

AGENCY FOR INTERNATIONAL DEVELOPMENT
 WASHINGTON, D. C. 20523
BIBLIOGRAPHIC INPUT SHEET

FOR AID USE ONLY

Batch 70

1. SUBJECT CLASSIFICATION	A. PRIMARY Urban development and housing	LA00-0000-G200
	B. SECONDARY General	

2. TITLE AND SUBTITLE
 L'amenagement de marches ruraux en Afrique

3. AUTHOR(S)
 Mann, William

4. DOCUMENT DATE 1963	5. NUMBER OF PAGES 46p.	6. ARC NUMBER ARC GH338.64.D419
--------------------------	----------------------------	------------------------------------

7. REFERENCE ORGANIZATION NAME AND ADDRESS
 AID/AFR/RTAC

8. SUPPLEMENTARY NOTES (*Sponsoring Organization, Publishers, Availability*)
 (In Collection: techniques am., 78)
 (In French and English. English, 46p.: PN-AAE-902)

9. ABSTRACT

10. CONTROL NUMBER <i>PN-AAE-903</i>	11. PRICE OF DOCUMENT
12. DESCRIPTORS Ghana Marketing Public buildings Urban planning	13. PROJECT NUMBER
	14. CONTRACT NUMBER AID/AFR/RTAC
	15. TYPE OF DOCUMENT

L'AMENAGEMENT
DE
MARCHÉS RURAUX
EN AFRIQUE

Traduction d'un ouvrage en langue anglaise intitulé
VILLAGE MARKETS IN GHANA
une étude par
William Mann, Jr., Ingenieur — AID
publiée par
Housing and Home Finance Agency
Office of International Housing
Washington, D.C.
I.M.E. N° 60 — Oct. 1963

La présente édition en langue française est publiée par le
Regional Technical Aids Center (RTAC)
dénommé
Centre Régional d'Éditions Techniques (CRET)
Paris — France
qui relève du
DEPARTMENT OF STATE
Agency for International Development
Washington D.C.

Pour tous renseignements au sujet des publications CRET
s'adresser à la
Mission Américaine de l'A.I.D.
Ambassade des États-Unis d'Amérique
(Capitale du pays d'où émane la demande)

AVANT-PROPOS

Appliquer aux villages les techniques de planification implique quelque chose de plus que la création de locaux d'habitation ruraux. Les installations communautaires sont essentielles à la vie de la famille rurale. Les marchés de village ont souvent été le germe autour duquel s'est développée la vie de la communauté — spirituellement aussi bien que matériellement. Les planificateurs, architectes et techniciens de l'habitat en général seront donc intéressés par l'étude faite par William Mann Jr, ingénieur à l'U.S. Agency for International Development du Ghana. Les photographies (figures 14 à 23) complètent bien le texte et les schémas, en montrant comment se sont constitués les marchés qui existent dans différentes parties du Ghana. Elles montrent même ce qu'il faut faire et ce qu'il ne faut pas faire. Les conseillers en habitat, ainsi que leurs confrères des autres régions d'Afrique pourront, malgré les différences de coutumes, tirer profit de l'expérience acquise par M. Mann au Ghana. Certaines suggestions figurant dans cette étude pourraient même s'appliquer ailleurs qu'en Afrique. Des commentaires à ce propos seraient les bienvenus.

JAMES A. MOORE,
Assistant Administrator
Office of International Housing

INTRODUCTION

Les marchés de village sont les centres essentiels d'un remarquable système qui distribue de grandes quantités de denrées alimentaires sur de vastes zones, et permet à la plupart des habitants du Ghana d'acquérir les articles de première nécessité ou de luxe.

Ces marchés aux magnifiques couleurs survivent, et même se développent de nos jours, car ils répondent aux besoins et correspondent au mode de vie de la population rurale. En outre, ils sont par certains côtés très efficacement adaptés aux exigences actuelles de l'économie. Cependant, en tant que branche du commerce le plus proche du peuple, de phénomène social aux racines profondes, et à cause du rôle qu'ils jouent dans la planification des villages, ces marchés méritent qu'on s'attache à les améliorer, de façon qu'ils puissent répondre aux besoins d'une nation nouvelle en développement rapide.

Il est très important de préserver le caractère traditionnel des marchés de village, dont la valeur est inestimable, tout en aménageant leur structure physique, de sorte qu'ils soient mieux adaptés à leurs fins primordiales et secondaires, et qu'ils offrent un cadre plus agréable et plus salubre aux activités humaines. Tel est, en bref, le sujet de la présente brochure.

Par essence, le marché est un endroit où se rassemblent les gens pour vendre et acheter des vivres, du bétail, des vêtements, et divers autres articles. C'est sa *raison d'être*. Mais comme il est soumis à diverses influences reliées aux activités humaines, et qu'il intéresse un grand nombre de gens de différentes façons, son rôle s'étend vers d'autres domaines sous l'effet de sa propre énergie cinétique. Parmi ses fonctions secondaires on peut citer : les rapports sociaux, la diffusion de la culture, et l'information des masses.

Les cadres commerciaux traditionnels ont été modifiés par le colonialisme. Il existait une hiérarchie commerciale unique

fondée sur des rapports de forces établis depuis longtemps. Bien que ceux-ci aient pu légèrement varier, ils étaient liés à la puissance militaire, à la richesse, et au système de clan. Des marchés autrefois prospères, tels ceux de Gambaga et Yendi, ont périéclité lorsque les puissances tribales furent abattues, que la route de la mer s'ouvrit, et que commença le commerce des esclaves. Le flux commercial qui allait vers le Sahara au nord fut inversé et se dirigea vers la mer au sud.

Avec la construction de chemins de fer et de routes pour les véhicules à moteur, de nouvelles villes et de nouveaux centres commerciaux ont surgi au terminus des voies de communication (Asesewa, Kade, Nkawkaw, Hohoe et Bolganga, par exemple).

Des marchandises manufacturées en Europe furent introduites et, plus tard, on commença la culture de plantes pour l'exportation. De nouveaux articles de troc, la monnaie en particulier, firent leur apparition; de nouveaux circuits commerciaux furent créés. Des marchands isolés s'établirent, puis de grosses firmes commerciales.

Pendant ces innovations aux conséquences si brutales, et malgré diverses modifications de la structure commerciale, les marchés traditionnels sont restés un des éléments les plus importants du commerce. Ils sont vigoureux, robustes, près du peuple, et ne montrent aucun signe de recul face aux supermarchés modernes ou leurs équivalents. Dans les grandes villes, plusieurs marchés se tiennent chaque jour. Dans les plus petites agglomérations rurales, les marchés ne se tiennent que tous les quatre jours, ou une, deux ou trois fois par semaine, selon l'importance du centre. Aux croisements de routes, sur les emplacements de construction et dans les ruelles, on peut voir des femmes en train de vendre quelques articles. Ce sont pour la plupart des femmes qui se chargent de la vente sur les marchés traditionnels.

La structure commerciale du Ghana comprend actuellement trois échelons : les grosses firmes commerciales, les commerçants d'importance moyenne (Syriens, Libanais, Indiens, Kwahu) et les marchés traditionnels de la ville, du bourg et du village.

CONTEXTE HISTORIQUE

Avant l'arrivée parmi eux des Européens, les Africains de l'Ouest pouvaient s'enorgueillir de plusieurs villes de grand renom commercial. Ces villes étaient au centre de grands empires. Parmi elles, on peut citer Koumbi au Ghana (300 à 1200 après J.-C.), Tombouctou au Mali (1000-1230), Gao au Songhai (d'environ 690 à 1591), et Benin du royaume du Benin, fondée aux environs de 1200. Le commerce était florissant. De grandes caravanes de chameaux venaient vers elles à travers le Sahara et depuis l'Est. Les Maures, les Romains, les Berbères, et même les Phéniciens y ont traité régulièrement des affaires pendant plusieurs siècles. La religion et les connaissances suivaient dans les deux sens les mêmes itinéraires.

Les marchés de ces anciennes cités étaient très semblables à ceux qui existent au Ghana aujourd'hui. La description suivante (1) que donne Pieter de Mares d'un marché d'Afrique Occidentale en 1602 dépeint une activité et une atmosphère très voisines de celles qu'a pu voir la reine Elizabeth lorsqu'elle se rendit sur un marché d'Accra au cours de sa visite de 1961 : « Puis les femmes arrivent au marché avec leurs marchandises, apportant des oranges, citrons, bananes, patates, indiennes, millet, maïs, riz, maniguette, poules, œufs, pain et autres choses dont ont besoin ceux qui résident au bord de la mer, et qui sont vendues tant aux habitants qu'aux Néerlandais sur leurs bateaux, qui y viennent faire leurs achats. »

Jenne, centre commercial, culturel et religieux, fut contemporaine de Tombouctou à son apogée. Bien que plus petite, Jenne survécut à Tombouctou. Pendant les derniers temps de

(1) Pieter de Mares : « Description et Proclamation Historique du Royaume d'Or de Guinée, également nommé Côte d'Or de Myna (1602) ». D'après Freda Wolfson : « Pagent of Ghana », page 56, London University Press, 1958.

sa prééminence, la prospérité de Jenne reposait sur le commerce de l'or venant de l'Ashanti. Voici une description (2) du marché de Jenne par Félix Du Bois :

« Des rangées de boutiques bordent trois de ses côtés, et le quatrième donne sur la mosquée, comme pour rappeler que l'honnêteté et la bonne foi doivent présider aux transactions. Assises au milieu des paniers et poteries, les femmes vendent des légumes, du lait, du poisson, du beurre animal (salé ou frais), du beurre de karité, des épices, du savon et des fagots de bois. Au milieu du marché se dressent trois poteaux carrés. Dans les intervalles entre ces colonnes, se trouvent des boutiques dans lesquelles on vend les articles de luxe, textiles indigènes et européens surtout, ainsi que du sel, des noix de cola, des babouches, des boîtes d'allumettes, des miroirs, perles, couteaux, etc. »

Et cette mosaïque pleine de couleur (3) :

« ... Presque aussi nombreux que les marchands de colliers, sont ceux qui vendent des tissus et des vêtements, ou drapiers ambulants; ils vendent aussi des foulards aux couleurs criardes pour mettre sur la tête. Ces articles, colliers, tissus de coton et mouchoirs de couleurs suffisent à eux trois à parer hommes et femmes en Afrique. »

Les marchés que visitèrent et décrivirent les premiers voyageurs étaient les centres-clés dans un gigantesque déferlement commercial qui dura plusieurs siècles, entraînant millier sur millier d'hommes et d'animaux dans un sens et dans l'autre à travers le Sahara. Rendez-vous compte que l'historien arabe Ibn Khaldun (4) écrit qu'en l'an 1400 les caravanes transsahariennes n'utilisaient pas moins de 12 000 chameaux sur la seule route du Hoggar.

Les marchés traditionnels d'aujourd'hui, implantés dans les célèbres centres commerciaux et culturels ainsi que d'innombrables autres de moindre importance et d'ancienneté variable, font véritablement partie de la vie du peuple et sont le pivot de nombre de ses activités. Ces marchés, fondés comme ils le sont sur une base économique qui a su s'adapter à plusieurs bouleversements radicaux, doivent jouer un rôle important dans l'expansion de la nouvelle économie ghanéenne.

(2) Félix du Bois : « Tombouctou, la mystérieuse. » Traduction anglaise par Diana White, Londres 1897, William Heineman, page 187.

(3) Henty, G.A. « The March to Coomassie », Londres 1874. D'après Freda Wolfson, op. cit., page 164.

(4) Davidson Basil — « The Negroes of Guinea », West African Review, juillet 1962.

LA CRÉATION DES CONSEILS

La structure de clan a donné au Ghana une excellente assise en fournissant le cadre de l'administration indirecte et en le préparant aux étapes ultérieures vers l'autonomie. La force et la stabilité de cette institution ont permis au gouvernement de se décharger sur elle d'un certain nombre de ses fonctions.

Le petit peuple tient la hiérarchie établie de commandement en grand respect. Cela donne aux dirigeants ghanéens actuels une expérience héréditaire de la gestion des affaires du peuple.

Les Anglais ont conçu leur administration indirecte de façon à stabiliser ce système traditionnel, qui se perpétuait depuis des siècles, et à pouvoir agir sur ses dirigeants afin de protéger les intérêts et réaliser les objectifs anglais (5). Néanmoins, certains des principes de l'autonomie étaient contenus dans l'administration indirecte. Celle-ci a donné naissance au gouvernement par les indigènes, à partir duquel on a entrepris les premières étapes vers un système moderne de gestion des affaires locales (6).

