nombre de cueilleurs de régimes. Elle est souvent exercée par de jeunes bissau-guinéens<sup>58</sup>.

---

<sup>57</sup> Nous n'avons pas pu trouver le taux de pêcheurs étrangers relatif à la commune de Yarang. Ce taux est celui du départementale fourni par le PDD de mars 2016 de Goudomp à la page 25.

<sup>58</sup> Certaines données des sous-titres du chapitre 1 de la deuxième partie, sont tirées du PDD de Goudomp, de la page 14 à la page 28. Ça concerne les titres : Le cadre physique (titre1) et les activités économiques de la commune (titre3).

## **CHAPITRE 2 : PRESENTATION DU MARCHE, DE SES ACTEURS ET LEURS ACTIVITES**

Comme son nom l'indique, ce chapitre s'intéresse au marché, aux acteurs et aux activités qui s'y mènent. On mettra en évidence l'historique et la position du marché dans le village de Yarang. Les produits vendus et les localités polarisées seront également présentés. On parlera aussi des acteurs, c'est-à-dire, de leurs origines, de leurs ethnies, de leurs situations matrimoniales, etc. Quant aux activités, il sera question de présenter l'organisation du marché, les types de commerces exercés, etc. Les inconvénients du marché sont aussi à souligner afin d'apporter des solutions qui permettront de diminuer les risques chez les populations.

### **1. Le marché**

#### **1.1. Historique**

L'idée de création du marché hebdomadaire de Yarang Balante est née d'un constat. Selon les personnes ressources, il y avait, à l'époque, un marché hebdomadaire à Soukoutoto que les Bissau-Guinéens fréquentaient à pieds pour la vente de leurs produits ou l'approvisionnement, en passant par Yarang Balante, plus proche d'eux. Partant de ce constat et de l'envie également d'avoir un lieu d'échange comme Soukoutoto, qui permettrait aux populations de Yarang Balante de ne plus se déplacer pour la recherche ou la vente de certains produits, Kounama Sadio, l'actuel Chef du village de Yarang Balante et feu Abdoulaye Sadio, ancien PCR de la communauté rurale de Samine, ont proposé à feu Ndaw Cissé, conseiller (à l'époque), d'aller dire au PCR que la population de Yarang souhaiterait implanter un marché hebdomadaire à Yarang. Le conseiller (Ndaw Cissé) est allé rendre compte à Ibrahima Mendy (PCR à l'époque) qui lui a demandé, sur le coup, d'aller dire aux sages de Yarang Balante de chercher un site<sup>59</sup>.

A partir de ce moment, les démarches de mise en place du marché ont commencé et ont duré presque trois mois. Il fallait tenir des réunions pour choisir le site, le jour de tenue et également convaincre une partie de la population qui était réticente à l'idée à cause des inconvénients des marchés hebdomadaires. A l'issue de plusieurs réunions avec le PCR et le Sous-préfet, la population a fini par accepter, vers fin décembre 1986 et début janvier 1987, sa mise en place aux abords de la RN6. Le mercredi est alors choisi comme jour de tenue.

---

<sup>59</sup> Selon les personnes ressources, le PCR a accepté immédiatement la création du marché hebdomadaire à Yarang parce que son objectif était de créer un marché hebdomadaire à Samine, en vue d'avoir où collecter des recettes et il s'était confronté à un problème de site. Donc la création du marché hebdomadaire à Yarang lui permettra toujours d'atteindre son objectif.

Avant la création du marché hebdomadaire de Yarang Balante, il n'y avait que le marché hebdomadaire de Soukoutoto dans le département de Sédhiou et trois ans après sa création, les marchés hebdomadaires de Fassane et Simbandi Brassou ont été créés. Tous les trois n'ont pas pu se développer à cause de la position frontalière plus favorable du marché de Yarang qui occasionne une fréquentation plus massive des acteurs.

## 1.2. Situation géographique du marché hebdomadaire

Le marché hebdomadaire de Yarang se tenait aux abords de la RN6. Par souci de sécurité, le MCA<sup>60</sup> a décidé de l'excentrer un peu plus à l'intérieur en attendant qu'il finisse l'aménagement de la nouvelle place qui lui est réservée. Pour le MCA, c'est risqué de tenir un marché hebdomadaire aux abords de la RN6, parce que l'intensité des activités de commerce pourrait occasionner, avec le passage des véhicules, des complications comme des accidents mortels ou des blessures graves.

La photo de capture à vue aérienne ci-dessous indique le lieu actuel de tenue du marché hebdomadaire de Yarang Balante et son futur emplacement<sup>61</sup>.

**Photo 1** : Photo de capture à vue aérienne du village de Yarang Balante



**Source** : *Google Maps*

<sup>60</sup> Millennium Challenge Account, le programme qui a financé la réhabilitation de la RN6.

<sup>61</sup> Les données *shace file* de la commune de Yarang ainsi que *Google Maps* ne nous ont pas permis de voir la position du marché hebdomadaire dans le village de Yarang Balante. C'est pour cette raison que nous avons utilisé la photo de capture de *Google maps* en précisant par ces indications, son lieu actuel de tenue et son emplacement futur dans le village.



## 2. Les commerçants, clients et prestataires de service

### 2.1. Les commerçants et les clients

#### 2.1.1. L'origine

Le marché hebdomadaire de Yarang accueille des acteurs de la sous-région. On y rencontre des Gambiens, des Bissau-Guinéens, etc. Ces populations s'y rendent pour l'approvisionnement et la vente des produits. Mais ce qu'il faut noter c'est que, du côté des commerçants comme des clients, les Sénégalais sont dominants. Le tableau ci-dessous donne, avec des pourcentages, plus de détails sur les pays de provenance.

**Tableau 6 :** Identification des nationalités des commerçants et des clients

Quelle est votre nationalité ?			Quel est votre pays de provenance ?		
Commerçants			Clients		
Sénégalaise	62	89,86%	Sénégal	103	85,83%
Gambienne	01	01,50%	République de Guinée	00	00,00%
Guinéenne	00	00,0%	Guinée-Bissau	17	14,17%
Bissau-Guinéenne	06	08,70%	Gambie	00	00,00%
Autre	00	00,00%	Autre	00	00,00%
Total	69	100%	Total	120	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

Selon les résultats de l'enquête, trois (03) nationalités sont présentes dans le marché hebdomadaire de Yarang. La République de Guinée, elle, n'est pas représentée et cela est dû au fait que l'enquête a été menée durant la saison des pluies, période pendant laquelle les routes sont moins ou presque pas praticables. Les Guinéens fréquentent le marché malgré qu'ils ne soient pas enquêtés lors de notre descente sur le terrain. Pour preuve, voici les propos du premier adjoint au Maire de la commune<sup>62</sup>, à l'égard de cette population.

Les gens viennent principalement de la Casamance et de la Guinée-Bissau. La Guinée Conakry vient rarement, quelques fois c'est pour se sédentariser. Ils ne viennent pas tous les mercredis et surtout pendant la saison des pluies où les routes sont pratiquement impraticables. Les Gambiens viennent souvent pour s'approvisionner en produits agricoles comme le piment, la noix de néré, etc. Leur nombre est minime.

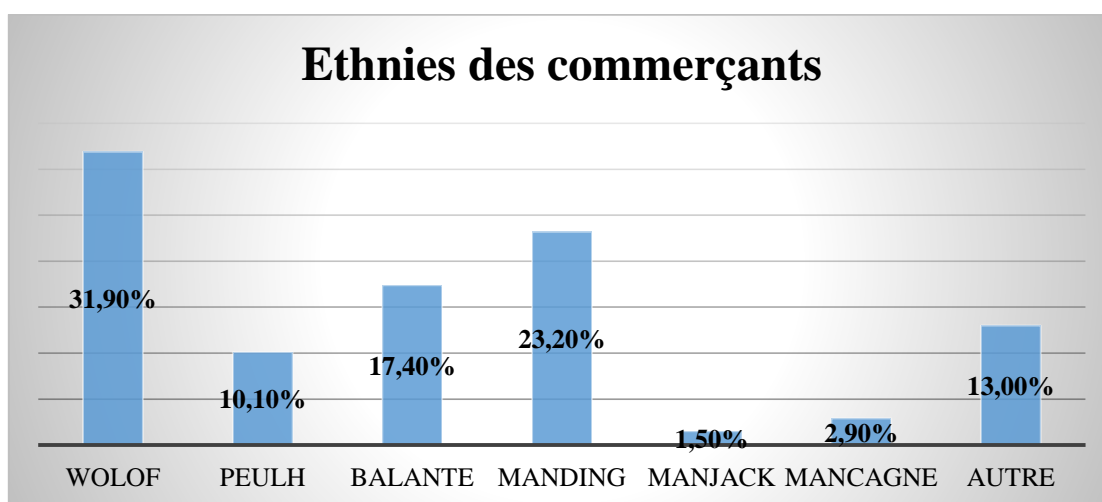
<sup>62</sup> Le premier adjoint au Maire de la commune est natif de Yarang. A ce titre, il connaît bien les populations qui fréquentent ce marché.

Les Gambiens et les Guinéens, malgré leur petit nombre, fréquentent quand même le marché. Cependant, cette fréquentation varie en fonction des produits qu'ils achètent et de la saison qui détermine l'état des routes.

### 2.1.2. L'ethnie des commerçants

Toutes les ethnies de la Casamance se retrouvent au marché hebdomadaire de Yarang. Comme nous l'avons montré plus haut avec les ethnies de la commune, la figure ci-après précise l'appartenance ethnique des commerçants.

**Figure 2 :** Appartenance ethnique des commerçants



Source : Enquête de terrain, 2018

Les Wolofs sont dominants dans le marché parce qu'ils se spécialisent, souvent, dans la vente des produits manufacturés qui sont disponibles toute l'année. Par contre, les ethnies casamançaises se spécialisent, pour la plupart, dans la vente des produits agricoles locaux, des produits maraîchers, des produits de la cueillette, etc., qui se font rares à certaines périodes de l'année, notamment en saison des pluies. Cela explique cette baisse considérable du nombre de Manjacks et de Mancagnes qui s'activent plus dans la vente des produits maraîchers ou agricoles pratiquement inexistantes aux mois d'août et de septembre.

### 2.1.3. Le genre

Certaines activités étaient souvent refusées aux femmes. Mais aujourd'hui, avec la cherté de la vie et l'émancipation de la femme, nous les retrouvons dans tous les secteurs, notamment le commerce. Les femmes viennent de partout au Sénégal, de la Guinée-Bissau, etc., pour vendre ou s'approvisionner en produits au marché hebdomadaire de Yarang. D'autres viennent même la veille du marché passer la nuit à Yarang, sans aucune complication de la part de leur famille.

La présence de ces dernières au marché de Yarang commence à prendre des proportions importantes. Le tableau ci-après montre la proportion des personnes enquêtées, en fonction du genre.

**Tableau 7 : Le genre des commerçants et des clients**

Sexe					
Commerçants			Clients		
Masculin	40	58%	Masculin	83	69,17% <sup>63</sup>
Féminin	29	42%	Féminin	37	30,83%
Total	69	100%	Total	120	100%

Source : Enquête de terrain, 2018

#### 2.1.4. La situation matrimoniale

Tous les régimes matrimoniaux et les tranches d'âges (de moins de 20 ans à plus de 50 ans) sont présents au marché hebdomadaire de Yarang. Mais les mariés en âge d'activité (entre 30 et 50 ans) sont majoritaires et cela s'explique par le fait que ces derniers sont les premiers responsables qui doivent chercher des moyens financiers pour subvenir aux besoins de leurs familles respectives. La part des jeunes célibataires (âgés de moins de 20ans) est plus ou moins importante, sauf que beaucoup d'entre eux ne viennent au marché que pour aider leurs parents dans la vente ou pour des prestations de service<sup>64</sup>. Un des jeunes enquêtés nous a dit ceci : « Je ne viens pas vendre mes propres marchandises. D'ailleurs je ne viens que quand ma maman n'est pas disponible ». La présence des jeunes au marché de Yarang diminue considérablement en saison des pluies à cause du manque de revenus. Le tableau ci-dessous donne des détails sur les différents régimes matrimoniaux qui fréquentent le marché hebdomadaire de Yarang.

**Tableau 8 : Les différents régimes matrimoniaux du marché**

Quelle est votre situation matrimoniale ?					
Commerçants			Clients		
Célibataire	14	20,30%	Marié(e)	92	76,67%
Mariée	52	75,40%	Célibataire	22	18,33%
Veuf (ve)	03	4,40%	Divorcé (e)	01	0,83%
Autre	00	0,0%	Autre	05	04,17%
Total	69	100%	Total	120	100%

Source : Enquête de terrain, 2018

<sup>63</sup> La domination écrasante du sexe masculin sur le sexe féminin de la population consommatrice s'explique par le fait que nous adressions nos questionnaires en premier, pour le cas des ménages, aux chefs de ménage de la commune.

<sup>64</sup> Certains jeunes généralement âgés de 15 à 18 ans vendent au marché pour le compte d'autres commerçants qui les paient après service rendu.

## 2.2. Les prestataires de service

### 2.2.1. Les transporteurs

Le transport est l'une des activités secondaires les plus importantes dans le développement des activités d'un marché hebdomadaire. Pour le cas du marché hebdomadaire de Yarang, le transport en commun est celui qui domine chez les marchands, du fait que beaucoup d'entre eux ne se déplacent pas avec leurs produits. Ils ont des magasins au niveau de tous les marchés hebdomadaires qu'ils fréquentent. « Nous ne nous déplaçons pas avec nos produits. Nous louons des magasins dans tous les villages qui abritent les marchés hebdomadaires puisque chaque jour, des sept de la semaine, il y a un marché hebdomadaire dans la zone », disent certains d'entre eux. Les marchands utilisent rarement les autres formes de transport. Chez les clients, par contre, c'est l'utilisation des véhicules personnels qui domine parce que la plupart d'entre eux ne sont pas loin de Yarang et même les bicyclettes leur permettent d'y accéder. Les clients y vont pour acheter de petites quantités de produits qui ne nécessitent pas la location de moto Djakarta, de charrette ou de taxi bagage. Les Bissau-Guinéens qui le fréquentent aussi, pour la plupart, viennent avec leurs propres vélos ou motos pour assurer le transport des marchandises. Le tableau suivant résume les moyens de transport utilisés par les acteurs.

**Tableau 9 : Moyens de transport utilisés par les commerçants et les clients**

Quels moyens utilisez-vous pour transporter vos produits au marché ?			Quels moyens de transport utilisez-vous pour venir/aller au marché ?		
Commerçants			Clients		
A pieds	06	08,70%	A pieds	25	20%
Véhicule personnel	02	02,90%	Véhicule personnel	44	35,20%
Transport en commun	52	75,40%	Transport en commun	40	32%
Location de motos « Djakarta »	09	13%	Location de motos « Djakarta »	16	12,80%
Autre	07	10,10%	Autre	00	00%
Total	69	100%	Total	120 <sup>65</sup>	100%

Source : Enquête de terrain, 2018

<sup>65</sup> Le nombre de citations est supérieurs au nombre d'observations du fait de réponses multiples. C'est le cas pour d'autres tableaux dans le mémoire.

Ce qu'il faut noter c'est que la majorité des acteurs (55,1%) du marché de Yarang paient moins de deux mille cinq cents francs CFA (2.500F CFA) pour le transport<sup>66</sup>. En ce qui concerne l'appréciation du prix du transport, les opinions sont diverses. Certains l'estiment cher parce que les conducteurs ont maintenu les prix fixés lorsque la RN6 était en mauvais état. Pour d'autres, c'est la traversée et le mauvais état de certaines routes qui rendent les prix chers. Un Bissau-Guinéen nous livre ceci : « je paie le transport aller-retour à 4.000F à cause du mauvais état de la route. Les voitures ne vont pas jusqu'à chez moi ». L'enclavement de certains villages causé par le fleuve Casamance renchérit aussi les coûts du transport. Si nous prenons l'exemple de Bouno, notre village, qui est à l'autre rive du fleuve Casamance, la traversée est à 400F, mais les passagers sont obligés quelques fois, s'ils ne sont pas nombreux, de payer 1.000F chacun pour pouvoir traverser.

### **2.2.2. Les restaurateurs**

En dehors du commerce, le marché fait naître d'autres activités parallèles comme le service de restauration qui est aussi important. Celui-ci permet aux acteurs qui ne veulent pas de dérangement ou qui ne connaissent personne dans la zone de se restaurer sans difficultés. Les repas servis par les restaurants et les *tangana* sont le petit déjeuner, le déjeuner et le dîner.

Les vendeurs de poissons fumés et séchés venant de Kafountine débarquent à Yarang dès le lundi soir pour commencer la vente de leurs produits le mardi matin et continuer jusqu'au mercredi. Cela permet aux propriétaires de restaurants de vendre pendant trois jours dans la semaine, du lundi soir au mercredi. Il faut aussi souligner que la restauration entraîne le développement de la boucherie dans le marché.

### **2.2.3. Les propriétaires de dibiteries et de boucheries**

Grâce au marché hebdomadaire, Yarang est devenu comme une ville où la vente de la viande (crue et grillée) est quotidienne. En moyenne, trois boucs sont tués tous les mardis soir pour la vente de la viande grillée et cela ne suffit pas parfois à cause du nombre de commerçants et de clients qui viennent passer la nuit du mardi. Les mercredis, un bœuf est souvent tué pour la vente de viande crue aux commerçants et aux clients du marché. Les propriétaires de dibiteries participent aussi au développement du secteur de l'élevage.

---

<sup>66</sup> Les acteurs qui paient au-delà de 2.500F sont ceux qui habitent loin et qui louent des motos « Djakarta » ou les vendeurs des poissons fumés ou séchés qui viennent de Kafountine.

En dehors des activités citées ci-dessus, il y en a d'autres comme le service de réparation de motos et vélos, des ateliers de forge, des ateliers de couture, etc., qui parviennent efficacement à écouler leurs produits grâce au marché. Les tailleurs et les forgerons du village reçoivent souvent des commandes de la part des clients et même des commerçants.

### 3. Le commerce au marché et ses inconvénients

#### 3.1. Le commerce au marché

##### 3.1.1. Organisation des produits et du commerce

La disposition des produits se fait plus ou moins par catégorie et cela a été constaté lors de notre visite exploratoire et confirmé par les enquêtés lors de la collecte des données de terrain. Néanmoins, certains enquêtés ont dit le contraire en soulignant le désordre dans la disposition de certains produits à l'approche des fêtes ou lors de la campagne d'anacarde<sup>67</sup>. L'étroitesse des allées du marché pose, quelquefois, un problème de déplacement. Le tableau ci-dessous donne les détails sur ce que les acteurs pensent de l'organisation du marché et du commerce.

