

PN-ABH-748
71131

LE ROLE DES VILLES-MARCHES EN GUINEE

Julie A. Aberg
Pascal Blacque-Belair

1990

Research Triangle Institute
Research Triangle Park, North Carolina, USA



Research Triangle Institute

LE ROLE DES VILLES-MARCHES EN GUINEE

Equipe du projet RTI:

**Julie A. Aberg
Pascal Blacque-Belair**

Equipe du Gouvernement de Guinée:

**Demba Bangoura, Ministère de l'Habitat et de l'Urbanisme
Mohamed Camara, Ministère de l'Economie et des Finances
Baba Keita, Secrétariat d'Etat à la Décentralisation
Moussa Sow, Ministère du Plan**

Présenté à:

**l'USAID
Conakry, Guinée**

**RHUDO/Afrique de l'Ouest et Afrique centrale
Abidjan, Côte-d'Ivoire**

Présenté par:

**Research Triangle Institute
Research Triangle Park, North Carolina**

REMERCIEMENTS

Les auteurs tiennent à remercier les quatre membres suivants de l'équipe dont les contributions ont été si vitales: Baba Keita, qui était le chef de mission, Moussa Sow, Mohamed Camara, et Demba Bangoura. Ils ont été indispensables à l'équipe, combinant compétences professionnelles et connaissances culturelles lors du travail sur le terrain. Et ils ont travaillé de longues et dures heures pour réaliser les enquêtes de terrain. De plus, ils ont aidé à la compilation et à la synthèse des données, faisant de précieuses interprétations et observations. Sans leurs contributions, cette étude n'aurait pas vu le jour.

La réussite de cette étude est également due aux contributions de personnes habitant sur l'ensemble de la Guinée bien trop nombreuses pour qu'on puisse les nommer ici. Ce sont les dirigeants locaux des membres de la communauté qui ont hébergé notre équipe pendant les études sur le terrain. Et n'oublions pas les douzaines d'enquêteurs et d'interprètes qui ont aidé à collecter les données sur chaque lieu de site.

Carleene Dei de RHUDO/Afrique de l'Ouest et Afrique centrale nous a offert un important soutien et de précieuses directives tout au long des étapes de cette étude. L'USAID/Conakry nous a apporté une aide logistique et technique pour nombreux des membres de son personnel, y compris Larry Abel, Eqbal Kazi, et Ibrahima Camara.

De nombreux représentants officiels de la Guinée nous ont fait part de leurs connaissances ou informations. Au Secrétariat d'Etat à la Décentralisation, nous tenons à faire une mention spéciale de M. Alhassane Condé et de M. Sekou Kaba qui ont facilité la participation guinéenne à cette étude.

A Research Triangle Institute, Carol Breidenbach du Département d'hydrogéologie a créé toutes les cartes faisant partie de cette étude en usant les Systèmes d'information géographique. N'oublions pas non plus à RTI Dennis Rondinelli qui a apporté des conseils techniques à l'équipe, et Linda Mould, qui a contribué à la mise en forme finale du rapport.

TABLE DES MATIERES

RESUME ANALYTIQUE	i
1.0 INTRODUCTION	1
1.1 INDICATEURS ECONOMIQUES ET DEMOGRAPHIQUES	4
1.1.1 Economie	4
1.1.2 Population	4
1.1.3 Emploi	5
1.1.4 Modes migratoires	5
2.0 CARACTERISTIQUES DES VILLES-MARCHES GUINEENNES	9
2.1 CLASSIFICATION I: MARCHES DE RECUPERATION	9
2.2 CLASSIFICATION II: MARCHES DE REDISTRIBUTION	15
2.3 CLASSIFICATION III: MARCHES FRONTALIERS	20
2.4 CONCLUSION DE LA CLASSIFICATION	26
3.0 LIENS ECONOMIQUES ET SOCIAUX	27
3.1 LIENS DEMOGRAPHIQUES ASSOCIES AUX ACTIVITES COMMERCIALES	27
3.1.1 Résidence des personnes qui fréquentent le marché	27
3.1.2 Lieu de naissance des personnes qui fréquentent le marché	29
3.1.3 Principales activités des personnes qui fréquentent le marché	30
3.2 LA FILIERE DE COMMERCIALISATION	30
3.2.1 Types de produits que l'on trouve sur les marchés guinéens	32
3.2.2 Flux de distribution des produits	32
3.2.3 Réseaux de commercialisation	36
3.2.3.1 Réseaux de produits importés et produits fabriqués localement	36
3.2.3.2 Réseaux de commercialisation agricole	39
3.2.3.3 Réseaux des produits d'élevage	41

3.2.4	Politiques de libéralisation et réseaux de commercialisation	42
3.3	FLUX DE TRANSPORT	46
3.4	RESEAUX DE MARCHES	48
3.4.1	Réseaux de marchés traditionnels	48
3.4.2	Réseaux de marchés modernes	49
4.0	LE ROLE DES COLLECTIVITES DANS LES VILLES-MARCHES	53
4.1	MARCHES ET RECOUVREMENT DES RECETTES	54
4.1.1	Procédures de recouvrement	55
4.1.1.2	Recouvrement au niveau sous-préfecture	55
4.1.1.3	Recouvrement au niveau de la préfecture	55
4.2	CAPACITE DE MOBILISATION DE RECETTES	56
5.0	ANALYSE DES CONTRAINTES	59
5.1	CONTRAINTES AU NIVEAU DE L'INFRASTRUCTURE	59
5.2	CONTRAINTES INSTITUTIONNELLES	61
5.3	CONTRAINTES DU COTE DE L'APPROVISIONNEMENT	62
6.0	CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS	64
6.1	RECOMMANDATIONS	64
6.2	PROJETS PILOTES RECOMMANDES	67
6.3	PROGRAMME DE RECHERCHE RECOMMANDE	72
	REFERENCES	74
ANNEXE A	METHODOLOGIE	A-1
ANNEXE B	QUESTIONNAIRES	B-1

CARTES

1.	Carte Administrative	ix
2.	Carte d'Infrastructure Routière	x
3.	Villes-Marchés Enquêtés	3
4.	Carte des Groupes Ethniques dans les Marchés Enquetes par Région	7
5.	Marché de Récupération Exemple: Porédaka	11
6.	Marché de Redistribution Exemple: Timbi-Madina	16
7.	Marche Frontalier Exemple: Guéckédou	22
8.	Relations Economique	28
9.	Pourcentage des Personnes dans le Marché se Declarant Commerçant	31
10.	Pourcentage des Produits Agricoles ou Importés Echangés dans les Marchés Enquêtes par Région	33
11.	Pourcentage des Produits Agricoles ou Importés Echangés dans les Marchés Enquêtes	34
12.	Réseau National de Commercialisation	37

FIGURES

1.	Porédaka: Origine de Produit	10
2.	Porédaka: Residence des Personnes au Marché	12
3.	Porédaka: Type de Produit Vendus	12
4.	Timbi-Madina: Origine de Produit	17
5.	Timbi-Madina: Residence des Personnes au Marché	18
6.	Timbi-Madina: Type de Produit Vendus	18
7.	Guéckédou: Origine de Produit	23
8.	Guéckédou: Type de Produit Vendus	24
9.	Guéckédou: Residence des Personnes au Marché	24
10.	Réseau de Commercialisation - Produits Importés/ Manufacturés	38
11.	Réseau de Commercialisation - Produits Agricoles	39
12.	Réseau de Commercialisation - Bétail	41
13.	Circuit des Marchés - Exemple Inter-Régionale	51

TABLEAUX

1.	Groupes Ethniques dans les Marchés Enquêtés	8
2.	Inventaire des Fonctions Communautaire - Porédaka	14
3.	Inventaire des Fonctions Communautaire - Timbi-Madina	19
4.	Inventaire des Fonctions Communautaire - Guéckédou	25
5.	Residence des Personnes Fréquentant le Marché	29
6.	Origine Natale de Personnes Fréquentant le Marché	30
7.	Type de Produit Vendus	32
8.	Origine de Produits Vendus	35
9.	Côuts - Grossistes	43
10.	Bénéfice - Grossistes	45
11.	Type et Quantite des Véhicules des Centres Urbain au Villes-Marchés	47

RESUME ANALYTIQUE

INTRODUCTION

L'activité économique à l'intérieur de la Guinée se concentre autour de marchés périodiques reliés par un réseau dynamique de marchés ruraux, de marchés de redistribution semi-urbains et de centres urbains. Divers acteurs interviennent sur cette scène: exploitants agricoles, vendeurs de marchés, détaillants, grossistes, transporteurs, et collectivités locales.

Afin de mieux connaître la trame économique, de tous ces liens et acteurs, l'Agence des Etats-Unis pour le développement international (USAID) a financé la présente étude sur les villes-marchés en Guinée. Le travail sur le terrain s'est déroulé de février à avril 1990. Une équipe de six personnes a participé, avec notamment les représentants des quatre ministères guinéens et de l'USAID. L'étude s'est donnée pour objectif de: (1) identifier les centres dynamiques de l'activité économique, (2) identifier les types et modes de liens socio-économiques entre les villes-marchés et les régions rurales; (3) identifier les principaux obstacles que rencontre la population engagée dans une activité économique, (4) identifier le rôle des collectivités locales dans l'administration des installations de marché et la mobilisation de recettes, et (5) faire des suggestions concernant des options de stratégies en vue d'interventions efficaces.

Les aspects suivants sont entrés dans le choix des sites: (1) stratégies de développement de l'USAID et des ministères guinéens participants; (2) diversité, du point de vue dimension et nature, des marchés participants; (3) accessibilité physique; (4) compatibilité des jours de marché et des dates de l'étude. Avec cet ensemble de critères, on a choisi les villes suivantes pour une enquête approfondie (deux ou trois dans chaque région naturelle en):

- Guinée Maritime: Bangouya, Woléah, et Konkouré
- Moyenne Guinée: Timbi-Madina et Porédaka
- Haute Guinée: Tokounou et Faranah
- Guinée Forestière: Guéckédou et Yénde-Milimou

La principale méthode de l'enquête consistait à utiliser un ensemble de six questionnaires visant les groupes d'habitants suivants: (1) producteurs: fermiers, éleveurs, artisans; (2) intermédiaires: détaillants, grossistes, transporteurs; (3) consommateurs: population dans son ensemble; et (4) collectivités locales: administrateurs de marché, administrateurs des collectivités locales, techniciens agricoles, représentants de la Chambre de commerce et syndicat des transporteurs. Plus de 850 questionnaires ont été remplis, dont les résultats étaient également répartis sur les quatre régions.

Le même thème relatif aux caractéristiques des villes-marchés en Guinée semblait revenir constamment lors du travail sur le terrain. Pour mieux situer la discussion et pouvoir

identifier plus facilement la nature et fonctions des marchés guinéens, les trois classifications suivantes ont été définies en fonction des résultats de l'étude:

CLASSIFICATION DES MARCHES GUINEENS

1) Marchés de récupération - Ce niveau local représente le premier point de vente des produits agricoles. On trouve des marchés de récupération dans les zones agricoles productives, ils sont assez accessibles même si la zone agricole avoisinante est éloignée de tout. Les fermiers et les petits marchands transportent à pied les produits de la ferme jusqu'au marché. Ce sont des "échanges de subsistance": les agriculteurs échangent des produits pour acheter de petites quantités d'aliments ou de produits manufacturés pour répondre à leurs besoins fondamentaux. Un marché de récupération dessert généralement une population locale qui est composée à 60% au moins des habitants de la ville-marché ou de l'arrière-pays rural. La majorité des marchés ruraux en Guinée se rangent dans cette catégorie.

Les marchés de récupération dynamiques attirent détaillants et grossistes venant des régions avoisinantes, par exemple, la capitale de la préfecture. Dans ce cas, les produits locaux sont achetés en grandes quantités pour être revendus dans des zones plus urbaines. L'importance d'un marché de récupération est déterminée par la capacité de production agricole de la région, 60% au moins des produits échangés venant de la ville-marché ou de l'arrière-pays rural.

2) Marchés de redistribution - Ce niveau intermédiaire est un centre d'accumulation et de redistribution de produits agricoles et manufacturés. Le critère fondamental permettant d'identifier un marché de redistribution est qu'au moins 25% des produits vendus sur la place du marché viennent d'autres préfectures ou régions et qu'au moins 25% des personnes qui se rendent au marché habitent dans d'autres préfectures ou régions. Cela nous montre combien la ville-marché a de l'influence au niveau régional. Les marchés de redistribution offrent des possibilités d'échanges pour ceux qui veulent acheter en grandes quantités ou pour qui, il serait trop cher de se rendre directement sur le marché de récupération pour acheter les biens.

En général, les marchés de redistribution sont plus accessibles, ils ont une infrastructure plus développée avec au minimum des installations de stockage. Dans le meilleur des cas, ces marchés ont l'électricité, des moyens de communications et l'eau potable, mais ce n'est pas toujours la règle. Des exemples de ce type de marché en Guinée sont notamment: Kindia, Mamou, Pita, Timbi-Madina, Kissidougou, Faranah, et Yendé-Milimou.

3) Marchés frontaliers - Importants marchés au niveau national ou régional, ce sont des ports d'entrée ou d'importants points de distribution des biens manufacturés. Trente pour cent au moins de tous les produits échangés sur les marchés frontaliers viennent d'autres pays. Les échanges d'un volume important sont l'affaire des grossistes ou des grands

détaillants. On trouve de tels marchés à Conakry, principal port d'entrée; à Guéckédou, port d'entrée pour les produits asiatiques qui viennent via le Libéria; et N'Zérékoré et Sinko qui sont des ports d'entrée pour les biens en provenance de la Côte-d'Ivoire. Les autres marchés frontaliers de la Guinée sont notamment Boké, Labé, Kankan, et Macenta.

Il existe des relations interdépendantes entre les types de marchés sus-mentionnés, chacun ayant des rôles complémentaires. Cette classification ne signifie pas qu'ils s'excluent mutuellement: en effet, une ville-marché peut avoir un double rôle de marché de récupération et de marché de redistribution, ou de marché de redistribution et de marché frontalier. Cette classification nous aide simplement à identifier la fonction primaire d'un marché qui est une question capitale lorsqu'on évalue les diverses possibilités d'investissement. Avant de continuer, il est bon de revoir les résultats de l'analyse sur les divers liens.

LES GRANDS RESEAUX RELIANT LES VILLES-MARCHES

Flux de distribution des produits: Cette étude a constaté qu'en moyenne 70% de tous les produits écoulés sur les villes-marchés de l'étude sont d'origine locale: cultures maraîchères, cultures vivrières, fruits, produits locaux divers (huile de palme, sel, savon, poisson fumé) et produits d'exportation (tabac, café, cacao, *nééré*, indigo). Les 30% restants sont des produits importés: riz, habits, boîtes de conserve, huile et essence, produits pharmaceutiques, appareils électriques (radios) et matériaux de construction. Les marchés de récupération vendent généralement des produits agricoles. Par exemple, 93% de tous les produits vendus à Poredaka se rangent dans cette catégorie. Au fur et à mesure que le marché devient plus important, il écoule plus de produits importés. A Guéckédou, 49% de tous les produits vendus sont des produits importés, surtout des habits.

Réseaux de commercialisation - L'étude a identifié trois grandes filières par lesquelles passent les produits jusqu'aux consommateurs. Les filières varient selon le type de produit et le type de marché sur lequel le produit est vendu.

- 1) Produits importés/fabriqués localement - Ce réseau est dominé par les grossistes qui ont un pouvoir d'achat important et la capacité de prendre à leur charge des coûts de transport élevés et des grands volumes au moment de l'achat (par exemple, 100 tonnes minimum pour l'achat de ciment guinéen). Le réseau commercial de ces produits est le suivant:

Importateur/producteur local - grossiste - détaillant - consommateur

- 2) Produits agricoles - Les réseaux de commercialisation des produits agricoles sont moins sophistiqués que ceux des produits fabriqués. Les détaillants dominent la commercialisation des produits agricoles. Il y a deux types de réseaux (à l'exception des cultures commerciales):

- a) agriculteur-> détaillant-> grossiste -> détaillant -> consommateur
-> ou exportateur
- b) exploitant -> consommateur

Le principal réseau pour les marchés de récupération est le réseau agriculteur-détaillant. Les résultats de l'enquête montrent que 82% de ceux qui viennent sur le marché ont indiqué qu'ils étaient des commerçants et qu'ils avaient l'intention de revendre leurs produits, soit dans leur propre village soit sur les marchés régionaux. Les résultats de l'enquête indiquent une proportion allant jusqu'à 96-100% pour ces personnes qui ont l'intention de revendre leurs achats. Cela nous montre l'omniprésence du commerce au détail. Par exemple, les détaillants sont souvent envoyés par des grossistes sur les marchés de récupération pour acheter une grande quantité de riz. Les grossistes, à leur tour, vendent aux détaillants sur les marchés de redistribution.

- 3) Produits de l'élevage - Le rôle pivot dans la commercialisation des produits de l'élevage est celui de l'intermédiaire, véritable agent de courtage entre l'éleveur et le grossiste ou détaillant.

- a) éleveur - agent de courtage - grossiste - exportateur
- ou détaillant

- b) éleveur - consommateur

Le trait commun dans tous ces réseaux est illustré par l'interdépendance entre les opérateurs du milieu urbain et ceux du milieu rural. Leur réussite à tous dépend des moyens de transport.

Réseaux de transport: Les réseaux routiers jouent un rôle extrêmement important dans le système économique de tout pays. L'accessibilité à un réseau de commercialisation dépend souvent des moyens de transport qui relient un marché à son centre urbain intermédiaire. Une des conclusions importantes de l'étude était que les transporteurs ont des routes bien définies qu'ils utilisent sur une base stratégique et routinière. La plupart des transporteurs qui ont des camions de 5 à 10 tonnes habitent dans des villes-marchés de redistribution ou marchés frontaliers et circulent le long des grands axes reliant les zones agricoles productives (par exemple, Yendé-Milinou). Un jour de marché, on peut voir beaucoup de camions de 5 tonnes près des centres de récupération les plus dynamiques. Généralement, ce sont les jeeps et les taxis qui se rendent sur les petits marchés situés près des grands réseaux de transport. Dans ces cas, les jeeps généralement font le tour des petits villages autour du marché de récupération et "récupèrent" des produits en petite quantité. Les transporteurs jouent un rôle clé dans l'existence de ces réseaux de commercialisation.

Réseaux de marché: Il y a deux types de réseaux de marché en Guinée. Le premier est un réseau plus traditionnel établi en fonction des caractéristiques socio-culturelles et d'accessibilité physique. Dans ce sens, on peut avoir plusieurs marchés au sein d'une même

région qui remplissent la même fonction, simplement par tradition ou pour diminuer les coûts de déplacement.

Avec l'amélioration de l'infrastructure des communications, un réseau de marchés plus "moderne" a émergé. Le système moderne se fonde sur des variables plus économiques que traditionnelles qui ont des conséquences importantes pour le développement régional. Un des phénomènes observés pendant le travail sur le terrain est que certains des anciens marchés traditionnels ne se justifiant plus guère économiquement s'éclipsent devant les nouveaux marchés situés sur les grands axes de transport qui bénéficient de l'infrastructure moderne.

Il est intéressant de noter que les réseaux de marché jouent un rôle important dans le commerce. Pour un des réseaux observés, le lien qui relie les divers types de marchés est le jour de la semaine où se déroule le marché. L'autre réseau relie la Haute Guinée et la Guinée forestière (Kaboukariah, le dimanche; Faranah, le lundi; Kissidougou, le mardi; Guéckédou, le mercredi; et Yendé-Milimou, le jeudi). Dans chacune de ces régions, on a identifié de tels réseaux. Un groupe régulier de transporteurs et marchands transite généralement par ces réseaux très délimités, se rendant aux mêmes quatre ou six marchés chaque semaine.

LE ROLE DES COLLECTIVITES LOCALES

Les collectivités locales ont un rôle important dans la vie d'une ville-marché puisque ce sont à elles que revient le pouvoir de mettre en place des procédures pouvant soit renforcer soit freiner la croissance et la stabilité d'une ville-marché. Notre étude, pour évaluer le rôle des collectivités locales, s'est concentrée sur a) l'administration des installations de marché; b) la gestion fiscale et financière des recettes mobilisées localement; et c) la prestation de services publics.

Nos résultats dans l'ensemble sont les suivants: les installations de marché (1) ne répondent pas aux besoins de la population (structures physiques, installations de stockage, plans du marché, mesures d'hygiène); et (2) ne permettent pas de mobiliser les recettes du marché devant être versées à la collectivité. Dans de nombreux cas, on pourrait grandement améliorer l'apparence du marché avec de toutes petites interventions. Sensibiliser les représentants locaux quant à la question de l'amélioration des marchés pourrait se révéler très avantageux. Il est intéressant de noter que pratiquement tous les répondants de l'enquête étaient d'accord pour verser des taxes de marché plus élevées si les recettes étaient utilisées pour améliorer l'infrastructure locale.

Dans tous les marchés étudiés, il est possible d'améliorer, et de beaucoup, les recettes locales provenant des taxes de marché. Les taux de recouvrement pour ces taxes se situaient dans une fourchette allant de 7% à 43%. En moyenne, 80% des recettes ne sont jamais recouvrées. Les causes à cela sont les suivantes: 1) manque de tickets pour les

marchés, et 2) procédures insuffisantes de recouvrement et de gestion financière. Une formation en gestion financière et administrative en ce domaine pourrait être très avantageuse pour les représentants locaux.

ANALYSE DES OBSTACLES

Cette étude a consacré une grande partie des interviews aux obstacles que rencontrent les agriculteurs, marchands, transporteurs, détaillants et grossistes. En fonction des résultats donnés par 605 répondants distribués sur toute la Guinée, on a identifié les obstacles suivants comme menaçant le plus la réussite économique.

Manque de crédits - L'obstacle le plus grave identifié par les répondants était le manque de crédits. Partout, la population s'est plainte de cela, que ce soit sur les marchés de récupération ou de redistribution. Il faut remédier à ce problème de manière urgente, surtout dans les marchés de redistribution comme Kissidougou et Faranah où se trouvent les marchands les plus importants.

Manque de stations d'essence - C'est un autre grave problème pour les entreprises commerciales qui touche des régions entières. Un approvisionnement irrégulier d'essence peut littéralement isoler un marché. Les ruptures de stocks signifient que les gens ne peuvent pas se déplacer et que les produits pourrissent. C'est un problème d'approvisionnement. Du point de vue infrastructure, le manque de stations d'essence est également un obstacle pour le réseau de transports. Il faut que les transporteurs aient accès à une essence de qualité si l'on veut qu'ils s'aventurent dans les zones agricoles plus isolées.

Routes en mauvais état - L'obstacle suivant dont il était question concernait le mauvais état des routes. Il faut trouver au plus vite une solution à ce problème surtout dans les régions où il existe des marchés de récupération dynamique comme Porédaka, Bangouya, et Woléah. Les routes allant de la ferme au marché sont généralement en plus mauvais état que les grands axes routiers. Il est important de remettre en état, voire de rallonger, les routes d'accès si l'on veut maintenir aux niveaux actuels la production agricole.

Les autres obstacles qui ont été cernés sont notamment le manque d'endroits de stockage, le centre de santé, de cases de passage, de parking dans les marchés, pénurie de pièces de rechange et d'équipement et paiements de plus en plus élevés pour les agents de sécurité tout au long des routes. Les agriculteurs aimeraient s'organiser en coopératives, mais n'ont pas les connaissances techniques pour créer et gérer de telles structures. Le manque d'intrants agricoles diminue la productivité.

CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Les villes-marchés en Guinée s'accroissent rapidement. Le jour de marché, de nombreuses villes sont littéralement envahies par des centaines et des centaines de marchands. Le manque d'investissements pour le développement ces 20 à 30 dernières années, axés sur des régions dynamiques et économiquement vitales, a été à l'origine des lacunes dans les réseaux, poumon de l'activité économique. Les collectivités n'ont ni les ressources ni l'expertise pour gérer les marchés locaux et faciliter leur croissance. Le défi qui se présente au Gouvernement de la Guinée et aux organisations participantes est de trouver une solution aux problèmes qui entravent ou inhibent la croissance. Les mesures qu'il faudrait prendre à cette fin, telles qu'elles ont été expliquées dans l'étude, sont les suivantes:

- 1) Elaborer une stratégie nationale pour la formation des ressources humaines et le développement de l'infrastructure, comportant deux priorités:
 - (a) Les collectivités locales -- pour renforcer la gestion financière et administrative des collectivités locales, et
 - (b) Secteur privé -- pour apporter aux intervenants économiques les outils leur permettant d'évoluer efficacement dans un environnement national changeant et plus libéralisé;
- 2) Faire participer les femmes au développement des villes-marchés en coopérant avec une association établie qui bénéficie aux activités féminines;
- 3) Continuer à collaborer avec d'autres bailleurs de fonds pour améliorer les routes; et
- 4) Appuyer les programmes de crédit.

L'on recommande les projets pilotes suivants:

Projet pilote 1 - Mobilisation des ressources à Guéckédou pour améliorer le recouvrement local de taxes et de droits de marché.

Projet pilote 2 - Collaboration publique-privée dans une ville-marché choisie pour améliorer la capacité des services publics à mobiliser et utiliser efficacement les recettes locales et pour augmenter la capacité de participation financière du secteur privé au développement local.

RECHERCHES COMPLEMENTAIRES

Des suggestions de recherches complémentaires consistent notamment à :

- 1) Analyser en plus grand détail les obstacles du point de vue transport;
- 2) Evaluer l'activité actuelle des organisations/institutions participant au développement des coopératives agricoles pour déterminer les carences et les futurs domaines de soutien;
- 3) Evaluer l'impact des améliorations de l'infrastructure et des politiques de libéralisation sur les réseaux de commercialisation; et
- 4) Concevoir un cadre théorique (qui n'en reste pas moins pratique) pour classer les types de villes-marchés et les réponses du point de vue investissement, afin de guider les décisions concernant les investissements.

CARTE ADMINISTRATIVE

Carte 1

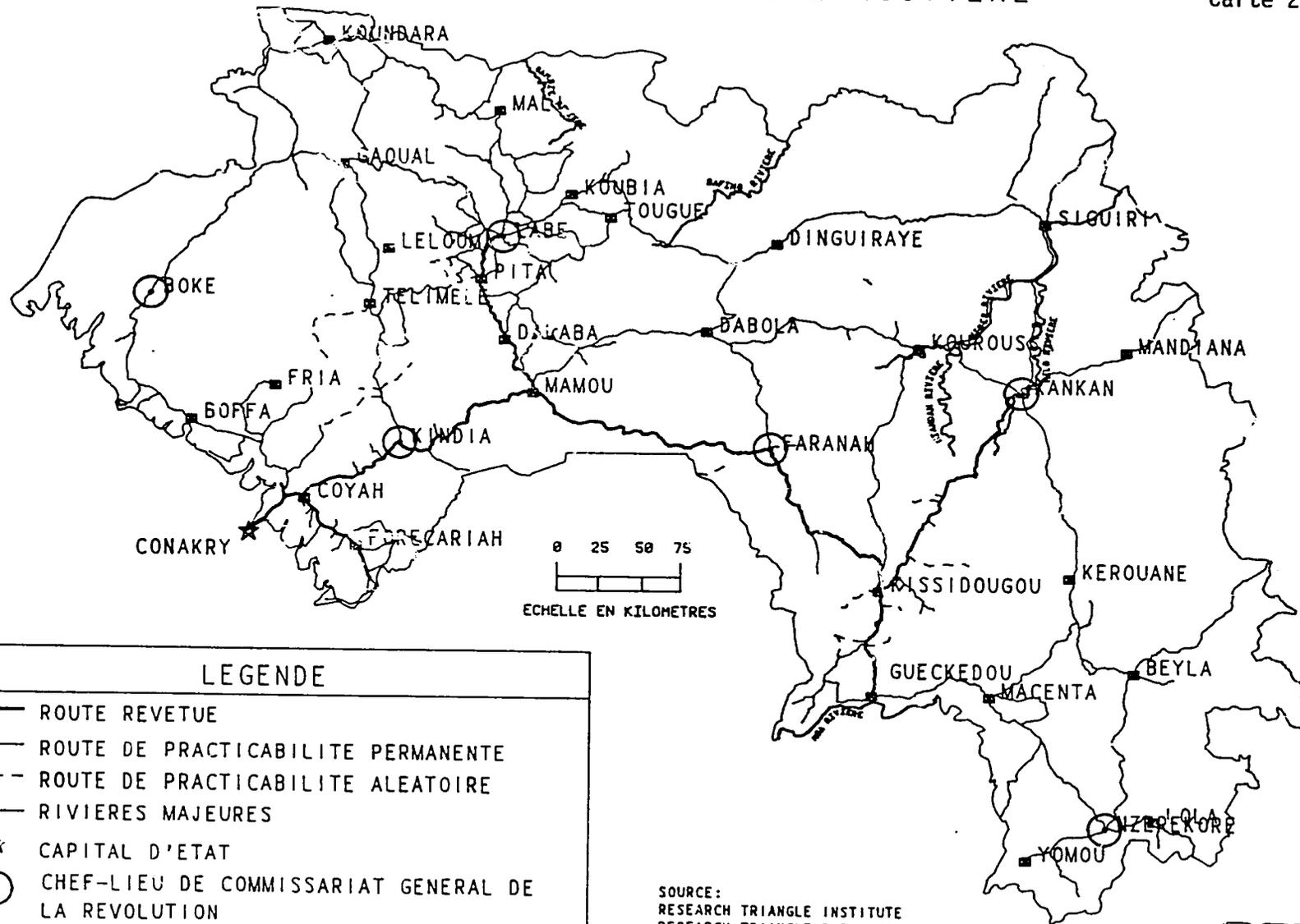


LEGENDE	
☆	CAPITAL D'ETAT
○	CHEF LIEU DE COMMISSARIAT GENERAL DE LA REVOLUTION
▣	CHEF-LIEU DE REGION ADMINISTRATIVE

SOURCE:
 RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
 RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
 ENQUETE SUR LES VILLES-MARCHES
 GUINEA, AVRIL 1990



CARTE D'INFRASTRUCTURE ROUTIERE



LEGENDE	
—	ROUTE REVETUE
- - -	ROUTE DE PRACTICABILITE PERMANENTE
· · ·	ROUTE DE PRACTICABILITE ALEATOIRE
—	RIVIERES MAJEURES
☆	CAPITAL D'ETAT
○	CHEF-LIEU DE COMMISSARIAT GENERAL DE LA REVOLUTION
■	CHEF-LIEU DE REGION ADMINISTRATIVE

SOURCE:
 RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
 RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
 ENQUETE SUR LES VILLES-MARCHES
 GUINEA, AVRIL 1990



1.0 INTRODUCTION

La République de Guinée en Afrique de l'Ouest est un pays riche en ressources naturelles et minérales. Mais 30 ans de stagnation économique et de répression politique (1958-1984) ont fait passer le pays au rang des nations les moins développées dans le monde: un revenu par habitant de moins de 350 dollars (1988), une espérance de vie de 37 ans et un taux d'alphabétisation de 20%.

Le nouveau régime qui a pris le pouvoir en 1984 a très vite mis en place un ensemble de réformes jamais vues jusqu'alors pour (a) redresser les déséquilibres financiers; (b) remplacer l'ancien système des contrôles et intervention étatiques avec un cadre politique favorisant et stimulant nettement la nouvelle économie axée sur le marché.

La Mission de l'USAID en Guinée soutient activement le programme de réformes économiques et administratives du Gouvernement guinéen. Selon le plan stratégique du Programme Guinée de l'USAID, les travaux prioritaires consistent à (1) renforcer le rôle des marchés agricoles en encourageant la participation du secteur privé à tous les niveaux, (2) faciliter le développement des marchés en améliorant l'infrastructure physique et l'intermédiation financière, et (3) renforcer les possibilités d'accroissement de la productivité dans le long terme.

