

<i>Avant propos</i>	1
<i>Acronyme</i>	3
<i>I Introduction générale</i>	4
<i>II Problématique</i>	6
<i>III Approche Méthodologique</i>	9
<u>Première partie</u> : Evolution urbaine de la ville de Thiès : Effet sur la distribution spatiale des équipements marchands	18
<i>Chapitre I</i> : Présentation de la ville de Thiès	19
<i>Chapitre II</i> : Evolution démographique et spatiale de la ville de Thiès	23
<i>Chapitre III</i> : Présentation et distribution spatiale des équipements marchands de la ville de Thiès	30
<u>Deuxième partie</u> : Organisation interne du marché central de Thiès	40
<i>Chapitre IV</i> : Analyse du système d'organisation du marché central	41
<i>Chapitre V</i> : Caractéristique des activités commerciales et rayonnement du marché central	51
<i>Chapitre VI</i> : La fréquentation du marché central de Thiès	55
<u>Troisième partie</u> : La problématique de la gestion du marché central de Thiès	80
<i>Chapitre VII</i> : Présentation de l'administration du marché et les différentes associations	81
<i>Chapitre VIII</i> : Le marché central à l'intérieur du quartier Escale Nord	85
<i>Chapitre IX</i> : Les dysfonctionnements au niveau du marché central	93
<i>Conclusion générale</i>	104
<i>Bibliographie</i>	106
<i>Liste des cartes et figures</i>	108
<i>Liste des photos</i>	109
<i>Liste des graphes</i>	110
<i>Liste des tableaux</i>	112
<i>Table des matières</i>	116
<i>Annexes Annexe</i>	121

Avant-propos

Le diplôme de maîtrise de la Faculté des Lettres et Sciences Humaines de l'Université Cheikh Anta Diop de Dakar et plus particulièrement du département de géographie est délivré aux étudiants de quatrième année qui auront réussi leur certificat de maîtrise et qui auront soutenu un mémoire de fin de deuxième cycle. Pour ma part cette opportunité de pouvoir apporter ma partition dans le domaine de la recherche devait être saisie impérativement, pourquoi je n'ai pas hésité en aucun moment pour me lancer dans ce travail. J'avais dès l'entame de la procédure décidé de travailler sur la ville de Thiès.

Le choix opéré sur la ville de Thiès s'explique par le fait sur les quatorze régions que compte le Sénégal, elle est l'une des rares qui soit parvenue à continuer une croissance relativement équilibrée dans la mesure où elle a eu la possibilité de pouvoir se conformer aux conditions nouvelles. En effet, Thiès se situe à proximité de Dakar (70 Km) dont elle partage les ressources. Aussi contrairement aux villes de Diourbel, Kaolack, Louga, les changements intervenus dans la traite de l'arachide n'ont pas trop affecté sa prospérité au lendemain des indépendances.

En effet Thiès a toujours été une ville qui regorgeait d'énormes potentialités à travers ces industries, sa gare ferroviaire avec l'express Dakar Bamako et ces équipements marchands dont les plus connus sont le Marché Central, le Marché Moussanté, Grand Thiès et Sam considéré comme marché spontané. Ces derniers ont acquis cette notoriété par le fait qu'ils sont dans leur majorité implantés au cœur de la cité du rail. Pour le cas du marché central comme on peut le deviner à travers son nom il est situé au centre ville, il fut dans le passé l'escale commerciale lieu où convergeait l'arachide acheminé depuis l'intérieur du pays en direction du port de Dakar. Avec la baisse du rendement de l'arachide et la crise économique qui précipitait le déclin des industries, le marché allait devenir le principal centre nerveux de la ville par sa capacité à fournir aux populations de l'emploi à travers le commerce mais aussi par le rôle d'approvisionnement et de redistribution qu'il pouvait jouer.

C'est dans cette optique que nous avons proposé de mener nos recherches sur cet équipement en choisissant comme thème d'étude : **Le marché central de Thiès approche géographique.**

En effet comme nous l'avons souligné, le marché central est le plus dynamique parmi les neuf (9) autres que compte ville de Thiès par sa capacité à fournir aux populations des

denrées de toute nature , il reste aussi l'équipement le plus fréquenté par les populations. De ce fait, à travers cette étude géographique nous visons à connaître les motifs qui poussent les populations toutes catégories confondues à fréquenter le marché central. Nous pourrons également au terme de cette étude avoir un aperçu sur le profil des clients et des vendeurs à travers leur lieu d'origine, les motifs qui les poussent à fréquenter ce marché, connaître les différents produits qui sont commercialisés dans le marché, les équipements qui y'sont installés, son organisation interne à travers le zonage des différentes activités. Dans ce travail, nous essayerons d'aborder la problématique de la gestion des marchés qui est aujourd'hui une question récurrente vue les nombreux dysfonctionnements notés souvent au sein de ces espaces. En effet la problématique de la gestion des marchés et plus particulièrement ici le marché central au-delà des questions qui reviennent souvent à savoir les fonctions d'approvisionnement et de redistribution doit être étudiée car elle cadre avec la politique de la gestion urbaine.

Acronymes

ADM : Agence de Développement Municipale

AOF : Afrique Occidentale Française

ANSD : Agence Nationale de la Statistique et de la Démographie

AMAD : Association des Marchands Ambulants pour le Développement

DPS : Direction de la Prévision et des Statistiques

DST : Division des Services Techniques

DVF : Derrière la Voie Ferrée

ENEA : Ecole Nationale d'Economie Appliquée

GIE : Groupement d'Intérêt Economique

IFAN : Institut Fondamentale d'Afrique Noire

PM : Police Municipale

PUD : Plan d'Urbanisme de Détails

RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat

RPM : Recette Perception Municipale

RTRT : Regroupement des Tailleurs de la Région de Thiès

SDE : Sénégalaise Des Eaux

SENELEC : Société Nationale d'Electricité du Sénégal

S M : Secrétaire Municipal

SNCFS : Société Nationale des Chemins de Fer du Sénégal

SONED : Société Nouvelle des Etudes de Développement

UCAD : Université Cheikh Anta Diop de Dakar

UNACOIS : Union Nationale des Commerçants et Industriels du Sénégal

ZAC : Zone d'Aménagement Concerté

I Introduction Générale

A l'instar de tous les pays en voie de développement, le Sénégal enregistre depuis son indépendance une urbanisation accélérée jusqu'à constituer de nos jours un véritable défi pour les autorités publiques. L'analyse de l'évolution de la population montre qu'il existe à l'intérieur du territoire national un net déséquilibre urbain. En effet, on note une densification de la population en laissant sur l'organisation de l'espace national les mêmes traces que durant la période coloniale :

- * Une concentration des villes à l'Ouest et au centre.
- * Une armature urbaine caractérisée par une métropole démesurée par rapport aux autres agglomérations.

Cette tendance de la croissance des populations des villes situées à l'Ouest et le centre est accentuée aujourd'hui par l'exode rural et le dynamisme démographique interne. Cela a favorisé un développement prodigieux du commerce dans les marchés urbains qui trouve dans ces grands centres un terrain d'expansion privilégié du fait de l'existence d'un marché potentiellement important formé par les ménages à faibles revenus. C'est dans ce contexte de crise qui redonne aux marchés une position capitale pour les populations à la recherche d'activités plus rentables que l'exemple du marché central de Thiès sera étudié.

Officiellement Thiès compte aujourd'hui neuf (9) marchés urbains dont les plus importants sont le marché central, le marché Moussantè, le marché Grand Thiès. Ces marchés ont pour fonction commune d'assurer le ravitaillement quotidien de la population urbaine sans cesse croissante en denrée alimentaire et autres produits de consommation.

Le marché central de Thiès notre cadre d'étude a vu le jour en même temps que l'agglomération prenait forme urbaine avec l'accroissement de sa population, la diversité de ses activités et l'installation des services administratifs coloniaux à l'échelle destinée à développer le cœur de la cité.

Essentiellement orienté vers le ravitaillement quotidien des quartiers de la ville et ses environs, le marché central reste l'équipement commercial le plus dynamique de Thiès. Dans ce marché est commercialisé toutes les gammes de produits allant des marchandises en gros à ceux en détail qui tournent autour des denrées de première nécessité, des produits halieutiques, des condiments sans pour autant oublier les autres activités exercées par, les artisans, les tailleurs, les réparateurs etc.

Ainsi par ses grandes potentialités, le marché central de Thiès a créé une attraction qui a fait que les clients et les marchands affluent de partout. Le marché central est connu également à travers ses liens qu'il entretient avec l'environnement commercial de la ville (relation d'interdépendance).

Du point de vue de l'accès le marché central, favorisé par sa position géographique, est bien desservi par les voies secondaires qui relient l'escale avec le reste de la ville grâce aux nombreux véhicules de transport en commun qui l'empruntent.

Au delà de cette position stratégique qu'il occupe au sein de la ville, le marché central de Thiès est confronté à de nombreux problèmes qui empêchent sa bonne gestion.

En effet face à la demande continuelle des populations, le marché n'offre plus de possibilité d'extension sur le plan foncier¹, il en résulte une concentration des activités, un encombrement de la voie publique empêchant la fluidité de la circulation à l'intérieur et aux abords du marché.

Ainsi en dépit des efforts consentis par les élus locaux pour réorganiser l'espace à travers une politique de gestion plus marquée, les conditions dans lesquelles fonctionne l'espace du marché restent un cas problématique. Il déborde largement de ses limites originelles et s'étend sur son environnement immédiat par le biais des cantines et autres étals. On assiste dès lors à une transformation totale de l'espace environnant.

Dans le cadre de ce travail donc nous entendrons par marché central l'équipement commercial implanté au cœur de la ville.

De même lorsque nous parlons d'évolution urbaine, il s'agira de la croissance démographique et spatiale de la ville.

Ce mémoire est la synthèse des résultats de travaux réalisés dans le cadre de l'étude (recherche documentaire, entretien, enquête...); il se structure en trois grandes parties subdivisées en plusieurs sections, chaque section comportant un thème spécifique.

Dans la première partie, nous abordons l'évolution urbaine de la ville de Thiès et ses effets sur la distribution spatiale des équipements marchands.

En second lieu, nous essayerons d'aborder l'organisation interne du marché central de Thiès.

Enfin dans la troisième partie nous aborderons la problématique de la gestion du marché central de Thiès.

¹ Le marché central est entouré par des titres fonciers privés ce qui empêche toute possibilité d'extension.

II Problématique

1 – Contexte :

Généralement, les plus grands centres urbains en Afrique croissent très rapidement, doublant leur taille sur une période de neuf à quinze ans selon les villes².

En effet les structures de la population urbaine des pays d'Afrique sub-saharienne sont la résultante de deux phénomènes ayant contribué à sa formation ; l'exode rural qui a dirigé vers la ville un flux considérable de villageois et le dynamisme démographique interne qui se traduit par une forte natalité. Ainsi cette croissance notée dans les villes va favoriser l'implantation des équipements dont les marchés urbains qui dans les plus grandes agglomérations se comptent par dizaine et constituent l'armature essentielle des activités commerciales.

Au Sénégal comme c'est le cas d'ailleurs de nombreuses villes de la sous région ouest africaine les premiers marchés structurés ont vu le jour pendant la période coloniale ; ces derniers étaient localisés à l'intérieur du noyau urbain primitif formant aujourd'hui pour la plupart des villes les marchés centraux. La croissance démographique et l'extension spatiale notée dans les villes après les indépendances, vont pousser les pouvoirs publics à mettre sur pied des aménagements allant dans le sens de leur doter d'équipement à la dimension de leur mutation.

Ainsi vont voir émerger une multitude d'équipements structurant parmi lesquels on peut identifier les marchés dont la fonction première est liée au ravitaillement de la ville.

Cependant il faudra noter que la répartition des marchés du point de vue géographique est forcément très variable d'une ville à l'autre selon la morphologie, le type d'urbanisation, les politiques de réserve foncière mise en œuvre.

La répartition des marchés sur le territoire de la ville est tributaire aussi de la plus ou moins grande facilité de circulation des marchandises et des commerçants. En effet l'installation d'un équipement marchand suppose une bonne accessibilité cela facilitée tout d'abord par la position géographique de ce dernier mais aussi une bonne desserte en voie d'accès.

A Thiès l'implantation des équipements marchands s'est fait avec l'augmentation de la taille démographique et spatiale de la ville.

² Thierry. P et Wilhelm. L. « Marché d'Afrique ». 2000 Paris. éd Karthala. 195 pages.

En effet Thiès ville moyenne située à 70 km à l'Est de Dakar est confrontée à une croissance démographique importante (3,3%) et a vu sa population doublée sur les vingt derniers années ; cette réalité peut s'expliquer par l'exode rural, mais aussi par le niveau de saturation qu'atteint la ville voisine Dakar.

Thiès est incontestablement une ville carrefour, c'est un point d'éclatement des grands axes de circulation routière et ferroviaire mais aussi une déterminante pour accéder à la capitale Dakar et dans le sens inverse une voie de passage pour accéder au reste du pays.

La ville de Thiès qui s'étend sur un périmètre exigu de 6822 ha a connu un développement spatial très remarquable.

En effet la première vague d'installation s'est faite au niveau du noyau central de la ville, cela est liée à l'histoire coloniale de la ville. Plus tard après les indépendances c'est-à-dire entre les années 1970 – 1990, la ville va s'agrandir avec un développement vers le Sud Est d'où émergeront des quartiers comme cité SOFRACO, les Parcelles Assainies, Mbour 1 et 2. Une autre vague d'installation se fera en même temps vers l'Est, le Sud et le Nord Est.

Cependant il faudra noter que le développement spatial de la ville s'était accompagné d'un déséquilibre qui se perpétuait depuis la présence coloniale ceci a poussé les élus locaux qui se sont succédés à doter Thiès d'un aménagement à la hauteur de ces grandes potentialités économiques et sociales. Dans le souci de doter donc la Commune d'équipement à la dimension de son statut va voir émerger des marchés qui étaient au nombre de six (06) dans les années 1980.

A l'heure actuelle la ville de Thiès compte officiellement neuf (09) marchés urbains éparpillés dans les quatre coins de son périmètre. Le Marché Central basé au quartier Escale Nord est le plus grand équipement marchand de la ville, à sa limite Nord est identifié le marché Sam qui jouit d'un statut irrégulier. Pour les marchés de quartiers, nous avons le marché Moussantè dans le quartier Mbambara qui desserve la zone Est de la ville, le marché Grand Thiès qui desserve les quartiers péricentraux, le marché Nguèlaw qui desserve les quartiers Nord Est le marché HLM Thialy qui desserve les quartiers Diakhao Thialy, le marché dit OCAS implanté au quartier Cité Lamy, le marché gare routière, Mbour 1, et le marché HLM route de Mbour spécialisé dans la vente du poisson qui desservent les quartiers de la zone Sud Ouest. Ainsi tous ces équipements marchands cités ici ont été créés en relation avec l'augmentation de la taille démographique mais surtout à l'émergence des nouveaux quartiers qui ont fini par occuper tout l'espace communal.

Cependant si les marchés ont été bien répartis au sein de l'espace de la ville de Thiès, il faudra noter que l'effet escompté n'a pas toujours été atteint. Si le but recherché en créant un marché dans une localité était de mieux rapprocher les populations avec les équipements l'effet inverse a été souvent noté. Ainsi il n'est pas rare de voir les populations s'approvisionnaient dans un marché loin de leur quartier.

Le marché central vu sa position géographique qui le place au centre ville connaît aujourd'hui une position très importante dans l'approvisionnement de la population.

En effet par son dynamisme, le marché central attire un nombre impressionnant de clients provenant des quartiers de la ville qui s'y rendent presque chaque jour pour acheter poissons, légumes, ustensiles de cuisine ou encore pour s'habiller.

Le marché central est aussi fréquenté par bon nombre de commerçants provenant de tous les quartiers de la ville qui viennent vendre leur marchandise ou en acheter pour les revendre dans les marchés de quartiers.

2 – Justification de l'étude : Les marchés centraux comme leur nom l'indique sont en général les équipements marchands les plus dynamiques dans les villes ; c'est des lieux qui grâce à leur position central sont fréquentés par toute la population (clients, commerçants...) dont certains n'hésitent pas à abandonner les marchés de quartiers pour venir s'y ravitailler en denrée de toute sorte ou y exercer l'activité commerciale.

Il s'agit ici donc de faire une étude géographique du marché central, à cet égard il convient de poser la question suivante.

3 – Question de recherche : Quel est l'ère d'influence du marché central au sein de l'espace de la ville de Thiès ?

4 – Intérêt du sujet :

Faire une étude géographique du marché central de la ville de Thiès est une entreprise très intéressante. En effet le marché central est l'équipement marchand le plus grand et le plus dynamique parmi les neuf (9) officiellement reconnus que compte la ville de Thiès. Ce dynamisme fait qu'il a aujourd'hui une dimension nationale voire internationale. Sur le plan scientifique, cette étude est une contribution, une réflexion sur le développement rapide des marchés et la mise en œuvre de solutions de gestion originale et efficace de ces équipements.

Sur le plan social, cette étude nous permettra de mieux connaître les conditions dans lesquelles les acteurs de ses équipements évoluent et éventuellement de recueillir leur perception qu'ils ont de cet espace.

III Méthodologie de recherche

Elle a alterné des phases de documentation et des phases de descente sur le terrain avec des activités de rédaction. Ces phases pourraient être présentées comme suit :

- ❖ Une recherche documentaire
- ❖ Une observation sur le terrain
- ❖ Une réalisation d'un échantillonnage
- ❖ Des entretiens
- ❖ Une enquête de terrain
- ❖ Une méthode d'analyse des données

Sera également énuméré toutes les difficultés et limites rencontrées durant ce travail.

Phase 1 : Recherche documentaire :

Pour mieux aborder ce thème nous avons eu à collecter et à exploiter plusieurs ouvrages et documents ayant trait à notre sujet qui nous a permis d'élaborer une synthèse documentaire. Pour cela nous nous sommes rapprochés de:

- La bibliothèque de l'Université Cheikh Anta Diop [UCAD] de Dakar où nous avons exploité les revues de la littérature et les mémoires de recherche auxquels nous avons pu accéder.
- A la bibliothèque du département de géographie de l'UCAD où nous avons consulté aussi beaucoup de mémoires de maîtrise et de Diplôme d'Etude Approfondie [DEA] qui abordent le thème relatif aux équipements marchands.
- A la bibliothèque de l'Ecole Nationale de l'Economie Appliquée [ENEA] là nous avons trouvé une partie importante des documents qui nous ont permis de mieux cerner notre sujet, ce sont entre autre des mémoires et des revues.
- A la Mairie de la ville de Thiès, qui est le gestionnaire des marchés et qui dispose des textes règlementaires sur l'organisation et le fonctionnement des marchés.
- A l'Agence de Développement Municipal [ADM] qui est l'organe qui appui les municipalités sur plusieurs domaines notamment en matière de réalisation d'équipement comme c'est le cas du projet de réhabilitation du marché central de Thiès en 2003.
- A CODESRIA qui a publié beaucoup d'études et des revus sur les marchés urbains en Afrique de l'Ouest en particulier.

➤ Sur Internet (Google), nous avons aussi trouvé des revus et quelques mémoires publiés qui traitent des questions liées aux équipements marchands en milieu urbain.

Phase 2 : L'observation sur le terrain :

Il s'agira ici d'une descente sur le terrain avant l'enquête proprement dit. Cela nous permettra d'obtenir des informations objectives sur les conditions réelles du marché central, son dynamisme, les produits qui y sont commercialisés, l'organisation de l'espace (l'état actuel des rues, l'espace des maisons riveraines, les trottoirs, les rapports entre les commerçants, etc.), les différents acteurs qui interviennent.

Phase 3 : L'enquête sur le terrain :

Elle sera précédée d'une enquête exploratoire auprès de certains responsables notamment des techniciens et des personnes ressources (techniciens à la mairie de la ville de Thiès, les techniciens de l'urbanisme, les représentants des associations dans le marché central.

Phase 4 : La population cible :

Dans le cadre de cette étude nous avons eu recours à quatre composantes :

- Les commerçants fixes.
- Les marchands ambulants
- Les riverains
- Les clients

Nous avons choisi les commerçants fixes car ils détiennent le statut l'égal au niveau du marché et ils restent souvent le groupe qui se dit victime des effets négatifs qui gangrènent souvent l'espace du marché.

Nous avons pris aussi les marchands ambulants qui font partie intégrante du marché central de Thiès, leur statut d'irrégulier fait qu'ils occupent l'espace public et sont des concurrents de premier ordre des commerçants fixes.

Nous avons aussi choisi les riverains qui partagent avec les marchands le même espace mais aussi ils sont en général les propriétaires des magasins et boutiques qui sont à l'intérieur et aux alentours du marché. Nous les avons choisi également car ils sont souvent victimes des effets négatifs issus des encombrements qui voient les devantures de leurs maisons occupées par les marchands.

Les clients sont les principaux bénéficiaires des activités commerciales.

Phase 5 : Échantillonnage :

Un échantillon composé de l'ensemble des unités commerciales a été effectué.

Ainsi nous avons pris les commerçants fixes établis sur le site officiel du marché qui sont estimés selon la Mairie de Thiès à environ 1244 personnes qui occupent (cantines, étals, boxes de poisson, loges de boucherie...).

Ajouter à ce nombre les commerçants fixes installés hors du site officiel c'est-à-dire aux alentours du marché. Il s'agit des commerçants installés dans les magasins et cantines appartenant aux riverains du quartier Escale Nord. Ils sont estimés à environ 1256 (voir Plan Directeur d'Urbanisme [PDU] de Thiès horizon 2005-2025).

Pour les marchands ambulants dont le nombre exact reste inconnu, nous avons procédé à un recensement par décompte aux heures de pointe dans les différents axes du marché où ils sont installés. Ce décompte nous a permis d'avoir des chiffres approximatifs.

Marché « Mbeukeunté » situé sur l'intersection rue de la poste et Amadou.G.Sow, ils sont estimés à environ 200 personnes. Sur la rue Amadou.G.Sow les ambulants sont estimés à environ 600 personnes.

Sur l'avenue Chevalier Ira Aldridge débouchant sur l'entrée de la gare nous avons environ 250 marchands ambulants.

Avec ce recensement effectué sur le terrain faute d'avoir des données auprès des structures qui gèrent le marché, nous avons totalisé un nombre de 1250 marchands ambulants environs.

Pour les maisons riveraines, nous avons procédé au décompte de l'ensemble des concessions aux alentours ce qui nous a donné 46, dont quelques unes sont soit fermées soit des parcelles nues.

Ainsi pour notre échantillonnage nous avons procéder comme suit (voir tableau n° 1 annexe).

Phase 6 : Démarche de recherche :

Les techniques d'enquêtes retenues ici sont les suivantes :

- L'observation directe : c'est une phase qui nous a permis de nous familiariser avec notre zone d'étude et d'avoir un aperçu sur le phénomène à étudier, il nous a permis également de connaître les différentes cibles à enquêter. S'était également l'occasion pour nous d'avoir une appréciation sur l'efficacité du dispositif de gestion établi par la mairie.
- Le questionnaire il est destiné aux différents groupes qui s'activent au sein du marché : commerçants fixes, marchands ambulants, les riverains les clients, et un guide d'entretien pour la Mairie les services étatiques et les associations commerçantes pour avoir leur perception qu'ils ont du marché central.

➤ Le guide d'entretien adressé aux agents de la commune et des gestionnaires du marché nous a permis de donner aux personnes concernées la latitude de répondre aux questions qui leur sont posés étant donné aussi qu'il est moins directe que le questionnaire il peut permettre d'avoir le maximum d'information.

Phase 7 : Méthode d'analyse des données recueillies :

De nombreux outils ont été utilisés afin de disposer des résultats qui pourront confirmer ou infirmer notre hypothèse de départ.

Pour l'exploitation des données recueillies nous avons utilisé l'outil informatique. Ainsi pour la saisie et le traitement de texte nous avons utilisé Word. L'outil Excel nous a permis de traiter nos variables quantitatives de disposer de graphiques et des tableaux.

Pour la confection de nos cartes thématiques nous nous sommes approchés du service du cadastre de Thiès, nous avons également exploité Google Earth.

Phase 8 : Discussion conceptuelle :

Pour éviter des interprétations discordantes sur la portée des concepts qui seront utilisés dans ce texte, nous pensons qu'il est important de fixer les bases d'une compréhension mutuelle qui permettront à tout un chacun d'avancer rapidement dans la lecture de ce mémoire.

Dans ce sens, nous voudrions préciser puis discuter un certain nombre de concepts relatifs au marché qui ont un rapport direct avec notre Thème.

a) Le marché

Le Marché dans le dictionnaire de la géographie est défini comme « Lieu de commercialisation de produits vendus au détail et l'action de commerce elle-même ; comme tel, facteur d'organisation de l'espace urbain, surtout dans les villes traditionnelles »³ Dans son sens élargi, on l'applique à toutes les formes d'échanges, à toutes les catégories qui concernent les surfaces marchandes (marché national, marché urbain), à tel produit (marché au poisson, marché de légumes...). Mais c'est d'abord le lieu physique de l'échange, particulièrement celui des produits vivriers. Le vocable commun de «marché» recouvre aussi deux entités territoriales distinctes, selon que l'on considère l'équipement seul, ou cet équipement avec la zone commerciale «le grand marché» dont il a souvent suscité la création. Les emprises effectives de ces zones commerciales sont d'ailleurs difficiles à déterminer, dans la mesure où le processus d'extension s'effectue

³ P. George. Presses universitaires de France. Paris. 1974. édition n°33148. p265.

souvent de façon permanente selon une dynamique qui demanderait à être suivie presque mois par mois.

Le marché est aussi un lieu public, en plein air ou couvert où l'on vend et où l'on achète des marchandises.

Du point de vue des caractéristiques physiques on peut schématiquement classer ici les marchés en zone urbaine en deux grands groupes : les « marchés centraux et les « marchés de quartiers ».