**Tableau 10** : Appréciation sur l'organisation du marché

Comment appréciez-vous l'organisation du marché ?		
Très bonne	10	08,33%
Bonne	66	55%
Acceptable	36	30%
Mauvaise	07	05,83%
Très mauvaise	01	0,84%
Total	120	100%

**Source** : Enquête de terrain, 2018

Les résultats montrent que, malgré le désordre noté, beaucoup d'acteurs apprécient positivement l'organisation du marché de Yarang Balante. Il importe aussi de noter qu'il ne rencontre pas seulement des problèmes d'organisation. Il est aussi confronté à des problèmes d'insalubrités. La Mairie le nettoie rarement. Les commerçants, eux, nettoient juste l'espace où ils mettent leurs produits, créant ainsi des dépôts d'ordures un peu partout à travers le marché.

<sup>67</sup> À l'approche des événements festifs et lors de la campagne d'anacarde, les commerçants sont confrontés à des problèmes de place. Tout le monde veut se placer aux abords des allées pour écouler le maximum de produits. Par conséquent, ils ne se soucient plus de la disposition des produits et aux allées. Les vendeurs de produits chimiques peuvent se retrouver avec ceux des produits comestibles et ils ne se soucient même pas des allées.

Un autre problème majeur du marché de Yarang c'est l'absence de toilettes<sup>68</sup>. En cas de besoin, les commerçants se rabattent sur des maisons riveraines ou ils le font juste à côté du marché. La satisfaction des besoins naturels à l'air libre peut favoriser la prolifération des maladies. L'absence de cantines modernes est aussi un des problèmes du marché. Quand il pleut, les activités du marché s'interrompent parce que certains sont obligés de ranger leurs produits, de peur qu'ils soient mouillés.

### 3.1.2. Motifs de fréquentation

Avant de parler des raisons de la ruée des acteurs vers le marché hebdomadaire de Yarang Balante, nous allons d'abord parler de l'accès et de la disponibilité des produits.

- **L'accès au marché**

Le bon état de la RN6 a rendu facile l'accès au marché de Yarang Balante. Néanmoins, certains acteurs éprouvent d'énormes difficultés pour s'y rendre. Il s'agit principalement de ceux qui sont originaires des villages un peu distants de la RN6 et des Bissau-Guinéens qui, pour la plupart, n'empruntent que des sentiers peu ou presque pas praticables en hivernage. Pour les Bissau-guinéens qui viennent en voiture, c'est le *Cala Boca*<sup>69</sup>, quelquefois, dans certaines zones de la route. Le tableau ci-après donne plus de détails sur l'accès.

**Tableau 11 : Jugement sur l'accès au marché**

Comment jugez-vous l'accès ?			En termes d'accès, trouvez-vous qu'il est facile d'y accéder ?		
Commerçants			Clients		
Facile	60	87%	Oui	81	67,50%
Difficile	09	13%	Non	39	32,50%
Total	69	100%	Total	120	100%

Source : Enquête de terrain, 2018

<sup>68</sup> Les toilettes se trouvent à l'ancienne place du marché, aux abords de la RN6, qui est à environ 500 mètres de la place actuelle. Par conséquent, les acteurs ont du mal à se déplacer pour aller y satisfaire leurs besoins naturels.

<sup>69</sup> C'est un mot créole qui signifie un calme plat causé par une peur. Le mauvais état de la route fait que quand ils arrivent à certains endroits, ils ne pensent qu'à l'accident.

- **La disponibilité des produits dans le marché**

Les marchandises se trouvent en abondance au marché hebdomadaire de Yarang. Les produits manufacturés y sont vendus toute l'année. Il en est de même pour les produits agricoles, maraîchers et de la cueillette<sup>70</sup>. Le tableau ci-après donne des détails sur comment les clients apprécient l'offre en produits.

**Tableau 12 :** Appréciation des clients par rapport à l'offre du marché en produits

En termes d'offre de produits, trouvez-vous que le marché hebdomadaire de Yarang est ?		
Très satisfaisant	55	45,83%
Satisfaisant	53	44,17%
Acceptable	12	10%
Insuffisant	00	00%
Très insuffisant	00	00%
Total	120	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

La quasi-totalité des clients sont d'accord sur la disponibilité suffisante des produits au marché hebdomadaire de Yarang. Ils sont 45,83% à être très satisfaits, 44,17% satisfaits. Seuls 10% des enquêtés ont un niveau de satisfaction moyen. Pour eux, la disponibilité des produits est acceptable parce que les poissons fumés ou séchés qu'ils achètent manquent au marché parfois. L'obtention de ce produit dépend de la situation de la mer. En fait, les quelques failles dans l'offre en produits des marchés hebdomadaires sont dues à plusieurs facteurs parfois exogènes.

- **Raisons de ruée des acteurs vers le marché hebdomadaire**

L'accès facile, l'espoir de vendre ou de retrouver les produits dont on a besoin, les faibles prix, sont les principaux motifs qui poussent les commerçants et les clients à fréquenter le marché hebdomadaire de Yarang. En plus de ces motifs, nous avons d'autres qui sont, entre autres, la satisfaction des besoins de la famille, le souci d'aider les maris dans la résolution des problèmes de la famille, etc. L'absence de choix aussi est un des motifs, comme l'a déclaré un consommateur en ces termes : « Je fréquente le marché de Yarang par faute de mieux, puisque

<sup>70</sup> Les produits agricoles, maraîchers et de la cueillette sont vendus toute l'année, malgré leur rareté en saison des pluies.



c'est le seul marché dans la zone où on peut s'approvisionner. » Il n'y a même pas de marché permanent dans la commune.

L'accomplissement de service et l'espoir de rencontrer un vieil ami sont aussi des motifs. Certains sont motivés, parce que ce sont des propriétaires de *Wari* qui assurent les transactions d'argent des commerçants qui souhaitent envoyer de l'argent à leurs parents, d'autres sont des employés qui viennent vendre pour le compte de leurs patrons. Il y en a aussi ceux qui sont motivés par le pur hasard, c'est-à-dire, par la possibilité de rencontrer un vieil ami qui leur donnerait de l'argent. « Je me promène, peut-être que je vais rencontrer un vieil ami qui m'offrirait de l'argent », nous dit un enquêté. Donc, les motifs sont multiples et variés. Mais les plus fréquents sont ceux cités plus haut. Le tableau ci-dessous détaille les pourcentages relatifs aux motifs de fréquentation.

**Tableau 13 : Motifs de fréquentation du marché**

Qu'est-ce qui vous motive à venir au marché hebdomadaire de Yarang ?			Qu'est-ce qui vous motive à aller/venir au marché hebdomadaire de Yarang ?		
Commerçants			Clients		
L'accès facile	56	81,10%	La disponibilité suffisante des produits	107	63,30%
Le pouvoir d'achat des clients	23	33,30%	Les prix abordables	91	53,90%
L'écoulement rapide des produits	43	62,30%	L'accès facile	55	32,50%
Autre	31	44,90%	La simple curiosité	00	00,00%
-			Autre	26	15,40%
Total	69	100%	Total	120	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

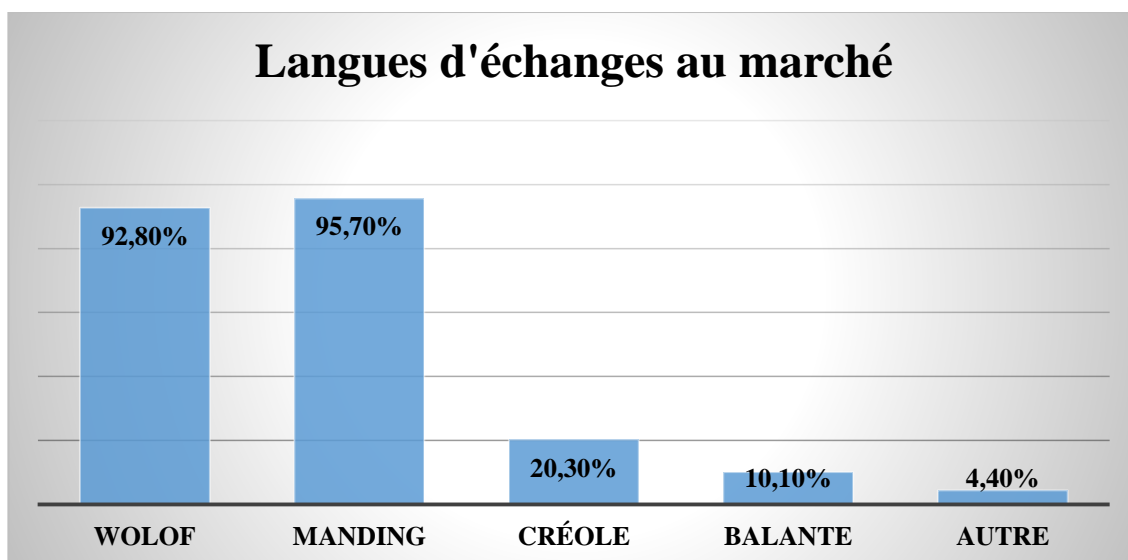
Après avoir détaillé les motifs de fréquentation du marché hebdomadaire de Yarang, il est important voire nécessaire de parler des langues les plus utilisées dans les échanges au marché, car elles sont primordiales dans les transactions.

### 3.1.3. Les langues d'échange

La langue est le premier outil nécessaire pour faire les échanges. Sans elle, les contrats ne peuvent pas s'effectuer entre les négociateurs. En effet, l'utilisation d'une langue pour faire des

échanges dépend non seulement du milieu où les échanges se font, mais aussi des personnes qui se rencontrent pour le faire, c'est-à-dire les offreurs et les demandeurs. La figure ci-dessous nous montre les principales langues d'échange du marché hebdomadaire de Yarang Balante<sup>71</sup>.

**Figure 3 :** Les langues souvent utilisées dans les échanges par les usagers du marché



Source : Enquête de terrain, 2018

Cette figure montre que le Manding et le Wolof sont des principales langues d'échange du marché hebdomadaire de Yarang Balante. Le Wolof fait partie des deux premières langues dominantes parce que les commerçants sont principalement de cette ethnie et ils se sont plus spécialisés dans la vente des produits manufacturés qui dominent le marché. Le Mandingue, quant à lui, domine le Balante et le créole, parce que les Mandingues occupent la deuxième position dans la composition ethnique de la commune et des commerçants du marché, et le Manding est aussi quelqu'un qui impose sa langue. C'est une langue parlée dans pratiquement toute la région de Sédhiou. Il s'y ajoute qu'une bonne partie des Bissau-guinéens qui fréquentent le marché parle Manding.

Cependant, la légère domination du Manding sur le Wolof est due au fait que, d'une part, c'est l'offreur qui, le plus souvent, s'efforce de parler la langue du demandeur pour le convaincre de payer les produits et, d'autre part, la zone n'est pratiquement pas habitée par les Wolofs. En dehors de ces langues dominantes, d'autres langues comme le Mancagne, le

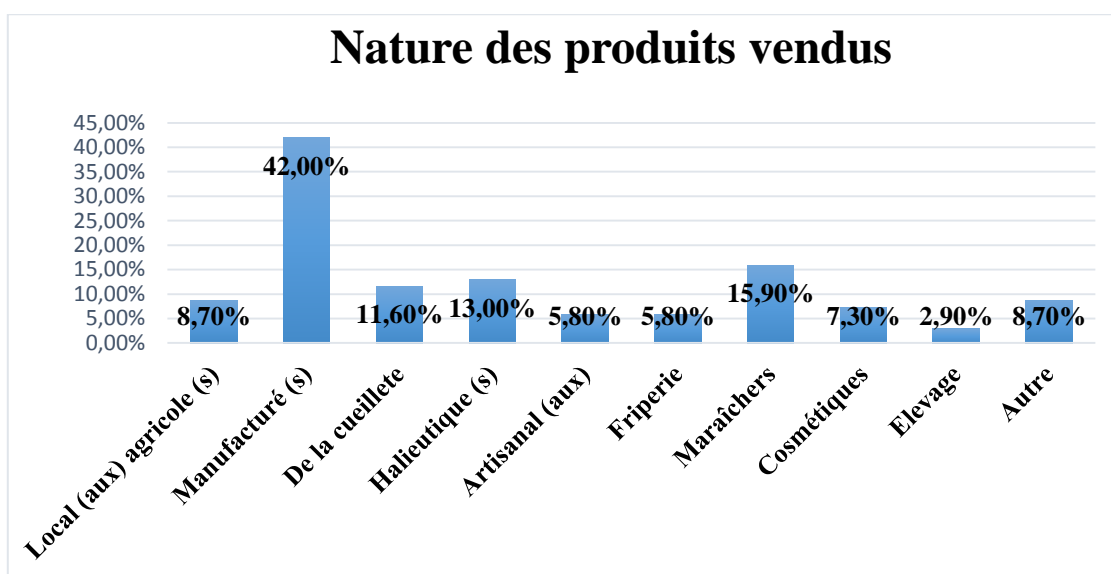
<sup>71</sup> La somme des pourcentages de cette figure dépasse 100% parce que tout simplement les interrogés ont la possibilité de répondre, à la fois, à plusieurs questions. C'est le cas aussi pour d'autres figures dans le mémoire.

Manjack, etc., sont utilisées quand les acteurs (commerçants et clients), qui font la négociation, appartiennent à ces ethnies.

### 3.1.4. Les produits commercialisés au marché

Le marché hebdomadaire de Yarang Balante est mixte, comme nous le constatons dans la figure ci-dessous. On y trouve des produits agricoles, maraîchers, manufacturés (avec un taux plus élevé de 42%), de la cueillette, artisanaux, de la crème glacée et même des produits arboricoles comme la noix de cola, le jus de citron, etc.<sup>72</sup>

**Figure 4 :** Nature des produits vendus au marché hebdomadaire de Yarang



Source : Enquête de terrain, 2018

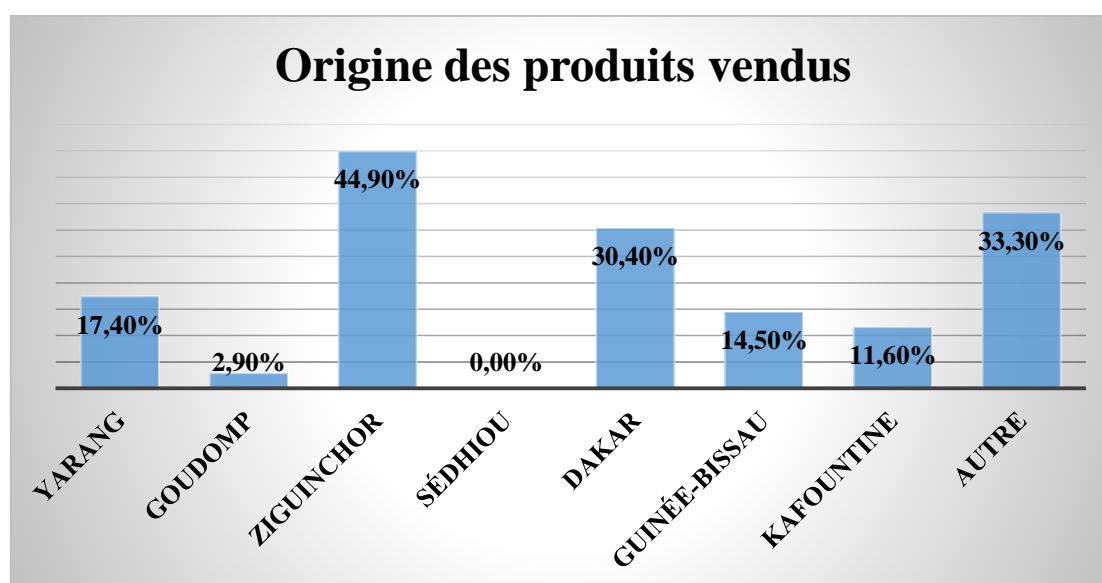
Ce qu'il faut noter, c'est que pendant l'hivernage, la quantité des produits locaux diminue considérablement parce que beaucoup de femmes ne font pas de maraîchages hivernaux et les produits de l'agriculture et de la cueillette ne sont pas encore à terme. Mais, quelle que soit la période, on retrouve ce dont on a besoin. « Il est rare de s'y rendre et de rentrer sans le produit voulu », nous dit un client. Le marché hebdomadaire favorise la culture permanente de certains produits comme ceux maraîchers. Le maraîchage est fait à Yarang tous les douze (12) mois de l'année même si la quantité diminue considérablement en hivernage, mais il n'y a pas de rupture. Les produits du marché proviennent aussi de localités autres que la commune de Yarang.

<sup>72</sup> Vous verrez, en annexe, quelques photos illustratives des produits du marché hebdomadaire.

### 3.1.5. Origine des produits

Les produits du marché hebdomadaire de Yarang Balante viennent de partout à travers le Sénégal et même de l'international. La Guinée-Bissau (ses communes qui fréquentent le marché hebdomadaire de Yarang) avec 14,50% occupe la quatrième (04<sup>ème</sup>) place derrière Ziguinchor (44,90%), Dakar (30,40%) et la commune de Yarang Balante (17,40%) en termes d'approvisionnement du marché. La figure ci-dessous présente les pourcentages des localités polarisées.

**Figure 5** : L'origine des produits vendus au marché de Yarang



Source : Enquête de terrain, 2018

Les produits venant de Sédhiou n'ont pas été retrouvés dans le marché. Il est très difficile d'acheminer les produits de Sédhiou vers le marché hebdomadaire de Yarang Balante à cause de l'enclavement de la zone par le fleuve Casamance et de l'absence de bonnes routes. Le transport de produits sur ce trajet peut coûter le double du prix de l'acheminement de la même quantité de marchandise de Dakar ou Ziguinchor à Yarang Balante. Il faut noter que le commerce au détail est celui qui domine dans ce marché. Tout le monde vend au détail, même les quelques commerçants qui vendent en gros et demi-gros. Dans pratiquement tous les marchés hebdomadaires du Sénégal, c'est le type d'activité de commerce qui domine. Cela s'explique par le fait que ces milieux sont fréquentés principalement par la population locale qui n'a pas un revenu important et qui le plus souvent s'y rend pour l'achat de petites quantités

de produits destinés aux besoins familiaux. La vente en gros et en demi-gros est souvent destinée aux boutiquiers qui ne viennent que par quinzaine ou par mois pour s'approvisionner<sup>73</sup>.

### 3.2. Les inconvénients du marché

Les inconvénients du marché hebdomadaire sont multiples et variés. Ils sont d'ordres économiques, sociaux et environnementaux. En effet, la plupart des commerçants et des clients savent qu'à côté des avantages, le marché favorise l'adultère, la propagation des maladies, le banditisme (par les vols), etc. Vous avez les détails dans le tableau ci-après.

