

UNIVERSITE DE
NEUCHATEL

•
INSTITUT DE GEOGRAPHIE

•
Espace Louis–Agassiz 1
CH – 2001 Neuchâtel

Pierrick Leu

*Le marché urbain :
intervention de développement
et modes d'appropriation
par les acteurs locaux*

**Le cas du Grand Marché et du Marché aux
légumes à Ouahigouya (Burkina Faso)**



MEMOIRE DE LICENCE
Sous la direction du Prof.
OLA SÖDERSTRÖM

▪ Octobre 2008 ▪

Résumé

Les marchés urbains africains constituent un domaine d'intervention privilégié de la puissance publique et des acteurs du développement. Au Burkina Faso, plusieurs marchés sont construits dans le cadre de l'appui suisse au Programme de Développement des Villes Moyennes (PDVM), l'enjeu étant de permettre aux communes de produire des recettes municipales par la taxation des commerçants. Ce mémoire se penche sur le cas du Grand Marché et du Marché aux légumes de la ville de Ouahigouya qui ont été aménagés entre 1994 et 1996.

Adoptant une démarche socio-anthropologique, l'étude vise à comprendre comment s'articulent la conception du projet et l'utilisation de ces équipements marchands par les acteurs locaux exerçant une influence sur leur fonctionnement. Après une description des modes de gestion de l'ancien marché, ce travail se penche sur les caractéristiques institutionnelles, architecturales et le modèle de gestion du projet de développement du PDVM. Ensuite, l'analyse porte successivement sur les modes d'appropriation des infrastructures par la Mairie, la structure de gestion administrative (EPCD), l'Association des commerçants et les commerçants occupant les différents types de places de vente.

Si cette recherche met en évidence la façon dont cette intervention de développement modifie le paysage institutionnel local, elle explore avant tout les enjeux du système de gestion communale au regard des modes d'appropriation par les commerçants. Cette étude montre que, contrairement au modèle de gestion prévu par le projet, l'administration des infrastructures ne peut contrôler l'occupation effective des places de vente, car les commerçants régulent l'accès aux places de vente par différents types de « transactions ». Produisant des formes de conflits et de consensus, cette gestion partagée entre acteurs publics et privés ne compromet cependant pas le système de taxation des commerçants et la rentabilité de ces équipements marchands.

Mes remerciements...

À Ola Söderström et Raffaele Poli pour leurs précieux conseils.

À Jean-Pierre Jacob pour avoir accepté de suivre ma recherche durant mon séjour au Burkina Faso.

À la DDC pour le financement de l'enquête de terrain.

Aux collaborateurs de la Coopération Suisse au Burkina Faso et de la CAGEC pour leur soutien logistique et leurs suggestions de recherche, ainsi que pour la confiance qu'ils m'ont accordée.

Aux collaborateurs de l'EPCD de Ouahigouya et à l'Association des Commerçants de Ouahigouya pour l'intérêt qu'ils ont porté à mes nombreuses questions et pour l'aide essentielle qu'ils m'ont fournie dans les prises de contact.

Aux commerçantes et commerçants du Grand Marché et du Marché aux légumes pour leur accueil et leur patience durant ces longues journées d'échange.

À Amadou Traoré, pour la qualité de son travail d'interprétation.

Et aussi....

À Luigi, Béatrice, Amadou, Sonia, Sayouba, Alimata et Razak, à qui je suis reconnaissant pour leur aide au bon déroulement de mon séjour burkinabé.

À Marie-Cécile pour son soutien inconditionnel tout au long de cette recherche.

À Yann pour sa clairvoyance orthographique.

À ma famille qui m'a toujours encouragé durant mes études.

Table des matières

PREMIÈRE PARTIE : MISE EN CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE	1
1. MISE EN CONTEXTE	2
1.1 Les politiques d'aménagement des marchés urbains en Afrique	2
1.2 Le Grand Marché et le Marché aux légumes de Ouahigouya	3
1.3 Choix du terrain et définition de l'objet d'étude	3
2. PROBLÉMATIQUE	5
2.1 Question de départ	5
2.2 Objectifs de recherche	7
2.3 Hypothèses exploratoires	7
DEUXIÈME PARTIE : CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIE	9
1. CADRE THÉORIQUE	10
1.1 La socio-anthropologie du développement et du changement social	10
1.2 Le dispositif de développement	11
1.2.1 <i>La rationalité de l'intervention</i>	11
1.3 Logiques d'action et logiques représentationnelles	12
1.3.1 <i>Les formes d'appropriation</i>	13
1.3.2 <i>Les représentations de l'espace marchand</i>	14
2. MÉTHODOLOGIE	15
2.1 Démarche	15
2.2 Méthodes de collecte de données	15
2.2.1 <i>Recherche documentaire</i>	15
2.2.2 <i>Entretiens</i>	17
2.2.3 <i>Observations</i>	18
2.3 Déroulement de l'enquête	19
2.3.1 <i>Organisation du temps</i>	19
2.3.2 <i>Prises de contact</i>	19
2.4 Problèmes rencontrés sur le terrain	20
2.4.1 <i>Le statut assigné au chercheur</i>	20
2.4.2 <i>Le phénomène d'« enclichage »</i>	20
2.4.3 <i>Langue : l'exercice d'interprétation en question</i>	21
TROISIÈME PARTIE : RÉSULTATS	23
DE L'ANCIEN MARCHÉ AU PROJET DU PDVM.....	24
1. L'ANCIEN MARCHÉ : PERSPECTIVE HISTORIQUE ET LOGIQUES D'ACTION	24
1.1 Mode d'implantation du marché	24
1.2 Évolution du cadre bâti	25
1.3 Évolution des modes de gestion	26
1.4 Discussion analytique	27

2. LE PROJET DU GRAND MARCHÉ ET DU MARCHÉ AUX LEGUMES	28
2.1 Marchés urbains, municipalités et décentralisation	28
2.1.1 <i>Les marchés urbains comme « générateurs de ressources »</i>	28
2.1.2 <i>Le processus de décentralisation et l'aménagement de marchés urbains</i>	29
2.2 L'appui suisse au PDVM à Ouahigouya	29
2.2.1 <i>Présentation du programme</i>	29
2.2.2 <i>La réalisation d'infrastructures marchandes comme mode d'intervention</i>	30
2.3 Le montage institutionnel : l'EPCD	31
2.3.1 <i>Une maîtrise d'ouvrage déléguée</i>	31
2.3.2 <i>Gestion des infrastructures marchandes</i>	31
2.4 Le projet architectural	32
2.4.1 <i>Le choix du site</i>	32
2.4.2 <i>Conception de l'espace marchand, matériaux et mode d'intervention</i>	33
2.4.3 <i>Organisation spatiale</i>	34
2.5 Le modèle de gestion des infrastructures	34
2.5.1 <i>Conception du modèle</i>	34
2.5.2 <i>Le principe de location</i>	35
2.5.3 <i>Réglementation de l'usage des places de vente et des espaces communs</i>	36
2.6 Discussion analytique	36
2.6.1 <i>Le langage-projet de l'appui suisse au PDVM</i>	36
2.6.2 <i>La modification du paysage institutionnel local</i>	37
2.6.3 <i>Espace marchand et modèle de gestion : visibiliser pour mieux taxer</i>	38
LOGIQUES D'ACTION ET LOGIQUES REPRÉSENTATIONNELLES DANS L'ARÈNE LOCALE	40
3. MAIRIE	40
3.1 Logiques d'action	40
3.1.1 <i>Le contrôle des commerçants</i>	40
3.1.2 <i>Les infrastructures comme instrument politique : le cas de la grève de 2000</i>	41
3.2 Logiques représentationnelles	43
3.2.1 <i>Marché « traditionnel » vs infrastructure « moderne »</i>	43
3.2.2 <i>Les commerçants : mobilité vs sédentarité</i>	44
4. EPCD ET CELLULE DE GESTION	45
4.1 Logiques d'action	45
4.1.1 <i>La gestion des places de vente</i>	45
4.1.2 <i>Les stratégies mises en œuvre dans le recouvrement des loyers</i>	47
4.2 Logiques représentationnelles	49
4.2.1 <i>La mobilité des commerçants</i>	49
5. ASSOCIATION DES COMMERCANTS (ACGMO)	51
5.1 Logiques d'action	51
5.1.1 <i>Légitimation de l'Association dans le dispositif de développement</i>	51
5.1.2 <i>Une association révélatrice des logiques factionnelles dans l'arène locale</i>	52
5.2 Logiques représentationnelles	54
5.2.1 <i>La volonté de s'approprier la gestion du marché</i>	54

6. COMMERÇANTS	55
6.1 Logiques d'action	55
6.1.1 <i>Modes d'appropriation des boutiques</i>	56
6.1.2 <i>Modes d'appropriation des étals fixes</i>	59
6.1.3 <i>Mode d'appropriation des espaces communs</i>	60
6.1.4 <i>Sécurisation des modes d'appropriation</i>	62
6.1.5 <i>La légitimité des modes d'appropriation</i>	63
6.2 Les logiques représentationnelles	63
6.2.1 <i>La valeur symbolique attribuée aux boutiques</i>	64
6.2.2 <i>Les représentations spatiales du Grand Marché</i>	65
QUATRIÈME PARTIE : CONCLUSION	69
1. SYNTHÈSE DES RÉSULTATS	70
2. APPORTS ET PISTES DE RECHERCHE	74
BIBLIOGRAPHIE	76
1. OUVRAGES THÉORIQUES ET TRAVAUX EMPIRIQUES	76
2. RAPPORTS ET EXPERTISES	78

Liste des annexes

ANNEXE 1	CHRONOGRAMME DES ACTIVITÉS AU BURKINA FASO	80
ANNEXE 2	CANEVAS D'ENTRETIENS	81
ANNEXE 3	SITUATION DE OUAHIGOUYA AU BURKINA FASO	82
ANNEXE 4	PLAN DE LA VILLE DE OUAHIGOUYA	82
ANNEXE 5	DISPOSITIF DE DÉVELOPPEMENT DE L'APPUI SUISSE AU PDVM	83
ANNEXE 6	SCHÉMA DES INVESTISSEMENTS DE LA COOPÉRATION SUISSE ET DE LA RÉPARTITION DES RECETTES DES INFRASTRUCTURES MARCHANDES	84
ANNEXE 7	ÉVOLUTION DE LA TAXATION DES PLACES DE VENTE DU GRAND MARCHÉ ET DU MARCHÉ AUX LÉGUMES	85
ANNEXE 8	VARIATION DU NIVEAU TAUX DE RECOUVREMENT DU GRAND MARCHÉ DE OUAHIGOUYA	85

Liste des illustrations

ILLUSTRATION N° 1	ÉVOLUTION DU CADRE BÂTI DE 1952 A 1982	25
ILLUSTRATION N° 2	ORIENTATION DU GRAND MARCHÉ ET DU MARCHÉ AU LÉGUMES	32
ILLUSTRATION N° 3	PLAN ARCHITECTURAL DU GRAND MARCHÉ	34

Liste des abréviations

ACGMO	Association des Commerçants du Grand Marché de Ouahigouya
AGEC	Appui à la Gestion Communale
BTC	Blocs de Terre Comprimée
BUCO	Bureau de la Coopération Suisse (Burkina Faso)
CAGEC	Cellule d'Appui à la Gestion Communale
DDC	Direction du Développement et de la Coopération
EPA	Établissement Public Administratif ou Établissement Public Communal (EPC)
EPCD	Établissement Public Communal de Développement
FADEC	Fonds d'Appui au Développement Communal
PDVM	Programme de Développement des Villes Moyennes
SAGIMO	Service Autonome de Gestion des Infrastructures Marchandes de Ouahigouya

PREMIÈRE PARTIE

MISE EN CONTEXTE ET PROBLÉMATIQUE

1. MISE EN CONTEXTE

1.1 Les politiques d'aménagement des marchés urbains en Afrique

Au-delà de leur fonction commerciale, essentielle dans la vie économique des villes africaines contemporaines, les marchés urbains constituent également un espace d'intervention privilégié de la puissance publique. Ces différentes politiques d'aménagement ou de réaménagement de marchés urbains présentent des enjeux urbanistiques, architecturaux et gestionnaires. Ces interventions sont apparues suite à la formation des administrations coloniales dans les villes africaines et se sont prolongées après les Indépendances. Le lien entre l'évolution de la forme et de la fonction des marchés urbains et le renforcement de la fonction municipale se poursuit.

Les politiques d'aménagement de ces infrastructures sont sous-tendues par des intérêts divers. Il s'agit notamment de réguler la distribution des marchés dans l'espace urbain ou régional, ou d'améliorer la productivité de l'activité commerciale en instaurant par exemple de meilleures conditions sanitaires et de sécurité. Il est également question de développer la fiscalisation auprès des commerçants pour subvenir aux besoins de l'Etat centralisateur ou pour assurer les nouvelles prérogatives des municipalités dans un contexte de décentralisation.

Les politiques d'aménagement des marchés urbains ont donc évolué en fonction des différentes formes de gouvernance des Etats africains. De manière schématique, le modèle colonial a fait place à l'Etat indépendant et centralisateur, puis les politiques d'ajustement structurel imposées par les institutions internationales sont apparues, et ce sont finalement les politiques de décentralisation qui prédominent depuis les années 1990. Ces modèles politico-économiques ont défini des politiques d'aménagement et de gestion des marchés urbains, qui tendent à se rapprocher soit du public, soit du privé : la régie et maîtrise d'ouvrage communale est très répandue ; des formes mixtes comme la régie communale déléguée à des administrations autonomes, des opérateurs privés ou des associations de commerçants sont de plus en plus courantes.

Ces politiques d'aménagement et de gestion se réalisent dans des espaces où différents groupes d'acteurs aux intérêts souvent divergents entrent en interaction. Des études ont montré que des situations conflictuelles pouvaient apparaître entre les promoteurs des politiques d'aménagement, les gestionnaires des équipements réalisés et les usagers que sont les commerçants (Bertoncello et Bredeloup, 2002, et Imorou, 2000). Très souvent, ces opérations coûteuses de (ré)aménagement de marchés urbains sont financées par des bailleurs de fonds. Ces partenaires techniques et financiers s'insèrent dans ce que J.-P. Olivier de Sardan nomme des « configurations développementistes »¹, où des projets de développement sont conçus et réalisés sous l'égide de l'Etat et/ou de la commune, avec des modes de fonctionnement et des contraintes spécifiques.

¹ La notion de « configuration développementiste » se définit comme « *l'univers largement cosmopolite d'experts, de bureaucrates, de responsables d'ONG, de chercheurs, de techniciens, de chefs de projets, d'agents de terrain, qui vivent en quelque sorte du développement des autres, et mobilisent ou gèrent à cet effet des ressources matérielles et symboliques considérables* » (Olivier de Sardan, 1995 :7). Comme le souligne Thomas Bierschenk, ce concept est apparenté aux notions de « dispositif de développement », ou « d'arène du développement » (2007 :31).

1.2 Le Grand Marché et le Marché aux légumes de Ouahigouya

A Ouahigouya, la 4^{ème} ville du Burkina Faso², deux infrastructures marchandes d'envergure ont été réalisées entre 1994 et 1996 : le Grand marché, composé essentiellement de boutiques, et le Marché aux légumes, constitué d'étals fixes (ou d'étals en « dur »). Ce projet, financé par la Coopération Suisse, s'inscrit dans une politique de décentralisation initiée par l'Etat burkinabé en 1991 : le Programme de Développement des Villes Moyennes (PDVM). Ce programme vise à renforcer les « *capacités techniques, financières et de management de dix villes moyennes capables de freiner la forte attraction des grandes métropoles que sont Ouagadougou et Bobo Dioulasso* » (Coopération Suisse, 2004 : 5). La Coopération Suisse au Burkina Faso s'est engagée à mettre en œuvre le programme dans les villes secondaires de Ouahigouya, Koudougou et Fada N'Gourma. L'idée est de faire de ces villes des « *pôles régionaux de développement* » (Coopération Suisse, 2006 : 5). Pour cela, il faut doter les villes moyennes « *d'infrastructures et de services susceptibles de renforcer leur développement* » (Coopération Suisse, 1990 : 6). Il s'agit de financer la construction d'infrastructures telles que les marchés, les gares routières et les abattoirs, permettant via des outils de gestion spécifiques de générer des recettes destinées aux nouvelles municipalités élues démocratiquement. L'idée qui sous-tend ces projets est la suivante : c'est en renforçant l'autonomie financière des communes que la décentralisation peut devenir effective.

Dans ce dispositif de développement, la conception et la réalisation de deux infrastructures marchandes (le Grand Marché et le Marché aux légumes) à Ouahigouya a constitué le projet pilote de l'appui suisse au PDVM. Par ailleurs, il est aujourd'hui perçu comme un véritable succès en termes de rentabilité et de développement de la commune, les recettes importantes du recouvrement des places de vente ayant permis notamment la construction d'un lycée en 2000.

1.3 Choix du terrain et définition de l'objet d'étude

Mon intérêt pour les politiques d'aménagement de marchés urbains africains m'a amené à proposer à la Coopération Suisse du Burkina Faso de réaliser une étude sur le fonctionnement des deux infrastructures marchandes qu'elle a financées à Ouahigouya. Intéressée par mon offre, la Coopération Suisse³ m'a proposé « *d'approfondir la connaissance des impacts d'une infrastructure communale telle qu'un grand marché* »⁴ au niveau local. L'idée était d'effectuer une étude sur l'impact qu'a eu le projet sur les acteurs à l'échelle locale.

L'objectif est que ce travail puisse susciter la réflexion pour la conception d'autres projets d'aménagement dans le cadre de l'appui suisse au PDVM. En contrepartie, la Coopération Suisse m'a accordé une contribution financière pour mener à bien mon enquête de terrain à Ouahigouya.

Suite à cette demande au caractère ouvert, j'ai choisi d'aller en amont de la réalisation des infrastructures marchandes à Ouahigouya, et de m'intéresser à la conception, à la mise en place du projet et à son impact sur les « pratiques locales », c'est-à-dire l'ensemble des

² Située au Nord-ouest, dans la province du Yatenga, Ouahigouya compte environs 60'000 habitants et se trouve sur l'axe routier entre la capitale Ouagadougou et la ville malienne de Mopti. Pour situer la ville dans la sous-région, voir Annexe 3.

³ Pour être plus précis, c'est la Cellule d'Appui à la Gestion Communale (CAGEC) qui m'a suggéré cette piste de recherche. Cette structure, financée par la Coopération Suisse, est chargée d'exécuter le programme d'Appui à la Gestion Communale (AGEC) qui est la 7^{ème} phase de l'appui suisse au PDVM. Par ailleurs, le suivi lors de mon séjour au Burkina Faso s'est fait essentiellement par la CAGEC.

⁴ Lettre de la CAGEC m'étant adressée (01.05.07).

pratiques des acteurs locaux qui ont une influence sur le fonctionnement des infrastructures marchandes.

Pour ce faire, j'ai choisi d'adopter l'approche socio-anthropologique, qui s'intéresse à la fois aux « actions de développement » et aux « bénéficiaires »⁵ (prévus ou non) de ces actions (Olivier de Sardan, 1995 :124). Dans le cas présent, l'action de développement est la réalisation et la gestion communale du Grand Marché et du Marché aux légumes. Cette action s'inscrit dans un dispositif de développement dans lequel différents acteurs entrent en interaction : la Coopération Suisse et son appui au PDVM, la Mairie de Ouahigouya, la structure de gestion des infrastructures et les usagers des équipements marchands (commerçants et clients).

A l'échelle de la commune, l'objectif du dispositif de développement est d'autonomiser financièrement la commune et d'assurer ainsi son « développement ». Dans cette perspective, les « bénéficiaires » sont les autorités communales qui sont chargées de gérer ces marchés urbains par la taxation des commerçants. A l'échelle de l'espace marchand, le dispositif vise à améliorer les conditions sanitaires, sécuritaires et de vente des commerçants. De ce point de vue, les « bénéficiaires » du dispositif sont les commerçants, et indirectement les clients. Par leurs pratiques de gestion et d'appropriation⁶ des infrastructures, la commune et les usagers (commerçants et clients) ont une « influence » sur le fonctionnement des infrastructures.

Mon objet d'étude est donc à la fois le projet de construction du Grand Marché et du Marché aux légumes de l'appui suisse au PDVM à Ouahigouya et les modes de gestion et d'appropriation de ces équipements marchands. Je m'intéresse donc tant à l'action de développement qui a consisté à réaliser ces infrastructures, qu'aux différentes catégories d'acteurs locaux exerçant une influence sur le fonctionnement des équipements marchands.

Ainsi, mon objet d'étude est construit sur l'articulation entre le dispositif de développement et les pratiques de gestion et d'appropriation de ces infrastructures. Selon la perspective socio-anthropologique, il s'agit de considérer ces deux éléments comme étant « imbriqués ». Cette approche « *par l'enchevêtrement des logiques sociales* » (Bierschenk, 2007) guidera ma réflexion tout au long de ce travail.

En d'autres termes, je situe mon analyse à l'interface entre la *conception* du projet et son *utilisation* par les catégories d'acteurs au niveau local. Le but est de saisir comment s'articulent les logiques de conception des infrastructures marchandes (production) et les logiques de l'utilisation (réception) des deux marchés urbains en question.

A mon sens, le choix d'étudier l'interface entre la conception et l'utilisation de ce projet urbain à Ouahigouya se justifie pour trois raisons. Premièrement, d'après mes recherches documentaires, il existe peu d'études qui tentent de comprendre le fonctionnement de marchés urbains « de l'intérieur » suite à une intervention de développement. La plupart des études se limitent à analyser la mise en place de politiques de réaménagement et les enjeux relatifs aux modes de gestion choisis par l'administration, alors que la gestion pratiquée par les usagers des places de vente (les commerçants) peut être un élément clé pour comprendre le fonctionnement effectif d'une infrastructure marchande. Deuxièmement, il me semble très intéressant de se pencher sur un projet qui est considéré par les intervenants (la Coopération Suisse) comme une réussite, car les raisons du bon fonctionnement d'un projet

⁵ Provenant du jargon des acteurs du développement, la notion de « bénéficiaires » est à considérer avec prudence, car, d'une part, elle ne suggère pas l'existence de « bénéficiaires » non prévus par le projet, et, d'autre part, elle ne rend pas compte de la multitude de groupes d'acteurs qui entrent en jeu. A noter que, dans le dispositif de développement, la commune est à la fois bénéficiaire et agent du dispositif du PDVM : elle bénéficie de l'appui suisse au PDVM et elle intervient en prélevant des recettes municipales sur les commerçants.

⁶ Les notions de « gestion » et « d'appropriation » sont utilisées de manière équivalente dans ce travail. On peut néanmoins préciser que la « gestion » est une catégorie normative, tandis que « l'appropriation » est descriptive.

ne sont pas forcément les mêmes que celles avancées par les intervenants (Coopération Suisse) ayant réalisé le projet. La troisième raison est qu'il existe depuis quelques années un intérêt nouveau chez les géographes et anthropologues pour l'étude des logiques d'intervention sur les marchés urbains africains⁷. Ma recherche peut ainsi contribuer modestement à la formation de ce champ de recherche.

2. PROBLÉMATIQUE

2.1 Question de départ

La démarche choisie pour élaborer ce travail est de type exploratoire. Elle consiste à décrire et explorer les enjeux de la mise en place du projet de réaménagement des infrastructures marchandes de Ouahigouya, d'une part, et ceux des pratiques de gestion et d'appropriation multiples qui entrent en considération dans le fonctionnement de ces infrastructures d'autre part.

Si j'ai choisi une démarche exploratoire, c'est essentiellement pour éviter de m'enfermer dans une démarche hypothético-déductive trop rigide pour un terrain lointain quasi méconnu. Cette dernière est certes plus rassurante, mais le risque était de « passer à côté » de nombreux éléments auxquels je n'aurais pas pensé avant de partir sur le terrain. Il m'a donc semblé plus judicieux de préférer une approche gardant le champ ouvert à mes questionnements sur les logiques d'action relatives au fonctionnement de ces deux marchés.

Ainsi, ce travail part de la question générale suivante :

Comment s'articulent le projet de l'appui suisse au PDVM et les logiques d'action relatives au fonctionnement du Grand Marché et du Marché aux légumes à Ouahigouya ?

Par *projet de l'appui suisse au PDVM*, j'entends les principes qui sous-tendent la conception des infrastructures marchandes à Ouahigouya par l'appui suisse au PDVM et qui impliquent *a priori* un tout cohérent, du principe de décentralisation aux logiques d'organisation de l'espace des infrastructures, en passant par le modèle de gestion choisi. D'un point de vue socio-anthropologique, le projet de l'appui suisse au PDVM est le dispositif de développement dans lequel s'inscrit la construction du Grand Marché et du Marché aux légumes.

Les *logiques d'action* sont ici l'ensemble de pratiques des catégories d'acteurs locaux qui ont trait au fonctionnement du Grand Marché et du Marché aux légumes. Il s'agit plus précisément des modes d'organisation de l'espace marchand, de la gestion administrative par la commune, et des modes d'appropriation par les commerçants. Les logiques d'action de la clientèle sont également prises en considération. En d'autres termes, les logiques d'action sont l'ensemble des pratiques opérées par les catégories d'acteurs se trouvant impliquées dans « l'arène » du dispositif de développement du PDVM à Ouahigouya. L'arène étant un « lieu de confrontations concrètes d'acteurs sociaux en interaction autour d'enjeux communs. Elle relève d'un espace local » (Olivier de Sardan, 1995 :179). Les « enjeux communs » de ces acteurs sont ici les formes de gestion et d'appropriation des infrastructures. Différentes catégories d'acteurs interviennent dans cette arène locale : L'Etablissement Public Communal de Développement (EPCD) chargé de la gestion des infrastructures du PDVM, la Mairie, l'Association des Commerçants du Grand Marché

⁷ La plupart des études socio-anthropologiques porte sur le monde rural et le domaine de la santé, tandis que les enquêtes qui concernent le fonctionnement des marchés urbains et les politiques développementistes d'aménagement d'infrastructures marchandes sont peu nombreuses. Voir Imorou (2002), Bertoncello et Bredeloup (2002), et Mongbo (2007) au point 2.2.1 : « Recherche documentaire » de la deuxième partie.

(ACGMO) comme intermédiaire entre la commune et les commerçants, et finalement les usagers que sont les commerçants et les clients. Ces derniers peuvent avoir des intérêts divergents dans le fonctionnement de ces infrastructures, c'est pourquoi leurs logiques d'action sont multiples.

A noter que ma question de départ ne porte pas sur les pratiques commerciales telles que les logiques d'approvisionnement, d'importation ou d'exportation. Néanmoins, ces pratiques sont parfois prises en compte dans ce travail comme éléments de contexte.

En explorant le rapport qu'entretient le projet de l'appui suisse au PDVM avec les logiques d'action des catégories de l'arène locale, j'ai été amené à distinguer deux axes de questionnements. Le premier concerne les transformations de l'arène locale par l'intervention de développement (les logiques d'action « autour » des infrastructures) ; le deuxième axe est relatif aux transformations des modes de gestion et d'appropriation de l'espace marchand du Grand Marché et du Marché aux légumes (les logiques d'action « dans » les infrastructures).

- *Les logiques d'action « autour » des infrastructures marchandes*

A une échelle méso, je m'intéresse aux transformations de l'arène locale conséquentes à l'intervention de l'appui suisse au PDVM. Il s'agit ici de se demander de quelle manière le dispositif de développement du PDVM s'est « introduit » dans l'arène locale, et de comprendre comment celle-ci s'est modifiée suite à cette intervention extérieure. Le projet du PDVM a-t-il redéfini le rôle des différents acteurs dans le fonctionnement des infrastructures marchandes ? Quelles sont pour eux les opportunités et les contraintes procédant de l'irruption du dispositif de développement du PDVM et de l'aménagement du Grand Marché et du Marché aux légumes ?

Le projet du PDVM implique notamment un montage institutionnel consistant à mettre sur pied une structure de gestion des infrastructures : l'Etablissement Public Communal de Développement (EPCD) et sa Cellule de gestion. Il est donc question d'explorer « l'impact » qu'a eu ce montage institutionnel sur les structures locales telles que la Mairie et l'Association des commerçants (ACGMO).

- *Les logiques d'action « dans » les infrastructures marchandes*

A une échelle plus micro, je me penche sur les logiques d'action au sein de l'espace marchand : qui organise l'utilisation de l'espace marchand ? Comment fonctionne le système de gestion de la commune suite au réaménagement du Grand Marché et du Marché aux légumes ? Comment les usagers se sont-ils appropriés la place marchande réaménagée ? Quelles sont les dynamiques en œuvre dans l'interaction entre gestion administrative (la commune) et gestion « informelle » (les commerçants) ? Comment les catégories d'acteurs justifient-elles leurs modes d'appropriation et de gestion ?

L'intervention de l'appui suisse au PDVM a transformé le cadre bâti de la place marchande et le mode de gestion de la commune. Cette intervention peut également modifier les pratiques de gestion opérées par les commerçants dans le nouvel espace marchand. L'idée est ici de s'intéresser aux interactions entre la commune (Mairie et EPCD) et les commerçants dans la gestion et l'organisation de l'espace marchand, en mettant en perspective ces logiques avec les innovations architecturales et gestionnaires du projet.

2.2 Objectifs de recherche

Les objectifs ci-dessous structurent cette recherche et se traduisent par les différentes parties de mon travail. Ils permettent de répondre à la question de départ qui s'interroge sur l'articulation entre le projet des infrastructures marchandes du PDVM à Ouahigouya et les logiques d'action relatives au fonctionnement de ces équipements marchands.

Le 1^{er} objectif se rapporte à la première partie des résultats intitulée « De l'ancien marché au projet du PDVM ». Les 2^{ème} et 3^{ème} objectifs concernent la partie appelée « Les logiques d'action et les logiques représentationnelles des catégories de l'arène locale ».

- *Les enjeux du dispositif de développement*

Le **premier objectif** vise à *décrire les enjeux du dispositif de développement du PDVM et la mise en place et du projet d'aménagement du Grand Marché et du Marché aux légumes à Ouahigouya*. Après une description du fonctionnement de l'ancien marché, il s'agit de montrer quelles sont les innovations institutionnelles (montage institutionnel), architecturales et gestionnaires qui ont sous-tendu le projet. Au-delà de la description des éléments essentiels du projet, il s'agit d'analyser les logiques de continuité et de rupture entre le fonctionnement de l'ancien marché et la fonction des nouvelles infrastructures telle qu'elle est définie dans le projet.

- *Les logiques d'action dans l'arène locale*

Mon **deuxième objectif** consiste à *apprécier les logiques d'action des catégories de l'arène locale lorsque celles-ci interviennent dans le fonctionnement des infrastructures marchandes du PDVM*. Sans prétention à l'exhaustivité, il est question d'explorer les différentes logiques d'action sur l'espace marchand, au regard des contraintes et opportunités du dispositif de développement du PDVM. Ceci va me permettre de mettre en lumière les différentes stratégies opérées par les acteurs locaux pour gérer et s'approprier l'espace marchand. Il s'agit tout particulièrement d'explicitier les logiques d'action qui, en se rencontrant, produisent des situations conflictuelles ou de consensus dans l'arène locale, et de mettre en évidence les logiques d'action qui « s'écartent » du dispositif de développement PDVM tel qu'il était prévu à la base.

- *Les logiques représentationnelles dans l'arène locale*

Mon **troisième objectif** a pour but *d'explicitier les logiques représentationnelles de l'espace marchand qui sous-tendent les logiques d'action dans l'arène locale*. Je pars de l'idée que les acteurs de l'arène locale justifient leurs actions en s'appuyant sur des représentations spécifiques de l'espace marchand et de ses usagers. Il est question d'une part de mettre en perspective ces différentes représentations et, d'autre part, de montrer en quoi celles-ci s'appuient ou non sur les caractéristiques du dispositif de développement du PDVM.

2.3 Hypothèses exploratoires

Pour guider ma réflexion, j'ai élaboré des hypothèses exploratoires pendant et après l'enquête de terrain, sur la base des données produites. Ces hypothèses exploratoires m'ont permis d'orienter l'analyse de l'interface entre le projet du PDVM et les logiques d'action dans l'arène locale. S'enchaînant de manière cohérente, elles constituent le fil conducteur de mon travail. La synthèse des résultats dans la 4^{ème} partie va permettre de nuancer les cinq hypothèses exploratoires suivantes et de mettre en évidence les éléments qu'il serait possible d'approfondir :

-
- H1** Dans une perspective historique, l'aménagement des infrastructures marchandes du PDVM s'inscrit dans la continuité des interventions sur l'espace marchand par l'administration publique depuis la période coloniale.
 - H2** Avec l'irruption du dispositif de développement de l'appui suisse au PDVM à Ouahigouya et la (re)construction du Grand Marché et du Marché aux légumes, le paysage institutionnel local a été modifié.
 - H3** La rationalité du dispositif de développement de l'appui suisse au PDVM et de son intervention sur la place marchande est « désarticulée » par les logiques d'action dans l'arène locale.
 - H4** Les modes d'appropriation de l'espace marchand sont motivés par des intérêts différents et sont révélateurs de la manière dont le dispositif de développement est modifié dans l'arène locale.
 - H5** Les différentes représentations de l'espace marchand dans l'arène locale et les pratiques qui les accompagnent peuvent amener tant à des situations conflictuelles qu'à des situations de consensus entre les acteurs.

Ces cinq hypothèses sont élaborées sur la base de concepts socio-anthropologiques, tels que le *dispositif de développement* et les formes *d'appropriation*, les *logiques d'action* et les *logiques représentationnelles* dans l'arène locale du dispositif. La partie suivante se penche donc sur le cadre conceptuel de cette recherche.

DEUXIÈME PARTIE

CADRE THÉORIQUE ET MÉTHODOLOGIE

1. CADRE THÉORIQUE

Il s'agit maintenant d'expliciter le cadre théorique relatif aux objectifs et aux hypothèses exploratoires. Après une présentation de l'approche socio-anthropologique, j'exposerai la notion de « dispositif de développement » dans le cas d'une intervention consistant à construire et gérer des marchés urbains. Ensuite, j'expliciterai les « logiques d'action » et les « logiques représentationnelles » qui permettent d'analyser l'articulation entre le projet du PDVM et les pratiques dans l'arène locale.