Ce n'est qu'en 1951 que fut créé un véritable système de gouvernements locaux. Comme l'a fait remarquer Wraith (7), cette expression même implique le respect de soi, l'indépendance, et l'autonomie. Aux termes de l'ordonnance de 1951 sur la décentralisation de l'administration, le Ministre a créé des conseils de districts, des conseils locaux, et des conseils urbains.

(5) On pourrait faire de même des commentaires à propos des routes, qui ont été construites verticalement en direction des ports de mer pour l'expédition vers l'Europe des produits agricoles, des minerais, et du bois. Ceci excluait d'avoir des communications importantes avec les territoires voisins, a affecté le caractère des marchés de village, la diffusion de l'instruction (en volume et en surface couverte), et divers autres facteurs dont les gouvernements d'Afrique occidentale doivent se préoccuper maintenant.

(6) La citation suivante, qui traite de la nature et du sens de ce processus éclaircira peut-être ce point : «... dès le début la greffe n'a pas été directe, et n'a pas fait disparaître complètement l'essence de l'autre système. Bien au contraire, l'administration indirecte a maintenu les deux systèmes de façon à permettre une transition logique de l'ancien au moderne. Si le but était, comme dans la sculpture africaine, de créer une image dans laquelle puisse vivre un esprit, on peut prétendre au succès. En effet le Ghana a gardé un certain respect pour le pouvoir tel qu'il était incarné par les chefs, tout en y ajoutant suffisamment de gestion moderne pour passer de l'administration indigène à l'administration décentralisée ». William Mann, Jr., « Ghana's Technical Advice Centres for Construction Work in Rural Areas », Community Development Review, Volume 4, n° 4, AID, Washington, D.C.

(7) Ronald E. Wraith, « Local Government », Penguin Books, Londres.

Ces conseils ont la responsabilité de pourvoir aux besoins (y compris les services essentiels) d'importants groupes humains, et l'un des rôles des conseils est l'administration des marchés.

Plus récemment a été promulguée la loi de 1962 sur la décentralisation de l'administration « destinée à renforcer et modifier les textes concernant les administrations locales ». Cette loi donne aux conseils le devoir de maintenir l'ordre et l'autorité dans la zone qu'ils administrent. En ce qui concerne spécifiquement les marchés, la loi donne aux conseils le droit :

- (a) « De construire, équiper, ouvrir, fermer et maintenir les marchés, d'interdire l'installation d'éventaires ailleurs que sur les marchés, et de s'opposer à la vente de biens ou marchandises près des marchés existants.
- (b) De réglementer et de surveiller les marchés, et en particulier de fixer et percevoir des droits de place, loyers et péages.
- (c) De fixer les jours et heures d'ouverture des marchés, et de s'opposer à la vente ou l'achat de marchandises sur les marchés aux jours et heures non autorisés.

Il est clair que les conseils ont le pouvoir de contrôler et de gérer les marchés. Comment exercent-ils ce pouvoir?

ADMINISTRATION

La loi de 1962 sur la décentralisation de l'administration donne à tous les conseils les mêmes pouvoirs sur les marchés qu'ils contrôlent. Elle autorise également chaque conseil à édicter ses propres règlements, au moyen desquels il impose les directives de contrôle et de gestion des marchés qui correspondent à ses principes, aux besoins du public, et aux conditions locales particulières.

De cette façon, et bien que les méthodes de gestion soient généralement partout les mêmes, la machine administrative n'est pas enfermée dans un cadre rigide.

En tant que représentant de l'exécutif et responsable de la gestion, le Commissaire du Conseil a droit de regard sur tous les marchés. Sous ses ordres, l'Inspecteur Sanitaire est responsable de la propreté en général, de l'enlèvement des déchets et ordures, de l'hygiène de la présentation et de la manutention des aliments, de la lutte contre les mouches, les rats, et autres porteurs de germes, et de la salubrité générale des marchés. Il arrive qu'il dispose d'une petite équipe d'inspecteurs sanitaires.

Il peut exister également un Chef Comptable des marchés, qui dirige les employés encaisseurs, et qui est également sous les ordres du Commissaire du Conseil. Le service comptable perçoit un droit d'entrée sur les marchés des commerçants occasionnels, fait la collecte des loyers auprès de ceux qui occupent des éventaires ou des boutiques, et de droits de stationnement dans le parc à camions. Grâce à ces deux services — sanitaire et comptable — un conseil peut assurer au jour le jour l'administration des marchés. Mais la gestion des marchés doit également tenir compte d'une autre et plus surprenante hiérarchie. L'organisation propre des marchands.

LES ASSOCIATIONS DE VENDEURS

Les vendeurs de chaque catégorie de marchandises — par exemple poisson séché, tissus, viande, ignames, poteries, légumes, quincaillerie, huile de palme, médicaments — sont groupés en associations dont la structure dérive directement de celle du clan. Les forces sociales (8) qui donnent son assise à l'organisation, et régissent le comportement des individus par tout un faisceau d'obligations se relie au système patriarcal et à l'interdépendance étroite des habitants du village. Ces associations sont bénéfiques pour les commerçants et, comme on le verra, facilitent aux autorités des marchés la perception des redevances.

Chaque association spécialisée élit un « chef » dont le mandat est à vie. Le chef peut être « destitué » s'il faillit à servir les intérêts de l'association et de ses membres; mais il (ou elle) doit avoir la possibilité d'être confronté avec ses accusateurs et de se défendre des charges qui pèsent sur lui. La décision doit être prise par tous les membres existants de l'association et, comme il est d'usage au Ghana, à l'unanimité.

Le chef règle les différends professionnels entre membres de l'association, prend les dispositions nécessaires pour les funérailles des membres décédés, négocie avec les autorités locales

(8) Il est courant qu'une personne qui a des ennuis aille dans les rues pour clamer ouvertement et fortement son malheur devant la communauté, ou même aille de maison en maison. Si un voisin l'a lésée, elle exposera le cas de la même façon. Les familles peuvent se rassembler pour régler les différends ou porter l'affaire devant un chef ou un Commissaire de District. Dans les villages éloignés on demande souvent au maître d'école de servir de juge. Le jugement est en général accepté comme définitif par les deux parties et la communauté.

comme représentant des vendeurs, et d'une façon générale s'occupe des affaires de l'association. Le chef n'est pas rémunéré. Néanmoins, son poste lui apporte honneurs et prestige. On a signalé que l'on donnait au chef des bouchers de Koforidua les peaux de tous les animaux abattus le vendredi. Incidemment, ce dernier est responsable de la clôture des parcs à bétail et de la surveillance du bétail en attente d'être abattu.

Il est hors de doute que le principe et le fonctionnement du système de commandement des associations de vendeurs sont inspirés par le système du clan. Cependant, il ne faudrait pas croire que ces deux types de groupements sont plus qu'approximativement comparables. Dans le système des clans, l'autorité repose sur une hiérarchie étroitement structurée de chefs militaires. Comme le chef est aussi un lien symbolique entre la vie et la mort, son pouvoir est en quelque sorte sacré.

Il serait plus exact de comparer ces associations aux sociétés de secours mutuel, telles que les mutuelles de crédit formées pour le bénéfice de leurs membres.

Pour entrer plus dans le détail de l'organisation et du rôle des associations de vendeurs, nous prendrons comme exemple celle des marchands de tissus pour femmes de Koforidua. Le chef des marchands de tissus est élu par toutes les femmes de ce secteur d'activité. Il y a des sous-chefs, un pour chaque tribu représentée (Kwahu, Krobo, Adangbe, Ga, Ewe et Ashanti) qui sont également élus. Ils consultent leurs membres et en rapportent les opinions et vœux au chef. L'un des rôles importants de l'association est la fixation des prix. Pour les légumes, les prix sont fixés au commencement de chaque jour, mais pour les tissus (9) ils le sont toutes les semaines ou quinzaines. L'association peut prendre des sanctions ou mettre à l'amende un de ses membres qui vendrait au-dessus ou au-dessous des prix fixés. S'il y a malhonnêteté (par exemple, recel de marchandises volées), on peut faire appel à la police. Dans tous les cas, le coupable peut subir certaines brimades sociales, ce qui, dans cette vie communautaire, est la punition la plus efficace.

Il est intéressant, à ce point de l'exposé, de jeter un coup d'œil sur une remarquable méthode de contrôle des prix qui a prouvé son efficacité dans le District de Anlo de la région de la Volta au Ghana (10).

(9) Morton-Williams a constaté que des associations analogues se pratiquaient dans les environs de Ikaro, au Nigéria. Dans l'ouvrage (non publié) « Généralités sur le Commerce de Distribution et les Marchés » il indique que bien que les prix soient décidés au début de chaque jour de marché, on tolère, vers la fin de la journée, des baisses de prix.

(10) Signalée par R.E. Cobb, conseiller au développement agricole de l'US A.I.D., à la conférence de l'US A.I.D. sur l'agriculture et l'alimentation en juin 1962.

La principale culture commerciale dans le district de Anlo est l'échalote, qui a été introduite par les Allemands il y a cent ans environ. Depuis, les fermiers ont amélioré les méthodes de culture jusqu'à en faire une technique bien au point. L'examen de ces méthodes est en dehors du sujet de la présente brochure, cependant c'est à cause de leur efficacité que le district de Anlo est le principal fournisseur d'échalote sur les marchés ghanéens, et même sur certains marchés au-delà des frontières. Le rendement élevé a été parfois la cause de surplus de production. Dans les cas inverses, le conseil de Ouagadougou envoie ses agents encourager les fermiers à planter en plus grande quantité les produits qui manquent.

Typiquement, les « mammies » de marché, qui s'occupent de l'achat en gros, exploitaient habilement les fluctuations de l'offre, mettant les fermiers en concurrence et utilisant toutes leurs difficultés à leur avantage. Le prix d'une gerbe de 40 bottes variait de 6 shillings 6 pence à 15 shillings.

Afin d'éviter l'envahissement du marché par l'échalote, et pour maintenir les prix à un niveau raisonnable, on a divisé la zone de culture en trois secteurs, une période précise de livraison des échalotes sur le marché étant assignée à chacun tour à tour. Les fermiers envoient des contrôleurs sur le marché pour le vérifier. Les contrevenants sont mis à l'amende et rejetés de la communauté.

On a également fixé le moment de la plantation, secteur par secteur, de façon qu'il soit en harmonie avec la période de vente. Les règlements sont stricts : même s'il y a une autre récolte sur pied non encore mûre sur le terrain, on doit la couper pour pouvoir planter l'échalote au jour prescrit. Le résultat de ce système, tel qu'il a été mis au point par un comité de fermiers, est que l'échalote a fortement augmenté, son prix pouvant aller actuellement jusqu'à 60 shillings.

FONCTIONS DE DISTRIBUTION

Il est très probable que le gouvernement va bientôt intervenir pour réviser et contrôler dans une certaine mesure la répartition de la production fermière et la distribution de certains produits fermiers tels que l'huile de palme dans le système des marchés de village. Cette mesure s'impose, car ce que nous pourrions appeler le système indigène présente, dans sa forme actuelle, des insuffisances à divers égards :

- a) Il ne permet pas de s'assurer que toutes les denrées alimentaires destinées aux marchés y parviennent effectivement;
- b) Il provoque des gaspillages, car des produits nécessaires peuvent voir leur qualité détériorée, ou être avariés avant d'arriver au marché;
- c) Il ne permet pas d'ajustement en cas de surplus ou de pénurie;
- d) Il ne permet pas d'obtenir des renseignements statistiques exacts.

Il faut noter que le système de distribution indigène, bien qu'il provoque des gaspillages et soit inadapté aux besoins de l'économie diversifiée d'un état moderne, permet cependant à la population ghanéenne d'être mieux nourrie que celle de la plupart des autres pays en voie de développement. Comme il a été dit plus haut, ce système permet de distribuer de considérables quantités de denrées alimentaires sur de vastes zones. Compte tenu de cela, et d'autres considérations, il serait avantageux pour tout nouveau système de reprendre celles des caractéristiques du système indigène qui pourraient être bénéfiques en vue des objectifs immédiats ou futurs. Un rapide examen du système indigène nous donnera des bases suffisantes pour étudier un système de marché adéquat.