**Tableau 14 :** Vérification sur la présence des inconvénients au marché

Le marché hebdomadaire présente-t-il seulement, selon vous, des avantages ?					
Commerçants			Clients		
Oui	23	33,30%	Oui	31	25,83%
Non	44	63,80%	Non	84	70%
Ne répond pas	02	02,90%	Ne répond pas	05	04,17%
Total	69	100%	Total	120	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

Les 33,30% des commerçants et 25,83% des clients disent qu'ils n'ont jamais vécu d'inconvénients au marché. Pour eux, les inconvénients se résument à l'adultère, aux petits vols qui s'y font. Alors cela ne les concerne pas. Ce qui les intéresse c'est le commerce. Ce qu'ils oublient c'est que les inconvénients du marché vont au-delà de ces aspects. Ils touchent aussi les aspects économiques, sociaux et environnementaux.

#### 3.2.1. Inconvénients économiques

A cause du marché hebdomadaire, l'autorité locale a du mal à faire le recouvrement. Les populations sont devenues réticentes. Elles pensent que les taxes du marché font des millions de francs<sup>74</sup> et cela suffit largement pour régler les problèmes de la collectivité locale. Cela les amène même à refuser de payer le minimum fiscal<sup>75</sup> qui s'élève à 1.000F par an. Selon le secrétaire municipal, en 2017, sur les 45 villages seuls 15 ont accepté de payer le minimum

<sup>73</sup> Les Boutiquiers ne partent pas acheter au marché tous les mercredis, comme tous les clients d'ailleurs. Ils ne fréquentent le marché qu'en cas de besoin. Par conséquent, cela ne fait pas l'affaire des commerçants, puisqu'ils ne sont pas aussi nombreux que ça dans la zone. Nous n'avons vu que deux commerçants qui, tout en vendant au détail, réservent certaines quantités de leurs produits à la vente en gros et en demi-gros. Vous verrez, dans l'annexe, les photos des trois voitures qui assuraient cela.

<sup>74</sup> Actuellement, les recettes du marché sont entre deux (02) et trois (03) millions de francs CFA par an.

<sup>75</sup> Le minimum fiscal est payé par chef de ménage.

fiscal. Les populations pensent que les autorités locales collectent le minimum fiscal pour leur propre compte puisque les taxes du marché existent déjà. Ce qu'elles ne comprennent pas, c'est que le marché de Yarang de jadis n'est pas le même que celui actuel. La création de marchés hebdomadaires dans les communes environnantes a occasionné une baisse considérable de sa fréquentation. En effet, 29% des personnes enquêtées déclarent qu'elles ne le fréquentent plus à cause de l'existence d'autres marchés hebdomadaires plus proches. Le tableau ci-dessous le justifie.

**Tableau 15 : La fréquentation des clients**

Fréquentez-vous le marché hebdomadaire de Yarang ?		
Clients		
Oui	120	71%
Non	49	29%
Total	169	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

Les cas de vol sont récurrents au marché hebdomadaire de Yarang et ils sont enregistrés au marché comme dans les magasins où les produits sont stockés. Tout cela participe à freiner le développement. Vous avez dans le tableau ci-dessous des données sur les cas de vol subis par les commerçants.

**Tableau 16 : Le vol et sa fréquence chez les commerçants**

Êtes-vous parfois victimes de cas de vol et/ou de braquages ?			Si oui, combien de fois		
Oui	22	31,90%	Une fois	03	04,40%
Non	47	68,10%	Deux fois	01	04,54%
-	-	-	Trois fois	00	00,00%
-	-	-	Plus de trois fois	18	81,81%
Total	69	100%	Total	22	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

Il faut souligner qu'aucun cas de braquage n'a été souligné au marché. Comme nous l'avons dit plus haut, tous les cas de vol dont les commerçants sont victimes ont été enregistrés soit au marché soit dans les magasins. Lors de notre descente sur le terrain, le marché a enregistré trois (03) cas de vol où les cambrioleurs emportaient minimum quatre balles d'habits plus d'autres

marchandises. Ce sont des voleurs professionnels qui viennent avec des motos et tout le matériel nécessaire pouvant leur aider à défoncer des portes calmement, sans éveiller de soupçons chez la population. Ces cas de vols favorisent l'insécurité dans le village de Yarang, car le cambriolage peut mal tourner et faire des victimes.

### **3.2.2 Inconvénients sociaux**

Le marché hebdomadaire de Yarang a aussi des inconvénients sur le plan social. Il peut favoriser la propagation des maladies transmissibles. En effet, Yarang refuse du monde dès le mardi soir. Des centaines de femmes et d'hommes viennent de divers endroits pour y passer la nuit. Certaines femmes profitent de la nuit du mardi pour se prostituer et avoir quelques francs avant de partir vendre au marché le mercredi. Le marché favorise aussi les divorces parce que c'est le lieu de rendez-vous de beaucoup d'hommes et de femmes mariés. Les jeunes également deviennent de moins en moins ambitieux à cause du marché hebdomadaire. Lors de notre enquête de terrain, nous avons rencontré des jeunes qui nous disaient que « peu sont des jeunes qui vont aux travaux champêtres, car il suffit de régler une somme de trois mille franc (3.000F) lors des deux jours (mardi et mercredi) du marché, tu te gères jusqu'à la prochaine tenue du marché ». La somme de trois mille francs (3.000F) par semaine ne peut pas gérer la vie normale d'un individu qui pense, dans l'avenir, à épouser, à avoir une maison et à gérer sa famille.

Enfin, l'étal par terre de certains produits comme la friperie, le tabac, etc.<sup>76</sup> favorise, avec l'effet du vent, la propagation des maladies, surtout pulmonaires et dermiques. Ces produits ne sont pas couverts. Or certains clients ne cherchent pas à contrôler l'hygiène du produit. Ils achètent et consomment directement sans songer au préalable à nettoyer ou à désinfecter. Le marché de Yarang Balante contribue également à la déperdition scolaire. Les jours du marché, surtout les mercredis, les parents comme les enseignants ont du mal à retenir les enfants dans les salles de classe. Certains élèves, au lieu d'aller à l'école, préfèrent se rendre au marché pour gagner quelques francs avec les petits travaux qu'ils effectuent. Obsédés, par ces quelques francs, beaucoup finissent par abandonner les études.

### **3.2.3. Inconvénients environnementaux**

L'environnement est aussi menacé parce que nous avons rencontré des charbonniers qui ne jouissent d'aucun papier les autorisant à couper les arbres qu'ils transforment en charbon. Cela favorise l'exploitation abusive de la forêt, du fait que le nombre d'arbres à couper n'est pas

---

<sup>76</sup> Vous verrez, en annexe, des photos justificatives.

limité. La conséquence de cela c'est le déboisement qui a des conséquences négatives sur l'écosystème. Le fait aussi que les acteurs satisfont leurs besoins naturels aux environs du marché et qu'ils déversent un peu partout à travers le marché des ordures composées de sachets plastiques peut occasionner l'appauvrissement de la terre. Or, selon nos enquêtes, l'endroit où le marché est logé sera utilisé pour l'agriculture sous peu de temps. En fait, c'est un domaine appartenant aux villageois ; il avait été prêté provisoirement en attendant que le site du marché soit opérationnel.

### **Conclusion partielle**

La présentation du cadre d'étude concerne la commune en général et le marché en particulier. L'étude a démontré l'ensemble des ressources de la commune en termes de richesses naturelles et humaines et elle a aussi démontré quelques inconvénients du marché sur la population. Nous avons aussi une idée sur comment le marché est organisé, quels sont les acteurs qui le fréquentent, les produits et leurs origines, etc. Le marché hebdomadaire étant un lieu qui permet à la population et à la collectivité locale, malgré les problèmes, de gagner quelques revenus. Il serait donc important d'analyser de façon plus profonde sa contribution au développement socioéconomique de la commune. D'où l'importance de présenter ses apports, à la troisième partie et de proposer des solutions aux problèmes afin que les acteurs puissent vaquer facilement à leurs activités.



**TROISIEME PARTIE : CONTRIBUTION DU  
MARCHE DANS LE DEVELOPPEMENT DE LA  
COMMUNE DE YARANG BALANTE**

Cette troisième partie de notre recherche est composée de trois chapitres et s'intéresse à la participation du marché hebdomadaire dans l'amélioration des conditions socioéconomiques des populations et des recettes de la collectivité locale. En outre, des recommandations y sont développées afin que le marché participe plus efficacement au développement de la commune. Ainsi, le chapitre 1 est consacré aux apports du marché sur la population, le chapitre 2 présente les apports du marché dans l'amélioration des recettes de la commune et le chapitre 3 est réservé à la discussion des hypothèses et à la formulation des recommandations pour l'amélioration de la participation du marché hebdomadaire de Yarang Balante au développement de la commune.

# CHAPITRE 1 : ROLE DU MARCHÉ DANS L'AMÉLIORATION DES CONDITIONS DE VIE DES POPULATIONS

Ce chapitre met en évidence la participation du marché hebdomadaire dans l'amélioration des conditions de vie socioéconomique de la population de la commune de Yarang Balante. Pour cela, nous parlerons de la situation économique et celle sociale, c'est-à-dire l'évolution de la situation économique des populations et les relations au niveau national et sous régional que le marché a permis à la population de tisser.

## 1. Apports du marché sur le plan économique

### 1.1. L'emploi

Certains des commerçants qui fréquentent le marché hebdomadaire de Yarang n'ont d'autre profession que cette activité. Le département de Goudomp compte plus de huit (08) marchés hebdomadaires. Par conséquent, les commerçants se professionnalisent, car chaque jour de la semaine, il y a au moins un marché hebdomadaire. Un enquêté déclare ceci :

Je n'ai d'autre profession que la vente dans les marchés hebdomadaires. Je vends toute la semaine sauf le vendredi, qui est mon jour de repos. Mais, je suis : le lundi à Simbandi Balante, le mardi à Goudomp, le mercredi ici à Yarang Balante, le jeudi à Samine, le Samedi à Diattacounda et le dimanche à Djibanar.

Certains n'ont même pas de jour de repos. Ils sillonnent dans la semaine tous les marchés hebdomadaires du département. Par contre d'autres commerçants (33,3%) achètent au retour, des produits (comme l'arachide, le niébé, le miel, l'huile de palme, le poisson fumé ou séché, etc.) pour aller les revendre au niveau de leurs localités<sup>77</sup>. Cela constitue leur activité dans la semaine avant la prochaine tenue du marché. A ce propos, un des enquêtés nous dit ceci : « En rentrant, j'achète des poissons fumés pour aller les revendre chez moi à Kolda afin d'avoir une activité génératrice de revenus dans la semaine avant le prochain marché ». Il faut préciser que, selon les résultats de l'enquête, 56,5% de commerçants achètent des produits après la vente au marché. Parmi les produits achetés, 15,9% est destiné à la revente.

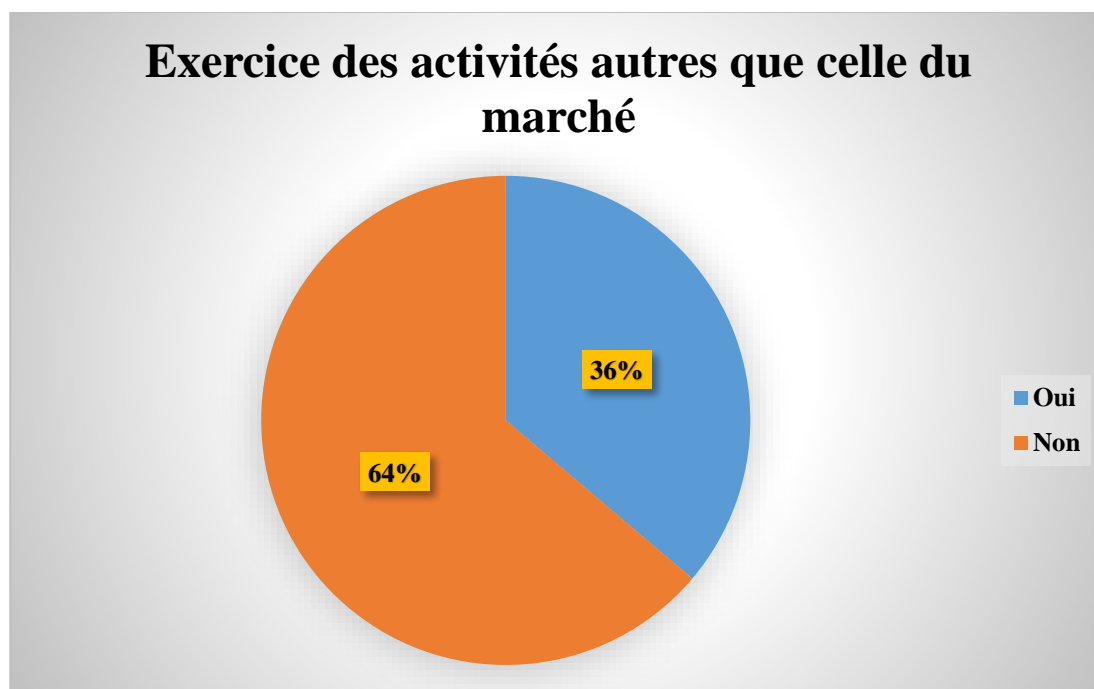
Tous les deux types de commerçants (ceux qui sillonnent les marchés hebdomadaires et ceux qui vendent au marché et au retour achètent d'autres produits pour aller les revendre) n'ont d'autre profession que la vente dans le marché hebdomadaire. Cependant, ce qu'il faut noter c'est que parmi les acteurs du marché hebdomadaire de Yarang, il y a certains qui, en dehors

---

<sup>77</sup> Ce sont des commerçants qui ne se sont pas sédentarisés qui le font.

des activités du marché, s'activent dans d'autres. La figure ci-dessous donne des détails sur la situation.

**Figure 6 :** Figure relative aux commerçants qui ne s'activent qu'au marché et ceux qui exercent d'autres activités



**Source :** Enquête de terrain, 2018

Le marché hebdomadaire permet à beaucoup de commerçants de gagner convenablement leur vie. En plus des commerçants, d'autres personnes comme des jeunes sans emploi y gagnent leur vie. Les jeunes de 15 à 18 ans y vont pour offrir leurs services. Selon un garçon de 15 ans que nous avons eu à enquêter, hormis son petit déjeuner qui s'élève à deux cents francs (200f CFA), il gagne trois mille francs (3.000f CFA) par semaine. Chez les clients, d'autres y gagnent leur vie. C'est le cas des boutiquiers qui s'y approvisionnent. La plupart d'entre eux ne vivent que des revenus de leurs boutiques. Bien que ce secteur ne soit pas considérablement profitable à l'Etat par son caractère informel<sup>78</sup>, il est en quelque sorte « un régulateur socioéconomique non négligeable, dans la mesure où il atténue les tensions sociales en absorbant les « frustrés » du secteur moderne, les jeunes, demandeurs d'emploi, et offre des biens et services à la portée des populations moyennes et celles pauvres. »<sup>79</sup> C'est un secteur qui permet à la population non

<sup>78</sup> Selon les résultats de l'enquête, 98,6% des commerçants n'ont pas de registre de commerce

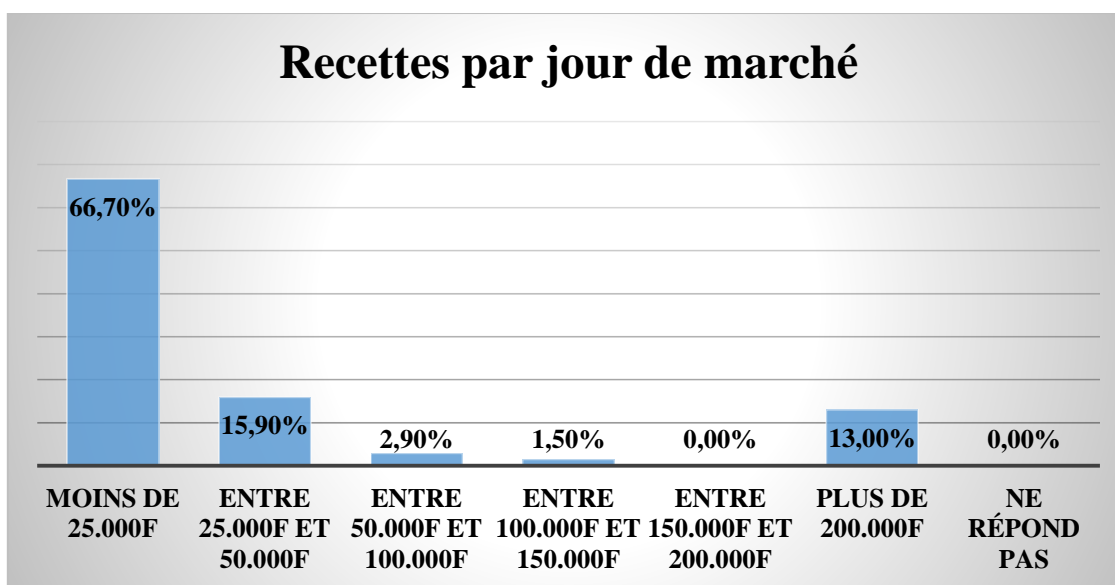
<sup>79</sup> Mamadou Aguibou DIALLO. *Les femmes dans le secteur informel artisanal à Pikine*. Mémoire de maîtrise en sociologie, UCAD, Dakar, 2003-2004, p. 2

seulement d'avoir une activité génératrice de revenus, mais aussi d'obtenir facilement et à bas prix ce dont elle a besoin.

## 1.2. Les recettes par jour de marché

Le marché étant un endroit où il n'y a pas de logique, les recettes varient selon les chances des commerçants. Le graphique ci-dessous nous montre par tranche le minimum que les commerçants gagnent par jour de marché.

**Figure 7 :** Les recettes des commerçants par jour de marché



**Source :** Enquête de terrain, 2018

Ce grand nombre de commerçants qui gagnent moins de 25.000F CFA s'explique par le fait que le marché est dominé par des vendeurs qui sont dépendants des clients finaux. Ces derniers n'achètent pas d'importantes quantités de produits. A cela s'ajoute aussi le fait que l'enquête soit effectuée en hivernage, période pendant laquelle les activités du marché sont considérablement réduites à cause d'une faible fréquentation des clients. Par contre, les commerçants qui gagnent plus de 25.000F CFA jusqu'au-delà de 200.000F CFA sont ceux qui dépendent, pour la plupart, des clients revendeurs qui achètent d'importantes quantités de marchandises. Leurs produits relèvent de la consommation de première nécessité. Par exemple, les vendeurs de poisson fumé ou séché viennent avec des quantités importantes et les écoulent facilement parce qu'ils vendent des produits qui sont consommés quotidiennement par toute la population de la commune voire des communes environnantes et des pays frontaliers. D'après les vendeurs de poisson, il est rare d'aller au marché de Yarang et avoir des restes. Tous les vendeurs qui dépendent des clients revendeurs écoulent facilement leurs produits pendant toute

l'année. Toutefois, pendant la campagne d'anacarde ou à l'approche des événements religieux comme la Tabaski et la Korité, les affaires marchent pour tout le monde. Avec les recettes obtenues par jour de marché, les commerçants parviennent-ils à faire des épargnes ?