❖ **Les marchés centraux** : Ils ont d'origines souvent anciennes, de taille plutôt réduite car ils ont été implantés dans le cœur commercial des cités. Leurs emprises ont été bien circonscrites dès leur création. Ils sont fortement structurés et organisés, le commerce de produit manufacturé y est en général dominant ; ils rayonnent sur la totalité de la ville.

❖ **Les marchés de quartiers** : Désignent les regroupements d'étals et boutiques de proximité, souvent précaires, dont le rayonnement ne dépasse pas le quartier. Ce sont les marchés situés aux abords des gares routières, les marchés de rue, les « marchés de nuit » etc.

b) Le commerce : Échange de marchandises, activité d'achat et de revente en l'état ou après transformation d'un produit, d'une valeur (Petit Robert). « Le commerce est une forme d'échange dans laquelle, pour des besoins de la transaction, les biens échangés sont considérés comme étant d'égale valeur. La monnaie peut être l'un de ces biens. Les marchandises qui servent d'étalon de mesure, de moyen d'échange et d'accumulation sont appelées "monnaies". L'activité commerciale a pour cadre les marchés, les places de courtage et les établissements de commerce proprement dits : boutiques, comptoirs, etc. »⁴.

c) La centralité :

C'est un terme qui a été proposé pour la première fois par W.Christaller en 1933. La théorie des lieux centraux explique l'organisation spatiale et hiérarchique des réseaux urbains par la fonction économique des villes, qui est de distribuer des biens et des services à une population répartie dans un territoire. Le concept-clé de centralité : l'offre et la demande de biens et services se rencontrent et s'échangent dans des lieux privilégiés par leur accessibilité, qui sont des marchés dénommés « lieux centraux ». Chaque établissement

⁴ P.E Lovejoy. "Commerce». in Dictionnaire de l'ethnologie et de l'anthropologie. Bonte-Yzard. Puf-Quadrige 2002.

de commerce ou de service exerce une attraction sur une clientèle plus ou moins étendue, qui convergent vers ce centre élémentaire.

L'influence qui définit ainsi un centre et sa zone d'influence est appelée **polarisation**.

d) « Le secteur informel » :

Il est défini dans le dictionnaire universel comme étant un secteur non soumis aux normes d'organisation et de gestion, qui laisse déjà voir le caractère large de ce secteur.

Depuis le début des années quatre-vingt (80), le secteur informel bénéficie d'un intérêt grandissant de la part du monde de la recherche, des instances de la planification et des centres de décision en matière de politique économique. Il y a lieu de s'intéresser à l'analyse des mobiles macro-économiques qui sont à l'origine de l'émergence du secteur informel, à la présentation des motivations des promoteurs, de leurs caractéristiques socio-économiques, des besoins micro-économiques et des relations que le dit secteur entretient avec son milieu.

Hernando de Soto⁵ s'appuyant sur plusieurs années d'observations empiriques du phénomène informel au Pérou présente le secteur des activités informelles dans son livre « The Other Path » comme suit « l'économie informelle est une forme de réponse spontanée de créativité et de production à l'incapacité de l'Etat de satisfaire les besoins essentiels des masses pauvres déshéritées ». Les principaux acteurs de ce secteur se retrouvent parmi les populations désavantagées, démunies, sans formation et sans autres ressources, ni capitaux propres pour accéder au système institutionnel de crédit et de financement.

e) Transformation du tissu urbain de proximité :

Il s'agit de la substitution progressive de la fonction habitat au profit de la fonction commerciale plus spécialement les commerces de gros et les activités de stockage dans les îlots proches des marchés. Ce processus trouve sa source dans la pression foncière qui découle des installations du marché en lui même, et des revenus locatifs élevés qui sont ainsi offerts aux propriétaires des parcelles. Il est probablement renforcé par le fait que les négociants eux même trouvent souvent intérêt à s'implanter dans ces îlots plutôt qu' à négocier des emplacements avec les sociétés de gestion ; ils bénéficient ainsi de la rente de situation due à la proximité immédiate du marché.

⁵ Réputé économiste péruvien né en 1941. Son ouvrage majeur et le mystère du capital : Pourquoi le capitalisme triomphe en occident et échoue partout ailleurs publié en 2000.

f) La gestion des marchés :

Selon le Littré, gérer c'est administrer, c'est prendre des décisions. Appliqué à notre thème la gestion signifie toutes les décisions ayant trait à l'organisation et au fonctionnement des marchés. La loi n° 76-66 du 2 juillet 1976 portant code du domaine de l'Etat énumère les marchés comme appartenant au domaine public artificiel de l'Etat. On aurait du s'attendre donc à ce que sa gestion soit confiée à l'Etat ; par conséquent à des services du Ministère du commerce. Dans la loi 96-07 du 22 Mars 1996 portant transfert de compétence aux Régions, Communes et Communautés Rurales prévoit une telle solution. Ainsi par cette loi, la collectivité locale (commune ou communauté rurale) est chargée de la gestion des équipements marchands existants dans les limites de son territoire. Elle peut dès lors, si ses capacités le lui permettent, en assurer la gestion ou, si elle le désire, déléguer celle-ci à un partenaire public ou privé.

Différents modes de gestion sont ainsi autorisés. Parmi eux trois seront essentiellement étudiés :

❖ *La régie directe :*

La gestion en régie directe est un système par lequel la collectivité locale prend entièrement en charge la gestion et l'exploitation de l'équipement marchand. L'ensemble des opérations liées à l'organisation, à la gestion et à la collecte des droits de marché est assumé par la collectivité locale elle-même. Ce mode de gestion permet à la collectivité de maîtriser tout le processus de mobilisation des ressources financières générées par le marché. Il peut être exercé sous deux formes à savoir :

➤ La gestion par les services propres de la collectivité.

La gestion est assurée par les services propres de la collectivité qui agissent sous la responsabilité de l'autorité exécutive (Maire ou PCR).

➤ La gestion par une régie autonome.

La collectivité met en place une régie juridiquement et financièrement autonome avec ses propres organes de gestion, son comité d'exploitation et son personnel.

❖ *La gestion déléguée :*

C'est un système qui permet à la collectivité de déléguer à un partenaire public ou privé, l'exploitation et la gestion d'un équipement marchand conformément aux conditions fixées par un cahier de charges dûment négocié et signé par les deux parties. Ce mode de gestion repose sur la signature d'une convention qui fixe les clauses, les conditions générales et particulières de la délégation ainsi que les droits et obligations des deux parties.

Le délégataire supporte toutes les charges d'exploitation et de gestion de l'équipement marchand. Il est rémunéré sur la base d'un pourcentage du solde d'exploitation défini dans le cadre de la convention.

Cette formule permet à la collectivité de se décharger des frais liés à l'exploitation et à la gestion de l'équipement et d'exercer en même temps un pouvoir de contrôle sur les activités du délégataire.

❖ *La cogestion*

La cogestion est le système par lequel un partenariat est noué entre la collectivité locale et les acteurs et usagers intervenant dans les différents secteurs d'activité du marché. Il permet d'impliquer les différents groupements et corporations existants dans la gestion quotidienne de l'équipement marchand.

La cogestion permet aux acteurs et usagers d'exercer certaines responsabilités dans le cadre des différentes activités d'organisation, de collecte et ou de contrôle des opérations au sein des structures qui sont mises en place à cet effet.

Cette formule favorise le développement de la « participation populaire » à travers un partenariat permanent entre la collectivité locale et les acteurs et usagers d'un marché.

C'est également un système qui permet à une collectivité de remédier à l'absence de personnel et de s'appuyer ainsi sur les personnes ressources locales disposées à lui apporter leur appui et leur expertise.

Phase 9 : Les difficultés et limites de la recherche :

La principale difficulté de la recherche réside sur le peu d'ouvrages portant sur le marché central de Thiès. Les publications portent d'avantage sur l'étude de la région de Thiès. Les rares documents disponibles sont surtout des rapports internes de l'administration (Direction de l'Urbanisme de Thiès, ADM ...).

Certains rapports d'évaluation de programmes et des projets de recherche ont été consultés. La multiplicité des sources et la masse volumineuse des informations à traiter ont rendu l'analyse plus difficile.

Nous avons à chaque fois essayé de vérifier la concordance des informations en provenance de plusieurs sources. Entre autre difficulté, nous pouvons signaler que notre travail a été retardé par le manque d'interlocuteur à Thiès surtout au niveau de la Mairie.

En effet lors de notre première descente sur le terrain les agents de la Mairie étaient indisponibles. Toute fois lors de notre seconde visite nous avons pu rencontrer le Secrétaire

Municipal [SM] qui nous a accordé un entretien et nous a mis en contact avec le chef de la division des ressources.

Au niveau de la Perception Municipale malgré la lettre déposée au près de la dite structure nous avons eu d'énormes difficultés pour trouver un interlocuteur ou accéder à la documentation.

Sur le terrain les difficultés rencontrées au cours du travail sont afférentes à la réticence des populations à répondre à nos questions notamment les marchands ambulants qui étaient très méfiants et il en était de même pour les riverains.

Lors de l'enquête nous étions confrontés à un manque de temps devant les nombreuses cibles à enquêter.

Objectifs de l'étude :

Objectif général :

Etudier le rôle du marché central dans le processus d'approvisionnement de la ville.

Objectifs spécifiques :

Identifier les différents équipements marchands de la ville de Thiès.

Etudier l'organisation interne du marché central.

Tracer le profil des vendeurs et des acheteurs.

Le lieu de provenance des clients.

La distance parcourue par le client pour accéder au marché.

Déceler les chaînes de commercialisation en insistant sur les flux de marchandises, la nature des produits vendus, leur lieu de provenance.

Identifier les sources d'approvisionnement de ce marché.

Identifier les différents acteurs intervenant dans le marché et leur rôle dans la gestion de ce dernier.

Diagnostiquer les différents problèmes générés par le marché dans son environnement interne et immédiat.

Enfin formuler des propositions allant dans le sens d'améliorer la gestion de ce marché.

Hypothèse de recherche :

Hypothèse 1 : L'implantation d'un équipement au centre d'une ville favorise son dynamisme.

Hypothèse 2 : Les marchés offrant des gammes de produit de qualité à des prix compétitifs sont souvent les plus fréquentés par les populations.

Hypothèse 3 : La surfréquentation d'un équipement marchand entraîne des problèmes de sa gestion.

PREMIÈRE PARTIE

***EVOLUTION URBAINE DE LA VILLE DE THIES :
EFFET SUR LA DISTRIBUTION SPATIALE DES
EQUIPEMENTS MARCHANDS***

PREMIERE PARTIE : Evolution urbaine de la ville de Thiès: effet sur la distribution spatiale des équipements marchands

Chapitre I : Présentation de la ville de Thiès

Ce présent chapitre se propose de faire la présentation de la ville de Thiès cadre de notre recherche. En conséquence nous allons procéder par un repère chronologique de la ville, ensuite faire une présentation de la situation de Thiès à travers la région dont elle est le chef lieu, l'étude de son évolution démographique et spatiale qui sont des éléments qui influencent l'implantation des équipements marchands au sein des quartiers.

A- Repère chronologique :

La première occupation du site remonte à 1804 par une famille sérère « None » qui vivait de l'agriculture, de l'élevage et de la chasse.

Entre l'intervall 1860-1880, Thiès va être marqué par plusieurs événements liés à la colonisation.

Le capitaine de Vaisseau Protet commandant supérieur de Gorée, prend possession du territoire de Dakar pour y construire un port.

En 1860 les français créèrent la liaison Dakar-Saint Louis et pour sécuriser les déplacements, installèrent trois postes coloniaux à Mbidjiène, et Lompoul. La même année Pinet Laparade occupe le village de Thiès pour des raisons d'ordre militaire et de communication. En effet, le site, avec la présence du ravin des voleurs et du massif de Thiès, a constitué le point de passage le plus facile vers Saint-Louis. Aussi des 1862, le village fut détruit et remplacé par un poste colonial en 1864. La création des pistes reliant Thiès à Tivavouane, Taïba, Pout et Sangalkam en 1880, lui donne un regain d'activité.

A partir de 1881 les premiers traitants commencèrent à s'installer à Thiès, ainsi le site commence à devenir une plaque tournante pour les échanges commerciaux et les mouvements militaires vers le Nord et l'intérieur du Sénégal. La voie ferrée Dakar-Thiès-Saint Louis fut ouverte en 1885 et les premiers missionnaires catholiques s'installent en 1886.

La culture de l'arachide commence à prendre de l'extension en 1860, le port de Rufisque prend le relais de celui de Gorée pour l'exportation des arachides. La construction du chemin de fer réduit l'inconvénient de l'éloignement de Dakar par rapport à Rufisque. L'expédition de l'arachide par chemin de fer à partir de Thiès s'est développée et atteint près de 20.000 tonnes en 1891.

Le rôle de ville coloniale et de garnison de Thiès commence à s'affirmer avec la construction de l'actuelle gouvernance et l'installation du premier administrateur civil (1893) l'extension du camp militaire (1894) et de la prison (1896). La population de la ville de Thiès était estimée à 1200 habitants en 1890.

En 1902, Dakar est choisi comme capitale de l'Afrique Occidentale Française [AOF]. Ainsi Thiès commence-t-elle à bénéficier de la proximité et de sa position de porte d'entrée de Dakar. En 1905, les premiers commerçants libano-syriens commencèrent à s'installer à Thiès.

Avec l'entrée de la France en guerre en 1914, le camp militaire fut agrandi au point de faire de Thiès une véritable ville garnison.

L'installation des ateliers de réparation du chemin de fer (1923), la construction du chemin de fer Thiès-Kayes (1927) et le transfert de la direction des chemins de fer à Thiès ont fait de la ville un pôle nœud ferroviaire de premier ordre. Face à cette situation la ville va connaître un important flux migratoire. La population passa de 3000 habitants en 1921 à 13.000 habitants en 1929.

Au cours de la deuxième guerre mondiale, une base aérienne fut construite en 1940. L'après deuxième guerre mondiale a vu, la construction de la route Dakar-Thiès (1952), le doublement de la voie ferrée Rufisque-Thiès, et l'inauguration de la place de France. Ces infrastructures ont eu un grand impact sur l'attractivité de la ville qui atteint 40.000 habitants en 1952.

Au cours de la période 1960-1962, Thiès a connu une baisse d'activité liée à l'éclatement de la Fédération du Mali (retour de plusieurs maliens), le repli des militaires français et des libano-syrien. En dépit de ces phénomènes défavorables, les équipements urbains se sont renforcés avec la construction du Lycée Malick Sy (1965), de l'école polytechnique (1973), de l'hôpital régional (1981) et du stade Lat Dior (1981).

B- Etude géographique :

1- Le site :

La ville de Thiès située dans une région localisée dans le bassin sédimentaire sénégal-mauritanien a été édifiée sur un plateau légèrement incliné vers l'Est qui culmine à 137 mètres, à quelques kilomètres en retrait du rebord qui surplombe à l'Ouest, la presque île du Cap-Vert. Elle est dans le prolongement de l'étroite échancrure du « Ravin des

voleurs »⁶ avec une altitude moyenne ne dépassant pas les 65 mètres, ce qui fait de la ville de Thiès un déversoir des eaux pluviales du plateau.

2- Situation :

La région de Thiès avec une superficie de 6601 Km², soit 3,35% du territoire national, occupe le troisième rang après Dakar et Diourbel des régions les moins étendues.

Elle comptait 1.385.058 habitants en 2005 contre 1.471.754 habitants en 2008 pour atteindre 1.501.675 habitants en 2009 soit 12,5% de la population nationale avec une densité de 227 habitants au Km² en 2009. Selon les projections démographiques établies à partir du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH de 2002). La population de la région de Thiès atteindra 1.691.577 habitants en 2015. On peut dire alors que c'est la seconde région la plus peuplée du pays après Dakar.

Située à proximité de Dakar, la région de Thiès est un prolongement de celle-ci tant sur le plan des établissements humains que sur celui des activités socio-économiques.

La région de Thiès est limitée au Nord par la région de Louga, au Sud par la région de Fatick, à l'Est par les régions de Diourbel et de Fatick et à l'Ouest par la région de Dakar et l'océan atlantique. De par sa position géographique, la région de Thiès constitue un pôle économique émergent grâce à sa position de carrefour et de relais important en matière de transport terrestre. De plus c'est une zone d'attraction des populations avec ses nombreuses installations industrielles touristiques et de la pêche.

Sous un autre registre, la région de Thiès pourrait être présentée avec le portrait qui suit.

- ❖ Superficie : 6601 Km²
- ❖ Population : 1 501.675 habitants en 2009
- ❖ Densité : 227 habitants /km²
- ❖ Département : 03
- ❖ Arrondissement : 10
- ❖ Communauté Rurale : 31
- ❖ Commune : 18 dont 03 communes d'arrondissement dans la ville de Thiès : voir Décret n° 2008-1344 du 20 novembre 2008⁷.
- ❖ Agriculture : première place production maraîchère.
- ❖ Industrie : deuxième place au niveau national avec une quinzaine d'entreprise.

⁶ Lieu de repli des voleurs après leur forfait, il est situé au niveau de « Alou Kagne » près du plateau de Thiès sur la route de Dakar.

⁷ J.ON°6446 du Mercredi 31 Décembre 2008 N - S

- ❖ Tourisme : deuxième place en terme d'arrivées et première place en tourisme balnéaire.
- ❖ Pêche : première place pour la pêche artisanale avec près de 75% des mises à terre.
- ❖ Artisanat : dynamisme très marqué avec une place de choix pour la filière « cuir ».

La ville de Thiès qui est le chef lieu de région, occupe quant à elle une superficie de 6830 ha. Elle est limitée au Nord à l'Est et au Sud par la Communauté Rurale de Fandène, et à l'Ouest par celle de Keur Moussa.



Carte n°1 : Situation géographique de la région de Thiès

Chapitre II : Evolution démographique et spatiale de la ville de Thiès

A- Population :

L'évolution démographique de la ville Thiès est le résultat d'une croissance naturelle dynamique et de mouvements migratoires relativement modérés⁸. Ainsi l'étude de la population donne l'occasion d'analyser son accroissement, sa structure, sa composition et sa répartition qui peuvent déterminer l'implantation d'un équipement dans une zone déterminée.

1- Accroissement :

De simple village en 1860, la ville de Thiès s'est très vite agrandie pendant l'époque coloniale et actuellement, elle est un important carrefour. En effet, en dépit de l'attraction caractéristique de la capitale Dakar sur l'ensemble du pays, la ville de Thiès est une zone d'attraction des migrations urbaines et inter-urbaines, dont le potentiel d'accroissement de la population reste élevé du fait d'une fécondité encore forte. Selon les données de la Direction de la Prévision et de la Statistique, la population de la ville s'est accrue considérablement passant de 115.245 habitants en 1976 à 175.866 habitants en 1988, soit un taux de croissance moyen annuel de 3,6%. Ce taux tendanciel correspond à l'hypothèse de croissance forte de la population retenue par le PUD de 1981-2000.

Selon toujours la Direction de la Prévision et de la Statistique, la population de la ville de Thiès était estimée à 240.320 habitants en 2003 et en 2007 elle est à 268.190 habitants ce qui en fait la quatrième ville la plus peuplée de Sénégal après l'agglomération que constitue Dakar, Pikine, Guédiawaye.

Sur la base du taux de croissance tendanciel, la population de la ville atteint aujourd'hui environ 298.209 habitants. La population additionnelle qui s'installerait à Thiès entre 2003 et 2010 est donc estimée à 57.889 habitants.

2- Répartition par sexe et par âge :

Pour résumer les résultats de l'analyse de la répartition par sexe et par âge de la population de Thiès fait par la Direction de la Prévision et de la Statistique [DPS], les caractéristiques suivantes méritent d'être dégagées. La population est très jeune, la proportion des moins de 20 ans étant de 57,2%. L'indice synthétique de fécondité est de 6,8%, les femmes représentent 53,2% de la population. La tranche d'âge 20-34 ans est marquée par une forte émigration surtout du côté des hommes, d'où une forte baisse du rapport de masculinité pour cette population. Cette tendance se maintient jusqu'au niveau de la tranche des plus de

⁸ PDU de Thiès 2025 page 56

54 ans. Les vieilles personnes, sont faiblement représentées, la proportion des plus de 60 ans faisant seulement 6%.

Ainsi la population thiessoise est caractérisée par sa jeunesse mais également par sa grande mobilité.

3- Répartition par ethnie :

A coté des mouvements migratoires auxquels fait face la ville il faut noter que Thiès est caractérisée par une grande diversité ethnique.

En effet la population thiessoise se définit par son caractère hétérogène, elle comprend quatre grandes composantes ethniques : les wolof et les lébou, les sérère, le groupe poular et le groupe mandingue.

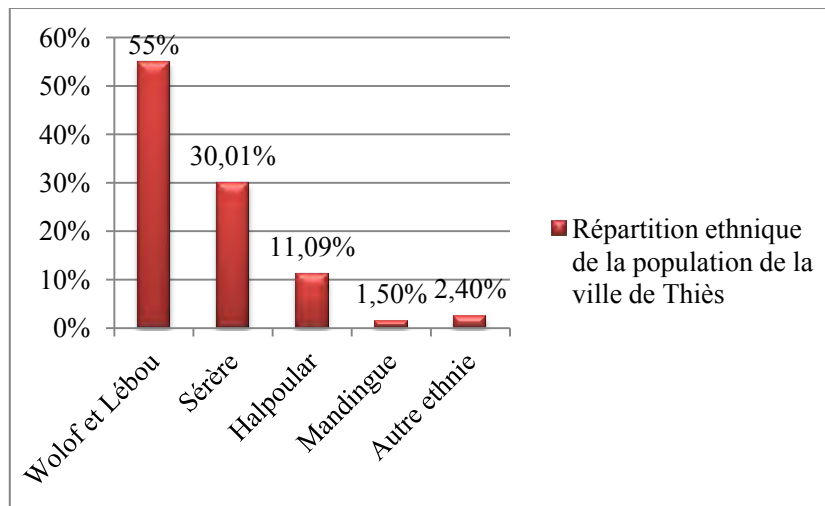
Les wolof sont largement majoritaires avec 55% de la population. Cette prédominance de l'ethnie wolof s'explique par la situation de Thiès par rapport aux régions traditionnelles que sont le Cayor, le Baol et le Ndiambour fiéfs de cette ethnie. Les sérère viennent en seconde position avec 30.01%. A la situation de carrefour qu'occupe la ville de Thiès, s'ajoute le fait que le groupe sérère et sans doute le plus hétérogène des ethnies du pays. L'un des sous groupes les plus représentatifs dans la ville de Thiès est celui des nones qui en sont d'ailleurs les fondateurs.

Le groupe poular qui comprend les toucouleur et les peul, se place en troisième position avec 11,09%. La forte présence de ce groupe peut être attribuée au fait que les halpoularène sont l'une des ethnies les plus mobiles du pays.

En quatrième position, vient le groupe mandingue défini par l'agrégation des ethnies bambara, Sarakolé, mandingue proprement dit, malinké, socé, khassonké et soninké ; il représente 1,5% de la population de Thiès. La forte présence à Thiès de ce groupe s'explique par la position qu'occupait la ville sur la voie ferrée Dakar-Niger.

Enfin nous avons les autres ethnies qui représentent 2,4%. La présence des autres groupes moins représentatifs est à mettre en rapport avec la diversité des activités commerciales dans la ville (peul fouta de la guinéen et les maure).

Ainsi à l'image du Sénégal, Thiès est peuplée de diverses ethnies, dont certaines sont d'origines étrangères.



Grphe n° 1 : Répartition ethnique de la population de la ville de Thiès (D.P.S 2007)

4- Les mouvements migratoires :

La population thiessoise à l'instar des autres populations urbaines est soumise à divers mouvements migratoires allant de la migration intérieure (rurale, intra-urbaine mais également inter-urbaine) à la migration internationale.

S'agissant de la migration intérieure, il faut noter que la ville de Thiès est un carrefour qui reçoit les populations intérieures du pays. Les zones rurales les plus proches du fait des difficultés résultantes des décennies successives de sécheresse connue du pays fournissant l'essentiel des migrants. Cependant, du fait de sa position de carrefour, la « cité du rail » serait plus un relais qu'un pôle d'immigration.

La ville connaît également une migration urbaine dite migration pendulaire. En effet, la population urbaine particulièrement celle des quartiers périphériques effectue des mouvements quotidiens entre leur lieu de résidence et le centre ville qui concentre l'essentiel des activités et services de la ville, notamment les commerces, les services administratifs, les services de santé etc.

S'agissant de la migration inter-urbaine, il faut noter que la région de Dakar accueille plus de la moitié des départs de Thiès, ce qui s'explique aisément par l'offre d'emplois que recèle la capitale. En effet l'émigration inter-urbaine est le fait des jeunes à la recherche d'occupation. Cette migration est également relative au fait que Dakar concentre l'essentiel des écoles de formation professionnelles mais également la plus grande université du pays. L'émigration dans la ville de Thiès se pose également sous sa forme internationale.

Les destinations France, Italie et de plus en plus les Etats Unis sont prisées par les jeunes pour faire face à la crise économique que connaît le pays.

En somme, la population de Thiès à l'image des pays en voie de développement est caractérisée par une croissance démographique rapide, une jeunesse de sa structure, mais également une grande diversité ethnique. Cependant, cette croissance accélérée de la population n'est pas corrélative au niveau de développement des équipements et infrastructures de la ville, ce qui suppose de nombreux problèmes relatifs à la densité d'occupation de l'espace, mais également à l'accès aux équipements et infrastructures de base.

Ainsi nous avons vu que Thiès comme c'est le cas en général des villes moyennes en développement a connu une croissance démographique très rapide. Cette situation va beaucoup influencer l'implantation des équipements au sein de la ville et plus particulièrement les équipements marchands.

B- Evolution spatiale de la ville de Thiès :

La création et le développement de la ville de Thiès s'explique par des raisons stratégiques associées à des éléments de communication par absorption des villages traditionnels et par création de nouveaux quartiers.

Selon le Plan Directeur d'Urbanisme [PDU] de Thiès horizon 2000-2025, l'évolution de la ville s'est faite suivant ces différentes phases :

Jusqu'en 1864, l'occupation du site se limitait au poste colonial.