En général, les marchés de villages sont reliés entre eux par un réseau de connexions commerciales. Ce réseau couvre un vaste territoire, influence le rythme de la vie quotidienne, et sert à ravitailler, outre ses propres centres, un ou plusieurs centres importants. Le transport des produits fermiers vers les marchés s'effectue dans les camions des « mammies ». Pour la plupart de ces produits une fraction du parcours doit se faire par portage (sur la tête). Dans beaucoup de cas, c'est par ce moyen que s'effectue tout le trajet de la ferme au marché, ce qui représente parfois deux jours de marche. Avoir des routes de transport judicieusement tracées et bien entretenues est sans doute le problème le plus important, et il faudra s'en occuper d'urgence et avec efficacité. Le transport par portage à défaut de camionnage limite le revenu des fermiers ainsi que la quantité de marchandise qui arrive au marché.

Le manque d'institutions de crédit, qui est une des causes des insuffisances esquissées plus haut, est également un problème auquel devra être trouvée une solution. Il gêne surtout les grossistes et les intermédiaires qui vendent aux détaillants des marchandises importées. Ces deux catégories de commerçants ne peuvent obtenir que des crédits limités et pour des périodes excédant rarement un mois. La banque de prêts d'investissement qui est projetée sera utile dans cette optique.

Il est clair que les insuffisances indiquées ne sont pas dues à des défauts inhérents au système indigène, mais sont reliées aux objectifs essentiels du développement général.

Dans les marchés de village, la plupart des détaillants de produits agricoles sont des femmes qui apportent les marchandises directement depuis leur propre ferme. Il y a également les marchandes qui font le tour des fermes, achètent aux fermiers, et transportent des marchandises en quantité importante. Les grossistes qui travaillent en général entre les principaux marchés de village et les grands centres vendent des camions entiers de plants, oignons, ignames, oranges, noix de palme, huile de palme ou tomates. Ces « mammies », qui contrôlent dans une certaine mesure l'approvisionnement et les prix, ont leur propre méthode. Une femme de Kumasi, par exemple, peut envoyer un camion d'ignames à Asesewa, où la livraison sera faite à une autre femme qui renverra un chargement d'huile de palme. Les prix se transmettent au moyen d'un code, en confiant au conducteur du camion un certain nombre de noix de palme ou de grains de maïs noués dans un morceau de lissu. Les grossistes se rencontrent environ une fois par mois pour régler leurs comptes qui se montent souvent à des milliers de livres (11). Dans l'ensemble, ces « mammies » sont méticuleusement honnêtes mais des commerçantes habiles. Leur survie dans l'actuel système dépend de ces deux qualités.

Les jours de marché varient, de sorte que les marchands puissent organiser des tournées et que chaque ville puisse participer au commerce. (Voir figure 1.) Ceci permet également de tenir les réunions d'organisations gouvernementales, politiques, ou privées pendant les marchés de façon à toucher le plus de monde possible.

Le schéma de la figure 1 montre comment fonctionne le système commercial dont les marchés sont des éléments. On y trouve les marchés de village comme Agogo, Sekesua, Have ou Onyimso. Ceux-ci ravitaillent les marchés de bourgades comme Somanya, Asesewa, Tafo, Agogo Junction of Mandesem. Les marchés de bourgade ravitaillent les marchés régionaux, tels que ceux de Koforidua, Ho, Tamale, ou Cape Coast. Les marchés des grandes villes, telles que Accra, Kumasi et Sekondi-Takoradi, sont ravitaillés par les marchés régionaux mais aussi par les marchés de village ou de bourgade. En fait, l'ordre indiqué ci-dessus n'est pas strict : les marchandises ou produits peuvent sauter un intermédiaire quelconque, de même que le sens de parcours peut être inversé en quelques endroits. Néanmoins, l'allure générale est bien celle-ci.

(11) Une livre ghanéenne = 2,80 dollars.

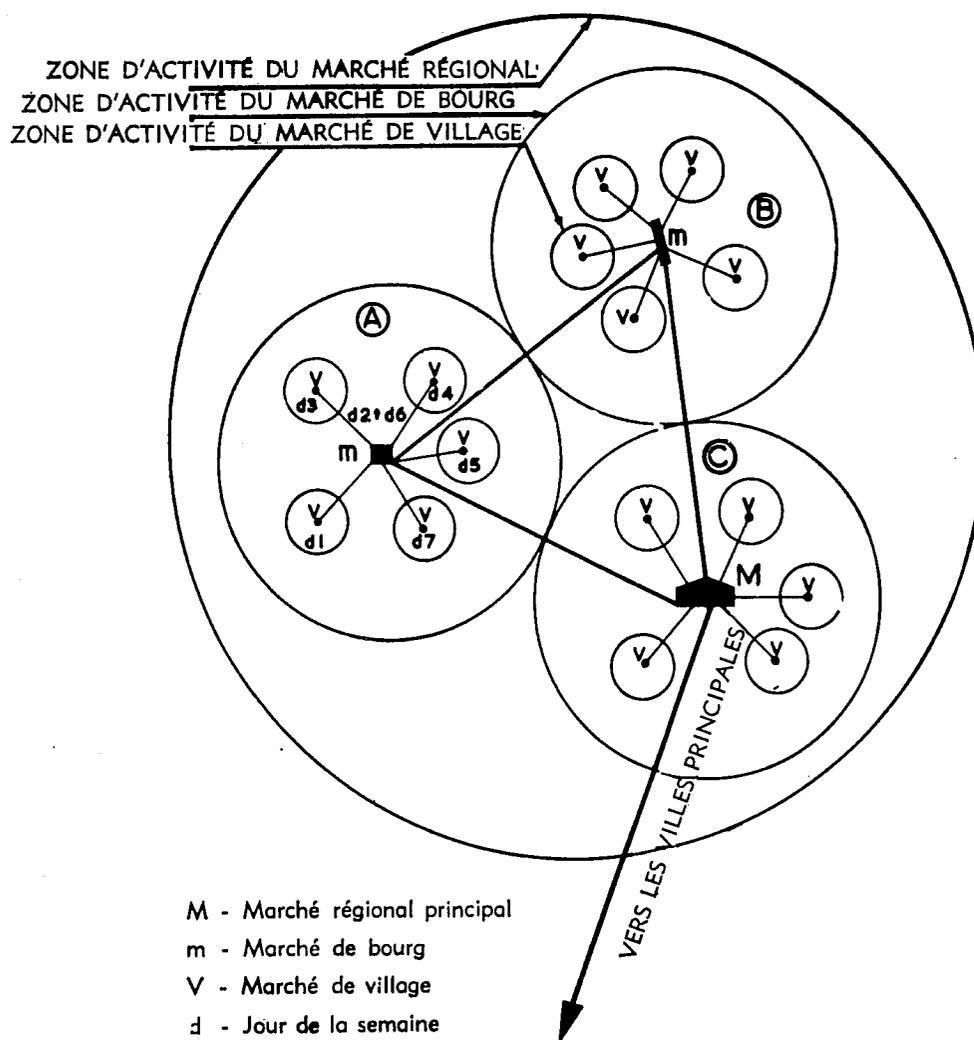


FIGURE 1. — Liens commerciaux et réseau général des relations entre marchés régionaux, de bourg et de village.

CONCEPTION ET CONSTRUCTION

Après avoir quelque peu étudié le cadre où s'insèrent les marchés traditionnels, ainsi que leur rôle essentiel et certaines de leurs fonctions subsidiaires, il convient de se préoccuper de la conception et de la construction des marchés pris dans leur ensemble, ainsi que de leurs diverses installations matérielles. L'objectif essentiel doit être de concevoir et construire de telle sorte que le marché puisse remplir toutes ses fonctions avec efficacité et qu'il corresponde aux besoins de la population. Il doit également être durable, et ne nécessiter que peu d'entretien. Le dernier point à considérer est son esthétique.

Les marchés célèbres du Ghana — et d'ailleurs — ont un charme indépendant de leur perfection fonctionnelle, qui incitait mon père à parler de la « beauté » de sa blanchisserie chinoise. Immanquablement, on y trouve un étonnant rassemblement de tribus, nations, ou races. En fait, ce panorama humain, non seulement pour les types mais aussi pour les activités, est l'une des caractéristiques obligatoires des marchés. On peut admettre que la conception du marché n'y est pour rien. Par contre, une caractéristique qui est du ressort de l'architecte et que l'on trouve sur de nombreux grands marchés est la variété. Lorsque l'on se déplace par de nombreux chemins, de passage couvert à passage découvert, de type et de disposition différents, on ne cesse d'être surpris et d'éprouver des plaisirs nouveaux. On peut en faire l'expérience sur le marché de Kumasi, chez Macy's de New York, ou au Grand Bazar d'Istanbul.

CONCEPTION D'ENSEMBLE

L'activité principale d'un marché est le commerce, et sa disposition devrait être adaptée à cette fonction. On doit concevoir et réaliser des installations qui facilitent le fonctionnement du marché. On doit pourvoir aux facilités nécessaires à la circulation, la manutention, le transport, l'enlèvement des ordures, et l'hygiène, ainsi qu'à diverses activités de vente en gros et au détail.

En tant qu'ensemble, il faut assurer au marché coordination et cohérence. Le mouvement des marchandises doit se

faire de la route vers le parc à camions, et de là vers le marché (voir figure 2). On devra diviser en secteurs la superficie du marché de façon qu'à chaque marchandise ou commerce corresponde un secteur déterminé. L'implantation se fera de façon que les marchandises propres et sans odeurs se trouvent du côté du vent dominant. Les produits poussiéreux ou à odeur forte seront disposés de façon à ne pas incommoder le marché sous l'effet du vent. Les produits pondéreux seront placés près du parc à camions afin de raccourcir la distance de transport. Cette division en secteurs fera également gagner du temps aux acheteurs, peut augmenter les revenus du marché et agrémenter le travail des vendeurs et le séjour des acheteurs.

Si l'on prévoit de construire des boutiques ou des magasins, on devra étudier leur implantation en fonction de celle des constructions déjà existantes, ainsi que du schéma d'ensemble du marché.

Dans les régions tropicales humides, on doit se protéger du soleil et essayer de profiter du vent. On doit éviter aux gens la chaleur et la lumière solaire excessives; tandis que l'aération par courants d'air est un élément fondamental du bien-être.

Si possible, on orientera les bâtiments le long de la direction est-ouest. En fait, lors de la réalisation, on doit faire un compromis entre différents facteurs tels que le profil du terrain, le vent dominant, les voies d'accès, et le drainage. Mais la meilleure façon de se protéger du soleil est d'avoir les petits côtés des bâtiments à l'est et à l'ouest, et d'ombrager les murs qui sont en longueur par un auvent en surplomb qui sera efficace contre le soleil haut dans le ciel.

L'utilisation d'arbres bien choisis est un moyen peu coûteux et particulièrement plaisant de se protéger du soleil et de la poussière, de masquer les vues indésirables, et de parfumer l'air. Les arbustes, les fleurs, et l'herbe diminuent également la brillance des reflets, tout en améliorant l'esthétique par leur beauté naturelle.

Dans tout le Ghana méridional, le vent dominant est celui du sud-ouest. Ceci peut souvent se concilier avec la protection contre le soleil. Rappelons qu'avec des murs ajourés, des murs bas, ou pas de murs du tout on facilite la circulation de l'air.

Le marché représente beaucoup de choses pour la population africaine : non seulement elle s'y procure son pain quotidien, mais on peut y trouver un mari ou une épouse, ou y entendre exposer avec passion les doctrines politiques. Les espaces libres et les arbres à ombrages doivent être disposés en fonction de ces activités sociales et civiques. Des bancs sont les bienvenus.