### 1.3. Les épargnes

Certains des acteurs du marché hebdomadaire de Yarang parviennent à épargner. Toutefois, ils n'utilisent pas les mêmes types d'épargne. Certains font recours au « condamné »<sup>80</sup>, d'autres à la banque. L'épargne par « condamné » domine parce que pour les enquêtés elle est la plus facile et la moins compliquée en cas de besoin urgent d'argent. Beaucoup de commerçants sont loin des lieux qui abritent des établissements financiers comme le CMS qui ne se trouve qu'à Samine, Diattacounda, Tanaff ou Goudomp, c'est-à-dire hors de la commune de Yarang. Il faut qu'ils se déplacent et paient le transport pour le retrait ou le dépôt d'argent. L'épargne bancaire est utilisée le plus souvent par les citoyens qui viennent vendre et repartent. C'est le cas de ceux de Kafountine ou ceux qui sont proches des communes qui abritent des agences du CMS. Le tableau ci-dessous donne des détails sur les différentes épargnes que les acteurs utilisent.

**Tableau 17 :** Les épargnes et types d'épargnes choisies par les acteurs du marché

Est-ce que le bénéfice vous permet de faire des épargnes ?			Si oui, quel type d'épargne faites-vous ?		
Oui	49	71%	Epargne bancaire	22	44,90%
Non	19	27,50%	Condamné	24	48,97%
Ne répond pas	01	01,50%	Autre	03	06,13%
Total	69	100%	Total	49	100%

Source : Enquête de terrain, 2018

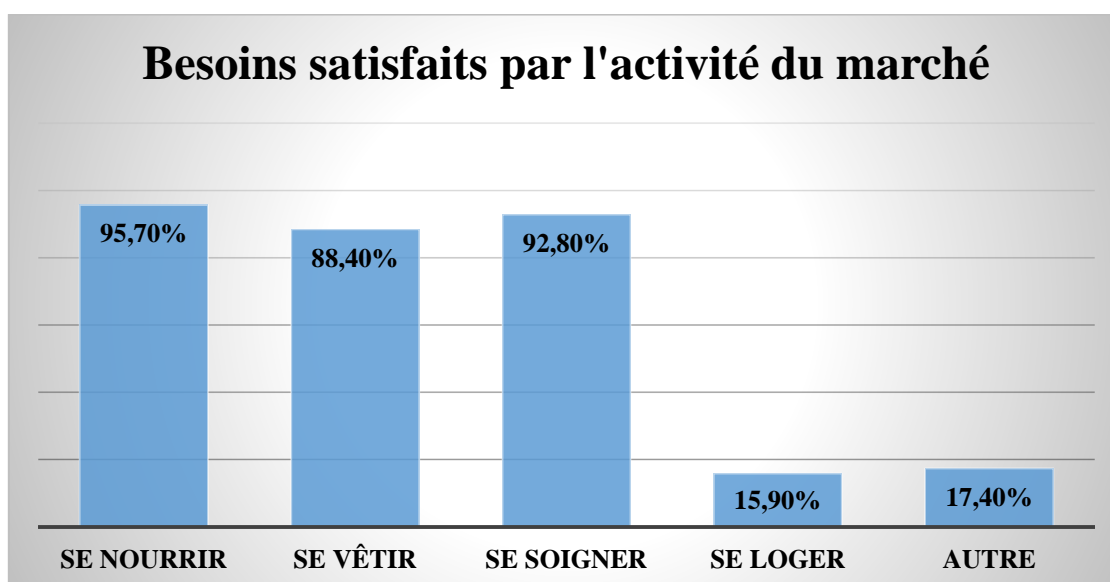
Ce tableau montre que 27,50% des commerçants ne parviennent pas à épargner. Les recettes qu'ils obtiennent ne se limitent qu'à la résolution des problèmes de leurs familles. Il est important de signaler aussi que 20,30% des commerçants renforcent leur activité de vente au marché grâce aux prêts bancaires. Les dépôts et emprunts bancaires de ces derniers participent à l'alimentation du microcrédit.

<sup>80</sup> C'est une boîte bien fermée avec un petit trou qui permet de plonger l'argent à l'intérieur. Elle est fabriquée le plus souvent avec des planches de bois rouge.

#### 1.4. Les besoins satisfaits

Les besoins de l'être humain sont multiples et variés. En effet, on peut les classer en deux catégories, primaires et secondaires. Les besoins primaires (nourriture, vêtements, santé et logement) sont les plus importants parce qu'ils relèvent de la survie de l'individu. Ceux secondaires (voyages, loisirs, cérémonies etc.) ne sont pas nécessaires à la survie, ils sont plutôt des faits d'ordre mondains. Les données recueillies dans la présente figure ci-dessous montrent que l'activité du marché de Yarang Balante permet d'assurer la survie de beaucoup de commerçants puisque les revenus qui en sont issus sont, en grande partie, utilisés pour assurer la nourriture, l'achat des vêtements, la santé, l'éducation des enfants et, quelques fois, la construction de leurs maisons ou magasins.

**Figure 8 :** Les besoins essentiels satisfaits par les bénéficiaires du marché



Source : Enquête de terrain, 2018

En plus des besoins précités, il y en a d'autres comme l'équipement des chambres. Avec la caisse d'épargne appelée *Adjolong*<sup>81</sup>, les femmes parviennent à équiper convenablement leurs chambres. Certains villageois s'adonnent à la revente des produits du marché pour renforcer les revenus de l'agriculture. D'autres s'approvisionnent dans le marché pour satisfaire les besoins

<sup>81</sup> C'est une caisse d'épargne sous forme de mutuelle qui réunit entre quinze (15) et trente (30) femmes, qui se fixent des délais de partage d'argent qui vont de neuf (09) mois à un an, selon la durée convenue par les membres.

de leurs villages en produits. « J'achète le *netétou*<sup>82</sup> pour approvisionner Samine afin que sa population ne se déplace pas que pour l'achat du *netétou* de la sauce »<sup>83</sup>, nous dit un enquêté.

En ce qui concerne les clients, 45% revendent des produits achetés au marché. Et parmi ces clients revendeurs, 92,60% parviennent à assurer grâce à l'activité du marché<sup>84</sup> la dépense quotidienne. Cependant, 07,40% de cette population ne parvient pas à le faire. Ces derniers n'achètent pas une importante quantité de marchandises. Ils ont une table ou une petite boutique chez eux où ils essaient juste de se faire quelques revenus afin de pouvoir régler certains de leurs problèmes. L'activité du marché leur permet juste de renforcer les revenus de l'agriculture. Ils ne la prennent pas, en quelque sorte, comme profession, mais comme une activité de secours. Le tableau ci-après donne plus de détail.

**Tableau 18 :** Participation de l'activité du marché dans l'assurance de la dépense quotidienne des clients revendeurs

Le bénéfice vous permet-il de couvrir la dépense quotidienne ?		
Oui	50	92,60%
Non	04	7,40%
Total	54 <sup>85</sup>	100%

Source : Enquête de terrain, 2018

### 1.5. Les investissements

Selon nos enquêtés, il serait très difficile, avec l'activité du marché, de régler leurs propres besoins, ceux de leurs familles et d'investir dans d'autres domaines encore. Néanmoins, 10,10% des acteurs sont parvenus à investir et certains d'entre eux ont ouvert des quincailleries, des boutiques pour leurs frères. D'autres ont construit des magasins ou des maisons à louer, etc. Les détails sont sur le tableau suivant.

<sup>82</sup> La noix de néré (*Parkia biglobosa*).

<sup>83</sup> Le marché hebdomadaire de Yarang est le seul marché du département de Goudomp qui détient les produits comme le *netétou*, les poissons fumés et les poissons séchés. Tous les autres marchés du département s'approvisionnent à partir de ce marché.

<sup>84</sup> Les revenus du marché ne se limitent pas seulement à la dépense quotidienne. Ils participent aussi à la résolution des problèmes des acteurs ainsi que ceux de leurs familles respectives.

<sup>85</sup> Les 54 enquêtés de la population cliente qui revendent des produits, représentent 45% de la population mère des clients.



**Tableau 19 : Les projets réalisés grâce aux revenus du marché**

Avec ce bénéfice, avez-vous pu investir dans d'autres domaines ?		
Oui	07	10,10%
Non	62	89,90%
Total	69	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

Avec l'activité du marché, certains clients revendeurs parviennent à investir dans des projets d'élevage domestique à petite quantité. Voici les propos d'un enquêté : « L'activité du marché me permet d'acheter et d'élever des moutons et des chèvres pour les événements culturels ou pour revendre en cas de besoin d'argent ». Donc, ce sont des projets qui leur permettent de gagner plus d'argent. Ils parviennent maintenant à devenir indépendants, à régler leurs problèmes, ceux des jeunes frères et parents, etc. ; ce qui n'était pas possible auparavant. Il en est de même pour les prestataires de service. Le marché a permis à certains de construire, à d'autres de célébrer leur mariage, etc.

## **2. Apports du marché sur le plan social**

### **2.1. Le rôle du marché dans la cohésion sociale**

Le marché hebdomadaire crée non seulement des liens entre des populations de différentes localités, mais aussi des relations socioculturelles par les mariages inter-ethniques (5,79% des commerçants)<sup>86</sup>. Il joue un grand rôle dans les relations villes-campagnes et aussi entre les pays de la sous-région. Il est le cordon ombilical qui permet aux villes et campagnes de communiquer. A travers le commerce qui s'y effectue, les citadins parviennent à fournir aux villageois des produits manufacturés et, en retour, acquérir les produits agricoles locaux ou de la cueillette.

Grâce au marché hebdomadaire, le village de Yarang a des relations avec plusieurs localités du Sénégal voire des pays frontaliers. Les gens quittent des localités pour y passer la nuit ou s'y sédentariser et la première famille qui les accueille, tisse désormais des relations avec leurs familles. « J'ai hébergé pas mal d'étrangers qui sont devenus mes amis. Je n'ai pas de soucis d'hébergement quand je voyage vers leurs localités et c'est idem pour mes fils ou toute personne

---

<sup>86</sup> Selon ces commerçants venus du Nord du Sénégal et de la Guinée-Bissau, c'est grâce au marché hebdomadaire de Yarang Balante qu'ils ont pu épouser des femmes de la Casamance. Il est important de préciser que pour beaucoup d'entre eux, c'est leur deuxième femme.

qui se déplacera, en mon nom, vers ces lieux », nous dit le chef du village de Yarang Balante. C'est la même chose pour beaucoup d'autres familles de Yarang qui ont eu à héberger des étrangers venus d'autres localités.

Le marché a développé un esprit de solidarité entre les jeunes, spécialement les conducteurs de motos Djakarta, qui ont mis en place une caisse qui leur permet de venir en aide aux membres en difficulté. Ils nous ont confié ceci : « Nous avons une caisse qui, en cas de besoin, nous permet d'emprunter de l'argent. Cela nous a donc rendu responsables parce que nous parvenons à garder nos secrets pour nous-mêmes. » Bref, le marché hebdomadaire de Yarang joue un rôle primordial dans les interactions entre la commune de Yarang, les communes du Sénégal et les pays de la sous-région, par les relations qui s'y créent. Le tableau suivant renseigne sur les pourcentages et sur les moments de fréquentation entre différents acteurs du marché.

**Tableau 20** : Relations nouées par le marché et moments de fréquentation

La fréquentation du marché vous a-t-elle permis d'avoir des relations amicales avec des gens d'autres localités ?			Si oui, quels sont vos moments de fréquentation ?		
Oui	93	77,50%	Lors des événements heureux ou malheureux	02	02,10%
Non	27	22,50%	N'importe quel moment	32	34,45%
			Juste pendant les jours de marché	59	63,45%
Total	120	100%	Total	93	100%

**Source** : Enquête de terrain, 2018

Selon certains clients revendeurs, ces relations leur permettent de bénéficier quelques fois des réductions considérables de prix, et même des livraisons à crédit de marchandises qui ne sont remboursées qu'après la vente des produits.

## 2.2. Le rôle du marché dans la promotion des langues et des cultures

La migration des populations vers Yarang a entraîné le métissage, par les mariages, entre les populations du Nord (wolofs) et les populations de la commune (les Balantes, les mandings, les Peulhs, etc.) et aussi entre les populations de la commune et celles de la Guinée-Bissau. Ce mélange des populations se traduit par un brassage de cultures et de langues qui fait de Yarang un *melting pot*. Cela vient même remettre en cause le qualificatif Balante accolé au nom du village de Yarang, car actuellement, on y retrouve toute sorte d'ethnie.

La fréquentation du marché a également permis à certains acteurs d'apprendre ou d'améliorer leur maîtrise des langues différentes des leurs<sup>87</sup>. Le tableau ci-après montre l'apport du marché sur le plan linguistique.

**Tableau 21 : Langue (s) comprise (s) ou améliorée (s)**

Cette fréquentation vous a-t-elle permis de comprendre ou d'améliorer une ou d'autres langue(s) différente(s) de la vôtre ?		
Oui	25	20,83%
Non	95	79,17%
Total	120	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

Ce tableau indique que 20,83% de la population qui fréquente le marché a pu, au moins, améliorer ou comprendre une langue. Les langues améliorées ou apprises sont surtout le créole (pour les Sénégalais) et le wolof (pour les Bissau-Guinéens). Les affinités culturelles créées par les liens linguistiques favorisent les échanges dans les marchés et améliorent les revenus des acteurs.

Aux marchés de Bandé en Guinée-Bissau, de Tilène à Ziguinchor/ Sénégal et de Grand Yoff à Dakar/ Sénégal, les populations des deux pays y convergent pour des besoins économiques. Les liens séculaires et linguistiques y agissent positivement en facilitant le processus de l'achat et en améliorant les revenus des populations<sup>88</sup>.

Cependant, 79,17% de la population n'a pas amélioré ni compris une langue au marché parce qu'elle parle déjà les langues les plus utilisées dans ce lieu. Les populations qui habitent le long de la frontière de la commune de Yarang et les communes de la Guinée-Bissau, comprennent pour la plupart le Wolof, le créole et les langues locales qui s'y parlent du fait des interactions qui se font en termes d'échanges et les fréquentations réciproques lors des événements heureux ou malheureux. Vu le pourcentage obtenu par rapport aux acteurs qui ont pu améliorer ou comprendre des langues, nous pouvons dire que le marché hebdomadaire de Yarang participe à la promotion des langues et des cultures nationales et sous régionales.

<sup>87</sup> La population de Yarang Balante est majoritairement polyglotte.

<sup>88</sup> Robert Biaye. *Affinités culturelles et relations internationales : le cas de la Guinée-Bissau et du Sénégal*. Mémoire de Master en LEA, UASZ, Ziguinchor, 2016-2017, p. 104-105.

### **2.3. Apaisement des tensions frontalières**

Beaucoup de Bissau-guinéens sont venus s'installer à Yarang à cause du marché hebdomadaire. Cela a contribué significativement à la facilitation de la résolution de certains conflits frontaliers, cette migration vers Yarang a renforcé les liens de fraternité de ces deux peuples. Pour les cas de vols, par exemple, la population de Yarang et celle des localités frontalières de la Guinée-Bissau se coordonnent par appels téléphoniques pour couper la trajectoire des cambrioleurs qui volent du bétail, soit en Guinée-Bissau soit au Sénégal, et se dirigent vers l'un des deux pays. Il en est de même pour beaucoup d'autres problèmes.

## CHAPITRE 2 : LES RECETTES ISSUES DU MARCHÉ ET LEUR RÔLE DANS LES ACTIONS DE DÉVELOPPEMENT DE LA COMMUNE

Cette partie concerne la part des recettes du marché dans le budget et les ressources propres de la collectivité locale. Mais avant d'en parler, il serait nécessaire pour nous de nous pencher sur les différentes taxes du marché et également sur la collecte qui est une activité plus ou moins complexe vu les complications auxquelles font face les collecteurs.

### 1. Les recettes générées par le marché

#### 1.1. Le droit de place, de stationnement et la taxe du jour de marché

Pour obtenir une place de vente, les commerçants paient 500F CFA. Toutefois, l'argent de la collecte ne vient pas seulement des commerçants mais aussi des véhicules et des charrettes qui transportent des produits des maisons ou des villages environnants au marché. Ces acteurs ne paient pas le droit de place comme les commerçants. Ils ne paient que la taxe de stationnement ou location comme le font les commerçants, avec la taxe, le jour de marché. Vous avez dans le tableau ci-dessous quelques prix.

**Tableau 22** : Montant de la taxe de stationnement et de la taxe du jour de marché des commerçants

Type d'occupant ou produits	Prix unitaire
Taxis bagages	1.000F CFA
Remorque qui décharge	2.000F CFA
Remorque qui charge	5.000F CFA
Car ou minicar	300F CFA
Charrette	200F CFA
Étal à même le sol ou sur table	100F CFA
Vendeuse d'oseille	50F CFA

Source : Enquête de terrain, 2018

Le droit de stationnement des véhicules (remorques, cars, minicars, taxis bagages) est compris entre 1.000F CFA et 5.000F CFA, tandis que les charrettes paient 200F CFA. En ce qui concerne les commerçants, ils paient en fonction des produits commercialisés. Ceux qui étalent à même le sol ou sur une table paient 100F CFA et les vendeurs d'oseille ou de produits de petite quantité comme les bonbons paient 50F CFA. En dehors de ces taxes hebdomadaires, il

existe d'autres qui sont mensuelles et qui sont payées par les propriétaires de magasins et de cantines, les vendeurs de caprins et d'ovins, etc. Ces derniers paient entre 1.500F CFA et 2.000F CFA le mois.

Cependant, ce qu'il faut noter c'est que la fixation du prix est une prérogative du conseil municipal. Les montants ne sont pas homologués dans les marchés hebdomadaires du Sénégal ; tout dépend de la décision municipale. Ceux du marché hebdomadaire de Yarang Balante sont différents de ceux, par exemple, du marché hebdomadaire de Thillé Boubacar où ils sont moins élevés pour les mêmes produits et occupants. Les taxes qui y sont perçues sont de 150 FCFA pour les charrettes et de 300 FCFA pour les véhicules<sup>89</sup>.