Un des principaux objectifs de la Mission de l'USAID en Guinée est d'aider le Gouvernement guinéen à mettre en place des réformes structurelles et à créer un environnement viable axé sur les lois du marché. L'importance du secteur agricole au sein de l'économie guinéenne se passe de tout commentaire: 87,4% de la population est employée par ce secteur. Parallèlement, la situation du secteur urbain est de plus en plus préoccupante: le taux de croissance urbaine est passé à 5,5% entre 1970 et 1980. Les projections indiquent que le taux d'urbanisation annuelle augmentera à plus de 7% dans les dix ans à venir, et que plus de 30% de la population vivra dans des zones urbaines en l'an 2000 (comparé à 26% en 1983). L'urbanisation est un phénomène qui frappe surtout Conakry, la capitale de la nation, mais les villes secondaires croissent elles aussi à une allure importante.

Les villes secondaires jouent un rôle critique dans le développement régional et national (Rondinelli, 1983). Certaines études suggèrent qu'une meilleure infrastructure et de meilleurs services dans les villes de taille moyenne peuvent jouer un rôle important dans l'accroissement de la productivité rurale et agricole (Johnson, 1970 et Rondinelli et Ruddle, 1978). Ces dix dernières années, on a accordé une attention de plus en plus grande aux liens cruciaux qui existent entre les petites villes secondaires ou les villes-marchés et leurs arrières-pays ruraux, reconnaissant le lien inextricable qui les lie. Doan (1990) indique qu'un développement régional ne peut se faire que s'il repose sur un réseau de liens bien articulé entre les économies urbaines des villes-marchés et les économies rurales de leurs arrières-pays.

En Guinée, les zones rurales agricoles sont étroitement reliées aux centres urbains les plus proches, une relation de symbiose existe entre les deux. L'activité économique à l'intérieur de la Guinée se concentre sur les marchés périodiques reliés par un réseau dynamique de marchés ruraux, de marchés de redistribution semi-urbains et de centres urbains. Divers acteurs interviennent sur cette scène: exploitants agricoles, vendeurs de marchés, détaillants, grossistes, transporteurs, et collectivités locales.

Cherchant à mieux connaître la trame économique qui unit tous ces liens et acteurs, cette étude se donne pour objectif de:

- (1) identifier les centres dynamiques de l'activité économique;
- (2) identifier les types et modes de liens socio-économiques entre les villes-marchés et les régions rurales;
- (3) identifier les principaux obstacles rencontrés par la population participant à l'activité économique;
- (4) identifier le rôle des collectivités locales dans l'administration des installations de marchés et la mobilisation des recettes;
- (5) faire des suggestions en ce qui concerne les options de stratégies pour des interventions efficaces.

Des travaux sur le terrain ont été réalisés de février en avril 1990 par une équipe de six personnes avec des représentants des quatre ministères du Gouvernement guinéen: ministère du Plan, Secrétariat d'Etat à la Décentralisation, ministère de l'Economie et des Finances, et ministère de l'Habitat.

Lors du choix des sites de l'enquête, l'on a tenu compte des éléments suivants: (1) stratégies de développement de l'USAID et des ministères collaborant du Gouvernement guinéen; (2) diversité, dans la taille et la nature, des marchés participants; (3) accessibilité physique; (4) compatibilité des jours de marché et des dates de l'étude. Les villes suivantes (cf. Carte 3) ont été retenues pour une enquête approfondie sur la base des critères sus-mentionnés:

- Guinée Maritime: Bangouya, Woléah, et Konkouré
- Moyenne Guinée: Timbi-Madina et Porédaka
- Haute Guinée: Tokounou et Faranah
- Guinée Forestière: Guéckédou et Yendé-Milimou

Il est inévitable que des sites d'études de cas éventuellement dynamiques soient omis d'études comme celles-ci dû à diverses limitations. Ainsi, on n'a pas pu inclure plusieurs marchés importants dans l'enquête à cause de problèmes dus au calendrier de travail.

VILLES-MARCHES ENQUETEES



LEGENDE	
★	CAPITAL D'ETAT
○	CENTRES ADMINSTRATIFS ET ECONOMIQUES
■	VILLES-MARCHES ENQUETEES
—	FRONTIERE REGIONALE

SOURCE:
 RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
 RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
 ENQUETE SUR LES VILLES-MARCHES
 GUINEA, AVRIL 1990



La principale méthode de l'enquête consistait à utiliser un ensemble de six questionnaires pour les groupes d'habitants suivants: (1) producteurs: fermiers, éleveurs, artisans; (2) intermédiaires: détaillants, grossistes, transporteurs; (3) consommateurs: population dans son ensemble; et (4) collectivités locales: administrateurs de marché, administrateurs des collectivités locales, techniciens agricoles, représentants de la Chambre de commerce et syndicat des transporteurs. Plus de 800 questionnaires ont été remplis, dont les résultats étaient distribués de manière égale sur les quatre régions (cf. Annexe pour la distribution de l'enquête). En plus, on a interviewé plus de 100 personnes bien informées sur la situation ("informants clés").

Cette étude est organisée en cinq grandes sections: (1) le rôle des villes-marchés en Guinée; (2) les principaux réseaux reliant les villes-marchés; (3) le rôle de la collectivité locale dans les villes-marchés; (4) l'analyse des obstacles rencontrés par les opérateurs économiques; (5) les recommandations; et (6) les futurs domaines de recherche.

1.1 INDICATEURS ECONOMIQUES ET DEMOGRAPHIQUES

La section ci-après se propose de traiter brièvement de certains indicateurs économiques et démographiques pertinents pour pouvoir mieux situer le contexte dans lequel cette étude a été réalisée. Une étude en quatre volumes publiée récemment par le Programme des Nations Unies pour le développement, intitulée "Etude socio-économique régionale - Bilan diagnostic au niveau des préfectures", traite de manière exhaustive des problèmes et tendances du développement économique, démographique et régional. Nous limiterons donc la discussion aux points pertinents suivants:

1.1.1 Economie

En 1985, le Gouvernement de la Guinée introduisait le Programme de réforme économique et financière (PREF). Les résultats du programme de réforme ont été encourageants. Le PIB a augmenté de 6% en termes réels en 1987 et de plus de 5% en 1988. L'inflation a diminué, passant de 72% en 1986 à 27% en 1988. Mais malgré ces progrès, de graves obstacles et déséquilibres économiques continuent à persister.

1.1.2 Population

Le recensement officiel de la population le plus récent a été réalisé en 1983 (Recensement général de la population et de l'habitat), il a été publié en décembre 1989. Les estimations du nombre d'habitants actuel ont été faites par les Nations Unies en fonction des taux de croissance de la population. Selon ces estimations, en 1988, la population s'élevait à un

total de 5.351.092 habitants, avec un taux de croissance annuel moyen de 2,8% entre 1985 et 1988. En moyenne, 40,5% de la population a moins de 15 ans d'âge.¹

La densité moyenne de la population est de 19 habitants par km², avec des variations d'une région à l'autre, par exemple 7 habitants par km² (Kouroussa et Siguiri) à 50 habitants par km² (Lélouma et Pita).²

La majorité de la population guinéenne est rurale. Les résultats du recensement de 1983 indiquent que 74% de la population habite dans les zones rurales et que les 26% restants habitent dans les zones urbaines. Mais 60% de la population urbaine habite à Conakry. Les préfectures avec la plus forte concentration de population urbaine sont notamment (en ordre d'importance) Fria, Kankan, Faranah, Kindia, N'Zérékoré, et Kissidougou.

1.1.3 Emploi

En 1988, la population active comprenait 2.185.000 habitants (40% du total). Au sein de la population active, 87,4% sont engagés dans le secteur agricole, 7,3% dans le secteur informel, 1,7% dans le secteur moderne, et 3,6% dans la fonction publique. Voici quelques tendances récentes au niveau de l'emploi qui valent la peine d'être retenues: (1) augmentation de 46% dans le secteur privé entre 1988 et 1989; et (2) diminution de 46,7% dans le nombre de fonctionnaires entre 1988 et 1989.

Un recensement des entreprises à Conakry effectué en 1987 (Rapport économique et social, 1990) indiquait qu'environ la moitié des entreprises sur place avaient été créées depuis 1985, indiquant par là une nette croissance dans le secteur privé depuis la libéralisation économique qui a eu lieu en 1985. Mais le chômage semble être un problème de plus en plus grave, surtout si l'on songe aux licenciements des fonctionnaires et aux nouveaux diplômés universitaires.

1.1.4 Modes migratoires

Les Guinéens sont des gens qui se déplacent souvent d'une région à l'autre. La région de Guinée maritime (où se situe Conakry, la capitale, et la ville industrielle de Fria) est le pôle qui attire le plus d'habitants des autres parties du pays. Selon le recensement de 1983, 28% de ses habitants sont nés dans d'autres régions. La Guinée moyenne ne connaît que peu

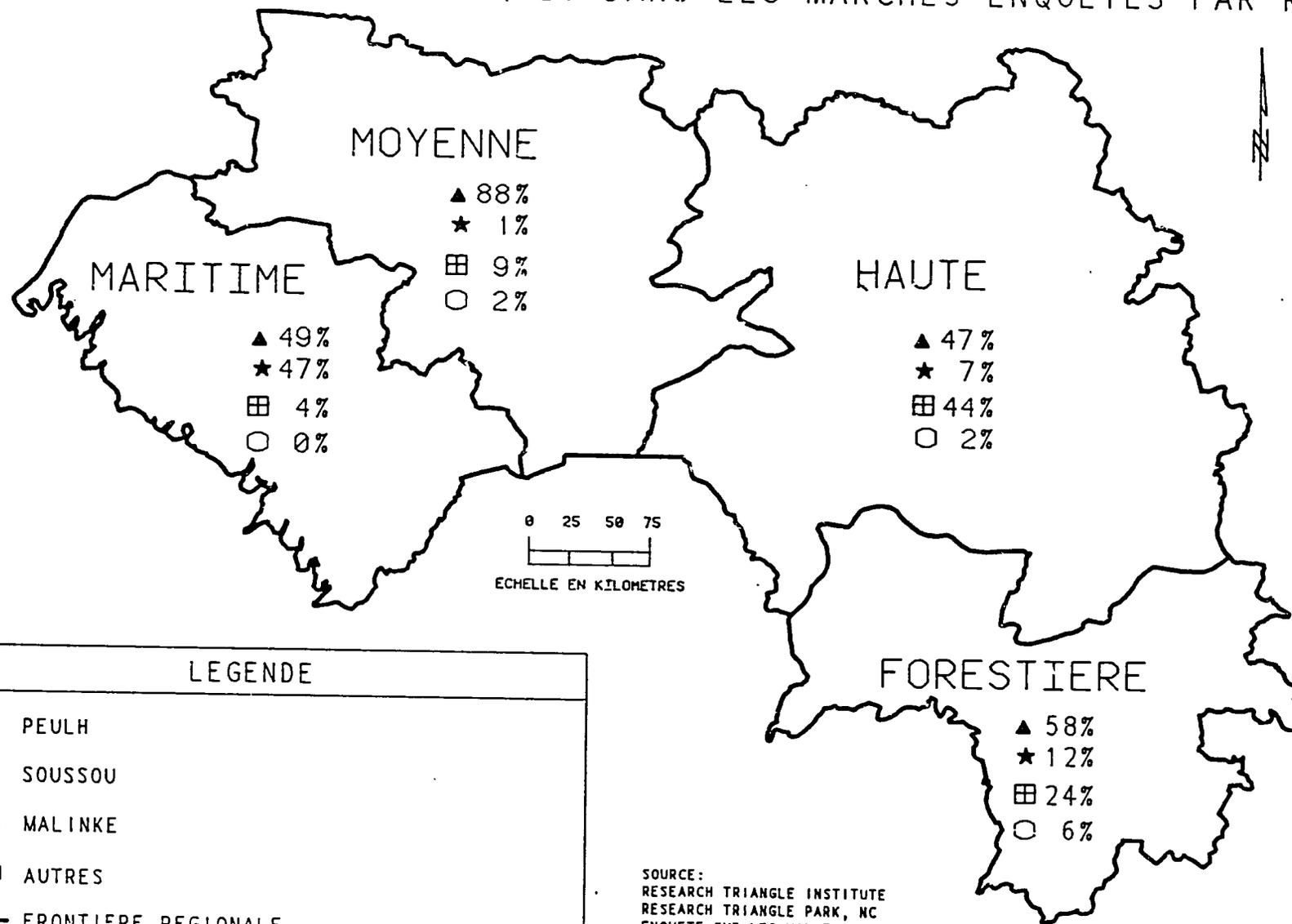
¹ "Rapport économique et social", ministère du Plan et de la Coopération internationale, Direction nationale du plan et du développement économique. Conakry: mars 1990.

² Recensement général de la population et de l'habitat, Analyse des résultats définitifs. Ministère du Plan et de la Coopération internationale, et Direction nationale de la statistique et de l'informatique. Conakry: décembre 1989.

d'immigration des autres régions (5%), mais 13,5% de sa population a émigré vers d'autres régions. La Haute Guinée a un taux migratoire moyen de 10,3%. C'est surtout le secteur minier de cette région qui attire de nouveaux habitants. La Guinée Forestière n'a connu ni immigration ni émigration importante, suite peut-être à sa situation plus isolée et aux conditions climatiques différentes de celles du reste du pays.

Mais les habitants se déplacent énormément sur l'ensemble du territoire pour le commerce. Cela s'applique tout particulièrement aux Peulhs. Basée sur les résultats des données de terrain, la Carte 4 indique le groupe ethnique de ceux présents sur les marchés enquêtés. L'on constate un pourcentage élevé de Peulhs dans le secteur commercial pour l'ensemble du pays, bien que ce groupe habite surtout la région moyenne de la Guinée. Le Tableau No. 1 indique l'appartenance ethnique des personnes présentes sur le marché, pour chacun des marchés étudiés.

CARTE DES GROUPES ETHNIQUES DANS LES MARCHES ENQUETES PAR REGION



LEGENDE	
▲	PEULH
★	SOUSSOU
▣	MALINKE
○	AUTRES
—	FRONTIERE REGIONALE

SOURCE:
 RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
 RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
 ENQUETE SUR LES VILLES-MARCHES
 GUINEA, AVRIL 1990



TABLEAU 1. GROUPES ETHNIQUES DANS LES MARCHES ENQUETES

VILLE MARCHÉ	PEULH	SOUSSOU	MALINKE	OTHER	TOTAL
BANGOUYA	72%	28%	0%	0%	100%
WOLEAH	36%	61%	4%	0%	100%
KONKOURE	39%	54%	7%	0%	100%
TIMBI-MADINA	88%	2%	6%	4%	100%
POREDAKA	89%	0%	11%	0%	100%
TOKOUNOU	43%	3%	50%	4%	100%
FARANAH	51%	11%	38%	0%	100%
YENDE-MILIMO	35%	2%	39%	24%	100%
GUECKEDOU	43%	0%	36%	21%	100%
MOYENNE	58%	12%	24%	6%	100%

2.0 CARACTERISTIQUES DES VILLES-MARCHES GUINEENNES

Lors du travail sur le terrain, un même thème revenait concernant les caractéristiques des villes-marchés en Guinée. Pour mieux situer la situation et identifier plus facilement la nature et les fonctions des marchés guinéens, on a défini trois classifications en fonction des résultats de l'étude. Il existe des relations interdépendantes entre les types de marchés décrits, chacun jouant des rôles complémentaires, pouvant temporairement changer. Cette classification ne se veut pas mutuellement exclusive, le but étant d'aider à identifier la fonction primaire d'un marché, élément qui à son tour revêt une importance critique lorsqu'on évalue les besoins d'infrastructure et les réponses appropriées au niveau de l'investissement.

Aux fins de présenter les informations obtenues des visites pour les études de cas, la section suivante qui décrit les trois classifications des villes-marchés, soulignera les résultats d'une étude de cas représentative de cette classification.

2.1 CLASSIFICATION I: MARCHES DE RECUPERATION

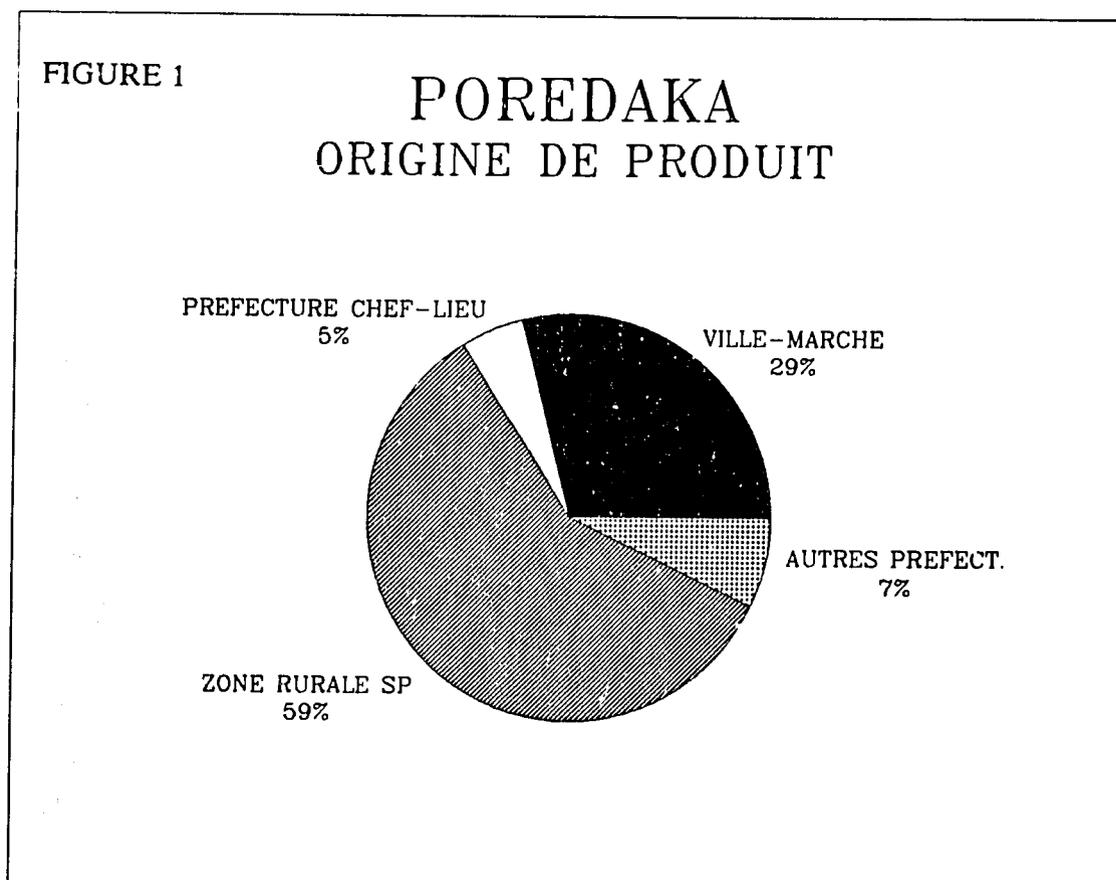
MARCHES DE RECUPERATION -- CARACTERISTIQUES LES IDENTIFIANT
<ul style="list-style-type: none"> - Situé dans une zone agricole productive - La majorité des produits échangés viennent de la ville-marché et de ses environs ruraux - La majorité des personnes qui fréquentent le marché viennent de la ville-marché et de ses environs ruraux - De nombreux commerçants revendent les achats agricoles dans les centres urbains avoisinants - En général, la zone rurale autour du marché est physiquement isolée

Les marchés de récupération représentent le premier point de vente des produits agricoles. On trouve des marchés de récupération dans les zones agricoles productives. Ils sont assez accessibles même si la zone agricole avoisinante est éloignée de tout. Les fermiers et les petits marchands transportent à pied les produits de la ferme jusqu'au marché. Ce sont des "échanges de subsistance": les agriculteurs échangent des produits pour acheter de petites quantités d'aliments ou de produits manufacturés pour leurs besoins fondamentaux. Un marché de récupération dessert généralement une population locale. La majorité des marchés ruraux en Guinée se rangent dans cette catégorie.

Les marchés de récupération dynamiques attirent détaillants et grossistes venant des régions avoisinantes, par exemple, la capitale de la préfecture. Dans ce cas, les produits locaux sont achetés en grandes quantités pour être revendus dans des zones plus urbanisées. L'importance d'un marché de récupération est déterminée par la capacité de production agricole de la région, la majorité des produits échangés venant de la ville-marché ou de l'arrière-pays rural.

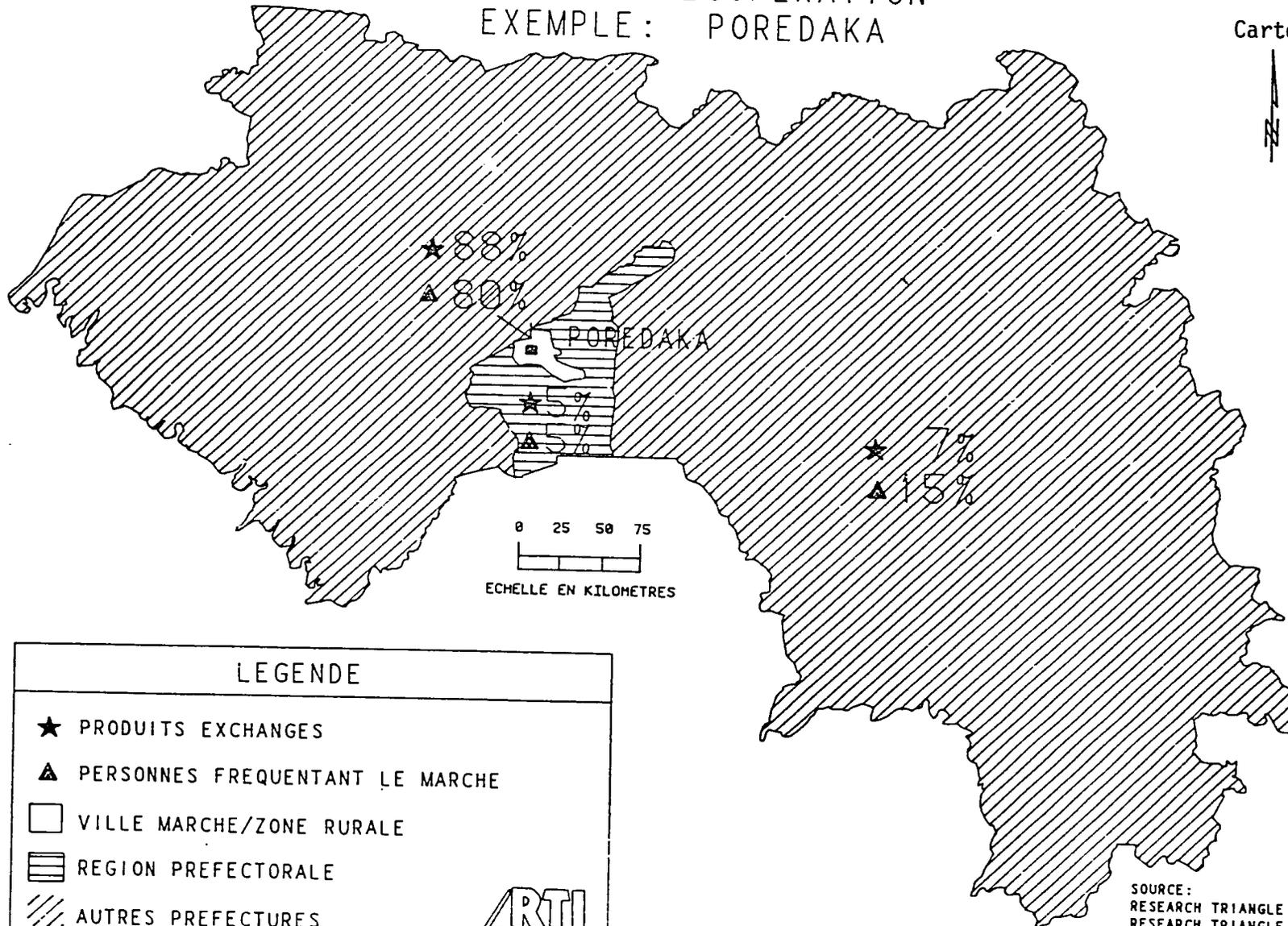
Un bon exemple d'un marché de récupération, inclus comme lieu d'enquête, est Porédaka situé en Moyenne Guinée. La ville compte 4.573 habitants, mais le dimanche, jour de marché, peut attirer jusqu'à 2.000 personnes. La place du marché se situe au centre de la ville en plein air. Certains marchands mettent leurs produits sur des tables en bois, mais la majorité vend leurs produits sur des nattes ou du tissu posés à même le sol. Il y a environ dix petits commerces qui sont installés dans des locaux. Il n'y a pas d'autre possibilité de stockage pour les vendeurs à Porédaka. Le jour de marché est le jour le plus dynamique de la semaine du point de vue économique. L'activité est très ralentie le reste du temps.

La Carte 5 décrit l'origine des produits et des personnes qui fréquentent le marché de Porédaka. Elle indique que la majorité des produits échangés (88%) et des personnes qui fréquentent le marché (80%) viennent de la ville-marché elle-même et de sa sous-préfecture (ou environs ruraux). La Figure 1 indique avec plus de détails l'origine des produits trouvés sur le marché.



MARCHE DE RECUPERATION
EXEMPLE: POREDAKA

Carte 5



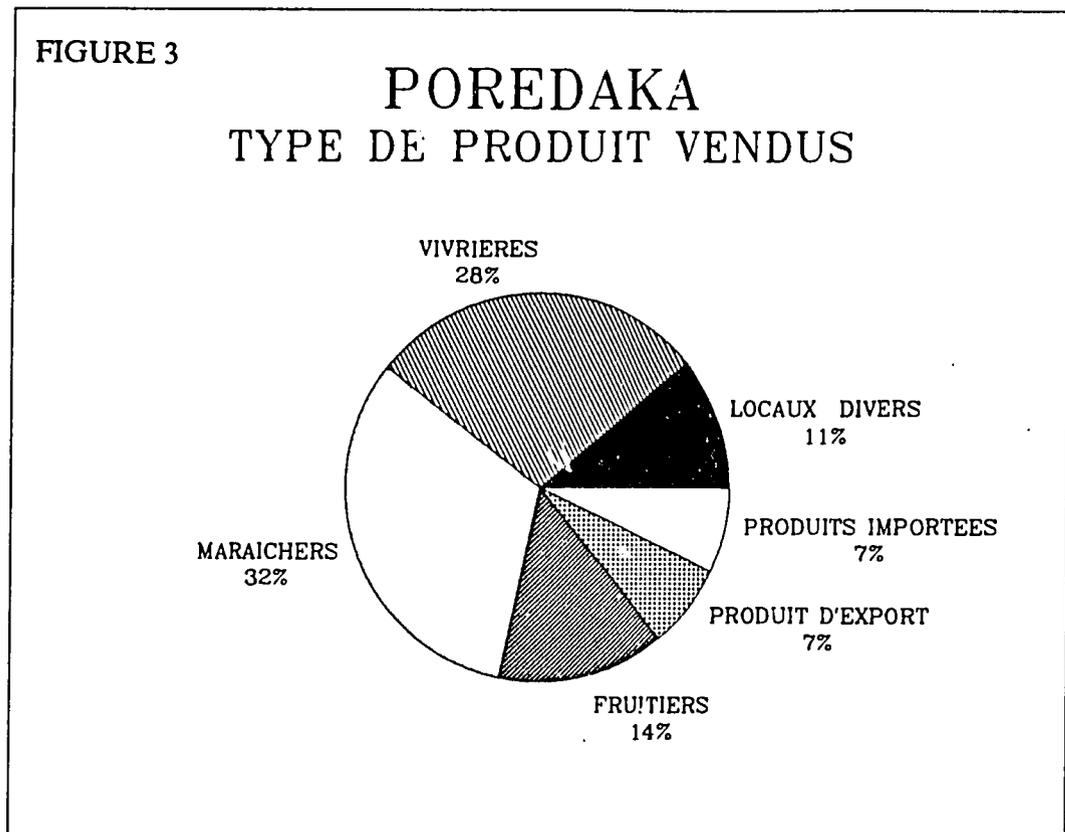
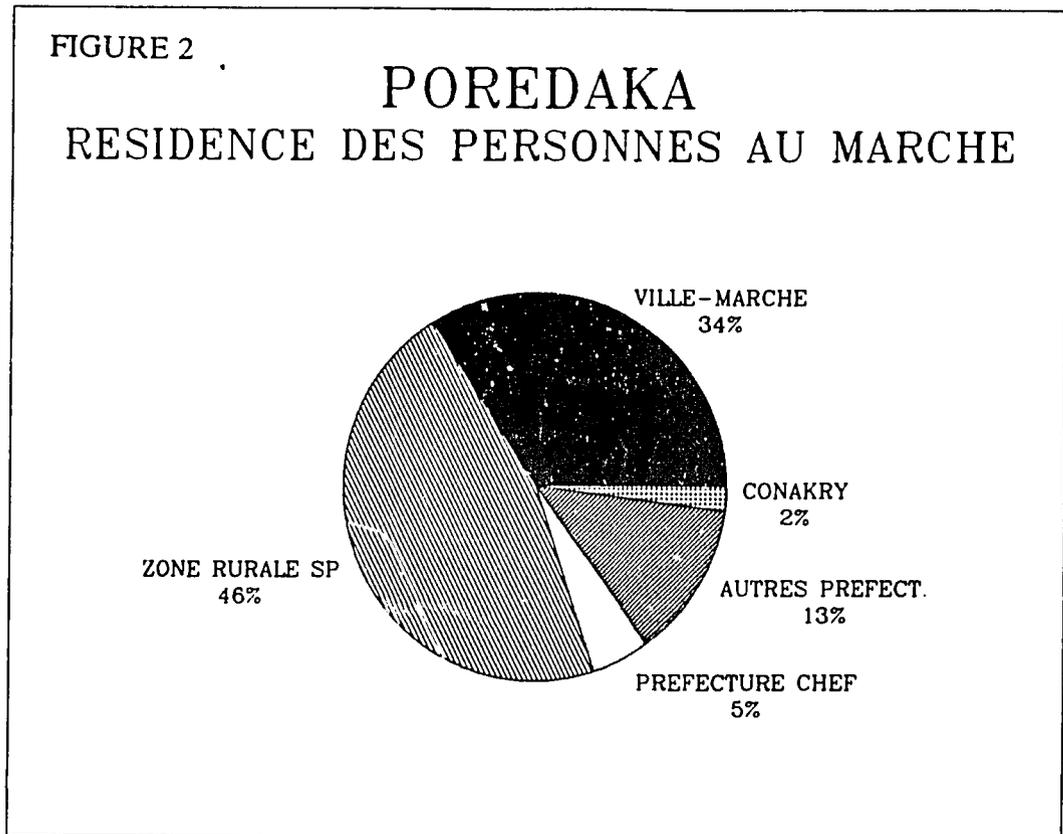
LEGENDE

- ★ PRODUITS ECHANGES
- ▲ PERSONNES FREQUENTANT LE MARCHÉ
- VILLE MARCHÉ/ZONE RURALE
- ▨ REGION PREFECTORALE
- ▩ AUTRES PREFECTURES



SOURCE:
RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
ENQUETE SUR LES VILLES-MARCHES
GUINEA, AVRIL 1990

La Figure 2 indique en détail la résidence des personnes qui fréquentent le marché. En ce qui concerne les types de produits vendus à Porédaka, la Figure 3 indique que 93% de tous les produits échangés sont des produits agricoles, ce qui définit les forces qui animent ce marché.



Il est important lorsqu'on évalue le rôle d'une ville-marché de se pencher sur les services publics et les types d'infrastructure offerts par la municipalité. Le Tableau 2 est un inventaire des services publics qui existent à Porédaka. Les diverses fonctions sont énumérées dans la colonne de gauche. Ces fonctions présentes sont numérotées (par quantité). Une évaluation de la qualité (faite par la population locale) de ces fonctions est également indiquée dans les trois colonnes à droite.