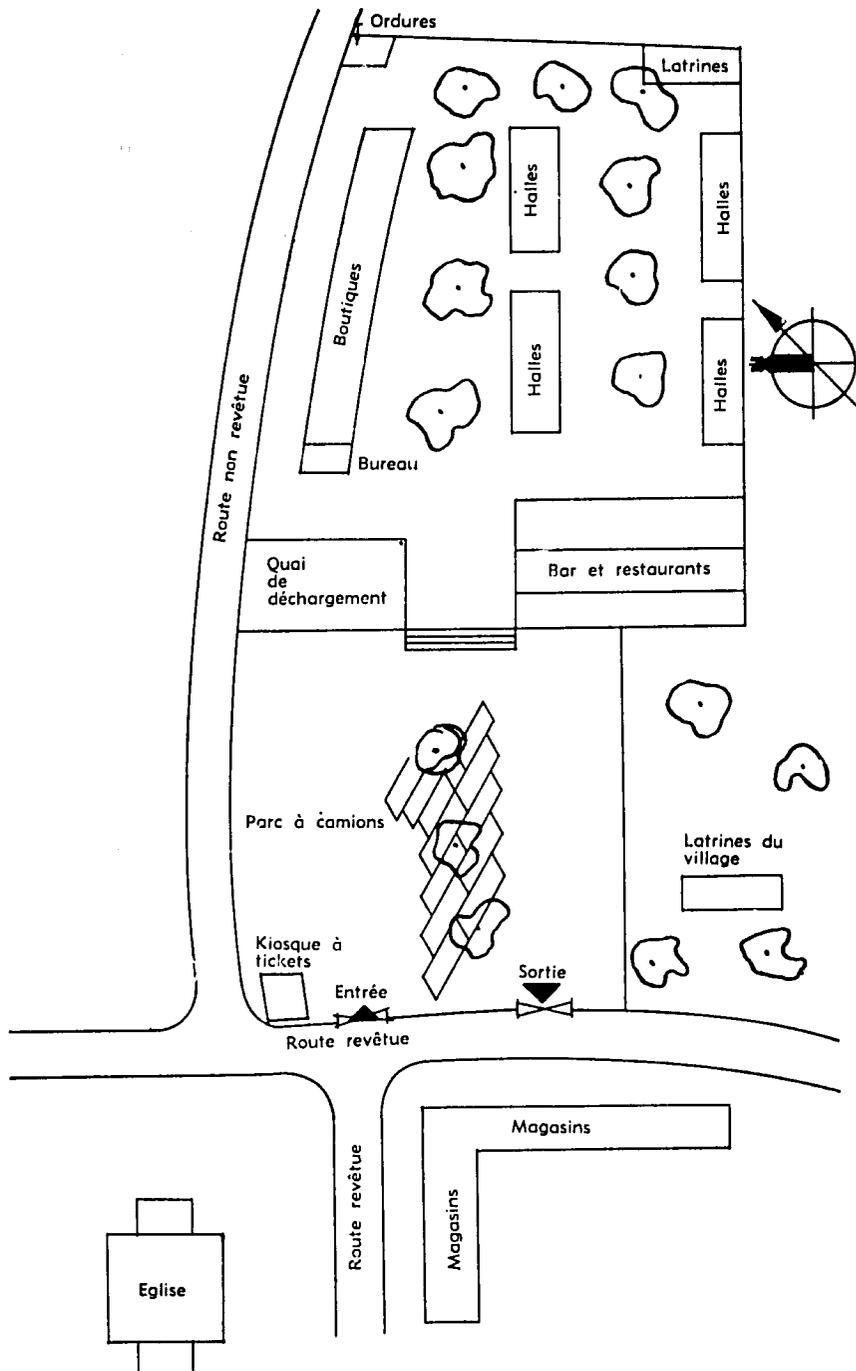


FIGURE 2. — Plan d'ensemble d'un marché.

LE SITE

Le mauvais emplacement d'un marché peut être la cause des difficultés durables, de lourdes dépenses, et même affecter le succès commercial du marché. On ne devra donc pas économiser sur le temps et les efforts consacrés au choix, à l'examen et à la préparation du site.

Un nouveau marché de village doit être situé près de la route principale, et du côté du village par où arrive l'essentiel du trafic. Ceci afin de canaliser plus facilement l'afflux des véhicules les jours de marché, de diminuer les risques d'accidents, et de permettre à la plus grande partie des véhicules un accès facile au marché. L'ensemble du marché doit être situé du même côté de la route, en raison du risque qu'il y a à traverser cette route (fig. 2). Il faut considérer tout particulièrement les relations entre le marché et les autres éléments fonctionnels du village (fig. 3). On tiendra compte de la facilité avec laquelle les acheteurs peuvent venir du village à pied.

Si c'est possible, un nouveau marché devra être situé à proximité des secteurs commerciaux de façon que l'ensemble du commerce soit stimulé par le volume d'affaires qui se traite le jour du marché. Ceci permet aussi aux acheteurs de se procurer facilement les biens et services qu'ils ne trouvent pas au marché : médecins, pharmacien, charpentiers, écrivains publics, réparations, etc.

Si d'autres considérations le permettent, le marché devra être situé du côté de la route où le vent envoie le moins de poussière, afin de protéger les aliments et marchandises, de réduire les désagréments dus à la poussière et de faciliter les mesures d'hygiène.

Le marché ne doit pas être implanté dans une zone résidentielle, ni près d'une école que les bruits et les odeurs pourraient gêner, ni de telle sorte que le trafic puisse mettre les enfants en danger.

S'assurer que l'emplacement est assez vaste pour que le marché puisse croître et s'étendre.

PARC A CAMIONS

Le parc à camions est simplement une aire où l'on doit faire entrer, décharger, recharger et parquer les camions. On a déjà mentionné son rôle par rapport au reste du marché; il doit

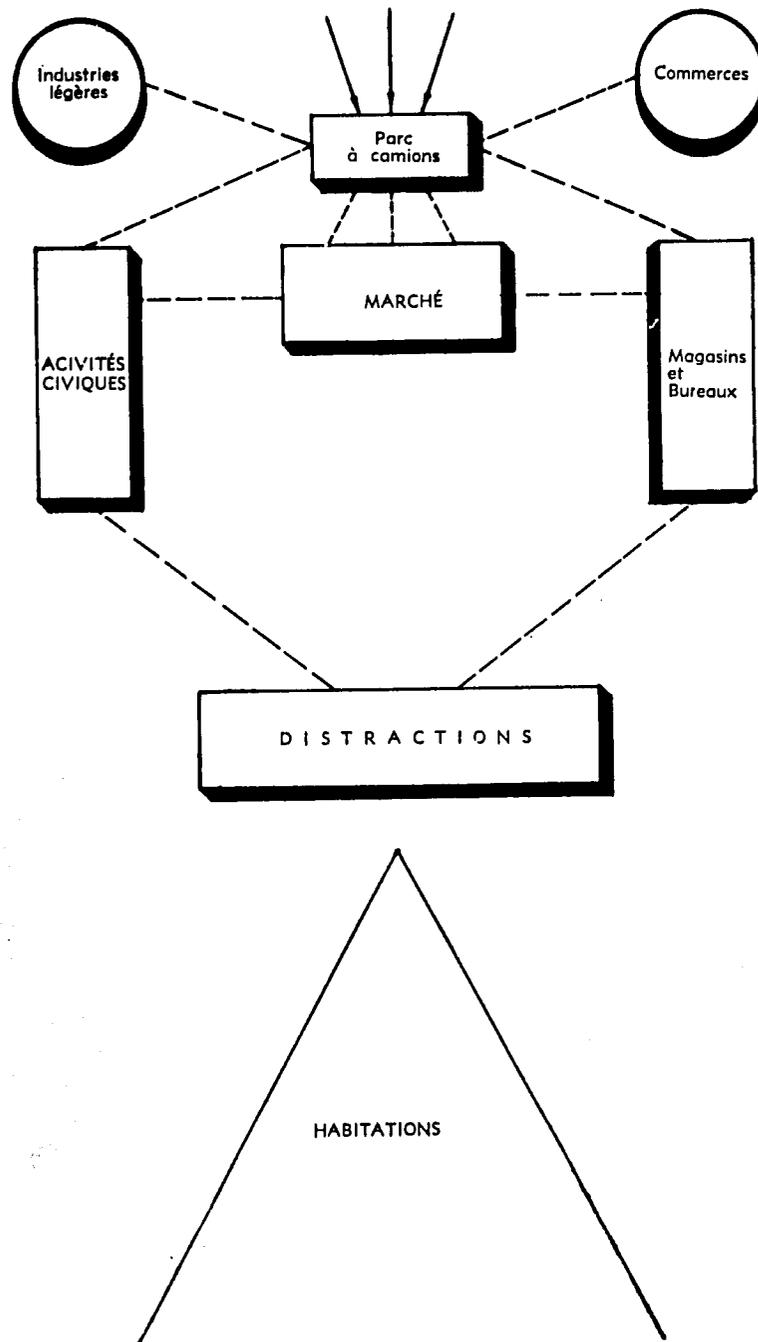


FIGURE 3. — Relations entre le marché et les autres activités de la communauté.

être adjacent au marché. Il doit être bien drainé, aplani, et ombragé. S'il n'y a pas de quais de déchargement, on devra prévoir un emplacement pour une travée de déchargement. Il est toujours souhaitable d'avoir un poste d'alimentation en carburants.

On devra étudier soigneusement la circulation et le stationnement des véhicules. Une bonne circulation sera assurée par une entrée et une sortie distinctes, avec un kiosque à tickets à l'entrée. Les emplacements de stationnement doivent être convenablement repérés ; C'est facile sur une chaussée revêtue ; sinon on peut utiliser des poteaux (en bois ou en tube métallique).

QUAIS DE DÉCHARGEMENT

Comme il a été dit, les camions qui apportent les biens et marchandises au marché sont actuellement groupés dans un parc à camions où l'on doit tout décharger puis tout transporter vers les magasins et éventaires du marché. Les achats en gros de produits agricoles effectués par les « mammies » grossistes doivent eux aller du marché au parc où ils seront chargés pour le transport.

Cette méthode est malcommode et conduit à des pertes de temps et de main-d'œuvre, ce qui est un sérieux défaut du système des marchés. On ne pourra pas continuer ainsi si l'on veut atteindre les objectifs fixés, et l'on doit se préparer à remplacer le « kaya-kaya » par des chariots élévateurs à fourche.

L'une des améliorations possibles consiste à doter le marché de quais de déchargement disposés de façon que les opérations de manutention se déroulent facilement.

Ces quais doivent être situés près des emplacements où l'on manipule des marchandises en grande quantité (échalotes, bananes, ignames, patates) ou lourdes (huile de palme en fûts, maïs en sacs). On tiendra compte également du terrain et des voies d'accès. Si possible on profitera de l'existence de pentes naturelles pour limiter les terrassements et les dépenses de maçonnerie pour la construction des murs et du quai.

La surface de travail des quais doit être en béton de bonne qualité, avoir un fini permettant un nettoyage facile mais ne pas être glissante. Les murs de soutien et la rampe peuvent être en béton, pierre, ou parpaings. On les protégera contre les chocs des camions. Il est moins dangereux d'avoir une rampe que des escaliers, et en outre cela facilite beaucoup la manutention des fûts. La pente de la rampe ne doit pas excéder 1/10.

On fera attention à laisser assez de place autour de la plate-forme pour le stationnement, l'arrivée, le départ, et les manœuvres des camions. Dans certains cas, des bascules permettant de peser les camions chargés accéléreront la manutention.

DRAINAGE

Tout au long de l'examen d'un projet nouveau d'emplacement de marché on devra garder bien présent à l'esprit le problème du drainage. Un terrain plat laisse l'eau stagner, contrecarre les mesures d'hygiène et pose un véritable problème. Une forte pente cause de l'érosion, et nécessite des dépenses élevées de terrassement, drainage, et autres aménagements. Un site idéal, du point de vue du drainage, est en pente légère à partir de la route. Dans un tel endroit l'eau s'écoule tranquillement; le nivelage n'est pas nécessaire, ni les travaux de fondation des bâtiments, et le drainage est aisé à réaliser. Il est facile, si on le désire, de terrasser les emplacements en pente douce et, dans le cas contraire, les bâtiments peuvent épouser le profil du terrain.

Si l'on doit utiliser un terrain en forte pente, et si les crédits sont très limités de sorte qu'il faille construire le marché par étapes, il est préférable, à longue échéance, de dépenser le premier argent pour le nivellement, le terrassement, la pose de drains et conduites, et autres travaux d'aménagement nécessaires. Dans les régions tropicales humides, il faut tenir tout particulièrement compte, lors de la construction, des pluies torrentielles et de leurs effets.

Une fois que l'on a obtenu un bon drainage, on peut se contenter d'abris provisoires jusqu'à ce que l'on dispose de plus d'argent.

HYGIÈNE

Les jours de marché, l'afflux d'un grand nombre de personnes laisse des tonnes de détrit. Les visiteurs doivent disposer des installations sanitaires essentielles. Souvent les installations normales d'une communauté ne peuvent pas absorber la surcharge des jours de marché où le chiffre de la popu-

lation peut être multiplié par un facteur important. C'est pourquoi les installations sanitaires doivent bénéficier d'une priorité importante dans la conception et la construction du marché.

EAU. — En général, le fait qu'on y dispose d'un minimum d'eau est l'une des raisons pour lesquelles un marché s'installe et prospère sur un emplacement donné. Mais il n'est pas rare de s'apercevoir que beaucoup d'usagers du marché ont de grosses difficultés d'approvisionnement; en général l'eau doit être apportée de loin et d'une façon malcommode.