Vers 1900, les villages déplacés par les nouvelles installations et la base militaire se fixent autour du noyau de base pour former les quartiers de Diakhao et Nguinth. Les quartiers périphériques se sont développés à proximité des installations des ateliers de réparation des chemins de fer. La croissance démographique, consécutive à l'implantation des ateliers des chemins de fer a donné lieu à la naissance des quartiers périphériques tels que Nguinth, Takhikao, Médina Fall, Mbambara et Randoulène.

En 1935, le premier lotissement fut réalisé de part et d'autre de la gare de chemin de fer. Aussi la ville était-elle constituée du quartier commercial de la zone résidentielle, du centre administratif et du camp militaire.

Vers 1940, le développement spatial a principalement porté au Sud-Est et au Nord-Est, le long des grands axes de communication. Seul le quartier de Takhikao demeure séparé de la ville. La création de la base militaire et de l'aéroport va définitivement orienter le développement urbain vers le Nord-Ouest.

La superficie occupée passe à 50 ha en 1940. C'est ainsi qu'en 1940, le premier plan directeur d'urbanisme fut élaboré. Ce plan avait bien classé le secteur Nord et Ouest seul le quartier Diakhao a pu s'élaborer comme zone résidentielle.

De 1947 à 1952, la ville se transforme en profondeur. De vastes avenues furent ouvertes à travers les quartiers périphériques (Diakhao, Takhikao, Randoulène, Grand Thiès et M'bambara). Les constructions en dure commencent à remplacer les cases en paille ou en banco. Le revêtement de la route Dakar-Thiès en 1952 a non seulement contribué à structurer la ville, mais a augmenté son attractivité. C'est ainsi qu'entre 1952 et 1956 on a assisté au développement des anciens quartiers et la création de Grand Thiès au Sud et Médina Fall à l'Est. Le développement spatial rapide de la ville de Thiès a également occasionné le déplacement et l'intégration de villages traditionnels tels que Thiabi, Ouango et Nguinth.

La superficie de la ville atteint 1350 ha en 1956, soit une augmentation moyenne annuelle de 56 ha.

A partir de 1970, l'extension urbaine s'est accélérée avec la sécheresse qui a attiré beaucoup de personnes dans la ville. Aussi les autorités urbaines devaient-elles procéder à une extension des limites communales pour y intégrer quelques villages périphériques. La superficie occupée passa en 1980 à 1933 ha.

En 1981 avec la célébration des fêtes de l'indépendance à Thiès, le besoin de mieux organiser l'espace urbaine s'est fait sentir ; la Société Nouvelle des Etudes de Développement en *Afrique* [SONED-Afrique] fut chargée d'étudier le Plan Directeur d'Urbanisme l'horizon 1981-2000. La ville comptait en 1981 ,132.000 habitants, plus de 7,3 fois la population de 1938.

Le rééquilibrage de l'occupation du sol prôné par le PDU de 1981 n'a pu s'opérer. La tendance du développement de Thiès vers le Sud s'est poursuivie. En effet les principaux lotissements réalisés entre 1981 et 1996 sont situés dans le secteur Sud, Sud-Est et Est. Ils concernent près de 286 ha.

L'occupation de la partie Nord de la ville n'est envisagée qu'à partir de 2004 avec la réalisation d'une Zone d'Aménagement Concertée [ZAC] de 100 ha au Nord de Nguinth.

En résumé, la base militaire, l'aéroport, le camp ainsi que les cultures créent une ceinture à l'Ouest et au Nord empêchant un développement continu dans ces directions où seul le quartier Diakhao avait pu s'installer. Il est à noter cependant que les PDU de 1949 et 1981 avaient classé les secteurs Ouest et Nord comme zones résidentielles.

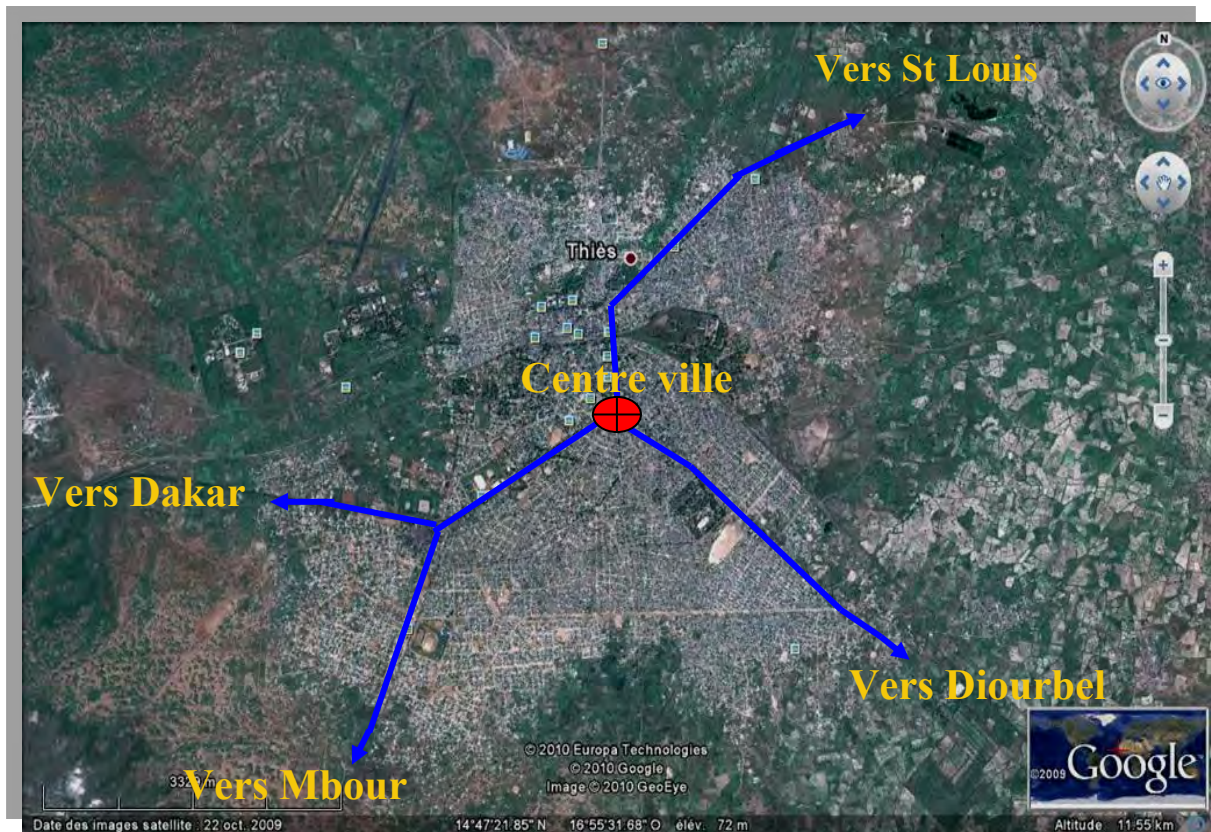
L'urbanisation vers l'Ouest a été favorisée par les voies de communication et les installations ferroviaires. Cependant la partie Est de la cité Balabey bien que proche n'a jamais été occupé du fait de la coupure créée par les installations des chemins de fer.

En somme, nous pouvons retenir que la ville de Thiès à l'image des villes africaines connaît une expansion instantanée en intégrant certains villages traditionnels.

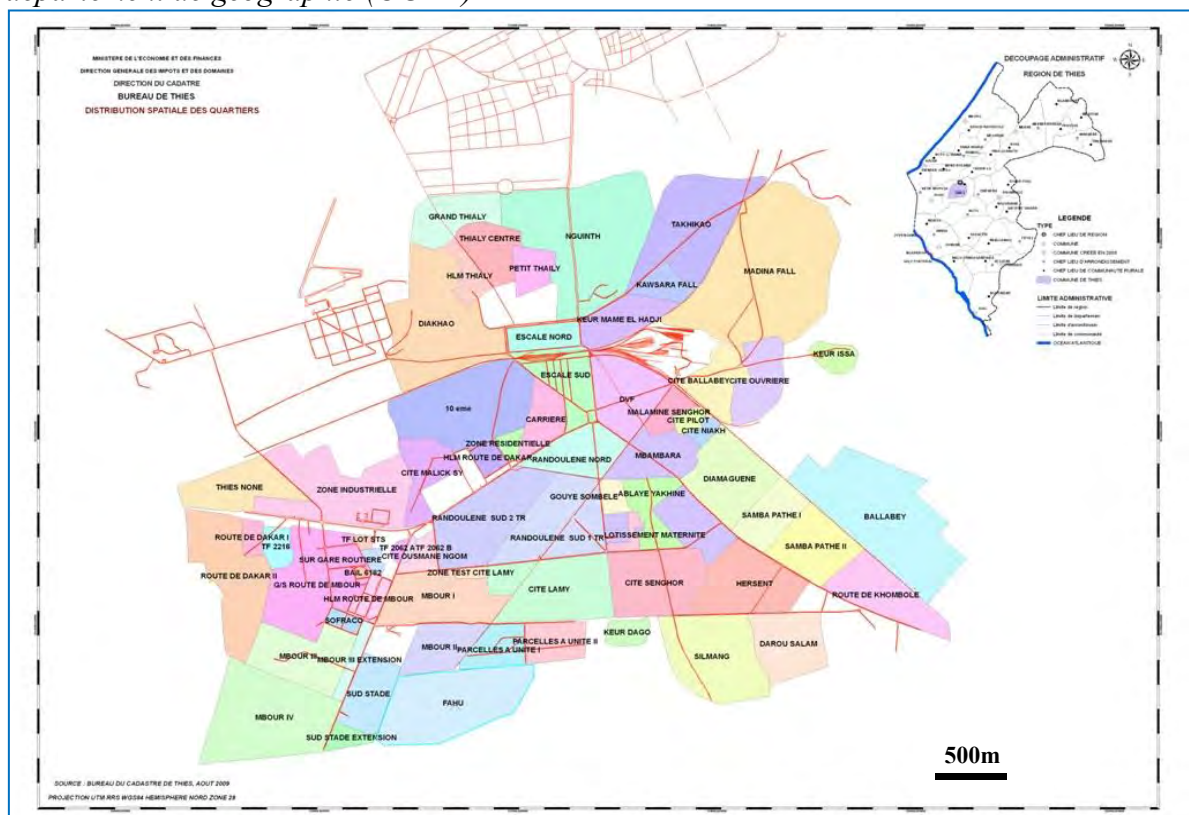
En effet, l'urbanisation a fini par atteindre les villages satellites dont la plupart ont été intégré à la Commune. Il s'agit principalement de Keur Modou Ndiaye, Keur Mbaye Diakhaté, Diassape, Poniène, Keur Saib, Thilman, Thiapong, Thiès None et Keur Issa.

Toutefois cette extension est bloquée au Nord-Ouest par la zone militaire et la zone industrielle. Cette partie de la ville à l'inconvénient d'être dans un site accidenté.

Ainsi la ville s'est développée beaucoup plus au Sud le long de la route de Mbour, au delà des quartiers de Cité Lamy et Hersent. Cette extension pose souvent des problèmes d'accessibilité aux équipements de base, mais également crée des difficultés de déplacement notamment au niveau des zones d'extension souvent privées d'infrastructures. Pour un meilleur fonctionnement de la ville il serait impératif de concevoir des moyens de communication efficaces entre ces zones d'extension et le centre où l'escale regroupe l'essentiel des activités de la ville.



Carte n° 2 : La ville de Thiès vue sous Google Earth améliorée par Mor Talla Lo
département de géographie (UCAD)



Source : Direction du cadastre de Thiès année 2009

Carte n°3 : Distribution spatiale des quartiers de la ville de Thiès

Chapitre III : Présentation et distribution spatiale des équipements marchands de la ville de Thiès

Au Sénégal, la forte croissance démographique, les aléas climatiques qui ont contribué à baisser les rendements dans le secteur agricole et la crise économique et financière que traverse le pays ont réduit au chômage des milliers d'individus dans toutes les catégories sociales et ont eu comme effet, un regain d'intérêt dans l'activité commerciale. La situation des marchés de la ville de Thiès en est une illustration. En effet la ville de Thiès qui ne comptait qu'une demi-douzaine de marchés urbains dans les années 80 a vu ce nombre presque doublé aujourd'hui.

Cette partie se veut ainsi une présentation exhaustive des marchés de la ville leur localisation et leur niveau de service.

A- Les équipements commerciaux :

Les pôles commerciaux sont principalement constitués par les marchés et les rues commerçantes avoisinant. Le centre administratif forme le pôle commercial le plus actif de la ville les autres pôles de commerce formés par les marchés de quartiers sont dispersés à travers la ville ; ils ne sont pas dynamiques à l'exception du marché Moussanté qui a tendance à former le second pôle commercial.

Ainsi les équipements marchands de la ville de Thiès sont les suivants :

Un (1) marché central.

Huit(8) marchés de quartiers dont quatre déficients.

Un abattoir, Société d'Exploitation des Ressources Animales du Sénégal [SERAS].

L'analyse de la distribution spatiale et du fonctionnement des équipements commerciaux énumérés ci-dessus permet de faire les considérations suivantes :

Le marché central constitue le principal centre commercial de la ville de Thiès, il est situé dans le quartier Escale Nord. Les huit (8) autres marchés officiellement reconnus sont des marchés de quartiers. Ils sont constitués par, Moussanté, Grand Thiès, OCAS, Nguélaw, Gare routière, Thialy, Mbour I et HLM route de Mbour. On peut noter en plus de ses marchés de quartier, des marchés spontanés dont le marché Sam au centre ville et les marchés Khelcom et Kheulgeu tous deux établis dans la partie Sud-Est de la Commune.

L'abattoir (SERAS), situé dans le quartier de Champ de Course sur la route de Diourbel est fréquenté principalement les matinées entre 6h et 10h ; il approvisionne en viande tous les marchés de la ville.

1 - Les équipements marchands :

Comme nous l'avons évoqué au début de ce chapitre, la ville de Thiès compte neuf (9) marchés urbains dont les plus connus sont le marché Central, le marché Moussanté, le Marché Grand Thiès. Cependant il faut savoir que la création de ces marchés est née à partir de deux manifestations essentielles, la première est liée à l'histoire de la ville, la seconde est due à la manifestation des nouveaux quartiers.

a) Le marché central historique et évolution spatiale :

Le marché central de Thiès a vu le jour en même temps que l'agglomération prenait figure urbaine avec l'accroissement de sa population, la diversification de ses activités et l'installation des services administratifs coloniaux à l'escale destiné à devenir le cœur de la cité. Essentiellement orienté vers le ravitaillement quotidien des citoyens en denrée périssable, le marché central a été jusqu'à l'indépendance un organisme de distribution complémentaire du commerce boutiquier disséminé à travers la ville. La clientèle était surtout constituée d'européen et de levantins⁹ et son aire de distribution dépassait à peine le quartier Escale. Mais dès l'indépendance, du fait des transformations structurelles imposées au commerce arachidier et du déclin commercial que celle-ci ont entraîné. Dans le milieu urbain, le marché a été promu au premier rang en devenant le siège de ce commerce vivrier dans l'escale.

Ainsi donc au cours de l'histoire le marché a connu plusieurs évolutions sur le plan spatial. Bâti sur une superficie de 10.960 m², le marché est divisé en quatre grandes halles (îlots) reliées entre elles par des souks et des cantines qui se succèdent sur six rangées.

**** Quelques dates repères :***

- **1952 - 1962** Construction des deux premiers îlots (A-B)
- **1962 - 1987** Début d'implantation de l'îlot (B)
- **1987 - 2002** Occupation complète de l'îlot (C-D)
- **2003 - 2010** Extension du marché vers l'Ouest avec la construction du centre commercial Général de Gaulle dont le chantier est en cours.

**** Localisation et description général du marché central de Thiès :***

Il est situé dans l'Escale Nord sur un terrain du domaine privé de la Société Nationale de Chemin de Fer ; le marché de poisson ou Sam rattaché au marché central se trouve

⁹ Marocain et libano-syrien

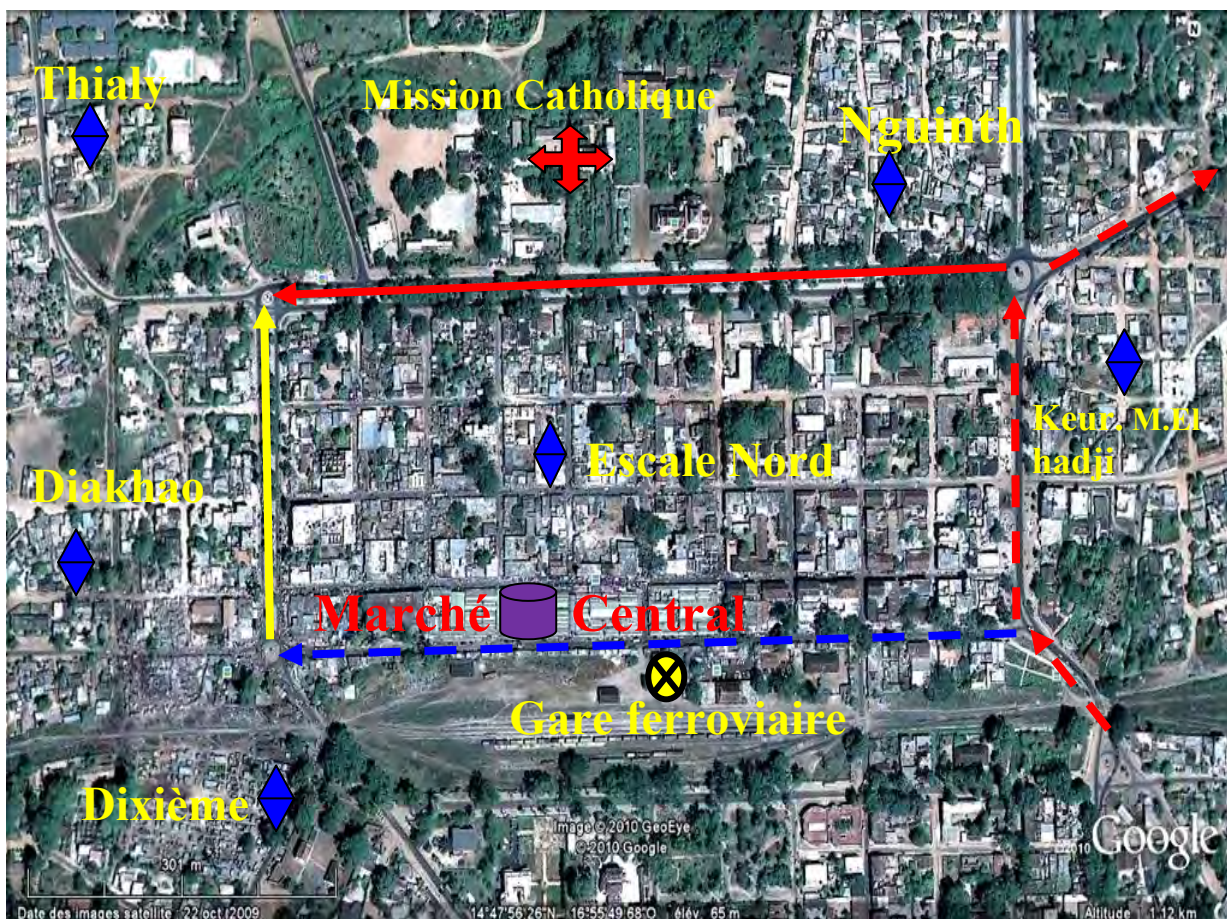
entièrement dans le domaine de la Société Nationale des Chemins de Fer du Sénégal [SNCS] D'ailleurs, ce terrain est réclamé par ladite société pour ses travaux d'extension¹⁰.

Le Nord et l'Est du marché central sont occupés par des titres privés. Le marché central est un marché polyvalent avec la vente de denrées alimentaires de première nécessité, de produits manufacturés et la présence de plusieurs corps de métier ; cordonniers, tailleurs, coiffeurs. Il assure en même temps la fonction de marché de gros de la ville. Cela lui confère une aire d'influence à l'échelle de la ville et du département.

Face à un appel des populations de plus en plus marqué, le marché central n'offre plus de possibilité d'extension sur le plan foncier. Il en a résulté une concentration des activités et un encombrement de la voie publique ne permettant pas une fluidité de la circulation.

En dehors des installations fixes, cantines, étals, loges édifiés par la Commune ou par les exploitants, l'occupation est anarchique. Généralement, les vendeurs s'installent là où ils estiment pouvoir écouler leurs marchandises, sans se soucier outre mesure de l'intervention des agents communaux.

¹⁰ Lettre n°0312/SNCS du 15 Mars 1991 du Directeur Général de la SNCS.



Fond de carte Google (le 22 Octobre 2009)

Légende



Carte n°4 : Situation géographique du marché central de la ville de Thiès

b) Les marchés de quartiers :

L'avènement des nouveaux quartiers dans la ville de Thiès donne une idée de la croissance démographique et son corolaire en besoin d'équipements marchands. Ainsi en dehors du marché central nous retrouvons des marchés de quartiers éparpillés dans les différents points stratégiques de la ville.

**** Le marché Moussanté :***

Situé sur l'avenue Bourguiba à la hauteur de la grande mosquée des mourides, il est bâti sur une superficie de 8.500 m² et abrite 292 cantines. L'équipement se résume à l'existence de deux hangars dont l'un abrite les vendeurs de légume et l'autre les marchandes de poisson. Sa particularité réside dans l'abondance des produits artisanaux : marmite en fonte, fourneaux malgache, nattes, paillages. Deuxième marché de la ville par son importance, il connaît une activité quotidienne intense et à tendance à former le second pôle commercial de la ville ; desservant notamment les quartiers péricentraux et la zone Est. Il est érigé irrégulièrement sur le titre foncier privé n° 470 dans le quartier Mbambara. Il a été l'objet d'un plan mais ce dernier n'est point respecté par la plupart des exploitants. En effet ce marché connaît un débordement systématique reflet d'un manque d'organisation de l'espace.

**** Le marché Grand Thiès :***

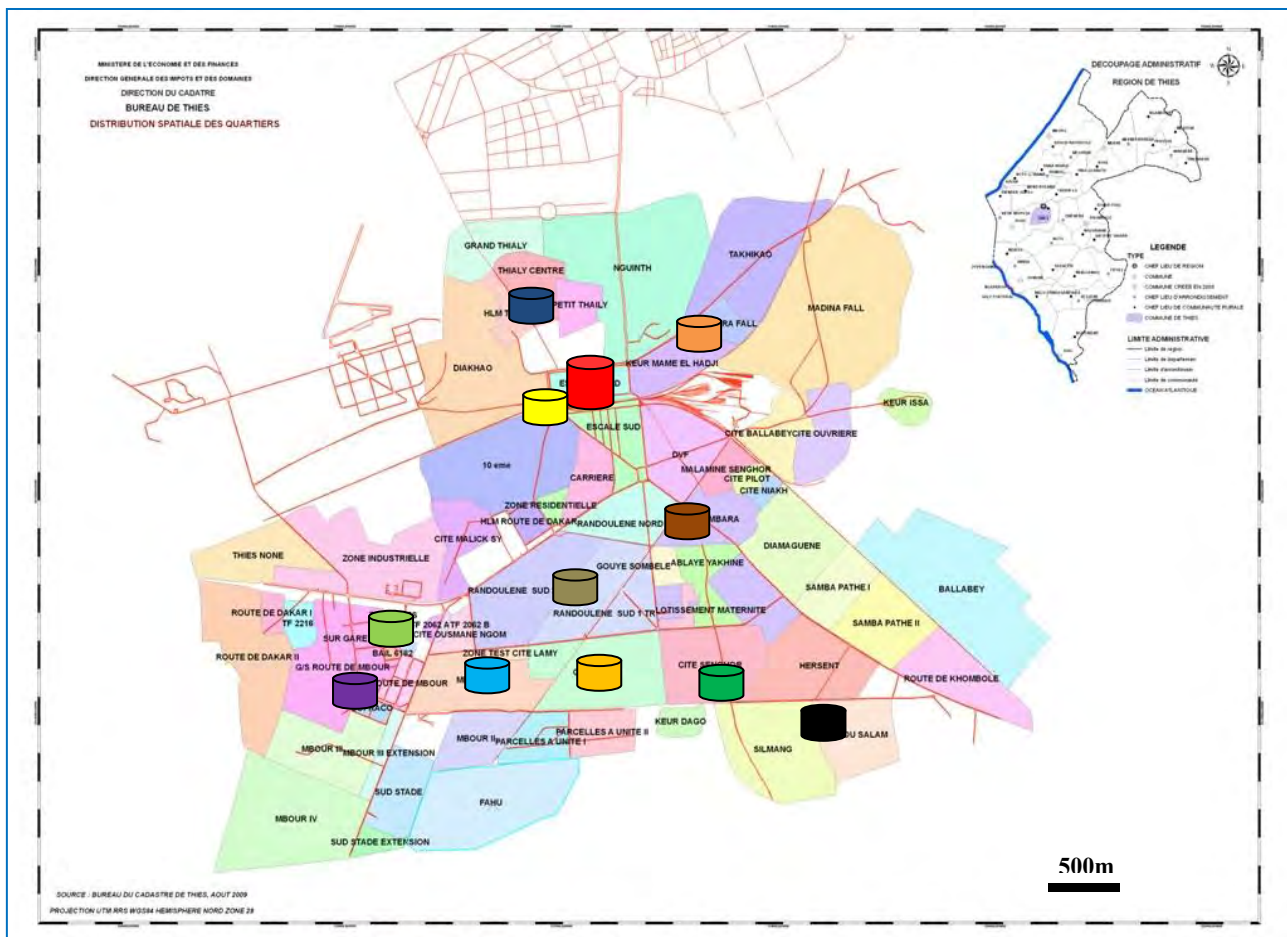
Il est situé au quartier grand Thiès à la hauteur du rond point Normandie. Avec une superficie de 9500 m² et 367 cantines à son sein, il desserve les quartiers péricentraux comme Randoulène Sud, Cité Lamy, Som etc.