La ville de Porédaka compte 5 des 31 services publics et infrastructures compris dans l'inventaire. L'inventaire est très intéressant puisqu'il révèle une grave pénurie des services qui encouragent et facilitent le développement agricole. Vu que la zone est très productive, ce résultat indique une lacune de services agricoles pouvant entraver la croissance économique.

L'on a demandé aux exploitants agricoles et aux petits commerçants de faire la liste des types de services et d'infrastructures qui manquent dans leurs villes-marchés. La liste suivante a été compilée sur la base des manques dans les villes de récupération qui sembleraient entraver le plus gravement la croissance économique individuelle.

MARCHES DE RECUPERATION	
TYPE D'INFRASTRUCTURE/SERVICES NECESSAIRES	
<ul style="list-style-type: none"> • Vulgarisation agricole • Coopératives agricoles • Traitement des céréales • Accès au crédit • Routes fermes-à-marché en bonne condition 	<ul style="list-style-type: none"> • Vulgarisation pour élevage/vétérinaire • Coopératives de femmes • Dispensaire • Installations pour stockage des produits

Pour évaluer le type de services nécessaires à un marché de récupération, il faudrait d'abord faire un inventaire afin de faire ressortir ce qui manque. En général, les investissements devraient viser à améliorer le développement agricole, les priorités étant accordées au développement des coopératives, à la mise en place de filières de crédit à petite échelle, à l'installation de matériel de transformation des produits céréaliers et à l'amélioration des routes reliant les exploitations agricoles au marché.

TABLEAU 2. INVENTAIRE DES FONCTIONS COMMUNAUTAIRE

VILLE-MARCHE: POREDACA

FONCTIONS	QUANTITY	ETAT		
		MAUVAISE	PASSABLE	BON
SERVICE EDUCATIFS				
ECOLE PRIMAIRE	3		X	
ECOLE SECONDAIRE	1		X	
ECOLE TECHNIQUE				
ECOLE ARABE	1		X	
SERVICE MEDICAU				
HOPITAL				
DISPENSARE	1			
PHARMACIE				X
DISPENSARY RURAL				
SERVICE ADMINISTRATIF				
POSTE DE POLICE				
POSTE DES POMPIERS				
SERVICE DE VULGARISATION				
VETERINAIRE				
COOPERATIVE DE FEMMES				
COOPERATIVE AGRICOLE				
AFFAIRES SOCIALE				
BUREAU DE POSTE				
MAISON DES JEUNES				
MAISON DE PASSAGE				
TERRAIN DE SPORTS				
STATION TAXI				
EXTENSION AGRICULTURE				
EXTENSION BETAIL				
INFRASTRUCTURE				
TELEPHONE PUBLIC				
ELECTRICITE				
EAU POTABLE				
EAU COURRANT				
SYSTEME D'EGOUT				
VOIRIE				
MENAGERES DES ORDURES				
SOCIALE				
EGLISE				
MOSQUEE	1			
TOTAL	5		3	1

2.2 CLASSIFICATION II: MARCHES DE REDISTRIBUTION

MARCHES DE REDISTRIBUTION: CARACTERISTIQUES LES IDENTIFIANT

- Situé le long des routes et axes principaux
- Une grande partie des produits échangés viennent d'autres préfectures et régions que celles de la ville-marché
- Une grande partie des personnes qui se rendent sur ce marché viennent d'autres préfectures et régions que celles de la ville-marché
- Les ventes au détail sont très importantes. Les produits sont achetés et vendus en grande quantité, souvent pour la revente

Ce marché de niveau intermédiaire sert de centre d'accumulation et de redistribution aussi bien pour les produits agricoles que manufacturés. Les marchés de redistribution ont une influence régionale plus grande que les marchés de récupération. Ce sont souvent des postes d'échange au carrefour de deux routes: le critère fondamental permettant d'identifier un tel marché est qu'au moins 25% des produits vendus sur le centre du marché viennent d'autres préfectures ou régions et qu'au moins 25% des personnes qui fréquentent le marché habitent dans d'autres préfectures ou régions. Les marchés de redistribution offrent des possibilités à ceux qui désirent acheter en grandes quantités ou ceux qui ne peuvent pas assumer les frais et se rendre directement sur les marchés de récupération pour acheter les biens. Généralement, les marchés de redistribution sont très facilement accessibles, ils ont une infrastructure plus développée avec au minimum des installations de stockage. En principe, ces marchés devraient avoir l'électricité, des moyens de télécommunications et l'eau potable, bien que cela ne soit pas toujours le cas. Notons comme exemple les marchés de redistribution en Guinée: Kindia, Mamou, Pita, Timbi-Madina, Kissidougou, Faranah, et Yendé-Milimou.

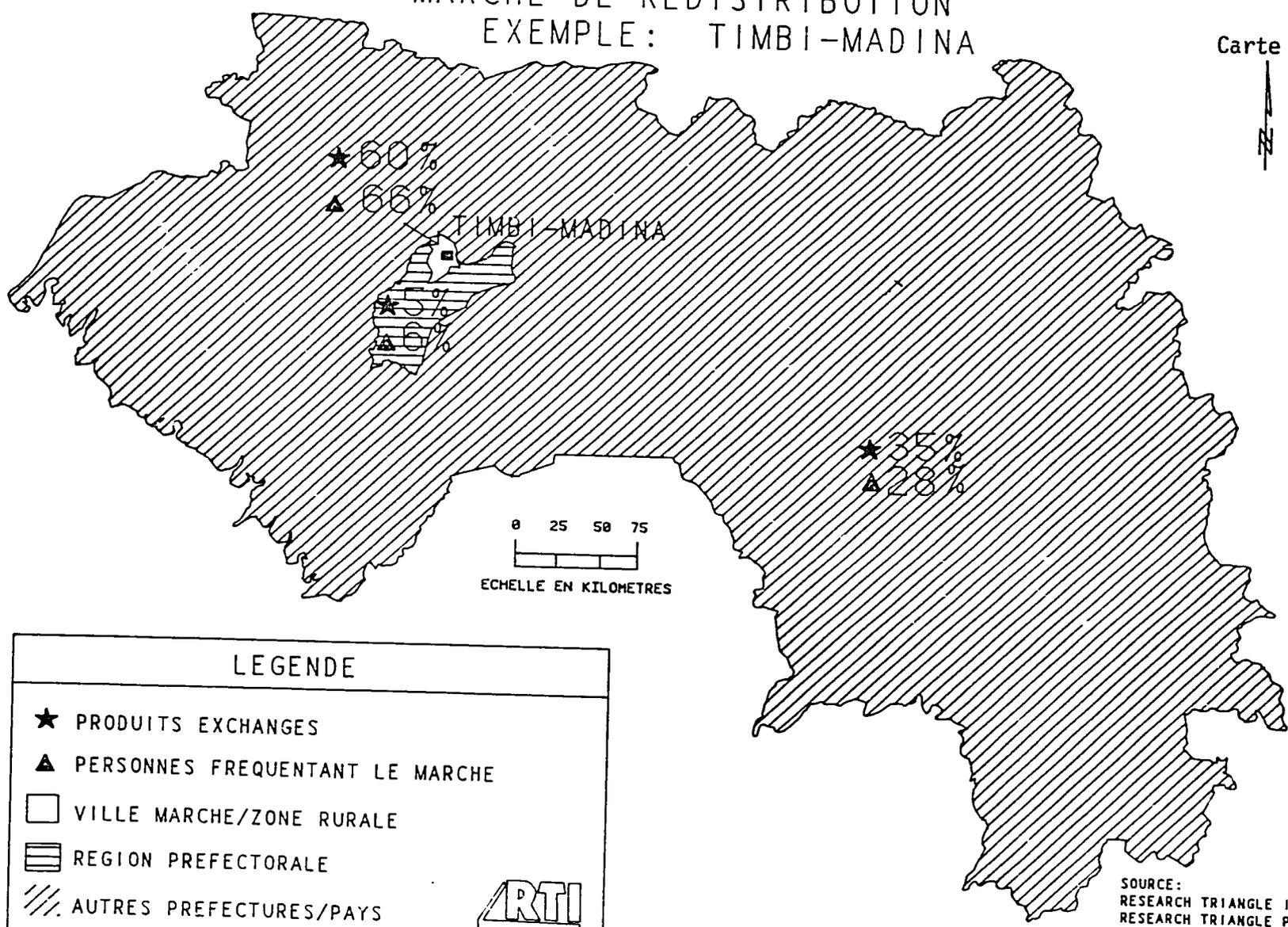
Un bon exemple d'un marché de redistribution, un des lieux d'enquête de l'étude, est Timbi-Madina situé en Moyenne Guinée. La sous-préfecture de Timbi-Madina a plus de 37.000 habitants. La place du marché est en plein air, sans hangar, mais il y a de petites boutiques et installations de stockage tout autour du marché. L'on estime que jusqu'à 4.000 personnes se rendent sur ce marché le jour principal du marché, c'est-à-dire dimanche.

La Carte 6 décrit l'origine des produits échangés et le lieu d'habitation des personnes qui viennent se rendre sur le marché de Timbi-Madina. La carte montre qu'une partie

91

MARCHE DE REDISTRIBUTION EXEMPLE: TIMBI-MADINA

Carte 6



LEGENDE

- ★ PRODUITS ECHANGES
- ▲ PERSONNES FREQUENTANT LE MARCHE
- VILLE MARCHE/ZONE RURALE
- ▨ REGION PREFECTORALE
- ▤ AUTRES PREFECTURES/PAYS



SOURCE:
RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
ENQUETE SUR LES VILLES-MARCHES
GUINEA, AVRIL 1990

importante des produits échangés (35%) et des personnes qui fréquentent le marché (28%) viennent de préfectures et de régions autres que la ville-marché et sa préfecture. La Figure 4 montre avec plus de détails l'origine des produits qu'on trouve sur le marché. La Figure 5 indique la résidence des personnes qui fréquentent le marché.

Il est également intéressant de noter le type de produits vendus sur la place du marché. La Figure 6 indique que 62% de tous les produits qu'on trouve sur le marché de Timbi-Madina sont de nature agricole. Cette proportion est moindre que celle qu'on trouve sur le marché de récupération, mais elle reste assez importante pour faire ressortir la tendance agricole: facteur qui probablement est un des éléments de succès de ce marché, en plus d'autres éléments attirants.

Les produits importés représentent 38% des articles échangés sur ce marché. La Figure 4 "Origine des produits" vendus indique que 18% des articles proviennent d'autres pays. Dans ce cas, de nombreux produits passent par le Sénégal. Vu que Timbi-Madina est située près de la frontière sénégalaise, le marché est un lieu d'échange propice entre les deux pays.

A Timbi-Madina, l'inventaire des services publics offerts à la communauté indique que le niveau de services est plus élevé qu'à Porédaka. Timbi-Madina a également un statut de communauté rurale décentralisée (CRD). Le Tableau 3 indique les résultats de l'inventaire.

La ville comporte 19 des 31 fonctions communautaires inventoriées, c'est-à-dire une bonne capacité à répondre aux besoins de la population. Mais le fait que le réseau

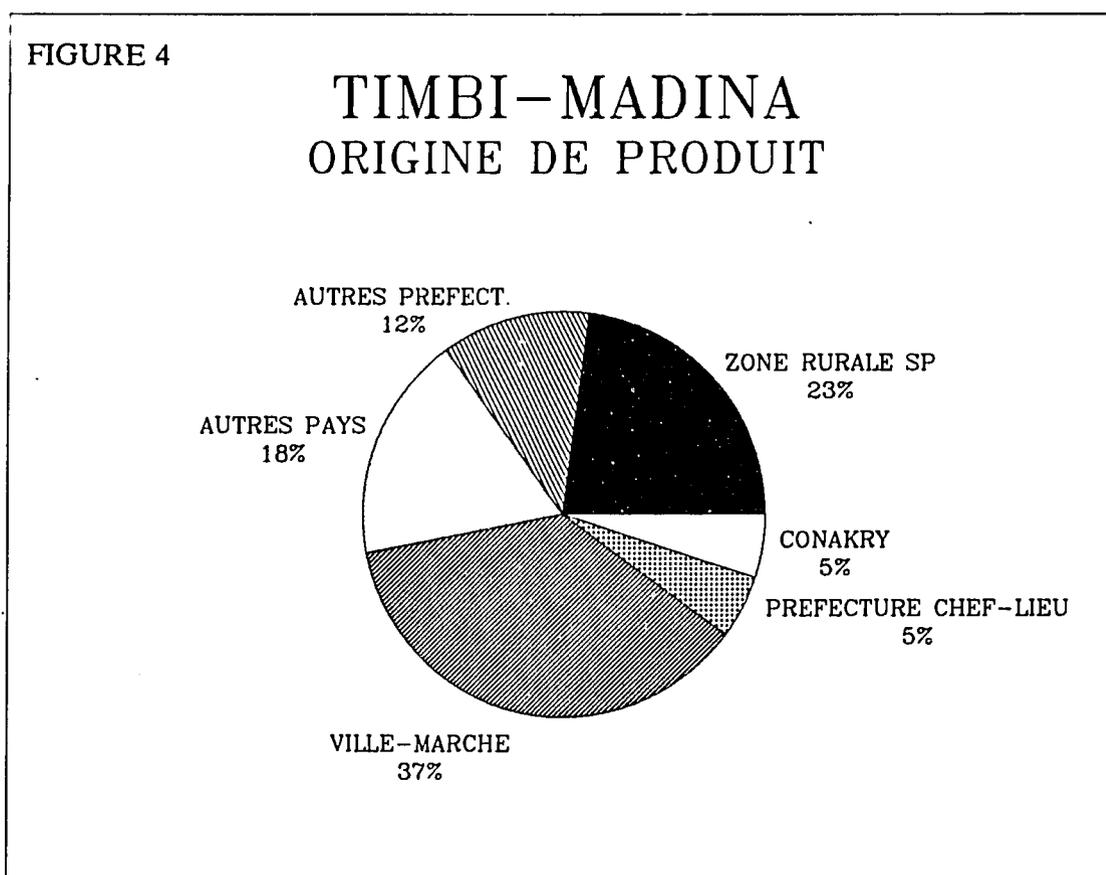


FIGURE 5

TIMBI-MADINA

RESIDENCE DES PERSONNES AU MARCHÉ

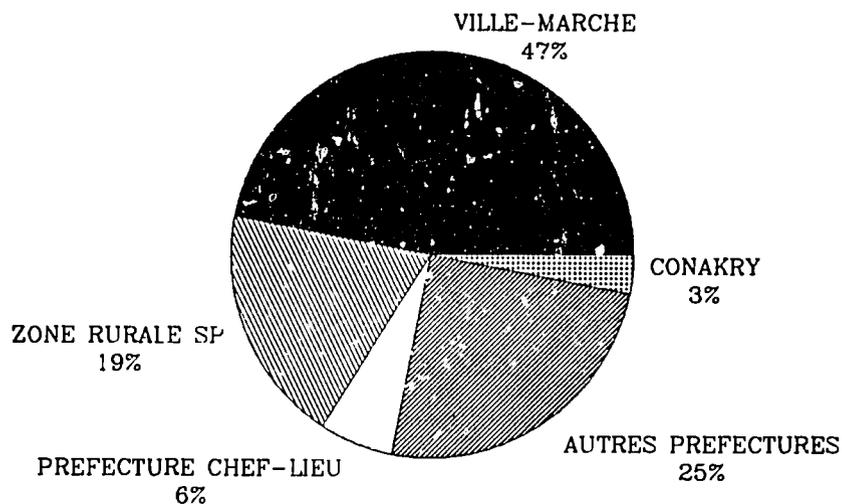
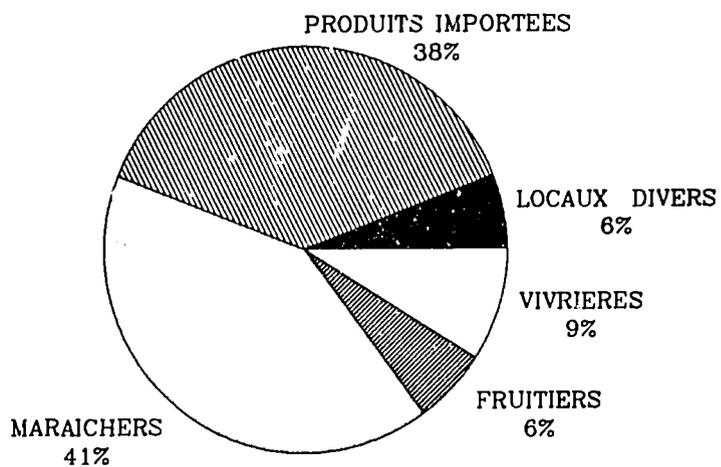


FIGURE 6

TIMBI-MADINA

TYPE DE PRODUIT VENDUS



TABEAU 3. INVENTAIRE DES FONCTIONS COMMUNAUTAIRE

VILLE-MARCHE: TIMBI-MADINA

19

FONCTIONS	QUANTITY	ETAT		
		MAUVAISE	PASSABLE	BON
SERVICE EDUCATIFS				
ECOLE PRIMAIRE	5		X	
ECOLE SECONDAIRE	1		X	
ECOLE TECHNIQUE				
ECOLE ARABE				
SERVICE MEDICAU				
HOPITAL	1			X
DISPENSARE				
PHARMACIE	1		X	
DISPENSARE RURAL				
SERVICE ADMINISTRATIF				
POSTE DE POLICE	1		X	
POSTE DES POMPIERS				
SERVICE DE VULGARISATION	1		X	
VETERINAIRE	1		X	
COOPERATIVE DE FEMMES	1			
COOPERATIVE AGRICOLE				
AFFAIRES SOCIALE	1		X	
BUREAU DE POSTE	1		X	
MAISON DES JEUNES	1		X	
MAISON DE PASSAGE	1		X	
TERRAIN DE SPORTS	1		X	
STATION TAXI	1	X		
EXTENSION AGRICULTURE	1			X
EXTENSION BETAIL	1		X	
INFRASTRUCTURE				
TELEPHONE PUBLIC				
ELECTRICITE	1	X		
EAU POTABLE	1			X
EAU COURRANT				
SYSTEME D'EGOUT				
VOIRIE				
MENAGERES DES ORDURES				
SOCIALE				
EGLISE				
MOSQUEE	10			X
FONCTIONS TOTAL	19	2	12	4

électrique ne fonctionne pas est préoccupant car Timbi-Madina n'a pas accès à des moyens de réfrigération et de l'électricité nécessaire pour remplir son rôle potentiel dans la région. L'on a demandé aux diverses personnes interviewées sur les marchés de redistribution, qui participent à une quelconque activité économique, de nommer les services et les types d'infrastructures qui manquent dans leurs villes-marchés. La liste suivante a été compilée sur la base des manques dans les marchés de redistribution qui semblent le plus entraver la croissance économique.

MARCHES DE REDISTRIBUTION TYPE D'INFRASTRUCTURE OU DE SERVICES NECESSAIRES	
<ul style="list-style-type: none"> • Electricité • Eau potable • Téléphone • Accès au crédit • Pièces de rechanges 	<ul style="list-style-type: none"> • Station essence • Boutiques/kiosques • Marché couvert/hangar • Installations de stockage • Station de taxi

Tel que nous l'avons déjà mentionné, il faudrait faire un inventaire des services et infrastructures pour identifier de manière précise tous les services qui manquent dans une ville-marché. Mais l'on peut d'ores et déjà observer que dans les villes de marchés de redistribution, il faudrait généralement faire des investissements qui encouragent le secteur d'agro-transformation et le secteur commercial. En fait, sont hautement prioritaires: les programmes de crédit, les stations d'essence et les pompes d'essence, les boutiques couvertes et les installations de stockage. De plus, l'infrastructure de base comme l'électricité, le téléphone et l'eau potable n'existent toujours pas dans les marchés de redistribution de l'ensemble de la Guinée.

2.3 CLASSIFICATION III: MARCHES FRONTALIERS

MARCHES FRONTALIERS: CARACTERISTIQUES LES IDENTIFIANT
<ul style="list-style-type: none"> • Proches des frontières nationales • Capitale régionale économique • Situés le long des grands axes routiers • Une importante partie des personnes qui fréquentent ces marchés viennent d'autres préfectures et régions que celles de la ville-marché • Une importante partie des produits échangés sur le marché vient d'autres pays

Les marchés frontaliers sont d'importants marchés au niveau national ou régional servant soit de point d'entrée soit de point de distribution pour les biens manufacturés. Au moins 30% de tous les produits échangés sur les marchés frontaliers viennent d'autres pays. Le commerce le plus important est aux mains des grossistes et des grands détaillants. Les exemples de marchés frontaliers en Guinée sont notamment Conakry, principal port d'entrée, et Guéckédou, grand port d'entrée des produits asiatiques via le Libéria; et N'Zérékoré et Sinko qui sont des points d'entrée pour les produits de la Côte-d'Ivoire. Les autres marchés frontaliers en Guinée sont Boké, Labé, Kankan, et Macenta.

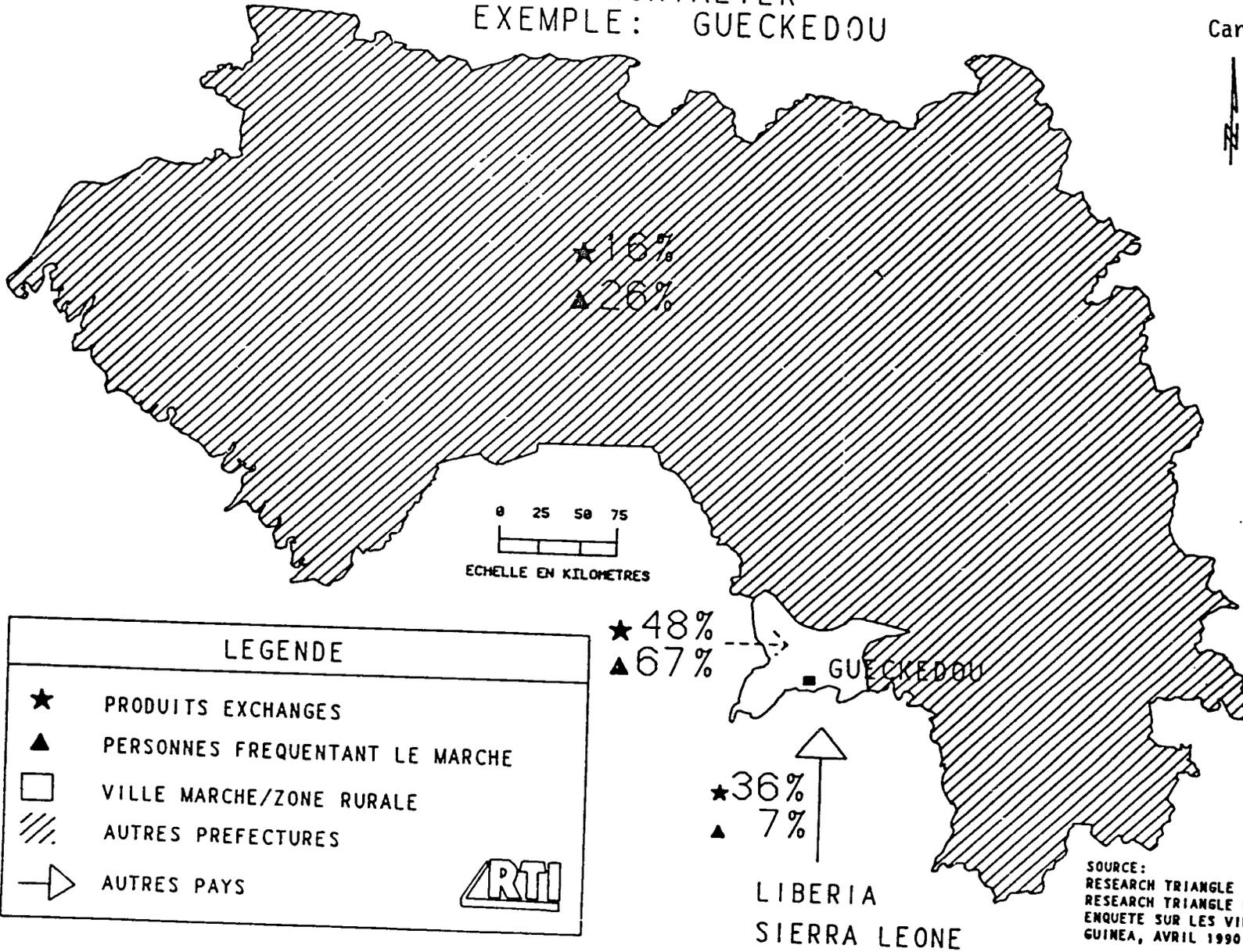
Guéckédou est à présent jugé être le marché le plus important à part la capitale. Cette ville est située dans la région tropicale de la Guinée forestière. Elle a une population de 22.021 habitants, le total de la préfecture étant 149.828. Guéckédou profite de sa proximité de la frontière du Libéria. Le port libre de Monrovia est une filière par laquelle passent des quantités massives de produits importés en Asie. Les biens seront transportés par camion à Guéckédou via deux routes. La première passe par le port de Kessani sur le fleuve Makona (environ 10 km au Sud de Guéckédou). Cette route est la plus directe, mais pas la plus facile: il n'existe pas de ponts sur le Makona et les produits doivent être transportés sur de petits canoës ou, comme c'est généralement plus souvent le cas, sur le dos des porteurs qui traversent la rivière à pied avec de gros paquets sur leurs dos. Pendant la saison des pluies, la rivière est trop haute pour qu'on puisse transporter des produits sans risquer d'en perdre une grande partie. La seconde route est via Macenta, elle est moins directe pour les transporteurs, mais les routes sont en meilleur état, quelle que soit la saison.

La place du marché actuelle au centre de Guéckédou a été construite il y a 30 ans, pour 300 vendeurs. Aujourd'hui, des représentants officiels estiment que le jour de marché, officiellement les mercredi, il y a environ 6.000 vendeurs à Guéckédou, compris dans ce nombre environ 2.000 "tabliers" qui étalent leurs produits le long des routes de la ville, et environ 4.000 vendeurs ambulants. Les jours de marché à Guéckédou, les gens viennent de l'ensemble de la Guinée.

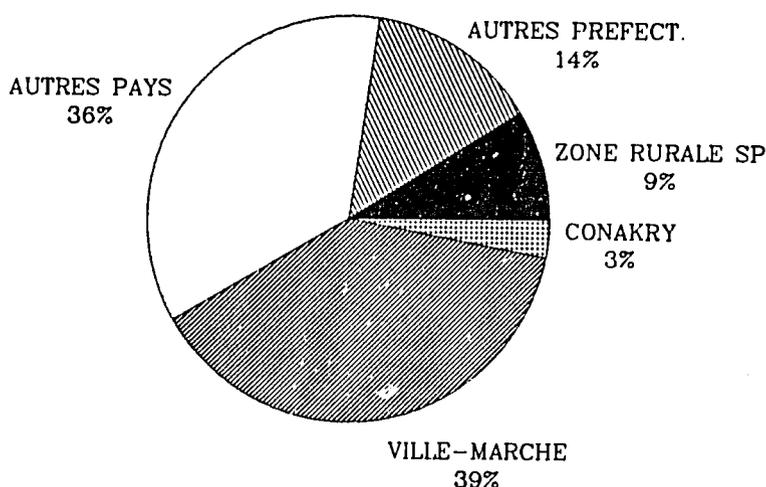
La Carte 7 décrit l'origine des produits échangés et le lieu de résidence des personnes qui assistent au marché de Guéckédou. La carte indique qu'une proportion importante des produits échangés (36%) vient soit du Libéria soit du Sierra Leone, la grande majorité venant d'ailleurs du Libéria. Les répondants indiquaient que 47% des produits proviennent de Guéckédou et de sa préfecture (cf. Figure 7 pour une ventilation détaillée). En observant les produits vendus, on peut supposer qu'une partie de ces produits proviennent également du Libéria et qu'ils sont échangés à Guéckédou et, par

MARCHE FRONTALIER EXEMPLE: GUECKEDOU

Carte 7



GUECKEDOU ORIGINE DE PRODUIT



conséquent, identifiés par le répondant comme venant de Guéckédou. Par conséquent, on estime qu'environ 50% des produits échangés à Guéckédou proviennent d'autres pays. La Figure 8, qui indique les types de produits vendus à Guéckédou, réitère cette hypothèse: 49% des produits sont importés.

Il est également intéressant de noter que 26% des personnes qui fréquentent le marché résident dans des préfectures autres que Guéckédou (Figure 9), indiquant par là que plus d'un quart vient d'autres régions pour acheter à Guéckédou et probablement revendre ailleurs les produits. Les personnes venant d'autres pays pour assister au marché représentant au total 7% (Côte-d'Ivoire, Sierra Leone et Libéria).

La Figure 9 indique avec plus de détails le lieu de résidence des personnes qui fréquentent le marché.

Un inventaire des services publics et de l'infrastructure offerts à la communauté révèle un accès bien plus important aux installations modernes que pour les deux villes-marchés précédentes. L'inventaire révèle 29 des 31 fonctions notées. Le Tableau 4 indique les résultats de l'inventaire.

Malgré ce meilleur accès à des installations modernes, les résidents et marchands locaux sont arrêtés dans leur travail par les coupures de courant et les pannes fréquentes du

FIGURE 8

GUECKEDOU

TYPE DE PRODUIT VENDUS

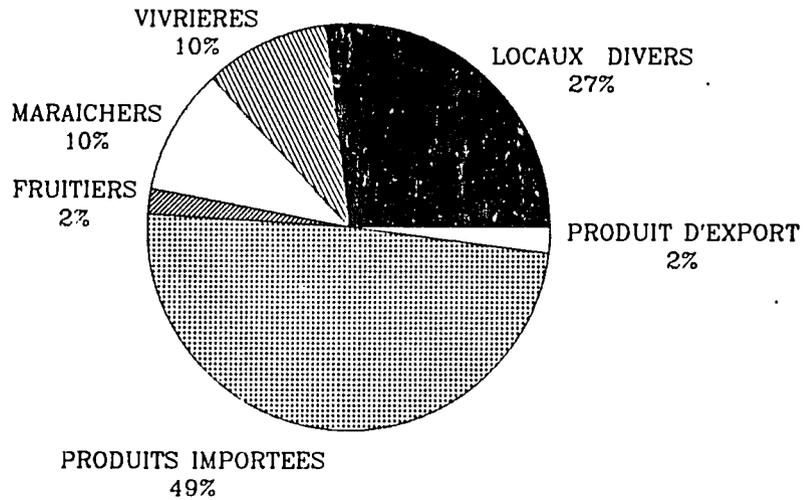


FIGURE 9

GUECKEDOU

RESIDENCE DES PERSONNES AU MARCHE

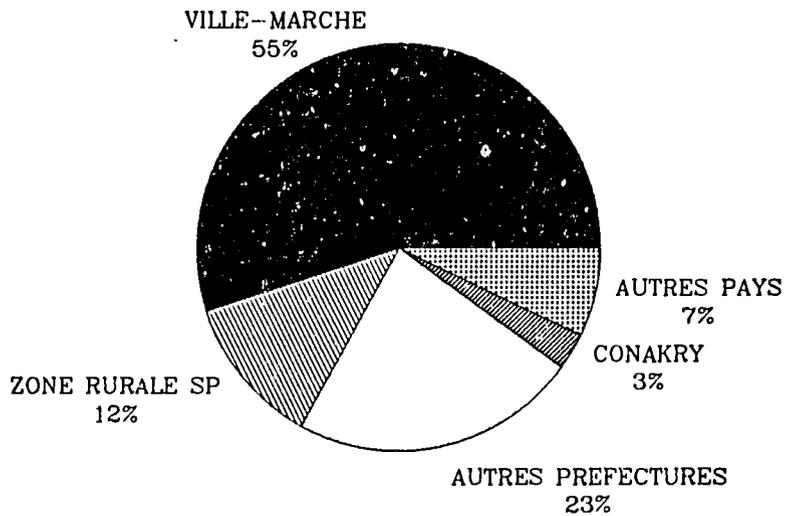


TABLEAU 4. INVENTAIRE DES FONCTIONS COMMUNAUTAIRE

VILLE-MARCHE: GUECKEDOU

FONCTIONS	QUANTITY	ETAT		
		MAUVAISE	PASSABLE	BON
SERVICE EDUCATIFS				
ECOLE PRIMAIRE	14			
ECOLE SECONDAIRE	1			
ECOLE TECHNIQUE	1			
ECOLE ARABE	1			
SERVICE MEDICAU				
HOPITAL	1			
DISPENSARE	1			
PHARMACIE	1			X
DISPENSARY RURAL	1			
SERVICE ADMINISTRATIF				
POSTE DE POLICE	1			X
POSTE DES POMPIERS	1			
SERVICE DE VULGARISATION	1			
VETERINAIRE	1			X
COOPERATIVE DE FEMMES	1			X
COOPERATIVE AGRICOLE				
AFFAIRES SOCIALE	1		X	
BUREAU DE POSTE	1		X	
MAISON DES JEUNES	1			X
MAISON DE PASSAGE	1			X
TERRAIN DE SPORTS	1			X
STATION TAXI	1		X	
EXTENSION AGRICULTURE	1			X
EXTENSION BETAIL	1			X
INFRASTRUCTURE				
TELEPHONE PUBLIC	1	X		
ELECTRICITE	1	X		
EAU POTABLE	1			X
EAU COURRANT	1		X	
SYSTEME D'EGOUT				
VOIRIE	1			X
MENAGERES DES ORDUPES	1			X
SOCIALE				
EGLISE	1			
MOSQUEE	1			X
TOTAL	29	2	4	13

système téléphonique. Les marchands et les commerçants interviewés à Guéckédou ont fait une liste des services manquants qui entravent la croissance économique. Voici les carences les plus graves pour la croissance:

MARCHES FRONTALIERS TYPE D'INFRASTRUCTURE ET DE SERVICES NECESSAIRES	
<ul style="list-style-type: none"> • Electricité • Eau courante • Banque • Restaurants • Pièces de rechange • Station de taxi • Accès au crédit 	<ul style="list-style-type: none"> • Télécommunications: télex, fax, téléphone • Stations d'essence avec pompes • Auberges/hôtels • Dépôts/installations de stockage • Boutiques/kiosques • Marchés couverts avec installations modernes

Bien qu'il existe de nombreux besoins pressants dans les villes d'une certaine taille, les investissements en vue d'améliorer le dynamisme économique de ces villes devraient être dirigés vers le commerce. L'accès au crédit et la mise en place d'une infrastructure pour le marché restent de haute priorité. Il est tout particulièrement important de disposer de locaux de stockage couverts.