1.1 La socio-anthropologie du développement et du changement social

Inspirée par la sociologie de l'École de Chicago, l'École de Manchester et l'anthropologie dynamique et africaniste de G. Balandier, la socio-anthropologie du développement et du changement social apparaît au cours des années 1980. Elle propose une approche empirique et comparative des « *groupes sociaux contemporains et de leur interactions* » en « *combinant l'analyse des pratiques et celle des représentations* » (Olivier de Sardan, 1995 : 10). Cette approche est tournée à la fois sur le présent (enquête de terrain) et sur le passé (analyse historique). Souvent combinée à une anthropologie « du développement », cette approche vise à étudier « *l'enchevêtrement des logiques sociales* »⁸ entre les deux univers que sont le « développement » et les « savoirs populaires » (Olivier de Sardan, 2001 : 742). En d'autres termes, la socio-anthropologie s'intéresse aux interactions entre les configurations développementistes⁹ et les populations locales, la finalité étant de mettre en évidence les formes du changement social.

Ainsi, elle considère le « développement » comme une porte d'entrée pour mettre en évidence les mutations en œuvre dans les sociétés étudiées. Utilisé de manière purement descriptive, le « développement » constitue l'un des principaux objets d'étude de la socio-anthropologie. L'intérêt pour cet objet d'étude se justifie par l'existence de tout un ensemble de pratiques qui adoptent cette notion :

« Il y a du développement du seul fait qu'il y a des acteurs et des institutions qui se donnent le développement comme objet ou comme but et y consacrent du temps, de l'argent et de la compétence professionnelle, c'est la présence d'une « configuration développementiste » qui définit l'existence même du développement. » (Olivier de Sardan, 1995 :7)

Cet intérêt pour les pratiques relatives au développement s'explique en grande partie par le parcours africaniste de ses fondateurs (Olivier de Sardan, Bierschenk, Chauveau, ...). Ces derniers réalisent en effet la grande majorité de leurs enquêtes en Afrique de l'Ouest francophone. Ils justifient la pratique de terrains socio-anthropologiques dans cette sous-région par l'omniprésence du développement : ses institutions, son poids économique, son langage sont en effet très présents dans le paysage ouest-africain contemporain.

Les objectifs de ce travail sont construits sur l'articulation entre les enjeux d'une intervention de développement – l'aménagement du Grand Marché et du Marché aux légumes à Ouahigouya – et les modes d'appropriation de ces équipements marchands par les acteurs locaux. Si j'ai choisi l'approche socio-anthropologique, c'est parce qu'elle offre des outils théoriques pertinents pour analyser cet « enchevêtrement » entre les logiques de

⁸ Les socio-anthropologues parlent également « d'imbrication » des logiques sociales ou « d'interface » entre celles-ci.

⁹ Pour la définition d'Olivier de Sardan (1995 :7), voir note de bas de page n°1.

l'intervention et celles des acteurs locaux. Par ailleurs, mobiliser les outils théoriques et méthodologiques de la socio-anthropologie semble particulièrement approprié pour une enquête de terrain au Burkina Faso, puisque la socio-anthropologie s'est construite par la pratique de terrain dans des contextes ouest-africains.

1.2 Le dispositif de développement

Dans la partie précédente¹⁰, j'ai évoqué l'intérêt que la Coopération Suisse porte à approfondir les connaissances concernant « l'impact » du projet sur les pratiques locales. Cependant, la notion « d'impact » peut être comprise de manière trop unidirectionnelle : elle vise à comprendre l'effet d'une intervention de développement sur les pratiques locales (économique, sociale, politique, ...), mais, inversement, l'influence des pratiques locales sur l'intervention est moins prise en compte. C'est pourquoi il me semble plus prudent de poser la question de « l'impact » dans une perspective dialogique, où le dispositif de développement et les pratiques locales (ou logiques d'action) s'influencent réciproquement.

Ainsi, je considère l'appui suisse au PDVM comme un « *dispositif de développement* » où « *se confrontent de multiples logiques et stratégies, du côté des agents du dispositif comme du côté des populations dites « cibles »* » (Olivier de Sardan, 1995 : 125). En effet, un dispositif de développement comme l'appui suisse au PDVM conçoit et réalise des projets de développement tels que les infrastructures marchandes que sont le Grand Marché et le Marché aux légumes à Ouahigouya. Pour intervenir, ce dispositif mobilise d'importantes ressources financières. Généralement, des structures locales (associations, entreprises privées, municipalité, services déconcentrés de l'Etat, etc...) sont intégrées dans le processus, qu'elles soient préexistantes ou créées de toutes pièces par les initiateurs du projet¹¹.

1.2.1 La rationalité de l'intervention

De la perspective du concepteur, une intervention de développement se doit généralement d'être « rationnelle ». On peut en effet caractériser un projet de développement par sa cohérence interne. Selon Olivier de Sardan, « *tout projet invoque une cohérence qui lui est propre et qui le légitime* » (1995 :128). Cette notion de cohérence que l'on retrouve dans le langage spécifique des acteurs du développement – appelé « langage-projet » – est à mon avis centrale pour mettre en évidence les mécanismes lors de la mise en œuvre d'un projet.

Reprenant l'interprétation d'Olivier de Sardan, je pars de l'idée que le projet de l'appui suisse au PDVM de réaménagement des infrastructures marchandes renferme sa propre rationalité qu'il est possible de décrire et d'analyser. Considérant son action comme étant légitime, un dispositif de développement va essayer de transmettre un ensemble de techniques, d'innovations et de principes aux destinataires du projet. Dans le cas du réaménagement du Grand Marché et de la construction du Marché aux légumes, si ce paquet technique se caractérise par un montage institutionnel (la structure chargée de réaliser et de gérer les infrastructures), il est également constitué d'éléments reconfigurant l'espace marchand (le projet architectural) et des règles de gestion (le modèle de gestion). Derrière cet ensemble de techniques et d'innovations, on peut saisir la rationalité du dispositif de développement.

¹⁰ Voir point 1.3 : « choix du terrain et définition de l'objet d'étude » de la première partie.

¹¹ Pour analyser la mise en place du projet dans l'arène locale, je mettrai à contribution les concepts développés par J.-D. Naudet (dans Jacob, 2000) de *circuits longs* (création d'institutions locales pour répondre au objectifs du projet) et *circuits courts* (intégration des institutions locales préexistantes dans le projet). Ces outils d'analyse permettront ensuite de rebondir sur les enjeux de la décentralisation qui sont liés au projet.

Lorsqu'un dispositif de développement « s'introduit » dans une arène locale, les rapports entre les catégories d'acteurs sont modifiés. C'est ici que le projet subit nécessairement des modifications, rencontre des résistances, « marche » ou « ne marche pas ». Dans ce processus, deux dimensions sont à distinguer : la rationalité du dispositif est « négociée » à la fois par des logiques d'action et par des logiques représentationnelles.

1.3 Logiques d'action et logiques représentationnelles

Cette « négociation » du dispositif de développement est en effet opérée par les différents acteurs de l'arène locale. Ces acteurs mettent en œuvre des logiques d'action qui sont sous-tendues par des logiques représentationnelles. Les pratiques et les représentations sont intéressantes à analyser lorsque celles-ci se réfèrent à des enjeux qui sont partagés par les acteurs. Dans le cas du Grand Marché et du Marché aux légumes, l'enjeu est le suivant : il s'agit pour les différents acteurs de l'arène locale de gérer et de s'approprier l'espace marchand. En d'autres termes, l'enjeu est d'avoir une « influence » sur le fonctionnement des infrastructures marchandes de l'appui suisse au PDVM.

Si l'analyse des logiques d'action permet de mettre en évidence les formes de gestion et d'appropriation de l'espace marchand, celle-ci n'est pas suffisante pour comprendre les significations que les acteurs accordent à leurs actions. L'intérêt est donc d'approfondir la compréhension des logiques d'action en explicitant les logiques représentationnelles des acteurs locaux.

En effet, mettre en évidence les logiques d'action (ce qu'Olivier de Sardan nomme les « logiques stratégiques ») ne renseigne pas entièrement sur les malentendus ou les consensus existant entre les acteurs locaux de l'arène locale (la commune, l'Association des commerçants, les commerçants). C'est pourquoi, il est nécessaire de prendre en compte l'enchevêtrement des logiques représentationnelles qui est sous-jacent à l'enchevêtrement des logiques d'action :

« Il n'y a pas que des logiques « stratégiques » qui se confrontent autour des opérations de développement. Interviennent aussi des logiques d'ordre symbolique ou cognitif, de nature plus implicite. Les malentendus et incompréhensions entre institutions de développement et populations relèvent pour une part d'un registre de « conceptions latentes » ou de « représentations sous-jacentes ». (Olivier de Sardan, 1995 : 138-139)

Dans le cas de l'intervention de l'appui suisse au PDVM, les logiques d'action de la commune et des commerçants sur l'espace marchand ne sont pas motivées par les mêmes intérêts. De manière schématique, je montrerai que l'intérêt de la commune, conformément au dispositif de développement du PDVM, est de prélever des taxes sur les commerçants, tandis que les commerçants cherchent avant tout à occuper les places de vente pour exercer leurs activités commerciales. Si certaines logiques d'action de la commune et des commerçants entrent parfois en conflit, c'est parce qu'elles sont sous-tendues par des logiques représentationnelles distinctes.

Dans cette perspective, les logiques représentationnelles ont une influence sur les logiques d'action des acteurs locaux. Il faut cependant préciser que la relation entre représentations et pratiques est réciproque, car les représentations se construisent également sur l'expérience des pratiques.

Au regard du dispositif de développement de l'appui suisse au PDVM, quelles sont plus précisément les logiques d'action et les logiques représentationnelles des acteurs locaux ?

1.3.1 Les formes d'appropriation

Les logiques d'action des destinataires d'une intervention de développement peuvent être qualifiées de formes (logiques *ou* modes) d'appropriation. Je définis les formes d'appropriation (ou de gestion) comme les logiques de réception d'une opération de développement par les destinataires (prévus ou non). Les formes d'appropriation sont inhérentes à tout projet de développement, elles produisent ce qu'Olivier de Sardan appelle un « décalage » ou une « dérive » :

« Tout projet subit une « dérive », c'est-à-dire un écart entre ce qui est prévu et ce qui se passe, qui est la manifestation de son « appropriation » par les acteurs concernés. » (1995 :140)

Selon lui, il existe deux formes d'appropriation suite à une opération de développement : le principe de *sélection* et le principe de *détournement* du « paquet technique »¹² de l'intervention (Olivier de Sardan, 1995 : 133-134). Le principe de *sélection* ou *d'adoption sélective* est le processus où le paquet technique est « désarticulé » par les destinataires du projet et dans lequel ces derniers adoptent des éléments et en rejettent d'autres. Le principe de *détournement* permet en quelque sorte d'explicitier les raisons pour lesquels des éléments du paquet technique sont adoptés différemment de ce qui était prévu. Les destinataires peuvent en effet s'approprier des éléments du projet pour des raisons différentes de celles invoquées dans le projet de base et par les agents de développement. Pour explorer les différentes logiques d'appropriation du projet du PDVM, il est donc question d'explicitier les principes de sélection et de détournement de la fonction de l'espace marchand et des outils de gestion des infrastructures tels que définis dans le dispositif de développement de l'appui suisse au PDVM.

Les formes d'appropriation et de gestion sont liées aux possibilités d'action des acteurs dans le dispositif de développement. Une intervention de développement modifie généralement le paysage institutionnel par la création de nouvelles structures et/ou par le renforcement ou l'affaiblissement de structures préexistantes. En d'autres termes, une intervention transforme le champ d'action des acteurs de l'arène locale. C'est pourquoi les possibilités d'action des catégories de l'arène locale sont renégociées par l'irruption d'un dispositif de développement. De nouvelles opportunités et de nouvelles contraintes accompagnent une intervention de développement. Des actions sont légitimées par le dispositif de développement, d'autres le sont moins. Certains acteurs peuvent être exclus du processus, d'autres, au contraire, y trouvent certains intérêts. Par exemple, ces intérêts peuvent être de nature gestionnaire (recouvrement des loyers des places de vente), personnelle (vendre, sous-louer ou hériter d'une place de vente) ou encore politique (exiger une baisse des loyers).

A noter que les différents intérêts des acteurs locaux sont parfois divergents. En ce sens, les logiques d'appropriation peuvent provoquer des situations conflictuelles. Selon l'approche socio-anthropologique, les conflits « *sont des indicateurs privilégiés du fonctionnement d'une société locale. Ce sont aussi des indicateurs du changement social, particulièrement pertinents pour une anthropologie du développement.* » (Bierschenk et Olivier de Sardan, 2007). Les conflits constituent en quelque sorte une porte d'entrée pour analyser l'imbrication des logiques d'action dans une arène locale.

Je m'intéresse donc à explorer les formes de gestion et d'appropriation tant au niveau de l'arène locale (comment les catégories d'acteurs ayant une « influence » sur les infrastructures marchandes « négocient » le dispositif de développement) qu'au niveau de l'espace marchand (comment les acteurs s'approprient l'espace marchand des

¹² Pour parler de l'ensemble des techniques d'une intervention, les socio-anthropologues parlent également de *package technique* ou de *message technique* qui sont « *des ensembles de mesures coordonnées et prétendant à la cohérence* » (Olivier de Sardan, 1995 : 133).

infrastructures). Pour ce faire, il s'agit donc d'apprécier les possibilités d'action des catégories d'acteurs dans l'arène locale, de saisir les logiques d'inclusion et d'exclusion, et de relever l'existence de conflits dans les modes d'appropriation de l'espace marchand.

1.3.2 *Les représentations de l'espace marchand*

L'analyse des formes d'appropriation de l'espace marchand permet de mettre en évidence les différentes représentations que les acteurs locaux ont de la fonction du Grand Marché et du Marché aux légumes. Dans ces logiques représentationnelles, le rapport à l'espace des infrastructures marchandes me paraît pertinent à analyser, car l'enjeu du projet de réaménagement était précisément de transformer cet espace, et celui des acteurs de l'arène locale est de s'approprier ses infrastructures. En ce sens, j'ai choisi de m'intéresser d'une part à la manière dont l'espace marchand est défini dans le projet de l'appui suisse au PDVM, et d'autre part, aux différentes significations que les acteurs de la gestion administrative (la commune) et les commerçants attribuent à cet espace marchand.

En effet, le réaménagement du Grand Marché et la construction du Marché aux légumes par l'appui suisse au PDVM ont pour conséquence de reconfigurer à la fois l'ensemble de l'espace marchand (la place marchande) et les différents éléments de cet espace (les places de vente). Les principes qui motivent cette transformation sont liés au système de gestion que les intervenants veulent mettre en place et au modèle de développement du PDVM. Le réaménagement de ces infrastructures est donc effectué en tenant compte de la rationalité du dispositif de développement (l'appui suisse au PDVM). C'est pourquoi, dans cette rationalité du projet, la fonction du contenant (l'espace construit) et du contenu (les usagers) est définie.

Ainsi, je distingue les logiques représentationnelles de la *conception* et celles de la *réception* du projet (ou dispositif) dans l'arène locale. Si l'on confronte la rationalité du dispositif de développement (conception) avec les modes d'appropriation de l'espace marchand et les représentations de cet espace par les acteurs locaux (réception), on peut mettre en évidence les différentes significations que les intervenants extérieurs (la Coopération Suisse), les acteurs de la gestion administrative (la Mairie et l'EPCD) et les usagers (les commerçants, et indirectement les clients) attribuent à l'espace marchand.

La socio-anthropologie différencie schématiquement les logiques représentationnelles des agents de développement de celles des destinataires. En ce sens, les représentations de l'espace des agents de développement (la Coopération Suisse) et des structures qui accompagnent ces interventions (la Mairie et l'EPCD) s'appuient sur le projet tel qu'il a été conçu, tandis que celles des destinataires (les commerçants) se construisent sur d'autres référents qu'il s'agit d'explorer.

S'il l'on confronte ces différentes significations de l'espace marchand, on peut approfondir la compréhension d'une part des logiques d'adaptation et de détournement du projet de l'appui suisse au PDVM par les acteurs de la gestion administrative et les usagers, et d'autre part, de l'émergence de situations conflictuelles entre la commune et les usagers. Ainsi, mettre en évidence les représentations de l'espace marchand permet d'interpréter l'existence de malentendus entre les acteurs locaux qui exercent une « influence » sur les infrastructures marchandes.

2. MÉTHODOLOGIE

2.1 Démarche

Pour rendre compte de l'articulation entre le projet de l'appui suisse au PDVM et les logiques d'action relatives au fonctionnement du Grand Marché et du Marché aux légumes, j'ai choisi une approche tournée tant sur le passé que sur le présent. Cette approche a nécessité la mise en place d'une démarche transversale pour la collecte des données : utiliser les données préexistantes par la recherche documentaire, et produire de nouvelles données par les entretiens et l'observation. Ma démarche a consisté à combiner les documents du projet, les enquêtes réalisées sur le terrain ainsi que des travaux existants qui portent sur les transformations de marchés urbains.

En premier lieu, des documents du projet (rapports, expertises, audits) et les travaux issus des sciences sociales ont été mis à contribution pour explorer l'historique du projet et l'évolution des pratiques relatives au fonctionnement des infrastructures. Les entretiens m'ont également permis d'obtenir des informations sur les pratiques de gestion et d'appropriation dans l'ancien marché, et sur les événements qui ont marqué la vie du Grand Marché et du Marché aux légumes.

Deuxièmement, afin de rendre compte des logiques d'action actuelles qui sont relatives au fonctionnement des deux marchés, j'ai produit des données à travers des entretiens semi-directifs avec différents groupes d'acteurs et des observations au sein des deux marchés. Ces enquêtes m'ont principalement permis de saisir les discours et les pratiques relatifs aux modes de gestion et d'appropriation des infrastructures. A noter que, en ce qui concerne les entretiens, il s'agit d'explorer le plus finement possible les logiques d'action et les logiques représentationnelles qui peuvent être dégagées des entretiens. L'idée est de « *rechercher des discours contrastés, de faire de l'hétérogénéité des propos un objet d'étude, de s'appuyer sur les variations plutôt que de vouloir les gommer ou les aplatir (...)* » (Olivier de Sardan, 2003 : 44).

Finalement, j'ai mis à contribution différentes recherches existantes pour accompagner l'analyse de ces données préexistantes (documents du projet) et celles produites durant mon enquête de terrain (entretiens et observation). Dans une perspective comparative, différents travaux sont mobilisés pour expliciter les logiques en œuvre dans l'arène locale et l'espace marchand du Grand Marché et du Marché aux légumes.

2.2 Méthodes de collecte de données

2.2.1 Recherche documentaire

Différents types de sources ont été exploités pour ce travail : des expertises et des études empiriques issues de différents champs de recherche. Voici les expertises relatives au PDVM et plus particulièrement aux infrastructures que sont le Grand Marché et le Marché aux légumes :

- le rapport final de l'appui suisse au PDVM définit les objectifs et les moyens d'action du programme (Afric Conseil et Urbaplan, 1990) ; une étude sur la situation socio-économique de la ville de Ouahigouya (Guira et Boissard, 1995), qui a été réalisée pour le compte de l'EPCD, contient des informations sur la ville de Ouahigouya et le contexte institutionnel dans lequel la construction des infrastructures a été réalisée ;

- le rapport de l'appui suisse au PDVM (Coopération Suisse, 2004 et 2006) précise les objectifs du PDVM et fait le point sur la rentabilité des infrastructures marchandes à Ouahigouya et les difficultés rencontrées ;
- une analyse d'une situation de crise entre les commerçants et les autorités municipales montre l'existence de conflits (Bayili, 2003) ;
- une expertise sur la vie associative des commerçants du Grand Marché et du Marché aux légumes (Bayili, 2001) nous renseigne sur les différents groupes de commerçants organisés en associations ;
- une expertise récente (Schaeffer, 2006) propose une analyse comparative sur les différences de rentabilité, les modes de gestion et les réactions des usagers entre le Grand Marché de Ouahigouya et le marché de Nouna au Burkina Faso.

Je me suis également intéressé aux règles qui ont été élaborées pour organiser la gestion des infrastructures du PDVM à Ouahigouya. Ainsi, le règlement intérieur au Grand Marché et le contrat de location des places de vente renseignent notamment sur le modèle de gestion choisi, les rapports prévus entre l'administration et les commerçants, et les mesures proposées pour assurer le recouvrement des loyers.

Bien que peu nombreuses, quelques études relatives aux politiques d'aménagement d'infrastructures marchandes m'ont permis de saisir les enjeux de ces interventions. Ainsi, l'anthropologue D. Zahan décrit l'influence de l'autorité coloniale sur les marchés du Yatenga (1954). Le socio-anthropologue A.-B. Imorou analyse tant la situation conflictuelle entre l'administration locale et les groupes de commerçants que le poids des bailleurs de fonds dans le projet d'aménagement du Marché central de Parakou au Bénin (2000). La géographe B. Bertoncello et la socio-anthropologue S. Bredeloup examinent l'évolution des politiques d'aménagement des marchés à Abidjan en Côte d'Ivoire et les différents groupes d'acteurs qui interagissent dans la réalisation et la gestion de ces marchés (2002). Elles constatent que les autorités publiques ont tendance à se retirer de leur rôle habituel de planificateur et de gestionnaire au profit d'opérateurs privés. Le socio-anthropologue R. Mongbo essaie de comprendre les dynamiques de pouvoir au sein du marché de Houndjro à Abomey au Bénin, il fait l'hypothèse que le marché constitue un espace de production et de contestation du pouvoir de l'Etat (2007). Dans une perspective de transformation urbaine, l'urbaniste T. Paulais analyse le rapport entre la configuration urbaine et la dynamique économique des marchés en milieu urbain et propose des outils de planification d'infrastructures marchandes (1998, 2000). Enfin, dans un article écrit par l'architecte du Grand Marché et du Marché aux légumes, P. Jéquier revient sur la politique d'aménagement du PDVM, les caractéristiques architecturale et les étapes de la réalisation de ces marchés urbains (Daghini et Jéquier, 1997).

N'ayant pas trouvé de textes analysant systématiquement les modes de gestion et d'appropriation des places de vente dans les infrastructures marchandes, je me suis orienté vers la question foncière en milieu rural au Burkina Faso. En effet, l'idée est que le rapport que les commerçants entretiennent avec les places de vente est semblable à celui que les paysans ont avec la terre. En ce sens, J.-P. Chauveau, J.-P. Colin et J.-P. Jacob (et al.) proposent des outils d'analyse de différents droits exprimés sur la terre (2006), M. Zongo et P. Mathieu explicite les logiques conflictuelles et de sécurisation dans les transactions foncières à l'Ouest du Burkina Faso (2000). Ces outils d'analyse sont présentés dans la partie consacrée aux logiques d'action des commerçants¹³.

¹³ Voir point 6.1 : « Logiques d'action » (des commerçants) de la troisième partie.

2.2.2 Entretiens

J'ai mené à la fois des entretiens semi-directifs¹⁴ et des discussions informelles (ou entretiens libres) avec des personnes issues des différentes catégories d'acteurs de l'arène locale du projet. Trois raisons justifient ce choix. Premièrement, pour comprendre les logiques de gestion et d'appropriation des équipements marchands, il est nécessaire de mener des entretiens semi-directifs avec les différents acteurs de cette arène locale, afin d'avoir accès aux discours sur les pratiques et les représentations relatives au fonctionnement du Grand Marché et du Marché aux légumes. Deuxièmement, cette méthode, particulièrement les discussions informelles, aide à rassembler du matériel essentiel à propos du contexte local. En effet, celui-ci est quasi méconnu pour le chercheur étranger à son milieu d'enquête. Troisièmement, les entretiens libres m'ont souvent permis de « glaner » des informations¹⁵ sur des pratiques « informelles » dont je n'aurais pas soupçonné l'existence si je m'étais tenu à réaliser uniquement des entretiens semi-directifs.

Au total, j'ai mené 30 entretiens approfondis qui ont été enregistrés et transcrits, dont 14 en *moore*¹⁶ avec l'aide d'un interprète. Reprenant la distinction entre logiques d'action « dans » les infrastructures marchandes et « autour » de celles-ci, j'ai élaboré deux canevas d'entretiens¹⁷ (voir Annexe 2).

La première est destinée aux catégories d'acteurs exerçant une influence « externe » au fonctionnement des infrastructures du PDVM. Ce canevas d'entretiens est composé de thèmes et de questions qui visent à comprendre le rôle de ces catégories dans l'arène locale du projet, leurs possibilités d'action et les rapports qu'ils entretiennent entre eux. Voici les thèmes qui ont orienté les entretiens : le fonctionnement de l'ancien marché, leur rôle dans la mise en place du projet, les changements apportés par le projet, les actions entreprises dans la gestion des équipements, et l'évolution du fonctionnement des infrastructures. Les entretiens semi-directifs ont été réalisés principalement sur leur lieu de travail. 11 entretiens ont été menés avec les acteurs suivants :

- Trois acteurs de l'EPCD : le gestionnaire de la Cellule de gestion (3 entretiens), la caissière de la Cellule, l'assistant technique à l'appui institutionnel de l'EPCD ;
- Quatre acteurs de la Mairie : un conseiller municipal de longue date, le chef de service de la voirie, le premier maire élu (1995-2000), le deuxième maire élu (2000-2004) ;
- Deux acteurs de l'Association des commerçants du Grand Marché de Ouahigouya (ACGMO) : le président, le secrétaire général (2 entretiens).

Le deuxième canevas d'entretien s'adresse aux acteurs exerçant une influence « interne » au fonctionnement des équipements marchands du PDVM. Ce sont les commerçants exerçant leurs activités au Grand Marché ou au Marché aux légumes ainsi que l'administration de ces marchés (EPCD). Les thèmes et questions ont pour objectif de saisir les pratiques de gestion, les modes d'appropriation et leurs possibilités d'action. Les thématiques sont les suivantes : le fonctionnement de l'ancien marché, les changements apportés par le projet, l'obtention de places de vente dans les nouvelles infrastructures, les « transactions » de places de vente,

¹⁴ L'entretien semi-directif se caractérise comme étant « *ni entièrement ouvert, ni canalisé par un grand nombre de questions précises* » (Quivy et Van Campenhout, 1995 :195).

¹⁵ Je pense notamment au fonctionnement de « transactions » de boutiques qui sont opérées par les commerçants.

¹⁶ Le *moore* est la principale langue véhiculaire du Burkina Faso. C'est aussi la langue parlée par les *Moore*, le groupe ethnique majoritaire à Ouahigouya.

¹⁷ Le canevas d'entretien, structuré par des thèmes regroupant différentes questions, relève du "pense-bête" personnel. Il permet de ne pas oublier les thèmes importants, tout en respectant la dynamique propre d'une discussion (Olivier de Sardan, 2003 : 5).

les relations d'entraide, l'usage des outils de gestion par l'EPCD. Les entretiens semi-directifs se sont déroulés au bureau de l'EPCD (avec le gestionnaire et la caissière de la Cellule de gestion de l'EPCD), au Grand Marché ou au Marché aux légumes, parfois au domicile du commerçant ou dans un bar. 18 entretiens semi-directifs ont été réalisés avec les commerçants.

- *Grand Marché* : le président de l'association des bouchers, le président de l'association des mécaniciens, le président de l'association des vendeurs de cola (2), un vendeur de « commerce général », un vendeur de cycles, trois vendeurs de friperie, un vendeur de pagnes, deux vendeuses de légumes ;
- *Marché aux légumes* : cinq vendeuses de légumes, un vendeur de café.

Toujours dans l'idée d'explorer les modes d'appropriation des places de vente et la gestion au sens large des deux marchés, j'ai essayé de respecter au mieux les différents critères me semblant pertinents pour le choix des commerçants interviewés : la position du commerçant dans l'espace des deux marchés, le type de place utilisée, le degré d'ancienneté (les anciens commerçants présents avant et après la construction, ceux s'étant récemment établis), le statut socioprofessionnel (les « débrouillards » et les « grands »¹⁸) et, dans une moindre mesure, le type d'activité commerciale exercée. On verra plus loin¹⁹ que ces critères d'échantillonnage sont difficiles à respecter sur le terrain, car les prises de contact avec les informateurs sont fortement dépendantes des réseaux dans lesquelles le chercheur est inséré. On n'est en effet jamais totalement maître de la manière dont se déroule l'enquête de terrain.

2.2.3 Observations

Parallèlement aux entretiens, j'ai privilégié l'observation des pratiques des commerçants par la prise de notes tout au long de l'enquête de terrain. Ancrés dans la vie quotidienne des commerçants, les modes de gestion et d'appropriation des places de vente « vont de soi » pour ces usagers. Ces pratiques sont implicites et souvent peu réflexives, elles n'engendrent que rarement des discours élaborés pouvant être saisis sous la forme d'entretiens. C'est pourquoi l'observation des pratiques quotidiennes permet d'explorer les modes d'appropriation qui ne sont pas explicités spontanément dans les discours.

L'observation m'a permis de décrire les comportements des commerçants et des clients dans l'utilisation de l'espace marchand. Celle-ci s'est accompagnée de discussions libres avec les commerçants à propos des pratiques observées. L'idée est donc de confronter les pratiques (observations) aux discours (entretiens libres) pour explorer différentes questions relatives aux modes de gestion et d'appropriation par les commerçants des deux infrastructures et plus particulièrement des places de vente. Ainsi, je me suis employé à décrire les éléments suivants :

- *Les modes d'appropriation* : le rapport aux places de vente (boutiques, étals fixes, étals en bois, places au sol) ;
- *La configuration spatiale de l'activité commerciale* : zones d'affluence, zones « mortes », circuits de la clientèle ;
- *Les relations sociales entre commerçants* : les réseaux d'entraide, les relations d'interdépendances entre types de commerçants (boutiquiers – vendeurs à l'étal – ambulants).

¹⁸ Dans leurs discours, les « débrouillards » sont ceux qui exercent une activité commerciale modeste, tandis que les « grands » sont ceux qui ont un commerce florissant et qui possèdent généralement plusieurs boutiques.

¹⁹ Voir point 2.4.2 : « Le phénomène d'« enclivage » » de cette partie.

- *La temporalité* : les activités (commerciales ou non) qui rythment la vie du marché.

Durant toute la durée du terrain, ma démarche a consisté à passer plusieurs demi-journées dans différents espaces des infrastructures. Ces espaces ont été choisis selon deux critères : le degré d'affluence (ou de concentration des activités) et le type de places de vente. Ma présence au côté de commerçants et commerçantes a bien entendu nécessité l'accord préalable de ces derniers. Pour cela, j'ai passé beaucoup de temps à effectuer des visites de courtoisie et faire les salutations d'usages aux commerçants auprès desquels je me suis assis pour l'observation, le but étant de tisser des liens de confiance.

Au-delà de l'intérêt de produire des données par l'observation, cette méthode présente à mon sens un moyen idéal pour le chercheur de stimuler sa réflexivité vis-à-vis de son objet d'étude. Le temps employé à observer m'a en effet permis de réfléchir à de nouvelles pistes de recherche et de formuler de nouvelles questions à poser aux interlocuteurs se trouvant à mes côtés.

2.3 Déroulement de l'enquête

2.3.1 Organisation du temps

Le séjour au Burkina Faso s'est déroulé de fin septembre 2007 à fin février 2008 (voir Annexe 1). Le temps à disposition s'est articulé entre une durée de 4 mois sur le « terrain » à Ouahigouya et de brefs séjours à Ouagadougou d'environ un mois au total. Mes séjours à Ouagadougou m'ont permis d'effectuer à plusieurs reprises des recherches documentaires au Centre d'Information sur la Recherche et le Développement (CIRD), notamment pour trouver de la littérature grise en rapport avec mon sujet d'étude. L'objectif était également de m'entretenir régulièrement sur l'avancement de mon enquête de terrain avec la CAGEC et avec l'anthropologue J.-P. Jacob²⁰.

2.3.2 Prises de contact

Sur le terrain, la prise de contact avec mes interlocuteurs s'est déroulée dans un premier temps du « haut » vers le « bas » dans le système hiérarchique de la commune. Mes premiers contacts se sont faits avec l'EPCD et la Mairie, par l'intermédiaire de la CAGEC. Le gestionnaire de la Cellule de gestion de l'EPCD m'a mis ensuite en relation avec le secrétaire général de l'Association des commerçants (ACGMO), qui à son tour m'a présenté les membres de cette association lors d'une réunion.

Remarquant très vite que les membres de cette association n'étaient pas les acteurs exclusifs de la gestion « interne » des infrastructures, je me suis ensuite introduit dans d'autres réseaux de commerçants de la place marchande. Pour cela, j'ai procédé de deux manières différentes, en tentant de respecter au mieux mes critères d'échantillonnage (voir point 2.2.2 de cette partie). Premièrement, j'ai mis à profit le réseau social élargi de mon traducteur-interprète. Celui-ci bénéficiait d'une certaine reconnaissance sociale de par son statut de fonctionnaire et ses origines familiales²¹, ce qui m'a grandement facilité la tâche dans la prise de rendez-vous avec certains acteurs. Deuxièmement, j'ai constitué progressivement des relations de confiance « par affinité ». Ainsi, au gré de mes visites

²⁰ Pour bénéficier de conseils scientifiques durant mon séjour au Burkina Faso, je suis entré en contact avec J.-P. Jacob (IHEID, Université de Genève) qui travaillait au Laboratoire Citoyennetés, une structure de recherche basée à Ouagadougou.

²¹ La grande famille Traoré de mon traducteur-interprète possède un certain prestige à Ouahigouya. Située non loin du Grand Marché, la famille Traoré entretient assurément de nombreux liens sociaux avec la zone commerciale. Ces liens sociaux préexistants ont certainement facilité les prises de contact.

répétées au marché - à la fois pour faire mes achats et effectuer les salutations d'usage - j'ai pu créer des liens sociaux avec des commerçants sans passer par un intermédiaire. Cependant, il faut noter que chaque procédé dans la prise de contact implique certains biais méthodologiques.

2.4 Problèmes rencontrés sur le terrain

Durant cette enquête de terrain, différents problèmes d'ordre méthodologique se sont présentés. Il s'agit ici de les mettre en évidence et d'explicitier les biais que ces problèmes impliquent sur la production des données. Ainsi, j'aborderai la question du statut assigné au chercheur par les acteurs locaux, le phénomène « d'enclichage » lors de la rencontre avec les acteurs locaux, et finalement la question de la langue.

2.4.1 *Le statut assigné au chercheur*

Comme je l'ai décrit plus haut (point 1.3.2), la CAGEC m'a permis de rencontrer aisément les instances municipales (EPCD et Mairie), qui à leur tour m'ont mis en relation avec l'Association des commerçants (ACGMO). Bien que nécessaire pour accéder facilement aux différents acteurs locaux, cette démarche a toutefois eu des effets sur le statut attribué au chercheur par les acteurs interviewés. En effet, j'ai pu être parfois assimilé à un agent de l'EPCD venu enquêter sur les pratiques « frauduleuses » (comme les « transactions » de boutiques) ou considéré comme un partisan de l'Association des commerçants, laquelle est critiquée par beaucoup de commerçants. Pour éviter de renforcer ces perceptions, j'ai essayé « d'afficher » ma présence au marché de manière équilibrée chez les différents groupes d'acteurs choisis lors de mes observations. Cependant, il faut noter que les commerçants ont accepté dans la plupart des cas ma présence à leur côté, une tendance qui, comme certains me l'ont fait remarquer, s'explique en partie par le gain de prestige que représente la compagnie d'un « Blanc ».