L'un des paradoxes des tropiques, où les pluies sont extrêmement fortes, est l'acuité avec laquelle se pose le problème de l'eau dans la saison sèche. Il faut utiliser tous les moyens possibles pour récupérer l'eau de pluie tombée sur la surface couverte du marché, et la mettre en réserve en prévision des périodes sèches.

Grâce au toit « papillon » on peut collecter l'eau sur toute la surface du toit d'où elle s'écoule dans un chéneau central puis vers un réservoir avec le minimum de canalisations de descente. La consommation peut être surveillée par les autorités ou les associations de vendeurs. Cet apport d'eau est très utile, mais il est rare qu'il soit suffisant.

Lorsqu'il existe une rivière, on peut canaliser le courant jusqu'au marché et distribuer l'eau par des canalisations verticales. Lorsque ce n'est pas le cas, on examinera la possibilité de creuser des puits. L'eau de puits nécessite généralement moins d'épuration.

LATRINES. — Pour un très petit marché, on peut se contenter des latrines du village, mais ce n'est pas l'idéal. Dans certains cas on peut construire dans le parc à camions des latrines qui serviront pour celui-ci comme pour le marché. Néanmoins, pour un marché important et actif, on devra construire des latrines à la fois dans le marché et dans le parc à camions. Dans tous les cas les édicules devront être masqués par des plantations d'arbres et de buissons, tout en permettant un accès facile pour l'utilisation et l'entretien.

Parmi les différents modèles de latrines publiques que l'on construit dans les villages et les villes, c'est la fosse septique qui remplit le mieux les conditions imposées. C'est une installation permanente qui n'a pas besoin d'être déplacée comme les simples feuillées. Il est, dans ce cas également, nécessaire d'engager quelqu'un pour la surveillance quotidienne, mais cette personne n'est pas exposée à la disgrâce publique.

Par action anaérobie, les matières de la fosse septique sont transformées en un liquide qui peut s'infiltrer dans le sol. Un

dépôt se forme dans le réservoir, et on doit l'enlever tous les quelques mois à l'aide d'une canalisation ad hoc ou d'un seau.

Il est important que la fosse contienne suffisamment d'eau pour qu'elle fonctionne bien.

DÉPÔTS D'ORDURES. -- L'énorme quantité d'ordures organiques et inorganiques qui est apportée au marché doit être accumulée dans des endroits convenables, puis enlevée et détruite. Jusqu'à maintenant les vautours jouent un rôle dans ce processus, mais il est souhaitable de s'en passer dès que les conditions générales de propreté s'amélioreront.

On devra classer les détritiques en : papiers et matières similaires qui peuvent être brûlés; déchets qui peuvent servir à nourrir les animaux; et détritiques qui doivent être enterrés. Pour cette dernière catégorie, on peut utiliser des poubelles galvanisées à couvercle.

La masse d'ordures peut être mise dans des dépôts. Ceux-ci sont généralement en maçonnerie, ont un sol bétonné, des ouvertures de remplissage du côté du marché, et vers l'extérieur une porte coulissante amovible qui est accessible par camion. Ils doivent être en nombre suffisant.

AMÉNAGEMENT DES TERRASSES

En raison de la violence des pluies et de la nature du sol, l'érosion, au Ghana, peut être fantastique. Les dégâts qui s'ensuivent lui sont directement proportionnels. Aussi est-il important d'examiner certains détails de construction de terrasses et de drainage.

Les terrasses doivent être construites selon les courbes de niveau. De la sorte elles seront à peu près de niveau d'un bout à l'autre et cela permet de drainer l'eau par des drains creusés dans le sol.

Pour des raisons de fonctionnement et d'économie, chaque terrasse doit être assez grande pour permettre la construction de deux rangées d'éventaires, et laisser un passage suffisant pour les piétons. Cela veut dire que la largeur doit au minimum être de trente pieds (9 m).

Les murs de soutènement doivent avoir une épaisseur égale au moins au tiers de leur hauteur. Lorsque les pentes sont faibles et le sol assez stable (latérite, par exemple) on peut se contenter de dallages en pierre (voir figures 4 et 5).

CLOTURES

L'importance économique des marchés pour les administrations locales fait que le contrôle des vendeurs et la perception des redevances sont vitaux. Le revenu mensuel fourni par les marchés au Conseil de Manya Krobo a été en 1961 de plus de 1000 livres, et à peu près identique pour celui de New Juasen. C'est essentiellement pour cela qu'il est nécessaire d'avoir des clôtures. Elles permettent également d'empêcher la poussière et les animaux d'entrer, donnent de l'ombre, et imposent la construction des bâtiments dans la zone autorisée.

Les marchés sont souvent partiellement clos par des bâtiments, en général des boutiques fermées. Ceci peut procurer des facilités et des économies dans certains cas.

La clôture peut être de divers types. L'une des plus répandues est la clôture en maçonnerie (12). Des parpaings de sable

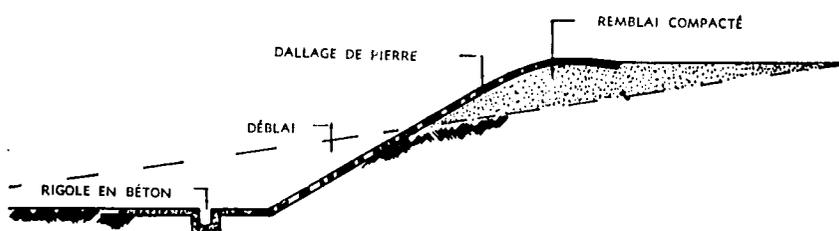


FIGURE 4. — Terrasses soutenues par des dallages de pierre.

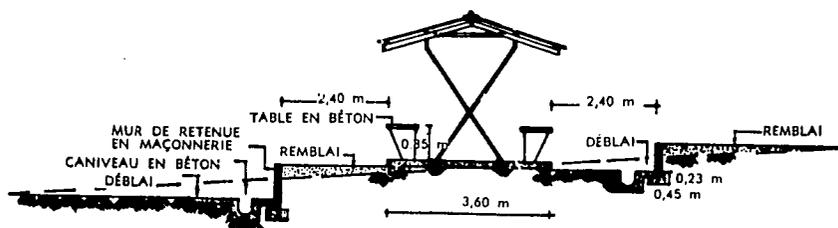


FIGURE 5. — Terrasses pour halles.

(12) Les parpaings de sable sont fabriqués en mélangeant du sable et du ciment dans la proportion de 6 à 1 et en moulant le mélange en blocs, dans des moules à main ou à l'aide d'une machine spéciale. Les machines compactent le matériau par vibration ce qui fournit les blocs de la meilleure qualité.

Les parpaings de latérite sont du sol stabilisé. Ils sont fabriqués en mélangeant la latérite au ciment dans une proportion variant entre 10 à 1 et 18 à 1 ; selon la nature de la latérite. La façon la plus simple de faire les parpaings est de verser le mélange dans des boîtes de dimension convenable. Plusieurs machines à main qui se trouvent dans le commerce permettent d'obtenir des blocs meilleurs. Il existe aussi des machines actionnées mécaniquement.

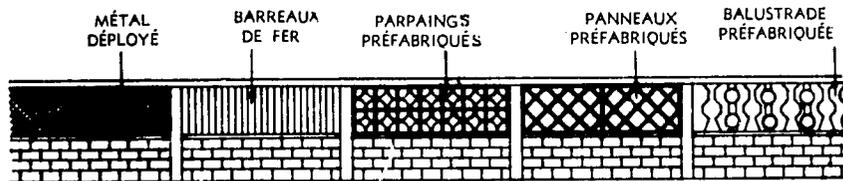


FIGURE 6. — Modèles de clôtures.

ou de latérite sont disposés en nid d'abeille et scellés au mortier. Les ouvertures permettent la circulation de l'air, qui est si importante pour le confort sous les tropiques. En même temps la clôture donne de l'ombre aux commerçants occasionnels placés le long du mur.

Il y a plusieurs autres types de clôtures. L'une des plus courantes utilise du fil de fer barbelé fixé sur des poteaux de béton ou de bois traité. Bien que ce type de clôtures convienne pour la sécurité et le contrôle, il n'arrête pas la poussière et ne donne pas d'ombre. En outre, avec la foule qu'il y a, le fil de fer barbelé risque de blesser des enfants. Il est également peu esthétique.

Un modèle satisfaisant consiste en un mur d'environ 4 pieds (1,2 m) surmonté d'environ 3 ou 4 pieds (0,9 à 1,2 m) de métal déployé, barreaux de fer, parpaings ou panneaux préfabriqués de différentes sortes (fig. 6). Le métal à nu ne convient pas dans les régions côtières en raison de l'entretien coûteux qui est nécessaire pour éviter la corrosion.

Les portes peuvent être en bois ou en métal. Si c'est du bois, il doit être traité, de préférence à la créosote. Les portes de passage des camions doivent avoir au moins 10 pieds (3 m) de large, et les portes pour piétons au moins 3 pieds (0,9 m).

ALLÉES POUR PIÉTONS

Tous les déplacements à l'intérieur du marché se font à pied. Les vivres et les autres marchandises sont portées sur la tête jusqu'à la boutique ou l'éventaire depuis le parc à camions ou l'emplacement de déchargement et les acheteurs circulent à pied sur les allées. Celles-ci doivent donc être bien faites.

Les allées doivent être bien drainées, et si possible revêtues. Le matériau de revêtement peut être du béton, un agrégat goudronné, de la pierre, des parpaings de sable, ou autre maté-

riau dur disponible dans la région. Du gravier bien compacté sur une allée bombée est efficace.

Les « mammies » des marchés, qui sont extrêmement sensibles à tout ce qui pourrait entraver le commerce, préfèrent en général que les allées n'aient pas plus de 8 pieds (2,4 m) de large. Sinon, les piétons ne passeraient pas assez près des marchandises exposées. Il faut concilier les désirs des vendeurs avec le volume de la circulation des piétons et la plantation d'arbres à ombrage sur les allées.

On devra s'assurer que les allées et les bâtiments soient disposés de façon à permettre une circulation facile. Il ne doit pas y avoir de goulots d'étranglement; tout éventaire ou magasin situé à l'écart de la circulation fournira un moindre revenu au Conseil. A Aseewa il y avait de telles boutiques isolées, et les « mammies » refusèrent de les louer jusqu'à ce que le circuit des piétons ait été modifié afin d'amener plus de monde vers ces boutiques.

On devra encourager plus énergiquement la plantation d'arbres à ombrage le long des allées.

BÂTIMENTS

On peut classer les activités commerciales qui se pratiquent sur les marchés de village ou de ville en trois catégories : le commerce de gros, le commerce de détail, les prestations de services. En première approximation deux types de bâtiments servent de cadre à ces trois activités : les éventaires couverts (halles) et les boutiques.

Les petits commerçants traitent une grande partie du volume du commerce de détail. Mais, en raison de leur proportion énorme (13) par rapport à la population (à Accra un pour 2,5 familles) leur marge bénéficiaire est faible. Aussi ne peuvent-ils payer qu'un loyer modeste pour leur emplacement, et le coût de la construction des halles doit être faible. C'est également vrai pour les boutiques, mais à un moindre degré.

Au fur et à mesure que l'éducation progressera, préparant les femmes à d'autres travaux, que l'industrie offrira des emplois, et que le revenu familial augmentera, les facteurs naturels sociaux et économiques réduiront le nombre de femmes qui font du commerce. Ceci améliorera les conditions du com-

(13) Recensement de 1958.