**** Le marché Sam: (marché spontané)***

Il existe depuis 1987. Conçu à l'origine pour accueillir les mareyeurs, petit à petit il a vu s'installer des marchands ruraux venant écouler leurs produits (céréales, légumes, fruits, poulets...) avec des prix concurrentiels. Ce phénomène va plus tard enclencher une occupation systématique de cet espace qui ne répond à aucun critère normatif de marché fonctionnant de 7 h à 11h. Les vendeurs qui n'ont pu obtenir de place dans le marché central ont trouvé là une occasion de s'installer créant ainsi une atmosphère de concurrence qualifiée de déloyale par les commerçants à l'intérieur puis que les ménagères qui ont désormais des légumes à proximité du poisson ne trouvent plus le besoin d'entrer dans le marché central pour faire leurs achats. C'est ainsi que des propriétaires de cantines du marché central sont amenés à transférer une partie de leurs produits à Sam avant de réintégrer leur place régulière vers 11 h. Cette situation est à l'origine d'une vive

controverse entre commerçants et mareyeurs qui à la longue pourrait évoluer en conflit ouvert si des mesures n'étaient pas prises à cet effet.

Les autres marchés moins structurés ont été créés avec la manifestation des nouveaux quartiers. Leur rayonnement dépasse rarement les quartiers limitrophes : il s'agit du marché Nguélaw au Nord-Est de la ville à la limite des quartiers Keur Cheikh, Takhikao et Médina Fall, le marché Thialy au Nord-Ouest, il abrite 76 cantines, Les marchés Gare Routière (367 cantines), Mbour 1 spécialisés dans la vente de poisson (94 cantines) et HLM route de Mbour (111 cantines) couvrent la zone Sud-Ouest. Le marché OCAS au quartier Cité Lamy, le marché Khélcom à Cité Senghor et le marché « Kheulgeu » couvrent ensemble la zone Sud-Est de la ville.

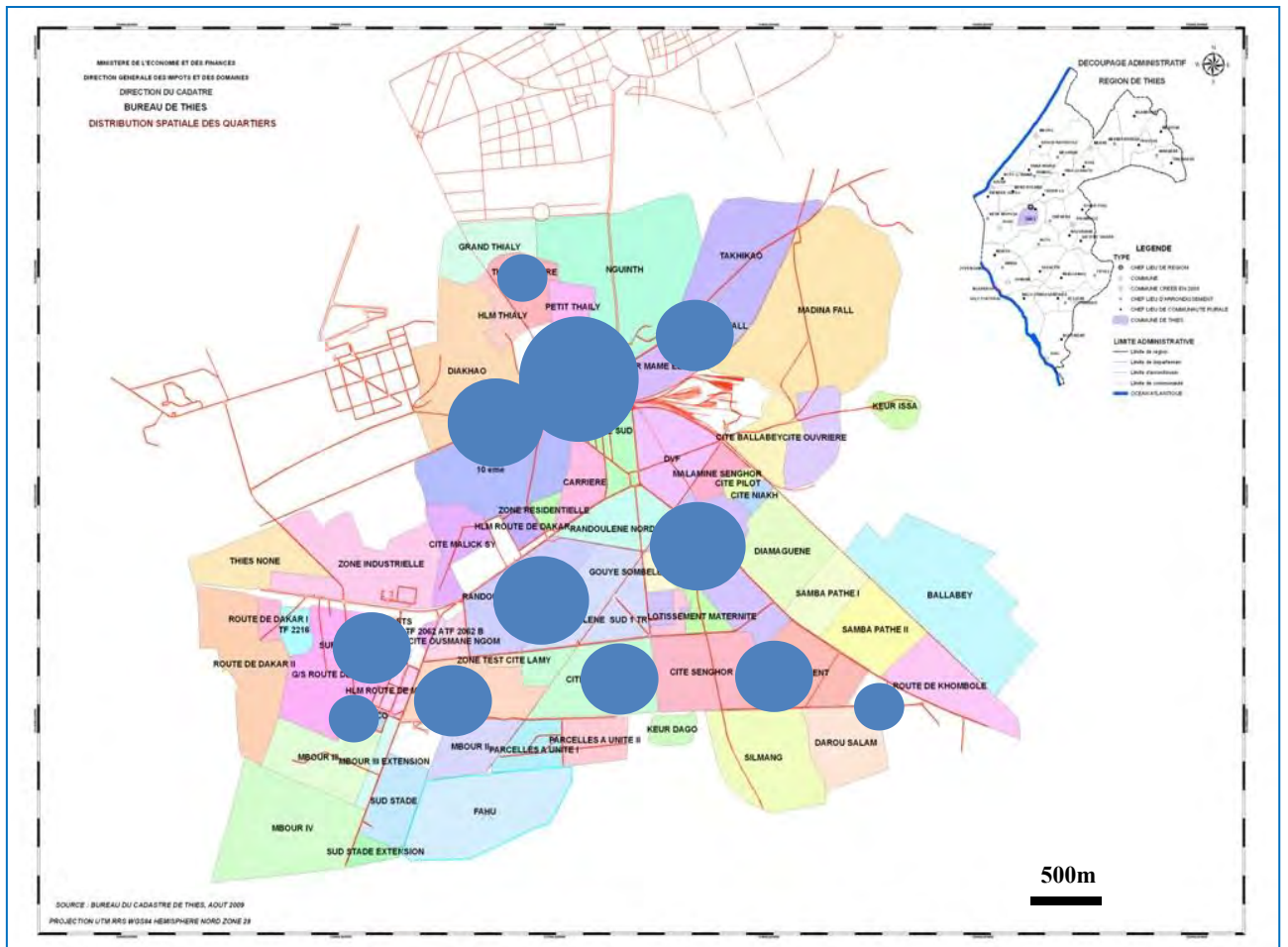


Source : Fond de carte Direction du Cadastre de Thiès habillé par Mor Talla Lo, département de géographie (UCAD).

Légende





	Marché Central
	Marché Moussanté
	Marché Grand Thiès
	Marché Sam (marché spontané)
	Marché Mbour 1
	Marché Gare routière
	Marché Mbour 2
	Marché Nguélaw
	Marché HLM Thialy
	Marché OCAS
	Marché Cité Senghor «Khélcom »
	Marché « Kheulgeu »

Carte n°5 : Distribution spatiale des équipements marchands de la ville de Thiès



Source : Fond de carte Direction du Cadastre de Thiès habillé par Mor Talla Lo, département de géographie (UCAD).

Légende

-  Grand marché central
-  Marchés de quartiers très dynamiques
-  Marchés de quartiers de moindres envergures
-  Marchés peu fréquentés

Carte n° 6 : Hiérarchisation des différents équipements marchands de la ville de Thiès

B- La centralité et son rôle :

En reconsidérant la carte des marchés, le centre-ville communément appelé quartier Escale se reconnaît par sa forme rectangulaire topographique cernée par un anneau de boulevards (carte n°4 page 33).

A l'examen du maillage tracé par la voirie et surtout de la distribution des équipements urbains caractéristiques, nous pouvons observer la présence de :

La gare ferroviaire la police, la gouvernance, la poste central, la mission catholique.

De cette présentation, nous pouvons retenir que Thiès possède une structure urbaine très centralisée héritée de son passé colonial.

La polarisation se trouve l'ensemble formé par l'escale quartier résidentiel, là où à l'origine, elle s'est développée au début du 20^{ème} siècle.

Cet ensemble est un pôle administratif qui abrite à son sein l'autorité municipale. Il inclut la « place de France », dénommée aujourd'hui promenade des thiessois qui est le symétrique de la place de l'indépendance à Dakar, l'agence de la poste, la Direction des Impôts et Domaines le tribunal régional et départemental le Conseil Régional, la Caisse de Sécurité Sociale...

C'est un pôle de communication qui se résume à l'importance de la gare ferroviaire qui fut un facteur de brassage assez dynamique entre les populations du Sénégal du Mali et même du Niger.

Enfin, c'est un pôle commercial qui regroupe l'essentiel des activités tertiaires : toutes les banques (BICIS, CBAO, SGBS, BISIC, CNCAS, CMS, ACEP...), les plus grands marchés urbains de la ville, tous les supermarchés, l'essentiel du commerce de gros.

Quand aux anciennes maisons de commerce si elles ne sont pas fermées, elles sont transformées pour d'autres activités plus modernes.

Globalement, ces trois pôles forment un tout cohérent constituant le centre de gravité économique, administratif et social, conférant ainsi au marché central un caractère de centralité très marqué.

A travers ce chapitre nous avons vu que Thiès est une ville qui a connue une croissance démographique et spatiale remarquable, ces deux phénomènes combinés ont engendré l'avènement des nouveaux quartiers d'où la nécessité pour les autorités municipales qui se sont succédés de créer de nouveaux marchés.

Cette première partie nous a permis de constater un nombre d'indices qui ont des impacts considérables sur les conditions dans les quelles les équipements marchands ont été

implantés dans la ville de Thiès. Parmi ses indices nous en avons souligné deux à savoir la croissance démographique et le dynamisme spatial de la ville.

Cependant pour mieux aborder ces deux thèmes nous avons essayé de retracer l'histoire de la ville de Thiès.

En effet comme nous l'avons évoqué Thiès est une ville coloniale dont le centre nerveux était implanté au niveau de l'escale. C'est à partir de cet escale donc que la ville va se développer avec le commerce de l'arachide, la gare ferroviaire, suivi de l'avènement des premiers quartiers implantés tout au tour. Ainsi l'escale était considérée comme le centre commercial de la ville où les gens pouvaient s'approvisionner.

L'année 1960 indiquant la fin de la colonisation sera retenue comme date-charnière, elle marquera en effet la fin de l'économie de traite qui précipitera le déclin des escales.¹¹

La fin de la colonisation ouvrira ainsi une ère nouvelle dans la ville de Thiès avec l'implantation des industries, l'expresse Dakar Bamako...

Ainsi très vite la ville va connaître une prospérité qui va se traduire par un dynamisme démographique est spatiale remarquable. Cette situation va pousser les élus locaux à créer des équipements marchands partout où la population était nettement présente. Evaluer à une demis douzaine dans les années 1980, Thiès se verra ainsi doter dans les années 90 de neuf marchés urbains dont les plus importants comme nous l'avons souligné sont le marché central, le marché Moussanté, le marché Grand Thiès et le Marché Sam même si ce dernier est considéré comme irrégulier. Nous avons dans cette partie décrit ces marchés à travers leur histoire, leur implantation géographique dans l'espace de la ville de Thiès. Cette première partie nous a permis en particulier d'avoir un aperçu sur le marché central cadre de notre étude, nous allons dans la deuxième partie de ce travail essayer d'aborder sont organisation interne.

¹¹ Ndiaye. M : Le marché et son espace dans l'agglomération dakaroise. Thèse de doctorat de troisième cycle de géographie UCAD. 1997. p17.

DEUXIÈME PARTIE

***Organisation interne du marché central de
Thiès***

DEUXIEME PARTIE: Organisation interne du marché central de Thiès

Chapitre IV : Analyse du système d'organisation du marché central

De par sa dimension et son fonctionnement, qui sont beaucoup plus complexes que celles des autres marchés de la ville de Thiès, le marché central bénéficie d'une organisation et d'un niveau d'équipement très moderne. En effet le marché a enregistré durant la période 2003-2005 une réhabilitation qui a engendré une modernisation de ses structures. Ce sont entre autre des îlots réfectionnés dans lesquels on compte de nouvelles cantines, des étals, des édicules publics, des dessertes etc.

A- Le niveau d'équipement :

Les équipements représentent un caractère clé dans l'appréciation de tout marché car ils jouent un rôle fondamental dans le fonctionnement de ce dernier et dans son environnement immédiat.

1- Caractéristique des unités de vente :

S'agissant du marché central de Thiès, ce dernier s'étend sur une superficie de 10.960 m². Il comprend essentiellement quatre îlots (A-B-C-D) et un centre commercial en chantier.

a) Les cantines :

D'après les données statistiques recueillis auprès de l'équipe municipale les cantines au niveau du marché central s'élèvent au nombre de sept cent soixante neuf (769) soit 61,81% des installations ; elles sont construites en dure avec de variantes dimensions.

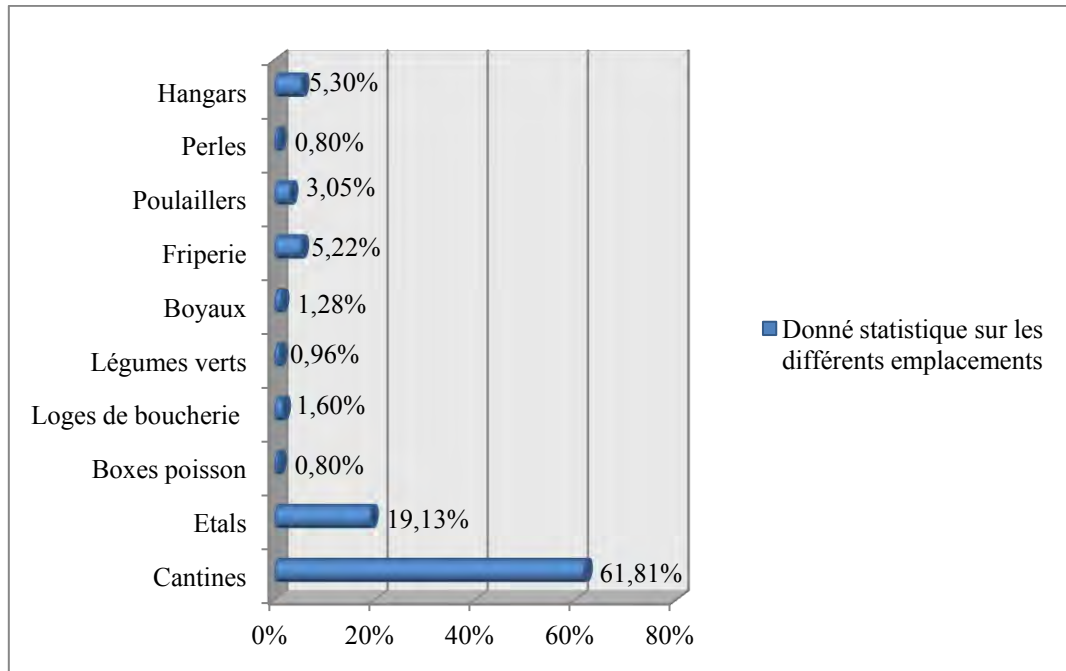
Ainsi nous avons au niveau de l'îlot A 189 cantines, îlot B 222 cantines, îlot C 182 cantines, îlot D 178 cantines.

b) Les étals :

Ce sont les installations dominantes après les cantines, ils sont au nombre de deux cent trente huit (238) soit 19,13% des installations du marché officiel. On les trouvent aussi partout aux alentours du marché, sur les trottoirs ,comme toutes les voies contigües et selon les relevés qu'on a fait sur le terrain faute d'avoir un chiffre précis au niveau des différents acteurs qui interviennent dans le marché, nous avons constaté que le nombre d'étals installés sur l'espace public triplerait le nombre qui se trouve sur le marché officiel. On trouve ces derniers sur le long de la rue Amadou .G. Sow, sur l'avenue Chevalier Ira Aldridge, sur la rue de la Poste, au Nord du marché notamment sur le boulevard Mawa Doukouré et les rues n° 13 et 15. Ils sont tenus par les vendeurs de chaussure, de tissus indigo « Thioup », les vendeurs de légumes et de condiments. L'heure d'activité s'étale de

6 h du matin à 11 h et le soir de 16 h à 19 h. Ce qui fait que le marché central fonctionne presque toute la journée rendant la collecte et l'évacuation des ordures très difficiles.

Un recensement effectué après le projet de réhabilitation du marché en 2005 par les services communaux présente les données suivantes :



Graphe n°2 : Répartition des installations au niveau du site officiel du marché central de Thiès

Source : Mairie de Thiès (Décembre 2009).

c) Le poste de police :

Il se trouve à l'intérieur du marché au niveau de l'îlot C ; ce dernier a été construit lors de la réhabilitation du marché entre 2003-2005. Cependant il est resté pendant longtemps inoccupé par la Police Municipale qui est l'organe chargé du maintien de l'ordre au sein des marchés de la ville.

Photo n°1 : Le poste de police municipale (îlot C) construit lors de la réhabilitation du marché .



Source: Mor Talla Lo, (mémoire de maîtrise de géographie UCAD)

d) Les WC (édicules publics) :

Ils sont au nombre de deux au niveau du marché central. Le premier plus ancien se trouve à l'extrême Ouest du marché sur la rue Amadou.G.Sow ; ce dernier très vétuste présente aujourd'hui un état sanitaire qui laisse à désirer. Par conséquent, l'atmosphère dans ce lieu est fortement polluée par des odeurs nauséabondes. Le second plus récent a été construit pendant le projet de réhabilitation. Il est localisé au niveau de l'îlot A, il est composé de cinq (5) toilettes, cinq douches disposées côte à côte et cinq (5) lavabos. Ce service est géré par l'UNACOIS toute fois en dépit des efforts consentis, il se pose un problème d'entretien et de suivi. Cependant on peut juger qu'il est mieux géré que le premier.

Photo n° 2 : L'ancienne toilette située à l'Ouest du marché, on peut observer à travers ces clichés le degré de vétusté et l'état d'hygiène qui y règne.



Source: Mor Talla Lo, (mémoire de maîtrise de géographie UCAD)

Photo n° 3 : Les toilettes construites lors de la réhabilitation du marché en 2005 on peut observer (à droite) l'état de l'hygiène qui suscite des questions sur bonne sa gestion.



Source: Mor Talla Lo, (mémoire de maîtrise de géographie UCAD)

e) Enlèvement des ordures :

Elle est assurée aujourd'hui par une équipe de balayeuse composée de quatre (4) femmes à l'intérieur des îlots.

Entre 1982 et 2000, la gestion des ordures du marché a été une gestion directe en régie, et la commune avec ses propres moyens s'occupait de ramasser les déchets. Cependant les commerçants étaient insatisfaits du rapport entre les taxes qu'ils payaient et les services qu'ils recevaient et ils réclamaient leurs droits à un service de qualité (seulement 2 balayeuses pour tout le marché). De plus à cette époque le marché n'était pas encore organisé et l'espace était non structuré. Il y avait donc une mauvaise circulation des véhicules de nettoyage et les résultats restaient médiocres.

Entre 2000 et 2005, la commune décide d'entreprendre une sous-traitance avec des groupements d'intérêts économiques [GIE] (groupes de femmes, associations de quartiers). Ainsi une équipe composée de quatre (4) femmes se charge de collecter les ordures et de les acheminer à l'aide de brouettes vers le dépotoir qui se trouve au niveau du boulevard Mawa Doukouré à l'Ouest du marché. Le camion se charge à son tour d'acheminer les ordures vers la grande décharge ; il assure le service le matin de 10h à 13h.

f) La borne fontaine :

Située à l'intérieur du marché officiel au niveau de l'îlot A, ce service est géré par l'UNACOIS. Cette eau sert non seulement pour la consommation mais aussi elle est utilisée dans les activités de nettoyage et des rafraîchissements des légumes, le nettoyage des stalles des bouchers, des poissonneries et pour la protection des incendies. Cependant

ce qu'il faudra noter c'est que les commerçants se voient devant le manque de service fournis dans l'obligation de payer eux même ce service de base. Au niveau de la borne fontaine, une bassine d'eau vaut 50 F.cfa, la moitié allant pour le porteur. Outre cette borne fontaine pour les usagers nos entretiens avec les commerçants ont révélé que beaucoup d'entre eux achètent des sachets d'eau fraîche ou se ravitaillent dans les maisons riveraines.

Photo n°4 : Toilette à l'intérieur du marché officiel (îlot A) abritant en même temps la borne fontaine.



Source : Mor Talla Lo, (mémoire de maîtrise de géographie UCAD)

g) L'électricité :

La quasi totalité des cantines recensées au niveau de l'ensemble de se qu'on appel aujourd'hui le marché central sont électrifiées.

En ce qui concerne le site officiel, les 769 cantines sont tous équipées d'un tableau électrique muni de compteur. Parcontre au niveau des cantines établies sur l'espace public, les maisons riveraines et la gare ferroviaire, les commerçants s'approvisionnent chez un voisin et d'autre ne trouvent pas la nécessité d'avoir le courant. Ainsi le taux légèrement élevé des cantines qui s'approvisionnent auprès d'une autres cantines est sans doute du à l'insuffisance de moyen de se procurer un compteur auprès de la Société Nationale d'Electricité du Sénégal [SENELEC]. Cependant le système de raccordement pratiqué parfois dans l'anarchie et, sans aucune mesure de sécurité, peut être à l'origine d'incendie. Parcontre au niveau des îlots C et D, nous pouvons noter un manque de lumière naturelle accompagné d'une forte humidité ce qui a poussé les commerçants à enlever les façades qui bloquaient cette lumière et à allumer des lampes en plein jour dans les différents loges qui se trouvent à l'intérieur.

h) La desserte :

Le marché central est bien desservi par des avenues et des voies secondaires d'une emprise de 6 mètres. L'avenue Général de Gaulle, la rue Amadou.G.Sow et El Amadou Ndiéguène traversent le marché de l'Est vers l'Ouest et raccordent ainsi la route nationale n° 2 au boulevard Mawa Doukouré. Du Nord vers le Sud nous avons la rue Douamont, la rue de la poste, l'avenue Chevalier Ira Aldridge, la rue n°13, n°15 et n°17 qui relie le boulevard François Xavier Ndione à l'avenue Général de Gaulle.

Néanmoins avec la saturation de l'espace intérieur du marché, le débordement qui en découle a fait que celles-ci sont constamment occupées par les vendeurs ambulants et les étalagistes créant ainsi des difficultés de circulation pour les usagers.

i) Les trottoirs :

Ils ont subi un rétrécissement considérable du fait de l'extension des tables, cantines, « pousses pousses » et certaines marchandises étalées à même le sol sur un carton ou des sacs vides par les vendeurs. Cette situation oblige les piétons à partager la chaussée avec les voitures.

j) Les allées intérieures du marché :

Elles ont subi de profondes modifications avec leur rétrécissement consécutif à l'extension des cantines. Il n'est pas ainsi rare de voir des allées de moins de 1mètre de large. Cela entraîne inéluctablement des difficultés énormes de circulation des chalands surtout durant les périodes de grandes affluences, les veilles de fête notamment.

B- Organisation spatiale :

1- Zonage des différentes activités :

Malgré une répartition rigoureuse des activités commerciales en zone homogène, on peut néanmoins noter une tendance de certaines zones à se spécialiser dans tels ou tels autres types de commerce. C'est ainsi que sur le marché officiel répartie en quatre îlots (A-B-C-D), on peut observer une particularité de certains îlots qui permet de les identifier par rapport aux autres.

Ainsi l'**îlot A** qui est un grand hangar avec une dalle en ciment recouvert de fibre ciment transparent est l'espace occupé en majorité par les artisans (cordonniers, bijoutiers, tailleurs...), les vendeurs de médicament traditionnel qui ont leur table tout cela ceinturées par des cantines qui ont connu une modernisation lors du projet de réhabilitation en 2003. On trouve aussi dans cet îlot le marché à la volaille resté jusqu'à maintenant inoccupé par les vendeurs de poulet qui préfèrent rester dans leur zone de recasement à Sam II créé lors du projet de réhabilitation du marché. En effet, avec la modernisation des poulaillers, les

marchands de volaille ont refusé de regagner leur emplacement jugeant les prix de location trop élevé ce qui fait que cette zone reste jusqu'à présent fermée. Dans l'îlot on peut localiser également les vendeurs de produits de seconde nécessité (encens, parfum d'orient, anciens revues et d'ustensile de cuisine).

L'îlot B ayant un tout petit peu la même architecture que l'îlot A, abrite les loges de boucherie. Il jouxte sur sa face orientale le « marché toubab » qui est spécialisé dans la vente des produits maraîchers destinés à la clientèle aisée. Les loges de boucherie présentent des arrières boutiques où, se vendent les tripes, jarrets et têtes d'animaux abattus. C'est dans cet îlot qu'on trouve le « marché bambara » lieu où on vend les produits venus du Mali.

L'îlot C et D se ressemblent, ils regroupent les marchands de condiments mais c'est surtout le secteur des produits halieutiques et des épices. Ces îlots qui semblent être le poumon même du marché du fait du nombre d'étals qu'ils abritent sont ceinturés par des cantines spécialisées dans la vente de tissus et de chaussures. L'îlot D en particulier abrite en son sein les ateliers de tailleur et les vendeurs de chaussure. L'îlot C est prolongé par le parc aux légumes qui est à la fois un lieu de débarquement, de conditionnement et de vente de ces produits.

Dans la partie Nord de l'îlot D, un nouveau bâtiment est en construction : le Centre Commercial Boulevard Général de Gaulle. Il s'agit d'une tentative de la part de la municipalité d'arrêter la croissance des activités informelles dans le domaine public. Les travaux concernent la construction d'un immeuble R+1 comprenant des cantines, boutiques, un fast-food, un restaurant, une aire de débarquement, un espace administratif, et un local technique.

2- Les limites des zones d'emprises :

Le marché central de Thiès qui a été construit à l'origine sur une superficie de 10.960 m², était très grand par rapport à la population de la ville. Thiès comme les autres villes du Sénégal et de l'Afrique en général est caractérisée par une forte croissance urbaine due à la conjugaison de plusieurs facteurs. Nous citerons parmi ces facteurs le taux d'accroissement naturel élevé, et un nombre important de population venant du monde rural qui selon nos entretiens auprès de la direction de la statistique trouverait dans les villes leur salut dans le petit commerce dit informel. Cette situation va faire que, le marché au fil des années, va enregistrer de profondes mutations et une saturation de son espace. Les nouveaux arrivant n'ayant pas pu trouver une place dans celui-ci, ont créé une sorte de marché parallèle auprès des maisons riveraines qui sont situées aux environs immédiats du marché et les

espaces publics. Ainsi ces derniers ont investi tous les grands axes de circulation qui ceinturent le marché officiel, en partant de la rue Amadou.G.Sow sur l'avenue Chevalier Ira Aldridge, la rue de la poste ; afin de bénéficier à tout prix des opportunités qu'offre celui-ci.