Mon statut s'est également décliné sous la forme d'un « envoyé » de la Coopération Suisse à l'écoute des doléances des commerçants. En effet, dans l'interaction entre le chercheur et l'informateur, ce dernier « *ne se prive pas d'utiliser des stratégies actives visant à tirer profit de l'entretien.* » (Olivier de Sardan, 2003 : 39). Dans mon cas, ce statut assigné par les acteurs locaux est lié à mon sens à deux éléments. D'une part, je me suis parfois présenté comme un étudiant faisant une étude pour la Coopération Suisse, ce qui m'a valu quelques fois des demandes dans l'espoir d'un éventuel soutien financier de la part de l'organisation suisse, accompagnées de discours stéréotypés. D'autre part, mon statut de « Blanc » a également influencé la perception qu'ont les acteurs locaux du chercheur. En dehors des touristes de passage, les Européens présents à Ouahigouya sont pour la plupart des expatriés travaillant dans le monde du développement ; ils incarnent ce qu'Olivier de Sardan appelle la « rente du développement » (1995 :160) aux yeux des Ouahigouyalais. Ceci explique en partie pourquoi j'ai été confronté à des doléances de la part des commerçants.

2.4.2 *Le phénomène d'« enclichage »*

Dans la prise de contact avec les commerçants, j'ai été amené à passer par certains réseaux sociaux et à en négliger d'autres. Les intermédiaires, principalement mon traducteur-interprète et le secrétaire général de l'Association des commerçants, ont pris une part considérable dans le choix des interlocuteurs. J'ai pourtant tenté de minimiser ce biais par des rencontres « par affinité »²² (point 2.3.2). J'ai ainsi été confronté à ce qu'Olivier de

²² Voir point 2.3.2 : « Prise de contact » de cette partie.

Sardan nomme le phénomène « d'enclichage », un biais inhérent à toute enquête de terrain. Selon lui, « *l'insertion du chercheur dans une société ne se fait jamais avec la société dans son ensemble, mais à travers des groupes particuliers. Il s'insère dans certains réseaux et pas d'autres* » (2003 : 49).

Par exemple, j'ai constaté que les réseaux de mon traducteur-interprète et du secrétaire de l'Association des commerçants au travers desquels je me suis introduit étaient essentiellement des « cliques » de citoyens, alors que, selon certaines informations récoltées, une partie significative des commerçants du Grand Marché et du Marché aux légumes proviennent des villages aux environs de Ouahigouya. Ainsi, m'entretenir avec les villageois aurait certainement mis en évidence d'autres modes d'appropriation de l'espace marchand. Je pense notamment aux étals et places au sol, qui sont pour la plupart occupées de manière permanente, mais qui accueillent également des commerçants temporairement. Sous un angle différent, la question de la langue participe aussi au phénomène d'enclichage.

2.4.3 Langue : l'exercice d'interprétation en question

Durant toute la durée de mon enquête, la barrière de la langue a été le problème le plus fréquemment rencontré. Ne maîtrisant pas le *moore*, je n'ai pas eu accès aux interactions discursives quotidiennes lors de mes observations au marché. Par conséquent, beaucoup de situations d'interaction de la vie quotidienne m'ont échappé, comme les sujets de discussions entre commerçants voisins.

J'ai donc eu recours à un traducteur-interprète avec lequel je me suis lié d'amitié très rapidement. En plus de son travail remarquable, ce jeune enseignant avait un profil idéal pour l'exercice d'interprétation. Ayant étudié la sociologie, il a participé à des enquêtes par questionnaires dans la région de Ouahigouya sur le contexte socioéconomique local. Par ailleurs, au-delà de son travail d'interprète, il a été tout au long de mon enquête ce que les sciences sociales appellent un « informateur privilégié » ainsi qu'un excellent intermédiaire dans les prises de contact.

Il est cependant nécessaire de souligner quelques problèmes méthodologiques auxquels j'ai été confronté avec le travail d'interprétation. Il faut rappeler que l'interprétation est synonyme d'une perte de la qualité du discours de l'interlocuteur, car elle introduit un niveau de subjectivité supplémentaire dans l'entretien : celle de l'interprète. Pour atténuer ce biais, j'ai fait traduire en français par écrit les entretiens en *moore* préalablement enregistrés. Ceci m'a permis d'une part d'éviter une trop grande perte de la finesse du discours en langue *moore* ; d'autre part, l'analyse de ces traductions écrites m'ont permis de réfléchir *a posteriori* sur les problèmes que soulève le recours à un interprète.

J'ai remarqué également que l'interprétation a tendance à « écourter » les discours des interlocuteurs, car l'interprète peut faire ressentir à ces derniers son empressement à traduire pour « soulager » son effort de concentration.

De plus, le statut de mon interprète dans la société locale a sans doute influencé le contenu des entretiens effectués. Par exemple, l'appartenance politique de mon interprète a pu crispier certains interlocuteurs « de l'opposition » lorsque j'abordais la dimension politique dans les modes d'appropriation des places de vente. Impossible toutefois de saisir toutes les affinités ou les dissensions au niveau familial, « clanique » et politique qui ont conditionné l'interaction entre mon interprète et mes interlocuteurs.

TROISIÈME PARTIE

RÉSULTATS

DE L'ANCIEN MARCHÉ AU PROJET DU PDVM

1. L'ANCIEN MARCHÉ : PERSPECTIVE HISTORIQUE ET LOGIQUES D'ACTION

Avant la présentation du projet de réaménagement de l'appui suisse au PDVM, voici un survol de l'évolution de l'ancien marché : son mode d'implantation, les transformations de son cadre bâti et de son système de gestion. Il s'agit de mettre en évidence les différents acteurs de l'arène locale qui intervenaient dans le fonctionnement de l'ancien marché ainsi que leurs logiques d'action.

1.1 Mode d'implantation du marché

Le Grand Marché se situe au secteur 6, le quartier commercial de la ville. Le marché se trouve entre le palais royal du *Yatenga Naaba* (le roi du Yatenga) et l'axe routier menant à Mopti (voir Annexe 4). Loti en 1936, le secteur est un des premiers quartiers aménagés par les autorités coloniales (Guira et Boissard, 1995 : 22).

Avant de se trouver au secteur 6, le marché était à la périphérie de la ville. Selon un ancien commerçant (Bissigui, 18.01.08), le marché a changé de site dans les années 1950 : il est déplacé du grand carrefour de la ville à l'emplacement actuel. Selon lui, l'administration coloniale française, avec l'accord des autorités coutumières (le *Yatenga Naaba*), est à l'origine de cette décision. Celle-ci apparaît comme étant justifiée par le manque de place pour les commerçants sur l'ancien site et par la volonté des autorités de construire à ce carrefour le bâtiment abritant les autorités coloniales.

« [Le site actuel, nda] était une réserve, quand le Capitaine Dorange²³ était là on faisait les mesures avec des cordes. Et quand on a voulu déplacer le marché et construire la mairie, on a décidé de placer le marché là où il est actuellement. »
(Bissigui, 18.01.08)

Dans son article sur les marchés *mossi*²⁴ du Yatenga (1954), l'anthropologue D. Zahan ne fait pas état de ce changement de site. Néanmoins, il constate que les autorités coloniales du Cercle de Ouahigouya²⁵ exerçaient une influence considérable sur les marchés de cette région (1954 : 374). Il observe que les marchés *mossi* se situent traditionnellement en marge de l'agglomération ou du village (1954 : 371). Dans le cas de Ouahigouya, il paraît évident que l'autorité coloniale a déplacé le marché vers les quartiers lotis, pour ainsi aménager les bâtiments administratifs au point de jonction de toutes les routes de la région. Il existe ainsi un lien entre la localisation du marché et l'administration coloniale.

Suite à cette nouvelle implantation, comment a évolué le lien entre le marché et l'administration coloniale et nationale (post-indépendance) de la ville de Ouahigouya ? Dans un premier temps, j'analyserai l'évolution du cadre bâti du marché, puis je m'intéresserai aux changements dans le système de gestion jusqu'à l'apparition du projet du PDVM.

²³ Le Capitaine Dorange était le Commandant adjoint du Cercle de Ouahigouya après la 2^{ème} Guerre mondiale. Il a été élu ministre de l'Intérieur en 1957, peu avant l'Indépendance de la Haute-Volta (ex-Burkina Faso) en 1960. Il est une des figures politiques de Ouahigouya les plus emblématiques de l'époque.

²⁴ Les *Mossi* constituent le groupe ethnique majoritaire dans la province du Yatenga.

²⁵ Le Cercle de Ouahigouya était le territoire administré par les autorités coloniales de l'époque. Actuellement, il correspond plus ou moins à la Province du Yatenga.

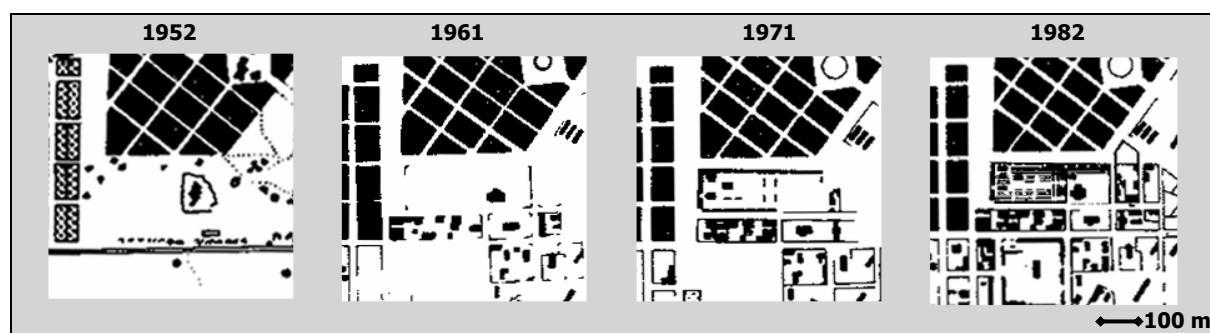
1.2 Évolution du cadre bâti

Aménagés en secco²⁶ comme la plupart des marchés actuels en zone rurale, les hangars formaient le cadre bâti de l'ancien marché. Selon un ancien commerçant, le marché était essentiellement fréquenté le dimanche ou le lundi. D'un marché hebdomadaire, il est devenu assez rapidement un marché quotidien dans lequel les commerçants transportaient chaque jour leurs marchandises de chez eux pour les exposer durant la journée (Bissigui, ancien commerçant, 18.01.08). Cette tendance rejoint les observations faites par Zahan (1954) sur le cycle des marchés au Yatenga : certains marchés hebdomadaires (ou ouverts tous les 3 ou 4 jours) tendent à devenir des marchés journaliers. Selon Bertoncello et Bredeloup, qui retracent l'histoire des marchés ivoiriens (2002), la colonisation a largement contribué au déclin des marchés hebdomadaires (ou « marchés d'étapes ») au profit de structures permanentes. A Ouahigouya, les premières constructions en métal ont été réalisées en 1958²⁷ : trois halles ont été aménagées par l'administration coloniale. Celles-ci vont être conservées dans le plan architectural du projet du PDVM. Quelles sont les interventions de l'administration nationale après l'indépendance de la Haute-Volta en 1960 ?

Les incendies des hangars en secco étant très fréquents, le Préfet de l'époque – Adama Sawadogo – va décider de restructurer l'espace du Grand Marché dans les années 1970-1971. Pour cela, il fait venir des tôles ondulées depuis Abidjan (Côte d'Ivoire) : « *au début c'est des gens qui ont fait avec des seccos, chaque année le marché brûlait, c'est ça qui a amené la Préfecture à faire des boutiques en tôles* » (président ACGMO, 21.10.07). Ainsi, une ceinture de tôles surmontée d'une toiture délimitait l'espace du Grand marché. Différents éléments construits peuvent être identifiés sur le plan de 1971 (cf. illustration n°1 ci-dessous) : les tôles qui entourent le marché, les 3 halles au Nord-ouest, et les hangars en banco au Sud-ouest qui étaient consacrés à la vente de la noix de cola (le « marché de cola »). A noter qu'une mosquée se trouve sur le site du marché depuis 1945, avant même l'implantation du marché. Avec l'augmentation progressive de la surface du marché, la mosquée a été incorporée à l'espace marchand.

Selon les vieux commerçants interrogés, des hangars ont été progressivement aménagés par les commerçants après l'intervention de la Préfecture : ces hangars étaient disposés côte à côte et à l'intérieur de la ceinture de tôles, de manière à former des allées parallèles. Ces hangars – qui sont ouverts – ont été peu à peu transformés en boutiques, des lieux de vente fermés où les marchandises étaient en sécurité durant la nuit. En 1985, un bailleur de fonds est intervenu sur le cadre bâti du marché. La Coopération hollandaise a financé la construction de la boucherie en béton, qui, comme les halles de 1958, a été insérée dans la trame architecturale du projet du PDVM.

Illustration n°1 : Évolution du cadre bâti de 1952 à 1982



Source: Ganne, 1986

²⁶ Pieds en bois surmontés par une toiture en végétaux entrecroisés.

²⁷ Selon le descriptif du Grand Marché se trouvant dans le calendrier 2008 de la CAGEC, les 3 halles ont été réalisées en 1958. Pourtant, ces halles apparaissent sur le plan de 1971, et non pas sur celui de 1961.

La construction de la plupart des hangars ou des boutiques de l'ancien marché était effectuée par les commerçants. Dans cet espace auto-construit, on peut cependant observer des interventions architecturales opérées par des acteurs extérieurs comme l'administration coloniale, la Préfecture (administration nationale) ou encore une coopération technique étrangère. Avec l'abandon du secco pour des constructions en tôle ou en béton, l'ancien marché tend à se transformer en une structure permanente. Différents éléments expliquent ces transformations du cadre bâti : le passage progressif d'un marché hebdomadaire à un marché journalier, la volonté de lutter contre les fréquents incendies et le poids de l'administration publique sur l'aménagement de l'espace marchand.

1.3 Évolution des modes de gestion

Comme je l'ai démontré précédemment, ce sont à la fois les acteurs privés (les commerçants), et les acteurs publics (administration coloniale, administration nationale, coopération internationale) qui avaient alors un impact sur la configuration spatiale du marché. Il s'agit ici de décrire comment l'ancien marché était géré quotidiennement et de mettre en évidence les acteurs de cette gestion.

Selon un employé communal de la Mairie (Moussa, 28.11.07), la gestion de l'espace marchand était assurée par un ou plusieurs *Raa-Naaba* (littéralement les « chefs du marché »)²⁸. Ceux-ci se chargeaient d'attribuer les places de vente aux nouveaux commerçants, d'assurer un certain alignement de ces places, de régler les différends entre les usagers (commerçants ou clients), et de prélever une taxe pour les autorités coutumières (la chefferie du *Naaba Yatenga*). Aujourd'hui, la chefferie n'est plus impliquée dans la gestion de l'espace marchand : « *Avant, même si le Raa-Naaba [de la chefferie, nda] est à la maison, il voit ce qui se passe au marché, maintenant le marché ne lui appartient plus* » (Koudougou, transporteur, 15.02.08).

L'administration des années post-indépendance a également joué un rôle dans la gestion du marché, essentiellement à travers un système de taxation des places de vente. Des agents se chargeaient d'attribuer les places de vente et de taxer les commerçants pour le compte de l'administration locale. Difficile de savoir à quel moment les taxes de la chefferie ont cessé et quand celles de l'administration ont débuté. Selon un informateur, il semble que la taxation des commerçants par l'administration coïncide avec l'aménagement de tôles ondulées en 1970-1971 par le maire de l'époque : « *C'est quand on a fait les boutiques en tôle qu'on a commencé à payer par mois.* » (Bissigui, ancien commerçant, 18.01.08). L'administration semble donc avoir mis en place un système de taxation dès les années 1970.

Avant le projet de reconstruction du marché, les taxes des places de vente se montaient à 1000 Francs CFA par mois pour les hangars construits par la Préfecture, 750 Francs CFA pour les boutiques construites par les commerçants et 25 Francs CFA par jour pour les vendeurs au sol et à l'étal. Selon les commerçants interrogés à ce sujet, le paiement se faisait de manière irrégulière, un commerçant pouvant échapper à la taxation durant plusieurs mois. Ceci s'explique certainement par l'existence de relations de type clientéliste entre commerçants et collecteurs de la Préfecture, ainsi que par l'application d'outils de gestion peu contraignants.

²⁸ Il faut préciser que, dans les discours des interlocuteurs, la notion de *Raa-Naaba* peut être multiple : elle ne relève pas uniquement de l'autorité coutumière, elle peut signifier à la fois le chef du marché qui représentait l'autorité du *Naaba* de la ville, le collecteur de la Préfecture dès les années 1970, ou les actuels collecteurs de l'EPCD depuis le projet du PDVM.

« Si tu as ton hangar, si tu travailles ça ne marche pas tu peux le fermer même, faire une année partir aller chercher de l'argent quelque part et puis revenir et tu fais ton commerce (...), avant même si tu fais 3 ans sans payer y a pas de problème, puisqu'on ne retire pas [le hangar ou la boutique, nda] » (Michel, commerce général, 26.11.07)

Dans le discours d'un employé communal, l'ancienne administration est présentée comme exerçant un faible contrôle sur la gestion des places de vente : *« le marché était presque anarchiquement utilisé parce que la Préfecture ne connaissait pas exactement combien de hangars il y avait dans le marché » (Moussa, employé communal, 28.11.07).*

Bien que les places de vente semblent avoir été attribuées par les *Raa-Naaba* de la chefferie, puis par des agents de la Préfecture, les commerçants apparaissent comme étant les principaux acteurs réglant l'accès aux places de vente. Selon un ancien commerçant, les riches vendeurs de cola, les « patrons du marché », avaient une influence prépondérante dans la gestion des affaires de la place marchande (Ali, colatier et transporteur, 20.01.08). La plupart des commerçants interrogés au sujet de l'ancien marché expliquent qu'un système de transactions opérées par les commerçants régissait l'accès aux places de vente. Ainsi, l'obtention d'une boutique ou d'un hangar nécessitait le paiement d'un certain montant, plus ou moins égal à l'investissement consenti dans l'aménagement de la place de vente par le commerçant vendeur (par ex. 425000 Francs CFA pour une boutique (Michel, commerce général, 26.11.07)). La sécurité de l'espace marchand était également du ressort des commerçants. Ceux-ci s'organisaient en groupe de voisins et engageaient un gardien pour leurs boutiques.

1.4 Discussion analytique

Les informations récoltées sur l'ancien marché m'ont amené à réfléchir sur les logiques d'action des groupes d'acteurs de l'arène locale intervenant sur cet espace. Le mode d'implantation, l'évolution du cadre bâti et des modes de gestion permettent en effet de mettre en évidence les logiques d'action et les modes d'appropriation de ces groupes d'acteurs dans l'ancien marché.

En premier lieu, on peut observer que les logiques d'action des commerçants démontrent une volonté de garantir le contrôle et la possession de leur place de vente. Leurs modes d'appropriation consistaient à aménager les places de vente par leurs propres moyens, à contrôler l'accès à ces places par un système de transactions, ainsi qu'à assurer la sécurité des lieux.

En deuxième lieu, les logiques d'action des différentes autorités locales révèlent à la fois une volonté d'organiser le commerce et de tirer profit de la zone marchande. Représentant l'autorité de la chefferie, le *Raa-Naaba* était chargé d'organiser l'espace marchand et de taxer les commerçants. L'administration coloniale a, quant à elle, implanté le marché sur un nouveau site et a construit des halles. Enfin, l'administration nationale a réaménagé l'espace marchand avec des tôles ondulées et instauré un système de taxation.

Le fait de déplacer le marché pour y construire à la place les bâtiments administratifs montre clairement une volonté d'affirmer l'autorité de l'administration coloniale. En outre, les actions de l'administration des années 1970 semblent reprendre la logique interventionniste de l'administration coloniale lorsqu'elle a délimité le marché par des tôles ondulées. Cette intervention apparaît comme étant l'occasion pour la Préfecture de tirer un revenu des commerçants en mettant en place un système de taxation. Bien que le système de gestion de l'administration soit décrit comme étant peu efficace, la logique d'action de l'administration démontre manifestement une volonté de renforcer son autorité. On peut

faire l'hypothèse que cette logique d'action s'est opérée au détriment de la chefferie, puisque celle-ci a perdu à un certain moment son rôle de percepteur auprès des commerçants.

2. LE PROJET DU GRAND MARCHÉ ET DU MARCHÉ AUX LEGUMES

Dans ce chapitre, il s'agit de présenter le projet de développement qu'est la construction du Grand Marché et du Marché aux légumes de Ouahigouya. Dans un premier temps, je montrerai comment s'articulent les interventions sur les marchés urbains et les politiques actuelles de décentralisation et de municipalisation en Afrique de l'Ouest. Ensuite, je me focaliserai sur le cas du Grand Marché et du Marché aux légumes de Ouahigouya : après une description du mode d'intervention de l'appui suisse au PDVM, il s'agira de mettre en évidence le lien entre le montage institutionnel réalisé à Ouahigouya pour exécuter le projet, les caractéristiques du projet architectural et les spécificités du modèle de gestion. Ce chapitre conclura sur les logiques de ruptures et/ou de continuité entre l'ancien marché et les nouvelles infrastructures, du point de vue de l'arène locale, de l'organisation spatiale et de la gestion du marché.

2.1 Marchés urbains, municipalités et décentralisation

2.1.1 *Les marchés urbains comme « générateurs de ressources »*

Dans le chapitre précédent, j'ai montré que l'ancien marché de Ouahigouya est depuis des dizaines d'années un espace d'intervention pour les autorités locales, que ce soit au niveau du mode d'implantation du site, de son aménagement ou de sa gestion. Ces logiques d'intervention ne semblent pas spécifiques à la ville de Ouahigouya, elles se retrouvent en effet dans d'autres villes ouest-africaines telles que Cotonou (Paulais, 1998), Parakou (Imorou, 2000) et Abomey (Mongbo, 2007) au Bénin, ainsi qu'Abidjan en Côte d'Ivoire (Bertoncello et Bredeloup, 2002). Cette littérature révèle notamment que la fonction que les autorités locales attribuent aux marchés urbains semble évoluer depuis une vingtaine d'années. Selon T. Paulais (1998 :35), la situation économique difficile des années 1980, qui est imputée notamment aux politiques d'ajustement structurel²⁹ de la Banque Mondiale et du Fonds Monétaire International (FMI), va redéfinir les priorités des autorités publiques se trouvant dans une situation de crise budgétaire. Dans une volonté de « *restaurer les capacités de gestion et d'autofinancement des villes* », les autorités locales vont considérer les marchés urbains comme des équipements « *générateurs de ressources* » (Paulais, 1998 :36), afin de permettre le renflouement des caisses publiques. Ceci a amené de nombreuses villes à intervenir plus fortement qu'auparavant sur les places marchandes, voire même à créer des équipements marchands sur de nouveaux sites. Pour financer ces interventions, différents bailleurs de fonds sont sollicités : la coopération internationale (Imorou, 2000), des associations internationales de municipalités, ou encore des opérateurs privés (Bertoncello et Bredeloup, 2002).

²⁹ T. Paulais montre par exemple que ces politiques d'« amincissement » de la fonction publique ont provoqué le licenciement de nombreux fonctionnaires. Selon l'auteur, ces politiques ont ainsi affaibli les capacités d'intervention des autorités publiques, tout en faisant grossir le « secteur informel », ce qui a produit des « dysfonctionnements » dans les marchés urbains. Les villes secondaires semblent avoir été particulièrement touchées par ces mécanismes (Paulais, 1998 :35-36).

2.1.2 *Le processus de décentralisation et l'aménagement de marchés urbains*

Cette redéfinition de la fonction des marchés urbains est à mettre en perspective avec l'émergence des politiques de décentralisation. Ce nouveau paradigme apparaît à la fin des années 1980 et se renforce sous la pression des bailleurs de fonds (Billaz, Dahou et Totté, 2003 : 10). Ces politiques tendent à s'imposer suite aux critiques émises à l'encontre du « paradigme » précédant que sont les politiques d'ajustement structurel. En transmettant les prérogatives de l'Etat aux communes, les politiques de décentralisation visent à améliorer les capacités décisionnelles, techniques et financières des communes. Elles sont en principe accompagnées d'une volonté de démocratisation au niveau local (par des élections communales et par la « participation de la société civile »).

Souvent, ce processus de décentralisation va de pair avec les interventions effectuées sur les marchés urbains. En effet, en construisant et gérant un marché, une commune peut *a priori* augmenter ses capacités financières, renforçant ainsi le processus de décentralisation. Le rôle tenu par l'Association Internationale des Maires Francophones (AIMF) en Afrique de l'Ouest est un exemple de cette nouvelle conception des espaces marchands : elle vise en effet à « *renforcer la démocratie locale, accompagner les politiques de décentralisation et donner aux collectivités locales les moyens d'assumer leurs nouvelles responsabilités* »³⁰. Sa stratégie consiste notamment à financer la construction de marchés en partenariat avec les communes, ces dernières étant ensuite chargées de la gestion des équipements et plus spécifiquement de la taxation des commerçants.

Ainsi, le (ré)aménagement de marchés urbains constitue une des interventions qui s'inscrivent fréquemment dans une politique de décentralisation. Qu'en est-il du PDVM à Ouahigouya ?

2.2 L'appui suisse au PDVM à Ouahigouya

2.2.1 *Présentation du programme*

Préoccupé par le déséquilibre croissant entre l'urbanisation des deux principales villes (Ouagadougou et Bobo Dioulasso) et les villes secondaires, le Gouvernement burkinabé mène une réflexion dès 1988 sur les problèmes de développement urbain des villes moyennes. En 1990, cette réflexion aboutit à l'élaboration du Programme de Développement des Villes Moyennes (PDVM). Ce programme a notamment pour objectifs de « *[doter] les villes moyennes en infrastructures et services susceptibles de soutenir et renforcer leur développement* » et de « *[renforcer] la gestion municipale par l'optimisation des recettes et la formation technique des agents municipaux* » (Afric Conseil et Urbaplan, 1990 : 2). Selon un rapport plus récent, le programme vise à « *la création de pôles de développement par le renforcement des capacités techniques, financières et de management de 10 villes moyennes* » (Coopération Suisse, 2006 : 5), afin de limiter l'attraction qu'exercent les deux principaux centres urbains du pays. Nécessitant des bailleurs de fonds, le PDVM a intéressé principalement la Coopération Suisse au Burkina Faso. Celle-ci s'engage à exécuter le PDVM dans les villes secondaires de Ouahigouya (Région du Nord), Fada N'Gourma (Région de l'Est) et Koudougou (Région Centre Ouest). En 1992, une convention bilatérale de financement est signée entre le Gouvernement burkinabé et le Conseil fédéral suisse.

Bien qu'étant mentionnée dans les rapports de la Coopération Suisse que depuis 2006, la décentralisation et la démocratisation font également partie des objectifs de l'appui suisse au PDVM : il s'agit en effet de « *favoriser le renforcement de la décentralisation et de la*

³⁰ Voir www.aimf.asso.fr, consulté le 31.07.08.

démocratie locale » (Coopération Suisse, 2006 : 5). Elaboré en 1990, le dispositif de développement qu'est l'appui suisse au PDVM précède les textes sur la décentralisation de 1993 et 1998 ainsi que les premières élections au suffrage universel des représentants de la commune de Ouahigouya en 1995 (processus de municipalisation). Cependant, on peut affirmer que, depuis son élaboration, le programme s'inscrit clairement dans une volonté d'accompagner la décentralisation et la démocratisation, puisqu'il vise à soutenir le développement des communes.

2.2.2 *La réalisation d'infrastructures marchandes comme mode d'intervention*

Le mode d'intervention de l'appui suisse au PDVM repose avant tout sur la réalisation d'infrastructures publiques et sur l'implication des acteurs locaux dans ces projets. En effet, pour atteindre ses objectifs, le programme propose principalement de financer la construction de grands projets urbains comme les marchés, les gares routières ou encore les abattoirs, tout en incluant dans ces projets les différents acteurs locaux dont la municipalité, les « communautés résidentes »³¹ et les entreprises locales (Coopération Suisse, 2006 : 6). Ainsi, selon l'appui suisse au PDVM, la réalisation d'infrastructures marchandes constitue le point de départ du système d'intervention du PDVM :

« La porte d'entrée majeure de la Coopération Suisse dans le programme [le PDVM, nda] est le développement des équipements marchands. Il s'agit d'abord d'appuyer l'équipement de la commune pour renforcer ses capacités à financer ses besoins. » (Coopération Suisse, 2006 : 7)

Selon le programme, il est nécessaire de construire des infrastructures marchandes capables de générer des recettes pour permettre à la commune de financer ses besoins. Le modèle de développement du PDVM se base donc sur le principe de rentabilité des infrastructures marchandes : seule une infrastructure marchande rentable dans le temps permettra à la commune de se financer et de réaliser ultérieurement des projets de développement. Pour atteindre cet objectif d'autonomie financière de la commune, la Coopération Suisse a pour principe d'investir dans la construction d'infrastructures marchandes sous la forme de subventions, avec l'obligation pour la commune d'amortir la somme investie sur 25 ans. En d'autres termes, cette subvention ne doit pas être remboursée par la commune, mais cette dernière doit assurer durant 25 ans des recettes municipales dont la somme est censée être équivalente à l'investissement effectué par le bailleur de fonds.

Située dans la région du Nord, Ouahigouya est choisie comme « ville-pilote » pour démarrer l'appui suisse au PDVM³². Suite à une étude de faisabilité menée par un consortium de bureaux d'urbanisme (Afric Conseil au Burkina Faso et Urbaplan Suisse), il est décidé de créer une structure locale chargée de la maîtrise d'ouvrage au niveau communal, car la capacité technique de la commune est jugée trop faible pour assurer la réalisation des infrastructures marchandes (Coopération Suisse, 2006 : 6). Il s'agit de l'Etablissement Public Communal de Développement (EPCD).

³¹ Le terme de « communautés résidentes » apparaît dans le rapport du PDVM (2006). Il désigne sans doute ce que les agents du développement nomment également la « population locale » ou encore la « société civile ». Ces notions représentent en principe les groupes associatifs qui sont impliqués dans les projets de développement (Olivier de Sardan, 1995 : 60).

³² Pour avoir une vision d'ensemble de l'intervention de l'appui suisse au PDVM à Ouahigouya, se référer à l'Annexe 5.

2.3 Le montage institutionnel : l'EPCD

2.3.1 Une maîtrise d'ouvrage déléguée

Mis sur pied en 1992, l'EPCD de Ouahigouya est selon la loi burkinabé³³ un Etablissement Public Administratif (EPA) qui possède une personnalité juridique propre, financièrement autonome, et faisant partie du patrimoine de la commune l'ayant créé. L'EPCD est géré par un directeur et des agents techniques ; il est supervisé par un conseil d'administration, qui est présidé par le maire de la commune élu en 1995 dans le cadre du processus de décentralisation (ou de municipalisation). Placé sous l'égide de la Mairie, l'EPCD est chargé de réaliser des infrastructures marchandes ou sociales, d'assainir la ville, d'appuyer institutionnellement la Mairie, de planifier le développement urbain de la ville et de promouvoir les entreprises et industries. A Ouahigouya, sa première activité a été d'exécuter la construction du Grand Marché et du Marché aux légumes. Ainsi, d'un point de vue institutionnel, l'EPCD opère sous la forme d'une maîtrise d'ouvrage déléguée, puisque c'est théoriquement la Mairie qui délègue à l'EPCD l'exécution de ses projets d'aménagement dans la commune.

2.3.2 Gestion des infrastructures marchandes

Même s'il était prévu dans le PDVM que la gestion des infrastructures soit concédée à l'administration de la municipalité, il a été décidé de placer le bureau de gestion sous l'égide de l'EPCD. Ainsi, l'organe gestionnaire, qui se nomme Cellule de gestion, fonctionne sous la forme d'une régie communale déléguée, car la Mairie confie à cette Cellule le travail de gestion des infrastructures marchandes du PDVM. La Cellule de gestion se trouve donc dans les locaux de l'EPCD ; elle est composée d'un gestionnaire, d'une caissière, de collecteurs et collectrices et de gardiens de nuit du Grand Marché. A noter que le bureau de gestion de la Mairie continue de fonctionner. N'étant plus chargée de la gestion du marché depuis son réaménagement par l'EPCD, la Régie des recettes municipales s'occupe actuellement de l'ensemble des recettes perçues en dehors de celles de la Cellule de gestion, notamment les taxes sur l'occupation du domaine public (dont la taxation de certaines boutiques de rue).

La Cellule de gestion s'occupe essentiellement d'assurer la bonne gestion des infrastructures du PDVM, mais aussi celle des autres marchés urbains de la ville³⁴. Dans ce système de gestion, les recettes des équipements marchands qui sont perçues par la Cellule de gestion doivent participer au fonctionnement de la Mairie et de l'EPCD et contribuer à alimenter un fonds de développement communal. Ainsi, les recettes sont réparties entre la Mairie (25% des recettes nettes), l'EPCD (15 mio de Francs CFA des recettes nettes) et le Fonds d'Appui au Développement Communal (FADEC). Ce fonds est destiné à financer des infrastructures publiques au sein de la commune. En 1998, un lycée a été effectivement construit sur la base du FADEC (voir Annexe 6).

En 2003, une structure de gestion nommée Service Autonome de Gestion des Infrastructures Marchandes de Ouahigouya (SAGIMO) est créée pour remplacer la Cellule de gestion. Cette structure prend la forme d'un Etablissement Public Administratif (EPA) qui dispose d'une autonomie financière et d'une personnalité morale. La création de cette structure vise à inclure davantage les usagers dans la gestion des infrastructures et à se séparer institutionnellement de l'EPCD. Cependant, la Cellule de gestion telle qu'elle a été fondée à la

³³ Décret n°92-144/MFP/MAT du 26 mai 1992.

³⁴ Trois marchés secondaires situés aux secteurs 3, 7 et 13 de la commune.

construction du grand Marché et du Marché aux légumes reste opérationnelle, car le SAGIMO n'est pas encore fonctionnel³⁵.