2.4 CONCLUSION DE LA CLASSIFICATION

Il est important de noter que les pourcentages utilisés pour établir des catégories qui permettront de distinguer entre les différentes classifications de marchés ne permettent pas en eux-mêmes d'identifier ou de classer un marché. Il faut tenir compte d'une combinaison de caractéristiques, celles nommées "les caractéristiques identifiant les divers marchés". Les pourcentages ne sont là que pour aider à définir la productivité agricole, les liens les plus importants et l'"attirance" relative (d'une zone) aux niveaux régional et national.

Cette classification est surtout donnée pour aider ceux qui prennent les décisions en matière de développement à identifier plus facilement les fonctions d'une ville-marché en particulier. Une fois le rôle primaire d'une ville-marché défini, il est plus facile d'évaluer exactement le type d'infrastructure et de services qui manquent et, partant, au niveau de l'investissement on saura mieux peser le rôle à plus long terme que la ville-marché peut jouer au sein du développement régional et national.

3.0 LIENS ECONOMIQUES ET SOCIAUX

Un des objectifs importants de cette étude est de délimiter les divers types et modes des liens économiques et sociaux entre les villes-marchés. L'étude a trouvé une très forte interaction et des relations d'interdépendance entre les milieux ruraux et les centres urbains avoisinants. La Carte 8 intitulée "Relations économiques nationales" indique les liens identifiés pendant le travail sur le terrain. Les lignes en gras montrent l'origine des produits vendus dans les villes-marchés de l'enquête. Les lignes en pointillé représentent les routes par lesquelles les produits sont passés pour arriver à leur destination finale. La présente section se penche plus profondément sur ces relations et présente les résultats d'une série d'analyses sur ces liens, notamment: (1) liens démographiques, (2) réseaux de commercialisation (types et réseaux de produits), (3) réseaux de transports, et (4) réseaux de marché.

3.1 LIENS DEMOGRAPHIQUES ASSOCIES AUX ACTIVITES COMMERCIALES

3.1.1 Résidence des personnes qui fréquentent le marché

Connaître le lieu de résidence des personnes qui se rendent sur un marché permet de mieux comprendre la dynamique en jeu sur un marché. Si ces personnes viennent surtout de la ville-marché ou de la zone qui l'entoure, nous savons que le marché a une influence très provinciale. Si, par contre, une proportion relativement élevée se déplace de l'extérieur de cette zone ou d'autres régions du pays, le marché est pour eux "économiquement attirant". La résidence des personnes qui fréquentent le marché permet de saisir une des facettes du rôle que le marché joue au sein d'une région ou d'un pays.

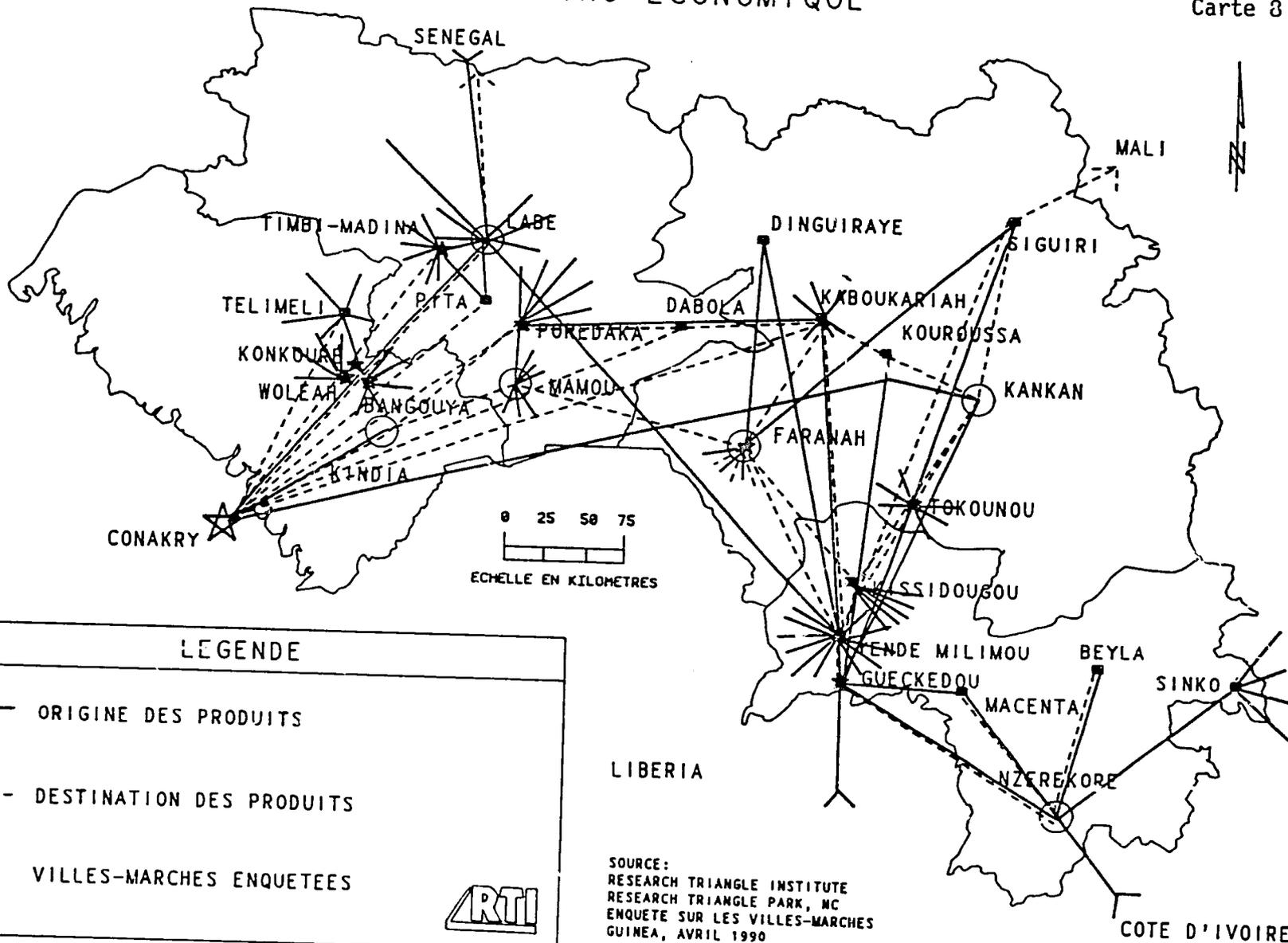
Pour déterminer la résidence des personnes qui se rendaient sur le marché, on a demandé à 656 personnes de préciser lors d'une interview leur lieu de résidence. Le Tableau 5 indique que sur une moyenne nationale, 52% des personnes qui étaient sur le marché au moment de l'enquête venaient de la ville-marché, 20% de la sous-préfecture des alentours, 11% de la capitale de la préfecture, 15% d'autres préfectures et de petits pourcentages soit de Conakry soit d'autres pays.

Il est particulièrement intéressant de noter ici les chiffres très spécifiques qui nous permettent de mieux comprendre le marché. Par exemple, les villes suivantes attirent une proportion importante de personnes de l'extérieur de la préfecture où se trouve la ville-marché: Guéckédou (33%), Yendé-Milimou (31%), Tokounou (31%), Timbi-Madina (28%) et Porédaka (17%).

Cela indique que ces marchés desservent une population bien plus importante que la population immédiate du marché. Les produits disponibles dans ces régions sont très demandés et les gens sont prêts à parcourir de longues distances pour les obtenir et probablement pour les acheter en grandes quantités et les revendre dans d'autres villes ou régions.

RELATIONS ECONOMIQUES

Carte 3



LEGENDE	
—	ORIGINE DES PRODUITS
- - -	DESTINATION DES PRODUITS
★	VILLES-MARCHES ENQUETÉES



SOURCE:
 RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
 RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
 ENQUÊTE SUR LES VILLES-MARCHES
 GUINEA, AVRIL 1990

Par ailleurs, l'on note qu'à Bangouya, un total de 98% des personnes qui fréquentent le marché habitent dans la région de la préfecture. Soixante-quatre pour cent habitent à Bangouya et 32% dans la capitale de la préfecture, Kindia. Dans ce cas, ceux qui habitent à Kindia achètent des produits agricoles en grandes quantités et les revendent à Kindia aux consommateurs et aux vendeurs locaux venant de Conakry. A Woléah, 28% des personnes qui fréquentent le marché habitent à Kindia. Situés dans de riches terroirs agricoles, il est évident que ces deux marchés jouent un important rôle régional comme marchés de récupération où vient s'approvisionner une large population urbaine habitant les alentours.

TABLEAU 5. RESIDENCE DES PERSONNES FREQUENTANT LE MARCHÉ

VILLE MARCHÉ	VILLE MARCHÉ	RURALE* SP ZONE	PREFEC- TURE CHEF L.	CONAKRY	AUTRES PREFEC- TURES	AUTRES PAYES	TOTAL
BANGOUYA	64%	2%	32%	2%	0%	0%	100%
WOLEAH	50%	17%	28%	0%	6%	0%	100%
KONKCOURE	39%	35%	18%	3%	6%	0%	100%
TIMBI-MADINA	47%	19%	6%	3%	25%	0%	100%
POREDAKA	33%	46%	5%	2%	15%	0%	100%
TOKOUNOU	44%	21%	5%	2%	28%	1%	100%
FARANAH (1)	81%	19%	0%	0%	0%	0%	100%
YENDE-MILIMOU	54%	7%	8%	0%	31%	0%	100%
GUECKEDOU (1)	55%	12%	0%	3%	23%	7%	100%
MOYENNE	52%	20%	11%	2%	15%	1%	100%

* ZONE RURALE SOUS-PREFECTORALE

(1) Le chef-lieu est aussi le ville-marché

3.1.2 Lieu de naissance des personnes qui fréquentent le marché

Un bref examen du lieu de naissance (pour ne pas confondre avec l'origine résidentielle) des personnes qui fréquentent le marché permet de mieux comprendre la mobilité de la population. Le Tableau 6 qui se fonde sur les réponses de 160 personnes interviewées, également réparties, nous montre l'origine des personnes qui fréquentent le marché par rapport à la ville-marché. Il est surtout intéressant de noter le pourcentage élevé de répondants à Bangouya qui ont indiqué la ville comme leur village natal (79%), suggérant une bonne stabilité de la population locale. En revanche, les personnes qui se rendent sur les marchés de Faranah, Tokounou, et Yendé-Milimou indiquent (à raison de 68%, 68%, et 78% respectivement) un lieu d'origine autre que la préfecture de la ville-marché. Cela suggère des flux migratoires et une mobilité plus grande parmi les gens qui se regroupent sur ces villes-marchés.

TABLEAU 6. ORIGINE NATALE DE PERSONNES FREQUENTANT LE MARCHÉ

VILLE MARCHÉ	VILLE MARCHÉ	RURALE* SP ZONE	PREFEC- TURE CHEF L.	CONAKRY	AUTRES PREFEC- TURES	AUTRES PAYES	TOTAL
BANGOUYA	79%	14%	7%	0%	0%	0%	100%
WOLEAH	75%	0%	0%	0%	25%	0%	100%
KONKOURE	40%	40%	0%	0%	20%	0%	100%
TIMBI-MADINA	56%	24%	4%	4%	12%	0%	100%
POREDAKA	62%	7%	7%	0%	24%	0%	100%
TOKOUNOU	22%	3%	3%	0%	68%	5%	100%
FARANAH (1)	0%	0%	32%	0%	68%	0%	100%
YENDE-MILIMOU	7%	0%	15%	0%	78%	0%	100%
MOYENNE	36%	8%	9%	1%	44%	1%	100%

(1) Le chef-lieu est aussi le ville-marché

3.1.3 Principales activités des personnes qui fréquentent le marché

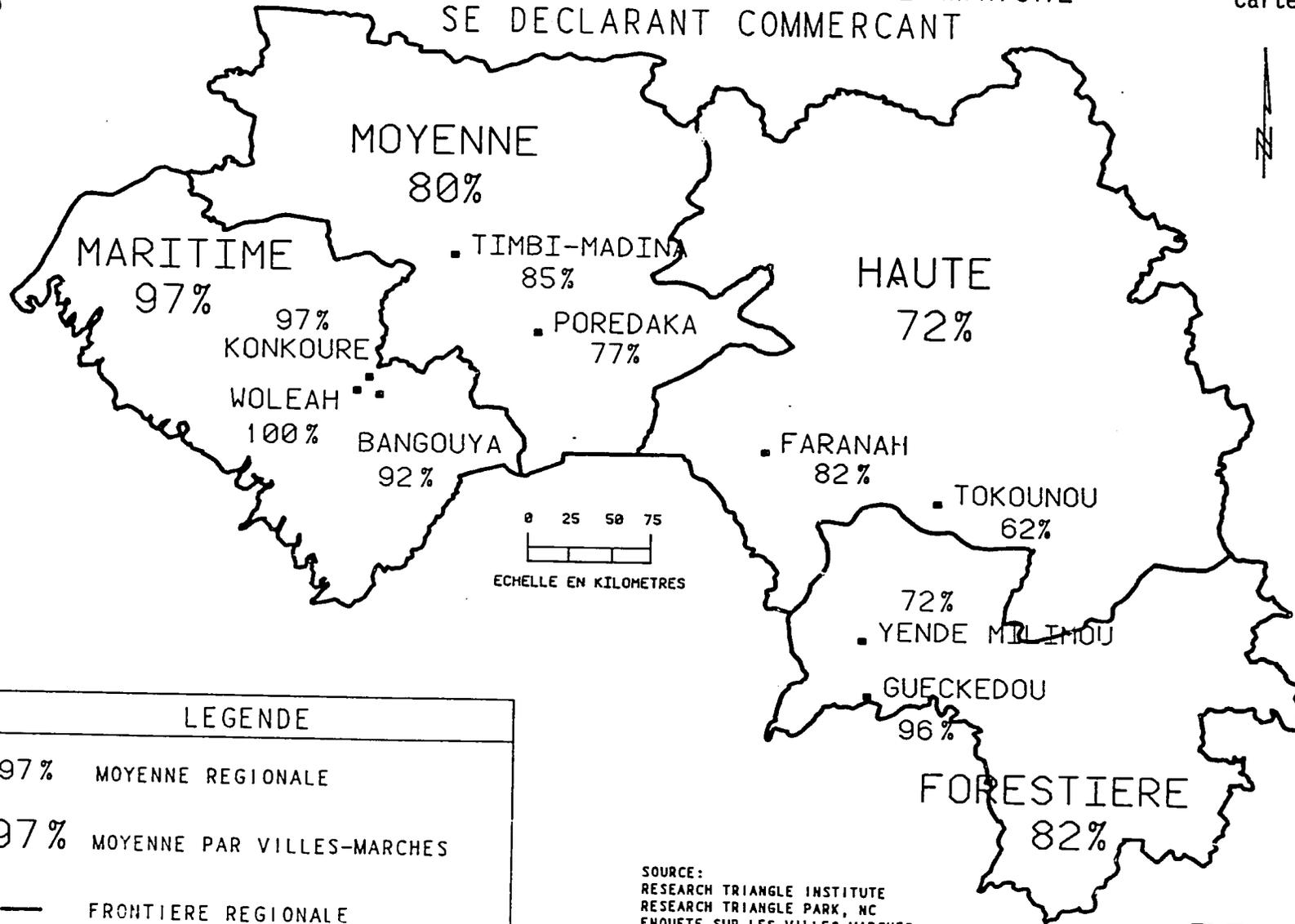
La Carte 9 "Pourcentage de commerçants (contre consommateurs) qui fréquentent les marchés de l'enquête" indique le pourcentage de personnes sur ces marchés qui s'y trouvent essentiellement pour acheter des biens et les revendre ailleurs. Ces résultats se fondent sur 270 réponses, d'une distribution égale. Les résultats indiquent que la place du marché est un lieu extrêmement important de création d'emplois dans la ville et peut-être même la région. Des pourcentages très élevés de commerçants contre consommateurs pourraient indiquer un manque de possibilités d'emplois ailleurs que sur la place du marché. Cela pourrait tout particulièrement être le cas à Woléah, Konkouré, et Bangouya. Les pourcentages moins élevés indiquent une dépendance moindre du marché pour trouver un emploi.

3.2 LA FILIERE DE COMMERCIALISATION

Cette section traite des types de produits écoulés sur les marchés guinéens ainsi que de leur origine et réseaux de distribution. L'étude a trouvé trois grandes filières de commercialisation par lesquelles transitent les produits pour arriver aux consommateurs. Les filières varient suivant le type de produits dans les catégories suivantes: (1) produits importés/fabriqués localement; (2) produits agricoles; et (3) produits de l'élevage. Les filières de commercialisation pour ces trois catégories sont indiquées ci-dessous. Cette section traite également de l'impact des politiques de libéralisation sur les réseaux de commercialisation et le secteur non-structuré.

POURCENTAGE DES PERSONNES DANS LE MARCHE
SE DECLARANT COMMERÇANT

Carte 9



LEGENDE	
97%	MOYENNE REGIONALE
97%	MOYENNE PAR VILLES-MARCHES
—	FRONTIERE REGIONALE

SOURCE:
RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
ENQUETE SUR LES VILLES-MARCHES
GUINEA, AVRIL 1990



3.2.1 Types de produits que l'on trouve sur les marchés guinéens

Aux fins de classer les types de produits disponibles sur le marché guinéen, l'on a défini les grandes catégories suivantes:

- Racines alimentaires (riz local, manioc, fonio, maïs, igname, cola, et taro);
- Légumes maraîchers (tomate, piment, courgette, chou, salade et gombo);
- Fruits (bananes, oranges, mangues, ananas, avocats, et noix de palme);
- Cultures commerciales (tabac, café, cacao, néré, et indigo);
- Divers produits locaux (sel, savon, arts, outils, huile, poisson fumé);
- Produits importés (riz, conserves alimentaires, prêt-à-porter, chaussures, produits à base de pétrole, matériaux de construction, produits pharmaceutiques, petit matériel électrique); et
- Elevage (bovins, moutons, chèvres, poulets, et gibier à plumes)

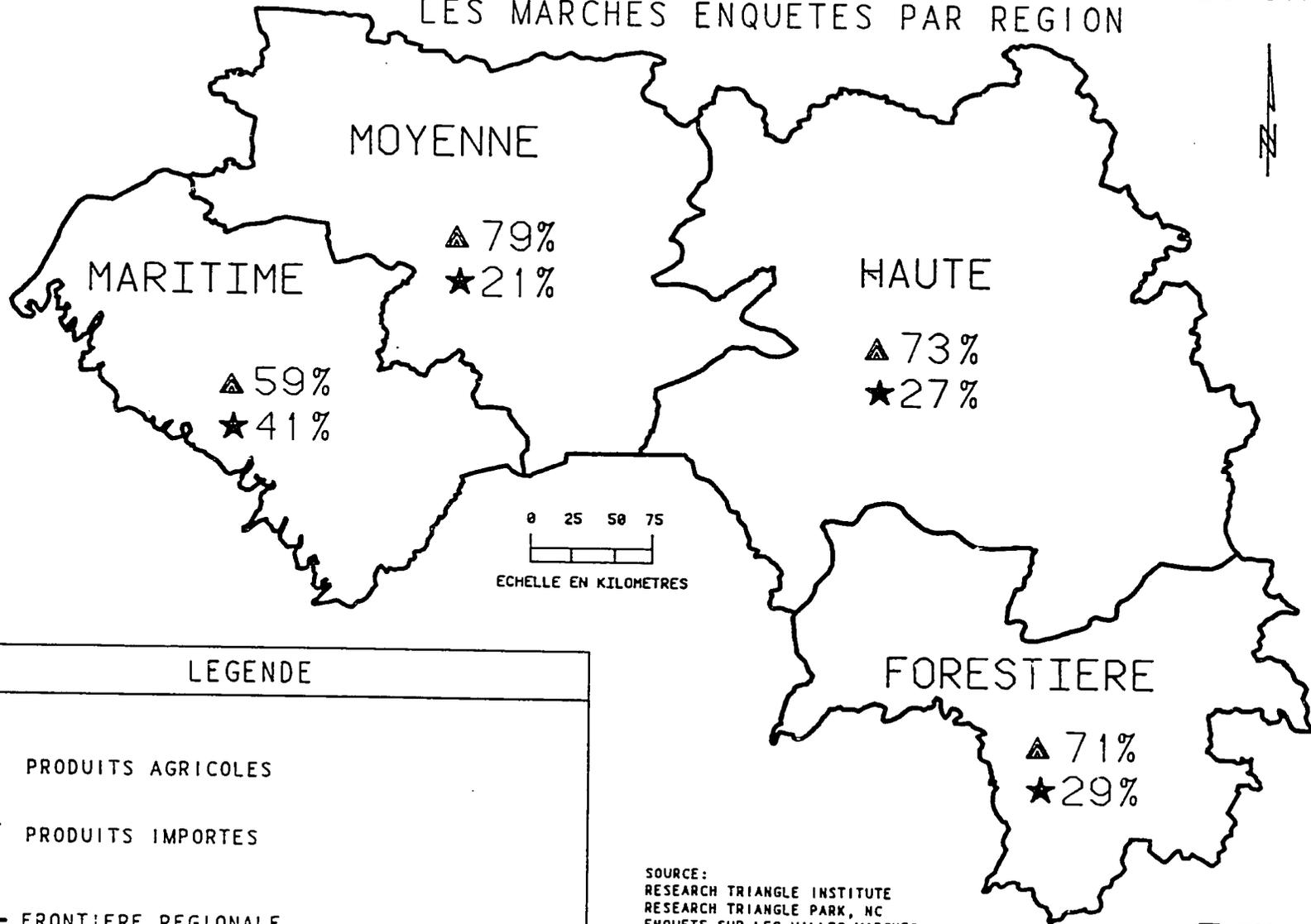
3.2.2 Flux de distribution des produits

En fonction des résultats de 636 réponses distribuées de manière égale, cette étude a constaté que 70% de tous les produits échangés sur les marchés de l'enquête se rangeaient dans les catégories de produits agricoles, d'origine locale. Les 30% restants sont des produits importés (cf. Tableau 7). La Carte 10 indique la moyenne régionale du pourcentage de produits agricoles contre produits importés que l'on trouve sur les marchés de l'enquête. Cette distribution change d'un marché et d'une région à l'autre, suivant la spécialisation de la ville-marché. La Carte 11 indique cette répartition par ville-marché de l'enquête.

TABLEAU 7. TYPE DE PRODUIT VENDUS

VILLE MARCHÉ	LOCAUX DIVERS	VIVRIERE	MARAIC- HERS	FRUIT	PRODUIT D'EXPORT	PRODUIT IMPORTES	TOTAL
BANGOUYA	28%	12%	16%	1%	0%	43%	100%
WOLEAH	26%	12%	15%	3%	0%	44%	100%
KONKOURE	23%	1%	28%	11%	0%	37%	100%
TIMBI - MADINA	6%	9%	41%	6%	0%	38%	100%
POREDAKA	11%	28%	32%	14%	7%	7%	100%
TOKOUNOU	33%	22%	18%	5%	1%	21%	100%
FARANAH	18%	7%	33%	5%	0%	37%	100%
YENDE - MILIMO	30%	21%	11%	11%	13%	14%	100%
GUECKEDOU	27%	10%	10%	2%	2%	49%	100%
MOYENNE	23%	14%	23%	7%	3%	30%	100%

33 POURCENTAGE DES PRODUITS AGRICOLES OU IMPORTES ECHANGES DANS LES MARCHES ENQUETES PAR REGION



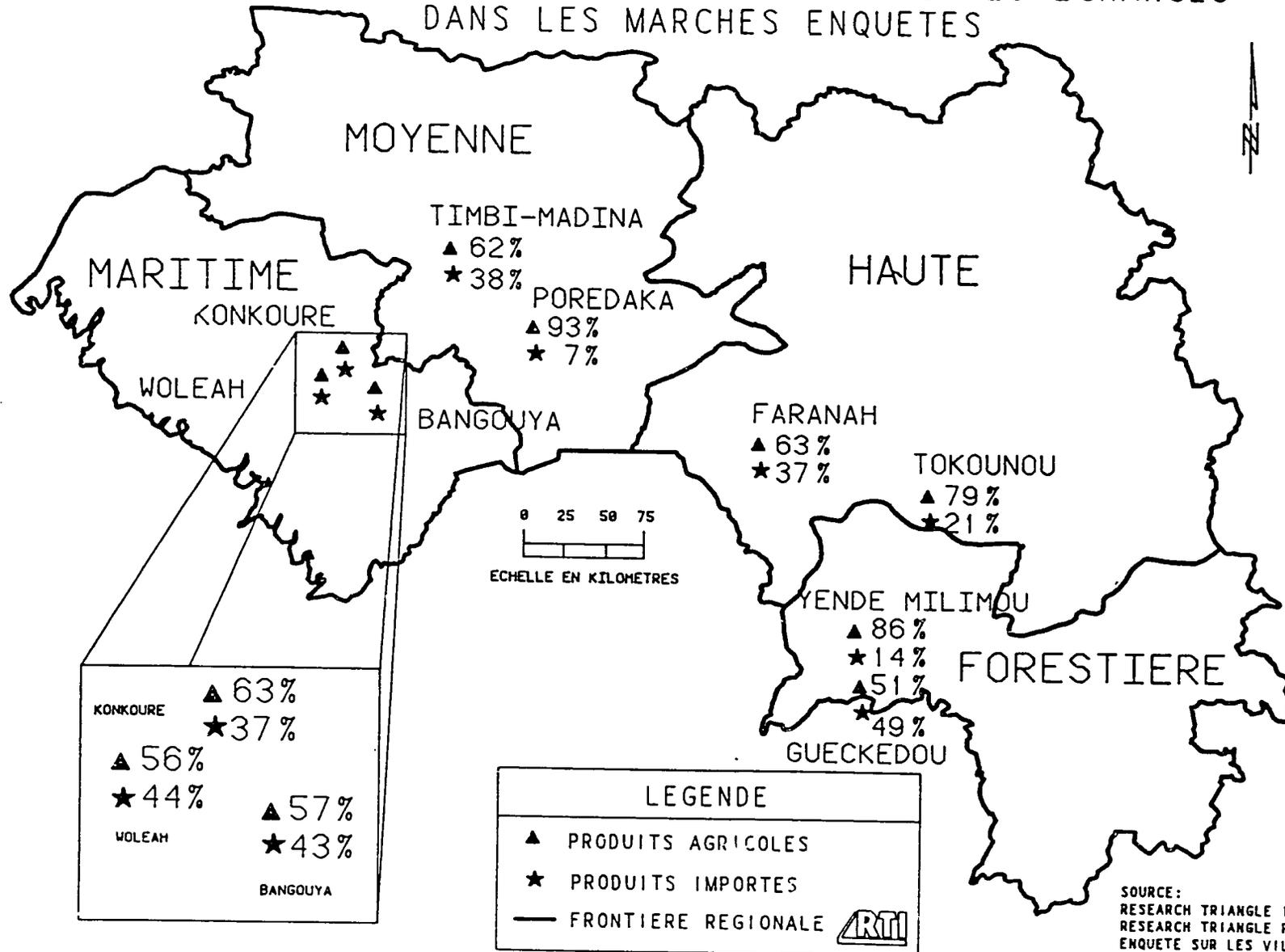
LEGENDE

- ▲ PRODUITS AGRICOLES
- ★ PRODUITS IMPORTES
- FRONTIERE REGIONALE

SOURCE:
RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
ENQUETE SUR LES VILLES-MARCHES
GUINEA, AVRIL 1990



34 POURCENTAGE DES PRODUITS AGRICOLES OU IMPORTES ECHANGES
DANS LES MARCHES ENQUETES



Notons par exemple qu'à Guéckédou, 49% des produits échangés étaient des produits importés. Cela est dû à la grande quantité d'articles passant la frontière du Libéria. Le marché spécialisé dans les tissus importés jouit d'une réputation à l'échelle nationale de marchés offrant de nouveaux produits et matériels (tissus, cire, etc.) "dernier cri". Par conséquent, Guéckédou se spécialise dans les produits importés que les importateurs, les grossistes et les grands détaillants apportent et revendent à Guéckédou, d'où ils seront distribués sur l'ensemble du pays.

Porédaka et Yendé-Milimou sont, par contre, de grandes zones de production agricole où jusqu'à 93% de toutes les transactions concernent des produits agricoles. Il n'est pas surprenant de noter que ces marchés ont également une forte proportion de gens venant d'autres préfectures du pays pour acheter les produits (cf. Tableau 5 "Résidence des personnes qui fréquentent le marché").

Certaines villes-marchés importantes, acquièrent des réputations nationales de "marchés de spécialités", lorsqu'un article spécifique distingue ce marché d'un autre. Konkouré est surtout connu pour son marché de viande, Timbi-Madina pour ses légumes de jardin, Porédaka pour ses ignames et son manioc, et Faranah comme producteur de riz local.

Le Tableau 8 présente les origines des produits sus-mentionnés. Conformément aux autres résultats importants, ce tableau indique, qu'à Porédaka, 59% des produits vendus sur le marché proviennent de la zone rurale avoisinante. Une autre observation intéressante étant qu'à Woléah, 44% des produits vendus sur le marché viennent de la capitale de la préfecture, Kindia. Le Tableau 7 (Type de produit) indique que 44% des produits vendus à Woléah sont importés. Dans ce cas, un lien important a été défini. Les commerçants de Kindia (tous les véhicules emportant les gens au marché de Woléah viennent de Kindia) apportent les biens importés au marché, les y vendent, achètent des biens agricoles qu'ils remportent à Kindia pour les y vendre. Le marché de Woléah est un marché de récupération attirant pour les fermiers locaux puisqu'il offre la possibilité d'acheter des articles importés.