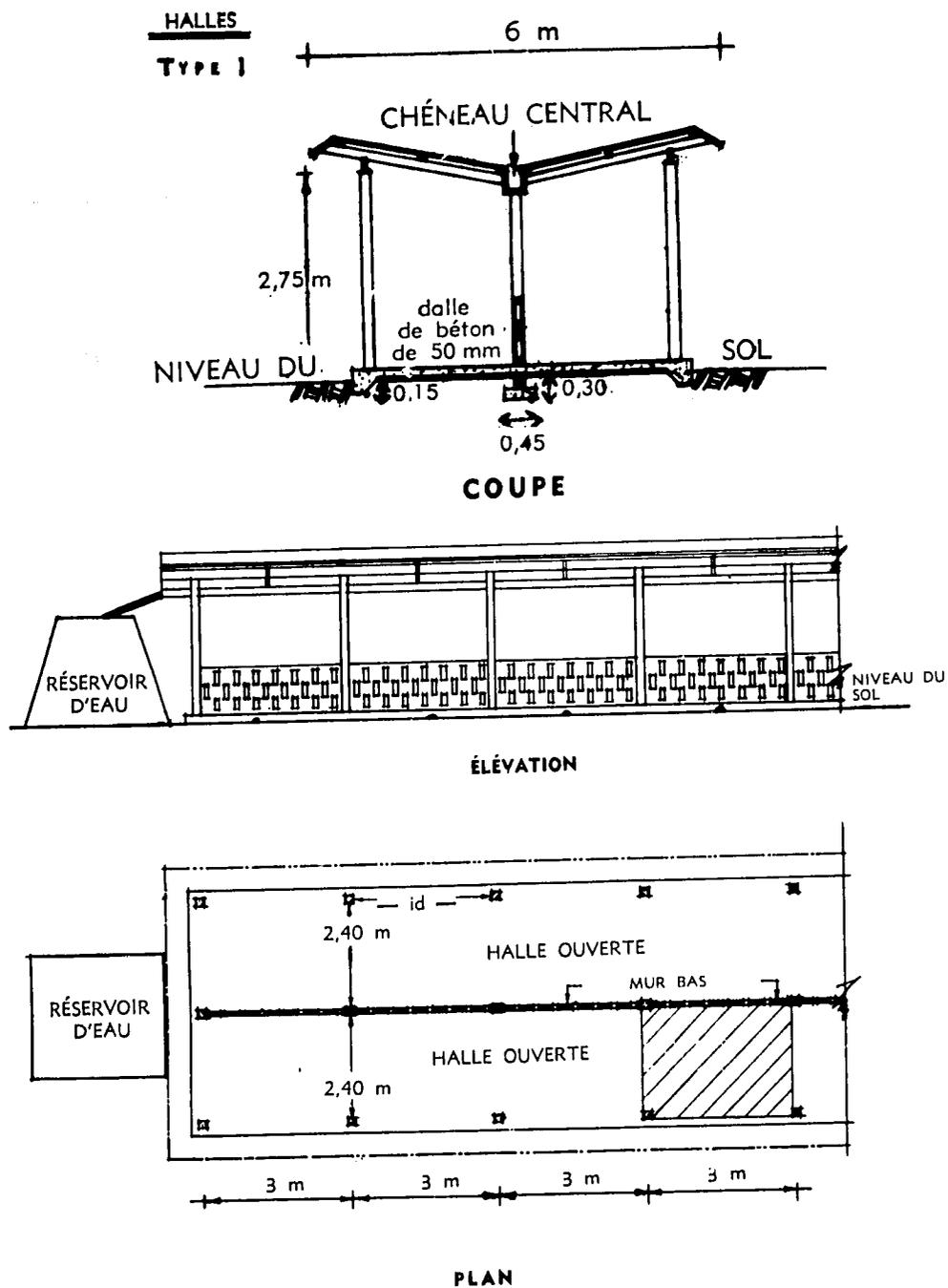
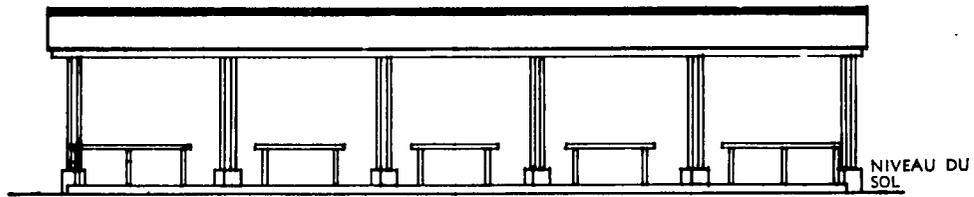
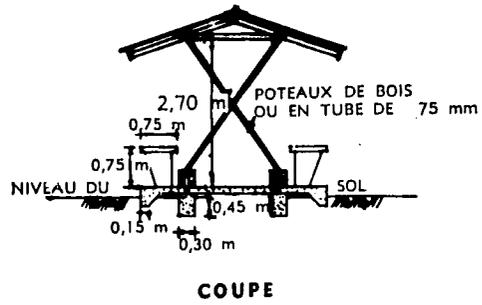


FIGURE. 7. — Halles ouvertes. Le toit « papillon » permet de collecter toute l'eau de pluie tombant sur sa surface. Celle-ci se déverse par un chéneau central dans un réservoir.



HALLES OUVERTES

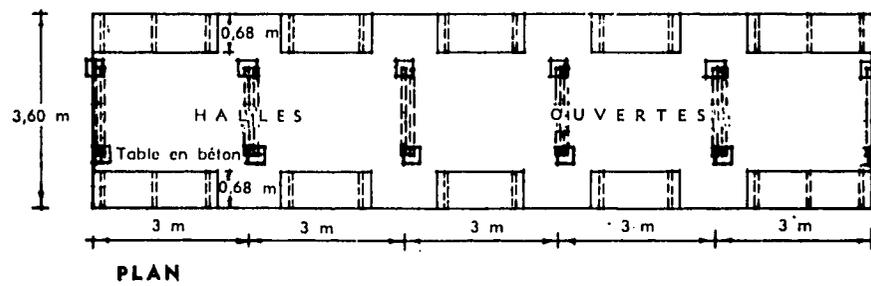


FIGURE 8. — Une plate-forme supportant une table solide et une couverture permanente est l'idéal pour exposer et vendre les fruits et légumes. Ce modèle est de construction économique.

merce de détail, et il sera possible d'avoir des installations de meilleure qualité.

HALLES. — On se propose de construire un abri contre le soleil et la pluie qui soit bon marché, bien ventilé, propre et bien éclairé. Chaque vendeur doit disposer d'assez de place, environ 8 pieds sur 10 (2,40x3,00 m). Voir figure 7.

On constate que les coutumes (14) et les préférences varient d'un endroit à l'autre ce qui impose de légères modifications. Mais, en général, les alignements réguliers d'éventaires de part et d'autres des allées conviennent bien. Pour raisons d'économie et de ventilation, le hangar de couverture aura la largeur de deux rangées d'éventaires (voir figure 8), mais des hangars plus grands sont également satisfaisants, surtout pour le commerce de gros.

La firme Doxiadis Associates (15) donne les indications suivantes sur la construction économique des couvertures d'éventaires de marché :

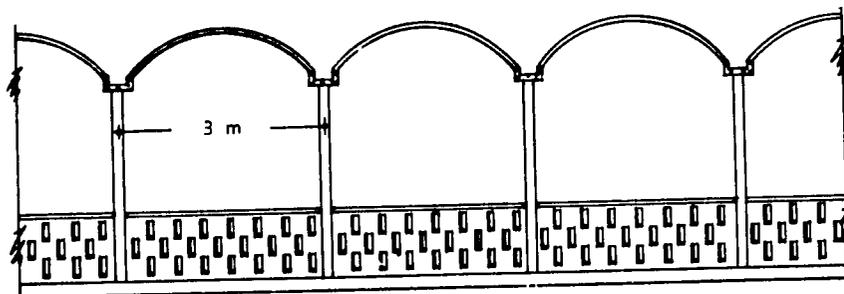
« La tendance actuelle est d'éliminer la charpente supportant les tôles. Ceci s'obtient en courbant celles-ci pour augmenter leur résistance et en les utilisant pour couvrir de petites portées sans aucun soutien. Les conclusions auxquelles on est arrivé sont les suivantes : pour une portée de 11 pieds 6 pouces (3,5 m) on peut utiliser les feuilles normales SMG 20 à ondulations de 1 pied (30 cm). Ces tôles peuvent supporter le poids d'un homme ainsi que, si on les pose avec la pente convenable, la force d'arrachement due au vent » (voir fig. 9).

On doit prévoir, pour les halles comme pour les autres constructions, une certaine souplesse d'utilisation et une extension facile. Les hangars ouverts, qui consistent essentiellement en une plate-forme bétonnée ne portant que des poteaux fixes et pas de murs sont d'une utilisation très souple. Les agrandissements sont aisés à réaliser en allongeant une extrémité, sauf pour les extrémités où se trouvent des réservoirs d'eau.

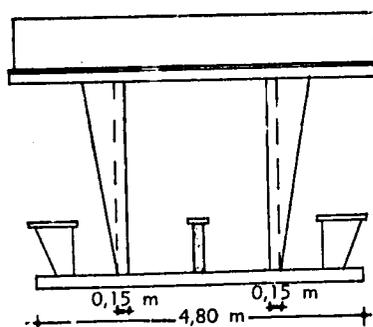
BOUTIQUES. — Les locaux commerciaux clos que l'on trouve sur les marchés d'Afrique occidentale ne sont pas des boutiques au sens occidental du mot. Leur origine remonte au commerçant qui allait sur la « côte » pour gagner de l'argent, mais non pour s'établir. Il vendait en gros et au détail dans sa boutique, et souvent même y dormait également.

(14) Dans certains endroits les grossistes circulent librement entre les éventaires. Aussi les grilles de séparation ne sont pas souhaitables dans ce cas.

(15) Doxiadis Associates, document Dox-Gha (41 54-20-62), Commercial Centres, Preliminary Report, page 20.



ÉLEVATION



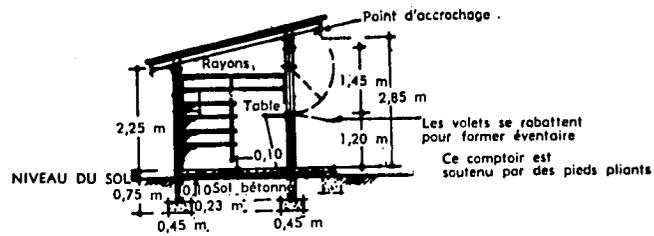
VUE LATÉRALE

FIGURE 9. — Halles ouvertes avec toit courbe.

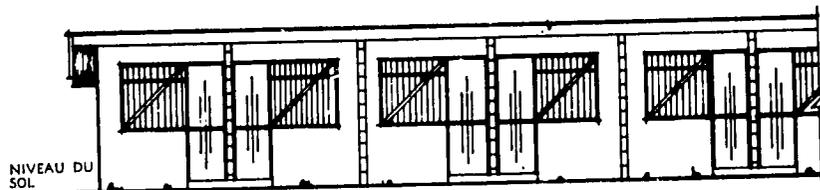
A certains égards, on trouve dans la boutique d'Afrique occidentale quelques-unes des techniques de vente les plus modernes : il n'y a pas de vitrine, mais tout l'intérieur plein de marchandises s'offre à l'examen du client; on utilise le self-service, ce qui réduit le personnel au minimum; une échelle mobile de prix, à limites inférieures et supérieures fixées, fonctionne avec une efficacité qui intéresserait un spécialiste américain de la vente au rabais. En fait ces techniques sont utilisées sur tous les marchés d'Afrique occidentale.

Pour les boutiques, l'économie doit également être l'un des principaux objectifs (voir figure 10). La marge bénéficiaire des propriétaires qui vendent de la quincaillerie, des cosmétiques, des articles de toilette, des médicaments, et autres produits non périssables qui ne sont pas faciles à déplacer de la maison à la boutique et vice-versa, est également marginale.

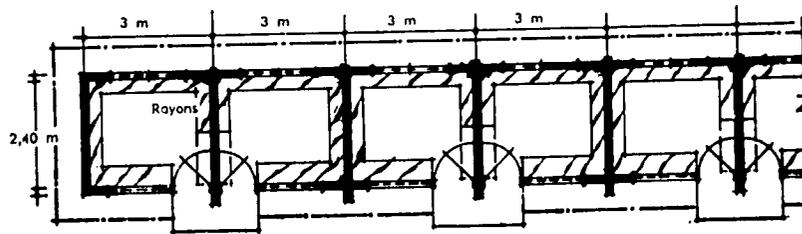
Les boutiques doivent être orientées de façon à éviter le soleil et à recevoir le vent. Il s'est également révélé important de construire une véranda sur la façade des boutiques les plus



COUPE



ÉLEVATION



PLAN

FIGURE 10. — Petites boutiques closes. Les petites boutiques, à loyer modeste, conviennent à certains vendeurs de produits en conserve, cosmétiques, médicaments, quincaillerie, etc. Les rayons sont importants et les fenêtres peuvent être du type « hollandais » de sorte que l'on puisse en avoir la moitié fermée, l'autre moitié ouverte pour l'aération.

importantes, non seulement à cause du soleil mais aussi pour donner plus de place pour l'étalage et faciliter l'entrée et la circulation des clients. Des ouvertures d'aération, défendues contre les cambrioleurs, doivent être aménagées à environ 7 pieds (2,1 m) de hauteur devant et derrière. Les magasins sont souvent adossés aux halles (voir figure 11).