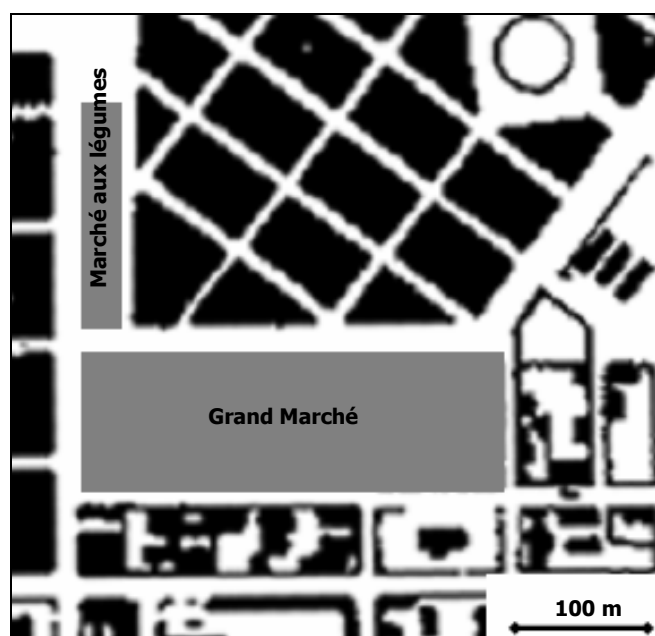
Avant de revenir plus en détail sur le système de gestion élaboré par l'EPCD et sa Cellule de gestion, il est nécessaire de présenter les caractéristiques du projet architectural des infrastructures marchandes du PDVM et les principes qui ont sous-tendu la conception de ces ouvrages.

2.4 Le projet architectural

2.4.1 Le choix du site

Avec ses interlocuteurs locaux, l'appui suisse au PDVM a décidé de construire le nouveau Grand Marché sur le site de l'ancien marché. L'ancien marché a été presque entièrement détruit pour faire place à la nouvelle infrastructure. Le projet ne s'est pourtant pas limité à l'espace occupé par l'ancien marché, puisque deux surfaces supplémentaires ont été prévues. D'une part, afin d'augmenter le nombre de boutiques, la nouvelle infrastructure a été « prolongée » jusqu'à la surface libre située à l'extrémité Nord de l'ancien marché (voir Illustration n° 1, page 25 (plan de 1982), et n° 2 ci-dessous). D'autre part, il était prévu de réaliser à proximité du Grand Marché un marché dévolu à la vente de produits maraîchers : le Marché aux légumes. Ce dernier a donc été construit sur l'ancienne place publique de la ville. Celle-ci se trouve entre le Grand Marché et le Palais royal du *Yatenga Naaba*. Selon plusieurs interlocuteurs de la municipalité, la construction de cette place marchande supplémentaire s'est justifiée par le développement récent de la culture maraîchère dans la région de Ouahigouya.

Illustration n° 2 : Orientation du Grand Marché et du Marché aux légumes³⁶



Source: Ganne, 1986

³⁵ Pour présenter mes résultats de manière plus intelligible, je choisis de ne pas utiliser le nom de SAGIMO, même si celui-ci est peut-être en fonction depuis ma période d'enquête de terrain. Reprenant la confusion des acteurs locaux (les commerçants, ou les acteurs de l'EPCD ou la Mairie), je parle soit de la Cellule de gestion, soit de l'EPCD pour nommer la structure de gestion du Grand Marché et du Marché aux légumes.

³⁶ Pour situer ces deux infrastructures à l'échelle de la ville, se référer à l'Annexe 4.

2.4.2 Conception de l'espace marchand, matériaux et mode d'intervention

Selon P. Jéquier, l'architecte mandaté par la Coopération Suisse, la réalisation du projet est l'occasion « *de promouvoir le développement local au sens large, dans le respect de l'environnement et dans un esprit d'économie de moyens* » (Jéquier, dans Coopération Suisse, 2006 : 7). Ces principes vont guider la conception et la réalisation du projet architectural. Ainsi, trois éléments sont à mettre en évidence : l'organisation spatiale du marché, le choix des matériaux de construction et le mode d'intervention avec les acteurs économiques locaux.

Pour le Grand Marché, l'organisation de l'espace marchand est élaborée en deux phases (Daghini et Jéquier, 1997 : 58-59). Premièrement, il s'agit d'aménager l'espace marchand en une trame de bâtiments parallèles qui définissent les ruelles marchandes, ces bâtiments étant chacun composé de plusieurs boutiques. Des travées perpendiculaires relient les ruelles entre elles. Ensuite, ce principe d'organisation est confronté au site de l'ancien marché, où certains éléments préexistants sont conservés. Ainsi, la boucherie (construite par la Coopération hollandaise en 1985), les halles (dans lesquelles des boutiques ont été aménagées) et la mosquée sont intégrées dans le plan de réaménagement. La trame architecturale initiale est donc adaptée selon la configuration des bâtiments conservés (voir Illustration n° 3, page 34).

Avec ce concept architectural se basant sur une configuration spatiale simple, il s'agit de créer un espace efficace et fonctionnel. Selon l'architecte de l'appui suisse au PDVM qui a succédé à Pierre Jéquier, le « *but était de trouver une trame qui soit la plus fonctionnelle possible, où il est possible de se repérer et de gérer facilement le marché* » (Séchaud, architecte CAGEC, 30.10.07). La numérotation systématique des places de vente est une bonne illustration de cette volonté de rendre le lieu le plus fonctionnel possible. Les critères de salubrité et de sécurité ont également motivé des choix architecturaux : il est question d'améliorer les conditions sanitaires par l'aménagement de caniveaux, de toilettes publiques et d'un sol en pavé, ainsi que d'assurer une sécurité par l'installation de portails et l'aménagement de larges ruelles permettant d'éviter que d'éventuels incendies ne se propagent dans le marché. De plus, une des spécificités du projet a été de reconstruire le marché de cola et de l'intégrer à la trame architecturale du Grand Marché.

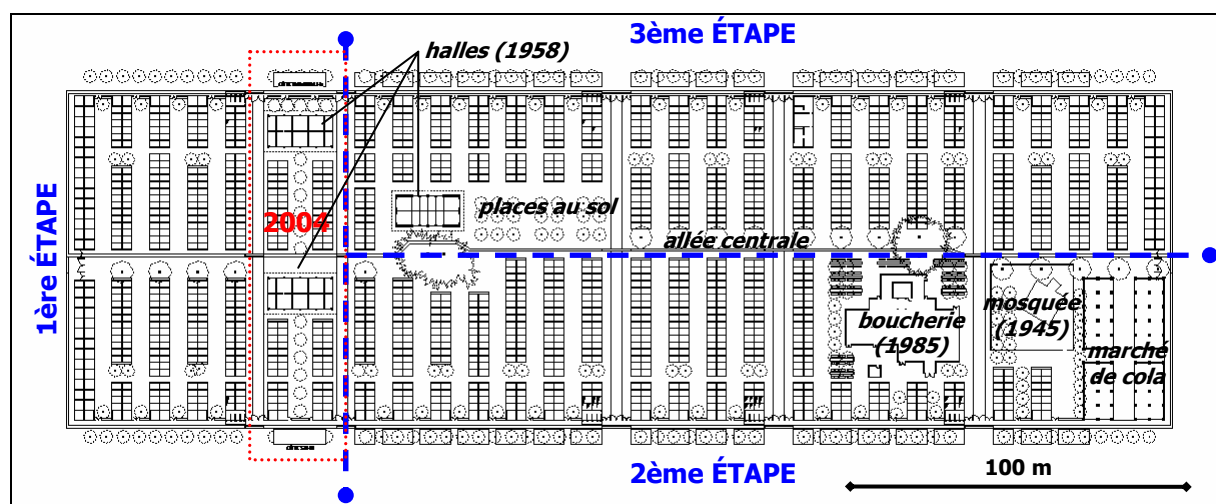
Le Marché aux légumes a été conçu sur les mêmes critères, sauf en ce qui concerne la sécurité. Avec ses ruelles définies par plusieurs alignements d'étals fixes, le Marché aux légumes se veut également fonctionnel. Le marché n'est cependant pas entouré d'une enceinte comme le Grand Marché, il est délimité par trois rues et deux caniveaux.

Pour réaliser les deux infrastructures de l'appui suisse au PDVM, des « *matériaux à haute intensité de main-d'œuvre* » et économiques ont été choisis (Daghini et Jéquier, 1997 : 60). Il s'agissait à la fois d'importer le moins possible des matériaux de construction et de soutenir au maximum les entreprises locales de construction. Ainsi, le marché a été réalisé en Blocs de Terre Comprimée (BTC), des briques en terre stabilisées avec un faible dosage de ciment. Exécuté par l'EPCD et supervisé par l'architecte, le chantier s'est déroulé en 3 étapes, pour permettre aux commerçants délogés de s'installer progressivement dans leurs nouvelles boutiques. A chaque entreprise locale était attribué un lot composé d'un ou deux bâtiments. La construction du Grand Marché a démarré en 1994 et s'est terminée en 1995, celle du Marché aux légumes a été effectuée en 1996. A noter que, pour les personnes interrogées, les étapes de la construction constituent les trois zones du Grand Marché.

2.4.3 Organisation spatiale

Le Grand Marché (ou Marché Central) occupe une superficie de 3,4 hectares (340 x 100m). Une ceinture de boutiques orientées sur l'extérieur entoure le marché et des portails délimitent ses 55 entrées. Il est formé de 1547 boutiques, 66 étals fixes (autour de la boucherie) et de places au sol (sur la place se trouvant entre la 1^{ère} et la 2^{ème} étape). 12 îlots comprenant chacun entre 3 et 16 bâtiments de boutiques sont séparés par une allée principale et des ruelles perpendiculaires. Afin de répondre aux capacités commerciales des commerçants, différentes grandeurs de boutiques - principalement de 6 m² et 9 m² - sont proposées. Situé à l'extrémité Sud-ouest du Grand Marché, le marché de cola est composé de 18 hangars et a fait l'objet d'une construction permettant de conserver les noix de cola dans des conditions isothermiques spécifiques.

Illustration n° 3 : Plan architectural du Grand Marché (avec modifications 2004)



Source: EPCD

Il faut relever qu'en 2004, la trame architecturale du Grand Marché a subi une modification importante. Lors de la construction du marché en 1995, des étals fixes avaient été réalisés à la 1^{ère} étape. En s'installant dans les nouvelles infrastructures, les commerçants ne se sont cependant pas appropriés ces étals de la 1^{ère} étape. Selon les personnes interrogées à ce sujet, la majorité des vendeuses de légumes ont préféré s'installer dans le Marché aux légumes et à ses abords, au lieu d'investir les étals de la 1^{ère} étape du Grand Marché. C'est la raison pour laquelle cet espace a fait l'objet d'un réaménagement : les étals ont été supprimés pour être remplacés par 148 boutiques. L'objectif du projet était « *d'améliorer l'attrait et la rentabilité du Grand Marché* ». (EPCD, 2004). Par ailleurs, L'EPCD justifie ce projet de réadaptation par la forte demande en boutiques de la part des commerçants.

Le Marché aux légumes, quant à lui, est composé de 400 étals fixes ainsi que des places au sol. Ce marché est formé de 4 rangées d'étals fixes et de places au sol abritées soit sous des hangars, soit sous des arbres favorisant l'ombrage.

2.5 Le modèle de gestion des infrastructures

2.5.1 Conception du modèle

Le modèle de gestion du Grand Marché et du Marché aux légumes a été conçu dès la mise en place de l'EPCD à Ouahigouya. Pour élaborer ce modèle de gestion, l'EPCD s'est inspiré des systèmes de gestion des marchés burkinabés de Ouagadougou, Bobo Dioulasso et

Banfora, ainsi que de marchés de la sous-région (assistant technique EPCD, 11.10.07). Certains documents administratifs permettent de saisir les caractéristiques du modèle de gestion tel qu'il a été conçu. Il y a notamment le cahier des charges du Grand Marché (Commune de Ouahigouya, 199?), le règlement intérieur des infrastructures marchandes, le contrat de location et les statuts de la SAGIMO (Commune de Ouahigouya, 2003a, 2003b et 2003c). Différentes règles apparaissent dans ces documents³⁷ : les usagers autorisés sur la place marchande, les places de vente autorisées, les modes d'attribution et de recouvrement des loyers, les horaires, les règles d'hygiène, etc. Ces différentes normes permettent de saisir les principes du modèle de gestion. Ainsi, il est possible de comprendre quels sont les rôles que le modèle de gestion attribue à la fois à l'administration (la Cellule de gestion) et aux usagers (commerçants).

Dans la gestion quotidienne des infrastructures marchandes, la Cellule de gestion est chargée de l'attribution des places de vente aux commerçants, du recouvrement des taxes des places de vente, du nettoyage, du gardiennage, de l'entretien des infrastructures, de la maintenance des services sanitaires et de l'animation (Commune de Ouahigouya, 2003 : 107).

2.5.2 Le principe de location

L'attribution et le recouvrement des taxes des places de vente ont été conçus sur la base du principe de location, dans le sens juridique du terme. Ainsi, le statut de locataire est attribué au titulaire d'une place de vente. Celui-ci n'est donc pas considéré comme le propriétaire de l'emplacement, puisque les infrastructures marchandes appartiennent légalement à la commune. Pour obtenir une boutique ou un étal, le commerçant doit signer un contrat de location auprès du gestionnaire (Commune de Ouahigouya, 2003b : art. 5) et déposer une caution équivalente à 2 mois de loyer (caissière EPCD, 10.10.07). Le contrat de location stipule que la boutique ou l'étal doit être occupé de manière permanente et que son exploitation est destinée à une activité commerciale choisie par le commerçant et acceptée par la Cellule de gestion (Commune de Ouahigouya, 2003c : art. 4). Les titulaires de boutiques sont amenés à payer mensuellement leur loyer dans les bureaux de collecte situés dans l'enceinte du marché. Le paiement des loyers des places au sol et des étals se fait en revanche quotidiennement auprès des collecteurs ou collectrices qui parcourent le marché (sauf le samedi et le dimanche).

Déterminé en fonction d'une durée d'amortissement des infrastructures de 25 ans, les loyers ont été fixés entre 3700 et 13000 Francs CFA pour les différentes boutiques (de 6m² à 24m²), 5000 Francs CFA pour les étals de la boucherie et 750 Francs CFA (25 par jour) pour les étals, les tables ou les places au sol³⁸. Il faut cependant préciser que les prix ne sont plus les mêmes actuellement (voir Annexe 7). Les loyers ont en effet été diminués en 2000 de 50%, puis ils ont été augmentés en 2002 à 75% de leurs montants initiaux³⁹.

Pour amener les commerçants à payer régulièrement leur loyer, le modèle de gestion a prévu un système sanctionnant les « mauvais payeurs ». Des pénalités sont prévues : si un commerçant ne s'acquitte pas de son loyer dans les 40 jours après le début du mois, il se

³⁷ Pour présenter le modèle de gestion, je me réfère aux documents récents auxquels l'accès m'a été facilité durant l'enquête de terrain, en sachant que leur contenu ne semble différer que peu de celui des documents initiaux.

³⁸ A noter que les informations récoltées auprès des interlocuteurs de l'EPCD et des commerçants ne se recoupent pas avec le tableau de l'EPCD en Annexe 7. J'ai choisi de me référer plutôt aux données produites durant les entretiens, et de compléter les informations manquantes par ce tableau.

³⁹ Les raisons de ces modifications sont présentées au point 3.1.2 : « Les infrastructures comme instrument politique : le cas de la grève de 2000 » de cette partie.

retrouve dans l'obligation de payer une majoration de 20% du montant du loyer (Commune de Ouahigouya, 2003a : art. 23).

2.5.3 Réglementation de l'usage des places de vente et des espaces communs

L'entretien est effectué par des associations engagées par l'EPCD, conformément à la volonté d'impliquer les « communautés résidentes » dans la gestion du Grand Marché et du Marché aux légumes. Ces associations sont uniquement chargées de balayer le Grand Marché, car le Marché aux légumes est nettoyé par les vendeuses de légumes s'y trouvant. Le balayage du Grand Marché a lieu en fin de journée, dès la fermeture des portails. Des personnes employées par la commune sont ensuite chargées d'évacuer régulièrement les déchets en dehors de la ville. Par ailleurs, l'EPCD organise ponctuellement le curage des caniveaux des deux équipements marchands. Seul le Grand Marché est fermé durant la nuit : les portails sont verrouillés de 18h à 6h30. Trois gardiens de nuit ont été engagés par l'EPCD pour assurer la sécurité des lieux dans l'enceinte du Grand Marché.

Le Règlement intérieur de l'infrastructure (Commune de Ouahigouya: 2003a) interdit l'usage des boutiques comme dépôts de marchandises ainsi que toutes formes de « transactions » non déclarées auprès de l'administration telles que la sous-location, la vente ou l'achat des places de vente. Selon le Règlement, le changement de locataire d'une place de vente doit effectivement faire l'objet d'un nouveau contrat de vente avec la Cellule de gestion.

Les documents relatifs à la gestion des infrastructures montrent que la fonction de l'espace du Grand Marché et du Marché aux légumes est clairement définie. Seuls les espaces de vente répertoriés par l'administration sont destinés à l'exploitation commerciale, les espaces communs (appelés « parties communes ») dans l'enceinte du marché et aux abords de celui-ci devant être laissés libres de toute activité commerciale. Par ailleurs, les marchands ambulants ne sont en principe pas autorisés à vendre dans l'enceinte du marché (Commune de Ouahigouya, 2003b : art. 17). En tout cas, seules les personnes s'acquittant de leur loyer sont autorisées à exercer leur activité commerciale dans l'espace des infrastructures (Commune de Ouahigouya, 2003a :art. 4).

2.6 Discussion analytique

La description de l'appui suisse au PDVM à Ouahigouya et, plus spécifiquement, du projet d'aménagement du Grand Marché et du Marché aux légumes permet de mettre en évidence les éléments de réflexion suivants : le langage-projet de l'appui suisse au PDVM à Ouahigouya (pt. 2.6.1), le mode d'intervention au niveau institutionnel (pt. 2.6.2), et le mode d'intervention au niveau architectural et gestionnaire (pt. 2.6.3). Je souhaite à présent analyser ces différents éléments en soulignant les logiques de continuité et de rupture avec le fonctionnement de l'ancien marché, et en dressant le « cadre » dans lequel les logiques d'action et les logiques représentationnelles des catégories d'acteurs vont opérer (chapitres 3 à 6).

2.6.1 Le langage-projet de l'appui suisse au PDVM

Comme je l'ai montré précédemment⁴⁰, le dispositif de développement du PDVM s'inscrit dans un processus de décentralisation et, indirectement, de démocratisation. Pour accompagner la décentralisation à Ouahigouya, le mode d'intervention choisi a été la réalisation d'infrastructures marchandes capables de générer des recettes conséquentes pour

⁴⁰ Voir point 2.2 : « L'appui suisse au PDVM à Ouahigouya » de cette partie.

la commune. Ainsi, l'appui suisse a abouti au réaménagement du Grand Marché et à la réalisation du Marché aux légumes. Le langage-projet de cette intervention se caractérise par une « conception rentabiliste » et une approche participative.

Dans le langage-projet de cette intervention, la question de la rentabilité des infrastructures marchandes est au cœur du dispositif de développement : les recettes issues du recouvrement des loyers doivent permettre à la fois d'amortir ces infrastructures, de renforcer les capacités financières et de gestion de la commune et de former un fonds permettant la réalisation de nouvelles infrastructures publiques. La rationalité du projet repose donc sur une conception rentabiliste des marchés urbains : il s'agit de réaliser des infrastructures qui puissent générer durablement des recettes pour la municipalité.

Cette conception rentabiliste ne semble pas spécifique au PDVM. Bertoncello et Bredeloup (2002) estiment que cette tendance s'observe surtout dans les contextes de décentralisation. A Abidjan (Côte d'Ivoire), ces auteurs remarquent que la décentralisation pousse les municipalités de la métropole à vouloir accroître le volume des taxes à percevoir. Les marchés urbains sont donc perçus comme un formidable moyen de développer la fiscalité locale et d'augmenter les recettes municipales. C'est pourquoi, dans les discours des promoteurs de ces projets, « *les marchés sont présentés comme de véritables usines à produire des taxes municipales* » (2002 : 86). Dans son article sur l'évolution de la construction municipale en Afrique (1999), Le Bris va plus loin : en reprenant les analyses de Paulais (1998), il affirme que les constructions récentes de marchés urbains bénéficient en général plus aux communes qu'aux usagers à qui il est demandé de payer des taxes plus élevées :

« Une certaine prédominance des financiers et des gestionnaires dans la conception des projets urbains transforme ces marchés en instrument à alimenter les recettes municipales et non en service destiné à satisfaire un besoin d'intérêt général. » (Le Bris, 1999 : 12)

Le langage-projet de l'appui suisse au PDVM se caractérise également par une volonté d'intégrer les usagers (commerçants) à la réalisation et à la gestion des infrastructures. Par exemple, la création institutionnelle de la SAGIMO illustre très bien cette approche participative du projet : il s'agit de passer d'une régie communale déléguée (Cellule de gestion) à une régie communale associant les usagers. Bertoncello et Bredeloup constatent que des opérations d'aménagement de marchés urbains sont souvent accompagnées d'une volonté d'intégrer les usagers à la gestion (2002 : 86). Selon ces auteurs, cette tendance est la raison pour laquelle la régie communale « classique » est parfois abandonnée au profit d'autres formes de gestion, comme les opérateurs privés ou encore la gestion partagée avec les corporations de commerçants. Dans le cas du PDVM, cette approche participative est liée au processus de décentralisation : l'idée est que cette dernière ne peut être effective sans une réelle participation de la population locale à la vie municipale.

Dans un certain sens, le langage-projet de l'intervention de développement apparaît contradictoire : l'exigence de rentabilité nécessite une gestion durable et efficace, alors que l'approche participative voudrait que les commerçants soient intégrés au système de gestion et le soutiennent indirectement par leur « participation » ; ceux-ci sont pourtant « perdants » du point de vue des prix de location, puisque le niveau de taxation des places de vente est nettement plus élevé dans le modèle de gestion des nouvelles infrastructures que dans l'ancien marché.

2.6.2 *La modification du paysage institutionnel local*

Au point 2.3, je montre que le mode d'intervention du PDVM se fonde sur un montage institutionnel qui a consisté à créer une structure locale chargée de l'exécution des travaux

(EPCD) et, ultérieurement, d'une gestion efficace des infrastructures réalisées. La Coopération Suisse a donc choisi d'intervenir à travers la création de l'EPCD. Bien que dépendant des décisions de la Mairie puisque chargé de la maîtrise d'ouvrage au niveau communal, l'EPCD apparaît pourtant comme une structure chargée d'exécuter les projets de la Coopération Suisse⁴¹.

Ce mode d'intervention rappelle le concept de « circuits longs » développé par Naudet (1999) et présenté par Jacob (2000 : 25) dans son article analysant l'articulation entre la recherche en sciences sociales et les interventions de développement. Les circuits longs définissent le mode d'intervention des organismes de développement qui consiste à créer des structures ayant pour fonction d'exécuter les projets conçus par ses initiateurs. La création de nouvelles institutions se justifie « *lorsque l'intervenant ne veut pas passer par l'offre nationale (...) ou pense ne rien pouvoir tirer des institutions présentes et décide de les dupliquer par des créations ex nihilo, entièrement sous son contrôle* » (Jacob, 2000 : 25). Ce procédé a pour conséquence à la fois de recomposer le paysage institutionnel et de substituer les institutions mises en place par l'intervenant à celles qui préexistaient.

Ce procédé est semblable au mode d'intervention de l'appui suisse au PDVM : en montant une nouvelle structure communale (l'EPCD), il s'agissait d'assurer le bon déroulement des travaux des infrastructures marchandes, sans prendre le risque d'un échec en confiant la réalisation du projet à la Mairie. Le procédé est le même pour la mise en place du système de gestion : alors qu'il était prévu que la Mairie assure l'administration des infrastructures, une structure de gestion (la Cellule de gestion) sous le contrôle de l'EPCD a été mise en place après la construction du Grand Marché et du Marché aux légumes. Ainsi, avec la création de deux nouvelles structures administratives, l'intervention de développement a modifié le paysage institutionnel dans l'arène locale.

La densification du paysage institutionnel local a des conséquences structurelles : elle redéfinit le rôle de la puissance publique dans la gestion de la place marchande. En effet, la fonction de gestionnaire passe des mains de la Préfecture à celles de l'EPCD et de sa Cellule de gestion.

2.6.3 Espace marchand et modèle de gestion : visibiliser pour mieux taxer

Au point 2.4, je démontre comment le projet architectural a été conçu dans un esprit de sobriété et d'économie de moyens, l'objectif étant de créer un espace fonctionnel et ordonné facile à gérer, et où il est aisé d'identifier les commerçants. Ces principes d'organisation de l'espace marchand sont manifestement liés au modèle de gestion des infrastructures. Ce dernier se caractérise en effet par différentes règles régissant la vie du marché : contrat de location, interdiction de sous-louer ou de vendre, obligation d'occuper le lieu de vente de manière permanente, pénalités en cas d'arriérés de loyer, etc. Ces règles régissant l'accès aux places de vente et l'utilisation de l'espace commun illustrent une volonté de contrôler étroitement l'usage qui est fait de l'espace marchand par les commerçants, et de faciliter le recouvrement des taxes.

Ainsi, tant dans le projet architectural et que dans le modèle de gestion, le critère de visibilité des commerçants prévaut : il s'agit de pouvoir identifier facilement l'utilisateur à la fois dans l'espace marchand et dans le système de gestion, afin de le taxer plus aisément. Ceci est à mettre en perspective avec l'exigence de rentabilité des infrastructures

⁴¹ Dans un entretien, un des anciens Maires de Ouahigouya aborde cette problématique : « *L'EPCD fonctionne aujourd'hui comme un service de la Coopération Suisse, malgré tout ce qu'on dit. Donc son idée même d'assurer la formation des services municipaux en vue du transfert progressif de la maîtrise d'ouvrage n'est pas faite. (...) L'EPCD est un appendice piloté depuis Ouaga par la Coopération Suisse qui fait semblant d'associer la Mairie à ses prises de décision.* » (deuxième maire, M. Diallo, 30.11.07)

marchandes : en identifiant clairement les usagers des places de vente, il est possible d'assurer le meilleur taux de recouvrement possible et des recettes conséquentes pour la commune de Ouahigouya, favorisant ainsi son autonomie financière. En ce sens, les commerçants apparaissent dans le projet comme des « producteurs de recettes municipales ».

Cette conception rentabiliste du Grand Marché et du Marché aux légumes constitue une rupture par rapport au mode de gestion opéré par la commune dans l'ancien marché. Il semble en effet que la Préfecture n'était pas vraiment préoccupée par la rentabilité de l'ancien marché. Ce dernier produisait peu de recettes par rapport aux recettes produites par les nouvelles infrastructures. Deux raisons expliquent la faiblesse des recettes de l'ancien marché : le prix de location était nettement plus bas et le recouvrement des taxes de places de vente ne se faisait pas régulièrement. Dans le projet du PDVM, des mécanismes de redistribution des recettes (à l'EPCD, à la Mairie, au FADEC) nécessitent au contraire la mise en place d'un système de recouvrement des taxes qui soit efficace et durable, pour permettre d'assurer la rentabilité des infrastructures marchandes.

Indépendamment de cette conception rentabiliste, le projet du Grand Marché et du Marché aux légumes est semblable au mode d'intervention sur les marchés abidjanais décrit par Bertoncello et Bredeloup (2002). Même si leur analyse se rapporte à une période antérieure (celle qui a suivi l'Indépendance de la Côte d'Ivoire), ces auteurs mettent en évidence le lien que les aménageurs mandatés par les pouvoirs publics ivoiriens ont élaboré entre espace marchand et gestion publique des infrastructures : à l'époque, les intervenants pensaient que « *la forme [architecturale, nda] doit induire l'organisation et les pratiques ; elle doit imposer sa loi, ses règles et générer l'ordre auprès de la communauté des marchands ainsi qu'une productivité accrue.* » (2002 : 84). Ainsi, ces auteurs montrent le lien que les concepteurs font entre la forme architecturale et la volonté d'ordonner et de contrôler les activités des commerçants.

LOGIQUES D'ACTION ET LOGIQUES REPRÉSENTATIONNELLES DANS L'ARÈNE LOCALE

Il s'agit maintenant de décrire et d'analyser les différentes logiques d'action des groupes d'acteurs de l'arène locale et leurs modes d'appropriation du Grand Marché et du Marché aux légumes, en tentant de saisir les mécanismes d'adaptation ou de détournement des éléments constituant le projet de développement, ainsi que les logiques de rupture et de continuité entre l'ancien marché et les infrastructures de l'appui suisse au PDVM. Je me limite ici à présenter les logiques d'action que j'ai pu clairement identifier durant l'enquête de terrain.

Parallèlement à l'explicitation des logiques d'action de chaque catégorie d'acteurs de l'arène locale, cette partie met en évidence certaines logiques représentationnelles issues des discours des interlocuteurs. Sans prétendre attribuer les représentations d'un acteur à l'ensemble de la catégorie dont il fait partie, j'essaierai de faire ressortir les tendances des différentes représentations du Grand Marché et du Marché aux légumes exprimées par les acteurs de l'arène locale.

J'ai choisi de présenter de manière successive les catégories d'acteurs et leurs logiques d'action et logiques représentationnelles respectives : la Mairie, l'EPCD, l'Association des commerçants, et finalement les commerçants occupant le Grand Marché et le Marché aux légumes. Si j'ai distingué dans le plan les logiques d'action et les logiques représentationnelles pour chacune des catégories d'acteurs, c'est pour faciliter la lecture des résultats. Néanmoins, il faut préciser que les pratiques et les représentations sont indissociables, c'est pourquoi les logiques d'action présentées contiennent parfois des logiques représentationnelles et inversement.

3. MAIRIE

3.1 Logiques d'action

Les enquêtes permettent de mettre en évidence deux modes d'action de la Mairie : le premier, le contrôle des commerçants, s'inscrit dans une logique d'adaptation du projet de l'appui suisse au PDVM, alors que le second, l'instrumentalisation politique des infrastructures marchandes, relève plutôt d'une logique de détournement du projet.

3.1.1 *Le contrôle des commerçants*

Tel que le projet du PDVM était prévu, les infrastructures marchandes devaient être restituées à la Mairie et gérées par celle-ci. Cependant, c'est finalement l'EPCD - à travers la Cellule de gestion - qui a pris en charge la gestion des infrastructures⁴². Toutefois, il est intéressant d'observer qu'il existe un mode d'action opéré par la Mairie qui consiste à essayer de contrôler les commerçants des infrastructures marchandes.

Après la construction du Grand Marché, le premier maire élu, M. Bernard Lédéa Ouédraogo (1995-2001), a mis sur pied de manière informelle un groupe constitué des commerçants de la place marchande les plus influents. Le Maire réunissait régulièrement le « *comité de leaders commerçants* » pour discuter des problèmes au sein du marché ainsi que pour

⁴² Voir point 2.3.2 : « Gestion des infrastructures marchandes » de cette partie.

écouter les doléances des commerçants. Le but de ce comité était principalement d'éviter que des grèves n'éclatent.

« Le comité des leaders commerçants, c'est une conception personnelle, c'est eux qui peuvent soulever le peuple et les commerçants, mais si eux et moi on se comprend, il y a pas de problème (...), et c'est de cette manière que j'ai géré le marché. » (M. Ouédraogo, premier maire, 05.02.08)

Le premier maire élu estime par ailleurs que si les commerçants ont déclenché une grève en 2000 pour obtenir une baisse des loyers jugés excessifs⁴³, c'est parce qu'il était en voyage à l'étranger à ce moment-là, son absence l'ayant empêché de faire fonctionner le comité.

Le deuxième exemple est semblable au premier : selon un commerçant, (Issoufa, fripier, 23.01.08), le maire qui a succédé au premier maire élu, M. Issa Joseph Diallo (2001-2004), avait également constitué un groupe de commerçants influents qu'il pouvait consulter à tout moment. Selon cet informateur, M. Diallo semblait ainsi vouloir éviter à tout prix qu'une nouvelle grève ne se déclenche.

Bien que la gestion soit attribuée officiellement à la Cellule de gestion de l'EPCD, les modes d'action de la Mairie montrent bien que cette dernière joue un rôle de gestionnaire des infrastructures marchandes du PDVM. En s'informant et contrôlant la vie du marché à travers des intermédiaires spécifiquement sélectionnés, le maire s'efforce de réguler les conflits et de contenir les revendications des commerçants. On peut interpréter l'existence de cette forme de gestion par le fait que la Mairie représente l'autorité politique de la commune, contrairement à l'EPCD qui a une fonction principalement administrative et technique : le maire exerce ainsi un contrôle sur les commerçants dans le but d'assurer sa légitimité politique et la paix sociale dans l'arène locale. La grève survenue en 2000 montre par ailleurs qu'une absence du représentant de l'autorité municipale (le voyage à l'étranger du maire) peut constituer une opportunité pour les commerçants de faire valoir leurs revendications.

3.1.2 Les infrastructures comme instrument politique : le cas de la grève de 2000

Les infrastructures marchandes apparaissent également comme un instrument politique. Un événement comme la grève des commerçants, survenue en 2000, permet de mettre en évidence les logiques d'action de la Mairie, mais aussi celles d'autres acteurs locaux.

Un rapport de la CAGEC (Bayili, 2003 : 1-2) retrace les événements qui ont eu lieu en 2000. Le conflit entre les commerçants et la Mairie débute le 24 janvier 2000. Dans un contexte politique national tendu⁴⁴, une délégation des commerçants marche jusqu'aux bureaux de la Mairie pour déposer une demande de baisse des taxes des places de vente de 50% et exiger le retrait du marché des collectrices de la Cellule de gestion en menaçant de fermer le marché. L'Association des commerçants est convoquée par les autorités communales pour discuter des revendications des commerçants. Le 18 janvier, le Conseil municipal (avec l'EPCD) se réunit et donne son accord à la baisse des loyers, mais s'oppose au départ des collectrices. Le 21 janvier, la Mairie conclut un accord avec l'Association des commerçants autorisant les collectrices à rejoindre leur guichet au marché. C'est au retour des collectrices que la grève et les manifestations vont effectivement commencer. Les bureaux de collecte situés dans le Grand Marché sont saccagés, des boutiques de rue et des véhicules sont incendiés, le siège du parti politique du maire est attaqué⁴⁵, des personnes tentent

⁴³ Voir point suivant.

⁴⁴ L'assassinat fin 1998 du journaliste Norbert Zongo a provoqué des mouvements populaires de contestation du pouvoir au niveau national.