## **1.2. La collecte des taxes et ses problèmes**

La collecte au marché hebdomadaire de Yarang Balante se fait, le mardi et le mercredi de chaque semaine. Pour son bon fonctionnement, les deux collecteurs divisent le marché en deux zones (zone A et zone B)<sup>90</sup>. En effet, la structuration des places du marché en carrés facilite la collecte car ces agents ne suivent que les rangées des places. La collecte commence à dix heures (10h) afin de permettre aux commerçants de vendre. Mais, le fait que les collecteurs commencent leur travail à cette heure ne les épargne pas des problèmes avec les commerçants. Ils sont souvent confrontés aux problèmes de refus de paiement de la taxe et à des tentatives de corruption. Certains commerçants refusent de payer en avançant le prétexte qu'ils n'ont vendu aucune unité de leurs produits. D'autres tentent de les corrompre en leur proposant des sommes en deçà de 100F CFA pour ne pas prendre de ticket et leur font croire que cela va de leur intérêt, car ils auront quelque chose à mettre dans la poche à la descente.

Face à tous ces problèmes et, surtout, au refus de paiement de la taxe, la Mairie a mis en place une mesure dissuasive. Si un commerçant refuse de payer la taxe, les collecteurs saisissent ses produits, les mettent en fourrière, et lui applique une sanction de mille franc (1.000F CFA)<sup>91</sup> en plus de la taxe qu'il devait payer.

---

<sup>89</sup> M. Mouhamadou Ba. *Louma et développement local : le cas du marché de Thillé Boubacar dans la communauté rurale de Ndiaye Pendao (Moyenne vallée du fleuve Sénégal)*. Mémoire de Maîtrise en Géographie, UGB, Saint-Louis, 2004-2005, p.89.

<sup>90</sup> Chacun, des deux collecteurs, a une zone (Zone A ou B) qui lui est propre. Quand ils arrivent, chacun suit juste sa zone. Mais celui qui réside à Yarang Balante se charge aussi des tickets de 200F, 1.000F, etc., destinés aux charrettes et aux voitures utilisées pour transporter des marchandises.

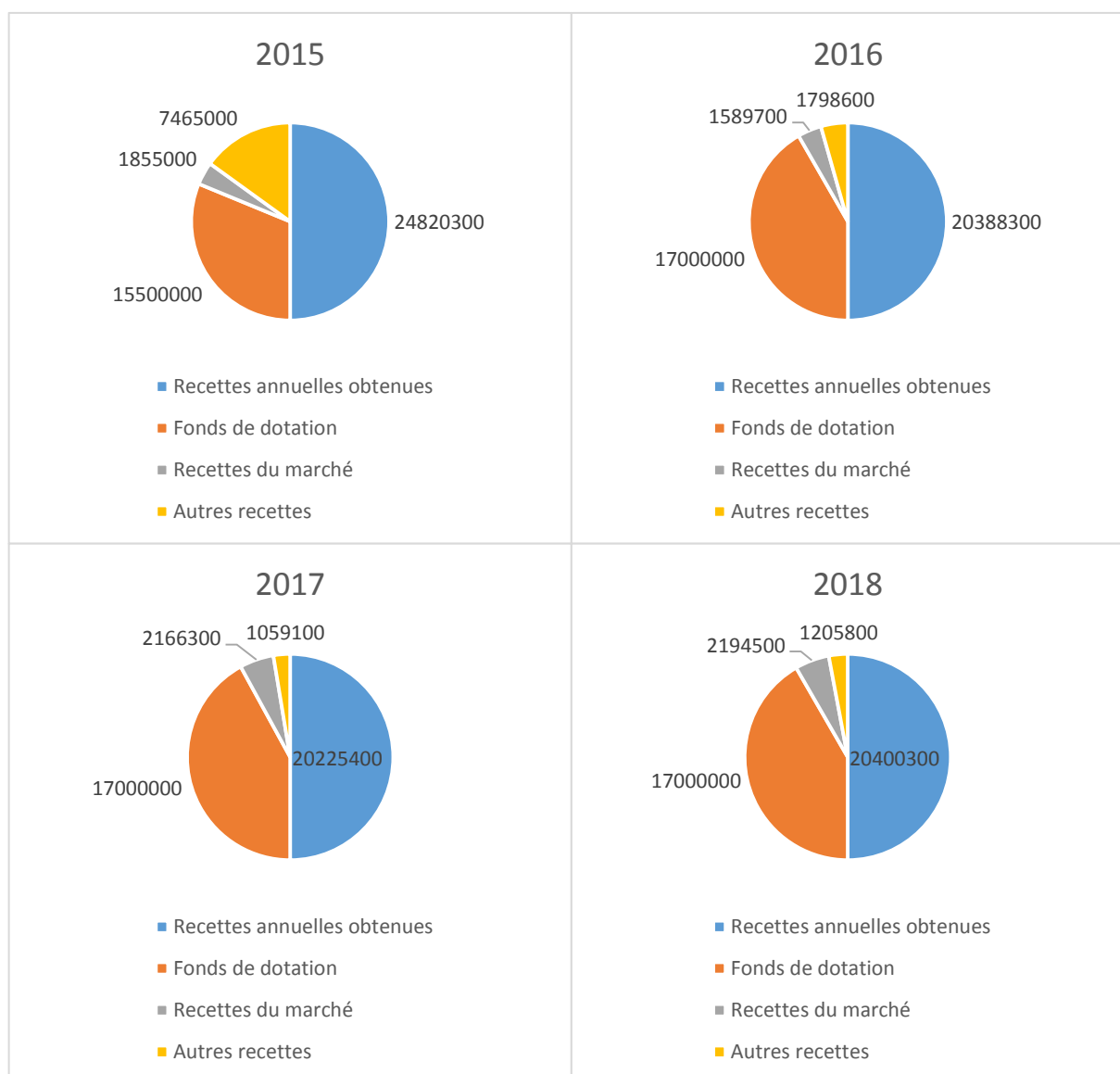
<sup>91</sup> Cette somme est multipliée par le nombre de jours que la marchandise passera à la Mairie.

## 2. Le rôle des recettes dans le budget et dans le développement de la commune

### 2.1. Part des recettes du marché dans le budget

Dans cette sous partie, il s'agit de vérifier la part des recettes du marché dans le budget et dans les recettes propres de la collectivité locale afin de pouvoir confirmer ou infirmer la participation de façon significative de ces dernières dans l'amélioration de celles de la collectivité locale. Les figures ci-dessous donnent des détails sur la part en valeur absolue du marché dans le budget de 2015 à 2018.

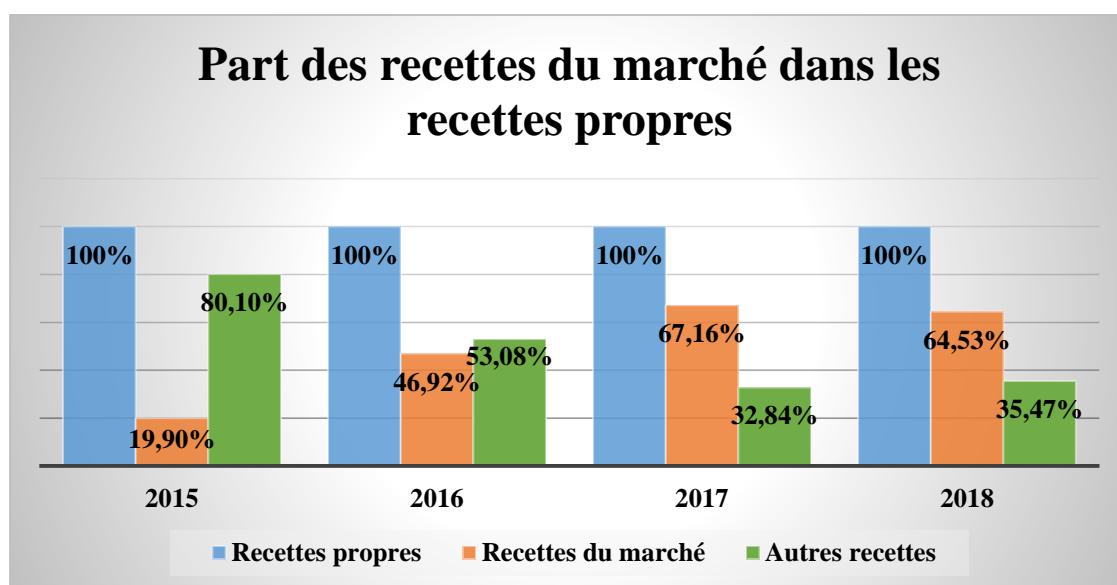
**Figure 9 :** Diagrammes de la part des recettes issues du marché dans le budget



Source : Enquête de terrain, 2018

Hormis les fonds de dotation, les communes ont des recettes propres qui émanent de la population. Il s'agit entre autres du minimum fiscal (impôt), des taxes sur les boutiques, les ateliers de travail, des taxes sur l'exploitation du domaine public, etc. Les recettes du marché hebdomadaire de Yarang font partie de ces recettes propres qui ne représentent que 37,54% en 2015, 16,61 % en 2016, 15,94% en 2017 et 16,67% en 2018 des recettes du budget global. Si nous nous intéressons de plus près à ces recettes propres, nous notons que les recettes du marché représentent pour les quatre dernières années (2015–2018) respectivement 19,90%<sup>92</sup>, 46,91%, 67,16% et 64,53% de ces dernières. La figure suivante donne des détails sur la part en valeur relative du marché dans les recettes propres.

**Figure 10 :** Part du marché dans les recettes propres de la commune



**Source :** Enquête de terrain, 2018

Le marché représente, pour les deux dernières années, plus de la moitié des recettes propres de la commune de Yarang et joue un rôle primordial dans les finances de la commune. Comme l'a dit le secrétaire municipal, en ces termes : « Il est très difficile de recouvrer des recettes, comme le minimum fiscal, émanent de la population. S'il n'y avait pas le marché hebdomadaire, on aurait eu beaucoup de problèmes même pour faire le minimum de réalisation.» Mais l'évolution en dents de scie des recettes issues du marché s'explique par le fait que le renforcement des activités du marché dépend des facteurs qui encouragent la fréquentation du marché. Ces facteurs sont entre autres la campagne d'anacarde qui permet aux

<sup>92</sup> L'augmentation de la rubrique « Autres recettes » et, par conséquent, des recettes propres de la commune en 2015 est due au report de cinq millions du budget de 2014 destinés à la construction des salles de classe qui n'a pas été faite.



populations d'avoir assez de revenus, un meilleur rendement qui permet aux cultivateurs de vendre les excédents de leurs récoltes. Le marché hebdomadaire étant donc le détenteur de la plus grande part des recettes propres de la commune, quelles réalisations permettent-elles de faire ?

## **2.2. Contribution des recettes dans la réalisation des projets de la commune**

Comme nous l'avons souligné plus haut dans l'historique du marché, le marché hebdomadaire de Yarang était, à un certain moment, unique dans le département. A ce titre, il générait beaucoup de recettes à la commune environ dix (10) millions par an. Mais, la création des marchés hebdomadaires dans presque toutes les communes du département a fait chuter les recettes annuelles jusqu'à environ deux (02) à trois (03) millions. Celles-ci, bien que dérisoires, constituent néanmoins l'essentiel des fonds propres de la commune et c'est avec elles que la Mairie paie certains de ses fonctionnaires, comme les chauffeurs, les collecteurs, les adjoints, etc., (75.000F CFA au minimum est affecté au paiement des salaires par mois). Ces recettes sont également utilisées pour la facilitation du déroulement des examens (au maximum 100.000F CFA par an), et pour des actions sociales (au maximum 400.000F CFA par an), c'est-à-dire pour répondre à des sollicitations adressées au Maire. Elles sont, enfin, utilisées pour appuyer les postes de santé en carburant pour les ambulances (au maximum 200.000F CFA par an pour le poste de santé de Samine et 60.000F CFA par an pour le poste de santé de Mangarounghou). Cependant, « pour certaines réalisations, il faut l'appui des bailleurs ou partenaires pour pouvoir les faire », nous dit le premier adjoint au Maire. Les recettes du marché ne permettent pas de réaliser des projets à coût élevés. Si nous nous interrogeons sur les réalisations faites grâce aux recettes du marché, nous constatons qu'elles ne sont pas productives ni porteuses de croissance pour l'autorité locale, car la Mairie les utilise principalement dans le fonctionnement au détriment de l'investissement qui permettra d'apporter plus de revenus<sup>93</sup>.

Quoi que l'on puisse dire, le marché hebdomadaire de Yarang Balante a des effets positifs sur le plan économique et social de la commune de Yarang. Pour cela, interrogeons les acteurs pour en savoir plus.

---

<sup>93</sup> Ces sommes varient en fonction de ce que la Mairie collecte par an.

### 2.3. Appréciations sur la contribution du marché dans le développement de la commune de Yarang

On ne peut parler de développement local que quand on note une amélioration de la localité sur le plan économique, social, etc. Alors, du côté des commerçants comme des clients, tous sont d'accord sur la participation du marché hebdomadaire de Yarang Balante au développement de Yarang. Il améliore les revenus de la population. Il permet aussi à l'autorité locale, par ses recettes qu'il génère, d'atteindre certains de ses objectifs. C'est un milieu également qui favorise le tissage des relations sociales par les amitiés et les mariages.

Tous ces bienfaits du marché sur la population ont poussé les acteurs à confirmer que le marché participe au développement de Yarang. Toutefois, quelques commerçants et clients ont dit le contraire. Pour eux, la participation du marché hebdomadaire au développement de Yarang laisse à désirer, car ils n'ont pas encore vu de réalisations concrètes que la Mairie a faites avec ses recettes. Le tableau ci-dessous montre les détails sur l'appréciation, des acteurs sur la participation du marché dans l'amélioration des conditions de vie des populations.

**Tableau 23:** Appréciations sur la participation du marché au développement de la localité

Pensez-vous que les taxes payées par jour de marché participent à l'amélioration des recettes de la collectivité locale ?			Pensez-vous que le marché hebdomadaire participe au développement de Yarang ?		
Commerçants			Clients		
Oui	61	88,40%	Oui	115	95,83%
Non	01	01,50%	Non	02	01,67%
Ne répond pas	07	10,10%	Ne répond pas	03	02,50%
Total	69	100%	Total	120	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

En dehors de l'amélioration des conditions de vie de la population, le marché participe au changement de la morphologie du village de Yarang. Les activités commerciales qui occasionnent la ruée des populations étrangères vers Yarang font que la morphologie de Yarang change aussi bien en termes de grandeur qu'en termes de beauté. Le Yarang de jadis est différent de l'actuel, car les étrangers sont en train de construire de belles maisons et le village s'agrandit au jour le jour. Il est même en train de prendre le visage d'une ville du fait que, en tant que

village, des chambres y sont louées et des terrains vendus à des prix plus ou moins élevés. Il commence même à y avoir des problèmes d'espace à cause de la rareté des terrains et de la demande qui ne cesse de s'accroître. Les femmes également se comportent comme celles de la ville avec leur caisse *adjolong* qui leur permet d'épargner et de réaliser des projets. Toutefois, la question qu'il faut se poser est la suivante : Les apports du marché hebdomadaire de Yarang ne se limitent-ils qu'aux populations qui le fréquentent ?

#### 2.4. Etendue des apports du marché

Les populations de la commune de Yarang Balante qui ne fréquentent pas son marché hebdomadaire bénéficient de ses retombés soit directement ou indirectement. Directement parce que c'est le seul marché de la zone qui possède des poissons fumés, séchés et le *netétou* et tout le monde s'y approvisionne à travers les *banabanas*<sup>94</sup>. Ces *banabanas* utilisent les bénéfices des recettes issues du marché pour résoudre les problèmes de leurs proches et même pour l'achat de la nourriture familiale. Indirectement, parce que l'autorité locale utilise parfois les recettes du marché pour réaliser certains projets qui concernent ces villages. Les populations qui ne fréquentent pas le marché de Yarang sont celles des villages de : Sathioum, Thianaff, Koussi, Limana, Niacounda, etc. Le tableau ci-dessous donne plus de détails sur ce que cette population pense des apports du marché vis-à-vis de leurs villages.

**Tableau 24:** Appréciation des apports du marché hebdomadaire par la population

Vivez-vous les apports du marché malgré que vous ne le fréquentiez pas ?		
Oui	47	95,92%
Non	01	02,04%
Ne répond pas	01	02,04%
Total	49	100%

**Source :** Enquête de terrain, 2018

Le marché hebdomadaire de Yarang ne participe pas seulement à l'amélioration des conditions de vie des populations de la commune de Yarang Balante. Il touche toutes les communes du Sénégal particulièrement celles environnantes et les pays frontaliers (la Gambie, la République de Guinée et la Guinée-Bissau). Les envois des acteurs vers leurs localités permettent d'améliorer les conditions de vie de leurs proches. La Guinée-Bissau bénéficie

<sup>94</sup> Ce sont les clients revendeurs qui achètent des produits au marché hebdomadaire pour aller les revendre.

doublement des apports du marché. Sa population y vend, s'y approvisionne et l'Etat aussi y gagne avec la délivrance des licences de coupe de bois de chauffe<sup>95</sup>.

Le marché permet également à beaucoup de localités sénégalaises telles que : Dakar, Ziguinchor, Kafountine, etc., de pouvoir écouler beaucoup de leurs produits et de s'approvisionner en produits locaux surtout la noix de néré et l'huile de palme.

---

<sup>95</sup> Les agents des eaux et forêts de la Guinée-Bissau délivrent des licences aux populations de Yarang qui partent couper du bois mort dans leur forêt. Ce bois est vendu aux chauffeurs de Kafountine, qui à leur tour, les revendent aux transformateurs de poissons à Kafountine. La licence est à quinze mille franc (15.000F) le mois.

## **CHAPITRE 3 : VERIFICATION DES HYPOTHESES, DISCUSSIONS ET RECOMMANDATIONS**

Dans ce chapitre, il s'agit de vérifier les hypothèses de départ, d'analyser les résultats de cette vérification et de formuler des recommandations à l'endroit de l'Etat du Sénégal, de l'autorité de la Mairie de Yarang Balante et des acteurs du marché. La vérification des hypothèses nous permettra de confirmer ou infirmer l'hypothèse principale. Les recommandations formulées sont les solutions aux différents problèmes que rencontre le marché. Elles permettront au marché de participer plus efficacement au développement.

### **1. Vérification et discussions des hypothèses**

L'objectif de cette étude sur le marché hebdomadaire de Yarang Balante vise à démontrer l'apport de ce marché dans le développement de la commune, c'est-à-dire sa contribution dans la lutte contre la pauvreté, l'amélioration des conditions de vie socioéconomique des populations mais aussi la résolution des problèmes de la commune par la collecte des taxes municipales (Mairie en tant qu'autorité locale).