Ainsi l'équipement a dépassé depuis longtemps ces limites originelles en grignotant sans cesse les abords du marché jusqu'au rayon de plus de 150 mètres. De ce fait la limite géographique du marché est difficile à estimer à cause d'une répartition plus ou moins anarchique des activités commerciales dans l'espace dépassant de loin l'emprise originelle.

3- Statut d'occupation :

« Obtenir une place sur le marché est un obstacle bien plus grand qu'obtenir des marchandises »¹². Ce constat souligne la difficulté pour un commerçant d'avoir accès au marché central. L'encombrement de ce marché par les vendeurs « illégaux » pourrait donner à penser que les autorités de la ville ont renoncé à en réguler l'accès sous l'effet de la pression des commerçants. Mais obtenir une place sur le marché central reste l'objectif principal de tous ces commerçants illégaux, qui souffrent de la précarité de leur situation.

a) Statut (juridique) selon les autorités administratives :

Le statut des commerçants ou vendeurs peut différer selon l'entendement des autorités administratives ou les textes de loi régissant les halles et marchés. Est considéré comme commerçant ou vendeur celui qui écoule ses produits et s'acquitte d'une taxe. Ainsi le fixe écoule ses produits toujours au même emplacement contrairement à l'ambulant qui comme le dit son étymologie latine « **ambulare** » signifiant marcher, écouler sa marchandise en plusieurs lieux à la fois.

b) Selon les textes de loi régissant les halles et marchés :

Les responsables des halles et marchés ne reconnaissent comme commerçant « que celui qui, après une demande régulière, est enregistré ». Ainsi l'acquittement de la taxe seul ne régularise pas l'acte d'occupation.

4- La sous location :

La sous-location d'installation semble ainsi une pratique courante dans le marché central de Thiès. Les installations les plus couramment sous louées dans le marché officiel sont les cantines et dans une moindre mesure les étals. La sous location de ces types d'installation se pratique entre les grands commerçants qui sont les attributaires des cantines et les petits commerçants qui n'ont pu bénéficier d'emplacement lors de l'attribution des différentes

¹² Paulais .T. Wilhelm .L Les Marchés d'Afrique. Paris 2000. éd Karthala page 75

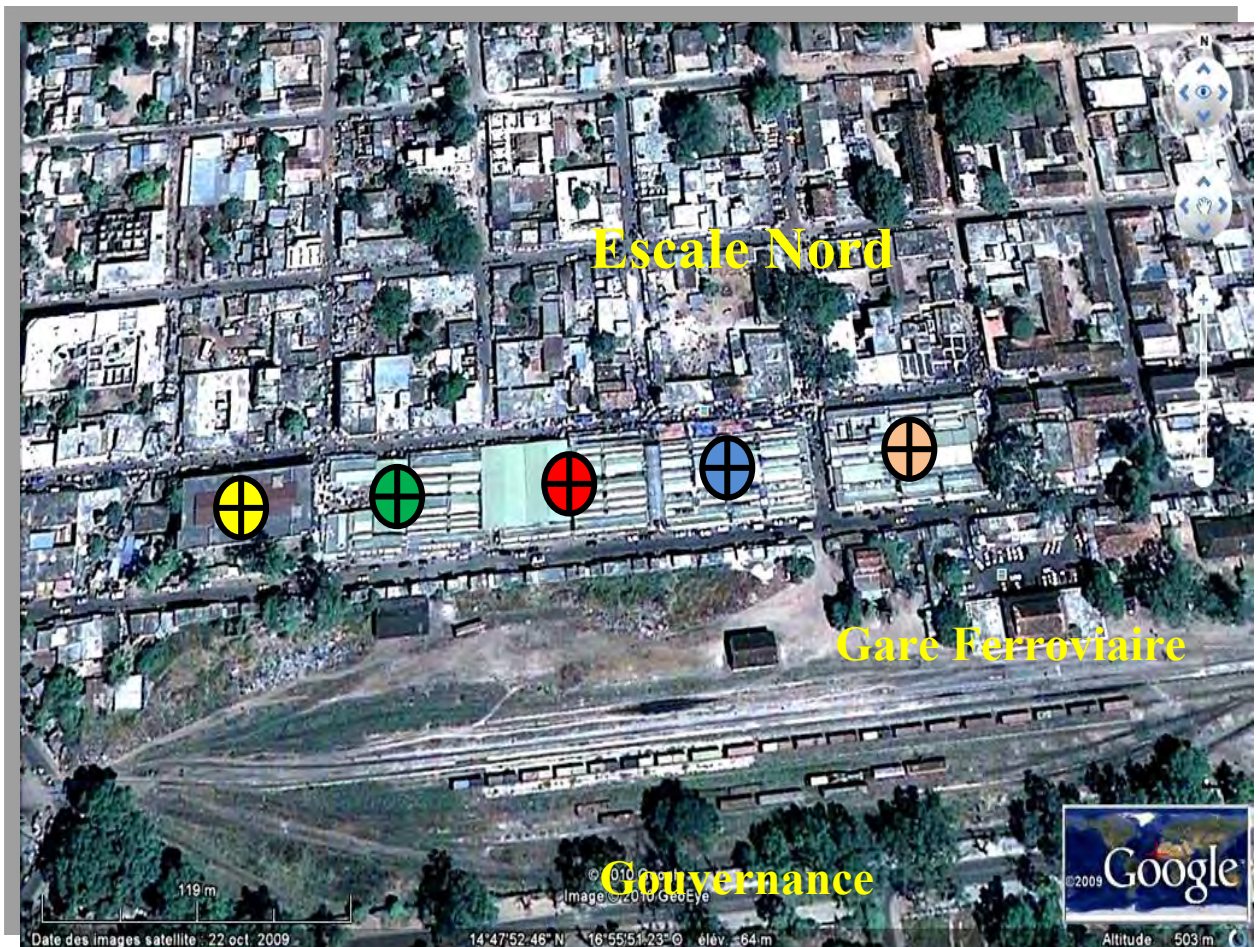
cantines. Dans la quasi-totalité des commerçants recensés, le sous locataire paie une redevance mensuelle ou droit de place. Le montant varie souvent selon la dimension et l'emplacement de la cantine dans le marché. Ainsi pour les cantines de 4 à 6 m² d'après le secrétaire général de l'association des tailleurs la mensualité peut aller entre 30.000 et 40.000 F CFA par mois alors que la mairie loue le mètre carré d'une cantine à 1000 F seulement le mois.

5- Les taxes appliquées dans le marché :

Le prélèvement des taxes journalières, mensuelles ou annuelles constitue une rentrée financière très importante pour la municipalité. Le taux appliqué pour les marchands ambulants est de 100 F (voir ticket page annexe) et il est prélevé au quotidien.


Pour les cantines, elles supportent des taxes mensuelles qui varient selon le nombre de mètre carré occupé ; pour le marché central de Thiès le m² occupé revient à 1000 F. Chaque cantine est obtenue grâce à un contrat signé entre le commerçant et la municipalité avec une présentation de la carte d'identité nationale. Le commerçant supporte également la patente qui est payée chaque année au niveau du Trésor et Paierie de la Région de Thiès. Même si les commerçants paient des taxes, qu'elles soient journalières, mensuelles, ou annuelles, la base de tarification semble être toute relative selon la vision du percepteur.

Cependant, il a été difficile, voire impossible d'obtenir le montant total de recettes enregistrées au niveau de la perception municipale. Par son besoin de fonds, la municipalité concernant la gestion du marché applique le principe d'universalité budgétaire ; c'est-à-dire l'ensemble des recettes récoltées grâce aux taxes sont réinjectées dans l'ensemble des infrastructures communales.





Source : Fond de carte Google Earth (Le 22 Octobre 2009).


Légende:

îlot A

îlot B

 îlot C

îlot D

Centre commerciale en chantier

Carte n°7 : Emplacement des différents îlots du marché central de Thiès

Chapitre V : Caractéristique des activités commerciales et rayonnement du marché central

Les activités menées au niveau du marché central peuvent être réparties comme suit le commerce, l'artisanat et la restauration.

A- Le commerce :

Dans l'ensemble la répartition par branche commerciale dans le marché officiel et dans ces alentours se présente comme suit :

1- L'alimentation générale :

Elle représente l'épicerie avec notamment la vente en détail, demi-gros et gros, du riz, des condiments, la viande, le poisson et des légumes (carotte, tomate, aubergine, oignon). Ce secteur concerne de loin la principale activité du marché officiel. Il est localisé en particulier sur les îlots B, C et D et l'intervalle qui sépare ces derniers au centre commercial en chantier, il est composé en majorité de détaillants. Par contre pour les grossistes et les demi-grossistes, ils sont localisés aux alentours du marché officiel sur les grandes artères Amadou.G.Sow, El hadji Amadou Ndiéguène, Chevalier Ira Aldridge.

a) Le poisson :

Il vient généralement au niveau de la grande et petite côte. Ainsi la plus grande quantité de poisson frais acheminée à Thiès abouti au marché Sam avant d'être redistribué vers les autres marchés. Ce circuit concerne surtout le gros poisson et des espèces plus petites ; ces derniers sont acheminés au niveau du marché central au niveau de l'îlot D.

A coté des poissons frais on retrouve ceux qui ont été transformés.

Le poisson séché ou « le guédj »

Le poisson braisé ou « kéthiakh » produit apartir d'espèces dit « yaboy »

Le cymbium ou « yéét »

Le « pagne » et « toufeu »

b) Les légumes :

La ville de Thiès est approvisionnée en légume frais par la zone des Niayes plus particulièrement Mboro et Fass boye. La vente en gros au niveau du marché central se fait à la place dite « parc légume » située sur l'intersection de la rue Amadou Ndiéguène et la rue n°17 et entre l'îlot D et le centre commercial en chantier.

La vente en détail de légume se fait dans ce qui est communément appelé « marché toubab » ; il est situé dans le prolongement des loges de boucherie sut l'îlot C. Ainsi dans cette espace, on y vend les légumes « européens » : haricot, salade, betterave, concombre.

Ces produits pour la plupart sont cultivés dans les jardins situés dans les zones périurbaines et même dans certains cas à l'intérieur de l'agglomération thiessoise au niveau des zones de bas-fond de Takhikao, Keur Mame El hadji).

c) La viande :

La viande provient essentiellement de la SERAS, et de l'abattage clandestin, sa vente se fait au niveau de l'îlot B communément appelé « Mbaarou yappe » et aux alentours du marché.

2- L'habillement :

Ce secteur couvre les tissus, les vêtements prêts à porter, les chaussures, la mercerie et les lunettes ; ce dernier est localisé sur le marché officiel au niveau de l'îlot B et sur les cantines qui longent l'avenue Général de Gaulle.

a) Les vêtements :

Ils sont constitués par les prêts à porter et la friperie. Cette activité est localisée sur tout le long de l'avenue Général de Gaulle, au marché « Mbeukeunté » et à l'intérieur de l'îlot B.

b) Les tissus :

La zone occupée par les vendeurs de tissus, se trouve sur l'avenue Général de Gaulle et l'avenue Chevalier Ira Aldridge ex avenue de la gare. Cette activité est entièrement entre les mains des toucouleur, des wolof et des bambara venues spécialement du Mali pour vendre les tissus indigo appelés communément « Thioup ».

c) Les chaussures :

De toute nature (cuire synthétique, etc.), elles sont dans leur majorité importées et sont destinées en majorité pour les femmes et les enfants.

d) La mercerie :

Fortement sollicitée par les tailleurs en général, elle comprend tous les accessoires liés à la couture notamment les boutons, les fils de broderies etc. Contrairement aux autres activités on retrouve ce secteur dans tout le marché.

3- La cosmétique, la parfumerie et les bijoux :

Cette activité est fortement présente dans les îlots A et B et sur l'avenue Général de Gaulle. Cette section présente ainsi tous les produits et articles qui entrent dans les toilettes des femmes toujours soucieuses de la beauté.

4- Les équipements domestiques :

Ils sont constitués par les appareils électroménagers avec 5,4% des effectifs. On les retrouve au niveau de l'avenue Général de Gaulle en particulier.

B- L'artisanat :

C'est une activité répartie entre les tailleurs établis sur le marché officiel avec un effectif plus important au niveau des îlots B et D, les fabricants des ustensiles de cuisine, les bijoutiers, les menuisiers. Cette branche d'activité est surtout localisée au niveau de l'îlot D et au Nord de la rue Amadou Ndiéguène.

Enfin nous retrouvons d'autres groupes avec des effectifs faibles qui se répartissent entre les réparateurs de portable, les réparateurs de radio, les meuniers etc.

C- La restauration :

Cette activité est la troisième après l'artisanat, elle est exercée aussi bien par les hommes et les femmes ; ces dernières avec la réhabilitation du marché qui a vue le déguerpissement des gargots utilisent des tables où elles servent le repas du midi. Pour les hommes, ils sont constitués surtout d'étrangers ; c'est eux qui occupent notamment les « dibiteries, voire les « tangana ».

D- Place du marché central dans le réseau des espaces marchands de la ville de Thiès :

Le marché n'étant pas un équipement isolé dans le tissu urbain, il se crée alors une relation d'interdépendance. S'agissant du marché central de Thiès, ce dernier s'approvisionne dans des zones diversifiées lointaines et proches (voir figure 1 page 76) ; il assure en retour une fonction de distribution, joue aussi un rôle de polarisation de ces flux d'échange d'une part au sein de la ville avec les autres marchés urbains (cf. carte des différents marchés de la ville de Thiès).

1- Rayon d'attraction :

Un équipement marchand est réalisé dans un espace pour une population bien définie ; ceci n'empêche pour autant pas qu'aussitôt l'équipement réalisé, ce dernier n'attire des populations venues d'horizons divers. Le marché central vu sa position géographique et sa capacité à répondre aux exigences des populations donc à son pouvoir attractif est devenu l'équipement marchand le plus fréquenté par les clients et les commerçants qui viennent d'horizons divers.

Selon les types d'activité certains commerçants arrivent au marché entre 5 h et 6 h du matin afin de vendre leurs produits aux premiers clients qui sont des détaillants qui revendent soit dans les autres marchés soit à l'intérieur des quartiers. Ceci démontre le niveau de polarisation réel qui confirme notre hypothèse de départ comme quoi le marché central attire toutes les populations de la ville de Thiès.

Pour appuyer cet élément c'est-à-dire le rayon d'attraction maximal, nous nous sommes basés sur la théorie des places centrales conçue, principalement par **W. Christaller** et **A. Lösch**, pour expliquer la taille et le nombre des villes et leur espacement dans un territoire. Elle s'appuie sur une définition de la ville qui en fait essentiellement un centre de distribution de biens et de services pour une population dispersée. La théorie est fondée sur la distinction entre des **centres**, qui sont le siège d'une offre de biens et de services, et des périphéries où réside la demande de la population utilisatrice. La notion de **centralité** justifie le regroupement en un même lieu de la production des services de même niveau et de même portée destinés à la population dispersée dans la même ville, même région, dont le centre polarise la clientèle.

Les centres sont en effet hiérarchisés, du fait de l'existence de plusieurs niveaux de services définis par des portées spatiales (distance que le consommateur accepte de parcourir pour se procurer le service, définie par le coût additionnel du transport supportable pour l'achat du produit) et des seuils d'apparition (fixés par le volume de clientèle nécessaire à la rentabilité de l'offre de service).

Les services d'usage fréquent et bon marché sont offerts dans de nombreux petits centres proches des consommateurs, tandis que ceux dont la fréquentation est plus rare se localisent dans des villes plus grandes mais plus éloignées. Selon les versions de la théorie, les zones d'influence des centres sont emboîtées (chez Christaller), car alors les centres de niveau supérieur offrent généralement tous les services de portée inférieure, ou plus ou moins disjointes (chez Lösch).

Si l'attraction du marché central de Thiès dépend en partie de par sa position géographique et sa position économique, il faut aussi dire que la limite de diffusion des produits émanant de ce marché correspond à une distance variable D à plusieurs Km à la ronde.

Quand à la **fréquentation**, cette notion ici détermine le nombre de commerçants et de clients qui utilisent le service.

Chapitre VI : La fréquentation du marché central de Thiès

Différentes personnes venant d'horizons divers fréquentent le marché central de Thiès :

Les clients qui sont composés par les ménagères qui viennent faire toute sorte d'achat, les détaillants qui s'y approvisionnent et revendent leur produit dans les autres marchés de moindre envergure, dans les boutiques de quartiers et les villages environnants.

Nous avons aussi les vendeurs qui officient chaque jour dans le marché et ses alentours ; ces derniers sont répartis entre les commerçants fixes ou réguliers et les marchands ambulants.

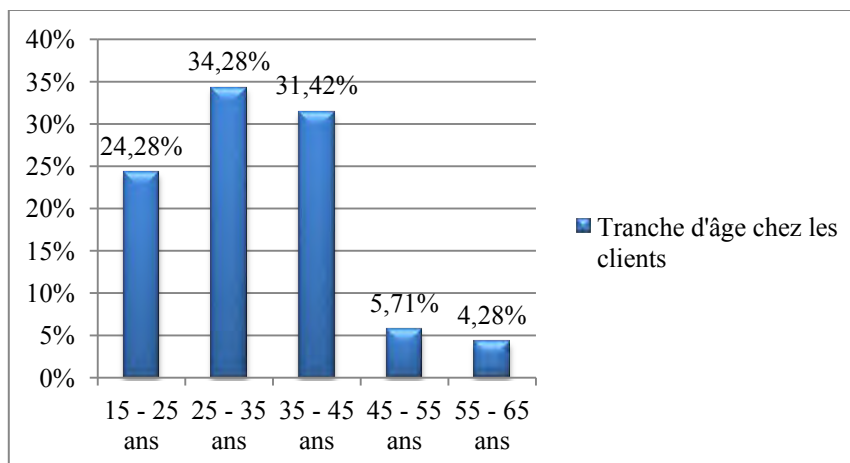
A- Le profil de la clientèle :

Le profil de la clientèle est ainsi détaillé à travers l'âge, le sexe, la situation matrimoniale l'ethnie, la distance entre le marché central et le lieu d'habitat, le quartier de provenance et le moyen de transport sollicité etc.

1- L'âge :

Sur les 70 personnes enquêtées se présentant comme clients dans le marché, 24,28% ont un âge compris entre 15-25 ans, 34,28% ont un âge compris entre 25-35 ans, 31,42% ont un âge compris entre 35- 45 ans, 5,71% ont entre 45-55 ans et 4,28% entre 55- 65 ans. Cette situation traduit nettement celle de la population urbaine de Thiès et du pays en général dans la mesure où à une certaine période il y'a un relais qui fait que l'épouse du fils remplace la maman dans la préparation du repas quotidien. De même d'une manière générale on peut voir que c'est la catégorie comprise entre 15- 45 ans qui fréquente plus le marché qui pour s'approvisionner en denrée de première nécessité qui pour acheter d'autres gammes de produit comme les tissus, les produits cosmétiques etc.

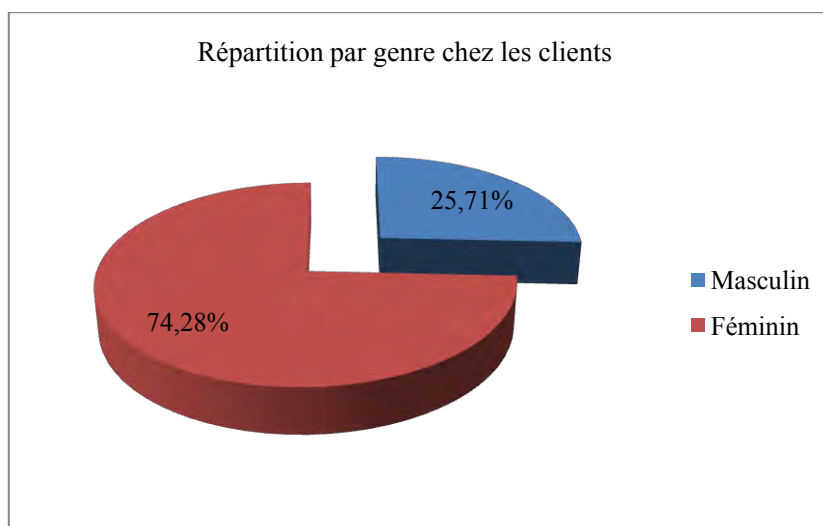
D'un autre côté nous constatons une présence néanmoins de la catégorie comprise entre 45-65 ans. Le caractère adulte de cette population peut se comprendre par le fait que pour assurer l'approvisionnement de la famille si la mère n'a pas de soutien elle est obligée d'aller au marché. Vue sous un autre angle, l'ancienneté des relations qu'elles ont noué avec les vendeurs peut constituer un facteur qui leur facilite cette tâche.



Graphe n°3 : *Tranche d'âge chez les clients*

2- Le genre :

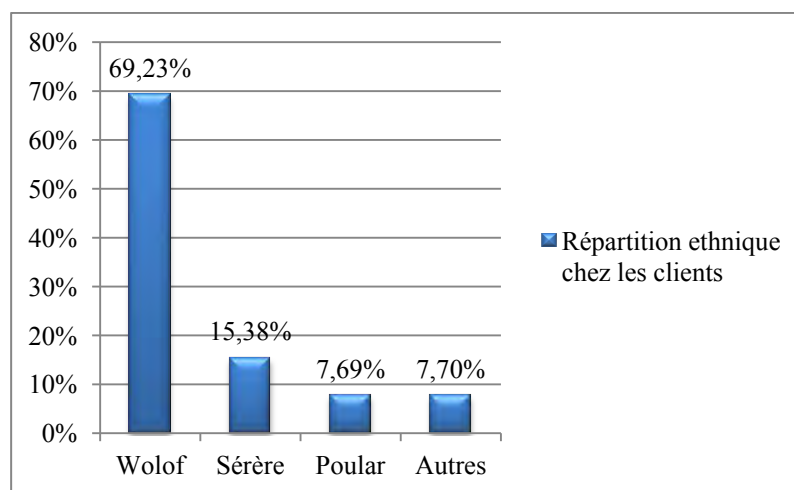
Concernant le genre nous pouvons constater d'après les résultats obtenus lors de notre enquête que 74,28 % des clients sont des femmes contre seulement 25,71% pour les hommes. Cette situation peut se comprendre dans la mesure où dans la coutume sénégalaise et africaine en général la femme a vocation à plus fréquenter les marchés contrairement aux hommes. Ainsi même s'il s'agit d'acheter un produit que se soit des tissus, des effets de toilette, c'est la femme qui l'achète pour le compte du mari et ajouter à cela ce sont les femmes qui se rendent dans les marchés chaque matin pour accomplir le repas quotidien. La présence des hommes parcontre s'expliquerait par le fait que la plupart d'entre eux sont des commerçants dans les marchés de quartiers et qui viennent s'approvisionner en marchandises.



Graphe n°4: *Répartition par genre chez les clients*

3- Le groupe ethnique :

Pour la composition ethnique de la clientèle, on peut noter d'après les données obtenues lors de l'enquête que les wolof avec 69,23% constituent le groupe le plus représentatif, ils sont suivis par les sérère 15,38% et le groupe poular 7,69 %. L'importance des wolof peut s'expliquer par le fait que Thiès se trouve au débouché du bassin arachidier qui englobe les régions traditionnelles du Cayor, Baol, du Ndiambour et du Walo. Zone à la fois de contact et d'éclatement des voies de communication, elle favorise l'afflux des populations de l'hinterland. Les sérère constituent le deuxième groupe cela s'explique par le fait que Thiès est une ville dont les premiers habitants fut les sérère qui lui avaient donné le nom de Dianxène. La forte présence des sérère peut aussi se justifier par le fait que Thiès est entourée par la communauté rurale de Fandène fiéf de cette ethnité. Le fait que certains villages de Fandène ont été rattachés dans l'ex Commune pour devenir des quartiers fait qu'aujourd'hui que cette population se ravitaille dans le marché central. Ces derniers habitent surtout les quartiers Thialy, Diakhao, Nguinth et petit Thialy situés non loin du marché central. Les poular constituent le troisième groupe, ils sont surtout réputés être de grands nomades. Leur présence à Thiès s'explique par le fait qu'ils habitent comme les sérère dans les villages environnants dont certains même ont été rattachés à la ville ; c'est le cas ainsi des quartiers Thionakh et Thiapong.

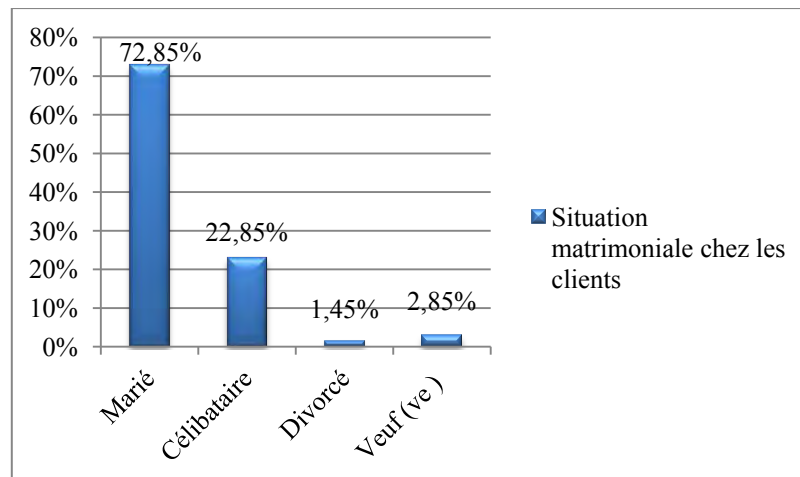


Graphique n°5 : Répartition ethnique chez les clients

4- Situation matrimoniale :

Concernant la situation matrimoniale, nous constatons d'après les résultats obtenus que la majorité soit 72,85% des clients qui fréquentent le marché central sont mariés suivis par les célibataires qui constituent dans l'échantillon 22,85%, les veufs (es) 2,85% et les divorcés représentent une part égale à 4,28%. Ainsi, nous pouvons remarquer une forte présence des mariés en majorité des femmes qui souvent viennent dans le marché pour

exécuter la dépense quotidienne. Nous remarquons également que les célibataires ne sont pas en reste cependant d'après ce que nous avons observé, ces derniers sont en général constitués par les bonnes et les jeunes filles du chef de ménage. En somme nous pouvons déduire d'après les résultats obtenus que le marché central est fréquenté en majorité par les personnes mariées.