⁴⁵ Il s'agit du Congrès pour la Démocratie et le Progrès (CDP), le parti majoritaire du pays et celui de tous les maires élus à Ouahigouya jusqu'à aujourd'hui.

d'incendier le domicile du maire. Durant ces événements, le maire (M. Ouédraogo) revient de voyage et, le 24 janvier, il déclare la baisse de 50% des taxes des places de vente. Malgré cette déclaration, les émeutes continuent. C'est pourquoi les autorités municipales font appel à l'armée pour expulser les commerçants du Grand Marché et fermer l'infrastructure durant deux semaines. Des négociations auront ensuite lieu entre les autorités municipales et les commerçants, sous l'égide du gouverneur de la province du Yatenga. Un compromis est trouvé et les taxes des places de vente sont fixées à environ 50% des prix initiaux. Opposée à cette décision ne respectant pas les accords passés avec la Mairie, la Coopération Suisse gèle les investissements prévus pour la commune, notamment la construction d'un nouvel abattoir. Deux années vont s'écouler avant que le deuxième Maire élu ne décide de rehausser les loyers à 75% des montants initiaux afin de satisfaire la Coopération Suisse et relancer l'appui au PDVM. Cette dernière débloquent finalement les financements prévus. La situation est aujourd'hui apaisée et les relations entre les acteurs de la commune (Maire, EPCD, ACGMO) et le partenaire financier (Coopération Suisse) semblent basées sur le dialogue. Selon le gestionnaire de la Cellule de gestion, il n'y a actuellement aucune « *interférence* » qui puisse entraver la bonne gestion des infrastructures (08.01.08).

Selon mon interprète (Amadou, 10.02.08) et d'autres informateurs, les raisons de la crise sont essentiellement politiques. Très populaire auprès des paysans de la région, le premier maire élu, M. Ouédraogo, décide de se présenter aux élections de l'Assemblée Nationale de 1997 pour soutenir son parti (le parti majoritaire CDP). Ne voulant être élu que comme suppléant, le maire obtient « malgré lui » un siège de député. L'homme politique le plus influent au Yatenga (le Ministre de l'Environnement et de l'Eau de l'époque) n'accepte pas que le maire obtienne un 2^{ème} siège politique et il se brouille avec ce dernier. Les relations entre les deux hommes se dégradent, le ministre « *met tout en œuvre pour salir le nom du maire* », il « *envoie ses pions au Grand Marché pour échauffer les revendications des commerçants* » (Amadou, 10.02.08). D'après mon informateur, le maire aurait accepté la baisse de 50% des prix de location des places de vente pour réaffirmer son autorité auprès des commerçants, sans tenir compte des engagements pris vis-à-vis de la Coopération Suisse en termes d'amortissement et de rentabilité de l'infrastructure. Au regard de cette interprétation, la crédibilité politique du maire semblait plus importante que le respect du dispositif de développement mis en place par l'appui suisse au PDVM.

Selon P. Bayili (2003), les origines du conflit sont à rechercher dans les divergences entre les acteurs de l'arène locale. Disposant d'un capital financier et symbolique plus important, l'EPCD était mal perçu par la Mairie : « *les acteurs de la commune [la Mairie, nda] sont jaloux* » de l'EPCD parce que le directeur roule dans une grosse voiture que même le maire n'a pas » (2003 :4). D'après ses informations, la Mairie aurait donc accepté de baisser les loyers à la fois pour réaffirmer son autorité au sein de son équipe municipale et pour affaiblir l'autorité de l'EPCD et, indirectement, celle de la Coopération Suisse. Il semble par ailleurs que le maire était fortement critiqué au sein même de son parti politique et qu'il était en mauvais termes avec l'EPCD, ce qui aurait favorisé l'émergence de la crise (Bayili, 2003 : 5).

Un autre facteur déclencheur de la crise que plusieurs interlocuteurs de la Mairie et de l'EPCD ont abordé est le déficit d'information entre les commerçants et les autorités communales. Il y aurait eu une crise de confiance entre les commerçants et l'EPCD, car ces derniers auraient été mal informés de l'attribution des recettes des infrastructures. Par ailleurs, de fausses informations auraient été divulguées par l'Association des commerçants concernant le paiement du loyer. Dans le but de motiver les locataires des places de vente à s'acquitter des loyers, les dirigeants de l'Association auraient affirmé aux commerçants que le paiement devrait être effectué durant 10 ans avant que les locataires n'obtiennent définitivement leurs places de vente. En ce sens, le manque de confiance entre les commerçants et l'EPCD ainsi que les fausses informations divulguées par l'Association auraient contribué à l'émergence de la situation conflictuelle de 2000.

Les groupes d'acteurs impliqués dans ces événements sont nombreux : des commerçants mécontents, la Mairie, l'EPCD, l'Association des commerçants, la Coopération Suisse, etc. Les conflits survenus en 2000 entre ces groupes d'acteurs sont révélateurs des logiques de pouvoir entre les usagers (les commerçants), l'autorité politique (la Mairie), l'administration (EPCD) et l'organisme de développement (la Coopération Suisse). La mise en place par l'appui suisse au PDVM d'un nouvel acteur institutionnel a pu être perçue comme une menace pour la Mairie. Vu les moyens financiers de l'EPCD et le poids de la Coopération sur la planification et la gestion des infrastructures, la marge de manœuvre de la Mairie était probablement remise en cause. Le conflit de 2000 était l'occasion pour la Mairie (pour le maire, plus précisément) de mettre à mal l'EPCD ainsi que toute la rationalité (ou cohérence) du dispositif de développement en acceptant la baisse des loyers.

La grève de 2000 montre que les manœuvres politiques des acteurs ne sont pas forcément conciliables avec la rationalité du projet de l'appui suisse au PDVM, fondé sur la rentabilité des infrastructures. Ainsi, le jeu politique dans l'arène local peut remettre en cause la conception rentabiliste des équipements marchands.

3.2 Logiques représentationnelles

L'analyse des entretiens menés avec les acteurs de la Mairie (deux anciens maires) permet de mettre en évidence des logiques représentationnelles, à la fois sur la perception qu'ont ces interlocuteurs de la fonction des infrastructures réalisées et des commerçants qui les occupent. Bien qu'elles ne peuvent pas être attribuées à l'ensemble des acteurs de la commune, chacun développant son propre discours, ces représentations soulignent des tendances dans la perception des infrastructures et des usagers. Celles-ci peuvent être d'une part confrontées à la rationalité du projet tel qu'elle a été explicitée au chapitre 2 et, d'autre part, il est possible de les mettre en perspective avec les logiques représentationnelles des commerçants qui sont présentées au chapitre 6.

3.2.1 *Marché « traditionnel » vs infrastructure « moderne »*

En décrivant les changements apportés par la construction du Grand Marché et du Marché aux légumes, les interlocuteurs de la Mairie construisent leur discours en comparant le fonctionnement de l'ancien marché à celui des nouvelles infrastructures. L'ancien marché, connoté négativement, est caractérisé comme étant insalubre et désorganisé, tant au niveau de sa configuration spatiale que de sa gestion par la commune :

« L'ancien marché n'avait pas de rue et les hangars étaient construits de manière anarchique, de sorte qu'entrer dans le marché c'est tout un problème (...), il y avait des tas d'immondices (...) et au bord des boutiques c'était sale, c'était pas du tout propre, de sorte qu'il y avait un certain dégoût qui vous permettait pas de rester assez longtemps au marché. » (M. Ouédraogo, premier maire, 05.02.08)

« Le Raa-Naaba [le collecteur, nda] prenait les taxes pour la Mairie, et souvent ça provoquait des bagarres parce que rien n'était codifié, les taxes étaient fixées en fonction de l'humeur du Raa-Naaba. » (M. Ouédraogo, premier maire, 05.02.08)

En parlant de l'ancien marché, le deuxième maire remarque que *« le commerce n'était pas organisé »*. Cette perception d'un marché désorganisé l'amène à légitimer la construction de nouvelles infrastructures : *« c'est donc ce qui a dû justifier la volonté de transformer le marché traditionnel en un marché structuré comme il est aujourd'hui »* (M. Diallo, deuxième maire, 30.11.07).

Les nouvelles infrastructures marchandes sont au contraire perçues comme étant plus salubres, organisées et gérées avec plus de rigueur :

« Actuellement tout est codifié, chaque hangar, chaque boutique sait à peu près combien il doit payer, de sorte que il y a moins de désordre, (...) les taxes ont changé, il y a la propreté et c'est organisé. » (M. Ouédraogo, premier maire, 05.02.08)

Dans une perspective interprétative, les discours de ces interlocuteurs sont construits sur les dichotomies suivantes : désordre/ordre et insalubrité/hygiène. Pour décrire les nouvelles infrastructures marchandes, les deux anciens maires se réfèrent à un mode de pensée basé sur la dichotomie tradition/modernité. Dans les discours, le « marché traditionnel » est caractérisé par sa désorganisation spatiale, sa mauvaise gestion et son insalubrité. A l'inverse, le « marché moderne » est défini comme étant organisé, propre et géré efficacement. Ces logiques représentationnelles semblent s'appuyer sur la conception rentabiliste et hygiéniste du projet du PDVM⁴⁶.

3.2.2 *Les commerçants : mobilité vs sédentarité*

Un mode de pensée dichotomique structure également les discours des interlocuteurs de la Mairie sur les commerçants occupant le Grand Marché et le Marché aux légumes. Ce mode de pensée semble s'appuyer principalement sur la dichotomie mobilité/sédentarité, mais également sur la distinction désordre/ordre. Dans les discours, cette « mobilité » se rapporte à deux types de comportements : la présence irrégulière des commerçants sur leur lieu de vente, et les déplacements des vendeurs ambulants à l'intérieur des infrastructures.

Par exemple, le deuxième Maire estime que l'occupation non permanente des places de vente est facteur de désordre. Selon lui, les commerçants *« continuent de travailler comme des saisonniers, c'est pas des professionnels, il font ça pour vivre, aujourd'hui ils sont là, demain ils ont disparu »* (M. Diallo, 30.11.07). En parlant du fonctionnement du Marché aux légumes, l'interlocuteur pense que la mobilité des commerçants ambulants à l'intérieur de cette infrastructure est problématique : *« Les gens circulent avec leurs marchandises, sauf quelques uns qui sont sédentarisés, ce qui cause pas mal de problèmes »* (30.10.07). Selon lui, les déplacements des commerçants ambulants dans l'espace marchand constituent un problème pour assurer une bonne gestion des infrastructures. « Sédentariser » les commerçants ambulants apparaît comme une solution :

« On n'arrive pas à sédentariser les gens, à limite c'est des flottants, des gens qui circulent entre les tables pour vendre, on n'arrive pas à dire monsieur untel est là, madame unetelle est là. » (deuxième maire, M. Diallo, 30.11.07)

Ainsi, la présence irrégulière de certains commerçants sur leur lieu de vente et les déplacements des commerçants ambulants sont considérés négativement par les interlocuteurs de la Mairie. Cette représentation des usagers est à mettre en perspective avec le registre de discours qu'ils emploient pour caractériser l'ancien marché. Décrits comme étant « flottants » et trop peu « sédentaires », ces commerçants sont à l'image de l'ancien marché, perçu comme étant « anarchique » et « désorganisé ».

Ainsi, les représentations qu'ont les interlocuteurs municipaux de l'ancien marché et des nouvelles infrastructures et celles qu'ils ont des usagers (commerçants) s'inscrivent dans une série de dichotomies (tradition/modernité, désordre/ordre, insalubrité/hygiène, mobilité/sédentarité). Ces dichotomies sont mobilisées par les interlocuteurs pour *penser* les différences entre ancien marché et nouvelles infrastructures. Elles permettent également de distinguer l'usager tel qu'il est (le commerçant « mobile ») de l'usager tel qu'il devrait être (le commerçant « sédentaire »).

⁴⁶ Voir point 2.6.3 : « Espace marchand et modèle de gestion : visibiliser pour mieux taxer » de cette partie.

Cette représentation d'un commerçant idéalement sédentaire est semblable à la logique du projet qui consiste à vouloir contrôler et visibiliser les commerçants dans l'espace des infrastructures réalisées et dans le système de gestion : « sédentariser » tous les commerçants permettrait idéalement de mieux contrôler ces derniers et d'améliorer le fonctionnement des infrastructures.

On verra que ces logiques représentationnelles sont semblables dans le discours des interlocuteurs de l'EPCD.

4. EPCD ET CELLULE DE GESTION

4.1 Logiques d'action

De par son rôle de gestionnaire du Grand Marché et du Marché aux légumes, la Cellule de gestion est un acteur central dans le fonctionnement des infrastructures marchandes. Dans ce chapitre, je m'emploie à décrire les logiques d'action de la Cellule de gestion en prenant en compte celles des commerçants. Il s'agit de mettre en évidence les logiques d'action qui confortent la rationalité du modèle de gestion de l'appui suisse au PDVM ou celles qui, au contraire, s'en détournent. Les logiques d'action identifiées vont me permettre de caractériser le mode d'appropriation des infrastructures marchandes par la Cellule de gestion.

Deux éléments sont ici présentés comme étant révélateurs des logiques d'action de la Cellule de gestion : la gestion des places de vente et le recouvrement des loyers.

4.1.1 *La gestion des places de vente*

Dans le modèle de gestion, la Cellule de gestion doit s'occuper notamment d'assurer le suivi de l'occupation des places de vente par les commerçants. Son travail consiste à proposer des places de vente aux demandeurs, à conclure et à résilier des contrats de location.

Dans les faits, la Cellule de gestion est dans l'impossibilité de proposer des boutiques aux commerçants demandeurs, car toutes les boutiques sont attribuées (Caissière, Cellule de gestion, 10.10.07). Le gestionnaire, exerçant sa fonction depuis plusieurs années, constate qu'aucun commerçant ne s'est présenté à l'administration pour résilier le contrat, alors qu'une caution est déposée lors de la conclusion du contrat : « *aujourd'hui, vous n'allez pas voir un seul commerçant qui va accepter de remettre sa boutique à l'administration* » (08.01.08).

Pour comprendre cette impossibilité à pouvoir se conformer au modèle de gestion, il faut remonter au mode d'attribution des places de vente à l'ouverture des infrastructures marchandes, en prenant en compte les logiques d'action des occupants des boutiques.

Afin d'attribuer les nouvelles places de vente aux commerçants, un comité d'attribution avait été formé en 1994. Il était composé de représentants des commerçants (issus de l'Association des commerçants), de l'EPCD et de la Mairie. Des critères d'attribution avaient été définis : seules les personnes exerçant une activité commerciale étaient admis ; les commerçants occupant l'ancien marché étaient prioritaires ; et il était nécessaire de présenter les pièces justificatives du paiement auprès de la Régie des recettes communales (l'administration gérant l'ancien marché) des 3 années précédant l'ouverture du marché. Par

ailleurs, les commerçants avaient plus ou moins la possibilité de choisir l'emplacement de la place de vente dans les nouvelles infrastructures⁴⁷.

L'attribution s'est faite manifestement de manière clientéliste. Des boutiques ont été concédées à des personnes n'exerçant pas d'activité commerciale et certains ont obtenu plusieurs boutiques à leur nom. Selon plusieurs informateurs, des notables locaux et des fonctionnaires sont devenus titulaires de boutiques.

« Il y a des gens qui ont quitté, il y a des fonctionnaires qui ont pris des boutiques, cherché des gens pour mettre dans la boutique pour gérer et lui il est au service [du titulaire de la boutique, nda]. » (Moustafa, vendeur de cycles, 20.10.07)

En attribuant des boutiques à des fonctionnaires, le Comité de gestion aurait favorisé les transferts informels de boutiques. Un certain nombre de commerçants confirme l'existence de ces « transactions » – terme utilisé par l'administration pour définir le transfert illicite de boutiques – entre titulaires des boutiques et commerçants demandeurs. Le phénomène des transactions s'explique également par l'attribution de boutiques supplémentaires à des personnes déjà titulaires de boutiques. En effet, il semble que, dans un premier temps, certains commerçants aient refusé de reprendre une boutique, jugeant le loyer trop élevé par rapport aux taxes perçues dans l'ancien marché. Le Comité propose donc aux premiers titulaires des boutiques de prendre en location les boutiques restantes. Dans un deuxième temps, certains titulaires de plusieurs boutiques – souvent des personnes n'exerçant aucune activité commerciale – constatent qu'ils ne peuvent pas assumer le paiement de plusieurs loyers auprès de la Cellule de gestion. Ils décident donc de céder leurs boutiques inutilisées à des commerçants, moyennant généralement un pas-de-porte.

« Il y a beaucoup de gens qui ont fait la demande [d'attribution, nda], ils ont eu les hangars. N'étant pas commerçants, ils ont commencé à payer les 15000 par mois, restant la boutique fermée, sans rien faire. A la longue, bon ils ont vu que vraiment cela ne les arrangeait pas et ils ont laissé [la boutique à des commerçants demandeurs, nda]. » (Michel, commerce général, 26.11.07)

Selon le gestionnaire, les transactions des places de vente entre usagers sont des pratiques qui sont actuellement largement répandues (08.01.08), ce qui explique pourquoi la Cellule de gestion est dans l'incapacité de proposer des boutiques ou des étals à des commerçants demandeurs⁴⁸. Il est intéressant d'observer que la Cellule de gestion s'est adaptée à cette situation en s'écartant largement du modèle de gestion initial. Bien que considérant ces transactions comme étant illicites car contraires au règlement, le gestionnaire estime que la plupart des commerçants ne connaissent pas le Règlement intérieur des infrastructures marchandes et s'intéressent uniquement à obtenir une place de vente et payer le loyer : *« les commerçants, la majorité c'est des analphabètes (...), quand vous parlez de contrat, les gens ne font même pas attention à ça, ils ont une volonté d'occuper une boutique, c'est tout »* (08.01.08). Dans les faits, la Cellule de gestion va même jusqu'à refuser de changer le nom d'un titulaire d'une boutique à la demande d'un commerçant. Même s'il s'agit de cas peu fréquents, l'administration n'entre pas en matière lorsqu'un commerçant demande le transfert de sa boutique à un autre commerçant. Son objectif est en effet d'éviter un éventuel conflit entre les parties et l'administration, dans le cas où le cédant et/ou le

⁴⁷ A noter que la Coopération Suisse avait l'intention de répartir les commerçants dans les nouvelles infrastructures en fonction de leurs activités professionnelles. Dans les faits, seules quelques catégories de commerçants se sont clairement regroupées dans un même espace (notamment les mécaniciens et les vendeuses de produits maraîchers et vivriers).

⁴⁸ Le gestionnaire, admettant qu'il n'est pas possible d'identifier les utilisateurs actuels des places de vente dans le système de gestion, estime que plus de 50% de la composition des commerçants du Grand Marché a changé depuis l'attribution des places de vente en 1994-95. Certains commerçants ont confirmé cette estimation.

repreneur contesteraient ultérieurement le transfert⁴⁹. De plus, il semble qu'une entente tacite existe entre l'administration et les commerçants à propos des transactions de places de vente : « *comme ils savent qu'on refuse, c'est pour ça ils viennent même pas [demander un transfert, nda], ils font les affaires entre eux, et puis c'est terminé* » (gestionnaire, 08.01.08).

Finalement, dans la gestion des places de vente, la Cellule ne semble intervenir que dans les cas rares de permutation officielle de boutiques. Selon le gestionnaire, certains commerçants qui sont en conflit avec leur voisinage direct – le plus souvent pour des raisons concurrentielles – demandent à la Cellule de trouver un commerçant cherchant également à changer d'emplacement dans le Grand Marché, afin d'effectuer un échange des boutiques entre eux. La permutation entraîne la modification des contrats de location des commerçants concernés, puisque ces derniers vont changer de boutiques.

Hormis ces quelques cas, les possibilités d'action de la Cellule dans la gestion des places de vente sont limitées par les logiques d'action des commerçants. J'ai montré que la conséquence du mode d'attribution clientéliste et de la généralisation des transactions administrativement non reconnues est que la Cellule ne peut pas gérer les places de vente comme il était prévu dans le modèle de gestion. La Cellule semble par ailleurs vouloir éviter tout conflit potentiel en refusant de changer le nom sur les contrats de location⁵⁰.

Dans une perspective comparative, il est intéressant de constater que les logiques d'attribution des places de vente dans le Grand Marché de Parakou (Bénin) sont semblables à celles des infrastructures marchandes du PDVM à Ouahigouya. En effet, dans son article sur la mise en place du projet de réaménagement de ce marché, Imorou (2000 : 4-5) constate que l'attribution des places de vente fonctionne sur un régime de privilèges : le service de gestion va récompenser les personnes ayant œuvré à la réalisation du marché en leur attribuant des boutiques, parfois plusieurs à une seule personne. Les bénéficiaires sont notamment les notables de la ville et certains membres du service de gestion (auto-attribution). Selon l'auteur, ces logiques d'action ont pour conséquence d'exclure les nombreux commerçants nigériens de la place marchande. Cherchant à obtenir une boutique, la stratégie de ces derniers consiste à trouver des places de vente en négociant directement avec les bénéficiaires. Ces derniers profitent de la demande pour spéculer sur le loyer. Le constat de l'auteur est le suivant : cette situation favorise la sous-location des places de vente, une pratique pourtant interdite par le règlement du marché de Parakou.

4.1.2 *Les stratégies mises en œuvre dans le recouvrement des loyers*

Hormis la gestion des places de vente, les activités de la Cellule de gestion relèvent des domaines sécuritaire et sanitaire. L'administration assure en effet le gardiennage du Grand Marché durant la nuit, le balayage presque quotidien de l'espace marchand, la réfection des portes défectueuses et le curage régulier des caniveaux.

Sa principale activité reste cependant le recouvrement des loyers auprès des occupants des places de vente. Pour assurer de 1996 à 2004 des taux de recouvrement compris entre 71% et 93% (voir Annexe 8), la Cellule de gestion met en place différentes stratégies.

En premier lieu, on peut observer des stratégies préventives. Equipé d'un réseau de haut-parleurs depuis 2004, le Grand Marché dispose d'un local de radio qui permet de diffuser des

⁴⁹ Les cas où les commerçants ont recours à l'administration sont présentés au point 6.1.5 : « La légitimité des transactions » de cette partie.

⁵⁰ A noter que les enquêtes ne permettent pas de questionner l'efficacité du service public. Il ne s'agit donc pas de se demander si les possibilités d'action dans la gestion des places de vente sont limitées par un éventuel laxisme de l'administration ou plutôt par l'ampleur du phénomène des transactions opérées par les commerçants.

annonces publicitaires, de la musique et des communiqués à la demande des usagers. La Cellule de gestion utilise environ deux fois par semaine la radio du Grand Marché pour faire passer des communiqués appelant les commerçants en retard dans le paiement du loyer à s'acquitter de leurs arriérés (Bouba, animateur radio, 13.11.07). Des communiqués écrits sont également distribués aux commerçants concernés, en principe par l'intermédiaire de l'Association des commerçants (ACGMO).

En deuxième lieu, un système de pénalité est appliqué par la Cellule de gestion. Si les 2 mois de non-paiement du loyer sont atteints, l'administration peut procéder à la fermeture des boutiques. Celles-ci sont en effet munies de crochets supplémentaires permettant à l'administration de poser un cadenas en plus de celui de l'occupant de la boutique. Pour ouvrir à nouveau sa boutique, le commerçant est contraint de se présenter au guichet de collectes des loyers situé dans le Grand Marché, afin de payer ses arriérés et la pénalité. Le gestionnaire observe que les commerçants finissent tôt au tard par payer, puisqu'il admet que la confiscation de la boutique et l'expulsion de commerçants suite au non-paiement du loyer ne se présentent que très rarement (gestionnaire, 14.01.08). Selon les interlocuteurs de la structure de gestion, de grandes opérations de fermeture de boutiques sont menées durant la nuit. Plusieurs centaines de boutiques sont parfois fermées en une seule nuit. Une stratégie consiste à verrouiller les boutiques avant les grandes fêtes annuelles (Maouloud, Ramadan, Tabaski, Nouvel An, ...). Selon la caissière de la Cellule de gestion, ces périodes sont propices pour fermer des boutiques, car les commerçants, plus actifs à ces moments-là (particulièrement les couturiers préparant les habits pour la fête), paieront rapidement leurs arriérés pour pouvoir continuer leurs activités commerciales (caissière, 10.10.07).

Enfin, il est intéressant de constater que la procédure de fermeture des boutiques ainsi que les stratégies qui les accompagnent ne sont pas appliquées systématiquement. Le modèle de gestion est en effet adapté selon les circonstances :

« Le système de gestion qui a été mis en place, si on veut appliquer le système là, ça va poser un certain nombre de problèmes, on va travailler avec une certaine flexibilité, au cas par cas, en fonction du contexte, en fonction des circonstances. »
(gestionnaire, 08.01.08)

D'une part, l'administration des infrastructures marchandes tient compte des conditions climatiques durant l'hivernage⁵¹ (gestionnaire, 14.02.08). Durant cette saison, les conditions de vente sont difficiles car les pluies abondantes perturbent les activités commerciales dans l'espace marchand et les ressources financières des commerçants sont faibles. La Cellule de gestion a donc décidé d'exempter les commerçants des taxes de place de vente durant le mois d'août.

D'autre part, la Cellule de gestion cherche à éviter d'occasionner des conflits avec les commerçants. La crainte que ne se déclenche une grève semblable à celle survenue en 2000 amène l'administration à modérer ces opérations de recouvrement.

« Si vous voulez forcer à un moment ça peut créer des tensions, et quand vous créez des tensions ça veut dire que c'est là que viennent les revendications, toutes les demandes des commerçants. » (gestionnaire, 08.01.08)

Un exemple raconté par le gestionnaire montre que les opérations de recouvrement effectuées durant un contexte politique spécifique peuvent créer des situations conflictuelles entre la Cellule de gestion et les commerçants (05.10.07) : en 2005, alors que le pays est en pleine campagne présidentielle, l'administration décide de fermer entre 200 et 300 boutiques ; le lendemain de l'opération de fermeture, une délégation locale du premier parti

⁵¹ Saison des pluies, habituellement du mois de juin au mois de septembre.

de l'opposition⁵² se rend à l'EPCD pour exiger la réouverture des boutiques ; un compromis est finalement trouvé ; les boutiques seront déverrouillées par la Cellule de gestion si les commerçants paient les arriérés dans les 2 mois. Selon le gestionnaire, le parti de l'opposition a profité du climat politique national pour « *faire campagne* » auprès des commerçants, en présentant l'EPCD et sa Cellule de gestion comme un partisan du parti politique majoritaire (celui du maire et de la plupart des conseillers municipaux).

Cet exemple montre que des opérations de recouvrement peuvent être le prétexte pour les factions politiques locales de mobiliser les commerçants partisans contre l'administration et, indirectement, contre le pouvoir politique de la Mairie. Le poids de la politique factionnelle locale et du contexte politique national peut ainsi perturber les opérations de recouvrement. Pourtant, l'administration a développé des stratégies efficaces, puisqu'elle assure des taux de recouvrement très élevés par rapport aux autres infrastructures marchandes au Burkina Faso.

4.2 Logiques représentationnelles

Au chapitre 2, j'ai montré que la rentabilité des infrastructures repose sur la mise en place de la Cellule de gestion et de ses outils de gestion. Les logiques d'action de l'EPCD décrites ci-dessus ont permis de comprendre comment l'administration a modifié le système de gestion en l'adaptant aux logiques d'action des commerçants et aux logiques factionnelles dans l'arène locale. Il s'agit maintenant de présenter les logiques représentationnelles que j'ai pu identifier chez les interlocuteurs de la Cellule de gestion. Comme pour les personnes interrogées de la Mairie, la mobilité des commerçants apparaît comme une des thématiques qui structure fortement les discours des interlocuteurs de l'administration.

4.2.1 *La mobilité des commerçants*

Selon les interlocuteurs de la Cellule de gestion, la « mobilité » des commerçants concerne à la fois les changements d'occupants des places fixes (les transactions de boutiques et d'étals fixes) et les déplacements des « ambulants ». La notion de vendeurs ou de marchands « ambulants » n'est pas clairement définie par les personnes interrogées, car différents types d'usagers sont désignés par ce terme (caissière, 10.10.07, gestionnaire, 08.01.08) : les utilisateurs d'étals en bois qui n'occupent pas toujours la même place et qui se concentrent vers les portes d'accès au Grand Marché (les « anarchistes », selon le gestionnaire) ; les vendeuses de légumes qui entravent les voies de circulation autour des infrastructures ; et surtout les vendeurs qui déambulent dans les ruelles des infrastructures (ceux que je nomme « vendeurs ambulants »), portant leurs marchandises sur la tête ou dans une charrette. Selon un recensement effectué par la Cellule de gestion, la dernière catégorie est composée d'environ 2000 personnes au Grand Marché et au Marché aux légumes.

A mon sens, deux tendances concernant la mobilité des commerçants peuvent être dégagées dans leurs discours. Ces tendances révèlent la position dans laquelle se trouve l'administration vis-à-vis de ses outils de gestion et des logiques d'acteurs des commerçants.

Dans la première forme de discours, les personnes interrogées de la Cellule expriment un certain désintérêt face aux phénomènes des transactions et devant l'impossibilité de contrôler l'occupation effective des places de vente. Par exemple, le gestionnaire estime que son administration « *ne s'intéresse pas de savoir à qui appartient les boutiques* », l'important étant essentiellement d'assurer le recouvrement des loyers des places de vente (03.10.07).

⁵² L'Alliance pour la Démocratie et la Fédération / Rassemblement Démocratique Africain (ADF/RDA) est le principal parti de l'opposition à Ouahigouya.

Ce discours peut être mis en perspective avec la conception rentabiliste du modèle de gestion : la finalité est de produire des recettes suffisantes pour permettre d'assurer la rentabilité des infrastructures marchandes, conformément aux exigences de la Coopération Suisse. Suivre la mobilité des commerçants peut apparaître comme étant secondaire.

La deuxième forme de discours illustre au contraire une volonté de mieux contrôler les commerçants. La mobilité des commerçants est perçue comme un facteur qui entrave le recouvrement des loyers. Le gestionnaire estime qu'il est nécessaire d'identifier les commerçants qui occupent réellement les places de vente ainsi que les vendeurs ambulants se trouvant dans l'espace des infrastructures. Par exemple, améliorer l'informatisation du système de gestion permettrait de « *mieux suivre le recouvrement des loyers et de mieux suivre la mobilité des commerçants* » (gestionnaire, 08.01.08).

Selon les agents de la Cellule de gestion, le recouvrement des taxes auprès des commerçants circulant dans l'espace marchand est particulièrement problématique. Ces derniers sont censés payer quotidiennement leurs taxes de places de vente, mais leur mobilité justifie les difficultés de recouvrement : « *ils sont là de façon anarchique, pour vendre tout juste aujourd'hui et demain ils peuvent changer d'endroit pour aller vendre* » (caissière, 10.10.07). Leur comportement vis-à-vis des collecteurs est également mis en cause : « *c'est des gens qui jouent à un jeu de cache-cache* » avec les collecteurs (gestionnaire, 08.01.08). Cette mobilité motive la recherche de la mise en place d'un système de recouvrement plus efficace pour taxer ces usagers.

« Nous allons répertorier ces gens-là, les localiser, les identifier pour qu'ils paient, pour qu'ils n'échappent pas au paiement du loyer, parce que ce sont des gens qui sont là, ils font des affaires à l'intérieur du marché, mais à cause de leur mobilité ils se déplacent beaucoup, on n'arrive pas à les saisir. » (gestionnaire, 14.01.08)

En outre, certaines places de vente aménagées par des commerçants préoccupent également l'administration. L'emplacement de certains vendeurs à l'étal et de vendeuses de légumes aux abords du Grand Marché et Marché aux légumes est considéré comme un problème pour la Cellule. C'est pourquoi des opérations de déguerpissement, de confiscation des marchandises, et de distribution d'amendes sont régulièrement organisées par la Cellule.

Ainsi, les deux formes de discours révèlent d'une part le poids des logiques d'action des commerçants et, d'autre part, l'intention de l'administration de se conformer au modèle de gestion. En effet, malgré l'impossibilité de contrôler efficacement la mobilité des commerçants, les interlocuteurs de l'EPCD expriment la volonté de contrôler l'occupation effective des places de vente et des espaces communs, de localiser et de taxer tous les commerçants exerçant leur activité sur la place marchande, y compris les vendeurs ambulants. Ce discours se construit manifestement sur le principe du modèle de gestion qui consiste à « *visibiliser pour mieux taxer* »⁵³. De plus, il est intéressant de constater que les interlocuteurs ont une tendance à catégoriser, voire même stigmatiser certains usagers des infrastructures marchandes qui n'agissent pas selon la réglementation. Cette catégorisation peut ensuite se traduire par des actions de répression (les opérations de déguerpissement des « *anarchistes* ») ou des actions destinées à améliorer le système de taxation (le recensement des « *ambulants* »).

Il s'agit maintenant de mettre en évidence les logiques d'action et les logiques représentationnelles de l'Association des commerçants (ACGMO).

⁵³ Voir point 2.6.3 : « Espace marchand et modèle de gestion : visibiliser pour mieux taxer » de cette partie.

5. ASSOCIATION DES COMMERCANTS (ACGMO)

L'Association des Commerçants du Grand Marché de Ouahigouya (ACGMO) est l'association qui, dans le dispositif de développement, sert d'intermédiaire entre la commune (Mairie et EPCD) et les commerçants occupant le Grand Marché et le Marché aux légumes. Il faut cependant préciser qu'il existe un certain nombre d'autres associations qui sont pour la plupart organisées par corps de métier : les associations des mécaniciens, des bouchers, des vendeurs de cola et de vendeuses de légumes. D'après mes observations, ces associations fonctionnent sous la forme de tontine⁵⁴. De plus, certaines ont une fonction commerciale lorsqu'elles effectuent des commandes groupées de marchandises (Bayili, 2001). Même si ces associations exercent sans doute un rôle important dans le fonctionnement des infrastructures (répartition des revenus par les tontines, cohésion sociale), je ne les prends pas en compte dans mon analyse. Je me suis en effet concentré sur les logiques d'action et les logiques représentationnelles de l'Association des commerçants car celle-ci, contrairement aux autres associations, entre en interaction avec les catégories d'acteurs de l'arène locale du dispositif de développement.

5.1 Logiques d'action

Durant l'enquête de terrain, je me suis principalement intéressé à comprendre quelle était la position de l'Association dans l'arène locale. Les enquêtes me permettent de mettre en évidence d'une part la stratégie opérée par l'Association pour « se faire une place » dans l'arène locale du dispositif de développement du PDVM (*logiques d'adaptation*) et, d'autre part, ses logiques d'action visant à conserver des intérêts politiques et commerciaux (*logiques de détournement*).