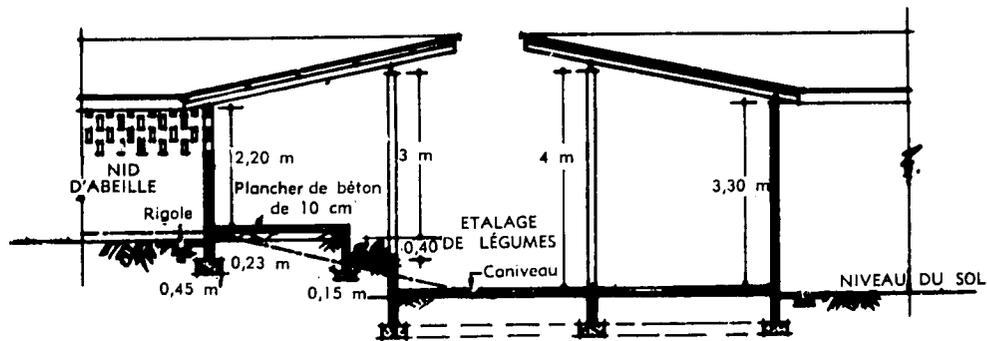
Dans la pratique, les boutiques sont normalement construites sans rayons, ni comptoirs, ni casiers; le locataire installe ce qui convient le mieux à ses possibilités et aux marchandises qu'il vend. Comme on ne connaît pas la destination exacte des boutiques lorsqu'on les dessine et qu'on les construit c'est souvent la seule méthode possible. Néanmoins on pourrait prévoir des accessoires standard qui pourraient être choisis et utilisés par la suite. Le bon goût et l'efficacité y trouveraient leur compte.

La conception des boutiques pourrait faire l'objet de nombreuses améliorations. On devrait par exemple s'intéresser aux ouvertures. Les portes et fenêtres à charnières de modèle courant ne sont pas très élégantes et, une fois ouvertes, empiètent sur l'espace disponible à l'intérieur ou sur la véranda. Lorsque l'on disposera d'assez d'argent pour se procurer une qualité meilleure, on pourra avantageusement utiliser divers modèles de portes coulissantes suspendues sur rouleaux. Le marché du Plateau à Abidjan en donne un bon exemple.

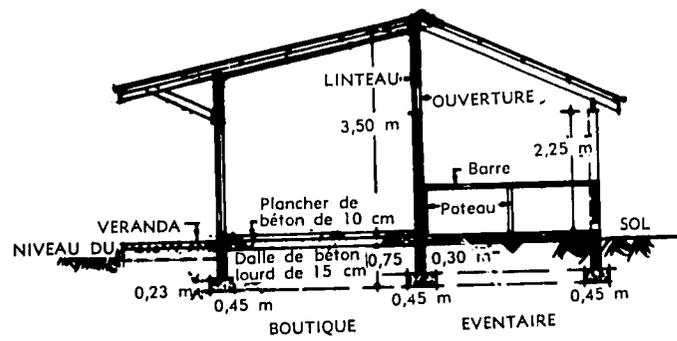
MAGASINS. -- Sous l'influence occidentale, ce que nous appelons magasin devient de plus en plus répandu. Dans toutes les villes du Ghana on peut voir des établissements à plusieurs départements du type grand magasin avec un super-marché, des comptoirs à parfums, jouets, vêtements de confection, etc... comme ceux, bien connus, d'Europe et d'Amérique. Les conseils seront bien avisés de prévoir dans les marchés urbains la construction de magasins. Ceux-ci seront utilisés par les tailleurs, couturières, pharmaciens, épiciers, les comptoirs Hindous et Libanais, et certains bureaux. Le Conseil Urbain de New Juaben à Koforidua a examiné la possibilité d'installer des magasins à l'endroit où le mur du marché longe le trottoir de l'artère principale de Koforidua.

Il est essentiel que les magasins soient d'utilisation souple. Les exemples des figures 10 et 12 montrent comment deux, trois unités de surface ou plus peuvent être réunies en supprimant les cloisons; on peut ajouter des éventaires à l'arrière si le conseil le désire; les vitrines peuvent être de type varié.

Les « lécheurs de vitrine » peuvent flaner sous l'arcade ombragée. Ce genre de passe-temps deviendra de plus en plus fréquent avec le changement du mode de vie en Afrique occidentale.

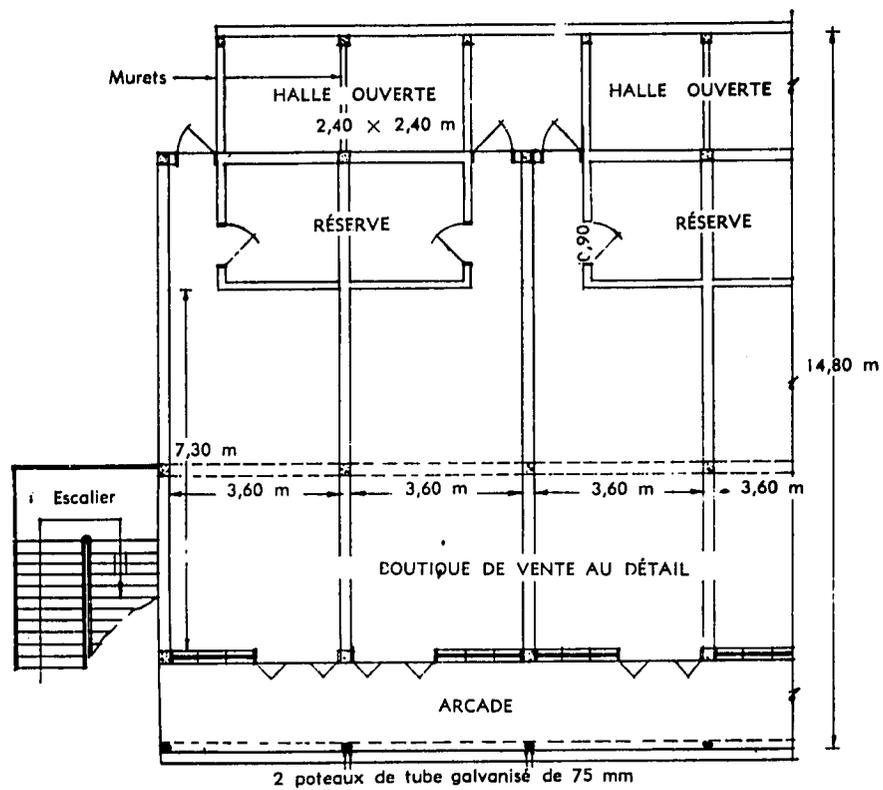


AMÉNAGEMENTS TIRANT PROFIT DE LA PENTE DU TERRAIN

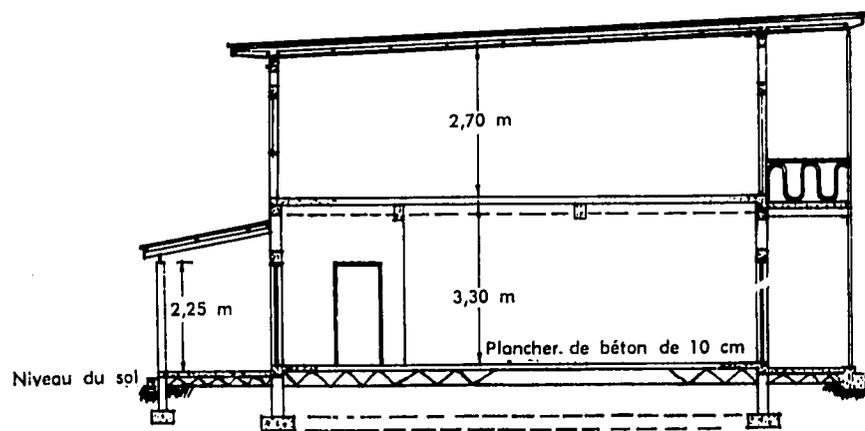


COMBINAISON D'UNE BOUTIQUE ET D'UN ÉVENTAIRE

FIGURE 11. — Halles ouvertes.



PLAN



COUPE

FIGURE 12. — Boutiques à deux niveaux. Plan du rez-de-chaussée et coupe.

BOUCHERIE. — La viande est l'une des principales causes de maladies sous les tropiques. A lui seul ce fait pénible montre toute l'importance des bâtiments dans lesquels on vend la viande et le poisson.

Le bâtiment doit être protégé des insectes. Toutes les ouvertures doivent comporter un double piège à mouches. Le sol ainsi que les étals doivent être bétonnés et bien drainés pour que l'eau des fréquents nettoyages s'évacue facilement. Les caniveaux doivent aboutir à des conduites d'infiltration souterraine. Le matériau des murs doit permettre un lessivage fréquent.

Une possibilité consiste pour les bouchers à vendre de l'intérieur d'une baraque grillagée aux acheteurs se trouvant à l'extérieur, par une petite ouverture. Ce principe fonctionne convenablement au marché de Ouagadougou.

On doit pouvoir disposer de beaucoup d'eau à la boucherie. Celle-ci pourra avoir son propre réservoir à eau de pluie collectée par le toit dans lequel on puisera pendant la saison sèche.

Il faut défendre les ouvertures contre les cambrioleurs si on y laisse de la viande ou du poisson pendant la nuit.

A notre époque, il serait inexcusable de ne pas avoir de moyens de conservation par le froid dans ces bâtiments. Même les marchés de village peuvent utiliser des réfrigérateurs fonctionnant au pétrole. Ces réfrigérateurs peuvent être achetés par les bouchers en coopérative, ou par le Conseil, qui les met en location. Dans les villes qui ont l'électricité, on pourra construire dans les boucheries des chambres froides avec crochets, rayons et casiers compartimentés.

Sur les marchés urbains il faut prévoir des douches et des vestiaires pour les bouchers et leur personnel.

BAR-RESTAURANT. — Deux genres d'établissements portent sur le marché le nom de « bar ». Tout d'abord il y a la version locale de ce que nous appelons restaurant. Elle est l'analogue des lieux publics, où mangent les masses semi-rurales, que l'on trouve dans le monde entier. L'autre est le bar à vin de palme ; un équivalent qui vient à l'esprit est le bar où l'on boit le pulque au Mexique.

Le bar-restaurant comporte essentiellement un secteur où l'on prépare la nourriture, celui où on la sert, et celui où on la mange.

L'endroit où l'on prépare la nourriture doit être grillagé, comme devrait d'ailleurs l'être tout le bâtiment. Un enclos à sol revêtu ou une avancée conviennent très bien comme emplacement pour piler le fufu. Dans le secteur de préparation des aliments, on devra prévoir des garde-manger. Le sol doit être

bétonné partout. On devra disposer d'un bon éclairage, d'une bonne ventilation, et de moyens de réfrigération.

La distribution des plats peut se faire au-dessus d'un comptoir séparant la cuisine et la salle. La salle doit également être bien ventilée, bien aérée, avoir un sol de béton et être protégée contre les mouches.

BARS A VIN DE PALME. -- La principale source de distraction et de boisson du paysan ghanéen moyen est le bar à vin de palme. Souvent ce n'est rien d'autre qu'un enclos de bambou, raphia, ou branchages. Mais le fermier se repose et se sent participer à la communauté en étant assis sur un banc de bois dans cet enclos, tout en buvant à petits coups sa calebasse de vin de palme.

Le sol des bars à vins de palme doit être bétonné et bien drainé.

Habituellement on conserve et on sert le vin de palme dans le même endroit. Il n'est pas nécessaire que la séparation entre la surface de stockage et de service et celle réservée aux clients soit plus haute qu'un comptoir. Ceci permet à l'air de circuler librement.

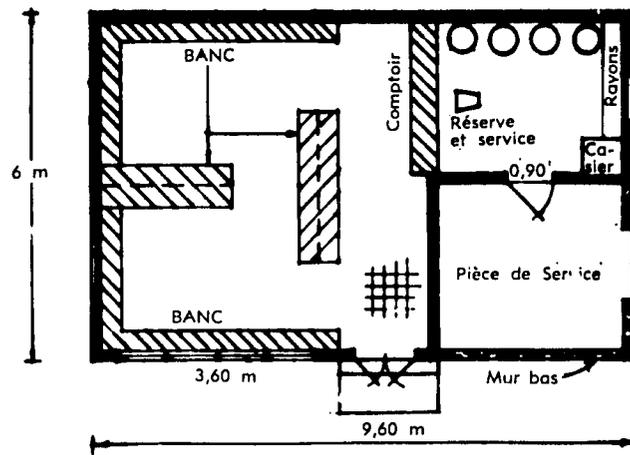
Les buveurs préfèrent généralement être assis en cercle ou sur des bancs plutôt qu'à des tables séparées. Nous proposons dans la figure 13 un modèle de bar à vin de palme.