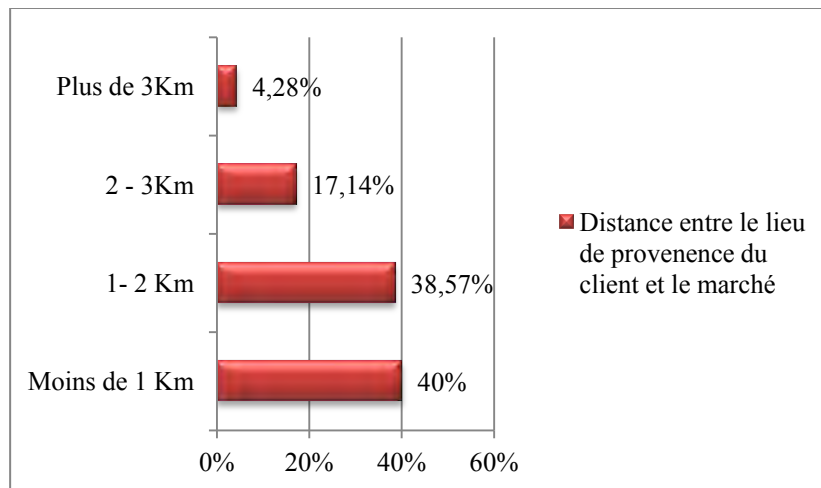


Graphes n°6 : Situation matrimoniale chez les clients du marché central

5- Provenance des clients :

A la suite de notre enquête nous avons observé que la majorité des acheteurs fréquentant le marché central sont des femmes. Le deuxième constat est que 40 % de ces clients proviennent des quartiers situés à moins de 1 km à la ronde du marché ; se sont les quartiers Escale Nord qui abrite le marché central, Nguinth, Dixième, Carrière, Keur Mame El Hadji, Diakhao. 38,57% des clients proviennent des quartiers entre 1 et 2 km, c'est le cas des quartiers Keur Cheikh, Takhikao, Thialy, HLM route de Dakar, Cité Malick Sy, Randoulène Nord. 17,14% viennent des zones situées entre 2 et 3 km à la ronde ; se sont les quartiers Som, Diamaguene, Keur Ablaye Yakhine, Médina Fall, Mbour I, Mbour II et Mbour III, Cité Lamy, SOFRACO, Hersent Sampathé ...

Enfin nous avons 4,28 % provenant des quartiers limitrophes de la ville et des villages environnants. Ainsi le constat que nous avons ici est qu'en plus des populations habitant aux alentours du marché nous notons que les personnes quittent leurs quartiers pourtant loin du centre ville pour se ravitailler au niveau du marché central. Afin de mieux comprendre cette ruée en masse des personnes d'origines diverses vers le marché central nous nous sommes intéressés au motif de déplacement.

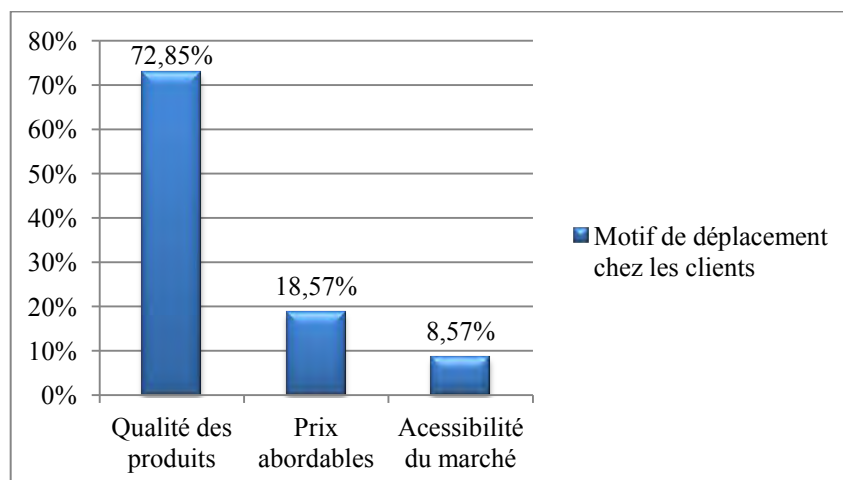


Graphe n° 7: Distance entre lieu de provenance du client et le marché

6- Motif de déplacement :

Comme nous pouvons le constater sur les résultats de l'enquête beaucoup de clients préfèrent s'approvisionner au marché central qui pourtant n'est pas le seul équipement marchand de la ville.

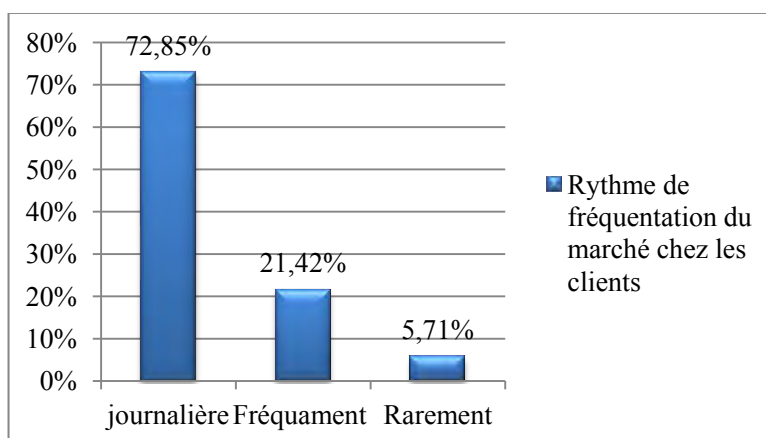
Ainsi 72,85% des personnes interrogées déclarent avoir choisi le marché central parce qu'il offre des gammes de produit diverses et de bonne qualité. 18,57% l'ont choisi à cause des prix jugés plus abordables comparé aux marchés de quartiers où en plus du prix initial les vendeurs ajoutent le coût du transport et le bénéfice à tirer. 8,57% ont choisi le marché parce qu'ils le jugent accessible par sa proximité pour certains et pour d'autres par la facilité de trouver un moyen de transport. Ainsi cette situation influe sur le rythme de fréquentation.



Graphe n° 8: Motif de déplacement chez les clients

7- Rythme de fréquentation :

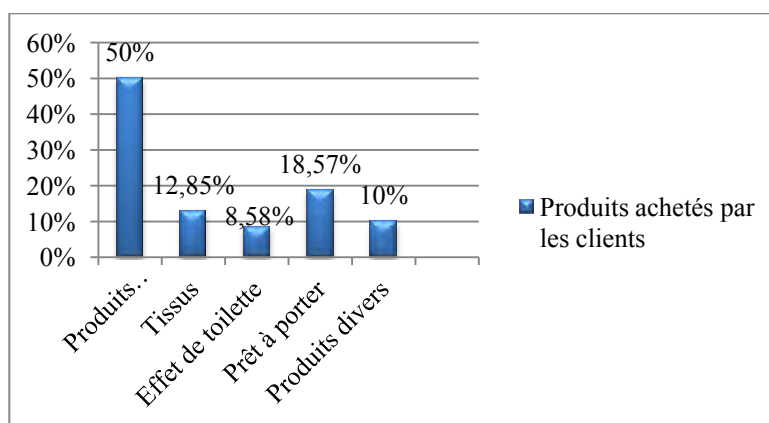
Suite à notre enquête, nous avons observé chez les clients 72,85% qui fréquentent le marché au quotidien pour se ravitailler en denrée de première nécessité ; il s'agit surtout des gens habitant les quartiers proches du centre ville. D'autres qui disent venir dans le marché fréquemment 21,42%, ce sont surtout des personnes qui habitent dans les quartiers plus ou moins éloignés (Mbour 1, FAHU 1 et Sampathé) et à l'occasion, ils se ravitaillent pour deux voire trois fois par semaine. 5,71% y viennent rarement, c'est des personnes demeurant dans les quartiers périphériques (Sud Stade 1, Sud Stade 2 extension, Darou Salam, Silmang) et des villages environnants (Keur Massamba Geuye, Lalane, fandéne).



Graphes n°9 : Rythme de fréquentation du marché par les clients

8- Les produits achetés :

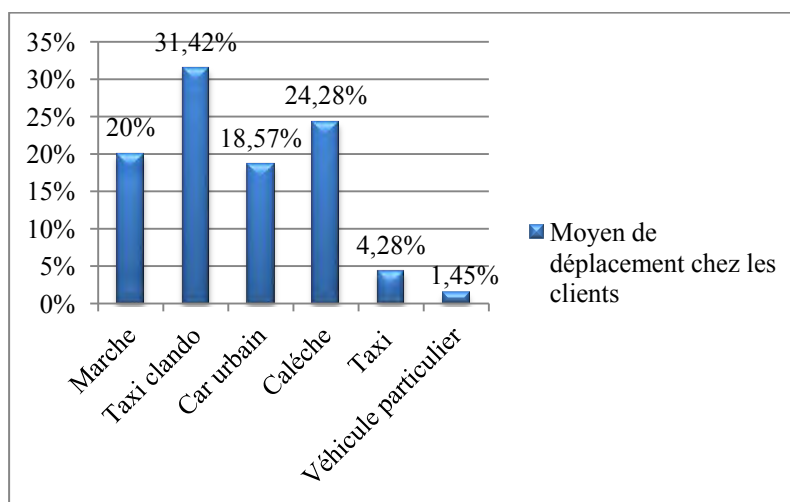
A la question de savoir les produits qu'ils achètent, 50% des clients interrogés disent venir au marché central pour se ravitailler en produit alimentaire, 12,85% s'intéressent à l'achat des tissus, 8,58% pour les effets de toilette, 18,57% se rapprochent auprès des vendeurs de prêt à porter. Le reste des clients soit 10% s'approvisionnent en produit classé dans les divers, ce sont entre autre les appareils électroménagers, les ustensiles de cuisine, les produits de l'artisanat etc.



Graphes n°10 : Produits achetés par les clients du marché central

9- Moyens de transport :

Pour se rendre au marché central, 20% des clients adoptent la marche, ce sont les personnes habitant en général dans les quartiers proches du marché à savoir Nguinth, Keur Mame El hadji, Diakhao, Carrière... 31,42% empruntent les taxis clandos, ils quittent les quartiers Som, Mbour I, Mbour II, Mbour III, Keur Abdoulaye Yakhine et les quartiers de la zone Nord et Nord-Est comme Médina Fall, Takhikao, Kawsara fall, Keur Issa, 18,57% prennent les cars urbains comme moyen de transport qui desservent les quartiers Est comme Hersent, Sampathé, Diamaguene, mais aussi les quartiers Ouest , Som, HLM route de Dakar. 24,28% empruntent les calèches qui desservent les quartiers Diakhao, HLM Thialy, Takhikao, Keur Cheikh. Une fine partie de la clientèle soit 4,28% empruntent le taxi cela peut se comprendre par le fait que le prix qu'il faut payer pour ce type de transport n'est pas à la portée de tout le monde, 1,45% utilisent le véhicule particulier.

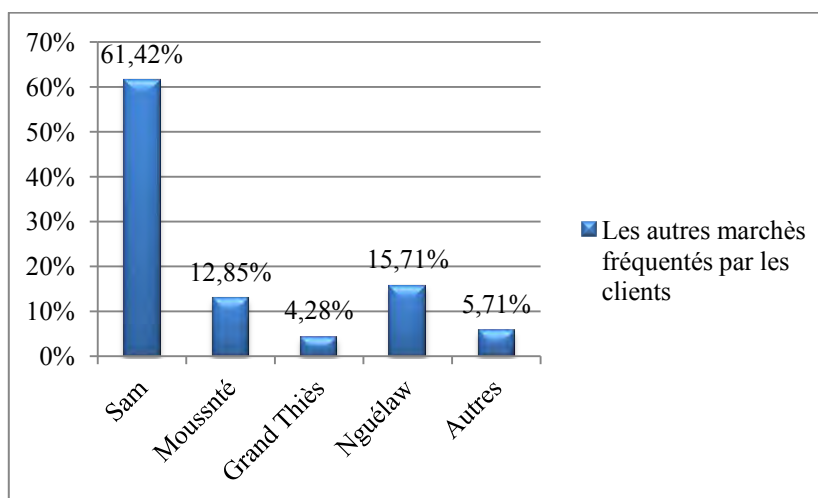


Graphique n°11 : Moyen de déplacement chez les clients

10- Les autres marchés fréquentés par les clients :

Concernant les autres marchés fréquentés, nous avons constatés que 61,42% des clients s'approvisionnent également au niveau de Sam cela peut se justifier par la proximité de ce dernier avec le marché central. En effet, étant considéré comme marché irrégulier le marché Sam est le prolongement du marché central ; dans l'histoire, il était spécialisé dans la livraison du poisson, aujourd'hui ce dernier a changé de vocation en devenant un marché polyvalent où toutes les gammes de produit sont commercialisés. 12,85% des clients fréquentent le marché Moussanté qui est le deuxième marché le plus dynamique de la ville par sa position géographique mais aussi par sa capacité à fournir aux clients des produits de toute nature. Le marché Grand Thiès occupe 4,28% de l'effectif, Marché Nguélaw ; 15,71% et les autres marchés occupent 5,71%.

Pour la majorité des clients, ils disent fréquenter les autres marchés du fait que c'est leur marché de quartier où souvent pour acheter certains produits ils n'ont pas besoin de faire le grand déplacement.



Graphes n°12 : Les autres marchés fréquentés par les clients

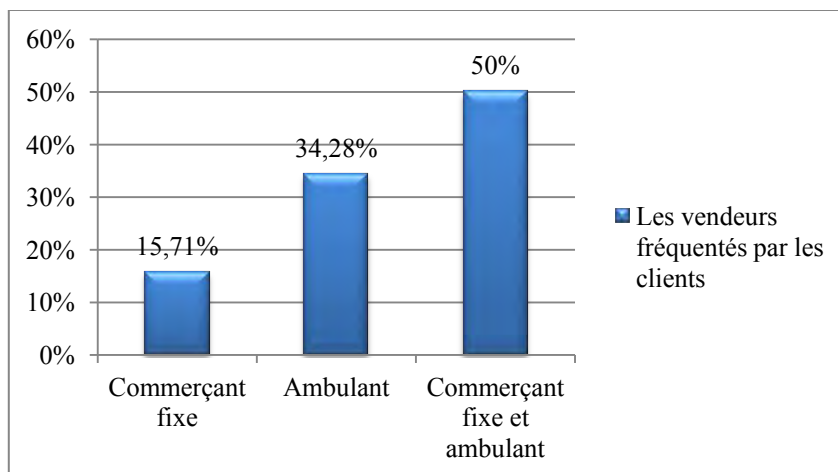
11- Comment les clients appréhendent-ils le marché central par rapport aux autres marchés de la ville ?

S'il est naturel d'établir une typologie, voire une hiérarchisation des marchés pour l'approvisionnement des populations, en ce qui concerne la ville de Thiès, ce phénomène est embryonnaire, comparé à Dakar. En effet seul le marché Sam situé à proximité du marché central est spécialisé dans la vente de poisson frais et d'ailleurs ce dernier même commence à laisser de l'espace à certaines activités comme la vente de tissus de friperie et de condiment.

Du point de vue de l'approvisionnement, les marchés de quartiers dépendent en grande partie du marché central. Les denrées périssables y sont écoulées en effet par les détaillants. Mis à part les produits manufacturés venant des pays étrangers ou des usines de Dakar, l'approvisionnement du marché central relève en grande partie de la production locale drainée depuis la zone périurbaine, la zone des niayes et la grande et petite côte.

12- Les vendeurs fréquentés par les clients :

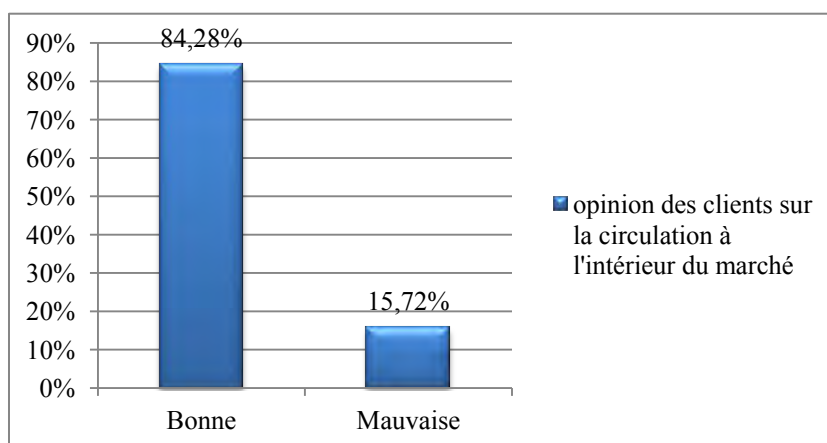
Dans l'achat des produits 34,28% des clients achètent auprès des marchands ambulants, 15,71% s'approvisionnent chez les commerçants fixes. Cependant 50% des clients avouent acheter à la fois chez les commerçants fixes et les marchands ambulants.



Graphe n°13 : Les vendeurs fréquentés par les clients

13- Opinion des clients sur la circulation interne du marché :

Concernant la circulation interne, il faut noter que la plus part des clients soit 84,28% pensent qu'il est facile d'accéder aux commerçants fixes contre 15,71% qui pensent qu'accéder aux commerçants fixes est très difficile.



Graphe n°14 : Appréciation des clients concernant la circulation à l'intérieur du marché

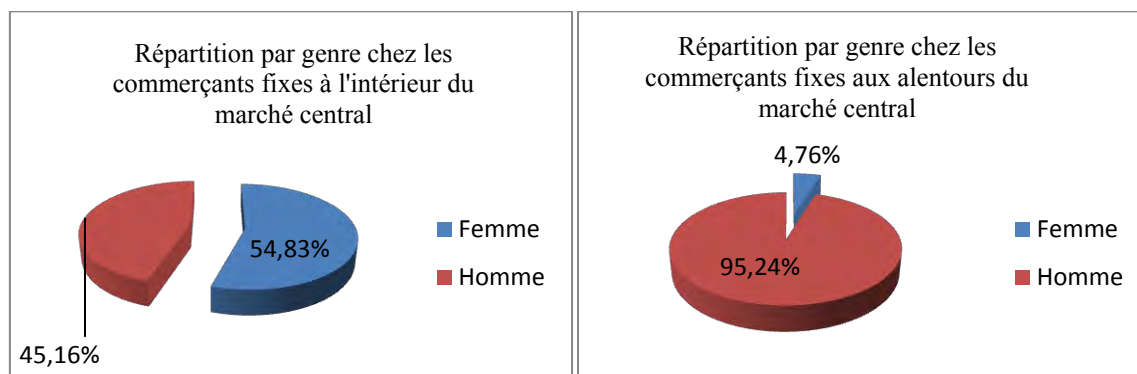
B- Profil des commerçants fixes et des marchands ambulants :

Le marché central par sa dimension accueille un nombre considérable de personnes venant d'horizons divers pour exercer l'activité commerciale. Ainsi dans cette partie sera traité le profil des vendeurs, le type de commerce au qu'elle ils s'adonnent, l'origine de leur marchandise ainsi que leur opinion sur le fonctionnement du marché.

1- Répartition par genre chez les vendeurs :

En ce qui concerne les activités commerciales sur le marché officiel sur les 62 commerçants fixes enquêtés 54,83% sont tenues par les femmes contre 45,16% pour les hommes. Cette situation témoigne la nette dominance des femmes dans cette zone à cause de la vente en détail des produits de type vivrier. Là elles se livrent surtout à la vente du

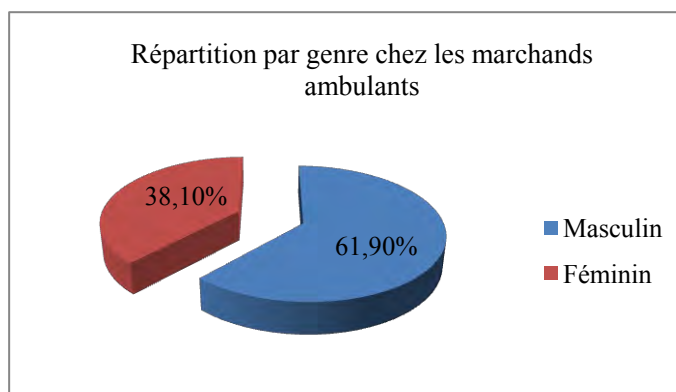
poisson, des légumes et des tissus. Sur les alentours du marché officiel les commerçants hommes qui ne sont pas un nombre négligeable, dépassent largement les femmes, ils représentent désormais 95,24% contre 4,76% pour les femmes. Cette forte domination des hommes s'explique par le fait que ses derniers s'activent dans le commerce de gros et de demis gros qui est une activité qui demande beaucoup de force physique et de moyens financiers.



Graphe n°15 : Répartition par genre chez les commerçants fixes à l'intérieur du marché central

Graphe n°16 : Répartition par genre chez les commerçants fixes aux alentours du marché central

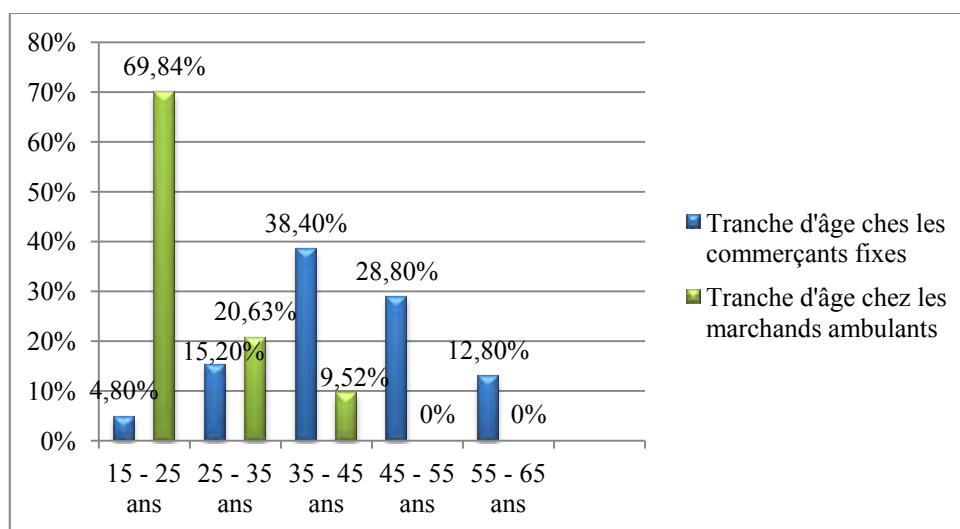
Du côté des marchands ambulants, les hommes sont plus représentatifs avec une part égale à 61,9% contre 38,1% pour les femmes. Cette forte poussée des hommes peut s'expliquer par le fait que ces derniers victimes de l'échec scolaire ont tendance à s'orienter vers cette activité. Ainsi très dynamique dans ce métier, ils n'hésitent pas à user de la marche ou d'utiliser des poussettes qui leur permettent de se déplacer d'un lieu à un autre en un temps record. Cependant, on ne pourrait affirmer à travers ces résultats que l'effectif des marchands ambulants chez les femmes tend à la baisse mais c'est plutôt du côté des hommes que ça augmente.



Graphe n°17 : Répartition par genre chez les marchands ambulants

2- Répartition par âge :

Concernant l'âge, 69,84% des marchands ambulants se trouvent dans la fourchette comprise entre 15 et 25 ans, car cette branche d'activité demande des personnes jeunes. Parcontre chez les commerçants fixes 38,40% ont un âge compris entre 35 et 45 ans. Suite à nos enquêtes, nous avons constaté que si la majorité des commerçants se situe dans une fourchette d'âge de 20 à 60 ans le plus âgé parmi les enquêtés ne dépasse pas 65 ans. Nous avons aussi constaté qu'à partir de 65 ans les commerçants se faisaient rares. Nous avons conclu donc que les commerçants prennent leur retraite à partir de 55 ans voire 65 ans.



Graphe n° 18 : Répartition par âge chez les commerçants fixes et les marchands ambulants

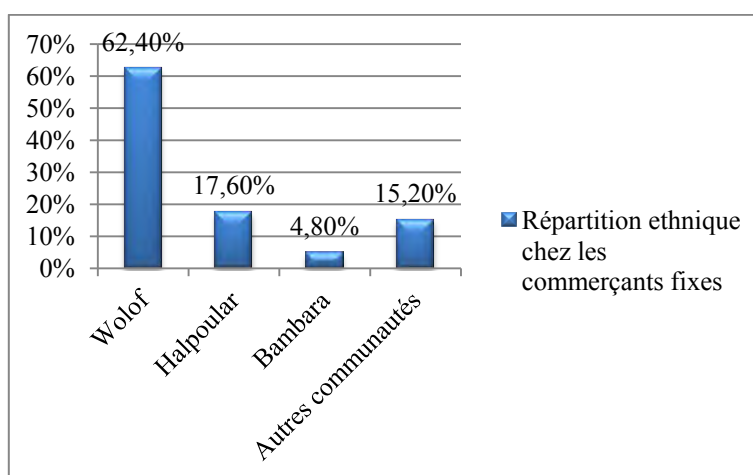
Photo n°5 : A travers ce cliché se dessine le profil du marchand ambulant au marché central de Thiès. Le pousse pousse ici permet de transporter et d'étaler la marchandise.