A mon sens, les *logiques d'adaptation* et de *détournement* opérées par l'Association dans l'arène locale peuvent être interprétées en termes de recherche de légitimité. Premièrement, il s'agit de comprendre pourquoi l'Association est considérée par les autorités locales comme le « représentant » légitime des commerçants (pt 5.1.1). Deuxièmement, il est question d'analyser les raisons pour lesquelles certains commerçants jugent l'Association illégitime (pt 5.1.2).

5.1.1 *Légitimation de l'Association dans le dispositif de développement*

L'ACGMO a été créée par deux leaders du Syndicat des commerçants, l'ancienne association de la place marchande. Vendeurs de cola à l'origine, ces deux commerçants ont notamment fait fortune dans le transport de marchandises et de personnes, à Ouahigouya puis à Ouagadougou. Ces deux « patrons » sont considérés par les interlocuteurs comme des hommes d'affaires importants à l'échelle nationale.

La nouvelle association a officiellement été reconnue par la Police municipale en 1995⁵⁵. La structure est formée d'un bureau exécutif et d'un comité regroupant implicitement tous les commerçants du Grand Marché et du Marché aux légumes. D'après les statuts et les entretiens effectués avec certains de leurs membres du comité, son rôle est de défendre les intérêts des commerçants envers l'EPCD, la Mairie, le service des douanes et les services déconcentrés de l'Etat (Direction Régionale des Impôts et Trésor public). Selon les

⁵⁴ La tontine est une activité sociale qui consiste à se regrouper et verser régulièrement de l'argent à une caisse commune. L'argent collecté sert ensuite à financer les mariages, baptêmes ou funérailles des membres du groupe. Le montant est reversé à chacun des membres à tour de rôle ou selon les besoins qui se présentent.

⁵⁵ Je me réfère ici au document attestant la création officielle de l'association (liste des membres et statuts) que le secrétaire général m'a présenté.

interlocuteurs, ses activités consistent d'une part à louer les parkings du Grand Marché et, d'autre part, à réguler les conflits entre les commerçants et l'administration suite à des opérations de fermeture de boutiques ou de déguerpissement des vendeurs à l'étal et au sol.

Si le Syndicat des commerçants n'était pas une association reconnue officiellement par l'administration publique avant 1995, il était cependant considéré par la Préfecture comme l'intermédiaire légitime des commerçants. L'Association des commerçants formée en 1995 n'est donc pas véritablement un nouvel acteur dans l'arène locale, puisqu'elle succède au Syndicat des commerçants. Le discours de l'un des membres de l'Association révèle clairement la stratégie qui a amené le Syndicat à fonder une nouvelle association officiellement reconnue :

« L'Association [actuelle, nda] est reconnue par l'administration. On sait que de nos jours, avec le développement, le groupe est plus fort qu'être seul, c'est tout cela qui a motivé la formation de l'Association. Si l'extérieur veut vous aider, il faut que vous soyez unis sans quoi vous ne pouvez pas avoir l'aide. » (Salif, membre ACGMO, 25.10.07)

Ainsi, c'est bien l'irruption du PDVM dans l'arène locale qui explique la transformation du Syndicat des commerçants en l'Association des commerçants. On peut d'ailleurs observer que l'officialisation de l'Association en 1995 coïncide avec la période de construction des nouveaux équipements marchands. Au moment de l'exécution des travaux, la stratégie du Syndicat a donc consisté à créer une association qui puisse être perçue comme étant crédible par la Coopération Suisse et l'EPCD. Pour les leaders commerçants, il s'agissait d'adapter leur structure au nouveau contexte local, et de s'afficher comme les représentants légitimes des commerçants. D'après le discours de l'interlocuteur précédant (Salif, membre ACGMO, 25.10.07), l'intention était notamment de capter la « rente de développement » de l'appui suisse au PDVM. En ce sens, l'Association des commerçants tente de servir d'intermédiaire privilégié entre les acteurs de l'intervention de développement (EPCD et Coopération Suisse) et les « bénéficiaires » des infrastructures réalisées (les commerçants).

Dans les faits, l'Association des commerçants, qui a succédé au Syndicat, est considérée par la Mairie, l'EPCD et la Coopération Suisse comme le représentant légitime des commerçants. Par exemple, avant même son officialisation en 1995, un des leaders du syndicat est contacté par la Coopération Suisse pour discuter du projet de réaménagement du Grand Marché. Le cas de la grève des commerçants en 2000 illustre également la légitimité que la Mairie accorde à l'Association : celle-ci est en effet appelée par les autorités lorsqu'un problème surgit. Un dernier exemple montre que l'Association est légitimée dans le dispositif de développement du PDVM : financé par la Coopération Suisse, le programme d'appui institutionnel de l'EPCD vise notamment à soutenir l'Association⁵⁶.

En bref, la stratégie du bailleur explique en partie la légitimité acquise par l'ACGMO dans le dispositif de développement. La légitimité de l'Association est donc opérante vis-à-vis des autorités locales (Mairie, EPCD) et du bailleur de fonds (Coopération Suisse). Je montrerai ci-dessous qu'elle l'est beaucoup moins vis-à-vis des commerçants.

5.1.2 Une association révélatrice des logiques factionnelles dans l'arène locale

Considérée comme l'intermédiaire entre les autorités communales et les commerçants, l'Association « représente » *a priori* les commerçants occupant les infrastructures marchandes du PDVM. Cependant, les entretiens réalisés mettent en évidence l'existence de

⁵⁶ Conformément à l'idéologie participative de l'appui suisse au PDVM, le travail de l'EPCD vise à « [renforcer] les compétences et l'organisation des associations des commerçants » (Coopération Suisse, 2006 :15). Elle a notamment encouragé la restructuration de l'association dans le but d'améliorer sa représentativité vis-à-vis de l'ensemble des commerçants.

logiques factionnelles dans l'arène locale, ce qui « questionne » la légitimité de l'Association vis-à-vis des commerçants du Grand Marché et du Marché aux légumes.

Si l'on s'intéresse à l'évolution de la composition des membres du bureau exécutif de l'Association des commerçants, on remarque une continuité depuis l'officialisation de l'Association jusqu'à aujourd'hui. Cette continuité montre que les membres du bureau de l'Association appartiennent à une faction.

D'une part, les liens entre les anciens leaders et l'actuel président et son secrétaire général sont de nature politico-économique. En effet, le président et le secrétaire général actuel de l'Association ont été nommés par les leaders du Syndicat des commerçants lors de la fondation de l'Association. Les anciens « patrons du marché » soutiennent les activités commerciales des deux dirigeants actuels de l'Association, et ils sont du même bord politique (le parti majoritaire). Le discours d'un des membres actuels de l'Association des commerçants illustre bien la convergence entre la réalisation des infrastructures, l'officialisation de l'Association et les logiques factionnelles : « *quand on a construit le marché c'est par politique⁵⁷ qu'on a donné la présidence à Gassambé* » (Boureima, membre ACGMO, 20.10.07).

D'autre part, la restructuration du Bureau exécutif en 2004 montre que le mode d'élection des nouveaux membres est le même que celui pratiqué lors de l'officialisation de l'Association en 1995. Malgré la volonté de l'EPCD – et indirectement de la Coopération Suisse – d'améliorer la représentativité de l'Association⁵⁸, les nouveaux membres sont choisis par « le haut » et selon des considérations politiques et des intérêts économiques : tous sont du même bord politique, et certains semblent entretenir entre eux d'étroites relations commerciales.

Cette logique factionnelle dans la formation de l'Association des commerçants explique en partie pourquoi certains commerçants se montrent hostiles envers celle-ci. Si ces commerçants n'affichent pas clairement une appartenance à une faction opposée à celle de l'Association des commerçants, il semble néanmoins qu'il existe une faction « de l'opposition » que le second parti politique (l'ADF/RDA⁵⁹) cristallise. En effet, plusieurs interlocuteurs revendiquant leur appartenance à l'ADF/RDA considèrent l'Association des commerçants comme étant illégitime, car composée uniquement de membre du CDP (le parti majoritaire) et dirigée par des leaders exerçant leurs activités commerciales en dehors du Grand Marché. Par exemple, un commerçant du Grand Marché, qui déclare son appartenance à « l'opposition », décrit l'Association des commerçants comme étant partisane et désintéressée par les préoccupations des commerçants du Grand Marché :

« Ils [les leaders du Syndicat, nda] n'ont pas choisi les gens qui sont dans le marché, ils ont choisi des gens du CDP qui sont sortis du marché. Celui qui n'est pas dans le marché ne connaît pas les problèmes réels dans le marché. » (Issoufa, fripier, 23.11.07)

Ainsi, les stratégies opérées dans la formation de l'Association et les discours critiques sur celle-ci exprimés par des commerçants « de l'opposition » confirment l'existence de logiques factionnelles opérant dans l'arène locale⁶⁰. Ces logiques semblent s'appuyer sur des réseaux

⁵⁷ Dans les discours des commerçants, la notion de « politique » semble équivalente à celle de *factionnalisme*.

⁵⁸ Il s'agissait pour l'EPCD d'encourager selon un mode démocratique l'élection de représentants par corps de métier et par « étape » du Grand Marché.

⁵⁹ Voir note de bas page n° 52.

⁶⁰ Le factionnalisme est un phénomène bien connu dans la région du Yatenga. Dans son étude d'anthropologie historique sur le royaume du Yatenga, M. Izard considère en effet le factionnalisme comme une des principales logiques structurant le système politique et économique de la région (Izard, 1985). Dans son article reconstituant notamment les « affrontements » entre groupes de commerçants de Ouahigouya depuis la période d'après-guerre, B. Ganne et M. Ouédraogo soulignent l'importance de ce factionnalisme dans les prises de décisions politiques et la formation des réseaux commerciaux (Ganne et Ouédraogo, 1997).

commerciaux dépassant l'échelle locale, puisque les « patrons » du marché sont des acteurs économiques implantés dans la capitale : « *ils sont nos grands-pères, ils font comme s'ils sont dans le marché alors que ce n'est pas le cas* » (Dokoye, mécanicien, 20.10.07).

Si l'on examine le mode d'intervention de l'EPCD, et indirectement celui de la Coopération Suisse, on relève que cette structure semble négliger l'existence de ces logiques factionnelles. En effet, l'EPCD soutient l'Association des commerçants en fondant ses interventions sur une idéologie de la participation des usagers des infrastructures marchandes, alors que l'Association, formée selon une logique factionnelle, n'est pas « représentative » de l'ensemble des commerçants. Cette dernière agit en effet selon une *logique de détournement* du dispositif de développement du PDVM : elle se présente comme le représentant légitime des commerçants, alors que ces membres du bureau exécutif n'appartiennent qu'à une faction des commerçants.

Le mode d'intervention qui consiste à faire participer les commerçants « de la base », tout en négligeant les logiques factionnelles de l'Association, a été analysé par Olivier de Sardan. Prenant l'exemple des organisations paysannes, l'auteur constate que les modes d'intervention des « *acteurs du développement* » ont tendance d'une part à « *[surestimer] les fonctions intégratrices et communautaires des « organisations paysannes », suscitées ou courtisées comme interlocuteurs, relais ou intermédiaires* » et, d'autre part à « *[sous-estimer] les clivages dirigeants/membres, au sein de ces organisations* » (Olivier de Sardan, 1995 :61).

5.2 Logiques représentationnelles

Il est ici question de mettre en perspective l'irruption de l'appui suisse au PDVM dans l'arène locale et les logiques représentationnelles des membres de l'Association des commerçants. Si les logiques d'action décrites ci-dessus ont montré que le PDVM constitue une opportunité pour l'Association (acquérir une légitimité pour des éventuels soutiens financiers), les logiques représentationnelles de certains membres de l'Association montrent que le dispositif de développement du PDVM est également perçu comme étant contraignant.

5.2.1 La volonté de s'appropriier la gestion du marché

Une des logiques représentationnelles que j'ai relevée dans les discours de certains membres de l'Association est la volonté de s'appropriier la gestion administrative des infrastructures marchandes du PDVM. La plupart des interlocuteurs de l'Association considèrent en effet la présence de l'EPCD comme une contrainte. Par exemple, l'un des nouveaux membres de l'Association estime que « *l'EPCD est un obstacle à l'Association des commerçants* » car l'administration a la mainmise sur la gestion du marché (Alassane, membre ACGMO, 18.10.07). L'Association ne gère en effet que les parkings du Grand Marché. Mobilisant des exemples « d'autogestion » de marchés dans d'autres pays, les membres de l'Association interrogés expriment manifestement une volonté de s'appropriier les outils de gestion de la place marchande à Ouahigouya.

« On est allé une fois à Mopti [au Mali, nda]. (...) Là-bas c'est les commerçants eux-mêmes qui gèrent, ils paient les droits. Si un commerçant a une boutique et qu'il ne paie pas c'est les commerçants qui s'occupent de cela. La Mairie et l'EPCD ne nous ont pas donné encore le privilège, mais nous on veut la gestion. »
(Gassambé, président ACGMO, 21.10.07)

Cette volonté de s'appropriier la gestion des infrastructures (par exemple le prélèvement des taxes ou la gestion des « mauvais payeurs ») s'inscrit dans une logique de continuité avec l'ancien marché : pour les « patrons » du marché, il serait légitime que l'Association des

commerçants ait plus de poids dans le système de gestion, car l'influence des « patrons » est plus ancienne que le dispositif de développement du PDVM. Pour eux, l'irruption d'un acteur nouveau (l'EPCD) dans l'arène locale, même s'il est considéré comme une contrainte, ne remet pas en question la légitimité de leur poids politique et économique dans l'arène locale :

« Les autorités ont dit qu'ils vont choisir des gens qui vont gérer l'argent [l'EPCD, nda]. Ils ont choisi ces gens, mais ils ne gèrent pas car je suis patron. Pour toutes les questions du marché, je suis interpellé. » (Ali Gourga, vendeur de cola et transporteur, patron du Syndicat, 20.01.08)

Ainsi, la logique représentationnelle qui consiste à se considérer comme les « patrons » légitimes des infrastructures marchandes se distingue de la volonté de la Cellule de gestion de contrôler et gérer entièrement l'espace marchand.

6. COMMERÇANTS

Dans ce chapitre, j'aborde les logiques d'action et les logiques représentationnelles de la dernière catégorie de l'arène locale que j'ai identifiée : celle des commerçants occupant le Grand Marché et le Marché aux légumes. Il est nécessaire de souligner que la catégorie des « commerçants » est différente des précédentes : il ne s'agit pas d'un groupe institutionnalisé comme la Mairie, l'EPCD ou l'Association des commerçants, mais plutôt d'un groupe d'acteurs opérant dans le même espace, celui du Grand Marché et du Marché aux légumes, et qui, par les usages de cet espace marchand, entrent en interaction avec les autres groupes d'acteurs. Plus que les autres catégories, les « commerçants » représentent ici ce que les socio-anthropologues appellent un « groupe stratégique »⁶¹ : ils sont formés « d'agrégats sociaux » qui défendent des intérêts communs : s'approprier l'espace du Grand Marché et du Marché aux légumes où ils exercent leur activité commerciale.

6.1 Logiques d'action

En décrivant au chapitre 3 les logiques d'action et les logiques représentationnelles de l'EPCD et de sa Cellule de gestion, j'ai abordé un certain nombre d'éléments qui se rapportent aux logiques d'action des commerçants : le mode clientéliste d'attribution des places de vente, le phénomène des « transactions » de place de vente, ou encore l'occupation de l'espace marchand par les vendeurs ambulants et les vendeurs à l'étal. J'ai montré également que ces deux derniers éléments sont peu, voire pas du tout « maîtrisés » par l'administration des infrastructures.

Au regard de l'impossibilité qu'a l'administration d'appliquer le modèle de gestion du projet, il semble évident qu'il existe des formes de gestion des places de vente et d'organisation de l'espace qui sont opérées par les commerçants eux-mêmes. Ainsi, ce sous-chapitre vise à décrire les logiques d'action des commerçants dans la gestion des places de vente et de l'espace marchand, tout en mettant ces logiques d'action en perspective avec celles de la Cellule de gestion. Il s'agit plus particulièrement de comprendre quels sont les rapports que les commerçants entretiennent avec les places de vente et l'espace marchand, et comment ces rapports déterminent les logiques d'action de ces usagers.

Pour analyser ces logiques d'action, j'ai choisi de mettre à contribution deux outils d'interprétation provenant de recherches sur la question foncière en Afrique de l'Ouest. La démarche consiste à mobiliser ces outils interprétatifs pour analyser les modes d'appropriation de l'espace marchand des infrastructures du PDVM par les commerçants. A

⁶¹ Voir point 1.3 : « Logiques d'action et logiques représentationnelles » de la deuxième partie.

mon sens, ces deux outils d'analyse permettent d'apprécier le « degré » d'appropriation de l'espace marchand par les commerçants.

Le premier outil interprétatif concerne les droits que les commerçants mobilisent pour s'approprier les places de vente. Au lieu d'analyser le rapport des commerçants aux places de vente comme l'expression d'un seul droit d'appropriation, je propose d'interpréter les rapports aux places de vente en termes de « faisceaux de droits » tel que proposé dans une étude sur les modes d'accès à la terre réalisée dans plusieurs pays ouest-africains (Chauveau, Jacob, Colin (et al.), 2006 : 30). Dans le cas présent, cet outil d'analyse permet d'affiner la description des modes d'appropriation des places de vente par les commerçants. C'est l'idée que les commerçants expriment à travers leurs discours et leurs pratiques une série de droits sur les places de vente et que ces droits caractérisent leurs modes d'appropriation. Dans cette perspective, ces différents droits sont mobilisés par les commerçants pour obtenir, conserver ou se défaire d'une place de vente.

Le deuxième outil interprétatif se rapporte à la question de la légitimité des transactions opérées. Dans leur article sur les transactions foncières dans l'ouest du Burkina Faso, Zongo et Mathieu estiment que les transactions foncières actuelles se réalisent à l'interstice de « *trois sphères de légitimité qui pourraient prétendre réguler les pratiques* » (Zongo et Mathieu, 2000 : 29). Ce sont la *coutume*, le *marché* (dans le sens économique du terme) et la *législation étatique*. Selon ces auteurs, il est nécessaire de considérer ces trois sphères de légitimité si l'on veut comprendre les logiques sous-jacentes aux transactions foncières. Dans le cas des infrastructures marchandes, je montrerai que ces différents registres de légitimité mettent en évidence la dynamique des modes d'appropriation de l'espace marchand.

Afin de faciliter la lecture, j'ai choisi de caractériser les logiques d'action des commerçants selon une typologie des places de vente : les boutiques, les étals fixes et « les espaces communs » (étals en bois, places au sol et vente ambulante).

6.1.1 Modes d'appropriation des boutiques

Au chapitre 3, j'ai montré que, dans le système de gestion actuel, toutes les places de vente étaient attribuées par des contrats de location. C'est pourquoi un commerçant qui cherche à obtenir une boutique au Grand Marché pour exercer son activité ne va en principe pas s'adresser à l'EPCD. Il va plutôt se renseigner directement auprès des commerçants pour savoir si certains cherchent à céder leur boutique. Pour obtenir des informations sur l'existence de boutiques disponibles, le commerçant demandeur passe par les réseaux sociaux⁶² des commerçants se trouvant au Grand Marché.

Différentes raisons expliquent le départ d'un commerçant du Grand Marché : la faillite, la volonté de développer ses activités commerciales en dehors du Grand Marché (soit dans la zone commerciale de Ouahigouya, soit à Ouagadougou), ou la retraite.

En analysant les trajectoires des commerçants, j'ai identifié trois logiques d'accès à une boutique : la « sous-location », la « vente » ou l'héritage de la boutique.

- **La « sous-location » : le droit de déléguer l'usage de la boutique**

Un commerçant qui quitte le Grand Marché peut adopter une stratégie consistant à « sous-louer » sa boutique au commerçant demandeur, temporairement ou de manière durable, avec ou sans spéculation sur le loyer à payer à l'administration. En termes de droits, la pratique de la « sous-location » exprime un *droit de déléguer l'usage* de la boutique. Ce droit varie selon qu'il est d'une durée fixe ou indéterminée. Par exemple, en parlant de la manière

⁶² D'après les enquêtes, ces réseaux sociaux se constituent selon différentes modalités : la proximité spatiale au sein du marché (le voisinage), le quartier ou le village d'origine, le type d'activité commerciale, l'âge, et le genre.

dont il a obtenu sa boutique, un commerçant « sous-locataire » évoque le *droit* attribué au cédant de la boutique qui est de *déléguer l'usage* sur une durée indéterminée :

« C'est la boutique d'un voisin. Il m'a donné la boutique et je paie chaque mois [à l'EPCD, nda]. En fait, il me la confiée, le jour où il veut sa boutique il la récupère même si c'est aujourd'hui. » (Souleymane, fripier, 17.11.07)

Le *droit de déléguer l'usage* de la boutique apparaît comme une stratégie du cédant consistant à sécuriser son *droit d'usage* sur la boutique. En prêtant temporairement la boutique, le cédant sait qu'il pourra s'installer à nouveau, que ce soit à un moment indéterminé (comme l'illustre la citation précédente) ou à un moment fixé par les parties. La citation suivante illustre cette stratégie de sécurisation des commerçants qui prêtent leur boutique :

« Si tu prends la boutique et que tu ne peux pas payer, vaut mieux donner à une personne qui paie par mois et la boutique est toujours pour toi. Le jour où tu gagnes l'argent, tu reprends ta boutique. » (Souleymane, fripier, 17.11.07)

Du point de vue du cédant, il existe parfois un *droit de tirer un revenu* de la « sous-location » s'appuyant sur le *droit de déléguer l'usage* de la boutique. Généralement, le « sous-locataire » paie directement le loyer auprès de l'administration, au moyen de la carte de locataire du titulaire administratif de la boutique qu'il occupe⁶³. Cependant, il arrive que ce soit le cédant de la boutique qui fait l'intermédiaire dans le paiement du loyer. Celui-ci demande parfois au « sous-locataire » un montant supérieur au montant du loyer. Ainsi, il tire un revenu de la « sous-location ». Par exemple, selon un « sous-locataire » interrogé, le montant versé au titulaire de sa boutique de 6m² se montait à 3000 Francs CFA, au lieu des 2500 Francs CFA exigés par la Cellule de gestion.

- ***La « vente » : le droit de transfert d'une boutique à titre marchand***

La « vente » de la boutique est une seconde voie d'accès. Elle consiste à céder définitivement une boutique à un commerçant demandeur en moyennant un pas-de-porte. En termes de droits, la « vente » d'une boutique se fonde sur l'idée d'un *droit de transfert à titre marchand*.

Il est intéressant de constater que certains commerçants interrogés ne considèrent pas forcément ce type de transfert de boutique comme une « vente ». Ceux-ci définissent plutôt le pas-de-porte comme un remboursement partiel de la somme investie dans le loyer de la boutique (le montant du loyer dépend principalement de la surface de vente de la boutique). En ce sens, le pas-de-porte constitue en quelque sorte un « retour sur investissement ». Par exemple, un tailleur interrogé estime qu'il est justifié de demander au repreneur de « rembourser » la somme investie dans le loyer :

« Si tu calcules l'argent que tu as mis dedans, peut-être ça vaut 500000 Francs CFA, si tu as quitté [le marché, nda], tu vas regretter, tu vas demander quelque chose [au repreneur, nda] pour rembourser. Ça c'est pas vendre. » (tailleur, 11.02.07)

Le corollaire de cette logique d'investissement est que les commerçants acceptent mal le paiement d'un bail à fonds perdus. Pourtant, ce mode de paiement est l'une des caractéristiques du principe de location dans le système de gestion mis en place par l'EPCD. Il semble que ce sont tout particulièrement les commerçants ayant travaillé dans l'ancien marché qui ont une perception négative de ce paiement.

« Ce qui nous gêne dans le paiement [du loyer, nda] c'est que ça n'a pas de fin, jusqu'à la mort, s'il y avait un prix fixe, 2 ou 3 millions [de Francs CFA, nda], tu

⁶³ Par exemple, la citation précédente de Souleymane (fripier, 17.11.07) rend compte de ce mode de paiement.

sais que si tu finis de payer tu seras propriétaire, ça vaut mieux, on préférerait ça, on ne serait plus fatigué. » (Salif, colatier, 18.10.07)

On comprend mieux pourquoi l'Association des commerçants aurait affirmé aux commerçants que le paiement ne durerait que 10 ans et que ces derniers deviendraient ensuite « propriétaires » de leur place de vente. Il s'agissait de faire croire aux commerçants que le paiement du loyer consistait en un investissement amenant à l'obtention définitive de la place de vente⁶⁴.

L'investissement n'est pas le seul facteur qui détermine le montant du pas-de-porte lors de la « vente ». D'après les personnes interrogées, le prix de « vente » d'une boutique se situe entre 200'000 à 500'000 francs CFA. Par exemple, un commerçant ne pourrait pas exiger du repreneur de payer un pas-de-porte largement supérieur à 500'000 Francs CFA. Cela signifie que la période durant laquelle un commerçant s'acquitte du paiement du loyer ne semble pas être l'unique déterminant du prix de vente de sa boutique. Ceci m'amène à faire l'hypothèse qu'un marché (dans le sens économique du terme) régule les prix de « vente » des boutiques. Dans ce marché aux boutiques, l'emplacement de ces dernières apparaît comme un facteur supplémentaire qui détermine le prix de « vente ». Selon les interlocuteurs, les boutiques situées dans les zones plus animées (principalement sur l'allée principale du Grand Marché) sont plus coûteuses que celles, moins attractives, qui se trouvent dans les espaces peu fréquentés par la clientèle : « *là où ça mouvemente tu paies plus, et là où ça mouvemente moins tu paies moins* » (Issouf, tailleur, 05.02.08).

S'il l'on met en perspective cette stratégie de « vente » de boutiques avec le fonctionnement de l'ancien marché, on constate une logique de continuité entre l'ancien et le nouveau Grand Marché. En effet, j'ai démontré au chapitre 1 que les commerçants géraient l'accès aux places de vente par un système de transactions interne au marché. Interrogé sur l'existence de formes de « vente » de boutiques dans l'ancien marché, un ancien commerçant affirme par exemple que « *ça se faisait mais à l'insu de l'autorité. Si moi je pense que je m'entends avec quelqu'un, la personne paie à l'administration et nous on s'arrange.* » (Ali, colatier et transporteur, 20.01.08).

Par ailleurs, cette continuité s'explique également par le mode d'acquisition des boutiques au moment de l'ouverture du nouveau marché. En effet, j'ai démontré précédemment⁶⁵ que le mode d'attribution clientéliste des places de vente a favorisé le phénomène des transactions, que ce soit sous la forme de la « sous-location » ou de la « vente ». De plus, la hausse des prélèvements opérés par la commune a certainement contribué au phénomène des transactions. Un certain nombre de personnes interrogées m'ont en effet affirmé que beaucoup de commerçants sont « tombés » peu de temps après l'ouverture du grand Marché. Dans le but d'amortir leur faillite, ces commerçants ont sans doute « vendu » (ou « sous-loué ») leur boutique pour récupérer l'argent investi dans le loyer.

Cependant, il faut préciser que, dans l'ancien marché, le prix de « vente » était plutôt justifié par l'investissement consenti par le commerçant dans la construction de la boutique⁶⁶ que par la somme comparativement plus faible qui était dépensée pour payer la taxe municipale. Avec le réaménagement du Grand Marché et la mise en place d'un système de gestion se basant sur une conception rentabiliste des marchés urbains, on passe d'une taxe quasi unique et prélevée de manière irrégulière, à des loyers beaucoup plus conséquents et perçus systématiquement par l'administration. On peut donc faire l'hypothèse que cette hausse importante des loyers a redéfini le calcul du prix de « vente » : n'ayant plus à investir dans la construction de boutiques dans le nouveau Grand Marché, les commerçants auraient

⁶⁴ Voir point 3.1.2 : « Les infrastructures comme instrument politique : la cas de la grève de 2000 » de cette partie.

⁶⁵ Voir point 4.1.1 : « La gestion des places de vente » de cette partie.

⁶⁶ Voir point 1.3 : « Evolution des modes de gestion » de cette partie.

justifié le prix de « vente » par l'investissement consenti dans le paiement du loyer à la Cellule de gestion.

- ***L'héritage : le droit de transfert de la boutique à titre non marchand***

L'héritage de la boutique est la troisième voie d'accès identifiée. Il s'agit de la possibilité qu'a le titulaire d'une boutique, lorsqu'il part en retraite, de céder définitivement son lieu de vente à un membre de sa famille, à son apprenti ou, plus généralement, à une personne socialement proche. En termes de droit, le fait de pouvoir hériter d'une boutique s'appuie sur le *droit de transfert à titre non marchand*.

Plusieurs commerçants interrogés m'ont en effet affirmé qu'ils avaient hérité de la boutique de leur père, de leur « patron » ou de leur « grand frère ».

On peut supposer que l'héritage n'est pas un don unilatéral, mais qu'il est sous-tendu par des mécanismes de réciprocité entre l'héritier et le commerçant quittant le marché. Cependant, les enquêtes ne me permettent pas de rendre compte de ces logiques.

6.1.2 Modes d'appropriation des étals fixes

Construits par l'EPCD en Blocs de Terre Comprimée (BTC) et en béton, les étals fixes sont situés autour de la boucherie du Grand Marché (64 étals) et dans le Marché aux légumes (environ 300 étals). Les étals sont occupés en majorité par des vendeuses de produits maraîchers et céréaliers⁶⁷.

Selon mes observations, les étals fixes sont inégalement occupés par les commerçantes. Au Grand Marché, la tendance est d'investir les étals se trouvant au bord des ruelles – surtout du côté de l'allée principale du marché – laissant vacants la plupart des étals qui jouxtent directement la boucherie. Ces derniers sont en effet considérés comme étant situés dans un espace « *coincé* » qui ne se trouve pas sur le parcours habituel de la clientèle. Au Marché aux légumes, la densité dans l'occupation des étals diminue en remontant au Nord de l'infrastructure (du côté du Palais royal)⁶⁸. A cause d'un phénomène « d'attraction » entre les deux infrastructures, l'espace le plus investi du Marché aux légumes se trouve du côté du Grand Marché.

Dans le système de gestion de la Cellule, tous les étals du marché ont été attribués à des commerçantes par des contrats de location, même les étals qui semblent *a priori* inoccupés. Il faut cependant préciser que, dans la même logique que les boutiques du Grand Marché, les personnes occupant les étals fixes ne correspondent pas toujours aux attributaires enregistrées par la Cellule de gestion : certaines ont quitté leur étal pour le remettre à une autre commerçante, d'autres exercent toujours leur activité dans les infrastructures, mais à une place différente. Une commerçante explique par exemple que certaines vendeuses de légumes sont locataires d'un étal en dur, mais elles préfèrent exercer leur activité au bord de la route : « *toutes celles que tu vois ici [au bord de la route, nda] ont des étals là-bas [au Marché aux légumes, nda], leur nom se trouve là-bas* » (vendeuse de légumes, 17.11.07).

⁶⁷ Si la question du rapport entre genre et appropriation de l'espace n'est pas spécifiquement abordée dans ce travail, il faut néanmoins préciser que le genre est un critère important dans la structuration de la place marchande : la majorité des commerçants occupant les étals fixes et les places au sol sont des femmes, tandis que la plupart des locataires des boutiques sont des hommes. Par contre, il n'y a pas de tendance nette concernant les étals en bois et la vente ambulante. C'est pourquoi le féminin est en principe utilisé pour les personnes occupant les étals fixes et les places au sol, tandis que le masculin est choisi pour les usagers des autres places de vente (boutiques, étals en bois, vente ambulante).

⁶⁸ La densité dans l'occupation des étals fixes varie au cours de l'année : les commerçantes sont plus nombreuses après les récoltes des cultures vivrières et maraîchères. Ces variations sont également valables pour les usagers des autres types de places de vente (boutiques, étals en bois, places au sol, vente ambulante).

Les étals fixes, à l'instar des boutiques, constituent donc un objet de transactions qui opèrent en parallèle du circuit administratif de la Cellule de gestion. Selon mes entretiens et mes observations, l'accès aux étals fixes est en effet géré par les commerçantes de la place marchande : chaque commerçante a une place bien déterminée et exerce certains droits sur celle-ci : la titulaire de l'étal peut prêter son étal de manière temporaire ou sans échéance fixe ; les formes de « sous-location » avec spéculation semblent beaucoup plus rares ; enfin, l'héritage est également pratiqué. Les enquêtes permettent d'affirmer que, contrairement à la « vente » ou la « sous-location » avec spéculation effectuées par les titulaires de boutiques du Grand Marché, les formes de transactions d'étals fixes *à titre marchand* sont plutôt exceptionnelles. Un commerçant du Marché aux légumes estime par exemple que « *un étal, ça ne se paie pas, mais au Grand Marché ça se fait [pour les boutiques, nda]* » (fripier, 17.11.07).

Si l'on met en perspective à la fois les stratégies d'appropriation des étals fixes par les commerçantes et le mode de gestion de l'administration avec les pratiques de gestion dans l'ancien marché, on peut constater une continuité. Dans l'ancien marché, la Régie des recettes municipales taxait 25 Francs CFA par jour les commerçants occupant un étal ou une place au sol ; mais elle jouait un rôle limité dans l'attribution de ces places de vente⁶⁹. Après la construction des deux infrastructures marchandes grâce à l'appui suisse au PDVM, les commerçants voulant occuper les étals fixes ont dû signer des contrats de location et payer un loyer mensuel de 750 Francs CFA. Cependant, ce mode de gestion s'est transformé pour deux raisons : la première est que, comme pour les boutiques, les « transactions » des étals fixes ont mis la Cellule de gestion dans l'impossibilité de suivre l'occupation effective de la plupart de ces places de vente ; la deuxième raison est que le mode de prélèvement par mois a été modifié ultérieurement. Une délégation de commerçantes a en effet négocié auprès de l'EPCD le rétablissement du système de paiement journalier à 25 Francs CFA pour les places au sol, les étals en bois et la plupart des étals fixes. Celles-ci estimaient que le paiement par mois était trop contraignant. L'EPCD a donc adapté son système de gestion à la demande des commerçantes.

Ainsi, la continuité s'observe à la fois au niveau du mode de prélèvement journalier effectué par l'administration, et au niveau des modes d'accès aux places de vente opérés par les commerçantes.

6.1.3 *Mode d'appropriation des espaces communs*

En dehors des boutiques et des étals fixes, il y a ce que l'on peut catégoriser comme les « espaces communs » du Grand Marché et du Marché aux légumes. Ce sont les espaces investis par les étals en bois, la vente au sol et la vente ambulante. Si je différencie les espaces communs des autres places de vente (boutiques et étals fixes), c'est parce que cette distinction apparaît dans le modèle de gestion, et qu'il est intéressant de mettre celle-ci en perspective avec les modes d'appropriation de ces espaces et les interventions de la Cellule de gestion.