Ainsi, nous avons avancé comme hypothèse principale que le marché hebdomadaire de Yarang Balante participe au développement local en améliorant les conditions de vie des populations et en renforçant les recettes de la commune. Pour vérifier cela, nous allons d'abord vérifier les hypothèses secondaires les unes après les autres.

#### **1.1. Hypothèse secondaire 1**

Notre première hypothèse était que : « *la fréquentation du marché hebdomadaire est motivée par la disponibilité des produits et services, les prix abordables, le pouvoir d'achat de la population locale et l'accès facile* ».

En effet, en nous référant aux résultats du tableau 13 sur les motifs de fréquentation du marché, nous constatons que 63,30% et 53,90% des clients reconnaissent respectivement que la disponibilité suffisante des produits et les prix abordables les motivent à fréquenter le marché. En ce qui concerne les commerçants, 62,30% et 81,10% disent aussi que l'écoulement rapide des produits (qui est lié au pouvoir d'achat de la clientèle) et l'accès facile motivent leur fréquentation. Les résultats nous ont également permis de savoir la particularité du marché hebdomadaire de Yarang Balante par les produits qu'il détient. Dans le département, c'est le seul marché qui a les produits comme le *netétou*, les poissons fumés et les poissons séchés.

Tous les autres marchés hebdomadaires du département passent par ce marché pour obtenir ces produits. Les résultats obtenus sur ce tableau, par rapport aux motifs de fréquentation, nous permettent de confirmer cette hypothèse.

## 1.2. Hypothèse secondaire 2

La deuxième hypothèse que nous avons formée était que : « *le marché hebdomadaire, à travers ses échanges commerciaux, permet aux acteurs d'avoir une activité génératrice de revenus, qui leur permet d'améliorer leurs conditions de vie* ».

Pour cette hypothèse, nous avons convoqué les résultats de la figure 6 relative aux commerçants qui ne s'activent qu'au marché et ceux qui exercent d'autres activités, de la figure 8 qui parle des besoins satisfaits par les recettes issues du marché et du tableau 19 qui met en exergue les projets réalisés grâce aux revenus du marché. Les emplois connexes créés par le marché ont été aussi pris en compte. Ainsi, les résultats de la figure 6 ont montré que 64% des commerçants n'ont d'autres activités que la vente au marché hebdomadaire. Il est important de souligner aussi que les 36% des commerçants restants qui s'activent dans d'autres activités exogènes du marché utilisent les recettes du marché pour renforcer les revenus de ces activités afin de couvrir leurs dépenses annuelles. Les résultats de la figure 8, quant à eux, ont montré que les activités du marché permettent aux populations de satisfaire leurs besoins primaires en permettant à 95,70% des commerçants de se nourrir, à 88,40% de se vêtir, et à 92,80% de se soigner. Il en est de même pour le tableau 19 relatif aux investissements faits grâce aux recettes du marché. Il montre que 10,10% des commerçants parviennent à investir dans des projets de construction, d'autres ouvrent des magasins pour leurs frères, etc. Pour ce qui est de la population consommatrice, composée de clients directs et de revendeurs, avec le marché ils parviennent à régler leurs problèmes et ceux de leur famille. En plus de cela, le marché hebdomadaire de Yarang Balante crée de l'emploi chez les jeunes. Il a créé aussi des emplois connexes en permettant à 15 charrettes d'âne, à 05 charrettes de chevaux, à 40 motos djakarta<sup>96</sup>, à 07 ateliers de coutures, à 29 vendeuses de *tangana*, etc., d'offrir des services et de gagner convenablement leur vie. Tout le monde y gagne de l'argent surtout avec les petits travaux.

---

<sup>96</sup> Il faut noter aussi qu'en plus des motos Djakarta sénégalaises, il y en a d'autres qui viennent de la Guinée-Bissau.

Les résultats obtenus sur l'amélioration des conditions de vie socioéconomique des commerçants, des clients et prestataires de services nous permettent de confirmer également cette deuxième hypothèse.

### **1.3. Hypothèse secondaire 3**

Nous avons comme troisième hypothèse : « *à travers les taxes collectées pendant les jours de marché, le marché hebdomadaire assure le développement local en alimentant significativement le budget de la commune* ».

Pour la vérification de cette hypothèse, nous nous sommes basés sur les résultats des figures 9 et 10 relatives à la part des recettes du marché dans le budget et dans les recettes propres et les résultats sur des projets réalisés grâce aux taxes collectées au marché.

L'analyse des résultats de la figure 9 a montré que durant les quatre dernières années (2015-2018), les recettes propres de la commune représentent respectivement 37,54%, 16,61%, 15,94% et 16,67% du budget global. Une analyse beaucoup plus poussée à la figure 10 démontre que pour ces mêmes années, les recettes du marché représentent 19,90%, 46,91%, 67,16% et 64,53% des ressources propres de la commune, ce qui avoisine la moitié de celles-ci<sup>97</sup>. Ces recettes du marché ont permis à la municipalité de payer certains salaires, de régler certains cas sociaux, de contribuer à la subvention en carburant des ambulances des postes de santé, etc. En nous basant sur ces résultats, nous serions tenté de confirmer cette hypothèse. Or l'objectif est de vérifier non seulement la participation du marché dans le renflouement du budget, mais aussi sa participation dans les actions de développement de la commune. Dans ce cas précis, nous constatons que les recettes sont plutôt orientées vers le fonctionnement de la commune que l'investissement. Les recettes issues du marché qui sont environ deux (02) à trois (03) millions de francs CFA, participent certes au renflouement du budget de la commune, mais ces moyens dérisoires ne peuvent pas, par rapport aux compétences transférées, assurer le développement de la commune. Les résultats obtenus sur les recettes issues du marché hebdomadaire et de leur utilisation dans la résolution des problèmes de la commune, nous ont permis d'infirmer cette troisième hypothèse d'autant plus qu'elles sont insignifiantes.

Au terme de notre étude basée sur la population de Yarang Balante (les ménages, les commerçants, les clients et les prestataires de services) et la commune (la mairie), les deux premières hypothèses secondaires ont été confirmées, car l'enquête nous a permis de découvrir,

---

<sup>97</sup> La moyenne des recettes du marché des quatre dernières années représente 49,62% des ressources propres.

par les pourcentages obtenus, que le marché participe significativement au bien-être de la population et suscite une fréquentation des acteurs par ses prix abordables, son accès facile, etc. Cependant, la troisième hypothèse secondaire a été infirmée, parce que l'apport des recettes du marché en termes de valeur absolue est faible. Au regard des résultats obtenus à la vérification des hypothèses secondaires, nous pouvons conclure que notre hypothèse principale est nuancée.

## **2. Recommandations**

### **2.1. Recommandations à l'endroit de l'Etat sénégalais**

L'Etat du Sénégal qui est responsable de grands projets du pays devrait :

- collaborer avec l'Etat de la Guinée-Bissau pour construire des routes plus praticables entre les deux pays, afin de faciliter aux populations l'accès au marché. La construction de ces routes entraînera une baisse du coût du transport qui aura des répercussions sur le pouvoir d'achat des acteurs ;
- désenclaver Yarang par la construction d'un pont au niveau du fleuve Casamance (l'axe Bouno-Kougnara), ce qui facilitera l'accès aux villages qui sont à l'autre rive du fleuve. Cela suscitera une augmentation de la fréquentation, d'autant plus que les prix du transport diminueront et les populations pourront acheminer facilement leurs produits vers le marché et même des produits venant de Sédhiou ;
- faire en sorte que Yarang Balante ait de l'électricité, car cela peut permettre aux commerçants de stocker dans des réfrigérateurs les produits périssables pendant les trois jours de marché. L'électricité peut aussi encourager la création d'autres institutions de microcrédits et d'autres activités génératrices de revenus comme les multiservices, la vente de l'eau fraîche, de la crème glacée, des boissons, etc. Avec les cas de vols qui s'enregistrent de plus en plus à Yarang, l'électricité peut aider à atténuer les problèmes de sécurité parce qu'avec la lumière les cambrioleurs auront du mal à se déplacer ;
- créer un poste de Gendarmerie ou un camp militaire à Yarang qui fera des patrouilles toutes les nuits pour prévenir les cas de vols. La persistance des cambriolages peut occasionner une baisse de la fréquentation du marché par les commerçants. Par conséquent, le marché perdra sa première place au niveau départemental, voire régional au profit d'autres marchés ;
- mettre en place une agence du CMS, car les commerçants pourront verser leur argent dans des comptes courants, et éviter les risques d'agression de la part des malfaiteurs



ou de perte avec les épargnes par « condamné ». Ils pourront aussi envoyer de l'argent à leurs parents à partir de Yarang même.

## 2.2. Recommandations à l'endroit de l'autorité locale

Les recommandations adressées à l'autorité locale sont relatives aux problèmes que rencontre le marché et à ceux qu'il peut causer. Ils sont, entre autres, les ordures, l'hygiène, la santé, l'éducation, etc. Pour cela donc, l'autorité locale devrait :

- construire un marché moderne avec des cantines modernes afin de permettre aux acteurs de mener à bien leurs activités même quand il pleut. La construction de bonnes cantines<sup>98</sup> pour les commerçants est importante, car elles permettront de vendre correctement leurs produits ;
- élargir les allées du marché. L'étroitesse des allées peut être source de problèmes entre commerçants et clients ou entre deux clients. Ces allées peuvent même être à l'origine d'accidents graves parce que les conducteurs de motos Djakarta et de charrettes se mélangent quelquefois avec tout le monde ;
- construire un poste de santé à Yarang village afin de sauver des vies, parce que le marché accueille des milliers de personnes. Il a enregistré à plusieurs reprises des cas d'urgence liés aux malaises causés par certaines maladies et aux accouchements. Selon le chef du village (Kounama Sadio),

La première femme à accoucher au marché hebdomadaire vient de Diattacounda et la fille qu'elle a mise au monde est déjà en âge de se marier. Le marché a aussi enregistré des cas de morts. Des gens viennent au marché et leurs maladies se réveillent subitement, en les amenant à Mangarounghou ou Samine, meurent quelques fois en route.

- mettre en place de grandes poubelles afin de permettre aux commerçants d'y déverser les ordures, puisque la Mairie n'a pas les moyens de payer les gens pour le nettoyage hebdomadaire. Ces poubelles pourraient être ramassées mensuellement ou bimensuellement, cela permettrait d'éviter les dépôts d'ordures qui existent un peu partout à travers le marché ;
- acheter une ou deux charrette(s) pour la collecte des ordures, afin de régler définitivement ce problème ;

---

<sup>98</sup> La construction de cantines modernes n'est pas prévue même au niveau du marché en sentier. Seul celle des magasins est prévue.

- construire des latrines pour que les commerçants cessent de satisfaire leurs besoins naturels à l'air libre, car cela pourrait occasionner des maladies. La construction de celles-ci pourrait générer des revenus pour la collectivité locale, car leur utilisation peut être payante à 25F ou 50 F CFA ;
- organiser des conférences, à l'occasion des fêtes scolaires, sur l'importance de l'éducation dans la vie d'un individu afin de diminuer le taux d'abandon scolaire. En effet, beaucoup de jeunes quittent l'école à cause du marché pensant que celui-ci pourra régler tous leurs problèmes ;
- sensibiliser la population pour qu'elle accepte de payer, au moins, le minimum fiscal.

### **2.3. Recommandations à l'endroit des commerçants du marché hebdomadaire**

Vu les problèmes d'organisation, de vol, etc., auxquels les commerçants sont confrontés dans la vente de leurs produits, ils devraient :

- implanter des plaques au niveau de leurs places respectives, afin que toute personne qui voudra l'occuper sache que la place appartient déjà à quelqu'un d'autre. C'est juste une façon d'éviter les querelles relatives aux places ;
- cotiser chaque semaine au minimum 200F CFA, afin d'embaucher deux gardiens qui sécuriseront leurs produits<sup>99</sup>. Il n'est pas intéressant, pour les commerçants, d'investir des millions et laisser les produits dans l'insécurité ;
- organiser même par quinzaine des journées de nettoyage du marché puisque la Mairie n'a pas les moyens de l'assurer. L'hygiène est nécessaire dans un milieu de vente, car elle permet d'éviter des maladies liées à l'insalubrité.

---

<sup>99</sup> Les commerçants qui gardent leurs produits dans les magasins sont environ 140, alors la somme de 200F par semaine suffira pour payer deux gardiens qui assureront la sécurité de leurs produits.

## **Conclusion partielle**

Cette troisième partie traite de la participation du marché hebdomadaire à l'amélioration des conditions socioéconomiques des populations de Yarang et des recommandations qui sont des solutions aux différents problèmes qu'il rencontre. Ces solutions permettront d'améliorer les conditions d'accès et de renforcer ses activités. L'étude a montré une participation plus ou moins significative du marché dans l'amélioration des conditions de vie des populations. Cette participation ne se limite pas seulement à la population de Yarang Balante. Elle s'étend jusqu'aux populations des communes environnantes tout comme celles du Nord du pays et des pays frontaliers (la Guinée-Bissau, la République de Guinée et la Gambie). Nous avons constaté également une participation plus ou moins importante du marché dans le renflouement du budget de la commune, car les recettes qu'il génère avoisinent, pour les quatre dernières années, 50% des ressources propres de la collectivité territoriale.



**CONCLUSION GENERALE**

Le 21<sup>ème</sup> siècle est dominé par les politiques de décentralisation, qui consistent à organiser le développement à la base dans un pays donné, en mettant au centre la population locale et ses ressources, pour espérer régler la question de la pauvreté ou améliorer les conditions de vie. En effet, la contribution des marchés hebdomadaires revêt une importance capitale puisqu'elle fait partie des éléments qui composent les sources de financement des populations locales afin qu'elles puissent satisfaire leurs besoins élémentaires. Ces marchés font partie des principales sources de revenus des populations sans salaire.

Depuis sa création en 1986-1987, le marché hebdomadaire de Yarang Balante n'a cessé d'attirer des populations venant aussi bien d'autres communes du Sénégal que des pays riverains à savoir, de la Guinée-Bissau, de la Gambie et de la République de Guinée. Il est le marché qui rassemble le plus d'acteurs dans le département de Goudomp. Sa taille et sa position frontalière expliquent la forte présence des produits commercialisables, suscitant ainsi chez les populations le désir de le fréquenter.

Sur le plan économique, la fréquentation massive des populations a permis au marché de participer à l'amélioration des conditions de vie des populations et au renflouement du budget de la commune. En dehors de l'aspect économique, le marché hebdomadaire de Yarang Balante permet aussi aux différentes populations, c'est-à-dire celles de Yarang, des communes environnantes et de la sous-région, de nouer des relations socioculturelles qui se traduisent par le développement du plurilinguisme, la naissance des fraternités qui créent la fréquentation réciproque des uns et des autres pendant des événements heureux ou malheureux. Il facilite également le règlement de certains conflits frontaliers par le biais des immigrés bissau-guinéens qui viennent s'installer à Yarang.

Le rapport entre le marché hebdomadaire et le développement local est donc effectif. Le marché hebdomadaire de Yarang Balante permet à la population de cette localité et même à d'autres populations du Sénégal et de la sous-région d'améliorer leurs conditions de vie par l'obtention des produits acheminés jusqu'à elles. Ce « service à domicile » évite aux commerçants locaux de faire de longues distances à la recherche de produits dont ils ne disposent pas. La satisfaction des besoins primaires, la construction de maisons ou de magasins à louer, de quincailleries, de boutiques, sont autant d'éléments qui prouvent l'apport du marché. Il en est de même pour les envois d'argent vers des localités différentes et les relations amicales sincères résultant des rencontres fortuites scellées dans le marché hebdomadaire. Tout cela permet de rendre beaucoup plus aisée la vie des populations. Le marché a également permis à

l'autorité locale (le Maire) de réaliser certains projets comme la construction de latrines qui rend la vie des populations plus saine, d'agir dans les programmes de l'éducation, etc. Toutefois, sa contribution dans le développement de la commune de Yarang Balante est beaucoup plus visible chez les populations que dans les actions de l'autorité locale, car il a permis à ces dernières d'investir et de se faire plus de revenus. Ce qui n'est pas le cas chez l'autorité locale, qui emploie les ressources tirées du marché plus dans le fonctionnement que dans l'investissement.

Comme nous l'avons souligné à l'entame de cette étude (à l'introduction), pour que le marché hebdomadaire de Yarang Balante puisse participer de façon plus effective au développement de la commune, les autorités compétentes doivent prendre des mesures idoines afin de mettre en application nos recommandations qui sont des solutions aux différents problèmes soulevés par les acteurs.

L'étude sur le marché hebdomadaire de Yarang Balante nous a amené à déceler d'autres pistes de réflexions, qui pourraient être des objets de recherches futures. Notre étude étant basée sur les aspects économique et social, cela nous laisse de la latitude pour exploiter d'autres thèmes tels que :

- l'impact des voies de communication sur la dynamisation des activités de ce marché hebdomadaire ;
- le rôle de la langue (surtout le mandingue) dans les échanges commerciaux au marché hebdomadaire ;
- une étude comparative entre ce marché et les autres marchés des communes environnantes qui permettrait de distinguer leurs points de concordance et de discordance ;
- le véritable rôle qu'il joue dans l'interdépendance entre les populations de la campagne et celles de la ville.

## Références bibliographiques

### I. Ouvrages généraux

LEVY, Jacques et LUSSAULT, Michel. *Dictionnaire de la géographie et de l'Espace des sociétés*. Paris : Edition Harmattan, 2003, 1.033 pages.

MAIRE, Patricia et ROBINSON, Anne Françoise. *Le Grand Larousse Illustré 2015*. Italie : Canal Turin, 2014, 2.110 pages.

ROBERT, Paul. *Le Petit Robert 2014*. Paris : Normandie Roto Impression, 2013, 2.837 pages.

### II. Ouvrages spécialisés

BODINEAU, Pierre et VERPEAUX, Michel. *Histoire de la décentralisation*. Paris : Presses Universitaires de France, 1993, 127 pages.

CAMARA Loukimane. *Marchés, Gouvernance et pauvreté : Le cas de la Côte d'Ivoire*. Paris : Harmattan, 2013, 272 pages.

DEBBASCH, Charles ; BOURDON, Jacques ; PONTIER, Jean-Marie et al. *Droit constitutionnel et Institutions Politiques*. Paris : ECONOMICA, 2001, 993 pages.

DIATTA, Jean Amédé et DIOUF, Denis Assane. *Le mémoire : Méthodologie de recherche, normes et techniques de rédaction, conseils pour la soutenance*. Imprimerie Néma, Ziguinchor, 2013, 101 pages.

DIOP, Djibril. *Décentralisation et gouvernance locale au Sénégal : Quelle pertinence pour le développement local ?*. Paris : Harmattan, 2006, 267 pages.

LONGHI, Christiane et SPINDLER, Jacques. *Le développement local*. Paris : Librairie générale de droit et de jurisprudence, 2000, 119 pages.