Source : Mor Talla Lo, (mémoire de maîtrise de géographie UCAD)

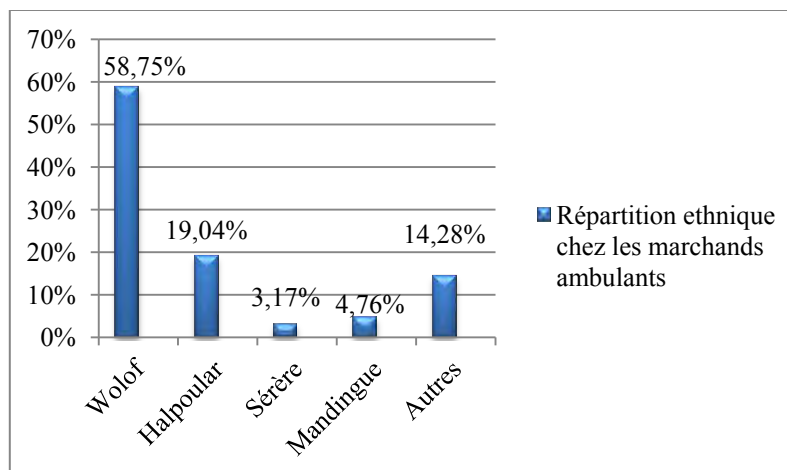
3 - Répartition ethnique :

Le critère ethnique est un élément clé qui peut influencer la structuration d'un marché. Au marché central de Thiès nous constatons que les wolof avec un taux de 62,4% sont majoritaires. On les retrouve dans quasiment tous les secteurs, commerce de détail, demi-grossiste, artisanat, et la restauration. La communauté halpoular vient après les wolof, il représente 17,6 % ; on les observe dans la vente de tissus, de la viande et du lait caillé. Les bambara qui sont en majorité des maliens viennent en troisième position avec 4,8% ; d'ailleurs ces derniers sont bien présents au niveau de l'îlot B du marché officiel dont certains ont fini par lui attribuer le nom de « marché bambara ». Enfin viennent les autres composantes réparties entre la communauté maure spécialisée dans la vente de la viande et des peaux de bête au niveau de l'îlot B et les alentours du marché, les sérère les diola, les mandingue avec 15,2%.



Graphique n° 19: Répartition ethnique chez les vendeurs

Pour les marchands ambulants, l'ethnie la plus représentative sont les wolof avec 58,75%, ils sont suivis par les halpoular 19,04%, les sérère malgré que nous nous trouvons dans une ville où ils sont assez représentatifs ne constituent que 3,17%, les ethnies d'origines mandingue représentent 14,28% et les autres ethnies 4,76%. La forte présence des wolof peut s'expliquer par le fait que Thiès est une ville où l'effectif de cette ethnie domine mais cette explication peut être discutée si nous savons aussi que les sérère sont très présents dans la ville et les villages environnants. Les marchands ambulants issus des autres ethnies ne sont pas en général de la ville de Thiès la plupart d'entre eux viennent des autres régions mais aussi des pays étrangers comme la Guinée et le Mali.

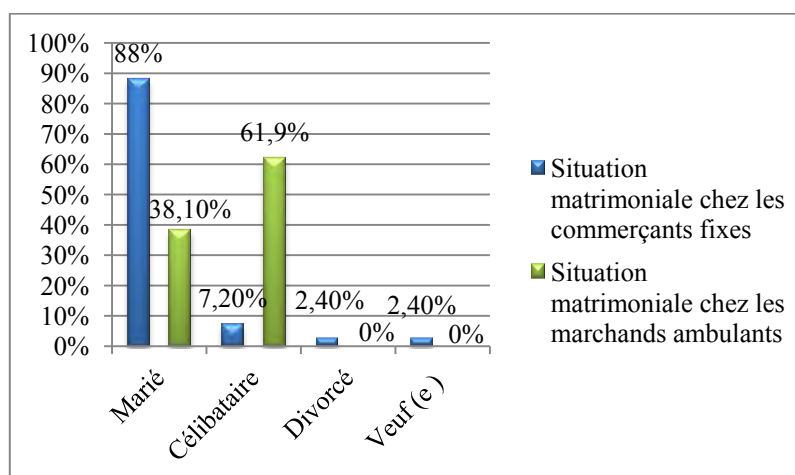


Graphique n°20 : Répartition ethnique chez les marchands ambulants

4- Situation matrimoniale :

Concernant la situation matrimoniale chez les commerçants fixes du marché, les résultats ont révélé que 88% de ces derniers sont mariés contre seulement 38,1% chez les marchands ambulants. Les personnes en situation de divorce s'ils sont de 2,4% chez les commerçants fixes, elles sont nulles chez les ambulants. Pour les célibataires, nous pouvons remarquer que l'effectif est plus marqué chez les marchands ambulants avec 61,9% contre seulement 7,2% chez les commerçants fixes. Par contre les veufs (es) qui représentent une proportion nulle chez les marchands ambulants représentent 2,4% chez les commerçants fixes.

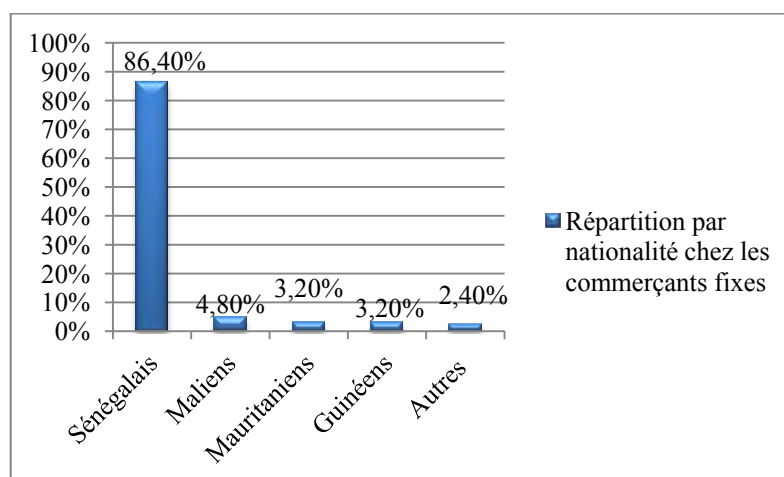
Le fait que l'effectif des mariés soit plus présent chez les commerçants fixes peut se comprendre du fait que cette catégorie est composée par des personnes adultes contrairement chez les marchands ambulants où dominent les jeunes.



Graphique n° 21: Situation matrimoniale chez les commerçants fixes et les marchands ambulants

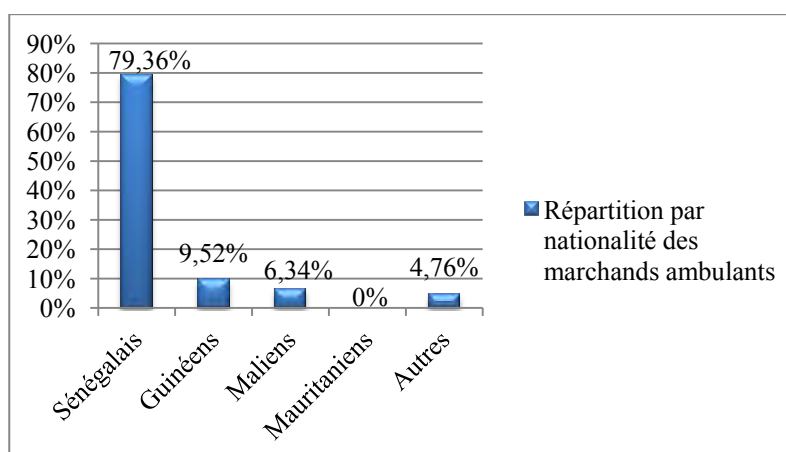
5- Répartition par nationalité :

Au marché central de Thiès, l'activité commerciale est largement dominée par les nationaux. Ils représentent 86,4%, viennent ensuite les maliens qui représentent 4,8% ces derniers sont retrouvés dans la pharmacopée et la vente des tissus indigo. Les mauritaniens généralement des grossistes et demi-grossistes représentent 3,2%, les guinéens spécialisés dans la vente des fruits, ils représentent 3,2 % et enfin les autres nationalités avec 2,4%.



Graphe n°22 : Répartition par nationalité chez les commerçants fixes

Pour les marchands ambulants d'après les résultats de l'enquête 79,36% sont des nationaux suivis par les guinéens avec 9,52%, les maliens 6,34%. Cependant nous pouvons noter de plus en plus une présence de marchands ambulants originaires du Ghana et du Nigéria ; ces derniers sont surtout spécialisés dans la vente de produits cosmétiques.

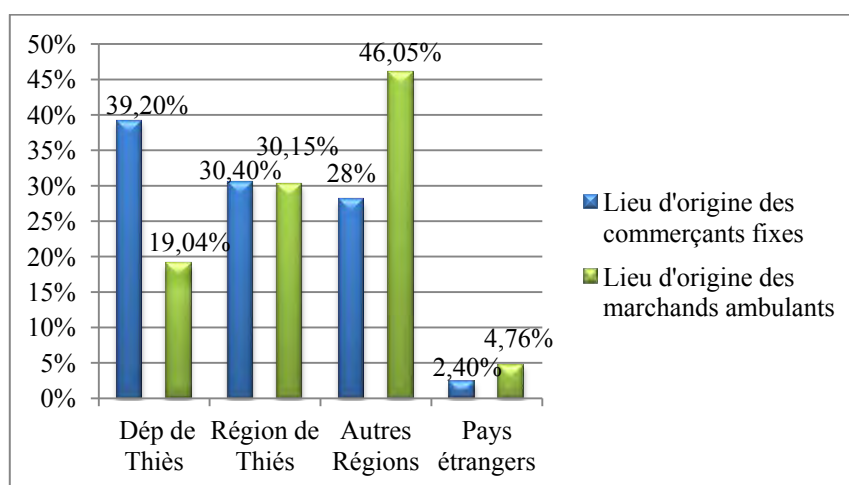


Graphe n°23 : Répartition par nationalité chez les marchands ambulants

6- Origine des vendeurs :

Concernant les commerçants fixes 39,2% sont originaires de la ville de Thiès contre 19,04% pour les marchands ambulants. 30,4% de la région de Thiès en l'occurrence dans le département de Tivaouane contre 30,15% pour les ambulants. 28% des commerçants

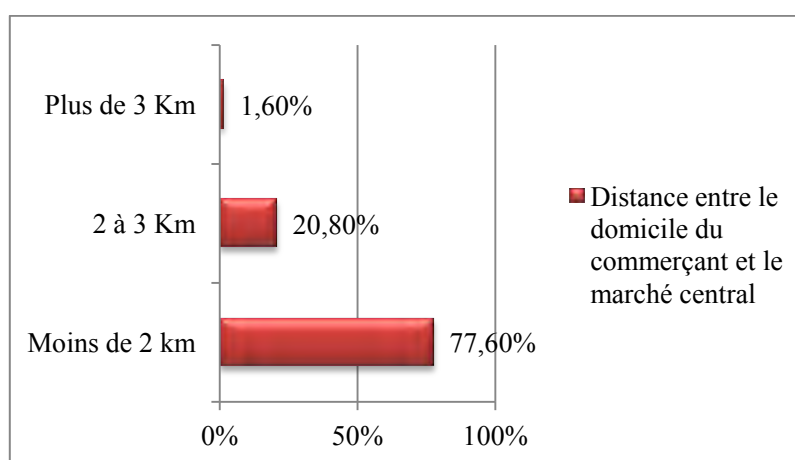
fixes viennent des autres régions du pays contre 46,05% pour les ambulants ; 2,4% des commerçants fixes viennent des pays de la sous région contre 4,76% pour les marchands ambulants.



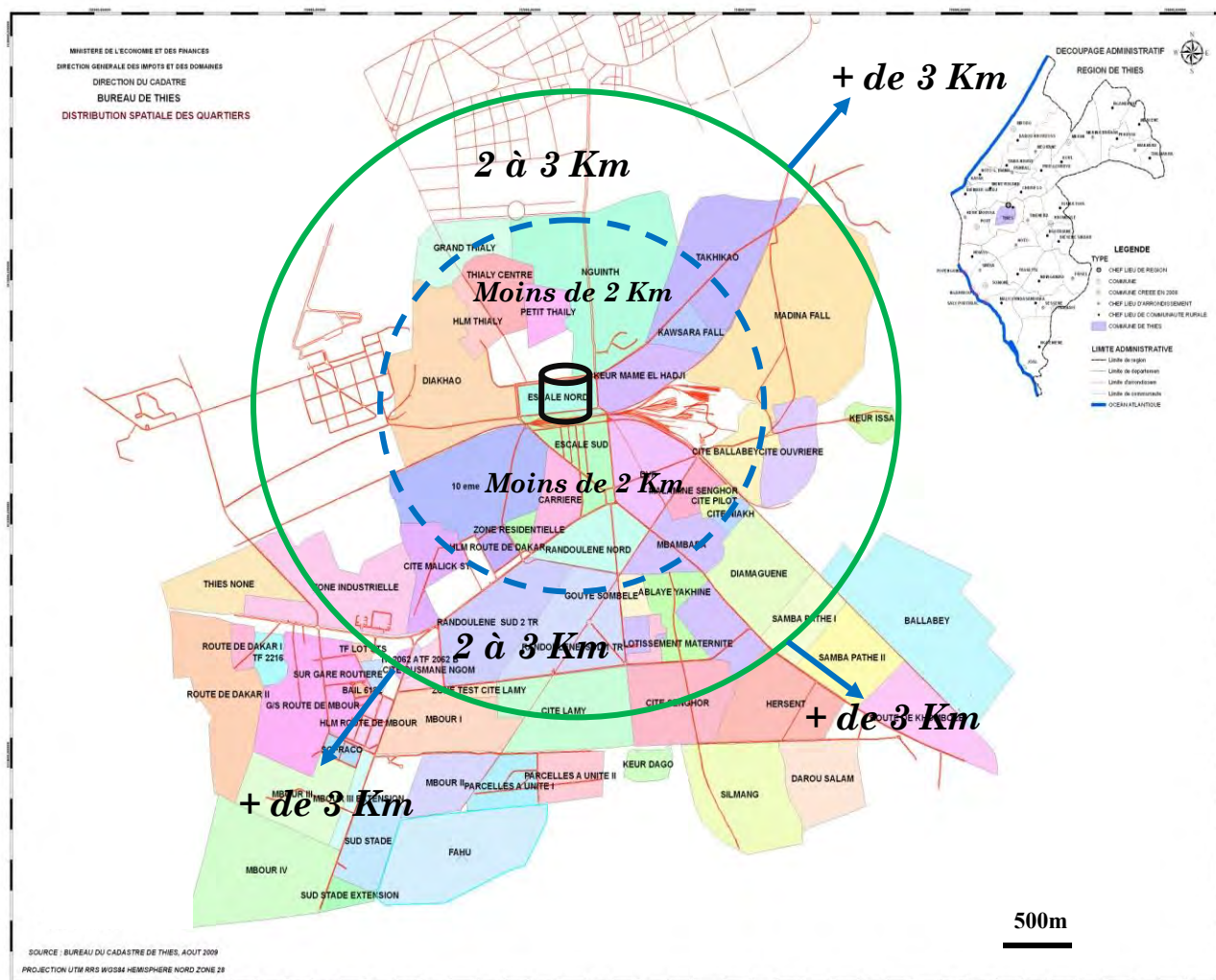
Graphique n°24 : Lieu d'origine des commerçants fixes et des marchands ambulants

7- Distance entre le domicile du commerçant et le marché :

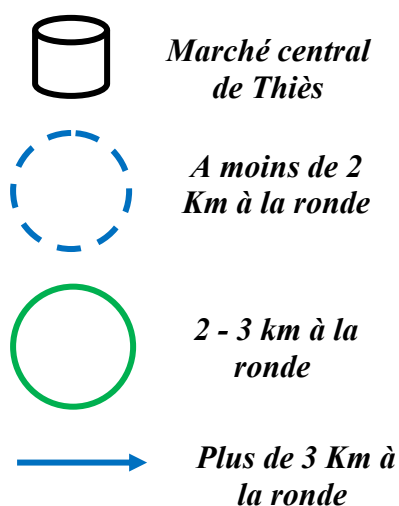
Concernant le lieu de provenance, 77,6% des commerçants fixes quittent chaque jour les zones situées à moins de 2 km du marché, ce sont les quartiers aux environs immédiats du centre ville à savoir Nguinth, Keur Mame El hadji, Takhikao, Keur Cheikh, Diakhao. 20,8% pour une distance comprise entre 2 et 3 km, nous avons les quartiers Médina Fall dont d'ailleurs viennent une bonne frange des commerçants, Kawsara, Som. Pour ceux qui quittent les zones situées à plus 3 km la proportion est faible elle est de 1,6%. Cependant pour ces derniers la majeure partie habitait dans les quartiers populaires auprès du centre ville où il vivait dans la grande maison familiale, c'est avec le temps qu'ils ont eu des maisons dans les quartiers périphériques.



Graphique n° 25 : Distance entre le domicile du commerçant et le marché



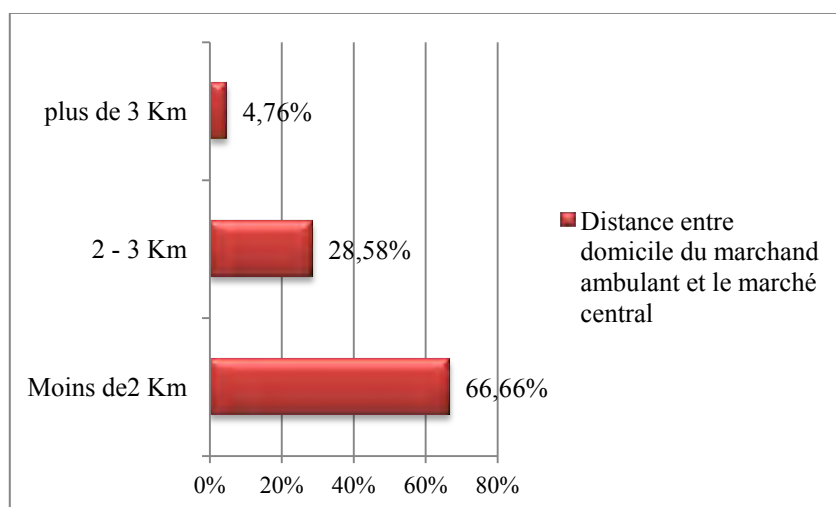
Source : Fond de carte Direction du Cadastre de Thiès habillé par Mor Talla Lo, département de géographie (UCAD).



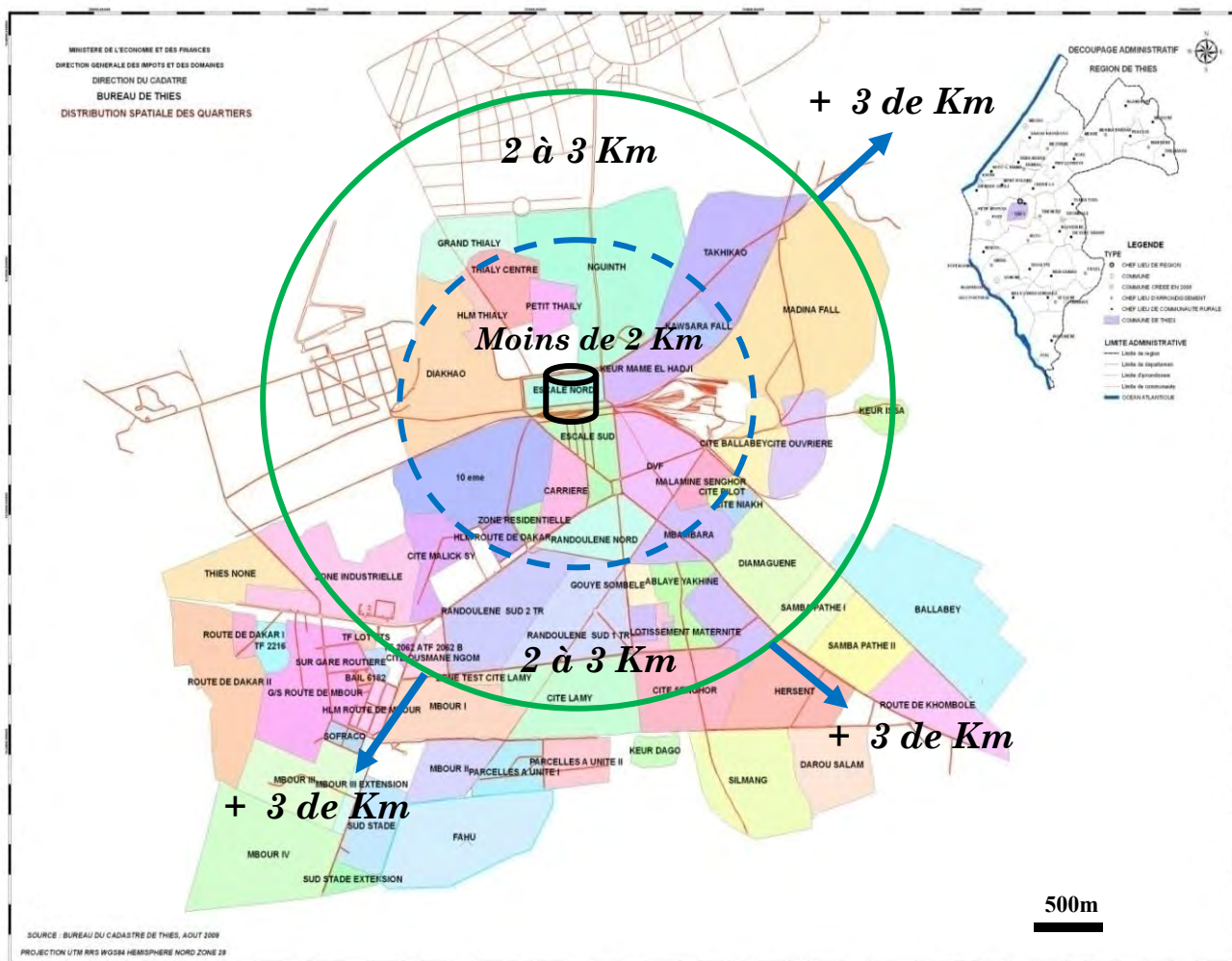
Carte n°9 : Distance entre le domicile du commerçant fixe et le marché central

8 - Distance entre le domicile du marchand ambulant et le marché central



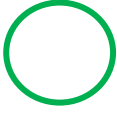

Pour les marchands ambulants d'après les résultats de l'enquête 66,66% quittent chaque jour les quartiers distant de moins de 2 Km à la ronde ; ce sont les quartiers populaires Nguinth, Diakhao, Thialy, Takhikao. 28,56% viennent des quartiers situés entre 2 et 3 km il concerne les quartiers Médina fall, Grand Thialy, Diamaguene, Som alors que seul 4,76% viennent des quartiers à plus de 3 Km Hersent, Cité Senghor et Sampathé. Les deux situations précédentes qui constituent la presque totalité de l'effectif s'expliquent par le fait que ces zones sont plus proches du centre ville donc ce qui représente un atout en terme de transport et d'accessibilité.



Graphie n°26 : Distance entre le domicile du marchand ambulant et le marché central



Source : Fond de carte Direction du Cadastre de Thiès habillé par Mor Talla Lo, département de géographie (UCAD).

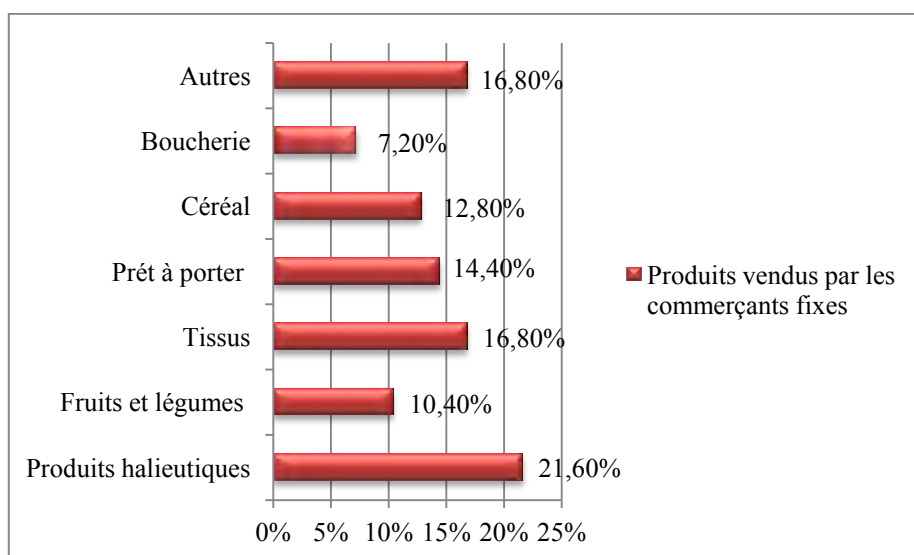
-  **Marché central de Thiès**
-  **A moins de 2 Km à la ronde**
-  **2 - 3 km à la ronde**
-  **Plus de 3 Km**

Carte n°10 : Distance entre le domicile du marchand ambulant et le marché central

9- Produits vendus par les commerçants fixes :

Il s'agit ici de donner quelques indications sur les produits que vendent les marchands. Ainsi les résultats de l'enquête révèlent que 21,6% des commerçants vendent des produits halieutiques. Il s'agit des poissons frais, les poissons séchés, les poissons brisés, le cymbiome etc. 10,4% des vendeurs sont spécialisés dans la vente des fruits et légumes contre 16,8% pour le tissus ; ces derniers sont localisés partout aux alentours des différents îlots ainsi de même pour les vendeurs de prêt à porter qui représentent 14,4% de l'effectif. Les vendeurs de céréal localisés sur l'intersection de la rue Amadou Ndiguène et la rue n°13 représentent 12,8% de l'effectif.