Dans le modèle de gestion des infrastructures, maîtriser l'usage des espaces communs apparaît comme un enjeu important. Selon les termes du Règlement intérieur des infrastructures marchandes, les espaces communs sont les « parties communes » où toute activité commerciale est interdite (Commune de Ouahigouya, 2003b :art. 5). Distinguant les espaces autorisés (boutiques, étals fixes, et places au sol répertoriées) et les espaces interdits à la vente (« parties communes »), le Règlement illustre ainsi le principe du modèle de gestion selon lequel l'usage de l'espace marchand doit être étroitement contrôlé par l'administration.

⁶⁹ Voir point 1.3 : « Evolution des modes de gestion » de cette partie.

Les espaces communs du Grand Marché et du Marché aux légumes sont investis par de nombreux commerçants : les vendeurs ayant aménagé leur propre étal en bois, les vendeurs se plaçant directement au sol et les commerçants ambulants. Selon mes observations, différents éléments caractérisent les modes d'appropriation des espaces communs par ces commerçants.

En premier lieu, par leurs différents modes de vente, ces commerçants considèrent avoir un *droit d'usage* sur les espaces communs. Ces usagers ont chacun un espace de vente qui peut être un étal en bois, une surface au sol ou plus généralement les ruelles des deux marchés. Chaque espace de vente est bien déterminé et est reconnu par les commerçants voisins. Même en l'absence de marqueurs territoriaux (par ex. un étal en bois), ce *droit d'usage* des espaces communs est reconnu par les commerçants de la place marchande.

En deuxième lieu, l'emplacement des vendeurs à l'étal en bois et des commerçants au sol est lié aux circuits habituels des clients qui s'approvisionnent en légumes, céréales et viande pour les repas. Selon mes observations, le circuit principal se situe entre le Marché aux légumes et la boucherie du Grand Marché, et le long de l'allée centrale de ce dernier (entre la 2^{ème} et 3^{ème} étape⁷⁰). Par exemple, tous les matins, un certain nombre de vendeuses de produits maraîchers se place au sol de manière à former un « couloir » le long de l'allée centrale (voir 1^{ère} photo de la page de titre).

En troisième lieu, certains vendeurs à l'étal en bois et au sol ont tendance à s'installer aux abords des infrastructures marchandes. Par exemple, beaucoup de vendeuses de légumes se placent le long et même sur la route délimitant le Grand Marché du Marché aux légumes. J'ai identifié différentes raisons qui expliquent ces modes d'appropriation : premièrement, ces vendeurs de légumes se placent au bord de la route pour attirer les clients motorisés ; deuxièmement, selon plusieurs interlocutrices, certaines vendeuses de légumes exerçaient leur activité au bord de la route avant même le réaménagement du Grand Marché et la construction du Marché aux légumes (logique de continuité) ; troisièmement, durant la nuit, le Marché aux légumes est uniquement éclairé du côté du Grand Marché, cet éclairage public motive ainsi certaines vendeuses à vendre au bord de la route, parfois jusqu'à 22h ; enfin, les étales fixes sont parfois considérés comme étant peu fonctionnels car trop petits. Par exemple, une vendeuse de légumes explique pourquoi elle préfère occuper le bord de la route au lieu des étales fixes du Grand Marché :

« Je ne peux pas rester dans le Grand Marché, parce que je n'ai plus de la place là-bas pour m'occuper de mes clients. C'est pour cela que je suis sortie dehors. (...) Le problème sur les étales [fixes, nda], il y a des moments si tu as beaucoup de produits, la place ça ne te suffit pas. » (Clémence, vendeuse de légumes, 14.11.07)

A mon sens, la description de ces modes d'appropriation des espaces communs permet de mieux comprendre les logiques d'action et les logiques représentationnelles des acteurs de la Cellule de gestion. En effet, les modes d'appropriation des espaces communs, comme pour les boutiques, semblent à la fois admis tacitement et condamnés par l'administration : si les étales en bois et les places au sol se trouvant au sein des infrastructures marchandes ne semblent pas poser de problèmes à la Cellule de gestion, ce sont par contre les marchands ambulants et les commerçants se trouvant en dehors des infrastructures, et plus particulièrement au bord de la route, qui sont considérés comme facteurs de « désordre »⁷¹ et qui justifient des interventions (opérations de déguerpissement, recensement). Selon mon interprétation, cette stigmatisation des marchands ambulants et des vendeurs se trouvant au bord de la route se fonde sur les critères spatiaux que sont l'opposition fixe/mobile et l'opposition dedans/dehors. Ces critères mobilisés par l'administration expliqueraient

⁷⁰ Voir Illustration n°3, page 34.

⁷¹ Voir point 4.2 : « Les logiques représentationnelles » (EPCD) de cette partie.

pourquoi les commerçants n'ayant pas de place fixe ou se trouvant en dehors des infrastructures sont perçus négativement par l'administration.

Si j'ai analysé les différents modes d'appropriation de l'espace marchand (boutiques, étals fixes, espaces communs) en mettant en évidence les « faisceaux de droits » opérés par les commerçants, je n'ai par contre pas encore explicité les mécanismes qui permettent à ces droits d'être « opérants ». En d'autres termes, je n'ai pas encore explicité les logiques d'action des commerçants qui permettent de sécuriser ces droits.

6.1.4 *Sécurisation des modes d'appropriation*

Il s'agit ici de mettre en évidence les mécanismes de sécurisation des modes d'appropriation de l'espace marchand par les commerçants. Les enquêtes me permettent de dégager deux logiques d'action opérées par les commerçants : l'usage de témoins dans les transactions et le recours à l'administration.

La première logique d'action concerne les formes de « vente » ou de « sous-location » de boutiques. Plusieurs interlocuteurs du Grand Marché m'ont affirmé que l'arrangement convenu entre le cédant et le repreneur de la boutique se fait généralement en présence de témoins. Choisis par les parties (le cédant et le repreneur), ces témoins sont en principe les commerçants occupant les boutiques voisines à celle qui est cédée. Les témoins engagés dans la passation de la boutique ont pour fonction d'éviter que des conflits n'apparaissent ultérieurement entre le cédant et le repreneur à propos des termes de l'arrangement. Le contenu de l'accord relève du montant du pas-de-porte, du montant du loyer, ou encore de la durée du prêt. Dans le cas de la « sous-location », les témoins ont parfois un droit de regard sur les activités du « sous-locataire » : leur rôle est de rendre compte au « locataire » du succès ou non des activités commerciales du repreneur. Questionné à propos des témoins, le commerçant suivant illustre bien le rôle que ces derniers ont dans la régulation des conflits entre les parties :

« C'est pour qu'il n'y ait pas de problème, si le propriétaire vient pour récupérer sa boutique et l'autre dit qu'il lui a remis de l'argent alors qu'il n'a pas pris, ça devient un problème. Les témoins peuvent les départager. » (Madi, vendeur de tissus, 22.11.07)

Les enquêtes ne me permettent pas d'affirmer que les transactions des autres types de places de vente sont également opérées en présence de témoins. Cependant, les modes d'accès aux autres places de vente sont similaires à ceux des boutiques. On peut donc faire l'hypothèse que des formes de contrôle de l'accès aux étals (fixes ou en bois) ou aux places au sol existent ; les usagers sont donc certainement témoins des transactions qui sont effectuées. Le *droit d'usage* de ces places de vente serait ainsi sécurisé par ces formes de contrôle. Par ailleurs, on peut supposer que les passations de tous types de places de vente dans l'ancien marché se faisaient également avec l'implication de témoins, vu l'influence que les commerçants exerçaient sur l'accès de ces places de vente.

La deuxième logique d'action se rapporte à la gestion administrative des infrastructures. Selon les enquêtes, les modes d'accès aux places de vente ne s'opèrent pas en « vase clos », car certains commerçants ont recours à l'administration dans le cadre de transactions de boutiques. Différents cas se présentent :

Il y a les cas de permutation officielle de boutiques. J'ai montré précédemment que deux commerçants voulant « échanger » leur boutique ont parfois recours à l'administration pour changer les noms figurant sur les contrats de location des deux places de vente. Cette stratégie s'inscrit dans une logique de sécurisation du *droit d'usage* de la boutique « échangée », car elle annule *a priori* toute possibilité de conflits entre les deux commerçants concernés.

Selon le gestionnaire, il existe également des cas où les parties ayant réalisé une transaction *à titre marchand* d'une boutique se présentent à la Cellule de gestion pour revendiquer chacun son *droit d'usage* sur la place de vente : pour le cédant, il s'agit de contester la « vente » de sa boutique dans l'objectif de la reprendre ; du point de vue du repreneur, il s'agit au contraire d'affirmer l'existence d'une « vente », afin de continuer d'occuper la boutique. Cependant, la Cellule de gestion refuse d'entrer en matière⁷² : elle propose aux parties en conflit de se tourner auprès de la Gendarmerie. Même si ces demandes sont rejetées par l'administration, les cas de contestation de la « vente » d'une boutique illustrent néanmoins la stratégie de chacune de parties : du point de vue du cédant, il s'agit d'affirmer son *droit d'usage* sur la place de vente, et, de la perspective du repreneur, il est question de sécuriser son *droit de transfert à titre marchand*.

6.1.5 La légitimité des modes d'appropriation

J'ai montré jusqu'ici que les modes d'appropriation opérés par les commerçants se caractérisent par des « faisceaux de droits » sur les places de vente du Grand Marché et du Marché aux légumes. Puis j'ai précisé que certains de ces droits sont sécurisés par l'intervention de commerçants témoins ou de l'administration des infrastructures. Au regard de la question de départ, comment mettre en évidence l'articulation entre le projet de construction des infrastructures et les logiques d'action des commerçants ?

Pour illustrer cette « articulation », j'ai choisi de me pencher sur les différentes « sphères de légitimité » dans lesquelles les logiques d'action semblent s'inscrire. A mon sens, cet outil interprétatif proposé par Zongo et Mathieu (2000 : 29) permet de mettre en évidence toute la dynamique des modes d'appropriation des commerçants. Si l'on se réfère aux différents « registres » proposés (*coutume, marché et législation étatique*), on comprend le caractère pluriel de la légitimité de leurs actions :

Premièrement, il est évident que toutes les formes d'appropriation et de sécurisation tiennent compte de la *législation étatique*, puisque la Cellule de gestion prélève les loyers auprès des commerçants du Grand Marché et du Marché aux légumes et, accessoirement, opère des permutations officielles de boutiques.

Deuxièmement, le modèle de gestion (*législation étatique*) est parfois détourné par les modes d'appropriation des commerçants : certains détournements relèvent plutôt du *marché* (« vente », « sous-location » avec spéculation, emplacements au bord de la route), d'autres semblent liés à la *coutume* (héritage, passation en présence de témoins).

Troisièmement, certains « détournements » comme la « vente » sont tellement légitimes pour les commerçants que certains usagers en conflit n'hésitent pas à se tourner auprès de l'administration (*législation étatique*) dans l'espoir d'obtenir gain de cause.

Ainsi, si la plupart des modes d'appropriation semblent s'inscrire dans une logique de continuité avec les pratiques dans l'ancien marché, il faut cependant observer que les commerçants redéfinissent de manière dynamique leurs logiques d'action face aux transformations de contexte institutionnel, architectural et gestionnaire.

6.2 Les logiques représentationnelles

Les logiques représentationnelles que j'ai identifiées chez les commerçants permettent d'approfondir la compréhension de leurs logiques d'action et des changements survenus avec la construction du Grand Marché et du Marché aux légumes. Au point 6.2.1, il s'agit de

⁷² Voir pt 4.1.1 : « La gestion des places de vente » de cette partie.

montrer que le paiement régulier du loyer à l'administration ainsi que l'existence de transactions de boutiques s'expliquent notamment par la valeur symbolique que les commerçants attribuent à ces places de vente.

En plus de cette représentation des boutiques, j'ai remarqué durant mon enquête que la question du « dynamisme » du Grand Marché et du Marché aux légumes était fréquemment abordée par les commerçants interrogés. Partant des représentations spatiales qu'ont les interlocuteurs de l'espace marchand, je tente au point 6.2.2 de construire une réflexion sur les modifications de l'espace que le projet de l'appui suisse au PDVM a induites.

6.2.1 *La valeur symbolique attribuée aux boutiques*

J'ai montré précédemment que les logiques d'action des commerçants consistent à gérer l'accès aux places de vente parallèlement au système de gestion de la Cellule. Selon les observations et les entretiens, un commerçant qui éprouve des difficultés à payer son loyer tente généralement de garder son *droit d'usage* sur la boutique le plus longtemps possible, avant de céder éventuellement son lieu de vente à un autre commerçant (« vente » ou « sous-location »). Selon plusieurs commerçants, le fait de devoir céder la boutique pour cause de faillite est synonyme de déshonneur : « *c'est une question de honte, quand tu donnes ta boutique à un autre c'est la honte, c'est pourquoi les gens font tout pour payer [le loyer, nda]* » (Souleymane, fripier, 17.11.07) ; « *c'est la honte, les voisins vont dire qu'il est en faillite, on le voit et on dit qu'il est tombé.* » (Ramata, vendeuse de légumes, 18.11.07).

Ces discours montrent que les commerçants accordent une valeur symbolique et sociale forte au fait de pouvoir occuper une boutique : par honneur, il s'agit de conserver à tout prix le *droit d'usage* de la boutique, même dans une situation financière difficile. Cette logique représentationnelle permet de comprendre le sens de certaines logiques d'action des commerçants :

En premier lieu, un commerçant est « socialement » amené à occuper sa boutique, même s'il n'arrive pas à tirer un revenu de son activité commerciale. En effet, la pression sociale exercée par sa famille et ses voisins au marché l'oblige à être présent la plupart du temps au marché. D'une part, il ne peut rester à son domicile par crainte que la famille et le voisinage ne le soupçonnent de faillite, et, d'autre part, les relations sociales entretenues au marché l'amènent à devoir justifier ses éventuelles absences.

« Le commerçant ne peut pas rester à la maison, même si tu passes la journée sans rien avoir [sans bénéfice, nda], tu vas causer avec les voisins, c'est pour te distraire. (...) Si tu ne viens pas au marché à cause d'un problème de santé, d'un décès dans la famille, tu envoies quelqu'un pour dire l'empêchement. » (tailleur, 11.02.08)

En deuxième lieu, les commerçants dont la boutique a été fermée par la Cellule de gestion s'arrangent presque toujours pour payer les loyers en retard et la pénalité avant d'être expulsés du marché⁷³. Le but est en effet d'occuper à nouveau leur place de vente et d'éviter notamment d'être accusés de faillite par l'entourage. Pour payer les loyers en retard, beaucoup de commerçants vendent une tête de leur cheptel (bœufs, moutons ou chèvres)⁷⁴. Certains ont même une stratégie qui permet d'éviter le verrouillage de la boutique : cette stratégie de prévoyance consiste à épargner chaque jour un certain montant et, lorsque le mois se termine, l'épargne permet de payer le loyer.

⁷³ Voir point 4.1.2 : « Les stratégies mises en œuvre dans le recouvrement des loyers » de cette partie.

⁷⁴ Selon la plupart des informateurs, les commerçants possèdent souvent quelques têtes de bétail qui peuvent être vendues durant les périodes financières difficiles.

En troisième lieu, la peur d'être déshonoré par une faillite commerciale peut justifier la « sous-location » de la boutique. En sous-louant sa boutique, un commerçant en faillite ne « quitte » pas véritablement le marché. Celui-ci conserve en effet un droit d'accès à la place de vente qu'il pourra faire valoir lorsque ses moyens lui permettront de démarrer à nouveau une activité commerciale.

6.2.2 Les représentations spatiales du Grand Marché

Selon le géographe africaniste Gervais-Lambony, les représentations spatiales des citadins des villes africaines se construisent notamment sur la perception du degré « d'animation » dans l'espace urbain. Il estime en effet que l'animation est « un critère descriptif souvent utilisé par les citadins. Tout laisse à penser qu'elle joue un grand rôle dans les représentations de l'espace. » (Gervais-Lambony, 1994 : 318).

Selon les entretiens effectués avec les commerçants, l'animation est également un critère permettant pour eux de caractériser le Grand Marché et le Marché aux légumes. Au-delà du discours stéréotypé selon lequel « *le marché, ça ne marche pas* », des discours plus élaborés montrent qu'une des préoccupations importantes des commerçants est le degré d'animation dans l'espace marchand. Beaucoup considèrent en effet le Grand Marché comme étant peu dynamique. Différentes notions sont utilisées par les commerçants pour décrire ce manque d'animation : le marché est trop « *mou* » ; il ne « *mouvemente* » pas assez ; il n'y a pas assez de « *bousculade* »⁷⁵ dans les ruelles de l'infrastructure.

A mon sens, cette représentation spatiale du marché se construit sur différents référents qui sont imbriqués. Par exemple, pour décrire le Grand Marché, le commerçant cité ci-dessous construit son discours à la fois sur une vision idéale d'un marché qui « *mouvemente bien* », sur une image positive de l'ancien marché où il y avait « *l'ambiance* », et sur une perception négative du système de gestion du nouveau marché (trop de « *taxes* ») :

« [Le Grand Marché] *c'est bien construit, c'est qu'il est joli est bien organisé, le nouveau, mais ce n'est pas ce que nous on cherche, on cherche un marché qui mouvemente bien. Avant c'était désordonné, désorganisé, mais il y avait l'ambiance et moins de taxes.* » (Issoufa, fripier, 23.11.07)

L'ambiguïté des discours sur le Grand Marché est que son espace est décrit tant positivement que négativement : l'espace est « *bien construit* » et « *organisé* », mais en même temps il ne semble pas satisfaire certains interlocuteurs. Justifiée par un manque d'animation au Grand Marché, cette insatisfaction s'explique par au moins trois éléments présentés ci-dessous: les transformations de la configuration spatiale de la place marchande par l'appui suisse au PDVM, l'usage des boutiques comme magasins de stockage et, finalement, les commerçants basés au Grand Marché qui exercent leurs activités hors de l'infrastructure.

Le premier élément qui explique cette représentation spatiale négative du Grand Marché est relatif à l'intervention de l'appui suisse au PDVM. Au point 2.4, je montre que le projet architectural est différent de la configuration spatiale de l'ancien marché : l'intervention consiste notamment à agrandir la surface du Grand Marché et à réaliser une infrastructure supplémentaire (le Marché aux légumes). Dans les discours des interlocuteurs du Grand Marché, ces modifications de la configuration de la place marchande expliquent le manque de dynamisme dans le Grand Marché. Voici deux exemples :

« *Le marché est trop vaste. Sans la première étape [espace supplémentaire, nda] et sans le Naab-Raaga [le Marché aux légumes, nda], il y aurait beaucoup d'ambiance.* » (Issouf, fripier, 23.11.07)

⁷⁵ Dans les discours, la « bousculade » est synonyme de dynamisme commercial : « *quand y a la bousculade, ça veut dire qu'il y a des achats* » (vendeuse de légumes, 18.11.07).

« Je pense que la dimension du marché est grande. Quand ce n'était pas construit ça marchait plus qu'aujourd'hui. Donc de nos jours les gens ferment les hangars, ça ne va pas, ils ferment et quittent le marché. » (Adama, fripier, 18.10.07)

Si la construction du Marché aux légumes apparaît comme un problème dans les discours de certains commerçants, c'est parce que la présence de vendeuses de produits maraîchers est considérée comme étant essentielle pour dynamiser le commerce des commerçants occupant les boutiques du Grand Marché : *« là où il y a des femmes, il y aura des va-et-vient, là où il y a des va-et-vient, on peut faire le commerce »* (Bouba, commerce général, 26.11.07). Comme je l'ai montré précédemment⁷⁶, la plupart des vendeuses de produits maraîchers se trouvant dans l'ancien marché ont en effet préféré s'installer dans le Marché aux légumes ou à ses abords. Ainsi, le Marché aux légumes, contrairement au Grand Marché, est perçu comme étant animé.

On peut faire ici l'hypothèse que la reconfiguration spatiale entre 1994 et 1996 s'est accompagnée d'une reconfiguration sociale de la place marchande : l'élargissement de la surface du Grand Marché et la construction d'un marché supplémentaire ont sans doute entraîné une dilution des relations interpersonnelles entre commerçants. Ce mécanisme expliquerait en partie la représentation spatiale selon laquelle le Grand Marché réaménagé a un déficit d'« ambiance » et de dynamisme commercial.

Le deuxième élément qui permet d'interpréter cette représentation spatiale a trait à l'usage des boutiques comme magasins de stockage. Dans les entretiens menés avec les commerçants, il ressort que l'usage des boutiques comme magasins de stockage est considéré négativement car ceux-ci *« tuent le marché »* : étant constamment fermés, les magasins de stockage entravent le dynamisme commercial du Grand Marché. Une estimation révèle qu'environ 25% des boutiques du Grand Marché sont fermées⁷⁷. Différentes raisons expliquent l'existence de magasins. Selon les enquêtes, le prix de location des boutiques est nettement plus bas que celui des magasins de stockage aménagés dans les concessions voisines aux infrastructures marchandes (2500 à 11000 Francs CFA au Grand Marché ; jusqu'à 20000 Francs CFA dans une concession voisine). En outre, avec la fermeture du marché entre 18h et 6h30 et la surveillance opérée par le service de gardiennage de l'EPCD, les boutiques situées dans l'enceinte du marché constituent une opportunité pour stocker des marchandises de manière sécurisée. Possédant plusieurs boutiques transformées en magasins, le commerçant suivant illustre bien l'intérêt de stocker les marchandises au Grand Marché :

« Dans les cours (concessions voisines, nda) tu peux pas avoir une petite maison que tu vas payer à 2500 [Francs CFA, nda]. Ou bien si tu paies à 2500 c'est une maison construite en banco et la porte en tôle ne donne pas garantie. Tu préfères mettre là-bas au Grand Marché. » (Michel, commerce général, 26.11.07)

Le troisième élément qui explique une représentation spatiale négative du Grand Marché est lié à la mobilité des commerçants du Grand Marché vers les marchés hebdomadaires de la région. Motivée par des considérations économiques à l'échelle régionale, cette mobilité semble avoir pour corollaire d'affaiblir le dynamisme commercial du Grand Marché. Selon mes observations et les entretiens effectués, beaucoup de commerçants installés au Grand Marché ou au Marché aux légumes se rendent régulièrement dans les marchés

⁷⁶ Voir point 6.1.2 : « Modes d'appropriation des étals fixes » et point 6.1.3 : « Modes d'appropriation des espaces communs » de cette partie.

⁷⁷ Avec l'aide de mon interprète, j'ai compté et répertorié durant une journée le nombre de boutiques fermées afin d'évaluer l'ampleur du phénomène. A noter que les boutiques fermées ne sont pas toutes des magasins de stockage, puisque d'autres raisons expliquent leur fermeture (commerçants en faillite, travaux aux champs, maladie, fêtes, etc.).

hebdomadaires de la région⁷⁸, utilisant (pour ceux qui en possèdent) momentanément ou de manière constante leur boutique comme dépôt de marchandises.

« La moitié des gens du marché de Ouahigouya y vont [dans les marchés de la région, nda]. Le commerce ici est mort. (...) Certains peuvent aller toute la semaine de marché en marché. S'ils reviennent, c'est pour prendre la marchandise et repartir. » (Souleymane, fripier, 17.11.07)

Ainsi, on remarque que la représentation spatiale des infrastructures par les commerçants est différente de celle des acteurs de la commune. Alors que pour les acteurs interrogés de la Mairie et de l'EPCD, l'espace marchand doit être idéalement ordonné et codifié, la représentation de l'espace marchand par les commerçants se construit sur le critère de l'animation. Les perceptions de la densité de l'espace marchand sont particulièrement différentes : pour les commerçants, un espace marchand densément occupé est connoté positivement, tandis que pour l'administration (et selon le projet architectural), une trop forte densité est négativement perçue (difficultés à identifier les usagers, occupation non réglementaire des places de vente, risques d'incendie, etc.).

La prochaine partie consiste à synthétiser les résultats obtenus tout en les confrontant aux hypothèses exploratoires de la première partie. Enfin, il s'agit de réfléchir sur les apports de ce travail ainsi que sur les éléments qu'il serait intéressant d'approfondir.

⁷⁸ Selon un transporteur (Koudougou, 15.02.08), environs 45 camions de 10 tonnes partent chaque semaine de la zone commerciale du Grand Marché et du Marché aux légumes pour transporter des commerçants et leurs marchandises vers une dizaine de marchés hebdomadaires de la région.

QUATRIÈME PARTIE

CONCLUSION

1. SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

Tout au long de ce travail, j'ai tenté de comprendre comment s'articulent le projet d'appui suisse au PDVM et les logiques d'action relatives au fonctionnement du Grand Marché et du Marché aux légumes. Il s'agit maintenant de synthétiser les résultats selon les hypothèses exploratoires formulées dans la première partie. Ci-dessous, chaque hypothèse exploratoire est discutée selon les résultats obtenus.

H1 Dans une perspective historique, l'aménagement des infrastructures marchandes du PDVM s'inscrit dans la continuité des interventions sur l'espace marchand par l'administration publique depuis la période coloniale.

Avant que la Coopération Suisse n'intervienne à Ouahigouya dans le cadre du PDVM, j'ai montré que le Grand Marché est depuis les années 1950 un espace d'intervention pour l'administration coloniale et celle qui lui a succédé après l'indépendance du pays. Ces interventions ont consisté à déplacer le marché sur le site actuel, construire des bâtiments et, depuis les années 1970, prélever des taxes chez les commerçants occupant le marché. Si les commerçants apparaissent comme les principaux acteurs de la gestion de l'espace marchand (accès aux places de vente, construction des hangars), l'administration publique exerce une influence grandissante sur le fonctionnement de la place marchande depuis son implantation sur le site actuel. Ainsi, **la place marchande apparaît comme un espace d'intervention privilégié pour affirmer l'autorité de l'administration publique.**

En ce sens, l'intervention de la Coopération Suisse consistant à réaménager le Grand Marché et construire le Marché aux légumes s'inscrit dans une continuité avec les interventions précédentes. Avec le dispositif de développement de l'appui suisse au PDVM, la commune dispose depuis lors d'outils de gestion beaucoup plus performants pour prélever des recettes dans l'espace marchand et contrôler les pratiques des usagers. Ainsi, la municipalité mise en place en 1995 exerce une influence plus forte que la Préfecture sur l'ancien marché.

Il aurait été intéressant d'approfondir la question de la fonction des autorités coutumières dans la gestion de l'ancien marché et de ses rapports avec la gestion municipale. Les enquêtes ne permettent cependant pas de savoir à quel moment les autorités coutumières ont cessé d'exercer une influence sur la gestion de l'espace marchand.

H2 Avec l'irruption du dispositif de développement de l'appui suisse au PDVM à Ouahigouya et la (re)construction du Grand Marché et du Marché aux légumes, le paysage institutionnel local a été modifié.

La mise en place d'une structure chargée de réaliser les infrastructures (EPCD) et d'un bureau de gestion (Cellule de gestion) fait partie intégrante du projet de réaménagement du Grand Marché et de la construction du Marché aux légumes. Ce montage institutionnel opéré par l'appui suisse au PDVM a modifié le paysage institutionnel et le rôle des différentes catégories d'acteurs intervenant dans le fonctionnement des infrastructures marchandes : j'ai montré notamment que la gestion opérée par la Préfecture est passée aux mains de l'EPCD et de la Mairie, et que l'Association des commerçants est devenue dans le dispositif de développement le « représentant » légitime des commerçants occupant les infrastructures réalisées.

En confrontant cette reconfiguration de l'arène locale avec la rationalité du dispositif de développement de l'appui suisse au PDVM, j'ai évoqué le fait que certaines stratégies de l'intervenant (la Coopération Suisse) et des destinataires « s'écartent » considérablement de la volonté initiale de soutenir la décentralisation et l'autonomisation de la commune de Ouahigouya. En effet, si l'objectif de la Coopération Suisse est de promouvoir « l'autodéveloppement » de la commune, son montage institutionnel est pourtant ambigu : la création d'une structure chargée d'améliorer les capacités de gestion de la commune s'inscrit dans une logique de « contrôle externe » de la gestion plutôt que dans une logique de décentralisation où les outils de gestion sont transférés à la commune. On peut constater que ce mode d'intervention propose un « circuit long » (Naudet dans Jacob, 2000) qui a un impact considérable sur l'arène locale. J'ai montré par exemple que la baisse des loyers par la Mairie qui a suivi la grève des commerçants en 2000 s'explique en partie par la « jalousie » que celle-ci éprouvait envers le capital financier et symbolique dont dispose l'EPCD. Ainsi, on voit que le montage institutionnel de l'appui suisse au PDVM peut remettre indirectement en cause la rationalité du dispositif de développement et sa volonté de rentabiliser les infrastructures réalisées (conception rentabiliste).

J'ai montré ci-dessus que **l'intervention de l'appui suisse au PDVM, par son montage institutionnel, peut ébranler la cohésion du dispositif de développement lorsque ce dernier se déploie dans l'arène locale.** Il est maintenant question de discuter des logiques d'action dans l'arène locale qui « désarticulent » ce dispositif de développement.

H3 La rationalité du dispositif de développement de l'appui suisse au PDVM et de son intervention sur la place marchande est « désarticulée » par les logiques d'action dans l'arène locale.

En décrivant l'intervention de l'appui suisse au PDVM, j'ai souligné que le dispositif de développement se caractérise par une volonté de rentabiliser le Grand Marché et le Marché aux légumes (conception rentabiliste) et d'intégrer les usagers à la gestion de ces infrastructures (approche participative). Certaines logiques d'action identifiées révèlent la manière dont ces deux principes du dispositif de développement sont renégociés dans l'arène locale.

Premièrement, **la vie politique à Ouahigouya peut remettre en question l'impératif de rentabilité des infrastructures marchandes réclamé par l'appui suisse au PDVM.** A la base de la rationalité du dispositif de développement, la conception rentabiliste des infrastructures marchandes peut en effet être « mise à mal » par les logiques factionnelles dans l'arène locale. Par exemple, les revendications des commerçants consistant à demander une baisse des loyers en 2000 se sont manifestement appuyées sur un contexte de luttes factionnelles.

Deuxièmement, les logiques d'action de l'Association des commerçants (ACGMO) sont révélatrices de la façon dont l'approche participative est négociée. En effet, **la stratégie de l'Association des commerçants a consisté en quelque sorte à s'approprier l'idéologie participative pour mieux la détourner** : en officialisation l'Association, il s'agissait d'acquérir une certaine légitimité vis-à-vis de l'EPCD et la Coopération Suisse, tout en continuant de fonctionner selon une logique factionnelle. En d'autres termes, l'Association s'affiche vis-à-vis de la commune comme le « représentant » légitime des commerçants, alors qu'elle ne peut effectivement les « représenter » vu les clivages existant entre les dirigeants et une part significative des commerçants occupant les infrastructures.

Si ce travail a suggéré l'existence de logiques factionnelles dans l'arène locale, il aurait été intéressant d'approfondir la compréhension de la dynamique du factionnalisme. Explorer par exemple les réseaux commerciaux et ses liens avec la politique aurait certainement permis

de mieux comprendre les clivages entre commerçants. Une approche centrée sur les parcours migratoires des « grands commerçants » pourrait par exemple expliciter la dynamique des réseaux commerciaux entre Ouahigouya et Ouagadougou.

H4 Les modes d'appropriation de l'espace marchand sont motivés par des intérêts différents et sont révélateurs de la manière dont le dispositif de développement est modifié dans l'arène locale.

En partant de l'idée que la gestion des infrastructures marchandes est partagée par les différentes catégories d'acteurs locaux et que celle-ci « redéfinit » le dispositif de développement, je me suis penché sur les formes d'appropriation de cet espace et sur la manière dont elles modifient le dispositif de développement. J'ai montré principalement que **le dispositif de développement est redéfini par le contrôle exercé par la Mairie sur les commerçants, par les stratégies de recouvrement de loyers menées par l'EPCD et par les différentes transactions réalisées par les commerçants.**

Dans le dispositif de développement, la gestion est officiellement attribuée à l'EPCD. Cependant, la Mairie exerce également un rôle de gestionnaire des infrastructures marchandes. Motivées par des intérêts politiques et par les contraintes contractuelles exercées par la Coopération Suisse, les logiques d'action de la Mairie ont révélé l'existence de formes de contrôle des commerçants. Ces formes de contrôle, que l'on peut considérer comme une logique d'appropriation de l'espace marchand, permettent en effet à la Mairie d'éviter que les revendications des commerçants (exiger une baisse des loyers) ne compromettent la rentabilité des infrastructures marchandes et, indirectement, les investissements prévus par la Coopération Suisse dans la commune.

Quant à la Cellule de gestion (EPCD), ses modes d'appropriation semblent dépendre fortement du poids des logiques d'action des commerçants. Certaines des actions de la Cellule tendent à se rapprocher du modèle de gestion du dispositif de développement, tandis que d'autres se détournent de celui-ci : ses stratégies de recouvrement des loyers lui permettent d'atteindre des taux de rentabilité très élevés, alors que les transactions de places de vente opérées par les commerçants empêchent la Cellule de respecter le principe de location du modèle de gestion. La Cellule de gestion va même jusqu'à refuser d'appliquer ce principe de location, à la demande des commerçants, par crainte de provoquer des situations conflictuelles. En bref, la Cellule de gestion s'est appropriée l'espace marchand sur le plan de la taxation des places de vente et non au niveau de l'accès et de l'usage de ces places. L'administration est donc dans l'impossibilité de contrôler l'occupation des places de vente. Par contre, le recouvrement des loyers est assuré, conformément à la conception rentabiliste du dispositif de développement.