TABLEAU 8. ORIGINE DE PRODUITS VENDUS

VILLE MARCHÉ	VILLE MARCHÉ	RURALE* SP ZONE	PREFEC- TURE CHEF L.	CONAKRY	AUTRES PREFEC- TURES	AUTRES PAYES	TOTAL	
BANGOUYA	25%	36%	28%	5%	0%	6%	100%	
WOLEAH	20%	29%	44%	4%	2%	0%	100%	
KONKOURE	47%	22%	11%	10%	11%	0%	100%	
TIMBI-MADINA	37%	23%	5%	5%	12%	18%	100%	
POREDAKA	29%	59%	5%	1%	5%	0%	100%	
TOKOUNOU	40%	29%	2%	10%	21%	0%	100%	
FARANAH (1)	66%	8%	0%	7%	18%	0%	100%	
YENDE-MILIMOU	43%	23%	0%	8%	24%	3%	100%	
GUECKEDOU (1)	39%	9%	0%	3%	14%	36%	100%	
MOYENNE NATIONALE		38%	26%	11%	6%	12%	7%	100%

*ZONE RURALE SOUS-PREFECTORALE

(1) Le chef-lieu est aussi le ville-marché

3.2.3 Réseaux de commercialisation

La Carte 12 "Réseaux nationaux de commercialisation" décrit les principaux réseaux identifiés lors du travail sur le terrain. La carte indique les villes-marchés comprises dans les études de cas et les principaux centres de redistribution par lesquels transitent les produits. Les cinq principaux axes identifiés et les principaux produits qui circulent le long de ces routes sont:

- (1) Axe Téliéli-Kindia: légumes, fruits, et bétail
- (2) Axe Labé-Mamou: bétail, racines tubaires, légumes, tissu
- (3) Kankan-Guéckédou: élevage, racines tubaires
- (4) Conakry-Guéckédou: produits importés et produits agricoles
- (5) Conakry-Kankan: ciment, carburant, produits alimentaires importés

L'étude a constaté que les filières par lesquelles les produits passent pour arriver au consommateur final changent selon le type de produits. Les trois principales filières de produits sont décrites ci-après:

3.2.3.1 Réseaux de produits importés et produits fabriqués localement

Ce réseau, tel qu'indiqué sur la Figure 10, est dominé par les grossistes (après importation des biens ou production locale).

Vu les coûts de transport élevés pour les produits importés et/ou les niveaux élevés pour les achats minimum des biens fabriqués localement (100 tonnes pour le ciment guinéen), les grossistes sont les seuls qui ont les capitaux nécessaires pour acheter de grandes quantités de ces produits et pour les distribuer sur l'ensemble du pays. Ce réseau, bien qu'il soit plutôt traditionnel dans le monde économique moderne, est relativement nouveau en Guinée puisque les grossistes ne réapparaissent que lentement sur la scène après une période d'interdiction d'environ 10 années. La Loi Cadre de 1975 interdisait toute pratique commerciale privée. Les grossistes de l'époque étaient tout particulièrement visés puisqu'on jugeait qu'ils étaient les ennemis d'une société juste et équitable. Les opérations en gros ont été très limitées, voire complètement supprimées, pendant cette période.

Si, d'une part, les politiques de libéralisation mises en oeuvre depuis la Seconde république (1985) ont redonné de la confiance aux grossistes, elles ont également valu un renchérissement des prix (produits, transports, stockage, entretien des véhicules, etc.) à un niveau tel que seuls quelques uns peuvent opérer.

RESEAU NATIONAL DE COMMERCIALISATION

Carte 12



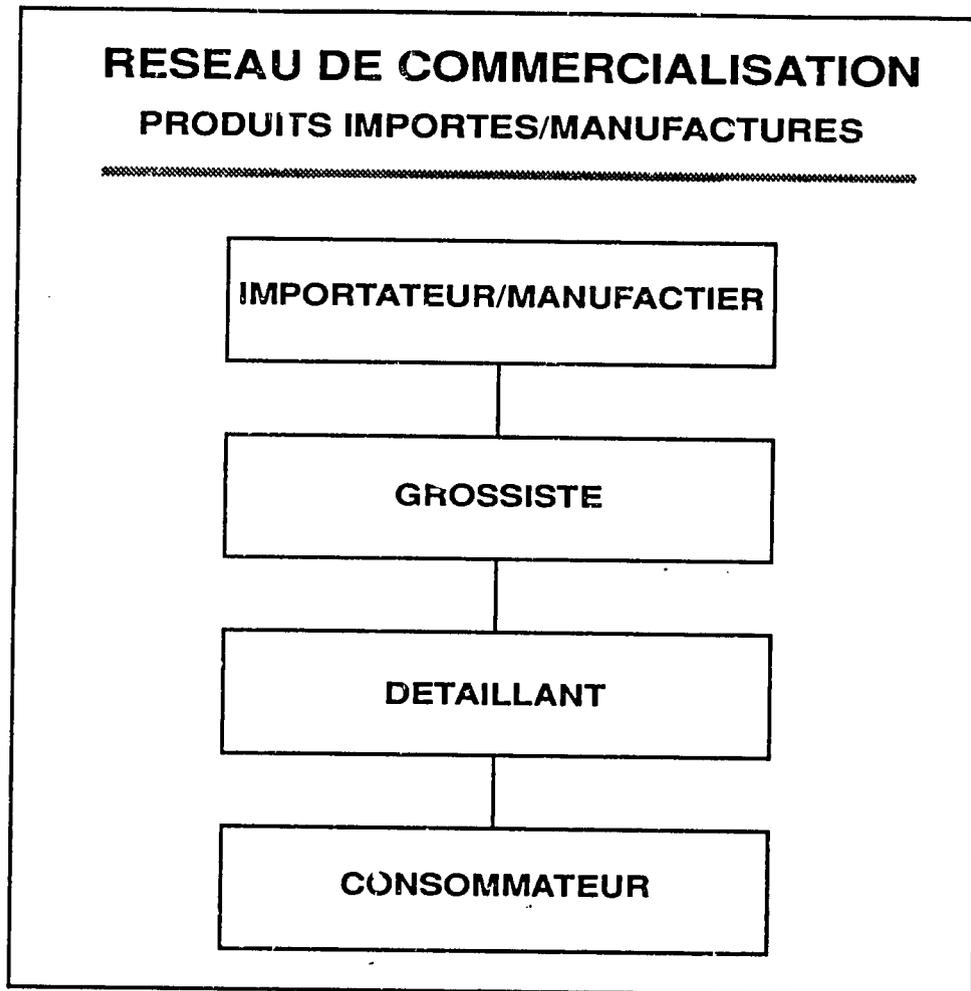
LEGENDE

- AXES ROUTIERS PRINCIPAUX
- AXES ROUTIERS SECONDAIRES
- CENTRE DE RASSEMBLEMENT ET DISTRIBUTION
- 1 AXE TELIMELI-KINDIA: MARAICHER, FRUITIERS, BETAAIL
- 2 AXE LABE-MAMOU: BETAAIL, VIVRIER, MARAICHER, TISSUS
- 3 AXE KANKAN-GUECKEDOU: BETAAIL, VIVRIER
- 4 AXE CONAKRY-GUECKEDOU: PRODUITS IMPORTES, PRODUITS AGRICOLES



SOURCE:
RESEARCH TRIANGLE INSTITUTE
RESEARCH TRIANGLE PARK, NC
ENQUETE SUR LES VILLES-MARCHES
GUINEA, AVRIL 1990

COTE D'IVOIRE



Par conséquent, la concurrence entre grossistes est limitée, les prix demandés indiquent des tendances oligopolistiques (prix uniformes changent selon certains produits) et ceux qui arrivent à ces niveaux font des bénéfices très attirants.

La structure oligopolistique du commerce en gros est due à deux facteurs:

1. La plupart des grossistes d'une préfecture et/ou d'une région ont la même source d'approvisionnement (Conakry, Guéckédou, etc.), ont les mêmes coûts de transports et des parts du marché bien établies.
2. Les grossistes importants de chaque préfecture sont regroupés dans la Chambre de commerce locale et détiennent des positions élevées. Dans ces circonstances, la marge pour les négociations "collectives" sur la fixation des prix est généreuse, il n'y a que peu de résistance, vu leur pouvoir financier.

L'impact des politiques de libéralisation sur ce réseau est discuté avec plus de détails dans une section ultérieure.

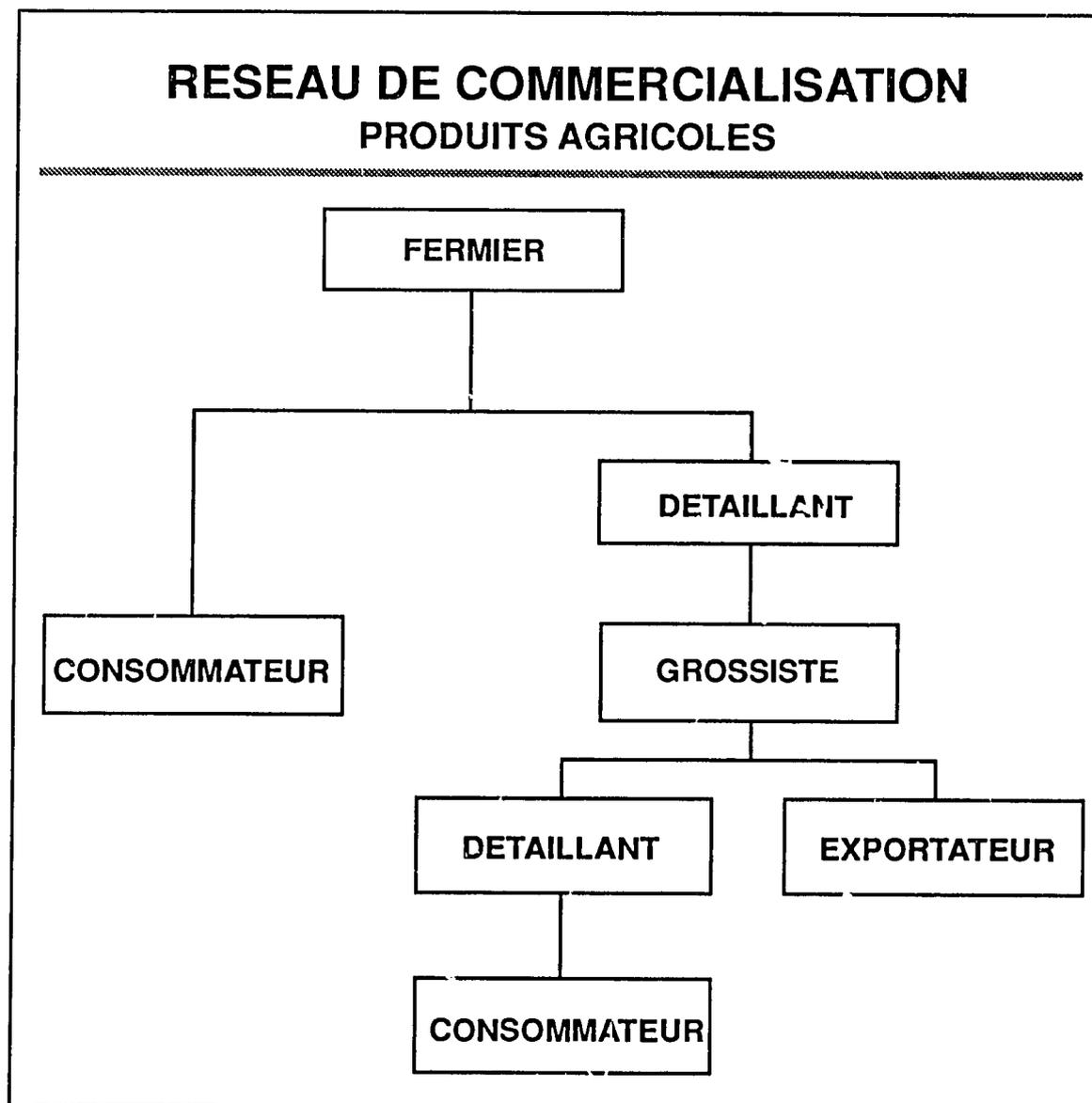
3.2.3.2 Réseaux de commercialisation agricole

L'économie guinéenne est à prédominance agraire. Bien que le secteur agricole ne représente que 28,2% du PNB, il emploie 87,4% de la population active (Rapport économique et social 1989). Les méthodes de production de ce secteur restent très traditionnelles. Il ne produit que peu d'excédents.

Dans le contexte de cette économie de subsistance et vu que les zones de production agricole sont très isolées, les réseaux de commercialisation pour les produits agricoles sont moins sophistiqués que pour les produits manufacturés.

La Figure 11 indique que contrairement aux produits manufacturés, ce sont les détaillants qui dominent la commercialisation des produits agricoles.

FIGURE 11



En général, sauf pour les grandes plantations de cultures commerciales, il existe deux types de réseaux:

1. Le plus courant est celui allant de l'exploitant agricole jusqu'au détaillant. Dans la plupart des marchés visités, la majorité des gens qui venaient vendre des produits agricoles pratiquaient l'agriculture à petite échelle comme occupation principale. Par ailleurs, la majorité des gens qui sont venus au marché acheter des produits agricoles ont dit qu'ils avaient l'intention de les revendre ailleurs.

Les détaillants sont le lien vital de ce réseau. Dans la mesure où ils peuvent se rendre sur de nombreux petits marchés de récupération d'une préfecture ou d'une région, ce sont eux qui savent où acheter et où revendre en faisant un petit bénéfice. Par conséquent, les détaillants réalisent deux types d'activités d'échange.

Premièrement, ils agissent en tant que collecteurs de produits ou commissionnaires pour les grossistes des grands centres urbains. Prenons le riz local comme exemple, les grossistes avancent de l'argent aux détaillants leur demandant de se rendre sur les marchés de récupération des grandes zones de production rizicole. Le jour du marché, les détaillants essaient d'acheter le plus de riz possible et de l'expédier aux grossistes. On utilise ici le mot "essaient" pour montrer l'agitation commerciale ces jours de marché. Généralement, la plupart de la production locale d'un marché de récupération est vendue dans les heures qui suivent son ouverture.

Suivant le type de produits, le grossiste va à son tour revendre aux détaillants des centres urbains ou aux exportateurs.

En second lieu, les détaillants achètent simplement dans un marché et revendent soit dans leur propre village soit sur un autre marché qui se tient un différent jour. Il est difficile d'estimer le nombre ou le pourcentage de ces détaillants, mais les observations faites lors du déplacement sur le terrain sur le volume moyen des achats montrent qu'ils sont en fait très nombreux.

2. Le réseau exploitant agricole-à-consommateur représente un pourcentage bien plus faible et indique qu'il y a de petits fermiers qui ne peuvent pas subvenir aux besoins de leurs familles.

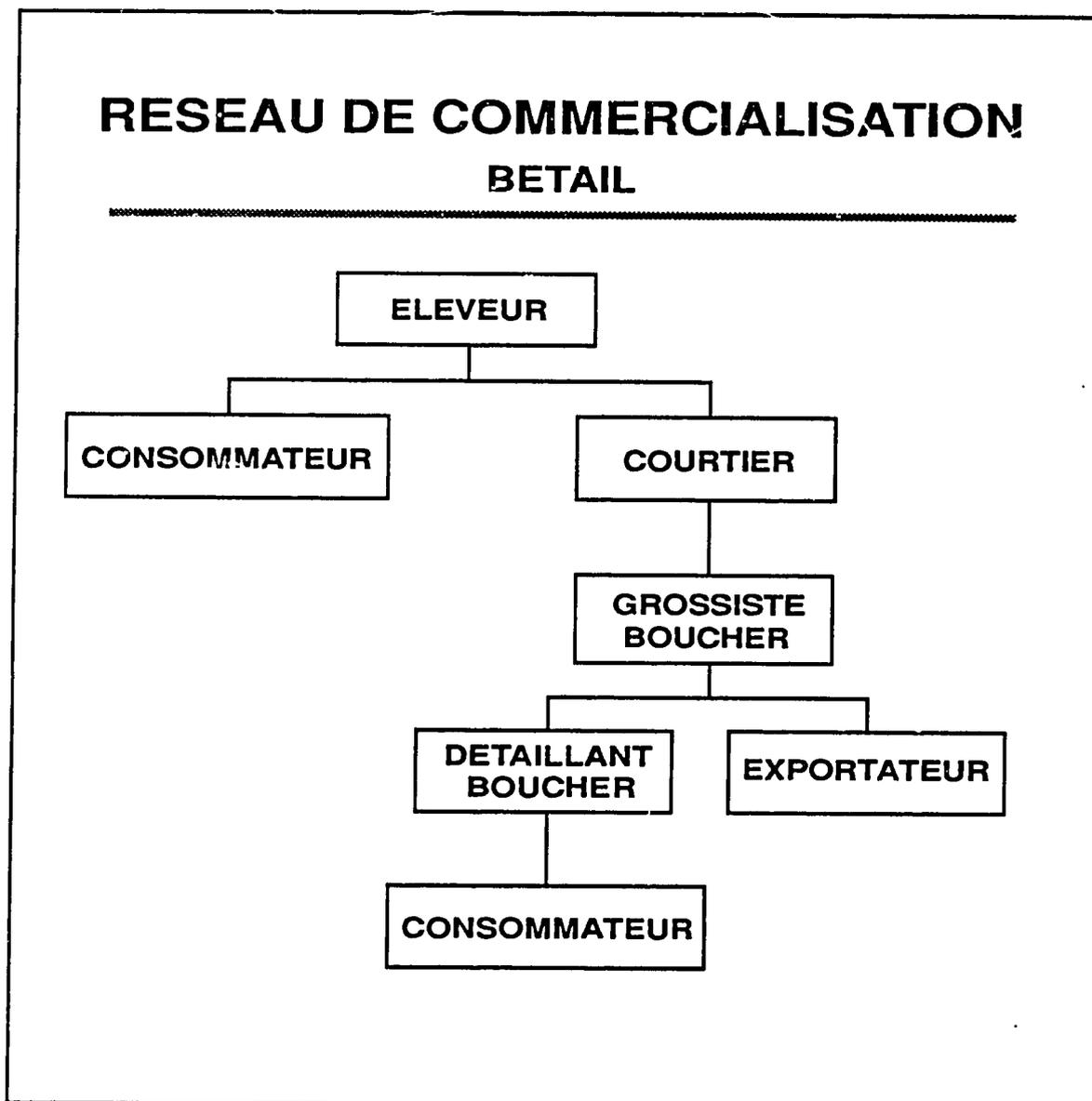
Lors des interviews sur le terrain, certaines personnes bien renseignées ont indiqué que si les détaillants dominaient ces réseaux de commercialisation, c'était dû aux politiques économiques qui avaient supprimé les opérations en gros pendant la Première république. Par conséquent, un réseau très étendu de détaillants informels a émergé et des liens étroits se sont créés entre exploitants et détaillants pour permettre à ce réseau de travailler dans la clandestinité. Selon des personnes bien renseignées, c'est toujours cette explosion de petits détaillants qui est à l'oeuvre aujourd'hui.

3.2.3.3 Réseaux des produits d'élevage

Bien que les réseaux de commercialisation pour les produits d'élevage, tel que montré sur la Figure 12, semblent beaucoup ressembler à ceux du secteur agricole, il existe des différences importantes entre les deux, dû surtout au rôle important des commissionnaires.

Le rôle pivot joué par les commissionnaires ou intermédiaires dans le commerce des produits d'élevage s'explique par le fait qu'il est recruté par et l'éleveur et le grossiste.

FIGURE 12



En général, les commissionnaires ne vont pas d'un marché à l'autre pour vendre le bétail. En fait, ils ont leur propre marché "accrédité" (généralement leur lieu d'origine ou résidence) où ils sont connus et respectés. C'est cette caractéristique qui leur vaut la confiance des éleveurs. Par contre, ils se rendent à d'autres marchés pour acheter du bétail si leurs fournisseurs réguliers n'arrivent pas à remplir les commandes des grossistes. Ces derniers sont généralement des bouchers importants installés dans les centres urbains qui soit vendent à d'autres bouchers soit aux "exportateurs".

L'éleveur a besoin du commissionnaire soit parce qu'il n'a pas le temps de se rendre sur le marché ou parce qu'il ne connaît pas les conditions et les prix du marché. Dans ce cas, on confie les animaux au commissionnaire et on lui demande de les vendre à un "bon prix". Vu que les prix sont fonction du poids net, de l'âge et de la couleur, ce sont les grossistes qui fixent le prix final.

Le grossiste a besoin du commissionnaire parce que celui-ci va passer les commandes avant les jours de marché pour être sûr d'avoir une source d'approvisionnement constante et stable.

Vu que le commissionnaire est un dignitaire jouissant d'une bonne confiance dans la ville du marché, le grossiste l'utilise pour acheter du bétail à crédit. Mais il arrive que les commissionnaires essayent de se débarrasser du bétail à crédit pour prendre de court la baisse des prix.

Enfin, les éleveurs se rendent également sur les marchés hebdomadaires pour vendre directement aux consommateurs locaux. Il est toutefois rare, et cela pour des raisons traditionnelles, de voir des grossistes de l'extérieur qui traitent directement avec les éleveurs.

3.2.4 Politiques de libéralisation et réseaux de commercialisation

Les nombreuses interviews, faites avec des membres de la Chambre du commerce et d'autres intervenants économiques importants dans les villes-marchés, ont permis de bien saisir l'impact des politiques de libéralisation sur les réseaux de commercialisation et du secteur non-structuré.

Tel que nous l'avons déjà mentionné dans les sections ci-dessus, les politiques économiques de la Loi Cadre de 1975 ont entièrement supprimé le commerce en gros et ont poussé à la croissance d'un secteur non-structuré déjà important en encourageant une pléthore de petits détaillants "invisibles" à collecter et à redistribuer les biens manufacturés et agricoles. Ce vaste groupe de détaillants opère encore aujourd'hui.

Pour la plupart des personnes interviewées qui connaissaient bien la situation, il est évident que la "carence de grossistes" doit être comblée si l'on veut renforcer le dynamisme de leurs villes-marchés. La justification à cela étant que les grossistes sont les seuls intervenants

économiques qui disposent de suffisamment de capitaux financiers pour profiter des achats de volumes importants et, partant, pouvoir demander des prix plus faibles.

Depuis 1986, le Gouvernement de la Guinée a libéralisé son régime commercial et a conçu des politiques pour encourager le rôle du secteur privé. Dans ces conditions, les grossistes ont recommencé à prendre le rôle pivot qui leur est dévolu dans la chaîne de distribution. La période de transition nécessaire n'est pas sans difficultés car les cours mondiaux et les prix nationaux sont montés à des niveaux qui empêchent aux ex-grossistes de réapparaître sur la scène ou qui diminuent la portée de leurs activités.

Comme nous l'avons indiqué dans les sections ci-dessus, les grossistes jouent surtout leur rôle naturel dans la distribution des produits industriels et manufacturés, importés et produits localement. Pour les autres types de produits, surtout agricoles, les petits détaillants continuent à dominer les activités de collecte et de redistribution. Même si cela aide à "redistribuer" les revenus parmi une plus grande proportion de la population, il n'est pas possible ainsi de faire des économies d'échelle liées aux achats en grands volumes des grossistes et, par conséquent, cela crée un manque d'efficacité.

Lors des interviews avec les petits détaillants, l'on a constaté que seule une minorité avait des projets d'investissement clairs ou productifs, mais que la majorité n'avait ni les capitaux ni les compétences techniques pour exécuter des projets d'investissement productifs.

Au vu de tout cela, il devenait intéressant de suivre l'acheminement de l'argent de l'importateur au grossiste puis au détaillant pour estimer les marges bénéficiaires et la capacité d'investissement des grossistes.

Le Tableau 9 indique le prix d'achat moyen, les coûts de transport (de Conakry), le prix de vente et les marges bénéficiaires des grossistes, pour le riz et le sucre importés dans les villes-marchés de Faranah et de Timbi-Madina.

TABLEAU 9. COÛTS - GROSSISTES

RIZ 50kg	Prix d'Achats (FG)	Transport (FG)	Prix de Vente (FG)	Bénéfice (FG)
Faranah	11,325	1,500	13,375	550
Timbi-Madina	11,050	1,500	12,975	425
SUCRE 50kg				
Faranah	13,375	1,500	15,500	625
Timbi-Madina	13,000	1,500	15,000	500

646 Francs Guinéens (FG) = 1 Dollar U.S. (Mars 1990)

Deux observations peuvent être faites sur le Tableau 9 ci-dessus. Premièrement, les grossistes de Faranah ont un prix d'achat et de vente généralement plus élevé que celui des grossistes de Timbi-Madina. Deuxièmement, on remarque que les grossistes de Faranah réalisent en moyenne une marge bénéficiaire de 27% supérieure à celle des grossistes de Timbi-Madina.

Vu que les coûts de transport sont les mêmes de Conakry à ceux des villes-marchés, la différence entre les marges bénéficiaires peut s'expliquer par les prix de vente plus élevés demandés par les grossistes de Faranah.

Les deux marchés, bien qu'ils sont rangés dans la même catégorie, ont des caractéristiques différentes qui sont à l'origine de cet écart de prix.

D'une part, le fait que Timbi-Madina est relativement proche des autres villes-marchés (Labé, Pita, Lélouma) et que son marché existe depuis longtemps fait baisser les prix de vente. En fait, les petits détaillants sont prêts et en mesure de se déplacer dans les villes-marchés voisines pour acheter à meilleur prix le riz et le sucre et de concurrencer les grossistes, si leur prix ne semble pas raisonnable.

Le fait que le marché hebdomadaire de Faranah n'a été créé que récemment (moins d'un an) explique les prix d'achat et de vente élevés.

Premièrement, ces grossistes n'ont pas la même réputation d'"ancienneté" que ceux de Timbi-Madina et, par conséquent, ils doivent payer plus cher pour les mêmes biens. Vu l'emplacement idéal de Faranah le long de la route Est-Ouest et de l'important rôle de distribution que cette ville est appelée à jouer à l'avenir, cette situation ne devrait pas persister trop longtemps.

En second lieu, les prix de vente plus élevés semblaient être dus aux conditions suivantes, comme on nous l'a expliqué:

- accès limité à d'autres villes-marchés aussi bien pour les détaillants que pour les consommateurs, à cause du mauvais état des routes et du temps de déplacement;
- concurrence limitée aussi bien entre les grossistes que les détaillants, vu que le marché ne vient que de se créer récemment;
- Faranah est en train de devenir un important marché de redistribution vu l'étendue de ses installations de communication et d'infrastructure.

A ce titre, les grossistes de Faranah travaillent sur ce qu'on appellerait un "marché de vendeurs" et demandent des prix élevés sans subir des pertes du point de vue volume.

Mais plus Faranah sera connue pour avoir des marges bénéficiaires élevées, plus la concurrence entre les grossistes et les détaillants risque d'augmenter et les prix vont diminuer. Si à Timbi-Madina cette concurrence a déjà eu lieu et les prix ont bel et bien baissé, par contre, les grossistes à Faranah retirent encore tous les avantages liés à un marché qui vient juste de se créer, un peu plus petit et plus distant que les autres grandes villes-marchés.

Le Tableau 10 indique le nombre moyen de tonnes vendues par mois par les grossistes des deux villes-marchés et le total des bénéfices réalisés approximativement pour chaque produit.

TABLEAU 10. BÉNÉFICE - GROSSISTES

RIZ	Tonnes/Mois (moyenne)	Bénéfice/Tonne (moyenne) FG	Bénéfice/ Total (moyenne)FG
Faranah	15	11,000	165,000
Timbi-Madina	10	8,500	85,000
SUCRE			
Faranah	8	12,500	100,000
Timbi-Madina	6	10,000	60,000

Il est intéressant de noter que les grossistes de Faranah vendent en moyenne plus de tonnes par mois que ceux de Timbi-Madina. Cela est surtout dû au fait que Faranah est un marché plus nouveau avec moins de grossistes, bien qu'il y ait plus de territoire à couvrir qu'à Timbi-Madina. En général, il y a plus de différences entre les grossistes de Faranah du point de vue prix et volume de ventes que pour ceux de Timbi-Madina.

Dans ce dernier marché, on a constaté que les grossistes étaient bien établis, que les parts du marché étaient également distribuées et que les barrières pour pénétrer dans ce marché, du point de vue prix, étaient arrivées à un niveau d'équilibre relatif.

Ces chiffres et explications indiquent que l'apparition des grossistes a tendance à stimuler l'activité économique dans son ensemble et, par conséquent, diminue le niveau général des prix au fur et à mesure que la concurrence se resserre.

Le Tableau 10 indique clairement les possibilités d'investissement pour les grossistes. En fait, les chiffres ci-dessus sur le bénéfice mensuel deviennent révélateurs si l'on tient

compte du fait que généralement les grossistes n'achètent et ne vendent pas seulement du riz et du sucre mais également de la farine, de la pâte de tomate, de l'huile d'arachide, du ciment, des feuilles d'aluminium et d'autres produits importés essentiels.

Vu que chacun de ces produits rapporte un bénéfice environ égal au bénéfice moyen du riz et du sucre, on peut supposer que le profit moyen par mois pour un grossiste se situe entre 500.000 FG et 1.000.000 FG.

Dans la mesure où les grossistes tendent à diminuer les activités des détaillants, on peut avancer l'idée selon laquelle ils ont pour effet général d'augmenter l'efficacité et le dynamisme des marchés. Leurs projets d'investissement ont plus de chance d'être réalisés vu leur capacité de mobilisation des recettes. A ce titre, ils sont plus à même de créer des possibilités d'emploi direct et indirect dans l'économie structurée.

Cet exercice a montré le rôle éventuel que les grossistes peuvent jouer dans le développement des villes-marchés si leur capitaux financés pouvaient être utilisés plus efficacement. Pour le moment, la participation des grossistes dans l'investissement local est un concept qui devrait être encouragé par le biais d'une initiative publique/privée conjointe. Cette notion est expliquée davantage dans la section sur les recommandations.

3.3 FLUX DE TRANSPORT

Dans tout pays, le réseau routier occupe une place extrêmement importante dans le système économique. En Guinée, le réseau routier occupe une place encore plus capitale vu que c'est le seul moyen de traverser le pays. Il n'est pas possible de se déplacer par voie aérienne puisqu'Air Guinée n'intervient pas sur le territoire national. Le système ferroviaire ne marche pas depuis des années et de gros investissements devraient être faits pour le rendre à nouveau opérationnel. En fait, l'activité économique de la Guinée dépend de l'accès aux routes. Ainsi, le lien entre une ville-marché et les transports sera de toute première importance pour évaluer son niveau de dynamisme économique.

Une des méthodes pour juger dans quelle mesure une ville-marché est reliée à son centre urbain immédiat et aux autres zones urbaines rurales consiste à analyser les mouvements des divers véhicules de transport entre la ville-marché et ces diverses zones.

Le Tableau 11 indique le nombre et types des véhicules que les grandes villes secondaires ont tendance à envoyer dans les villes-marchés (y compris celles choisies par l'étude).

On peut observer que dans la plupart des villes-marchés situées le long des nationales ou des grandes routes, il y a une forte concentration de camions de 5 à 10 tonnes, de nombreux taxis et pratiquement pas de jeeps. Par contre, dans les villes-marchés situées dans des zones plus isolées il y a plus de jeeps et de taxis que de grands camions. Cela peut s'expliquer de deux manières.