BUREAUX

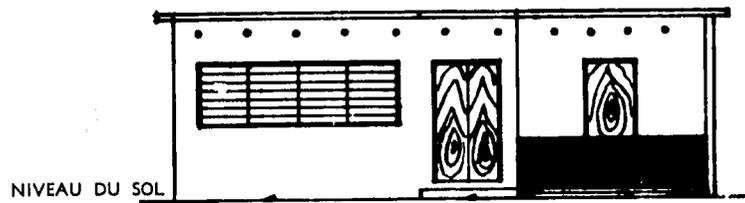
Il y a toujours au marché une équipe sous les ordres du Conseil dont le rôle est de récolter les redevances, encourager l'hygiène, et contrôler la gestion d'ensemble. L'effectif de l'équipe et partant l'espace de travail qui lui est nécessaire, dépend de la taille du marché.

Sur les marchés les plus petits, il suffit d'une cabane de la taille d'un kiosque pour tout ensemble servir de guichets à tickets, emplacement pour conserver les registres et faire le travail de bureau courant, le tout à l'abri du soleil. On pourra disposer les boutiques de façon qu'une case adjacente à l'entrée serve de bureau.

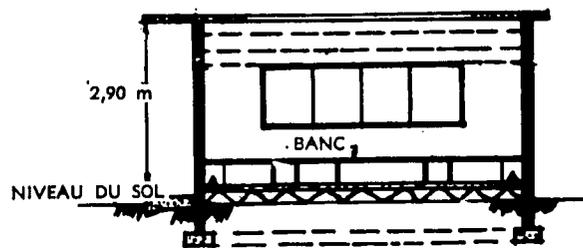
Sur les marchés plus importants et plus actifs, il est nécessaire de prévoir un petit bâtiment administratif intégré dans le schéma général d'implantation. Il doit pouvoir favoriser l'observation et la surveillance du marché. Sur le marché de Tako-



PLAN



ÉLEVATION



COUPE

Fig. 13 — Bar à vin de palme.

radi, les bureaux sont surélevés d'un étage, et vitrés sur les quatre faces, ce qui fait ressembler un peu le bâtiment à un phare.

Les services divers tels que renseignements, sécurité et protection contre le feu, téléphone public, succursales de banques et bureaux des coopératives fermières peuvent également être rassemblés dans un même bloc administratif sur un gros marché.

INFORMATION

Certains marchés servent déjà de centres d'information. Des affiches y sont apposées là où on peut les voir, et les camionnettes sonorisées du service ghanéen de l'information rendent parfois visite aux marchés. Les meetings politiques se tiennent souvent le jour du marché.

Outre ces facilités de communication qu'apporte le marché, il y a d'autres courants, de lointaine origine culturelle et traditionnelle, qui y circulent grâce aux rencontres qui s'opèrent dans la foule d'un jour de marché.

On y propage des commérages divers à propos de la famille, de la tribu, de la politique, de conduites scandaleuses, etc. Pendant plusieurs générations, la conversation a été pour le peuple illettré le seul moyen de donner et de recevoir des informations. Elle est plus libre et moins inhibée que partout ailleurs. On n'hésite pas à interroger sur des détails intimes des affaires personnelles. Tous ceux qui sont au marché apportent des nouvelles de là où ils viennent et disent tout ce qu'ils savent. Les conducteurs qui viennent d'endroits dispersés ramassent des informations tout au long de leur route et les échangent librement pendant leur attente dans le parc à camions.

Parfois les notables se rassemblent, et s'installent dans un endroit en vue, comme sous un arbre ou sous une véranda, et tout le monde peut s'adresser à eux pour leur raconter quelque chose ou discuter une affaire.

On pourrait utiliser davantage les marchés comme moyen d'information, et en particulier pour l'éducation des masses : c'est ainsi que des affiches simples en langage indigène pourraient servir à réinculquer dans l'esprit et le mode de vie de la population divers éléments de sa culture — par exemple la signification des symboles *adinkyira*, les proverbes associés à la langue, les grands hommes et les grands événements de leur

histoire. Des cinémas mobiles, permettant une projection de jour, pourraient passer des films éducatifs sur les soins à donner aux enfants, l'hygiène, ou tout autre sujet.

CONCLUSION

Les marchés traditionnels du Ghana méridional sont remarquables à bien des égards. Ils ont recueilli un riche héritage de vigueur commerciale, d'effort social et d'honnêteté intellectuelle dont devraient pouvoir bénéficier les efforts faits dans différents domaines.

On devra accorder une plus grande priorité aux marchés individuels ainsi qu'à l'organisation générale du système dont ils font partie. Il faut améliorer leur répartition, la qualité des diverses structures de base, et leur aspect général. L'organisation et le fonctionnement des marchés doivent être conçus en fonction du rôle qu'ils jouent dans le réseau régional. Ils doivent mieux servir les intérêts du peuple et du gouvernement.

Le fait que le centre véritable d'une ville ghanéenne soit le marché a une signification profonde. Comparez la « plaza » d'une ville mexicaine ou le square d'une ville du Centre-Ouest des États-Unis avec le marché africain bondé et plein de couleur. Les deux premiers offrent un cadre relativement calme aux relations sociales, aux distractions, au potinage, à la recherche d'une épouse, et aux discussions sérieuses ou futiles. Tout ceci se fait également sur le marché africain à différents niveaux d'activités humaines au milieu du tumulte commercial. Toutes les sphères d'activité y coexistent avec l'objectif principal, qui est le commerce.

On devra étudier sérieusement les marchés, tant horizontalement que verticalement, afin que l'on commence à les concevoir en fonction de l'avance rapide de la nouvelle Afrique sur la base de connaissances solides. Le développement matériel doit être lié au comportement social et économique.

Il existe très peu de connaissances scientifiques sur la sociologie et l'économie de ces marchés. Les architectes, planificateurs, et ingénieurs ne peuvent réaliser des marchés destinés à remplir un certain rôle tant que ce rôle n'est pas défini dans tous ses aspects.

En tout état de cause le présent rapport expose certaines considérations essentielles et signale certaines directions dans lesquelles on pourrait maintenant faire des études sérieuses et entreprendre des actions constructives.



FIGURE 14. — Commerce affairé sur le marché peuplé d'Asesewa. Il y serait vraiment nécessaire de protéger les biens et les personnes contre les éléments.



FIGURE 15. — A Senchi, sur le bord de la Volta, on a érigé de grands hangars pour le marché.



FIGURE 16. — Petites halles alignées à Asamankese.



FIGURE 17. — On peut souvent diviser un marché de village en « rayons » comme un super-marché américain. Voici le rayon des ignames, en construction au village de Suhum.



FIGURE 18. — Ce n'est pas jour de marché sur ce petit ensemble élégant de Anomabu. Noter les ouvertures qui permettent le passage de l'air, ce qui est très important dans l'humidité tropicale.

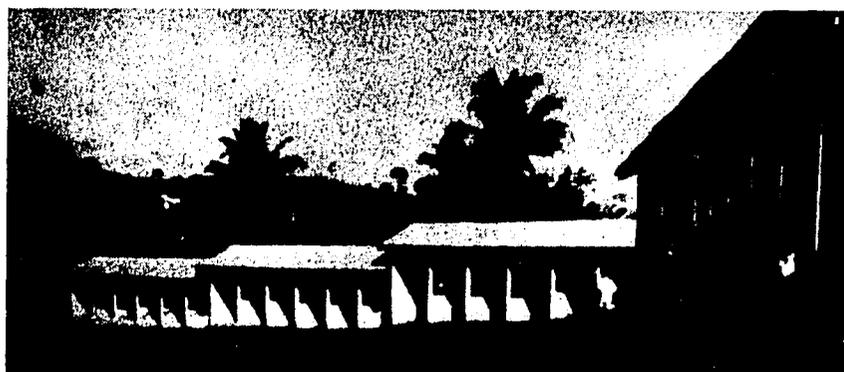


FIGURE 19. — Ce marché est une sévère leçon sur la nécessité de consulter les utilisateurs. N'aimant pas cet emplacement, les marchandes refusèrent d'utiliser ce marché de Nsawam, malgré ses installations commodes. Le conseil local a converti depuis ces bâtiments en écoles.



FIGURE 20. — Les arbres apportent beaucoup de beauté et d'agrément. Voici une vue du marché d'Akropong.

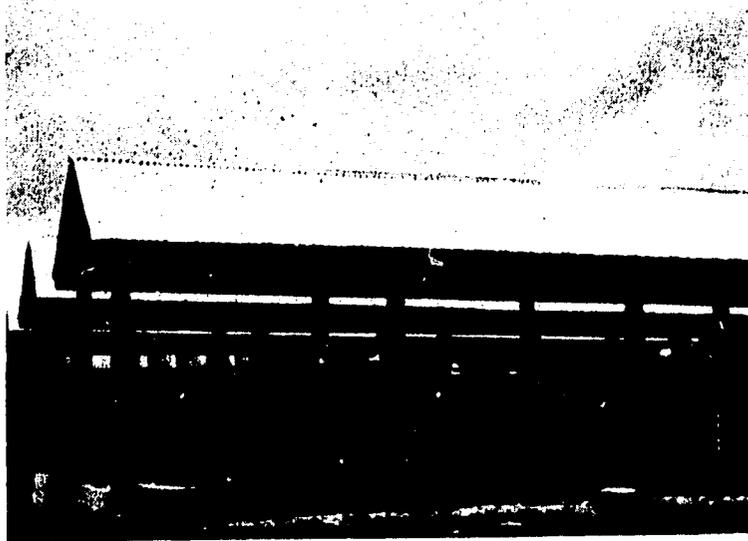


FIGURE 21. — Halles récemment construites à Kukurantumi. Elles sont séparées par des barrières et des poteaux en bois traité à la créosote.



FIGURE 22. — Lorsque la superficie est limitée, on peut s'agrandir à la verticale, comme cela a été fait pour les boutiques du marché de Takoradi.

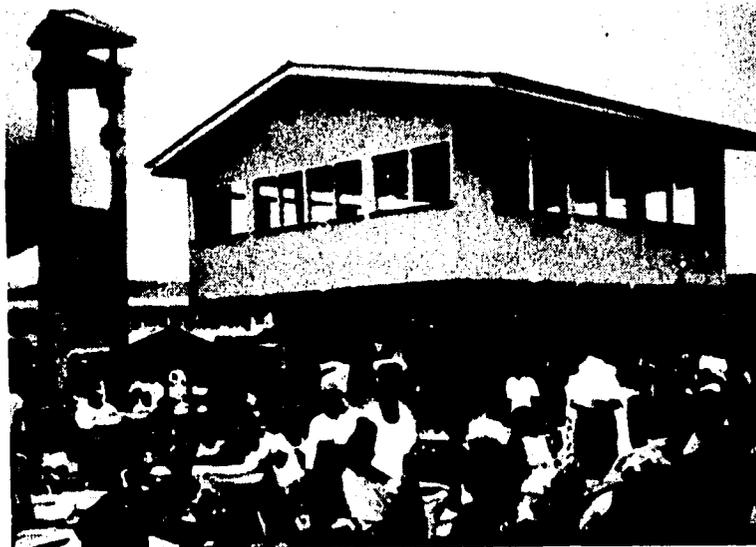


FIGURE 23. — Le marché de Takoradi est important. Le bureau du directeur est surélevé, ce qui lui permet de surveiller une vaste zone.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction	11
Contexte historique	13
La création des conseils	15
Administration	16
Les associations de vendeurs	17
Fonctions de distribution	19
Conception et construction	23
Conception d'ensemble	23
Le site	26
Parc à camions	26
Quais de déchargement	28
Drainage	29
Hygiène	29
Eau	30
Latrines	30
Dépôts d'ordures	31
Aménagement des Terrasses	31
Clôtures	32
Allées pour piéton	33
Bâtiments	34
Halles	37
Boutiques	37
Magasins	40
Boucheries	43
Bar-restaurant	43
Bars à vin de palme	44
Bureaux	44
Informations	46
Conclusion	47