Enfin, comme je viens de l'évoquer, les modes d'appropriation des commerçants redéfinissent fortement le modèle de gestion du dispositif de développement. La « sous-location », la « vente » ou l'héritage des places de vente ainsi que les usages des espaces communs sont autant de formes d'appropriation que les commerçants expriment dans l'espace marchand. L'intérêt des commerçants est de réguler l'accès aux places de vente, alors que l'enjeu du dispositif de développement était de contrôler cet accès et de « visibiliser pour mieux taxer ». Autrement dit, les logiques d'action des commerçants révèlent l'existence d'un système de gestion « parallèle », avec des mécanismes de sécurisation (témoins) des différents droits exprimés, qui ne permet pas à l'administration de contrôler l'occupation de ces places de vente comme elle le voudrait. En permettant une attribution des places de vente de type clientéliste suite à la construction des deux infrastructures, l'administration a même contribué à la constitution de cette gestion privée. Il faut relever que le système de gestion des commerçants ne fonctionne pas en vase clos,

puisqu'il s'agit bien de modes d'appropriation qui s'appuient sur le système de gestion de la Cellule. Par exemple, j'ai montré que les commerçants « détournent » le principe de location car ils considèrent le paiement du loyer comme un investissement qu'il est possible de récupérer par la « vente » de la boutique. On observe ainsi que **le modèle de gestion du dispositif de développement est fortement modifié par l'interaction entre les logiques d'action des commerçants et celles de l'administration des infrastructures.**

Il est intéressant de constater que si la gestion par les commerçants de l'accès aux places de vente met l'administration dans l'impossibilité de contrôler l'occupation de ces places, ce n'est pas pour autant que la conception rentabiliste des infrastructures est « menacée » par les pratiques des commerçants. Les moyens de contrainte (verrouillage des boutiques) de l'administration semblent en effet être le principal facteur qui assure la rentabilité des infrastructures marchandes.

H5 Les différentes représentations de l'espace marchand dans l'arène locale et les pratiques qui les accompagnent peuvent amener tant à des situations conflictuelles qu'à des situations de consensus entre les acteurs.

Tout au long de ce travail, je me suis efforcé de distinguer les différentes logiques représentationnelles des catégories d'acteurs dans l'arène locale, ainsi que les liens entre ces représentations et les pratiques que j'ai pu identifier.

D'une part, j'ai démontré que le dispositif de développement repose notamment sur une conception rentabiliste des marchés urbains et sur une volonté de « visibiliser pour mieux taxer ». Ces critères ont été à la base de la conception architecturale et gestionnaire : l'objectif était en effet de produire un espace ordonné dans lequel il serait possible d'identifier aisément les commerçants pour prélever les loyers. Les représentations des acteurs de la commune (EPCD et Mairie) vont dans le même sens que la rationalité du dispositif de développement : en s'appuyant sur une série de dichotomies (tradition/modernité, désordre/ordre, insalubrité/hygiène, mobilité/sédentarité, légal/illicite) pour caractériser l'espace des nouvelles infrastructures, leurs propres pratiques et celles des usagers, ces acteurs estiment que le contrôle de ces derniers est un enjeu important pour assurer le fonctionnement et la rentabilité des infrastructures marchandes. **Dans la perspective des acteurs municipaux, un marché où les usagers sont ordonnés et identifiés dans l'espace est un marché rentable.** Par exemple, « sédentariser » les commerçants permettrait idéalement d'améliorer le fonctionnement des équipements marchands et du système de gestion. Cette perception négative de la mobilité explique par ailleurs pourquoi les marchands ambulants sont stigmatisés par l'administration.

D'autre part, j'ai montré que les représentations de l'espace marchand par les commerçants interrogés se construisent sur le critère de l'animation. **Du point de vue des commerçants, un marché densément occupé est un marché commercialement dynamique.** Dans le cas présent, le « manque de bousculade » est lié tant au projet architectural (agrandissement du Grand Marché et construction du Marché aux légumes) qu'aux pratiques des commerçants (magasins de stockage, mobilité vers les marchés hebdomadaires). Ainsi, la densité des activités commerciales dans l'espace marchand apparaît comme un critère particulièrement important pour caractériser cet espace, car il est synonyme de dynamisme commercial. A noter que la présence de vendeuses de légumes est considérée comme un facteur essentiel de ce dynamisme.

En mettant en perspective les représentations des acteurs de la commune avec celles des commerçants que j'ai présentées ci-dessus, j'ai tenté de comprendre pour quelles raisons les

logiques d'action provoquent parfois des malentendus ou des conflits entre les acteurs. L'exemple des tensions entre l'administration et les vendeurs à l'étal et au sol se concentrant aux abords de la route (entre les deux infrastructures) est révélateur d'une « confrontation » entre représentations distinctes : si des opérations de déguerpissement de ces usagers sont régulièrement organisées, c'est parce que leurs modes d'appropriation selon le critère de la densité n'entrent pas dans le schéma d'un marché spatialement ordonné et codifié.

Au-delà des formes de conflits, je me suis également penché sur les situations de complémentarité et de consensus entre l'administration et les commerçants. J'ai explicité le fait que, même si l'administration est dans l'impossibilité de contrôler l'accès aux places de vente, ses stratégies de recouvrement des loyers (pénalité, verrouillage des boutiques) lui permettent d'obtenir des taux de rentabilité importants. Pourtant, ces stratégies ne sont pas à elles seules le facteur de réussite du dispositif de développement. En effet, la valeur symbolique que les commerçants attribuent à l'occupation des boutiques est en quelque sorte « complémentaire » aux stratégies de recouvrement : comme l'abandon de la boutique pour cause de faillite est synonyme de déshonneur, les commerçants s'efforcent de payer le loyer pour conserver à tout prix le droit d'usage de la boutique. En ce sens, la valeur que les commerçants accordent à l'usage d'une boutique assure indirectement la rentabilité du Grand Marché. J'ai montré également qu'un certain consensus existe entre la structure de gestion et les commerçants : la structure de gestion ne tente en effet pas de savoir qui sont les occupants effectifs des places de vente, car les « transactions » de boutiques entre commerçants constituent un phénomène généralisé qu'il est impossible de contrôler administrativement.

En fin de compte, le cas du Grand Marché et du Marché aux légumes révèle qu'il n'existe pas de lien clairement défini entre la rentabilisation de marchés urbains et la gestion publique des places de vente. La gestion privée (par les commerçants) de l'accès aux places de vente par les commerçants rend certes le système de location inopérant, mais elle ne compromet pas nécessairement le système de prélèvement des loyers opéré par l'administration.

2. APPORTS ET PISTES DE RECHERCHE

Dans ce travail, la description analytique des modes d'appropriation du Grand Marché et du Marché aux légumes a permis de comprendre comment une intervention de développement sur une place marchande est renégociée par le jeu des acteurs locaux. A la différence des études antérieures sur les marchés urbains, ce travail permet d'une part de mieux comprendre comment s'articulent les enjeux institutionnels, architecturaux et gestionnaires d'une intervention de développement sur un marché urbain et, d'autre part, de saisir plus finement les modes de gestion et d'appropriation de l'espace marchand opérés par la structure de gestion et les commerçants.

Dans une perspective comparative, il serait intéressant de confronter les différentes logiques d'appropriation identifiées dans ce travail avec des cas de figure où le système de gestion est différent (gestion déléguée à des opérateurs privés ou à des associations de commerçants). On peut faire l'hypothèse que si les politiques de gestion diffèrent d'un marché à l'autre, les logiques d'appropriation de l'espace marchand par les usagers sont semblables dans d'autres marchés urbains ouest-africains. Par exemple, alors que le marché *Rood Woko* à Ouagadougou est encore en reconstruction suite à un incendie s'étant produit en 2003, des commerçants de Ouahigouya m'avaient affirmé que des transactions de boutiques pour une valeur de plusieurs millions de CFA ont déjà été réalisées, alors même que celles-ci sont encore en chantier.

L'analyse du lien entre l'intervention de développement de la Coopération Suisse et les logiques d'action dans l'arène locale m'a permis de mettre en évidence des logiques de

pouvoir (factionnalisme, « concurrence » entre Maire et EPCD). Ces logiques de pouvoir semblent grandement influencer la vie du marché et le système de gestion de l'administration (par ex. la baisse des loyers suite à la grève en 2000). On peut néanmoins relever que l'analyse des logiques d'appropriation de l'espace marchand a tendance à « figer » toute la dynamique des relations entre les acteurs locaux qui influencent le fonctionnement des infrastructures marchandes. Une approche centrée sur les relations de pouvoir entre les catégories d'acteurs de l'arène locale aurait permis d'apporter un autre regard sur le fonctionnement de ces deux marchés urbains et sur « l'impact » du dispositif de développement dans l'arène locale.

En ce sens, il aurait été pertinent d'aborder la dynamique de ces relations selon la perspective développée par R. Mongbo (2007). Sa grille de lecture consiste à définir le marché de Houdjro à Abomey (Bénin) comme un espace de production, de légitimation et de contestation du pouvoir des autorités publiques (2007 : 333). Dans le cas de Ouahigouya, il aurait été ainsi question de considérer le Grand Marché et le Marché aux légumes comme des espaces de légitimation et de contestation du pouvoir de la municipalité et du dispositif de développement mis en place par la Coopération Suisse. Selon un angle d'approche semblable, la problématique de « l'empilement des instances de pouvoir » (Blundo, 1998) au niveau local aurait également pu être mise à contribution pour analyser la dynamique du pouvoir. L'idée est qu'une pluralité de centres de décision appartenant soit au privé (association des commerçants, usagers), soit au public (municipalité, organisme de développement) influence le fonctionnement des marchés urbains.

BIBLIOGRAPHIE

1. OUVRAGES THÉORIQUES ET TRAVAUX EMPIRIQUES

Bertoncello, B. et **Bredeloup, S.** 2002 : La privatisation des marchés urbains à Abidjan : une affaire en or pour quelques-uns seulement. *Autrepart* 21. 83-100.

Bierschenk, T. 2007 : Enchevêtrement des logiques sociales. Jean-Pierre Olivier de Sardan, en anthropologie du développement. In Blundo, G., Tidjani Alou, M., Bierschenk, T., Jaffré, Y. directeurs, *Une anthropologie entre rigueur et engagement : Essais autour de l'œuvre de Jean-Pierre Olivier de Sardan*. Paris et Leiden : Karthala et APAD, 25-47.

Bierschenk, T. et **Olivier de Sardan, J.-P.** 1994 : ECRIS : Enquête Collective Rapide d'Identification des conflits et des groupes Stratégiques. *Le bulletin de l'APAD* n°7. [En ligne], mis en ligne le : 3 décembre 2007. URL : <http://apad.revues.org/document2173.html>. Consulté le 25 juin 2008.

Bierschenk, T. et **Olivier de Sardan, J.-P.** 1993 : Les courtiers locaux du développement. *Le bulletin de l'APAD* n°5. [En ligne], mis en ligne le : 4 juin 2008. URL : <http://apad.revues.org/document3233.html>. Consulté le 28 août 2008.

Billaz, R., Dahou, T. et **Totté, M.** 2003 : Introduction. In Billaz, R., Dahou, T. et Totté, M. directeurs, *La décentralisation en Afrique de l'Ouest : entre politique et développement*. Paris : Karthala, 9-20.

Billaz, R., Dahou, T. et **Totté, M.** 2003 : Introduction. In Billaz, R., Dahou, T. et Totté, M. directeurs, *La décentralisation en Afrique de l'Ouest : entre politique et développement*. Paris : Karthala, 9-20.

Blundo, G. 1996 : Logiques de gestion publique dans la décentralisation sénégalaise : participation factionnelle et ubiquité réticulaire. *Le bulletin de l'APAD* n°15 [En ligne], mis en ligne le : 20 décembre 2006. URL : <http://apad.revues.org/document555.html>. Consulté le 12 septembre 2008.

Boissard, L. 1996 : Diagnostic socio-économique de la ville de Ouahigouya (province de Yatenga, Burkina Faso). *Géo-regards* 38. 121.

Chaléard, J.-L. 2002 : Marchés et vivrier marchand en Afrique occidentale. *Historiens et Géographes : regards sur l'Afrique* 379. 111-122.

- Chaveau, J.-P., Colin, J.-P., Jacob, J.-P., Lavigne-Delville, P. et Le Meur, P.-Y.** 2006 : Chapitre 3 : Dimensions intra-familiales et inter-générationnelles de la question foncière. In Chaveau, J.-P. (et al.) éditeurs, *Modes d'accès à la terre, marchés fonciers, gouvernances et politiques foncières en Afrique de l'Ouest : résultats du projet de recherche CLAIMS*. London : International Institute for Environment et Development, 30-40.
- Daghini, G. et Jéquier, P.** 1997 : Construire en situation de nécessité : le projet et le chantier du Grand Marché de Ouahigouya. *Faces, journal d'architectures* 41. 56-65.
- Ganne, B.** 1986 : Le foncier et l'urbain. Le cas d'une ville moyenne sahélienne : Ouahigouya (Haute-Volta). In Crousse, B., Le Bris, E. et Le Roy E. directeurs, *Espaces disputés en Afrique noire : pratiques foncières locales*. Paris : Karthala, 145-162.
- Ganne, B. et Ouedraogo, M.** 1997 : « Local », « politique » et « territoire » : essai d'économie politique autour d'une ville moyenne : l'évolution de Ouahigouya au Burkina Faso. In Bertrand, M. et Dubresson, A. directeurs, *Petites et moyennes villes d'Afrique noire*. Paris : Karthala, 221-240.
- Guira, A. et Boissard, L.** 1995 : *Etude du paysage socio-économique de la ville de Ouahigouya*. Ouahigouya : EPCD.
- Imorou, A.-B.** 2000 : Dynamique des pouvoirs locaux liés à la gestion du Marché Central de Parakou. *Le bulletin de l'APAD : Les interactions rural-urbain : circulation et mobilisation des ressources* 19. 91-104.
- Izard, M.** 1985 : *Gens du pouvoir, gens de la terre : les institutions politiques de l'ancien royaume du Yatenga (Bassin de la Volta Blanche)*. Paris : Maison des sciences de l'homme.
- Jacob, J.-P.** 2000 : Connaissance et développement en Afrique. *Sciences sociales et coopération en Afrique, les rendez-vous manqués, Nouveaux Cahier de l'IUED* 10. 11-30.
- Lavigne Delville, P.** 2007 : A quoi servent les Sciences Sociales dans les Projets de Développement Rural ? Points de Vue d'un "Agent Double". *Le bulletin de l'APAD* n°14. [En ligne], mis en ligne le : 29 janvier 2007. URL : <http://apad.revues.org/document589.html>. Consulté le 23 mai 2008.
- Le Bris, E.** 1999 : La construction municipale en Afrique : la laborieuse gestation d'un nouvel espace public. *Politique Africaine, Espaces publics municipaux* 74. 6-11.
- Mongbo, R.** 2007 : « Le pouvoir ça s'achète, le pays aussi » : le marché Houndjro, une fenêtre sur l'économie et la politique locale. In Blundo, G., Tidjani Alou, M., Bierschenk, T., Jaffré, Y. directeurs, *Une anthropologie entre rigueur et engagement : Essais autour de l'œuvre de Jean-Pierre Olivier de Sardan*. Paris et Leiden : Karthala et APAD, 333-353.
- Naudet, J.-D.** 1999 : *Trouver des problèmes aux solutions. Vingt ans d'aide au Sahel*. Paris : Club du Sahel/Editions de l'OCDE.
- Olivier de Sardan, J.-P.** 1995 : *Anthropologie et développement : essai en socio-anthropologie du changement social*. Paris : Karthala.

Olivier de Sardan, J.-P. 2001 : Les trois approches en anthropologie du développement. *Revue Tiers Monde* 168. 729-754.

Olivier de Sardan, J.-P. 2003 : *L'enquête socio-anthropologique de terrain : synthèse méthodologique et recommandations à l'usage des étudiants*. Niamey : LASDEL.

Paulais, T. et Wilhelm, L. 2000 : *Marchés d'Afrique*. Paris : Karthala.

Paulais, T. 1998 : Le marché dans la ville d'Afrique Noire : équipements publics et économie locale. *Les annales de la recherche urbaine* 80-81. 35-41.

Quivy, R. et Van Campenhoudt L. 2006 : *Manuel de recherche en sciences sociales*. Paris : Dunod.

Zahan, D. 1954 : Notes sur les Marchés Mossi du Yatenga. *Journal of the International African Institute* 24 (4). 370-377.

Zongo, M. et Mathieu, P. 2000 : Transactions foncières marchandes dans l'ouest du Burkina Faso : vulnérabilité, conflits, sécurisation, insécurisation. *Le bulletin de l'APAD: Les interactions rural-urbain : circulation et mobilisation des ressources* 19. 21-32.

2. RAPPORTS ET EXPERTISES

Afric Conseil et Urbaplan 1990 : *Programme de développement de la ville de Ouahigouya : rapport final (pour le Ministère du Plan et de la Coopération et Coopération Suisse au Développement, (Ouagadougou).*

Bayili, P. P. 2003 : *Conflit entre commerçants, EPCD et Mairie autour de la baisse des loyers du Grand Marché de Ouahigouya (pour la CAGEC). (Ouagadougou).*

Commune de Ouahigouya

199? : *Cahier des charges du Grand Marché de Ouahigouya, (Ouahigouya).*

2003 : « Statuts du SAGIMO de Ouahigouya », in *Capitalisation du Programme de Développement des Villes Moyennes (PDVM) (version longue), BUCO Burkina Faso.*

2003b : *Règlement intérieur des infrastructures marchandes de Ouahigouya, (Ouahigouya).*

2003c : *Contrat de location, (Ouahigouya).*

Coopération Suisse au Burkina Faso (BUCO et CAGEC)

1990 : *Rapport final du PDVM (pour le Ministère du Plan et de la Coopération), (Ouagadougou).*

2001 : *Rapport d'audit des organisations professionnelles de commerçants du Grand Marché de Ouahigouya, Programme de développement des Villes Moyennes, (Ouagadougou).*

2003 : *Grand Marché : premier défi, (Ouagadougou).*

2004 : *Capitalisation du Programme de Développement des Villes Moyennes (PDVM), Burkina Faso (résumé), (Ouagadougou).*

2005 : *Indexation des loyers des équipements marchands financés dans le cadre de l'appui suisse au Programme de Développement Villes Moyennes, (Ouagadougou).*

2006 : *Capitalisation du Programme de Développement des Villes Moyennes (PDVM), Burkina Faso (version longue), (Ouagadougou).*

Direction du Développement et de la Coopération (DDC) 2000 : *Renforcement des compétences urbaines et décentralisation : le programme « Villes moyennes » au Burkina Faso, dans Urbanews, 2, (Lausanne).*

Etablissement Public Communal de Développement (EPCD) 2004 : *Présentation générale du projet « transformation au Grand Marché des halles et étals en boutiques », (Ouahigouya).*

Schaeffer, J. 2006 : *Infrastructures communales marchandes : difficile gestion publique et résistance des usagers : cas des marchés de Ouahigouya et Nouna au Burkina Faso.* Burkina Faso : Bureau régional de la SNV.

ANNEXES

ANNEXE 1 Chronogramme des activités au Burkina Faso

	Septembre	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février
Prise de contact (Coopération Suisse), préparation de l'enquête	■					
Prospection documentaire	■	■		■		■
Phase exploratoire		■	■	■		
Entretiens et observations		■	■	■	■	
<i>Maladie</i>			■		■	
Rédaction du rapport intermédiaire				■		
<i>Pause-vacances</i>						
Rédaction du rapport final						
Présentation des résultats (Coopération suisse et Laboratoire Citoyenneté)						■

Cellules noires : travail de recherche (prospection documentaire, entretiens, observations, analyse, rédaction des rapports)
Cellules grises : maladie, vacances et job d'été

ANNEXE 2 Canevas d'entretiens

1. Acteurs institutionnels (Mairie, EPCD, Association des commerçants)

Ancien marché

- A quoi ressemblait l'ancien marché ?
- Comment et par qui était-il géré ?
- Que fallait-il faire pour obtenir une boutique ?
- Quelles sont les différences entre l'ancien marché et les nouvelles infrastructures ?

Le projet de l'appui suisse au PDVM

- Comment le projet a-t-il été mis en place ?
- Comment les commerçants se sont-ils installés dans les nouvelles infrastructures ?
- En quoi votre institution était-elle impliquée dans le projet ?
- Quels sont les changements apportés par la construction des infrastructures ?

Gestion des infrastructures

- Quel est votre rôle dans la gestion des infrastructures réalisées ?
- Quelles sont vos activités vis-à-vis des infrastructures marchandes et des commerçants ?
- Comment ces activités ont-elles évoluées ?
- Pourquoi ces infrastructures sont-elles rentables ?

Position de l'institution dans l'arène locale

- Quelles sont vos relations avec les autres institutions ?
- Comment ces relations ont-elles évoluées ?
- Qu'est-ce qui a changé avec l'arrivée de l'EPCD ?

2. Gestion et modes d'appropriation de l'espace marchand

Ancien marché (idem canevas n°1)

Le projet de l'appui suisse au PDVM (pour les commerçants)

- Que pensez-vous de la construction du Grand Marché et du Marché aux légumes ?
- Quels sont les changements apportés par la construction de ces infrastructures ?
- Comment fonctionne le système de gestion de l'EPCD ? Que pensez-vous de ce système ?
- Comment les places de vente ont-elles été attribuées ?

Logiques d'appropriation par les commerçants

- Quand êtes-vous entré dans le marché ?
- Comment avez-vous obtenu votre place de vente ?
- Que faut-il faire pour obtenir un(e) boutique/étal dans le Grand Marché/Marché aux légumes ?
- Avez-vous pu choisir l'emplacement de la boutique ou de l'étal ?
- Avez-entre-temps changé d'emplacement ? Pourquoi ? Et par quel moyen ?
- Etes-vous le locataire de cette place de vente ?
- Quels sont les avantages et les inconvénients de votre emplacement ?
- Quelles sont vos relations avec vos voisins ?

Logiques d'appropriation par l'administration

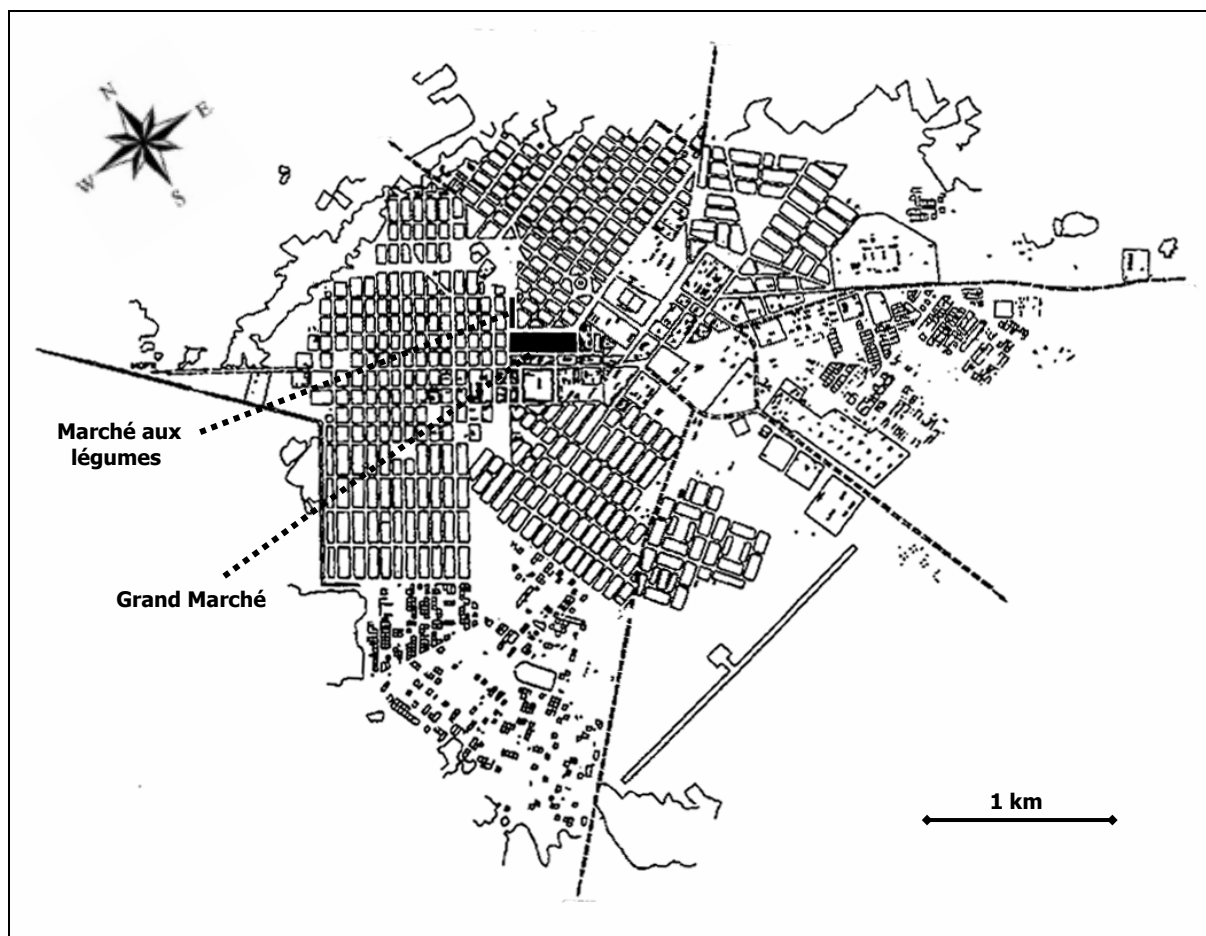
- Comment fonctionne votre structure de gestion ?
- Quelles sont les différentes activités de gestion que vous menez ?
- Quels sont les problèmes auxquels vous êtes confronté ?
- Comment les commerçants réagissent-ils face à vos activités de gestion ?

ANNEXE 3 Situation de Ouahigouya au Burkina Faso

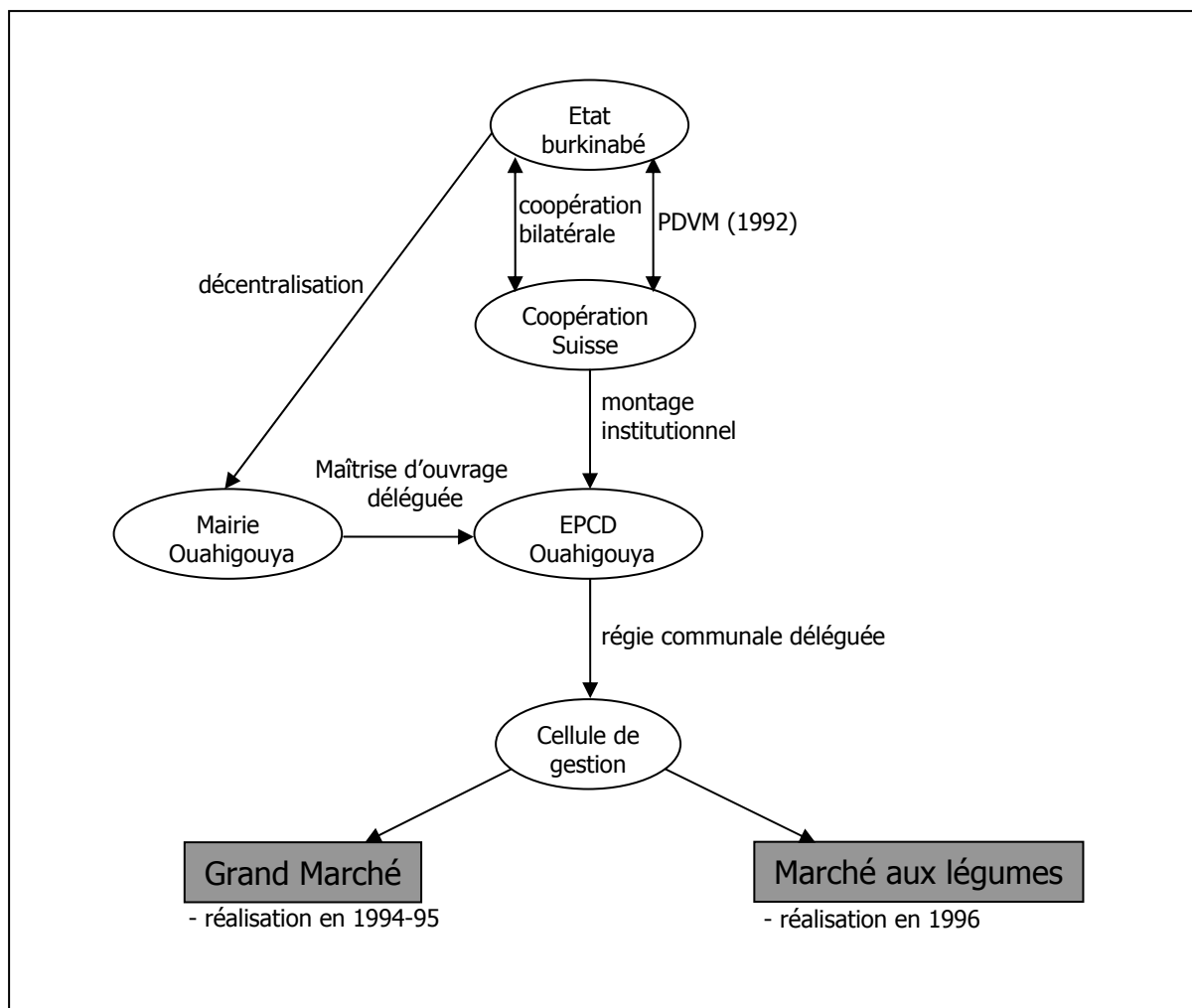


Source: Ganne, 1986

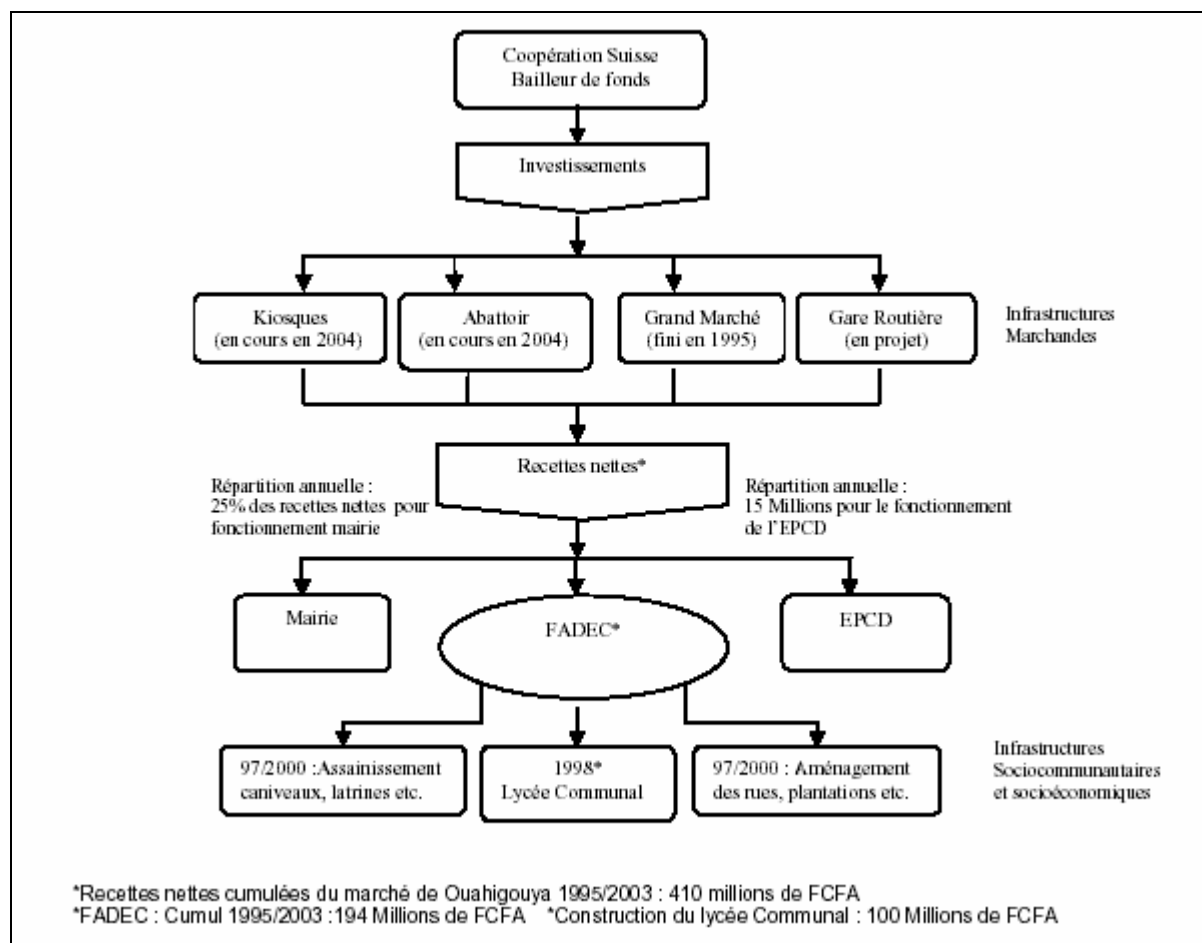
ANNEXE 4 Plan de la ville de Ouahigouya



Source: Ganne, 1986

ANNEXE 5 Dispositif de développement de l'appui suisse au PDVM

ANNEXE 6 Schéma des investissements de la Coopération Suisse et de la répartition des recettes des infrastructures marchandes



Source : Coopération Suisse, 2006 : 8

ANNEXE 7 Évolution de la taxation des places de vente du Grand Marché et du Marché aux légumes

<i>A</i>	<i>B</i>	<i>C</i>	<i>D</i>	<i>E</i>	<i>F</i>	<i>G</i>
TYPE DE BOUTIQUE	Nbre	Loyers avant crise 2000	Loyers après crise 2002	D/C	Loyers à partir de 2002	G/C
Boutique de 6 m ²	975	3 490	1 750	50%	2 500	72%
Boutique de 9 m ² intérieur	272	5 454	3 000	55%	4 000	73%
Boutique de 9 m ² extérieur	120	11 781	5 400	46%	7 500	64%
Boutique de 18 m ² intérieur	6	12 436	7 500	60%	8 500	68%
Boutique de 24 m ² intérieur	5	13 090	8 000	61%	9 000	69%
Boutique de colas	18	12 000	8 000	67%	9 000	75%
Etals boucherie	36	5 236	2 500	48%	3 500	67%
Etals légumes intérieur	300	654	400	61%	750	115%
Etals légumes	258	1 090	400	37%	750	69%
SONAPOST	12	45 000	30 000	67%	45 000	100%
Parking	12	25 000	25 000	100%	45 000	180%
Latrines		40 000	40 000	100%	40 000	100%

Source : Schaeffer, 2006 :11

ANNEXE 8 Variation du niveau taux de recouvrement du grand marché de Ouahigouya (1996-2004)

Année	Prévisions (en Francs CFA)	Recettes réalisées (en Francs CFA)	Taux de recouvrement (en %)
1996	90 000 000	79 551 675	88,39
1997	80 000 000	74 571 049	93,21
1998	83 000 000	73 631 297	88,71
1999	90 000 000	77 034 108	85,59
2000	58 000 000	41 288 787	71,19
2001	58 000 000	47 192 025	81,37
2002	71 000 000	57 350 172	80,77
2003	66 000 000	58 871 925	89,20
2004	74 000 000	64 454 140	87,10
Total	670 000 000	573 945 178	85,66

Source : CAGEC, 2005 :38