TOPPE, Gilbert. *L'union africaine et le développement de l'Afrique*. Paris : Harmattan, 2010, 156 pages.

### III. Thèses et Mémoires

BA, M. Mouhamadou. *Louma et développement local : le cas du marché hebdomadaire de Thillé Boubacar dans la communauté rurale de Ndiayène Pendao (Moyenne Vallée du fleuve Sénégal)*. Mémoire de Maîtrise de Géographie, UGB, Saint-Louis, 2004-2005, 125 pages.

BADJI, Ibrahima Sidy. *Les marchés hebdomadaires urbains : Importance socioéconomique et organisation spatiale dans la ville de Dakar*. Mémoire de maîtrise de géographie, UCAD, Dakar, 2004-2005, 90 pages.

BIAYE, Robert. *Affinités culturelles et relations internationales : le cas de la Guinée-Bissau et du Sénégal*. Mémoire de Master de LEA, Coopération internationale et développement local, UASZ, Ziguinchor, 2016-2017, 145 pages.

COULIBALY, Yaye Sadio Fall. *Diagnostic de la pauvreté dans le Sud du Ferlo : La communauté rurale Ouarkhokh*. Mémoire de Maîtrise de géographie, UCAD, Dakar, 2003-2004, 125 pages.

DIALLO, Mamadou Aguibou. *Les femmes dans le secteur informel artisanal à Pikine*. Mémoire de Maîtrise de sociologie, UCAD, Dakar, 2003-2004. 124 pages.

DIALLO, Mamadou Cheikhou. *Les marchés hebdomadaires dans le nouveau département de Kounghoul : Impacts socioéconomiques*. Mémoire de maîtrise de Géographie, UCAD, Dakar, 2009-2010, 109 pages.

DIOUF, Samba. *Les marchés hebdomadaires en Banlieue : le marché de Pikine*. Mémoire de Maîtrise de Sociologie, UCAD, Dakar, 2004-2005, 106 pages.

LY, Mamadou. *Le rôle des transports dans les relations ville-campagne : Etude de leur impact dans la structuration des marchés hebdomadaires dans le département de Foundiougne*. Mémoire de DEA de Géographie, UCAD, Dakar, 1999-2000, 48 pages.

NDIAYE, Mame Birame. *Liaisons ville-campagne : influence sur le fonctionnement des marchés hebdomadaires dans le département de Fatick*. Mémoire de Maîtrise de Géographie, UCAD, Dakar, 1996, 70 pages.

NDIAYE, Ndèye Marième. *Prolifération des marchés hebdomadaires dans la ville de Dakar : Impacts socioéconomiques et environnementaux : Cas de la commune d'arrondissement des Parcelles Assainies*. Mémoire de maîtrise de géographie, UCAD, Dakar, 2009-2010, 97 pages.

NDONG, M. Cheikh. *La place des marchés hebdomadaires ruraux dans le développement du département de Fatick*. Mémoire de Master de géographie, UCAD, Dakar, 2010-2011, 61 pages.

NGUYEN VAN CHI-BONNARDEL, Régine. *Vie de relations au Sénégal : la circulation des biens*. Thèse de Doctorat d'Etat, Université de Paris VII, Paris, 1976, 927 pages.



SARR, Yanghane Raphael. *Rôle des marchés hebdomadaires dans le processus d'intégration régionale : cas de Manda Douane dans le département de Vélingara*. Mémoire de Master de géographie, UCAD, Dakar, 2012-2013, 99 pages.

#### **IV. Revues et Articles**

NGODI, Etanislav. « Gestion des espaces publics au Congo-Brazzaville : Le cas du parking », *Afrique et Développement*, Vol. XXXVI, N° 2, 2011, Pp. 37- 61.

PIVETEAU, Alain. « Décentralisation et développement local au Sénégal. Chronique d'un couple hypothétique ». *Revue Tiers Monde*, 2005/1, n° 181, pp. 71-93.

#### **V. Rapports**

AGENCE REGIONALE DE DEVELOPPEMENT (A.R.D.). Rapport Final du Plan de Développement Départemental de Goudomp (P.D.D.), mars 2016, 100 pages.

DIOUF, Ibrahima. ANSD, rapport SES (Situation Economique et Sociale) de la région de Sédhiou, édition 2016, 218 pages.

LIGNEAU, Philippe. « La décentralisation des politiques d'actions sociales en France », *Les aspects juridiques de la décentralisation*. Actes du colloque de Varsovie, Tome 17, organisé par la faculté de droit des Universités de Varsovie et de Poitiers, du 26 au 28 octobre 1988, Varsovie. Paris : Presse Universitaires de France, 1990, 163 pages.

MINISTERE DE L'INTERIEUR. *Recueil des textes de la décentralisation*, février 1997, 220 pages.

PRESIDENCE DE LA REPUBLIQUE. Loi n° 2013-10 du 28 décembre 2013, portant code générale des collectivités locales, 44 pages.

#### **VI. Webographie : Liens et sites consultés**

[www.ansd.sn](http://www.ansd.sn) [consulté le 22 juillet 2018].  
<http://www.ansd.sn/ressources/publications/indicateurs/Projections-demographiques-2013-2025+.htm> . (Information sur la projection démographique du Sénégal de 2013 à 2025).

GRIJOL, Karine. « Les marchés hebdomadaires : un facteur du développement économique et social au Sénégal », *Les cahiers d'outre-mer : Sahel* [en ligne], juillet-septembre 1996, n°195 49°ANNEE, Pp. 297-316. Disponible sur : [https://www.persee.fr/doc/caoum\\_0373-5834\\_1996\\_num\\_49\\_195\\_3613](https://www.persee.fr/doc/caoum_0373-5834_1996_num_49_195_3613), [consulté le 15 décembre 2018].

[https://www.leral.net/L-ACTE-3-DE-LA-DECENTRALISATION-UNE-REFORME-QUELS-ENJEUX-POUR-QUELS-DEFIS\\_a105653.html](https://www.leral.net/L-ACTE-3-DE-LA-DECENTRALISATION-UNE-REFORME-QUELS-ENJEUX-POUR-QUELS-DEFIS_a105653.html) [consulté le 19 janvier 2018].  
(Information sur les objectifs de l'acte 3 de la décentralisation).

NINOT, Olivier ; LESOURD Michel et LOMBARD, Jérôme. « Nouveaux espaces, nouvelles centralités Echanges et réseaux en milieu rural sénégalais », *Historiens & Géographes* [en ligne], 1 juillet 2002, n°379, pp.141-152. Disponible sur : <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00814872>, [consulté le 20 juin 2018].

**S.N. Sénégal** : *Marchés hebdomadaires après Kaur, les voilà à Dakar* [en ligne]. Sud quotidien du 21 janvier 2002. Disponible sur : <https://fr.allafrica.com/stories/200201220450.html>, [consulté le 15 décembre 2018].

## Table des illustrations

- **Liste des cartes**

**Carte 1** : Carte de localisation de la Commune de Yarang Balante..... 41

- **Liste des photos**

**Photo 1** : Photo de capture à vue aérienne du village de Yarang Balante..... 47

- **Liste des figures**

**Figure 1** : Evolution des deux sexes de la population de la commune de Yarang Balante de 2013 à 2018 ..... 43

**Figure 2** : Appartenance ethnique des commerçants..... 49

**Figure 3** : Les langues souvent utilisées dans les échanges par les usagers du marché ..... 57

**Figure 4** : Nature des produits vendus au marché hebdomadaire de Yarang ..... 58

**Figure 5** : L'origine des produits vendus au marché de Yarang ..... 59

**Figure 6** : Figure relative aux commerçants qui ne s'activent qu'au marché et ceux qui exercent d'autres activités ..... 67

**Figure 7** : Les recettes des commerçants par jour de marché ..... 68

**Figure 8** : Les besoins essentiels satisfaits par les bénéficiaires du marché..... 70

**Figure 9** : Diagrammes de la part des recettes issues du marché dans le budget ..... 78

**Figure 10** : Part du marché dans les recettes propres de la commune..... 79

- **Liste des tableaux**

**Tableau 1** : Tableau récapitulatif de la partie théorique de notre sujet..... 18

**Tableau 2** : Tableau récapitulatif des ménages enquêtés ..... 34

**Tableau 3** : Tableau récapitulatif des individus enquêtés après descente sur terrain..... 35

**Tableau 4** : Evolution de la population de Yarang entre 2013 et 2018..... 43

**Tableau 5** : Les ethnies de la commune de Yarang Balante ..... 44

**Tableau 6** : Identification des nationalités des commerçants et des clients ..... 48

**Tableau 7** : Le genre des commerçants et des clients ..... 50

**Tableau 8** : Les différents régimes matrimoniaux du marché..... 50

**Tableau 9** : Moyens de transport utilisés par les commerçants et les clients..... 51

**Tableau 10** : Appréciation sur l'organisation du marché..... 53

<b>Tableau 11</b> : Jugement sur l'accès au marché.....	54
<b>Tableau 12</b> : Appréciation des clients par rapport à l'offre du marché en produits.....	55
<b>Tableau 13</b> : Motifs de fréquentation du marché .....	56
<b>Tableau 14</b> : Vérification sur la présence des inconvénients au marché .....	60
<b>Tableau 15</b> : La fréquentation des clients .....	61
<b>Tableau 16</b> : Le vol et sa fréquence chez les commerçants .....	61
<b>Tableau 17</b> : Les épargnes et types d'épargnes choisies par les acteurs du marché .....	69
<b>Tableau 18</b> : Participation de l'activité du marché dans l'assurance de la dépense quotidienne des clients revendeurs.....	71
<b>Tableau 19</b> : Les projets réalisés grâce aux revenus du marché .....	72
<b>Tableau 20</b> : Relations nouées par le marché et moments de fréquentation.....	73
<b>Tableau 21</b> : Langue (s) comprise (s) ou améliorée (s) .....	74
<b>Tableau 22</b> : Montant de la taxe de stationnement et de la taxe du jour de marché des commerçants.....	76
<b>Tableau 23</b> : Appréciations sur la participation du marché au développement de la localité..	81
<b>Tableau 24</b> : Appréciation des apports du marché hebdomadaire par la population .....	82

# **ANNEXES**

## Annexe 1 : Questionnaire adressé aux commerçants au marché hebdomadaire

### Questionnaire adressé aux commerçants au marché hebdomadaire de Yarang Balante

2017-2018 - U.A.S.Z

Je m'appelle Joseph Antoine MARENA, étudiant en Master2 LEA, qui prépare son mémoire de Master dans le but d'obtenir le diplôme. De ce fait, je vous prie de bien vouloir répondre de façon objective à ce questionnaire afin de garantir la fiabilité des données.

Il a pour objectif d'évaluer les apports du marché dans la vie socioéconomique de la population de la commune de Yarang Balante.

#### Thème 1: Identification

##### 1. Quel âge avez-vous?

1. Moins de 20ans     2. Entre 20 et 30ans  
 3. Entre 30 et 40 ans     4. Entre 40 et 50ans  
 5. 50 ans et plus

##### 2. Sexe

1. Masculin     2. Féminin

##### 3. Quelle est votre ethnie?

1. Wolof     2. Peulh     3. Balante  
 4. Manding     5. Manjack     6. Mancagne  
 7. Autre

##### 4. Si autre, précisez

##### 5. Quelle est votre situation matrimoniale?

1. Célibataire     2. Marié(e)     3. Veuf(ve)  
 4. Autre

##### 6. Si autre, précisez2

##### 7. Quelle est votre commune d'origine?

1. Yarang Balante     2. Mangarounghou  
 3. Ziguinchor     4. Touba  
 5. Kaolack     6. Fatick  
 7. Dakar     8. Guinée-Bissau  
 9. Kafountine     10. Samine  
 11. Autre

##### 8. Si autre, précisez:6

##### 9. Quelle est votre nationalité?

1. Sénégalaise     2. Gambienne  
 3. Guinéenne     4. Bissau-Guinéenne  
 5. Autre

##### 10. Si autre, précisez:7

##### 11. Avez-vous un registre de commerce?

1. Oui     2. Non

#### Thème2: Fréquentation du marché hebdomadaire

##### 12. Depuis quand avez-vous commencé à fréquenter le marché hebdomadaire de Yarang?

1. Moins d'un an     2. Un an  
 3. Deux ans     4. Trois ans  
 5. Plus de trois ans

##### 13. Fréquentez-vous chaque mercredi le marché hebdomadaire de Yarang?

1. Oui     2. Non

##### 14. Si non, précisez le nombre de fois par mois:

##### 15. Fréquentez-vous d'autres marchés hebdomadaires?

1. Oui     2. Non

##### 16. Si oui, lesquels?

##### 17. Quels jours se tiennent-ils?

##### 18. Quels moyens utilisez-vous pour transporter vos produits?

1. A pieds     2. Véhicule personnel  
 3. Transport en commun     4. Location de "Diakarta"  
 5. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).

##### 19. Si autre, précisez:

**20. A combien s'élève le coût du transport?**

- 1. Moins de 2.500F
- 2. Entre 2.500F et 5.000F
- 3. Entre 5.000F et 7.500F
- 4. Entre 7.500F et 10.000F
- 5. Plus de 10.000F
- 6. Ne répond pas

**21. Quelle appréciation faites-vous du coût du transport?**

- 1. Très cher
- 2. Cher
- 3. Juste
- 4. Pas du tout cher
- 5. Ne répond pas

**22. Comment jugez-vous l'accès?**

- 1. Facile
- 2. Difficile

**23. Justifiez votre réponse**

**24. Qu'est-ce qui vous motive à venir au marché hebdomadaire de Yarang?**

- 1. L'accès facile
- 2. Le pouvoir d'achat des consommateurs
- 3. L'écoulement rapide des produits
- 4. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

**25. Si autre, précisez:1**

**26. Où trouvez-vous les moyens financiers pour fortifier vos activités?**

- 1. Fonds propres
- 2. Prêt bancaire
- 3. Tontines
- 4. Autres

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

**27. Si autre, précisez:2**

**Thème3:Commerce exercé au marché hebdomadaire**

**28. Quel type d'activité de commerce exercez-vous?**

- 1. Grossiste
- 2. Demi-grossiste
- 3. détaillant
- 4. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

**29. Quel type de commerce exercez-vous?**

- 1. Etals sur table
- 2. Etals à même le sol
- 3. Ambulant
- 4. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).*

**30. Si autre, précisez:2**

**31. Nature du/des produit(s) vendu(s)**

- 1. Local (aux) agricole (s)
- 2. Manufacturé (s)
- 3. De la cueillette
- 4. Halieutique (s)
- 5. Artisanal (aux)
- 6. Friperie
- 7. Maraîchers
- 8. Cosmétiques
- 9. Elevage
- 10. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

**32. Si autre, précisez3**

**33. Produit(s) vendu(s)**

**34. A quelle période de l'année vendez-vous ce (s) produit (s)?**

- 1. Toute l'année
- 2. Saison sèche
- 3. Saison des pluies

**35. D'où viennent-ils?**

- 1. Yarang
- 2. Goudomp
- 3. Ziguinchor
- 4. Sédhiou
- 5. Dakar
- 6. Guinée-Bissau
- 7. Kafountine
- 8. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (4 au maximum).*

**36. Si autre, précisez:3**

**37. Exercez-vous des activités autres que l'activité du marché hebdomadaire?**

- 1. Oui
- 2. Non

**38. Si oui, précisez:**

39. A quelle période le commerce marche bien au marché?

#### Thème4: Apports du marché dans la vie socioéconomique des commerçants

40. A combien s'élève vos recettes par jour de marché?

- 1. Moins de 25.000F
- 2. Entre 25.000F et 50.000F
- 3. Entre 50.000F et 100.000F
- 4. Entre 100.000F et 150.000F
- 5. Entre 150.000F et 200.000F
- 6. Plus de 200.000F
- 7. Ne répond pas

41. Le bénéfice vous permet-il de satisfaire vos besoins essentiels?

- 1. Se nourrir  2. Se vêtir  3. Se soigner
- 4. Se loger  5. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (4 au maximum).*

42. Si autre, précisez 1

43. Avec ce bénéfice, avez-vous pu investir dans d'autres domaines

- 1. Oui  2. Non

44. Si oui, précisez

45. Est-ce que le bénéfice vous permet de faire des épargnes?

- 1. Oui  2. Non  3. Ne réponds pas

46. Si oui, quelle type d'épargne faites vous?

- 1. Epargne bancaire  2. Condamné  3. Autre

47. Si autre, précisez 4

48. Est-ce que ce commerce a apporté des changements dans votre vie?

- 1. Oui  2. Non  3. Ne répond pas

49. Justifiez votre réponse 1

50. Après la vente de vos produits, en achetez-vous d'autres?

- 1. Oui  2. Non

51. Si oui, à quelles fins?

- 1. Pour aller revendre  2. Pour la nourriture familiale
- 3. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (2 au maximum).*

52. Si autre, précisez:4

53. Pensez-vous que ce marché participe à l'amélioration des conditions de vie des populations?

- 1. Oui  2. Non  3. Ne répond pas

54. Si Oui ou bien Non, justifiez

55. Pensez-vous que les taxes payées par jour de marché participent à l'amélioration des recettes de la collectivité locale?

- 1. Oui  2. Non  3. Ne répond pas

56. Si Oui ou bien Non, justifiez

57. Quelles sont les langues que vous utilisiez souvent pour mener vos activités?

- 1. Wolof  2. Manding  3. Créole
- 4. Balante  5. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

58. Si autre, précisez 5



### Thème5: La taxe de la Mairie

59. A combien s'élève le droit d'occupation de place?

1. Moins de 500F       2. 500F  
 3. 1000 F               4. Entre 500F et 1000F  
 5. Plus de 1000F       6. Ne répond pas

60. Quel est le montant de la taxe par jour de marché?

1. Moins de 100F       2. 100F  
 3. Entre 100F et 150F    4. Entre 150F et 200F  
 5. Entre 200F et 250F    6. Plus de 250F

61. Comment appréciez-vous la taxe?

1. Très cher               2. Cher  
 3. Acceptable             4. Juste  
 5. Pas du tout cher

62. Comment jugez-vous l'utilisation de cet argent, par la Mairie, dans l'entretien du marché hebdomadaire?

1. Très bonne       2. Bonne  
 3. Acceptable       4. Mauvaise  
 5. Très mauvaise    6. Ne répond pas

63. Justifiez votre réponse4

### Thème6: Sécurité

64. Etes-vous victime parfois de cas de vol et/ou de braquage?

1. Oui     2. Non

65. Si oui, combien de fois?

1. Une fois       2. Deux fois     3. Trois fois  
 4. Plus de trois fois

66. Y a-t-il des agents de sécurité le jour du marché?

1. Oui     2. Non

67. Quels sont les problèmes du marché?

1. Problèmes d'ordure     2. Problèmes d'organisation  
 3. Problèmes d'hygiène    4. Autre  
 5. Ne répond pas

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

68. Si autre, précisez:5

69. Le marché hebdomadaire présente-t-il seulement, selon vous, des avantages?

1. Oui     2. Non     3. Ne répond pas

70. Si Oui ou bien Non, pourquoi?

## Annexe 2 : Questionnaire adressé à la population consommatrice au marché et hors du marché

Questionnaire adressé à la population consommatrice au marché et hors du marché de Yarang Balante  
2017-2018 - U.A.S.Z

Je m'appelle Joseph Antoine MARENA, étudiant en Master2 LEA, qui prépare son mémoire de Master dans le but d'obtenir le diplôme. De ce fait, je vous prie de bien vouloir répondre de façon objective à ce questionnaire afin de garantir la fiabilité des données.  
Il a pour objectif d'évaluer les apports du marché hebdomadaire dans la vie socioéconomique de la population de la commune de Yarang Balante.