TABLEAU 11. TYPE ET QUANTITE DES VEHICULES DES CENTRES
URBAIN AU VILLES-MARCHES

47

ORIGINE	DESTINATION	TYPE DE VEHICLES				
		VILLES-MARCHE	5-10 TONNE	JEEPS	TAXIS	TOTAL
KINDIA	BANGOUYA		5	10	2	17
	WOLEAH		3	5		8
	KONKOURE		2	15	5	22
MAMOU	DOUNET		12	5	10	27
	POREDAKA		5	5	10	20
	BERTEA		6	8	10	24
	TIMBO		2	2	5	9
	NYAGARA		2	3	5	10
	MARELLA		3	5	10	18
LABE	TIMBI		15			15
	KK-LABE		4			4
	MATAKAO		7			7
	DIOMFOR		10			10
	TOUGUE		10			10
KANKAN	DIERIBAKORO		10	5	5	20
	SABADOU		7	3	2	12
	*TOKOUNOU		5	3	2	10
KISSIDOUGOU	*KANKAN		15			15
	*YENDE		25			25
	*TOKOUNOU		15		10	25
	*FARANAH		15		20	35
	*GUECKEDOU		50		30	80
GUECKEDOU	*YENDE		30	20	10	60
	NONGOA		20	15	15	50
	*KANKAN		20		20	40
	*LABE		10		20	30
	*CONAKRY		30		50	80
	*TOKOUNOU		7			7
FARANAH	MARELLA		3	3	5	11
	KANFARIAH		5			5
	BANIAN		3	4	4	11
	TIRO		4	5	5	14
	*GUECKEDOU		5	4	10	19

* VILLES-MARCHES SITUES SUR LES ROUTES NATIONALES.

Premièrement, la plupart des villes-marchés situées sur les grandes artères sont soit des marchés frontaliers soit des marchés de redistribution. Par conséquent, les fonctions d'échange et de distribution de ces marchés sont représentées par les acheteurs qui viennent en taxi et les vendeurs qui se déplacent en gros camions.

En second lieu, les villes où l'on observe plus de jeeps sont des marchés de récupération. En effet, les chauffeurs de jeeps ramassent généralement la production des petits fermiers dans les divers villages avant de se rendre dans la ville-marché. Mais, même l'accumulation totale de la production de ces petits fermiers ne justifient pas l'utilisation de gros camions.

3.4 RESEAUX DE MARCHÉS

L'analyse des réseaux de marchés cherche à fournir des informations sur où, quand et pourquoi on se rend sur les marchés. Puis, l'on identifie les routes les plus importantes suivies par les camions pour suivre les origines et les destinations des produits. Enfin, on cherche à isoler les facteurs qui ont des effets directs sur le dynamisme d'une ville-marché.

En Guinée, le système du réseau de marchés est en transition suite aux grandes améliorations de l'infrastructure dans diverses régions. Les observations faites pendant le déplacement sur le terrain ont permis de voir que deux types de réseaux de marché se livraient une bonne concurrence entre eux: les réseaux traditionnels et les réseaux modernes.

3.4.1 Réseaux de marchés traditionnels

Le système de réseaux traditionnels se fonde sur des variables socio-économiques et d'accessibilité physique. Dans la mesure où les régions sont isolées les unes des autres, il y a commerce au sein d'une même région et chaque ville a tendance à fonder son propre marché pour chercher à rapprocher autant que possible les consommateurs de la ferme. Chaque ville essaye d'avoir son marché pour diminuer autant que possible les distances et les coûts de transport pour le producteur (cela se justifie du point de vue local). Le résultat étant une répétition de fonctions au sein d'une zone géographique relativement limitée.

Un bon exemple de réseaux traditionnels est la sous-préfecture de Bangouya dans la région de la Guinée maritime où il existe une série de marchés périodiques bien établis et interactifs. Le réseau suivant relie cinq marchés:

<u>Lieu</u>	<u>Jour de marché</u>	<u>Type</u>	<u>Réseau</u>
Maninkala-----	dimanche-----	De récupération---	traditionnel
Madina-Fanta-----	dimanche-----	De récupération---	traditionnel
Konkouré-----	lundi-----	De récupération---	traditionnel
Bangouya-----	mardi-----	De récupération---	traditionnel
Woléah-----	mercredi-----	De récupération---	traditionnel

Des études approfondies sur le terrain ont été effectuées dans trois des cinq marchés cités ci-dessus. Les observations suivantes ont été faites en fonction des résultats de ces études:

- les jours de marché sont fixés depuis longtemps et la vie économique de la population dans cette région évolue autour du cycle donné ci-dessus;
- les dirigeants locaux (traditionnels et gouvernementaux) ont leur mot à dire pour déterminer quel jour sera jour de marché dans une ville et veillent à la coordination et à la surveillance des activités le jour du marché;
- les fermiers se rendent généralement au marché le plus proche et dépendent de cette possibilité hebdomadaire pour obtenir un peu de liquidité en vendant leurs excédents, et pour acheter de petites quantités de marchandise importée comme des piles, des bougies, du kérosène, du tissu, etc.;
- les marchands qui viennent de Kindia, la capitale de la préfecture et grand centre urbain régional, se rendent généralement sur plusieurs de ces marchés chaque semaine pour acheter des produits agricoles et les revendre à Kindia; et
- les transporteurs (surtout de Kindia) ont des routes toutes tracées chaque semaine qu'ils suivent pour venir de Kindia, par exemple, Konkouré le lundi, Bangouya le mardi, Woléah le jeudi, etc.

Les marchés discutés ci-dessus sont toujours considérés comme traditionnels mais certains, particulièrement Bangouya, sont peut-être déjà entrés dans les premières étapes de la transition. Cela est dû à (1) des besoins de plus en plus importants pour des produits agricoles de Kindia, (2) des activités récentes qui ont réussi à intégrer la culture maraîchère dans l'économie locale, et (3) la route reliant Kindia et Bangouya où l'on fait actuellement des travaux et qui va bientôt être étendue vers le Nord. Avec ce type de développement, le public demande des installations "modernes" à Bangouya, par exemple, un marché couvert et des installations de stockage, qui permettrait de garder des produits périssables et de diminuer les dépenses de transport.

3.4.2 Réseaux de marchés modernes

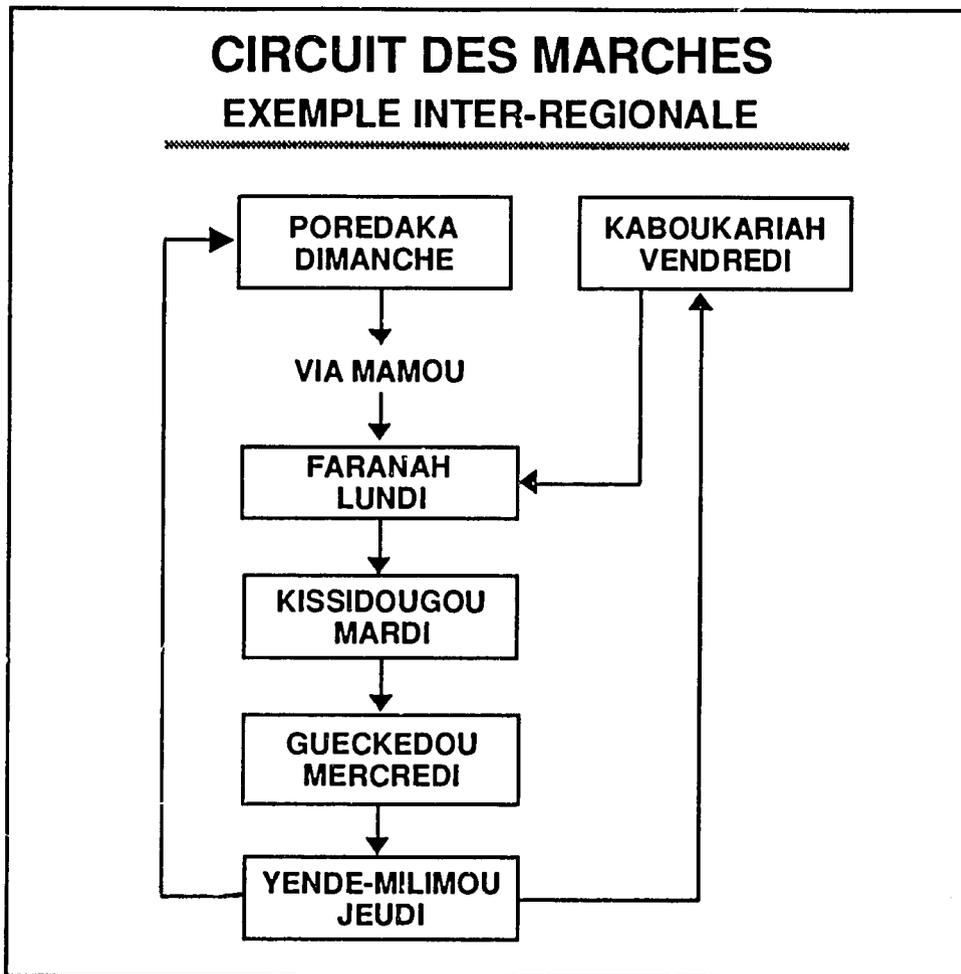
Au fur et à mesure que l'on installe une infrastructure et des systèmes de communication à l'intérieur des régions et entre celles-ci, on assiste à la naissance d'un réseau de marchés plus "moderne". Les réseaux modernes sont basés sur des intérêts commerciaux, des variables économiques et la rentabilité. A ce titre, l'émergence d'une ville particulière au sein d'un réseau moderne aura probablement plus de conséquences importantes pour le développement régional. En fait, de nouvelles villes-marchés sont "créées" ou énergétisées alors que les plus vieilles risquent de disparaître car elles ne se justifient plus d'un point de vue économique.

Le réseau suivant relie les régions de la Haute Guinée et de la Guinée Forestière. Il est intéressant parce qu'il relie divers types de marchés appartenant aux deux réseaux:

<u>Lieu</u>	<u>Jour de marché</u>	<u>Type</u>	<u>Réseau</u>
Kaboukariah	dimanche	De récupération	traditionnel
Faranah	lundi	De redistribution	moderne
Kissidougou	mardi	De redistribution	moderne
Guéckédou	mercredi	Frontalier	moderne
Yendé-Milimou	jeudi	De récupération	traditionnel

Le réseau ci-dessus a été construit grâce aux diverses interviews de personnes bien informées à Faranah (Chambre du commerce, Syndicat des transports). Tel que décrit dans le réseau traditionnel, les transporteurs jouent un rôle important dans ce système, avec des itinéraires hebdomadaires très routiniers couvrant les mêmes territoires semaine après semaine.

La Figure 13 présente un réseau de marché interrégional reliant les marchés de récupération dans les deux régions avec Guéckédou. Le point d'embarquement pour les camionneurs et les commerçants est Kaboukariah, marché de récupération et redistribution le plus dynamique de Haute Guinée. Le dimanche, ils partent, visant le marché de Faranah le lundi pour laisser une partie des marchandises et emmener les marchands qui vont vers Guéckédou. Parallèlement, les camionneurs et les commerçants viennent de Porédaka via Mamou avec un arrêt à Faranah. Le mardi, ils se rendent sur le marché de Kissidougou et continuent après jusqu'à Guéckédou. Là, ils vendent la plupart des produits locaux ramassés en chemin (surtout du bétail, du maïs, du sorgho et du manioc de Kaboukariah) et ils font le plein avec des produits importés. Le jeudi, ils se rendent sur le marché de Yendé-Milimou où les produits manufacturés importés (de Guéckédou) sont vendus pour acheter du riz local. Enfin, ils reviennent à Faranah où ils déposent certains des produits de Guéckédou, embarquent du riz, de la farine et du sucre importé (de Conakry) et, pour finir la boucle, reviennent sur les marchés de Kaboukariah et de Porédaka -- où ces articles sont vendus et le cycle recommence.



Après avoir visité chaque ville de ce système de réseaux de marchés (sauf Kaboukariah), on peut faire deux observations:

- Il est apparent que Yendé-Milimou, traditionnellement l'un des marchés les plus dynamiques de la région, perd du terrain au profit de Kissidougou. Les travaux de réfection de la route Kissidougou-Guéckédou (90 km) et l'installation de l'infrastructure à Kissidougou (électricité, eau, etc.) a rendu cette jonction plus attirante aux grossistes et à d'autres marchands qui, par le passé, se déplaçaient à Yendé-Milimou. Encouragé par cette nouvelle vitalité, Kissidougou vient de créer récemment un marché hebdomadaire qui va diminuer le dynamisme des marchés des alentours.
- En second lieu, la plupart des commerçants interviewés sur le marché de Faranah (qui vient également d'être créé) se sont plaints de ce que le marché ne croissait pas comme prévu. La principale explication semblait être le choix du jour du marché. Prévu les lundis, il ne bénéficie pas suffisamment du trafic qui revient du marché de Guéckédou -- qui passe surtout le vendredi. La plupart des marchands de Faranah qui se rendent à Guéckédou les mercredis ne peuvent attendre le lundi suivant pour vendre leurs produits. Par conséquent, ils vendent dans d'autres petits marchés

(Yendé-Milimou les jeudis, Marela les vendredis, etc.). Il est intéressant de noter que la décision de choisir le lundi plutôt que le vendredi a été prise parce que le vendredi après-midi la plupart des commerces ferment pour motifs religieux.

Ce réseau de marchés montre que l'infrastructure, la nature du marché et le choix du jour du marché sont autant de facteurs qui influencent le dynamisme de la ville-marché.

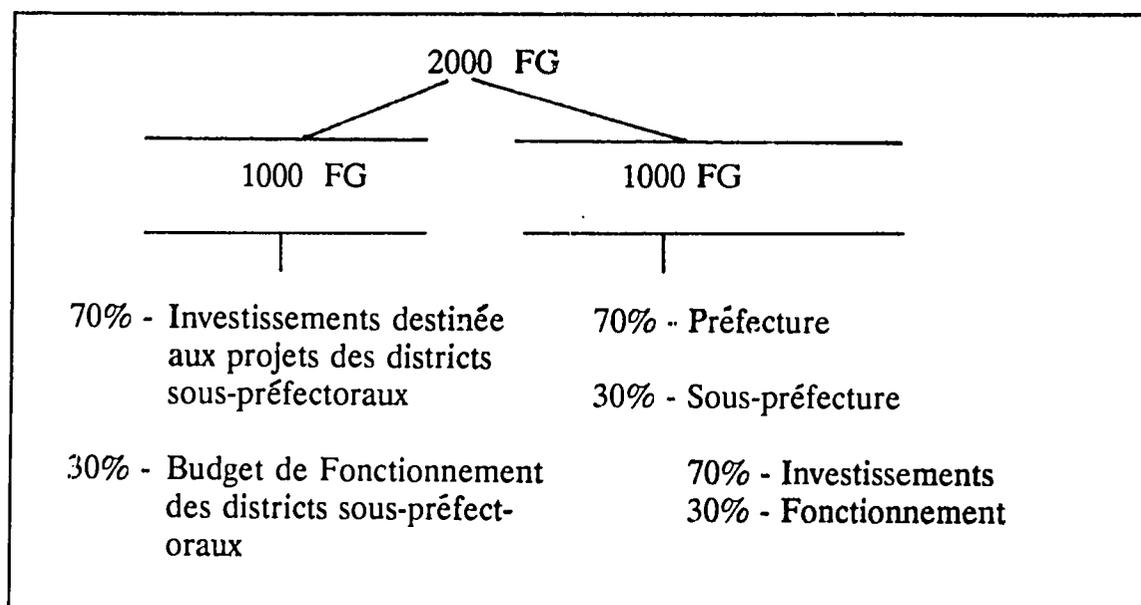
4.0 LE ROLE DES COLLECTIVITES DANS LES VILLES-MARCHES

La collectivité locale joue un rôle important dans la vie d'une ville-marché, puisqu'elle a l'autorité nécessaire pour mettre en place des procédures qui peuvent soit grandement renforcer ou en revanche freiner la croissance et la stabilité d'un centre de marché. Dans toutes les villes-marchés étudiées en Guinée, la place du marché est le lieu central. L'économie et les moyens de subsistance de la population locale sont concentrés le jour du marché.

C'est la raison pour laquelle on a jugé nécessaire de se pencher également sur le rôle de la collectivité locale dans cette étude. On s'est tout particulièrement intéressé à (1) l'administration des structures de marché, (2) la gestion financière des recettes mobilisées localement, et (3) la prestation de services publics.

Avant d'aller plus en avant dans la discussion de l'administration du marché et de la collecte des recettes, il est bon de fournir quelques informations de base sur la manière dont les budgets sont établis au niveau local.

La seule source de recettes pour les budgets des sous-préfectures est l'impôt de capitation évalué pour chaque personne économiquement active en Guinée (15 ans ou plus). Chaque personne paye 2.000 FG par an. L'impôt de capitation est distribué comme suit:



Les budgets d'investissement et de fonctionnement au niveau sous-préfectoral sont établis par les autorités locales, suivant l'approbation donnée au niveau préfectoral. L'impôt de capitation est la base du budget sous-préfectoral. A part cette source de recettes, les sous-préfectures n'ont pas d'autres ressources régulières au niveau local pour financer les

dépenses de fonctionnement ou d'investissement. Mais on leur demande de recouvrer les recettes "liées au marché" pour la préfecture. Ces recettes englobent les droits de marché, les frais de parking et de location des boutiques du marché. Des droits de marché sont demandés aux vendeurs qui occupent des places publiques les jours de marché. La location pour les boutiques est demandée aux petites entreprises qui occupent des magasins appartenant à l'Etat. Les frais de parking concernent les véhicules qui amènent les biens et les gens au marché. Les recettes obtenues au niveau sous-préfectoral sont remises régulièrement à la préfecture.

Les préfectures ont compétence pour recouvrer diverses redevances (comme celles liées aux recettes de marché sus-mentionnées), les frais et taxes sur l'ensemble du territoire préfectoral. Ces recettes sont ventilées au niveau du préfet et réparties entre les dépenses de fonctionnement et d'investissement. Une partie des fonds peut revenir à la sous-préfecture pour réaliser des projets spéciaux, par exemple la construction d'un pont ou d'une route dont les bénéfices s'étendent sur l'ensemble de la préfecture.

4.1 MARCHES ET RECOUVREMENT DES RECETTES

Aux fins de la présente étude, les recettes de marché comprennent toutes les recettes imposées à une entité commerciale. Il y a plusieurs types de recettes de marché recouvrées aux niveaux national, préfectoral ou sous-préfectoral.

Au niveau national, le trésor est chargé de calculer et de recouvrer la taxe du bénéfice industriel et commercial (BIC). Cet impôt frappe les importateurs et exportateurs, à hauteur de 30% de leurs bénéfices annuels. Le trésor national envoie des collecteurs aux préfectures qui procèdent au recouvrement annuel de cet impôt. Ces recettes alimentent le trésor national.

Au niveau préfectoral, la pairie est chargée de superviser le recouvrement des droits de marché. Les activités de recouvrement à proprement parler se déroulent au niveau sous-préfectoral et préfectoral, les sommes collectées étant déposées à la préfecture. Les droits de marché se situent dans une fourchette allant de 25 FG à 100 FG par jour de marché. L'établissement des rôles pour les patentes se fait au niveau préfectoral dans le service de "Contributions diverses", division préfectorale dont le but est de recouvrer toute une série d'impôt et de taxes demandés au public. Les patentes sont accordées à de petites et moyennes entreprises ainsi qu'à des entreprises plus grandes en fonction de la taille et des bénéfices de l'entreprise. Les patentes se situent dans une fourchette allant de 12.000 à 120.000 FG. Les autres sources de recettes liées au marché sont la licence, analogue à la patente mais pour des entreprises encore plus petites et la location des stands, droit de marché demandé pour l'occupation de petites boutiques faisant partie du patrimoine public. La discussion suivante s'attachera surtout au recouvrement des droits de marché, puisque c'est l'aspect qui se prête le mieux au sujet que nous traitons.

4.1.1 Procédures de recouvrement

Sept des neuf villes-marchés faisant partie des études de cas sont des capitales de sous-préfectures et les deux autres villes (Faranah et Guéckédou) sont des capitales de préfectures.

Dans toutes les villes-marchés étudiées, la sous-préfecture ou la préfecture comprend un administrateur de marché. Cette personne est surtout chargée de recouvrer les droits de marché. Quelquefois, cette personne veille également à ce que les activités se déroulent dans l'ordre, le jour de marché. Dans de petites villes, ce poste n'est pas rémunéré. Lorsqu'un salaire est versé, le montant est modique. Plusieurs collecteurs sont recrutés qui gagnent généralement 10% des recettes qu'ils ramassent en une journée.

4.1.1.2 Recouvrement au niveau sous-préfecture

La sous-préfecture ne joue pas un rôle très important dans le recouvrement des recettes liées au marché, ses responsabilités se limitent aux droits de marché, à la location des boutiques et aux frais de parking. L'assistant du sous-préfet est généralement responsable de l'administration des procédures de recouvrement et de comptabilité pour ces types de recettes.

Les droits de marché sont recouverts avec plus ou moins de succès sur l'ensemble du pays. En général, la plupart des sous-préfectures recouvrent effectivement ces droits, mais le processus est mal organisé, irrégulier et insuffisamment géré du point de vue financier. La plupart des sous-préfectures obtiennent des tickets d'une valeur allant de 25 FG à 100 FG, soit au niveau préfectoral soit au niveau national. Il y a souvent rupture de stocks pour ces tickets et le recouvrement de ces recettes peut s'arrêter, sur des périodes allant de deux mois jusqu'à une année ou même plus. Le manque de tickets est surtout dû à une mauvaise planification au niveau de l'achat, de l'impression et de la distribution de ces derniers.

Les procédures comptables ne sont pas assez solidement établies. Dans de nombreux cas, les représentants locaux connaissent la somme réunie au titre des droits de marché pour l'année passée. Dans d'autres cas, il n'existe aucun compte rendu sur le nombre de tickets reçus, de tickets placés ou de recettes déposées par les collecteurs. Dans d'autres cas encore, les connaissances sont très générales et superficielles, par exemple, le montant réuni un jour de marché typique. Lorsqu'il existe des comptes rendus, les niveaux de recouvrement semblaient très faibles -- un taux d'efficacité allant de 7% à 43%.

Le cas de Yendé-Milimou nous éclaire sur une situation "typique": de janvier à juin 1989, les droits de marché n'ont pas été recouverts suite au manque de tickets. De juillet à décembre 1989, lorsqu'il y a effectivement eu recouvrement, le taux de recouvrement n'était que de 16%. Le jour de marché à Yendé-Milimou, il y a 650 vendeurs qui vendent derrière des stands en bois et 500 à 600 en plus qui vendent à même le sol. Si l'on prend

un minimum de 1.000 vendeurs, le recouvrement des droits, à raison de 50 FG par personne, rapporterait 50.000 FG un jour de marché, soit 2.600.000 par année. En 1989, plus de 2.000.000 de FG n'ont pas été recouverts à Yendé-Milimou.

Dans de tels cas, il y a grave manque d'administration générale des recettes de marché. Puisque les recettes collectées au niveau sous-préfectoral doivent être remises à la préfecture, la collectivité locale n'est guère encouragée à procéder à un strict recouvrement de ces droits. La collectivité locale ne sent pas faire partie des bénéficiaires et, par conséquent, le personnel est loin d'être aussi efficace qu'il devrait, que ce soit à cet égard ou pour la supervision générale du recouvrement.

4.1.1.3 Recouvrement au niveau de la préfecture

Au niveau de la préfecture où l'on devrait être plus incité à procéder au recouvrement, les niveaux n'étaient pas plus élevés, tenant compte du volume plus important dans les grandes villes-marchés. Par exemple, à Guéckédou, l'on estime que moins de 50% des vendeurs du marché payent les droits de marché. De plus, il y a eu des périodes de non-recouvrement allant jusqu'à six mois, à cause d'un manque de tickets. Les droits de marché ne sont de loin pas tous recouverts à cause du manque d'organisation et de contrôle. A Faranah, bien que l'administrateur local du marché savait exactement le nombre de vendeurs sur la place du marché, il n'y avait aucune analyse de faite pour juger si les niveaux de recouvrement étaient bien ce qu'ils devraient être. On en a conclu que les systèmes de suivi du recouvrement étaient non-existants.

4.2 CAPACITE DE MOBILISATION DE RECETTES

En fonction des résultats des questionnaires, on a constaté que les vendeurs et les marchands pensaient que les droits et taxes de marché étaient trop élevés, et pourtant lorsqu'on leur demandait s'ils seraient prêts à payer des taxes plus élevées, si celles-ci profitaient au développement communautaire, la majorité d'entre eux acquiesçaient. Dans le cadre de la structure actuelle, il n'y a pas de fonds pour financer les coûts d'entretien des marchés locaux. Si l'on pouvait mobiliser les recettes des droits de marché pour l'utilisation locale, il existerait bien plus d'incitations à les recouvrer. De même, la population locale serait bien plus susceptible de recevoir des avantages directs.

Les résultats du travail sur le terrain indiquent que toutes les villes pourraient augmenter très notablement les recettes provenant des droits de marché. Tel que nous l'avons indiqué, les niveaux de recouvrement vont de 7% à 43%, la moyenne étant environ 20%. Cela signifie, qu'en moyenne, environ 80% des recettes potentielles sont perdues. Si l'administration des marchés locaux était plus efficace, les représentants officiels pourraient prendre des mesures très simples et augmenter facilement les recettes: par exemple, faire un recensement du nombre de vendeurs présents sur le marché, déterminer les recettes que l'on a escomptées chaque jour de marché et suivre le processus de recouvrement.

Dans une seule des villes que nous avons étudiées, les représentants locaux semblaient connaître les dynamiques de la gestion financière des recettes de marché. Dans ce seul cas d'ailleurs, les représentants cherchaient à augmenter le nombre de collecteurs le jour du marché et à suivre le niveau de recettes recouvrées. Timbi-Madina a eu un taux de recouvrement d'environ 30% ces dernières années. Le Tableau 12 démontre comment le taux de recouvrement change suivant le nombre de collecteurs employés pour recouvrer les droits le jour du marché.

TABLEAU 12. TAUX DE RECOUVREMENT - TIMBI-MADINA

Date	Montant Perçu (FG)	# Percepteur	Taux de Recouvrement
18/2/90	29,250	3	58%
25/2/90	15,000	2	30%
4/3/90	49,500	4	100%

Il est intéressant de noter que Timbi-Madina est une communauté rurale décentralisée (CRD). La personne chargée de superviser le recouvrement des recettes a reçu une formation en gestion financière dans le cadre de la formation de la CRD. Malheureusement, de nombreux représentants officiels n'ont jamais eu l'occasion d'améliorer leurs compétences en gestion. Dans l'une des villes étudiées, le responsable nous a dit qu'il n'avait jamais fait de comptes des recettes du marché car il n'avait ni registres ni cahiers.

Les résultats de l'analyse sur les recettes comportent les implications suivantes:

- (1) les représentants locaux n'ont pas les compétences financières et administratives nécessaires. Une formation spécifique leur serait grandement utile;
- (2) les collectivités locales (surtout sous-prélectorales) ne se sentent guère encouragées à recouvrer les recettes de marché car elles n'ont pas le sentiment de profiter des bénéfices;

(3) il y a de très bonnes possibilités d'obtenir davantage de recettes à partir des droits et des taxes de marché. Un changement de politique qui permettrait de diriger les recettes obtenues des droits de marché du niveau préfectoral au niveau sous-préfecture (ou ville-marché) serait une incitation pour améliorer l'efficacité du recouvrement. Des recettes supplémentaires à ce niveau seraient une base pour ces investissements, dont le besoin se fait tant ressentir, dans l'infrastructure du marché nécessaire pour améliorer les conditions économiques locales.

5.0 ANALYSE DES CONTRAINTES

Lors de cette étude, on a consacré une partie importante des interviews aux contraintes rencontrées par les exploitants agricoles, les commerçants, les transporteurs, les détaillants et les grossistes. Les contraintes identifiées sont celles qui menacent le plus la réussite économique. Cette analyse se fonde sur le résultat de 605 réponses distribuées également entre les lieux de l'enquête. Les contraintes identifiées par les répondants ont été rangées en (1) contraintes au niveau de l'infrastructure, (2) contraintes institutionnelles, et (3) contraintes du côté de l'offre.

Les contraintes au niveau de l'infrastructure concernent les installations de stockage, les centres de santé, les conditions des routes, les lieux d'hébergement, et les stations d'essence. Les contraintes institutionnelles concernent l'accès au crédit, les impôts et les agents chargés de la sécurité. Les contraintes de l'approvisionnement concernent les moyens de transport, les pièces de rechange, l'essence et les matériels divers. Le Tableau 13 indique ces contraintes avec le degré de "gravité", tel que signalé par les répondants.

5.1 CONTRAINTES AU NIVEAU DE L'INFRASTRUCTURE

Manque de stations d'essence - Cette contrainte menace gravement les activités commerciales, touchant ainsi des régions entières. Il n'existe que très peu de stations à l'extérieur des grands centres urbains. Actuellement, les transporteurs ne peuvent pas compter sur un approvisionnement régulier d'essence de qualité (la qualité est plus sûre lorsqu'on achète l'essence dans une station) dans de nombreuses parties du pays. En fait, la présence d'une station d'essence est un facteur très attirant, décidant souvent les transporteurs où aller. Ce problème est surtout grave à Tokounou, Bangouya, et Timbi-Madina.

Station de taxis/parking - Cette contrainte est courante autour ou dans les places de marché, où des stationnements non-organisés sont à l'origine de congestions du trafic et risques d'accidents pour les gens qui se rassemblent sur le marché. De plus, le recouvrement des frais de parking est très difficile, voire impossible, si les stations ne sont pas organisées, d'où perte de recettes. Ce problème est surtout grave à Yendé-Milimou et Timbi-Madina.

Hébergement - Généralement, les commerçants et transporteurs qui veulent assister à un marché arrivent dans la ville la veille. Dans certains marchés, des centaines de personnes se retrouvent sans un lieu où passer la nuit. Nombreux d'entre eux aimeraient pouvoir se rendre dans des auberges où, en contrepartie d'une petite somme, ils pourraient passer la nuit. Cette contrainte est surtout grave à Konkouré, Porédaka, Bangouya, et Yendé-Milimou.

**TABLEAU 13. CONTRAINTS RENCONTRES PAR LES OPERATEURS ECONOMIQUE
(en pourcentage)**

Ville Marche	Infrastructure			Institutional			Supply				Total			
	Entre- posage	Centre Sante	Condi- tion Route	Maison Passage	Station- nement	Station Essence	Credit	Taxes	Agents de Securite	Moyens de Transport		Pieces attaches	Gazoil	Equipment
Bangouya	0	6	16	9	0	12	16	1	3	3	10	19	3	100%
Woleah	0	17	33	0	0	0	13	4	0	4	13	17	0	100%
Konkoure	0	0	15	12	0	9	12	0	18	0	18	18	0	100%
Timbi-Madina	1	0	30	4	2	11	18	3	3	16	0	11	0	100%
Poredaka	8	0	23	9	1	8	22	0	5	5	5	7	6	100%
Tokouhou	0	9	10	5	0	12	30	1	1	14	6	10	2	100%
Faranah	0	0	20	0	0	0	25	1	11	6	8	21	7	100%
Yende	0	0	16	6	8	8	26	3	4	10	1	17	2	100%
Total	1	3	19	6	1	8	22	2	6	9	6	14	3	100%

Etat des routes - L'état des routes se range au deuxième rang des contraintes les plus graves au niveau national. Ce problème demande une attention urgente dans les régions où il existe des marchés de récupération dynamiques: Porédaka, Bangouya, et Woléah. Les routes reliant les fermes aux marchés sont généralement en plus mauvais état que les grands axes de transport. Si l'on veut que la production agricole se maintienne à ses niveaux actuels, et que par la suite éventuellement elle augmente, il convient de remettre en état les routes rurales. Dans chaque ville marché, les répondants ont cité le mauvais état des routes comme un très grave problème.

Centres de santé - Le manque d'infrastructures sanitaires continue à poser un grave problème en Guinée malgré la construction de nombreux nouveaux centres à l'échelle nationale. Ce problème est surtout préoccupant pour les gens de Woléah.

Installations de stockage - Il n'y a pas assez d'installations de stockage couvertes dans le pays. Ce sont surtout les habitants de Porédaka qui se sont le plus préoccupés par ce problème, encore qu'il existe dans d'autres villes. S'il n'y a pas d'endroits pour stocker les matières périssables, les producteurs perdent de nombreuses possibilités de vente.