### Thème 1: Identification

**1. Quel âge avez-vous?**

1. Moins de 20 ans     2. Entre 20 et 30 ans  
 3. Entre 30 et 40 ans     4. Entre 40 et 50 ans  
 5. Plus de 50 ans

**2. Sexe**

1. Masculin     2. Féminin

**3. Quelle est votre ethnie?**

1. Balante     2. Manding     3. Peulh  
 4. Manjack     5. Mancagne     6. Diola  
 7. Autre

**4. Si autre, précisez:**

**5. Quelle est votre situation matrimoniale?**

1. Marié(e)     2. Célibataire     3. Divorcé(e)  
 4. Autre

**6. Si autre, précisez:1**

**7. Quelle est votre commune de provenance?**

1. Yarang Balante     2. Samine  
 3. Mangaroungou     4. Bambaly  
 5. Simbandi Balante     6. Goudomp  
 7. Guinée-Bissau     8. Autre

**8. Si autre, précisez:2**

**9. Quel est votre pays de provenance?**

1. Sénégal     2. République de Guinée  
 3. Guinée-Bissau     4. Gambie  
 5. Autre

**10. Si autre, précisez:3**

### Thème 2: Fréquentation du marché hebdomadaire

**11. fréquentez-vous le marché hebdomadaire de Yarang?**

1. Oui     2. Non

**12. Si non, pourquoi?**

**13. Entendez-vous parler du marché de Yarang, malgré que vous ne le fréquentez pas?**

1. Oui     2. Non

**14. Vivez-vous les apports du marché malgré que vous ne le fréquentez pas?**

1. Oui     2. Non     3. Ne répond pas

**15. Si oui, comment?1**

**16. Qu'est-ce qu'il faut pour que vous fréquentiez ce marché?**

**17. Si oui, fréquentez-vous tous les mercredis le marché?**

1. Oui     2. Non

**18. Si non, combien de fois par mois?**

1. Une fois     2. Deux fois  
 3. Trois fois     4. Juste en cas de besoin

**19. Fréquentez-vous d'autres marchés hebdomadaires?**

1. Oui     2. Non

**20. Si oui, le (s)quel(s)?**

21. Quel(s) jour(s) se tient (nent)-il(s)?

22. Qu'est-ce qui vous motive à venir/aller au marché hebdomadaire de Yarang?

- 1. La disponibilité suffisante des produits
- 2. Les prix abordables
- 3. L'accès facile
- 4. La simple curiosité
- 5. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

23. Si autre, précisez:4

24. En termes d'accès, trouvez-vous qu'il est facile d'y accéder?

- 1. Oui
- 2. Non

25. Justifiez votre réponse

26. Quel moyen de transport utilisez-vous pour se rendre/venir au marché?

- 1. A pieds
- 2. Véhicule personnel
- 3. Transport en commun
- 4. Location de "Diakarta"
- 5. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

27. Si autre, précisez:5

28. En termes de transport, combien dépensez-vous pour se rendre/venir au marché?

- 1. Moins de 500F
- 2. Entre 500F et 1000F
- 3. Entre 1000F et 1500F
- 4. Entre 1500F et 2000F
- 5. Plus de 2000F
- 6. Ne répond pas

29. Comment appréciez-vous le coût du transport?

- 1. Très cher
- 2. Cher
- 3. Acceptable
- 4. Juste
- 5. Faible
- 6. Ne répond pas

### Thème3: Achats au marché hebdomadaire et leurs apports

30. En termes d'offre de produits, trouvez-vous que le marché hebdomadaire de Yarang est?

- 1. Très satisfaisante
- 2. Satisfaisante
- 3. Acceptable
- 4. Insuffisante
- 5. Très insuffisante

31. Pouvez-vous estimer la somme d'argent que vous dépensez pour les achats au marché hebdomadaire?

- 1. Moins de 5.000F
- 2. Entre 5.000F et 25.000F
- 3. Entre 25.000F et 45.000F
- 4. Entre 45.000F et 70.000F
- 5. Plus de 70.000F
- 6. Ne répond pas

32. Quels types de produits achetez-vous habituellement?

- 1. Produits agricoles locaux
- 2. Produits artisanaux
- 3. Produits manufacturés
- 4. Produits de la cueillette
- 5. Produits halieutiques
- 6. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

33. Si autre, précisez

34. Quel(s) est(sont) le (s)Produit (s) acheté(s)?

35. A quelles fins achetez-vous ce / ces produit (s)?

- 1. Fins personnelles
- 2. Pour revendre
- 3. Approvisionner la boutique
- 4. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

36. Si autre, précisez:7

37. Si c'est pour revendre ou approvisionner la boutique, qu'est ce que le bénéfice vous permet de réaliser?

- 1. Satisfaire les besoins personnels
- 2. Satisfaire les besoins de la famille
- 3. Construire
- 4. Devenir un grand commerçant du village
- 5. Autre

*Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).*

38. Si autre, précisez:8

39. Le bénéfice vous permet-il de couvrir la dépense quotidienne?

- 1. Oui
- 2. Non

40. Le bénéfice vous a-t-il permis d'améliorer votre vie?

1. Oui  2. Non

41. Justifiez votre réponse 1

42. La fréquentation du marché hebdomadaire vous a-t-elle permis d'avoir des relations amicales avec des gens d'autres localités?

1. Oui  2. Non

43. Si oui, quels sont vos moments de fréquentation?

1. Lors des événements heureux ou malheureux  
 2. N'importe quel moment  
 3. Juste pendant les jours de marché

44. Cette fréquentation vous a-t-elle permis de parler ou améliorer une ou d'autres langues différente (s) de la vôtre?

1. Oui  2. Non

45. Si oui, précisez

#### Thème4: Organisation et Importance du marché hebdomadaire

46. Comment appréciez-vous l'organisation du marché?

1. Très bonne  2. Bonne  
 3. Acceptable  4. Mauvaise  
 5. Très mauvaise  6. Ne répond pas

47. Justifiez votre réponse2

48. Cette organisation vous permet-elle de retrouver facilement le produit voulu?

1. Oui  2. Non

49. Le marché hebdomadaire présente-t-il seulement, selon vous, des avantages?

1. Oui  2. Non  3. Ne répond pas

50. Si Oui ou bien Non, pourquoi?

51. Pensez-vous que le marché hebdomadaire participe au développement de Yarang?

1. Oui  2. Non  3. Ne répond pas

52. Si oui comment?

53. Si non pourquoi?

## **Annexe 3 : Guide de l'entretien avec les autorités administratives locales**

### **Thème 1 : Identification**

Prénom(s) :

Nom :

Fonction :

### **Thème 2 : Le marché hebdomadaire**

Sous-thèmes :

- Date de création
- fonctionnement
- organisation
- Les ethnies de la commune

### **Thème 3 : Les apports du marché**

Sous-thèmes :

- sur le plan économique
- sur le plan politique
- sur le plan social
- La part des recettes du marché dans le budget

### **Thème 4 : Les avantages et inconvénients du marché hebdomadaire**

Sous-thèmes :

- sur le plan économique
- sur le plan politique
- sur le plan social

### **Thème 5 : Les problèmes du marché hebdomadaire**

Sous-thèmes :

- les problèmes que rencontre le marché
- les solutions de résolution

## **Thème 6 : Les perspectives**

Sous-thèmes :

- les projets réalisés
- les projets en cours
- les projets futurs

## **Thème 7 : Fréquentation du marché**

- Les populations qui fréquentent le marché
- Les produits qu'elles amènent
- Les produits qu'elles achètent en rentrant

## **Annexe 4 : Guide de l'entretien avec les collecteurs**

### **Thème 1 : La taxe**

Sous-thèmes :

- Le droit de place et la taxe de jour de marché
- Le montant collecté par jour, par mois, par an

### **Thème 2 : Organisation de la collecte et les moyens de paiement**

Sous-thèmes :

- L'organisation de la collecte
- Les moyens de paiement

### **Thème 3 : Problèmes et sanctions en collecte**

Sous-thèmes :

- Les problèmes rencontrés lors de la collecte
- Les sanctions prévues en cas de refus de paiement de la taxe par un commerçant

## **Annexe 5 : Guide de l'entretien avec les notables du village de Yarang Balante**

### **Thème 1 : Identification**

Prénom(s) :

Nom :

Fonction :

### **Thème 2 : Historique**

Sous-thèmes :

- Date de création du marché
- Objet de création du marché hebdomadaire
- Le chef de village et président de la communauté rurale en fonction
- Les rencontres tenues avant sa création

### **Thème 3 : Les marchés hebdomadaires dans la zone**

Sous-thèmes :

- Existence de marchés avant sa création
- Existence de marchés après sa création
- Leurs rapports en termes de rassemblement d'acteurs



## **Annexe 6 : Guide de l'entretien avec les prestataires de service**

### **Thème 1 : Fréquentation du marché hebdomadaire**

Sous-thèmes :

- Date d'implantation
- L'accès au marché hebdomadaire
- Les motifs de fréquentation

### **Thème 2 : Apports du marché hebdomadaire**

Sous-thèmes :

- Contribution du marché dans l'augmentation des recettes
- Les réalisations faites
- Les changements apportés dans la vie socioéconomique

### **Thème 3 : Avantages et inconvénients du marché hebdomadaire**

Sous-thèmes :

- Sur le plan économique
- Sur le plan social
- Sur le plan politique

## **Annexe 7 : Quelques photos illustratives**

### **1. Les produits du marché exposés aux microbes**

**Photo 1 :** Le tabac, produit comestible exposé aux microbes



**Source :** Enquête exploratoire d'août, 2017

**Photo 2 :** Photo relative aux produits de la friperie exposés aux microbes



**Source :** Enquête exploratoire d'août, 2017



## 2. Photos de quelques produits du marché hebdomadaire de Yarang Balante

**Photo 3 : Produits manufacturés**



**Photo 4 : Produits manufacturés destinés à la consommation**



Source : Enquête exploratoire d'août, 2017



**Photo 5 : Produits artisanaux**



**Source :** Enquête exploratoire août, 2017

**Photo 6 : Produits agricoles**



**Source :** Enquête exploratoire août, 2017

**3. Les voitures d'un commerçant qui servent de transport des produits au détail, en demi-gros et en gros**

**Photo 7 :** Voiture destinée à la vente au détail



**Photo 8:** Voiture destinée à la vente en gros



**Photo 9 :** Voiture destinée à la vente en demi-gros



**Source :** Enquête de terrain, 2018



#### 4. La photo du *focus-group* avec les conducteurs de motos Djakarta

**Photo 10** : Focus-group réalisé avec les conducteurs de motos Djakarta, le 11 septembre 2018 à 13 heures 25 minutes



**Source** : Enquêtes de terrain, 2018

## Table des matières

<i>Dédicace</i> .....	1
<i>Remerciements</i> .....	2
<i>Sommaire</i> .....	3
<i>Résumé</i> .....	4
<i>Summary</i> .....	5
<i>Resumen</i> .....	6
<i>Liste des sigles et abréviations</i> .....	7
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>8</b>
<b>PREMIERE PARTIE : CADRES THEORIQUE ET METHODOLOGIQUE</b> .....	<b>11</b>
<b>CHAPITRE 1 : CADRE THEORIQUE</b> .....	<b>13</b>
<i>1. Problématique</i> .....	<i>13</i>
1.1. Contexte de l'étude.....	13
1.2. Justification du sujet.....	15
1.2.1. Pertinence du sujet.....	15
1.2.2 : Choix du cadre d'étude.....	16
<i>2. Objectifs et hypothèses</i> .....	<i>17</i>
2.1. Objectifs .....	17
2.1.1. Objectif général .....	17
2.1.2. Objectifs spécifiques.....	17
2.2. Hypothèses de travail .....	17
2.2.1. Hypothèse principale .....	17
2.2.2. Hypothèses secondaires .....	17
<i>3. Revue critique et définition des concepts</i> .....	<i>19</i>
3.1. Revue critique .....	19
3.2 : Définition des concepts .....	23
3.2.1. Marché hebdomadaire .....	23
3.2.2. Apport.....	24
3.2.3. Acteur .....	24
3.2.4. Développement.....	24
3.2.5. Décentralisation .....	25
<b>CHAPITRE 2 : CADRE METHODOLOGIQUE</b> .....	<b>28</b>

1. <i>Techniques et outils de collecte et de traitement des données</i> .....	28
1.1. Techniques et outils de collecte .....	28
1.1.1. L'enquête exploratoire.....	28
1.1.2. La recherche documentaire.....	29
1.1.3. La collecte des données de terrain .....	30
2. <i>Délimitation du cadre d'étude et échantillonnage</i> .....	31
2.1. Délimitation du cadre d'étude .....	31
2.2. Echantillonnage.....	32
3. <i>Difficultés rencontrées et stratégies mises en œuvre</i> .....	36
<i>Conclusion partielle</i> .....	37

**DEUXIEME PARTIE : PRESENTATIONS DE LA COMMUNE ET DU MARCHE  
HEBDOMADAIRE DE YARANG BALANTE ..... 38**

**CHAPITRE 1 : PRESENTATION DE LA COMMUNE DE YARANG BALANTE..... 40**

1. <i>Le cadre physique</i> .....	40
1.1. Situation géographique.....	40
1.2. Les sols.....	41
1.3. Le climat.....	41
1.4. L'hydrologie.....	42
1.5. La végétation .....	42
1.6. La faune.....	42
2. <i>Le cadre humain</i> .....	42
2.1. Evolutions de la population.....	42
2.2. Evolution des deux sexes .....	43
2.3. La composition ethnique .....	43
3. <i>Les activités économiques de la commune</i> .....	44
3.1. L'agriculture.....	44
3.2. L'élevage.....	44
3.3. La pêche .....	45
3.4. L'artisanat.....	45
3.5. La cueillette .....	45

**CHAPITRE 2 : PRESENTATION DU MARCHE, DE SES ACTEURS ET LEURS  
ACTIVITES..... 46**

1. <i>Le marché</i> .....	46
---------------------------	----



1.1. Historique .....	46
1.2. Situation géographique du marché hebdomadaire .....	47
2. <i>Les commerçants, clients et prestataires de service</i> .....	48
2.1. Les commerçants et les clients .....	48
2.1.1. L'origine .....	48
2.1.2. L'ethnie des commerçants .....	49
2.1.3. Le genre .....	49
2.1.4. La situation matrimoniale .....	50
2.2. Les prestataires de service .....	51
2.2.1. Les transporteurs.....	51
2.2.2. Les restaurateurs .....	52
2.2.3. Les propriétaires de dibiteries et de boucheries.....	52
3. <i>Le commerce au marché et ses inconvénients</i> .....	53
3.1. Le commerce au marché .....	53
3.1.1. Organisation des produits et du commerce.....	53
3.1.2. Motifs de fréquentation .....	54
3.1.3. Les langues d'échange.....	56
3.1.4. Les produits commercialisés au marché.....	58
3.1.5. Origine des produits.....	59
3.2. Les inconvénients du marché .....	60
3.2.1. Inconvénients économiques.....	60
3.2.2 Inconvénients sociaux.....	62
3.2.3. Inconvénients environnementaux .....	62
<i>Conclusion partielle</i> .....	63

**TROISIEME PARTIE : CONTRIBUTION DU MARCHE DANS LE  
DEVELOPPEMENT DE LA COMMUNE DE YARANG BALANTE ..... 64**

CHAPITRE 1 : ROLE DU MARCHE DANS L'AMELIORATION DES CONDITIONS DE  
VIE DES POPULATIONS .....

1. <i>Apports du marché sur le plan économique</i> .....	66
1.1. L'emploi .....	66
1.2. Les recettes par jour de marché.....	68
1.3. Les épargnes.....	69
1.4. Les besoins satisfaits .....	70

1.5. Les investissements .....	71
2. <i>Apports du marché sur le plan social</i> .....	72
2.1. Le rôle du marché dans la cohésion sociale .....	72
2.2. Le rôle du marché dans la promotion des langues et des cultures .....	73
2.3. Apaisement des tensions frontalières .....	75
<b>CHAPITRE 2 : LES RECETTES ISSUES DU MARCHE ET LEUR ROLE DANS LES</b>	
<b>ACTIONS DE DEVELOPPEMENT DE LA COMMUNE.....</b>	<b>76</b>
1. <i>Les recettes générées par le marché</i> .....	76
1.1. Le droit de place, de stationnement et la taxe du jour de marché .....	76
1.2. La collecte des taxes et ses problèmes .....	77
2. <i>Le rôle des recettes dans le budget et dans le développement de la commune.....</i>	78
2.1. Part des recettes du marché dans le budget .....	78
2.2. Contribution des recettes dans la réalisation des projets de la commune .....	80
2.3. Appréciations sur la contribution du marché dans le développement de la	
commune de Yarang.....	81
2.4. Etendue des apports du marché .....	82
<b>CHAPITRE 3 : VERIFICATION DES HYPOTHESES, DISCUSSIONS ET</b>	
<b>RECOMMANDATIONS .....</b>	<b>84</b>
1. <i>Vérification et discussions des hypothèses</i> .....	84
1.1. Hypothèse secondaire 1.....	84
1.2. Hypothèse secondaire 2.....	85
1.3. Hypothèse secondaire 3.....	86
2. <i>Recommandations</i> .....	87
2.1. Recommandations à l'endroit de l'Etat sénégalais .....	87
2.2. Recommandations à l'endroit de l'autorité locale.....	88
2.3. Recommandations à l'endroit des commerçants du marché hebdomadaire .....	89
<i>Conclusion partielle</i> .....	90
<b>CONCLUSION GENERALE .....</b>	<b>91</b>
<i>Références bibliographiques</i> .....	94
<i>Table des illustrations</i> .....	98
<b>ANNEXES.....</b>	<b>100</b>