5.2 CONTRAINTES INSTITUTIONNELLES

Manque de crédit - Le manque de possibilités de crédit a été la plus grave contrainte identifiée par les répondants de l'enquête. On s'en est plaint partout dans les petits marchés de récupération ainsi que dans les marchés de redistribution. Mais ce problème devrait d'abord être résolu dans les marchés de redistribution comme Kissidougou et Faranah qui comptent des commerçants importants. Dans toutes les villes, les répondants de l'enquête se sont montrés très préoccupés par le manque de crédit. Dans les marchés de récupération, accès au crédit signifierait que les exploitants et les producteurs peuvent acheter les intrants agricoles nécessaires pour augmenter la production. Dans les marchés de redistribution, le crédit accordé aux petites entreprises ou aux détaillants augmente leur pouvoir d'achat et leur permet d'être concurrentiels. Les villes où le manque du crédit pose le plus de problème sont notamment Tokounou, Guéckédou, Faranah, et Porédaka.

Les agents de la sécurité routière - Les agents chargés de la sécurité le long des routes sont, d'après de nombreux répondants, une sérieuse menace pour leur survie économique. Il arrive souvent que les agents stoppent les véhicules (surtout les camions) pour les inspecter. Une fois la valeur de la cargaison déterminée, les agents demandent une certaine somme aux transporteurs que celui-ci doit payer tout de suite s'il veut continuer. Sur la route allant de Guéckédou à Toukounou, l'un des transporteurs a signalé qu'il a dû payer 150.000 FG à un agent. Ces commissions sont illégales. Si les transporteurs refusent de payer, on ne leur permet pas de continuer et ils peuvent perdre toute leur cargaison. Ce sont surtout les habitants de Konkouré et Faranah qui signalent cela comme un grave problème, mais vu que ce sont les transporteurs qui généralement indiquent ce problème, on ne peut pas vraiment dire que ces deux régions sont plus touchées que les autres. Les

"commissions" versées aux agents augmentent les coûts tout au long du réseau de distribution.

Impôts et taxes - Les impôts et taxes demandés au public ont été jugés comme un petit problème dans tous les marchés enquêtés. En fait, les répondants, en grande majorité, ont signalé qu'ils étaient prêts à payer plus de taxes si les recettes étaient utilisées pour le développement communautaire.

5.3 CONTRAINTES DU COTE DE L'APPROVISIONNEMENT

Moyens de transport - Beaucoup pensent que le manque de moyens de transport est un grave problème, surtout les gens de Timbi-Madina, Tokounou et Yendé-Milimou. Dans ces régions, les producteurs ont souvent des difficultés à apporter leurs produits au marché. Cette contrainte peut également être due au fait que les gens n'ont pas suffisamment d'argent pour payer les transports, même lorsqu'ils existent.

Manque de pièces de rechange - Ce problème concernent surtout les fermiers et les transporteurs. Souvent c'est parce qu'il n'y a pas de pièces de rechange que les véhicules sont en panne ou fonctionnent mal. L'approvisionnement en pièces de rechange est un grave problème, surtout dans les marchés de redistribution où se rassemblent les transporteurs. Il semble y avoir une grave pénurie de pièces de rechange en Guinée où il n'existe vraiment pas d'entreprises privées qui s'occupent de ce type d'approvisionnement. Les transporteurs sont souvent obligés de se déplacer jusqu'à Conakry pour trouver les pièces essentielles. C'est à Konkouré et Faranah qu'on a indiqué que le problème était le plus grave.

Manque d'essence - Cette contrainte est étroitement liée au manque de stations d'essence, mais il convient de traiter ce problème séparément puisqu'il rentre dans le côté approvisionnement et qu'en plus les répondants ont indiqué de nombreuses différences entre ces deux problèmes. Le manque d'essence ou de diesel est un problème très grave. Sans essence, des régions entières sont paralysées, les activités y cessent. Un approvisionnement irrégulier en essence peut littéralement bloquer un marché hebdomadaire. S'il y a rupture dans l'approvisionnement d'essence, les gens ne peuvent pas se déplacer et les produits pourrissent. C'est à Faranah, Bangouya, Konkouré et Yendé-Milimou que cette contrainte a été citée comme étant la plus grave.

Matériels divers - Le manque de matériel et d'outils entrave diverses activités, notamment la transformation de produits agricoles. C'est à Faranah et Porédaka qu'on a signalé ce problème comme étant le plus grave.

Le fait que les fermiers de l'ensemble du pays aimeraient travailler en coopérative touche à l'une des autres contraintes importantes. Ils indiquent souvent qu'ils manquent de connaissances techniques nécessaires pour les créer et les organiser. Un mouvement coopératif apportant formation, crédits et accès aux intrants permettrait de diminuer une grande partie des obstacles en ces domaines.

6.0 CONCLUSIONS ET RECOMMANDATIONS

Les villes-marchés en Guinée s'accroissent rapidement. De nombreuses villes sont littéralement inondées par des milliers de commerçants le jour de marché. Le manque d'investissement pour le développement, ces dernières décennies, des régions économiquement les plus dynamiques a entraîné des carences dans les réseaux qui soutiennent et encouragent l'activité économique. Les collectivités locales n'ont ni les ressources ni l'expertise pour administrer les marchés locaux et faciliter leur croissance. Le défi que devront relever le Gouvernement de la Guinée et les organisations collaboratrices est de venir à bout de ces facteurs qui freinent et/ou empêchent la croissance.

La présente étude a identifié une pléthore de contraintes en Guinée qui freinent la croissance. Nombreuses de ces contraintes sont liées au manque d'infrastructure, par exemple mauvais état des routes, électricité, systèmes d'eau, etc. L'USAID/Conakry participe déjà avec d'autres bailleurs de fonds à des travaux pour améliorer les routes. Ce soutien devrait continuer. En revanche, d'autres problèmes d'infrastructure ne peuvent pas être résolus aussi facilement dans le contexte de la stratégie actuelle de l'AID.

Au vu de cela, l'ensemble des recommandations ci-dessous cherche à proposer des actions faisables pouvant être entreprises par l'AID, dans le court et le moyen terme, notamment deux petits projets pilotes. Toutefois, les recommandations partent toutes d'hypothèses sous-jacentes sur l'orientation des futures politiques, si bien sûr, l'AID choisit de diriger ses efforts vers ce domaine. Des interventions au niveau des politiques à plus long terme pourraient suivre la réalisation de ces projets initiaux.

6.1 RECOMMANDATIONS

Première recommandation: Formation des ressources humaines et mise en place de l'infrastructure

1.A. Priorité à la collectivité locale

Il convient de mettre sur pied une stratégie de formation nationale pour renforcer la gestion financière et administrative des collectivités locales. Le but premier est de donner aux représentants des collectivités locales les moyens de mieux mobiliser et gérer les ressources locales. Cet effort vise à augmenter la mobilisation des recettes et à améliorer la capacité des collectivités locales à financer des services et des équipements collectifs qui encouragent la croissance économique de la population locale.

On peut y arriver en établissant des programmes de formation dans les préfectures pour les représentants locaux. Il faudrait chercher à faire participer ceux chargés de la gestion des marchés et des finances provenant du marché. La formation pourrait se concentrer sur:

- l'administration générale et les pratiques de comptabilité;
- la gestion des marchés (faire des recensements, fixer des niveaux de recouvrement cibles et des techniques de contrôle);
- explorer d'autres options pour mobiliser les ressources locales;
- créer des conseils de marché locaux dont les responsabilités seraient les suivantes:
 - (a) identifier la fonction première de la ville-marché (cf. classification),
 - (b) identifier les relations entre les villes-marchés régionales,
 - (c) coordonner les activités commerciales avec les autres marchés régionaux,
 - (d) ranger en ordre de priorité les besoins liés au marché, vu son rôle régional dans les réseaux de commercialisation, et
- élaborer des stratégies pour faire participer le secteur privé local et la communauté au financement des équipements collectifs.

Il serait bon de mettre sur pied une série de formations dans les capitales des préfectures. Des formateurs professionnels spécialistes en gestion municipale pourraient organiser des ateliers de plusieurs jours sur l'ensemble du pays.

1.B. Priorité au secteur privé

Il convient d'élaborer une stratégie nationale pour apporter aux agents économiques les outils dont ils ont besoin pour faire face à un contexte national qui est en train de changer (cf. les politiques de libéralisation) et à un monde extérieur très compétitif. Pour renforcer l'efficacité des entreprises privées, la formation devrait être dirigée vers les membres faisant partie des Chambres du commerce locales.

On peut y arriver en mettant sur pied des programmes de formation dans les préfectures pour les Chambres du commerce et les fonctionnaires qui travaillent avec les petites et

moyennes entreprises (PME), le service du Gouvernement chargé d'encourager, de soutenir le secteur privé. La formation devrait être axée sur:

- les techniques de comptabilité de gestion;
- la planification, le crédit et les investissements;
- les stratégies d'exportation et les licences à l'importation et à l'exportation; et
- des idées pour les investissements locaux, qui encourageraient la création d'entreprises participant à la transformation et à la conservation de produits.

Dans l'idéal, des formateurs guinéens se déplaceraient sur l'ensemble du pays organisant des séminaires de deux jours pour présenter les sujets sus-mentionnés aux membres des Chambres du commerce et PME. Ces cours seraient extrêmement utiles aux entrepreneurs privés locaux qui n'ont pas accès à des informations sur la manière de gérer une entreprise. Ce type d'intervention est tout à fait nécessaire si l'AID tient à encourager les petites entreprises et le secteur privé en Guinée. Peu de choses ont été faites jusqu'à présent pour équiper ce secteur avec l'expertise commerciale dont il a tant besoin.

Deuxième recommandation: faire participer les femmes au développement des villes-marchés

Le rôle des femmes dans le dynamisme des villes-marchés n'a plus besoin d'être démontré - il a besoin d'être renforcé grâce à des programmes leur donnant plus d'autonomie dans le cadre de toutes ces activités: agriculture, petite fabrication, distribution, commercialisation, ou importation des divers produits.

Dans ce contexte, l'AID devrait cibler ses efforts en collaborant avec des associations établies qui sont en relation avec les groupements ou les coopératives de femmes sur l'ensemble du pays (par exemple, l'Association des femmes entrepreneurs de Guinée, qui a son siège à Conakry et des antennes à Kindia, Mamou et Labé).

Cet effort permettrait d'acheminer directement des fonds vers des associations dont les bénéficiaires immédiats sont des femmes. Certains projets pourraient se consacrer à créer ou à aider des coopératives agricoles, des coopératives de tricots et de teinture de tissus, des groupes important des textiles et des tissus, des centres de développement professionnel et de formation pour les jeunes femmes, des minoteries et des entreprises de transformation et de conservation de produits. L'AID pourrait aider grâce aux activités suivantes:

- Identifier les éventuelles associations féminines qui ont montré qu'elles étaient capables de gérer et de distribuer les fonds;

- Etablir des programmes qui apportent aux associations féminines locales les capitaux de départ nécessaires pour acheter les machines (moulins, pressoirs à huile, etc.) ou d'autres types d'équipement qui seront autofinancés dans le court terme et qui permettront d'accumuler des capitaux pour les investissements futurs;
- Organiser des stages et des séminaires (comme pour le secteur privé, voir ci-dessus) qui se destinent expressément aux femmes à la tête d'entreprises. Les séminaires nationaux pourraient être conçus de telle sorte que les femmes retenues deviendraient à leur tour des formatrices qui pouvaient transmettre les informations une fois de retour dans leur contexte;
- Etablir un système de gestion et de suivi pour s'assurer que l'association choisie répond effectivement aux besoins des groupes ciblés.

Troisième recommandation: collaboration avec les autres bailleurs de fonds pour améliorer les routes

Cette recommandation vise à répondre à une des contraintes les plus importantes identifiées par l'étude -- le mauvais état des routes. Mais le niveau d'expertise et de financement demande que de nombreux bailleurs de fonds interviennent. Vu que l'AID participe déjà avec plusieurs bailleurs de fonds, à un effort visant à améliorer les routes, cette recommandation cherche à encourager un soutien continu, voire accru, pour les réfections routières en Guinée. Les efforts futurs devraient se concentrer sur la remise en état et la construction des routes reliant les fermes aux marchés pour améliorer les capacités de distribution des fermiers.

Quatrième recommandation: soutenir les programmes de crédit

Le manque d'accès au crédit est l'obstacle le plus grave entravant la réussite économique des personnes interviewées dans le cadre de cette étude. Ce résultat vient appuyer le programme actuel de l'AID qui consiste à mettre sur pied des programmes de crédit en Guinée. L'AID devrait peser le niveau d'effort actuellement consacré aux programmes de crédit et envisager de l'augmenter. D'autres possibilités seraient de collaborer avec les organisations non-gouvernementales ou les organisations privées volontaires qui participent déjà aux programmes de crédit.

6.2 PROJETS PILOTES RECOMMANDÉS

Premier projet pilote: la mobilisation de ressources à Guéckédou

L'on recommande de mettre sur pied un projet pilote à Guéckédou pour améliorer la mobilisation locale des recettes provenant du marché. Comme nous l'avons déjà

mentionné dans ce rapport, le marché de Guéckédou est surpeuplé; chaque semaine, il est littéralement inondé par des milliers de vendeurs. Pendant le travail sur le terrain, on s'est rendu compte que les vendeurs installaient leurs stands et occupaient les endroits publics le jour du marché. La plupart de ces vendeurs devraient être officiellement enregistrés et payer une patente. Mais vu le manque d'organisation de la collectivité locale, peu d'entre eux sont enregistrés et payent la taxe annuelle obligatoire, qui s'élève à environ 25.000 FG. En fait, ils payent les propriétaires des boutiques pour l'endroit qu'ils occupent. Les vendeurs semblent payer jusqu'à 50.000 FG par mois. Si le Gouvernement procédait au recouvrement fiscal prévu en demandant aux quelques 2.000 vendeurs des rues de verser la moyenne fixée de 25.000 par an (et interdisait les paiements aux propriétaires des boutiques privées), les recettes grimperaient en flèche à Guéckédou. Les recettes s'élèveraient à un total d'au moins 50.000.000 FG par an. Les recettes des patentes en 1987 s'élevaient à 10.516.000 FG; en 1988, à 13.577.106 FG; et le total en 1989, était de 18.450.000 FG. Les recettes seraient plus du double, si l'on appliquait les bonnes procédures de recouvrement. De plus, les droits de marché sont nettement en-dessous des taux prévus pour l'espace dans les marchés couverts. L'on estime que cette source de recettes, qui a rapporté 8.927.450 FG en 1989, n'est recouvrée qu'à 50%.

Il faudrait procéder à une complète réorganisation de la gestion du marché de Guéckédou. Une réorganisation des méthodes de gestion financière devrait être entreprise aussi vite que possible. C'est d'autant plus urgent que l'on vient d'annoncer récemment que le financement a été obtenu pour construire un nouveau marché moderne à Guéckédou (à un nouvel endroit). De meilleures pratiques de gestion faciliteront la transition.

L'USAID pourrait répondre à ce besoin de gestion municipale en engageant les services d'un consultant privé spécialiste en gestion des marchés disposant d'une bonne expérience dans la réorganisation de la gestion administrative et financière des installations de marché. La réorganisation devrait se concentrer sur les activités suivantes:

- faire un recensement pour déterminer le nombre exact des vendeurs et des petits propriétaires de commerce soumis aux droits de marché et autres taxes devant être versées à la collectivité locale;
- mettre en place des systèmes pour enregistrer et suivre les vendeurs et les commerçants, en ce qui concerne l'emplacement de l'affaire et les paiements des taxes;
- concevoir et appliquer des procédures de gestion financière pour (a) la supervision des collecteurs, (b) les pratiques de comptabilité, (c) la prévision des recettes, (d) le suivi des recettes;
- organiser les vendeurs de marché et les propriétaires des entreprises en groupes, et mettre sur pied un programme communautaire pour sensibiliser davantage le public sur le recouvrement des impôts. Cet effort vise à

éduquer le public pour lui montrer comment les revenus fiscaux sont utilisés par le Gouvernement. L'objectif premier du programme communautaire est d'augmenter la "volonté de payer" du vendeur; et

former les employés municipaux pour qu'ils puissent réaliser les tâches susmentionnées.

Les procédures de réorganisation à Guéckédou pourraient prendre jusqu'à trois mois, vu l'ampleur de la tâche. Cette mission pourrait être réalisée par un consultant spécialisé en gestion de marché et une équipe chargée du recensement.

A la fin de cet effort, l'on devrait assister à un impact immédiat et important du point de vue niveau des recettes rapportées par les activités de marché à Guéckédou. Une partie des fonds sera consacrée aux projets de développement liés au marché, selon la priorité que la communauté leur a accordée.

Deuxième projet pilote: collaboration publique et privée

Les recommandations 1.A. et 1.B. visent à (1) améliorer la capacité du Gouvernement à mobiliser et utiliser efficacement les recettes locales, et (2) améliorer la capacité du secteur privé et le faire participer financièrement au développement local. La suite logique serait de concevoir un programme qui combinerait l'expertise, les capitaux financiers et la participation des deux secteurs au développement des villes-marchés. Le but premier de ce projet pilote est de renforcer le rôle du secteur privé dans le développement des villes-marchés. Bien que les deux secteurs, public et privé, collaboreront lorsqu'il est question de fonds publics ou de services publics, on cherche que la structure organisationnelle établie par le projet serve en fin de compte à promouvoir les intérêts du secteur privé (financé par le privé) dans le développement local.

Tenant compte de ces divers aspects, l'étude a cerné trois grands résultats:

1. La capacité de mobilisation des recettes de la plupart des villes-marchés est nettement au-dessus du montant qu'elles recouvrent;
2. Les commerçants seraient prêts à payer des taxes si les recettes étaient directement destinées à leur ville-marché; et
3. Dans la plupart des villes-marchés visitées, les possibilités d'investissement des grossistes sont très importantes. Avec de bons encouragements à l'appui, ces grossistes seraient probablement d'accord à apporter une aide financière aux projets renforçant le dynamisme de leur ville-marché.

Des projets d'initiative locale visant à augmenter la collaboration entre les secteur public et privé pourraient être mis sur pied dans certaines villes-marchés. Les recettes du marché pourraient être utilisées pour financer une partie des projets d'infrastructure locale (cela signifie choisir une capitale de préfecture). Certains de ces investissements publics-privés pourraient être des installations de stockage, des auberges, des toilettes publiques, des pièces de rechange, des stations d'essence, des locaux de stockage réfrigérés, des kiosques de marché, etc. Les objectifs d'un projet de collaboration seraient de:

- servir l'intérêt commun aussi bien du secteur public que privé;
- renforcer les liens ruraux-urbains de la ville-marché;
- stimuler la participation locale à la prise des décisions et au processus de production;
- stimuler et attirer les investisseurs locaux;
- chercher à produire un effet multiplicateur positif dans l'économie locale en créant des possibilités d'emploi; et
- encourager la création d'entreprises privées autonomes et autofinancés dans le court à moyen terme.

Les résultats de l'étude suggèrent que Faranah serait un bon endroit pour un projet pilote vu que cette ville est située à un carrefour, qu'elle possède une bonne infrastructure (eau courante, électricité, téléphone) et compte des grossistes. Guéckédou serait également un bon endroit, surtout si l'on réalise le premier projet pilote, celui sur la mobilisation des ressources.

Pour mettre en oeuvre ce programme, l'USAID pourrait se servir du programme récemment créé par le Corps de la paix cherchant à placer des volontaires spécialistes en développement urbain. Ces volontaires pourraient aider à réaliser le projet pilote. Pour commencer le programme, l'USAID pourrait financer un séminaire de départ (dans la ville du projet pilote) sur la collaboration publique-privée invitant les représentants locaux: membres du Secrétariat d'état à la décentralisation, ministère de l'Urbanisme et de l'Habitat, Chambre du commerce, Syndicat des transporteurs, PME, et autres groupes concernés.

Ce séminaire permettrait d'informer ces groupes sur les objectifs des projets, de les sensibiliser aux avantages d'une collaboration publique-privée, voir s'ils y sont réceptifs et encourager leur participation au projet. Pour lancer le mouvement, l'USAID, par exemple, pourrait apporter des fonds de contrepartie pour un petit projet pilote à Faranah.

Vu que les projets d'initiative locale utiliseraient des fonds publics et des crédits privés, chaque projet devra être soumis à un bon système de gestion comportant les caractéristiques suivantes:

- On décidera de la sélection de ces projets lors d'une réunion réunissant les membres de l'administration locale, la Chambre du commerce, les syndicats des transports, les associations des femmes et les autres membres importants de la communauté (dirigeants religieux, etc.);
- Pendant cette réunion, on choisira un comité de gestion pour superviser tous les projets d'initiative locale qui seront entrepris pendant l'année à venir;
- Ce comité sera également responsable de la mise en place du mécanisme financier pour vérifier que les projets ne dépassent pas leurs estimations budgétaires, pour faire des comptes-rendus mensuels sur l'état d'avancement et des recommandations;
- Chaque projet d'initiative locale devrait s'inscrire dans un programme d'action annuel qui tienne compte des orientations officielles du Gouvernement de la Guinée: promotion du secteur privé, promotion de l'exportation, etc.;
- Dans la mesure où chaque projet d'initiative local devrait avoir un effet multiplicateur positif, il faudrait qu'il cherche autant que possible à utiliser toutes les ressources humaines et matérielles locales. Par conséquent, un tel projet peut sous-traiter certains aspects à un entrepreneur local qui n'a pas participé à la conception du projet;
- Pour pouvoir être retenu, un projet d'initiative locale doit faire partie d'une proposition qui contienne les éléments suivants:
 - (1) description et but du projet;
 - (2) faisabilité du projet;
 - (3) stratégie et délais d'exécution du projet;
 - (4) rôle et responsabilités de chaque participant dans le projet;
 - (5) coûts estimés ou budget du projet;
 - (6) impact du projet;
 - (7) système de suivi du projet.

Les Projets d'initiative locale devraient permettre de renforcer la capacité des villes-marchés et leur permettre d'accueillir un commerce plus important, puisqu'elles attireront davantage de commerçants des autres villes-marchés. Cela devrait rapporter plus d'avantages économiques pour la communauté dans son ensemble, le nombre de petites entreprises devrait notamment augmenter ainsi que le volume des recettes locales provenant des activités de marché.

S'il est réussi, ce programme pourrait être reproduit dans d'autres villes-marchés et créer ainsi des initiatives publiques-privées pour autofinancer les investissements dans l'infrastructure publique. Le but final est d'arriver à ce que le secteur public prenne plus en main la mise en place des services publics et l'équipement collectif. Ce projet de promotion du secteur privé devrait montrer que ce secteur est tout à fait capable de remplir son rôle dans le développement des villes-marchés.

6.3 PROGRAMME DE RECHERCHE RECOMMANDE

D'autres points importants ou problèmes notés par cette étude devraient être étudiés davantage. Les résultats suggèrent surtout d'entreprendre les recherches suivantes:

(1) Analyser en détail les contraintes au niveau des transports, notamment le manque d'essence et de stations d'essence. Entrent également dans cet aspect l'amélioration de l'approvisionnement des pièces de rechange à l'intérieur.

Le meilleur moyen serait de faire une étude sur l'offre et la demande d'essence dans plusieurs grands marchés du pays (Faranah, Kissidougou, Kindia, Mamou, Labé, N'Zérékoré). Cette étude devrait faire le bilan des stations d'essence qui existent et comparer aux besoins en la matière. En fonction de ces résultats, l'AID serait plus informée pour trouver une solution à ce problème important qui entrave gravement la croissance économique.

(2) Etudier le niveau de participation des institutions gouvernementales et non-gouvernementales dans la création de coopératives agricoles. La présente étude a constaté qu'il n'y avait pratiquement pas de mouvements coopératifs actifs et techniquement solides. La pénurie visible de coopératives conjuguée aux besoins constamment exprimés (par les fermiers) pour de telles structures est une indication qu'il faudrait faire davantage en ce domaine. Une telle étude permettrait à l'AID de comprendre où existent les lacunes et de prendre une décision informée quant aux initiatives que nécessite le développement coopératif.

(3) Vu que les études des villes-marchés sont surtout des études des liens urbains-ruraux et que leur objectif est d'identifier les domaines d'investissement et/ou d'intervention de projets au niveau local, deux autres domaines de recherche seraient utiles:

- (a) étudier l'impact des améliorations des routes rurales et du développement de l'infrastructure urbaine sur l'évolution des réseaux de marché; et
- (b) évaluer l'impact des politiques de libéralisation (surtout celles qui concernent la promotion du secteur privé) sur les réseaux de commercialisation.

Le but de cette recherche serait d'évaluer les conséquences qu'ont ces investissements sur l'évolution des divers réseaux de marché. Par exemple, des travaux d'amélioration de la route de Mamou à Guéckédou auront probablement un impact très positif sur le dynamisme des marchés à Kissidougou et Faranah. De même, les améliorations de la route peuvent avoir un effet négatif sur le marché de Yendé-Milimou.

(4) Concevoir un cadre théorique (mais aussi pratique), sorte de prototype permettant une classification souple mais cohérente des villes-marchés. Ce cadre permettrait d'identifier les différents stades de croissance des marchés, grâce à une analyse des divers seuils (marchés de récupération, marchés de redistribution, marchés frontaliers). L'objectif de ce cadre serait de faciliter la prise de décisions des autorités locales qui suivent l'évolution de la ville-marché, en ce qui concerne la mobilisation des recettes, les niveaux et tendances de développement, le dynamisme des villes-marchés ou des régions et les besoins d'investissement.

Ce cadre pourrait être élaboré en commençant d'abord par étudier les types de villes-marchés dans d'autres pays (peut-être juste les pays africains, y compris les résultats de l'étude de Guinée). L'étape d'après serait de faire une classification cadre qui permettrait de classer les villes-marchés en catégories. Ce cadre devra spécifier tous les critères nécessaires. Il sera aussi un guide pour trouver les meilleurs investissements qui conviennent dans la catégorie donnée.

Une telle étude se justifie tout à fait puisqu'un important travail a déjà été fait pour élaborer des techniques et méthodes sur "comment réaliser des études sur les villes-marchés". A présent, l'analyse des villes-marchés doit aller plus loin et déboucher sur des méthodes pour définir les types de marché qui existent ainsi que sur des directives pour investir dans les services et infrastructures de manière à répondre aux buts du développement local et régional. Ce cadre pourrait être conçu de sorte à servir de guide pour la formation des autorités locales. Tout ce travail pourrait aider les autorités locales à identifier le rôle économique joué par leurs villes et à mieux diriger leurs investissements pour le développement.

Ce point de recherche s'inscrit tout à fait dans le programme de RHUDO/Afrique de l'Ouest et centrale.

REFERENCES

- Bah, A., Diallo, A.G., Diarigolou, M., and Jover, H. "Geographie de la Guinee et de l'Afrique." Conakry: Institut Pedagogique National. 1987.
- "The Informal Sector in Guinea." A 4-volume study on informal sector activities. Montreal, Canada: CEGIR. 1987.
- Doan, Peter. "Market Towns as Centers for Distribution and Diversification," Paper presented at the National Seminar on Market Towns and Rural Development, Conakry, Guinea May 9-11, 1990.
- Doan, Peter and Lewis, Blane. " Niger Market Town Study Development Study: Final Report." Report of a Field Study of Two Market Regions in Niger produced by Research Triangle Institute for USAID. November 1989.
- Republique de Guinee. "Ordonnance No. 093 PRG/SGG/85 Portant Constitution des Districts Ruraux, Mise en Place et Attributions Des Conseils Les Representants." 1985.
- Republique de Guinee "Ordonnance No. 000 PRG/SGG/88 Portant Institution du Code des Marches Publics de la Republique de Guinee." 1988.
- Republique de Guinee "Ordonnance No. 025 PRG/SGG/88 "Contribution au Developpement Prefectoral" 1988.
- Republique de Guinee "Ordonnance No. 051 PRG/SGG/86 "Portant Organization des Regions Naturelles et Attributions de Ministres-Residents." 1986.
- Republique de Guinee "Ordonnance No. 079 PRG/SGG/86 "Portant Reorganization Territoriale de la Republique de Guinee et Institution de Collectivites Decentralises. 1986.
- Republique de Guinee "Ordonnance No. 050 PRG/SGG/86 "Portant Constitution de Quartiers Urbains." 1986.
- Republique de Guinee "Rapport Economique et Social 1989." Conakry: Ministere du Plan et de la Cooperation Internationale, Direction du Plan et du Developpement Economique. 1989.
- Programme des Nations Unis Pour le Developpement. "Etude Socio-Economique Regionale, Bilan-Diagnostique au Niveau des Prefectures." A four-volume study of each region of Guinea. Published by Dirasset. Tunis. 1988.
- Rondinelli, Dennis. "Applied Methods of Regional Analysis: The Spatial Dimensions of Development Policy. Boulder: Westview Press. 1985.

Rondinelli, Dennis and Kenneth Ruddle. "Urban Functions in Rural Development: An Analysis of Integrated Spatial Development." Washington, D.C.: Report prepared for the Office of Urban Development, Agency for International Development. 1976.

Rondinelli, Dennis. "Secondary Cities in Developing Countries: Policies for Diffusing Urbanization." Beverly Hills: Sage Publications. 1983.

USAID. Proceedings from the "Sub-Saharan Africa Conference on Market Towns and Rural Growth: Economic and Social Linkages," Yamoussoukro, Cote d'Ivoire, January 8-13, 1989.

ANNEXE A

I. Méthodologie

Principes directeurs et critères de sélection pour identifier les régions cibles.

La division de la Guinée en quatre régions naturelles et la diversité de leur système éco-climatique a fait qu'aucune n'a pu être éliminée. Puisque l'étude devait être complète et constante, on a jugé nécessaire et important de faire une enquête dans les quatre régions. Par conséquent, on a surtout cherché à trouver des villes-marchés dynamiques et en expansion dans les quatre régions plutôt qu'à choisir des régions au sein de la Guinée.

Les principes qui ont guidé l'identification se sont surtout fondés sur deux domaines d'intérêt:

- les domaines d'intervention présents et futurs de la stratégie de développement de l'USAID;
- les domaines où les ministères locaux collaborant au projet (Décentralisation, Planification, Finances, Urbanisme) ont des intérêts ou des superstructures permettant de renforcer la participation locale au développement des liens ruraux-urbains. Par exemple, le Secrétariat d'état à la décentralisation a demandé que chaque ville-marché fasse partie de l'enquête, car on a prévu d'y établir des communautés rurales de développement.

L'étude très complète que vient d'achever récemment le PNUD sur les activités socio-économiques de toutes les préfectures constituait le troisième principe qui a guidé l'identification. L'étude a été une bonne source pour une identification d'a priori puisqu'elle donnait les plus grands ou plus dynamiques marchés hebdomadaires ou journaliers dans les préfectures. Bien que le travail de terrain de l'étude du PNUD ait été réalisé en 1988, la liste des marchés était assez à jour.

L'ensemble des critères de sélection suivants a été utilisé dans le cadre de ces principes directeurs:

- Diversité dans la nature et taille des villes-marchés:
- L'objectif était de choisir des villes-marchés représentatives de la production spécialisée de leur région, mais pas forcément le chef-lieu ou la "capitale" de leur région ou préfecture. Sauf pour Guéckédou et Faranah, l'étude s'est concentrée sur les villes-marchés qui semblaient être au deuxième rang dans leur région ou préfecture respective. Les chefs-lieux ont surtout été étudiés par le biais d'interviews avec des personnes bien informées (syndicats, transporteurs, Chambres du commerce et autres informants importants) pour évaluer leur niveau de lien ou importance avec la ville-marché.

- **Accessibilité relative:**
- Les quatre régions naturelles de Guinée sont reliées par un système de routes qui commencent à Conakry et va jusqu'à N'Zérékoré. Il y a deux grands axes verticaux (Labé-Mamou et Kankan-Guéckédou) et deux grands axes horizontaux (Conakry-N'Zérékoré et Mamou-Kankan).
- Pour couvrir autant de villes-marchés que possible, l'étude a dû choisir celle qui était assez proche du système de routes décrit ci-dessus.
- Partant, la région de Boké est exclue car elle ne rentrait pas dans ces systèmes de routes et cela aurait signifié, du point de vue disponibilité de temps, laisser de côté quelques autres villes-marchés ou régions tout aussi importantes.
- Compatibilité et jour de marché avec les dates de l'étude.
- Sur les sept semaines de l'étude, quatre ont été réservées pour le travail sur le terrain. Malheureusement, certaines des villes-marchés plus dynamiques se déroulaient le même jour. Il a donc fallu faire des choix en fonction du "temps de déplacement pour les villes-marchés".

Partant des principes directeurs et critères de sélection mentionnés ci-dessus, les villes-marchés suivantes ont été retenues pour l'enquête plus approfondie (questionnaires et interviews avec des personnes bien renseignées):

- Guinée Maritime: Bangouya, Woléah et Konkouré;
- Moyenne Guinée: Timbi-Madina et Porédaka;
- Haute Guinée: Tokounou, Faranah et Dcuako;
- Guinée Forestière: Guéckédou et Yendé-Milimou.

En plus, des interviews ont été faites dans les chefs-lieux suivants: Labé, Mamou, Kankan et Kissidougou.

Méthode de l'enquête: groupes cibles et collecte de données

Une étude sur les liens est avant tout une étude sur les mouvements ou les flux: population, produits, transports, capital, services, etc. En bref, une étude sur les liens cherche à suivre les origines et destinations de tous les acteurs ou éléments qui constituent la trame socio-économique d'une société et cherche à expliquer le "comment", le "pourquoi" qui se trouvent derrière ces mouvements.

1. Groupes cibles

Vu que ce type d'études concernent la société dans son ensemble, la première étape consistait à identifier et à choisir les groupes cibles concernés. Dans le contexte des liens ruraux-urbains des villes-marchés, l'objectif premier est de suivre le mouvement cybernétique des producteurs ou consommateurs et d'identifier les superstructures qui ont un impact direct sur ce processus.

Les groupes cibles identifiés et choisis peuvent être classés comme suit:

Producteurs:

- artisans;
- fermiers;
- éleveurs;

Intermédiaires:

- détaillants;
- grossistes;
- transporteurs;

Consommateurs: population dans son ensemble;

Autorités locales:

- responsables des marchés au niveau préfecture;
- représentant des services des impôts MEF;
- section agricole de la préfecture;

Chambre du commerce;

Syndicat des transporteurs.

2. Collecte des données

Pour réunir les données se rapportant à ces groupes cibles, l'étude s'est inspirée de sources secondaires et primaires: des statistiques officielles et des rapports privés ont constitué les données secondaires et des questionnaires, et des interviews avec des personnes bien informées ont constitué la source des données primaires. Mais vu la nature relativement nouvelle de cette étude, les types de données nécessaires étaient soit pas disponibles, soit pas fiables ou dépassées. Par conséquent, les données secondaires n'étaient utilisées que lorsque le temps ne permettrait pas de réunir des données primaires (estimation sur la production agricole d'une région ou d'une préfecture, statistiques démographiques et sur l'emploi, etc.) ou lorsque la "fiabilité marginale" des sources primaires était en fait la même que celle de la source secondaire.

Pour réunir des **données primaires**, cette étude a préféré les méthodes d'enquêtes formelles aux interviews avec les personnes bien informées pour les raisons suivantes:

Premièrement, pour obtenir des résultats significatifs du point de vue statistique, surtout lorsqu'on ne connaît pas le nombre de personnes du groupe cible, le principe général en statistique pour trouver les tailles des échantillons est de: "il vaut mieux de trop que pas assez".

Deuxièmement, le contexte socio-culturel entourant certains des informants bien au courant de la situation fait qu'on ne peut s'attendre à ce qu'ils partagent une information vitale.

Troisièmement, organiser des réunions ad hoc avec ces informants peut prendre beaucoup de temps et il est souvent impossible de s'en tenir aux heures de rendez-vous prévues.

L'Annexe B donne tous les questionnaires et les interviews avec les informants, utilisés pendant l'étude. Pour tous, on a conçu six types de questionnaires formels et trois types d'interviews pour couvrir les 14 groupes cibles.

Questionnaires formels:

1. autorités locales et responsables de marché;
2. fermiers et éleveurs;
3. artisans, détaillants et grossistes;
4. transporteurs;
5. origine et destination: population dans l'ensemble;
6. ambulants: producteurs agricoles et détaillants de produits manufacturés;

Interviews avec personnes bien informées:

1. Chambre du commerce;
2. Syndicat de transporteurs;
3. section agricole de la Préfecture.

3. Taille de l'échantillon

La détermination des tailles des échantillons, pour arriver à des résultats significatifs du point de vue statistique demande soit que l'on connaisse la population des groupes cibles soit que l'on fasse des approximations fiables, ainsi que des hypothèses sur leur répartition entre les villes-marchés et/ou les régions.

Vu que cette étude se concentrait sur les activités économiques réalisées essentiellement dans les filières non-structurées, nous avons pu partir de l'hypothèse d'une distribution normale. Mais les niveaux de population pour la plupart des groupes cibles n'étaient pas connus et aucune approximation à jour n'était disponible.

Un autre problème était le temps disponible pour chaque ville-marché, par conséquent pour chaque groupe cible. Même si l'on avait disposé de tailles d'échantillons appropriées pour chaque groupe cible, essayer de les respecter tous aurait signifié forcément laisser certains de côté. Cette solution ne semblait guère bonne pour l'étude puisque l'on pensait qu'il était plus important d'obtenir des informations sur la "direction" d'un ensemble de groupes cibles plutôt que "l'ampleur" d'un seul.

Enfin, on a jugé prématuré de déterminer les tailles des échantillons avant de faire les visites sur le terrain, vu que leur validité en grande partie était déterminée par le niveau d'activités ce jour là sur la place du marché.

L'étude a choisi de maximiser le nombre d'échantillons, pour chaque marché, suivant les limites de temps imposées et le niveau d'activités pendant ce jour de marché.

Une fois que toutes les données ont été mises sous forme de tableaux et analysées, la signification statistique de chaque résultat pourra être fournie avec des intervalles de confiance. Prière de se conférer au Tableau 14 pour la distribution des questionnaires par ville-marché et groupe cible.

II. Limitations de l'étude

A. Accès à l'information sur les marchés

La première source d'information sur les villes-marchés disponible avant les recherches sur le terrain était l'étude du PNUD qui donnait le calendrier des marchés périodiques dans les quatre régions naturelles et décrivait brièvement les produits écoulés sur les centres de marché. L'étude du PNUD a été extrêmement précieuse pour fournir ces informations de base (jour de marché, produits disponibles).

L'accès à d'autres études était limité, surtout en ce qui concerne les liens économiques intra et interrégionaux, la distribution des produits agricoles et manufacturés, le mouvement des commerçants tout au long du système de commercialisation et les avantages économiques réalisés par les commerçants.

B. Jours de marché

Le calendrier de la recherche sur le terrain a été déterminé selon les jours de marché périodiques dans les quatre régions naturelles où l'on a collecté les données. Nous nous sommes fiés aux résultats de l'étude du PNUD qui détaillaient les marchés périodiques du pays et donnait la liste des jours de marché plus importants. Lorsqu'on ne connaissait pas le calendrier, nous avons demandé aux transporteurs à la station de taxis à Conakry pour déterminer ou confirmer les jours de marché dans les régions.

TABLEAU 14.

RESULTATS DE L'ENQUETE-TERRAIN: GROUPES CIBLES PAR VILLE-MARCHE.

QUESTIONNAIRES	MARKET VEGE- TABLES	VENDORS OTHER	ORIGIN- DESTIN- ATION	TRANS- PORTERS	CRAFTERS	COMMERCANTS BOUTIQUES STANDS	WHOLE SALERS	FARMERS	HERDERS	Total/ marche	
VILLES-MARCHES											
GUINEE MARITIME											
BANGOUYA	0	28	13	7	11	3	0	0	3	1	66
WOLEAH	12	8	11	4	3	1	0	0	0	0	39
KONKOURE	20	10	39	8	0	0	5	0	0	3	85
SOUS-TOTAL	32	46	63	19	14	4	5	0	3	4	190
MOYENNE GUINEE											
TIMBI-MADINA	19	15	32	5	6	2	13	4	7	0	103
POREDAKA	31	0	40	9	8	2	15	3	2	2	112
SOUS-TOTAL	50	15	72	14	14	4	28	7	9	2	215
HAUTE GUINEE											
TOKOUNOU	19	20	39	12	6	0	24	6	3	3	132
FARANAH	15	9	30	8	7	3	5	4	0	0	81
DOUAKO	0	0	0	0	3	0	0	0	4	0	7
SOUS-TOTAL	34	29	69	20	16	3	29	10	7	3	220
GUINEE FORESTIERE											
YENDE-MILIMOU	20	10	45	10	5	0	18	4	6	2	120
GUECKEDOU	14	14	30	0	0	0	0	0	0	0	66
SOUS-TOTAL	34	24	75	18	5	0	18	4	6	2	186
TOTAL PAR CATEGORIE	150	114	279	71	49	11	80	21	25	11	811

Vu que le temps pour les visites sur le terrain était limité à un total de quatre semaines, le nombre de marchés que nous pouvions aller voir était déterminé surtout par le jour de la semaine où ce marché se déroulait. Par exemple, nous avons constaté qu'en Moyenne Guinée, les trois marchés périodiques les plus importants se déroulent tous le dimanche, jour de marché populaire, vu que les gens sont plus libres pour le suivre. En essayant de choisir lequel des trois marchés devait faire partie de l'étude, nous nous sommes fondés sur le type de marché qui répondait le mieux aux critères stipulés dans la section 1.2. Parfois, les marchés importants ont dû être éliminés de l'étude car il était logiquement impossible de les inclure à cause des délais de l'étude.

C. Contexte économique et saisonnier

Il est important de noter que les résultats de l'étude peuvent être influencés par les conditions économiques présentes dans les régions au moment de l'étude. La recherche sur le terrain a été faite pendant la saison sèche, période qui se caractérise par un manque de légumes et d'autres produits. Si l'étude s'était déroulée au mois de la moisson (décembre, par exemple), plus de gens auraient été présents sur le marché dans certaines régions et certains auraient eu un meilleur pouvoir d'achat.

D. Délais de l'étude

Les délais pour le travail sur le terrain ont été les suivants:

Semaine 1-2: (A) consultation avec les responsables de l'USAID et les représentants du Gouvernement à Conakry; (B) conception de l'étude; (C) conception des six ensembles de questionnaires adaptés aux divers groupes cibles et trois ensembles d'interviews avec les personnes bien informées; (D) test sur le terrain des questionnaires à Friguiajbé; et (E) mise au point finale des questionnaires.

Semaine 2-6: (A) collecte des données dans neuf centres de marché périodiques et six centres de distribution urbains en Guinée maritime, Moyenne Guinée, Haute Guinée et Guinée Forestière.

Semaine 7: (A) compilation de données, analyse de données préliminaires et préparation des résultats de la recherche préliminaire.

Vu la nature rapide de l'étude, le temps ne nous a pas permis d'inclure un certain nombre de centres de marché ou de distribution importants. Mais les marchés choisis sont représentatifs de la région. De plus, pour parler des activités dans les régions non-visitées, les informations supplémentaires sur ces sites sont fournies lorsqu'elles sont disponibles.

III. Résultats du déplacement sur le terrain ou de la mission

A. Tailles effectives des échantillons et distribution

Le Tableau A.1 montre les tailles des échantillons par groupe cible dans chaque ville-marché. Les résultats sont satisfaisants en ce qui concerne la taille totale de l'échantillon et en ce qui concerne leur distribution parmi les régions, les villes-marchés et les groupes cibles.

Des variations importantes entre les villes-marchés et les groupes cibles s'expliquent par divers facteurs, notamment:

- niveau d'activité sur le marché ce jour là;
- nature de l'activité prédominante sur le marché (produits agricoles, élevage, produits importés);
- nombre et efficacité des collègues dans chaque ville-marché.

A priori, le nombre des fermiers et éleveurs ne semble pas suffisant pour faire des estimations significatives des mouvements. Mais vu le temps de déplacement entre fermiers et éleveurs, il était impossible de parler à plus de trois fermiers et éleveurs par jour et par équipe.

Pour remédier à cela, on a augmenté le nombre des ambulants qui vendent des produits agricoles. En effet, la plupart de l'activité agricole pratiquée au niveau de la sous-préfecture est soit aux fins de subsistance soit aux fins de petit commerce. Les fermiers peuvent se permettre de vendre leurs produits le font en tant qu'ambulants dans les marchés hebdomadaires. Par conséquent, on a estimé qu'en augmentant le nombre des ambulants, l'on n'aurait pas besoin de rendre visite aux très nombreux petits fermiers.

Les résultats de deux villes-marchés demandent une explication plus élargie. Douako a été recommandée à l'étude par Décentralisation car on l'a prévue comme une future ville-marché qui aurait un CRD. Lorsque nous sommes arrivés à Douako, la mission a conclu que le niveau d'activités ne justifiait pas une enquête complète. Par conséquent, on a décidé de faire quelques interviews et de remplacer par Faranah.

En revanche, le niveau d'activités sur le marché de Guéckédou était trop dynamique pour nous permettre de nous entretenir avec tous les groupes cibles pendant la journée la plus active de la semaine. Mais Guéckédou représente un des marchés importateurs les plus actifs de Guinée et les interviews que nous avons eues avec des personnes bien informées dans divers secteurs nous ont apporté des informations très précieuses sur le rôle que cette ville-marché peut jouer dans la distribution des biens importés.

ANNEXE B

ENQUETE DE VILLE MARCHE
COMMERCANTS, FABRICANTS, SERVICES

Nom de l'enqueteur _____
Date _____
Ville/Village/Marche _____
Sous-prefecture _____
Prefecture _____

Nom de l'entrepreneur _____
Sexe de l'entrepreneur _____

Type d'entreprise: (se referer a la liste)

Commercant: grossiste _____
 boutiquier _____
Fabricant: _____
Services: _____

I. Profil du proprietaire/locataire

1. Etes-vous le proprietaire?: (unique ou plusieurs?)

Oui _____, depuis quand _____

Non _____, precisez _____

2. De quelle ethnie etes-vous? _____

3. De quelle ville ou village etes-vous originaire? _____

4. Ou habitez-vous ? _____

5. Combien de fois par mois venez vous ici? _____

6. Activites:

 Activite principale: _____

 Depuis quand: _____

 Activite secondaire: _____

 Depuis quand: _____

7. Depuis combien de temps vendez-vous des produits ici?

8. L'entreprise est-elle agreee, enregistree ou detient-elle un permis legal d'operer ?

Non _____; pourquoi _____
 Oui _____, agree par qui _____; quand _____

9. Quels types de taxes payez-vous ?

- . foncier batiment _____
- . patentes _____
- . licence _____
- . droits de marche _____
- . location de stands _____
- . autres _____

10. A qui payez-vous ces taxes?

- . tresor national _____
- . paierie _____
- . contributions diverses _____
- . autres _____

II. Moyens de transports

1. Quel moyen de transport empruntez-vous d'habitude ?

Moyens -----	Frais de transports -----
_____ Camion	_____
_____ Bache	_____
_____ Taxi brousse	_____
_____ Autobus	_____
_____ Voiture prive	_____
_____ moto	_____
_____ bicyclette	_____
_____ charrette	_____
_____ a pied	_____
_____ autres moyens	_____

III. Operations economiques

1. Principaux produits vendus et estimation du revenu?

(la question des prix est importante mais la question de temps par entrevue est plus importante...Donc, il faut bien juger)

Produits	prix vente	prix revient	volume/marche
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

2. Estimation du couts de ces principaux produits (ou des principaux intrants pour les fabricants)

Produits/intrants	couts	volume/marche
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

3. De qui et ou achetez-vous ces produits (intrants pour les fabricants) ?

ville/village sous-pref. pref.

fermier _____
 grossiste _____
 détaillant _____
 importateur _____

4. Connaissez-vous l'origine de ces produits?

Produits ville/village sous-pref. pref.

5. Quels sont les outils/equipements les plus importants et ou les achetez-vous?

Outils/equipements lieu d'achat

_____	_____
_____	_____
_____	_____
_____	_____

6. Qui sont vos clients et d'ou viennent-ils?

ville/village sous-pref. pref.

fermier _____
 grossiste _____
 détaillant _____
 exportateur _____

48

7. Connaissez-vous la destination finale de vos produits?
 Produits ville/village sous-pref. pref.

7. Comment voyez-vous l'avenir de ce marche ?
 plus _____ ou moins _____ dynamique.

pourquoi _____

8. Quels sont les autres marches dans lesquels vous vendez?

a) _____ b) _____ c) _____

9. Parmi ceux-ci, lequel est le plus dynamique?

10. Est-ce que vos affaires sont meilleures cette annee
 comparativement a:

moins egale plus pourquoi

1 an _____

2 ans _____

Iere Rep _____

11. Combien de personnes a charges avez-vous? _____

12. Est-ce que vos revenus vous permettent de faire vivre votre
 famille?

oui _____ ; non _____

si non, pourquoi _____

13. Si vos revenus etaient superieurs, quelle serait la
 repartition (en pourcentage) du surplus?

nourriture _____

vetements _____

investissements (ou) _____

autres _____

IV. Emploi

1. Combien d'employes _____ et/ou d'apprentis _____ avez-vous?
2. Combien sont membres de votre famille? _____
3. Combien travaillent regulierement? _____
4. Ou habitent vos employes?

ici _____
 zone rurale _____
 autres villes _____

5. Combien payez-vous vos employes?
 _____/jour ; _____/sem;

V. Contraintes

1. Si votre ville-marche beneficie des services d'infrastructures et administratifs suivants, pouvez-vous indiquer le degre de qualite de couverture de ces services?

(par exemple: s'il y a de l'electricite un tiers du temps, on fait une coche sous 1/3, etc)

fonctionnement/temps

	Pas	0	1/3	2/3	1
electricite _____					
systeme d'egouts _____					
eau courante _____					
telecommunications _____					
dispensaire _____					
routes urb-rurale _____					
police _____					
poste _____					

2. Types de contraintes autres que celles d'envergure nationale.

Nature de la difficulte	degre de la difficulte			
	aucun	mineur	majeur	serieux
----- Infrastructure:				
entreposage _____				
disposition du marche _____				
stands/kiosques _____				
moyens de transport _____				
structures d'acceuil _____				
Services administratifs:				
vulgarisation _____				
veterinaires _____				
autogare _____				
station de taxi _____				
station d'essence _____				
facilites de financement _____				
charges fiscales _____				

Nature de la difficulté	degré de la difficulté			
	aucun	mineur	majeur	serieux
Approvisionnements:				
matieres premieres locales				
matieres premieres importees				
carburant				
outillage				
main d'oeuvre qualifiee				
Autres:				
fournir les garanties pour les prets				
trop de concurrence dans ville/marche				
autres (precisez)				

3. Parmi les difficultés mentionnées ci-haut, quelles sont les quatre plus importantes?

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

4. Quels types d'assistances/actions spécifiques aimeriez-vous voir dans le court terme, autres que les services d'envergure nationale?(si possible, autres que les 4 contraintes sérieuses)

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____

**ENQUETE DE VILLE MARCHE
FERMIERS ET ELEVEURS**

Nom de l'enqueteur _____

Date _____

Ville/Village/Marche _____

Sous-prefecture _____

Prefecture _____

Nom de l'entrepreneur _____

Sexe de l'entrepreneur _____

Type d'entreprise: (se referer a la liste)

. ferme agricole _____

. eleveur _____

. ferme mixte _____

I. Profil du proprietaire/locataire

1. Etes-vous le proprietaire?:

Oui _____, depuis quand _____

Non _____, precisez _____

2. De quelle ethnie etes-vous? _____

3. De quelle ville ou village etes-vous originaire? _____

4. Combien de personnes avez-vous a charge? _____

II. Operations economiques

1. Quelles sont vos principales productions ?

Cultures/betail	prix/unite	volume
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Cultures/betail	prix/unite	volume
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

2. Quelle part de ces productions vendez-vous?

Cultures/betail	prix/unite	volume
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

3. Etes-vous membre d'un groupement ou d'une cooperative ?

Oui _____, Non _____;

Si oui, quels sont les avantages ou desavantages ?

Si non, pourquoi ? (manque de sensibilisation, manque de moyens, d'infrastructures, de volonte, tradition, etc) ?

4. Ou se font vos transactions (ventes/achats) ?

a la ferme _____

au marche hebdo _____

a la cooperative _____

autre _____

12. Rencontrez-vous des difficultés dans la production et/ou l'écoulement de vos produits dans ces marchés dus au manque de services et d'infrastructure (médicaux, administratifs, éducation, etc)?

Oui _____ ; Non _____ .

Si non, indiquez le degré de difficultés que pose les services suivants:

mineur majeur sérieux

route ferme-marché

moyens de transport

réseau de commercialisation

services de vulgarisation

organisation du marché

problèmes liés à l'eau

accès aux engrais

accès aux pesticides

accès aux semences améliorées

accès au crédit

information sur le marché

électricité, carburant, etc

facilité d'entreposage

conserv. et transfor. des produits

13. D'après vous qu'est-ce qu'il faudrait faire pour améliorer cette ville-marché? (vision de projets spécifiques)

14. Est-ce que vos affaires sont meilleures cette année comparativement à:

moins égale plus pourquoi

1 an _____

2 ans _____

1ère Rep _____

15. Est-ce que vos revenus vous permettent de faire vivre votre famille?

oui _____ ; non _____

16. Si vos revenus étaient supérieurs, quelle serait la répartition (en pourcentage) du surplus?

nourriture _____

vetements _____

investissements (ou) _____

autres _____

17. Payez-vous des taxes ? Oui _____, Non _____

Si oui, lesquelles _____, combien _____

A qui _____

18. Seriez-vous prêt à payer des taxes si les recettes seraient utilisées pour améliorer les services et équipements collectifs ? (école, dispensaire, marche, etc)

IV. Emploi

1. Combien d'employés _____ et/ou d'apprentis _____ avez-vous?

2. Combien sont membres de votre famille? _____

3. Combien travaillent régulièrement? _____

4. Où habitent vos employés?

ici _____

zone rurale _____

autres villes _____

5. Combien payez-vous vos employés?

_____ /jour ; _____ /sem;

**ENQUETE DE VILLE MARCHE
TRANSPORTEURS**

Nom de l'enqueteur _____

Date _____

Ville/Village/Marche _____

Sous-prefecture _____

Prefecture _____

Nom de l'interviewe _____

I. PROFIL DU TRANSPORTEUR

1. Residence du proprietaire _____
2. Depuis combien de temps habitez-vous la? _____
3. Quel type de vehicule avez-vous? _____
4. Etes-vous proprietaire de votre vehicule? Oui _____
Non _____; prix de location/jour _____
5. Avez-vous d'autres activites? _____
6. Combien de kilos (tonnes) transportez-vous en moyenne? _____

II. LES VOYAGES

1. Combien de voyages aller-retour faites-vous habituellement. _____
2. D'ou etes-vous parti _____ et quand _____
3. Pour quel autres villages assurez-vous le transport le jour du
marche? _____

4. Quelle distance parcourez-vous chaque jour en moyenne? _____

5. Quels sont les marches pour lesquels vous faites du transport régulierement? Réponse chronologique (1ere, 2eme, etc.)

Jours	Marche	Jours	Marche
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

6. Parmi ces marches, quels sont les plus dynamiques?

III. LES FRETS

1. Quels sont les principaux produits que vos clients amènent?

Produits	Volume	Origine	Frais de transp.
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

2. Quels sont les principaux produits que vous ramènerez ?

Produits	Volume	Destination	Frais
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____

3. Combien de passagers avez-vous amené aujourd'hui?

Ville/village	Nb de passagers	Prix/passager
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

4. Combien de passagers ramenez-vous ce soir?

Ville/village	Nb de passagers	Prix/passager
---------------	-----------------	---------------

_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

5. Enumerez vos plus grandes difficultés _____

86. Quels sont vos projets d'avenir ? _____

99

ENQUETE DE VILLE MARCHÉ

GOUVERNEMENT LOCALE

VILLE: _____
PREFECTURE: _____
SOUS-PREFECTURE _____
ENQUETEUR _____
DATE: _____

1. EST-CE QUE TOUS LES COMMERCANTS PAYENT DES TAXE? LESQUELLES ET COMBIEN?

TYPE	FREQUENCE (JOUR, MOIS)
GROSSISTE _____	_____
FABRIQANTS _____	_____
BOUTIQUE/KIOSQUE _____	_____
TABLIERS _____	_____
AMBULANTS _____	_____

2. ESTIMEZ LE NOMBRE DE COMMERCANTS PERMANENTS DANS LA VILLE.

	NOMBRE QUI PAYE
GROSSISTE _____	_____
FABRIQANTS _____	_____
BOUTIQUE/KIOSQUE _____	_____
TABLIERS _____	_____
AMBULANTS _____	_____

12

3. ESTIMEZ LE NOMBRE DE COMMERÇANTS QUI VIENNENT LE JOUR DE MARCHÉ.

	NOMBRE QUI PAYE
GROSSISTE _____	_____
FABRIQUANTS _____	_____
BOUTIQUE/KIOSQUE _____	_____
TABLIERS _____	_____
AMBULANTS _____	_____

4. QUI FAIT LA COLLECTE? _____

5. IL Y A COMBIEN DE COLLECTEURS? _____

6. PAR QUELLE METHODE FAITES-VOUS LA COLLECTE? TICKETS?

7. EST-CE QUE LES COLLECTEURS, OU LA VILLE, FAIT CREDIT AUX COMMERÇANTS? _____

OU EST-CE QUE LES COMMERÇANTS REFUSENT PARFOIS DE PAYER LEUR TAXES? NON _____ OUI _____ SI OUI, POURQUOI?

8. POUVEZ-VOUS ESTIMER LE POURCENTAGE DE COMMERÇANTS QUI NE PAYENT PAS? _____

9. QUELLES METHODES DE SUIVI AVEZ-VOUS POUR VOTRE COMPTABILITE, NOTAMMENT POUR LES RECETTES DES COMMERÇANTS PERMANENTS ET CELLES DU MARCHÉ?

10

10. D'APRES VOUS, EST-CE QUE CETTE METHODE EST EFFICACE?

11. QUELLES RECOMMANDATION FERIEZ-VOUS POUR ALEMELIORER LE SYSTEME DU COMPATABILITE DE VOTRE BUREAU?

INVENTAIRE DE FONCTIONS ECONOMIQUE

VILLE: _____ ENQUETEUR _____

PREFECTURE: _____ DATE: _____

SOUS-PREFECTURE _____

FONCTIONS

SERVICE	X -	QUANTITE
BANQUE	:	:
AGENCE DE CREDIT	:	:
BAR	:	:
HOTEL	:	:
RESTAURANT	:	:
STUDIO DE PHOTO	:	:
STATION D'ESSENCE	:	:
REPARATION VOITURES, BICYCLETTES	:	:
PIECES DETACHEES (VEHICULE)	:	:
TAILLEUR	:	:
COIFFEUR	:	:
LAVOIR/BLANCHISSERIE	:	:
ABBATOIR/SECHOIR	:	:
MANUFACTURE/FABRICANT	:	:
TANNERIE	:	:
FORGERON	:	:
MENUISIER	:	:
MACON	:	:
CHAUDRONNIER	:	:
TISSERAND	:	:
POTTERIE	:	:

SOUDURE	:	:
BIJOUTERIE	:	:
ARTISINALE	:	:
PRODUCTION	:	:
PRODUCTION INDUSTRIELLE	:	:
PRODUCTION MINERAUX	:	:
PRODUCTION D'HUILE	:	:
AGRICULTURE/ALIMENTATION	:	:
INTRANTS POUR L'AGRICULTURE	:	:
MAGASIN DE STOCKAGE/ENTREPOTS	:	:
MOULIN A GRAINS	:	:
MOULINS, AUTRES PRODUITS	:	:
BOULANGERIE/PATISSERIE	:	:
BOUCHERIE	:	:
PRODUITS FRAIS	:	:
CONDIMENTS	:	:
AUTRES ESPECES D'ALIMENTATION	:	:
PRODUITS DIVERS	:	:
EQUIPEMENT DE BUREAU	:	:
VETEMENTS, CHAUSSURES, TISSUS	:	:
MARCHANDISES DE MENAGE/COUISINE	:	:
DIVERS MARCHANDISES	:	:
MATERIAUX DE CONSTRUCTIONS	:	:
VENTES D'EAU	:	:
BOIS DE CUISINE/CHAUFFE	:	:
PRODUITS PHARMACEUTIQUES	:	:
BOISSONS	:	:
OUTILLAGE	:	:

124

INVENTAIRE DES FONCTIONS COMMUNAUTAIRE

VILLE: _____

ENQUETEUR: _____

PREFECTURE: _____

DATE: _____

SOUS-PREFECTURE: _____

ETAT

FONCTIONS	: QUANTITE :	MAUVAISE	PASSABLE	BON
SERVICE EDUCATIFS	:	:	:	:
JARDIN D'ENFANTS	:	:	:	:
ECOLE PRIMAIRE	:	:	:	:
LYCEE	:	:	:	:
ECOLE TECHNIQUE	:	:	:	:
ECOLE NORMALE	:	:	:	:
ECOLE ARABE	:	:	:	:
SERVICE MEDICAUX	:	:	:	:
HOPITAL	:	:	:	:
DISPENSAIRE	:	:	:	:
PHARMACIE	:	:	:	:
DISPENSAIRE RURAL	:	:	:	:
SERVICE ADMINISTRATIF	:	:	:	:
POSTE DE POLICE	:	:	:	:
POSTE DES POMPIERS	:	:	:	:
SERVICE DE VULGARASIATION	:	:	:	:
VETERINAIRE	:	:	:	:
COOPERATIVE DE FEMMES	:	:	:	:
COOPERATIVE AGRICOLE	:	:	:	:
AFFAIRES SOCIALE	:	:	:	:
BUREAU DE POSTE	:	:	:	:

110

MAISON DES JEUNES	:	:	:	:
CASE DE PASSAGE	:	:	:	:
TERRAIN DE SPORT	:	:	:	:
AUTOGARE	:	:	:	:
STATION DE TRAIN	:	:	:	:
STATION TAXI	:	:	:	:
EXTENSION AGRICULTURE	:	:	:	:
EXTENSION ELEVAGE	:	:	:	:
INFRASTRUCTURE	:	:	:	:
TELEPHONE PUBLIC	:	:	:	:
ELECTRICITE	:	:	:	:
EAU POTABLE	:	:	:	:
EAU COURRANT	:	:	:	:
SYSTEME D'EGOUT	:	:	:	:
VOIRIE	:	:	:	:
MENAGERES DES ORDURES	:	:	:	:
SOCIALE	:	:	:	:
EGLISE	:	:	:	:
MOSQUEE	:	:	:	:

ENQUETE DE VILLE MARCHE
TABLIERS ET AMBULANTS

Nom de l'enqueteur _____ Date _____
Village/Marche _____ Sous-prefecture _____

Tablier _____, Ambulant _____
Sexe de l'entrepreneur _____

1. Ou habitez-vous ? _____
2. De quelle ethnie etes-vous? _____
3. De quelle ville ou village etes-vous originaire? _____
4. Combien de fois par mois venez vous ici? _____
5. Activite principale: _____ Depuis quand: _____
Activite secondaire: _____ Depuis quand: _____
6. Depuis combien de temps vendez-vous des produits ici?

7. Est-ce que vous payez des taxes ? _____
8. Categorie de produits vendus? (se referer a la liste)

9. Quel moyen de transport empruntez-vous d'habitude ? _____
10. Connaissez-vous l'origine de ces produits? _____
11. Quels sont les autres marches dans lesquels vous vendez?
a) _____ b) _____ c) _____
12. Parmi ceux-ci, lequel est le plus dynamique? _____
13. Rencon rez-vous des difficultes dans votre commerce ?

14. Quels sont vos projets ?

10/1