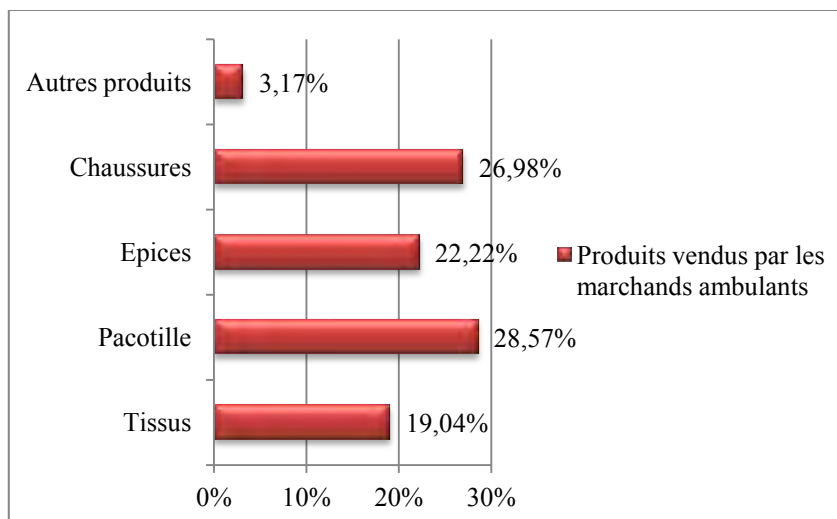
Les bouchés installés au niveau de l'îlot B et dans les zones périphériques du marché représentent 7,2%. La vente des produits autres que ceux que nous venons de citer représentent 16,8% de l'effectif. Il s'agit de l'alimentation générale, des téléphones portables, la friperie etc.



Graphe n° 27 : Produits vendus par les commerçants fixes

10- Produits vendus par les marchands ambulants :

Concernant les marchands ambulants, 19,04% occupent le domaine des tissus, 28,57% vendent des pacotilles qui sont dans leur majorité d'origines chinoises ; se sont des braselés, des habilles prêt à porter on les localise au niveau du boulevard Mawa Doukouré sur la rue Amadou .G. Sow et Chevalier .I. Aldridge. La vente des épices souvent étalés sur des pousses pousses représentent 22,22%. Pour les chaussures elles représentent 26,98%, elles sont commercialisées sur tout le long de la rue Amadou .G. Sow. La vente des autres produits représente par ailleurs 3,17% de l'effectif.



Graphie n° 28 : Produits vendus par les marchands ambulants

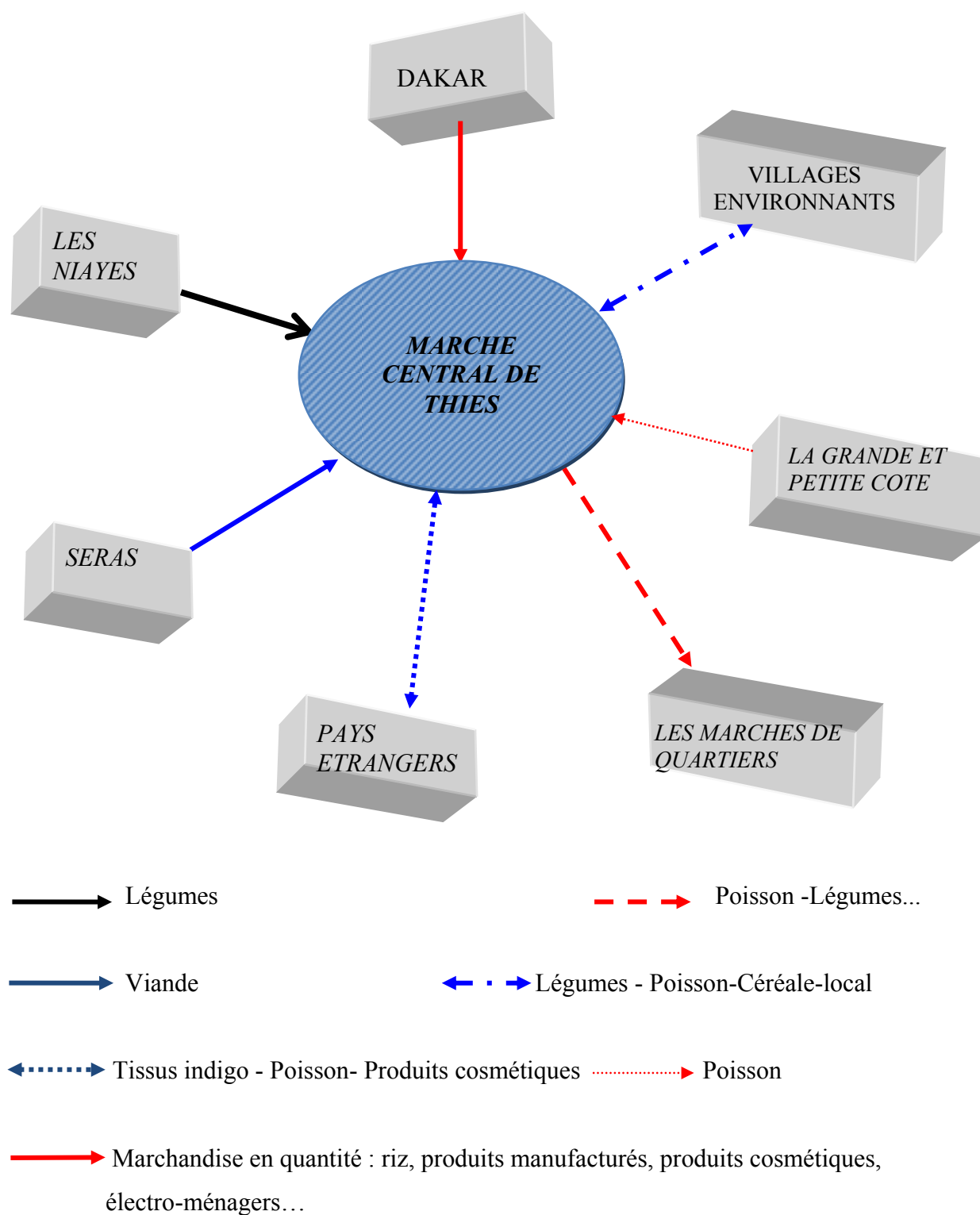
11- Origine des produits vendus par les commerçants fixes :

Les produits commercialisés au niveau du marché central de Thiès sont d'origines diverses. Ainsi 22,4% des produits viennent de la zone des Niayes, il s'agit spécialement des légumes frais qui descendent sur le marché presque toute l'année à l'exception de la périodes de pluies. 8,8% des produits viennent des villages environnents, il s'agit en particulier des céréales mais aussi des légumes verts : salade, béttrave ,concombre etc. Dans la grande et petite côte viennent 28,8% des produits (Mboro, Fasse Boye, Kayar, Mbour...), il s'agit entre autre de produits halieutiques. La viande qui représente 7,2% vient spécialement de la SERAS mais aussi de l'abattage clandestin. 29,6% des produits viennent essentiellement de la région de Dakar ; il s'agit des marchandises en grosses quantités comme le riz, la tomate, le sucre vendus par les commerçants demi grossistes et détaillants. Les autres produits qui représentent 3,2% viennent surtout des pays voisins comme le Mali, la Mauritanie, la Gambie et la Guinée ; ce sont la cola, les tissus indigo, le tabac, l'igname, et des fruits divers.

12- Origine des produits vendus par les marchands ambulants :

Pour les marchands ambulants, 73,01% des produits que leur livrent les commerçants grossistes viennent de la Chine ; c'est des chaussures, des prêts à porter, des appareils électroniques etc. Les autres produits qui constituent 26,98% sont d'origines locales ; c'est des fruits saisonniers en général .

Aires d'approvisionnement et de redistribution du marché central de Thiès



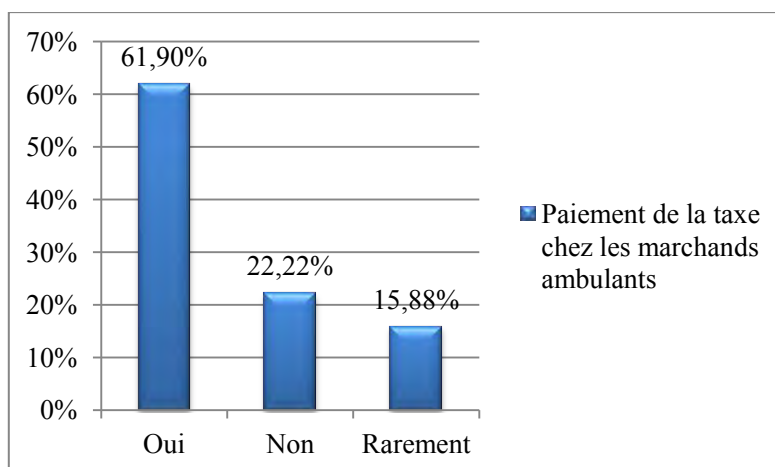
Source : Mor Talla Lo (mémoire de géographie, UCAD)

13- La Clientél :

A la question de savoir les clients qui s'approvisionnent au près d'eux, 66,4% des commerçants fixes déclarent que c'est des particuliers à savoir les ménagères, certains services parcontre 33,6% de l'effectif sont constitués par les revendeurs c'est-à-dire les détaillants dans les marchés et boutiques de quartiers, les micro-détaillants qui étalent leur marchandise devant leur maison mais aussi les populations dans les villages environnants. Pour les marchands ambulants 82,53% affirment que les femmes ménagères et les jeunes filles constituent leur principal client contre 17,46% pour les hommes.

14- Paiement de la Taxe :

Concernant le paiement de la taxe au niveau des commerçants fixes la totalité avoue remplir leur devoir même s'il menace parfois de boycotter à cause de la concurrence déloyale que leur mènent les marchands ambulants. Du côté des marchands ambulants seul 61,9% avouent payer la taxe journalière qui est d'un montant de 100F cfa / jour contre 22,22% qui ne paient pas. Le reste soit 15,88% disent payer la taxe que très rarement ; ce que confirment d'ailleurs certains agents collecteurs. Cette difficulté pour les collecteurs de percevoir la taxe journalière auprès de marchands ambulants est due à la situation d'irrégulier dont bénéficient ces derniers mais aussi par leur mobilité. Du côté des marchands ambulants, ils justifient leur acte par le fait du maigre bénéfice qu'ils tirent de leur vente.



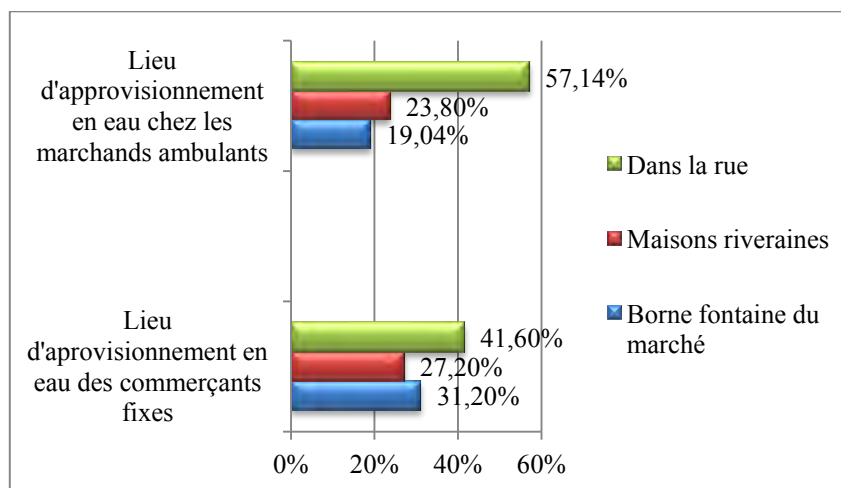
Graphe n°29 : Paiement de la taxe chez les marchands ambulants

15- Approvisionnement en eau :

A la question de savoir là où ils s'approvisionnent en eau 31,2% des commerçants fixes disent se ravitailler au niveau de la borne fontaine implantée à l'intérieur de l'îlot A où la bassine revient à 50F, 27,2% de l'effectif disent se ravitailler au niveau des maisons riveraines qui abritent leur magasin en général. Cependant ce service n'est pas gratuit car

ces derniers sont appelés à contribuer au paiement des factures d'eau. Nous noterons un nombre considérable des commerçants fixes soit 41,6% qui achètent l'eau dans la rue.

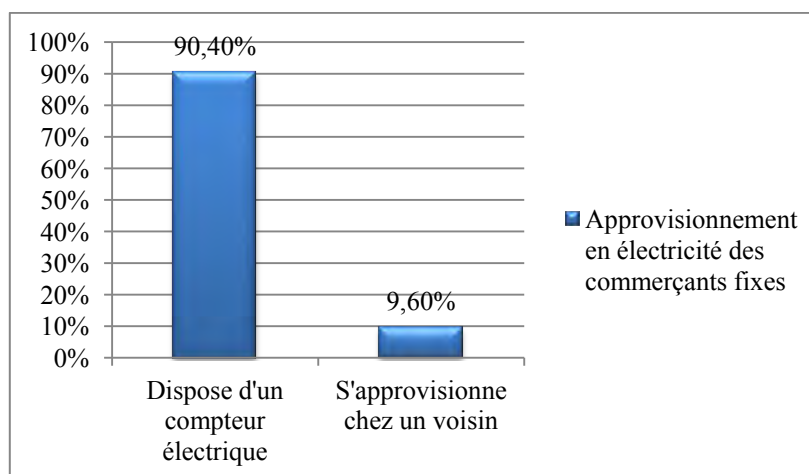
Du coté des marchands ambulants 19,04% disent s'approvisionner au niveau de la borne fontaine du marché contre 23,80% auprès des maisons riveraines. Le pourcentage de marchands ambulants s'approvisionnant dans la rue grâce aux sachets est plus significatif avec 57,14% de l'effectif.



Graphe n° 30: Lieu d'approvisionnement en eau chez vendeurs

16- Approvisionnement en électricité :

Pour l'approvisionnement en électricité 90,4% des commerçants fixes enquêtés disposent d'un compteur électrique alors que le reste soit 9,6% s'approvisionnent chez un voisin avec qui ils partagent le paiement de la facture. Cependant ce dernière cas cité peut être à l'origine de sinistre comme nous pouvons le voir à travers l'incendie qui a eu lieu le 04 Août 2010 au niveau de l'intersection avenue Général de Gaulle et rue Douamont (voir cliché n°10 page 96).



Graphe n°31 : Approvisionnement en électricité des commerçants fixes

Conclusion partielle :

Cette partie nous a permis d'aborder le cadre organisationnel du marché. En effet, nous avons vu que le marché central bénéficiait de grands équipements. Ainsi nous avons fait une analyse du système d'organisation en essayant de ressortir les différents emplacements qui sont composés des cantines, des étals, des loges de boucherie, mais aussi d'édicules publics, des bornes fontaine, poste de police etc.

Nous avons aussi ressorti la répartition des différentes activités sur le site officiel du marché et ses alentours.

Ainsi notre recherche a révélé que le marché dispose d'un site officiel composé d'îlots dont chacune spécialisée dans la vente de produit bien déterminé. Cependant comme nous l'avons évoqué, le marché ne se limite pas seulement à son emprise originelle, son dynamisme a fait naître un marché parallèle qui est établi sur l'espace public et les maisons riveraines.

Nous avons aussi dressé dans cette partie le profil des clients, des commerçants et des marchands ambulants. Les résultats obtenus nous ont permis de comprendre les différents motifs qui incitent les populations à fréquenter en masse ce marché. Cette situation va d'ailleurs engendrer une surfréquentation de l'équipement qui est aujourd'hui source de beaucoup de dysfonctionnements. Ainsi ce phénomène va nous pousser à aborder dans la troisième partie la question de la gestion du marché central.

TROISIÈME PARTIE

***La problématique de la gestion du marché
central de Thiès***

TROISIEME PARTIE : La problématique de la gestion du marché central de Thiès.

Chapitre VII : Présentation de l'administration du marché et les différentes associations.

Le marché fait intervenir différents acteurs pour son animation et son organisation, il s'agit de la municipalité qui dispose d'une équipe technique chargée de la gestion, elle est relayée dans cette tâche par la perception municipale qui se charge de la collecte des taxes, nous avons aussi parmi les acteurs les associations commerçantes.

A-Présentation générale de l'administration des marchés :

1- le Maire de la ville :

Selon le code de l'administration communale relatif aux attributions du Maire, il est dit que ce dernier est chargé de l'administration de la Commune. Ainsi il peut sous sa surveillance et sa responsabilité, déléguer par arrêté une partie de ses fonctions à un ou plusieurs de ces adjoints, à des membres du conseil municipal. C'est ainsi que la gestion des marchés de la ville de Thiès, le Maire a nommé un adjoint chargé de la gestion spatiale des marchés et un autre pour le recouvrement des redevances.

2- Le rôle du Secrétaire Municipal de la ville :

Il a un rôle de coordination de l'ensemble des activités de la gestion municipale et se présente comme le premier conseiller du Maire, il est aussi représentant de l'Etat au sein de l'institution municipale. En tant que tel, contrôle et oriente la gestion municipale dans le sens défini par le pouvoir central. Son intervention au niveau des marchés consiste à contrôler l'occupation, la gestion et le recouvrement par le biais des agents sous son contrôle (Le contrôleur général et les surveillants généraux) et de ses visites de terrains. Il participe à tous les travaux des commissions relatives aux marchés dans lesquels il exerce le contrôle de l'Etat mais aussi émet des propositions dans le sens de l'assainissement de la gestion municipale.

3- L'adjoint chargé des marchés :

Il a un rôle de supervision de toute action d'occupation de restructuration de marché ou de transformation effectuée à l'intérieur. Il a sous sa tutelle une commission dite des marchés et halles créée au sein du conseil municipal et préside les commissions techniques des marchés. Dans le cadre de la gestion spatiale des marchés, l'adjoint chargé des marchés

donne des directives techniques qui sont appliquées par l'agent voyer ou par les commissions techniques.

4- La commission des marchés et halles :

C'est une commission consultative présidée par l'adjoint au Maire chargé des marchés. Elle intervient notamment au moment des votes du budget de la commune pour émettre des avis et effectuer des études qui lui auraient été soumises dans le cadre de la gestion des marchés. La commission n'a aucun pouvoir de décision mais peut-être amenée à exercer des contrôles dans l'occupation des marchés sur instruction de l'adjoint chargé des marchés. Elle participe aussi aux travaux des commissions techniques des marchés. Ce sont les commissions techniques qui procèdent aux attributions ou retrait de places sur approbation du maire.

5- L'adjoint au recouvrement :

Il supervise le travail de recouvrement exercé sous la tutelle de la RPM, de la confection des tickets de marché destinés à la collecte des recettes. Il s'enquiert de l'état de celles-ci de façon régulière et en collaboration avec le receveur municipal, met sur pied une politique d'amélioration du recouvrement en cas de déficience. Une commission technique composée de conseillers municipaux, du contrôleur général des marchés, agents du trésor et des contributions directes sera constituée pour faire un diagnostic du système de recouvrement et émettre des propositions dans le sens de l'augmentation des recettes

Ainsi les structures spécialisées sont composées pour l'essentiel d'hommes politiques et souvent des responsables de haut niveau. Il faudra noter également que les conseillers municipaux souvent n'ont pas les compétences techniques requises pour intervenir correctement dans la gestion des marchés.

6- La collecte des taxes :

a) Les agents :

Le receveur municipal est responsable du recouvrement des recettes du marché. Il est assisté par un contrôleur du trésor lui aussi agent de l'Etat. Des collecteurs et un régisseur recruté par le Maire sont placés sous son autorité. Des surveillants et un contrôleur général eux aussi nommés par le Maire sont chargés de veiller au respect de la structuration des marchés et au bon fonctionnement du système de collecte des taxes. Le contrôleur et les surveillants dont l'action a aussi pour objectif d'aider le maire et les adjoints chargés du marché dans la définition d'une politique de l'occupation des marchés ont aussi compétence de contrôler les agents communaux affectés à la RPM.

b) Le contrôleur général et les surveillants généraux :

Leurs attributions respectives ont été spécifiés par note de service 0013 /CTH//M/SG en date du 10.07.91 du maire de la commune.

**** Le contrôleur général :***

Il a compétence de contrôle sur l'ensemble des marchés de la Commune. A cette effet, il est chargé de la supervision de tous les surveillants généraux des marchés ;

D'assister le maire, les adjoints chargés des marchés et le président de la commission des marchés à la définition et à l'élaboration d'une politique tendant à l'amélioration de l'occupation des espaces et au fonctionnement des marchés.

D'aider les surveillants généraux, l'installation des marchands aux emplacements qui leur sont attribués.

De vérifier au cours des contrôles qu'il aura à effectuer si tous les usagers des marchés assujettis au paiement de la taxe journalière s'acquittant normalement de celle-ci.

De vérifier au niveau de chaque marché visité le nombre de carnet disponible au niveau des collecteurs.

Il reçoit mandat du maire pour effectuer le contrôle.

****Le surveillant général :***

Son rôle est :

D'installer les marchands conformément sur les surfaces attribuées.

De vérifier si tous les locataires de cantines se sont acquittés du paiement de la taxe mensuelle.

Vérifier si tous les occupants d'étals et de tables payent la redevance journalière.

De régler les conflits entre marchands découlant de l'occupation des emplacements.

B- Les regroupements associatifs :

Face à l'administration pour constituer un front uni, un interlocuteur crédible et une force de proposition écoutée, les commerçants mettent sur pied dans tous les marchés des associations. Ainsi il existe au marché central un certains nombres d'associations formelles dont la place est solide et qui sont très influentes au niveau des autorités locales et leur champ d'action est plus étendu avec des branches réparties sur toute la région. Parmi ces associations installées au sein du marché, nous avons :

1- L'UNACOIS :

L'UNACOIS est une structure de type associatif vouée à la défense des commerçants. Ses objectifs sont de participer au développement de l'économie nationale, et de promouvoir le

commerce tant au plan national qu'international. Au niveau du marché, l'union des commerçants a aussi des tâches pratiques, comme la gestion des latrines et des bornes-fontaines. En effet, c'est elle qui a financé les travaux d'accée à l'eau dans les nouveaux blocs du marché. C'est aussi elle qui a financé le raccordement au réseau de la Sénégalaise Des Eaux [SDE] et qui aujourd'hui emploie un gestionnaire qui fait payer l'eau par bidon de 5 litres ainsi que l'accès aux latrines. En plus de ces tâches, l'association a comme fonction de régler les litiges et les problèmes entre les vendeurs et d'assurer une bonne communication entre les acteurs du marché.

2- Le Regroupement des Tailleurs de la Région de Thiès :

Créé le 08-02-2009, cette association compte 811 membres et a comme ambition de rentrer dans le secteur formel en créant un mutuel de crédit et assisté ces différents membres en les appuyant lors des situations difficiles (incendie, vol...).

3- L'Association des Marchands Ambulants pour le Développement/Thiès (AMAD/TH) :

Il a vue le jour au mois d'octobre 2009 compte 370 membres. Son objectif est de lutter pour l'amélioration économique et sociale de ces membres et une entre-aide entre membres en difficultés économiques, sociales, phycologiques, financiers.

4- L'Association des Mareyeuses du Marché Central :

Elle compte à son actif 2000 membres. C'est une association qui regroupe à la fois les mareyeurs du Marché Central et celui du Marché Sam ; elle a eu à intervenir pour empêcher les multiples tentatives de déguerpissement des marchands installés au niveau du Marché Sam.

Concernant le quartier Escale Nord, il n'existe presque pas de regroupement chez les riverains. En effet d'après certains d'entre eux, le quartier se révèle trop petit pour abriter ces genres de structure et la majeure partie des propriétaires ont préféré transformer leurs maisons en magasins et aller s'implanter ailleurs. La seule association qui existe s'active dans le domaine du sport (ASC Escale).

Ainsi donc comme nous pouvons le voir le marché pour son bon fonctionnement interviennent plusieurs acteurs avec des motivations différentes. Si pour la municipalité le premier souci est de trouver des fonds qui pourront lui permettre de gérer son budget annuel, les commerçants ailleurs s'associent pour mieux défendre leurs intérêts.

Chapitre VIII : Le marché central à l'intérieur du quartier Escale Nord

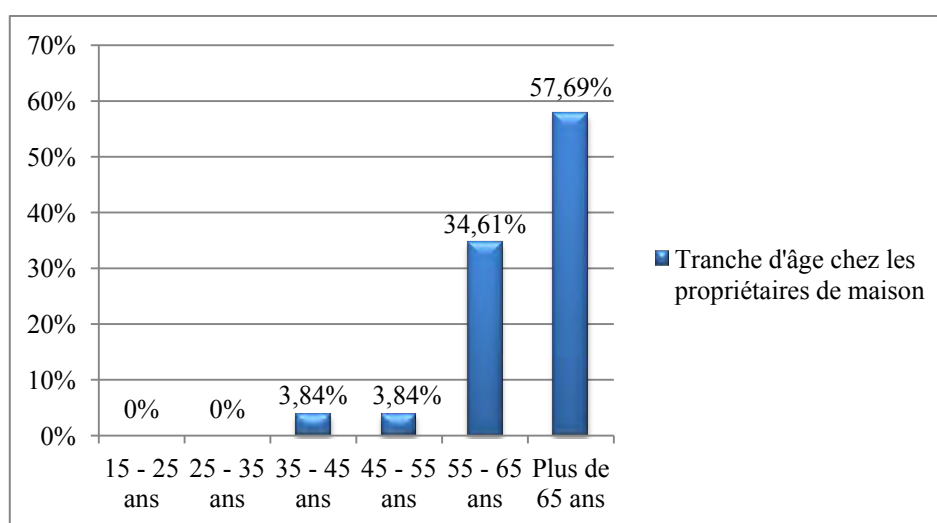
Nous ne pouvons parler de marché aujourd'hui sans pour autant faire la relation avec l'habitat qui gravite aux alentours. Malgré sa position géographique qui la place en plein centre ville, nous pouvons noter que le nombre de concession dans le quartier Escale Nord n'est pas significatif. Pour mieux aborder ce présent chapitre il été nécessaire d'étudier le profil des propriétaires des maisons riveraines et l'impact du marché sur le quartier Escale Nord.

A- Profil des propriétaires de maison :

Cette étude s'est intéressée sur l'âge, le genre, l'ethnie des propriétaires et la perception qu'ils ont du marché.

1- Tranche d'âge chez les propriétaires de maison :

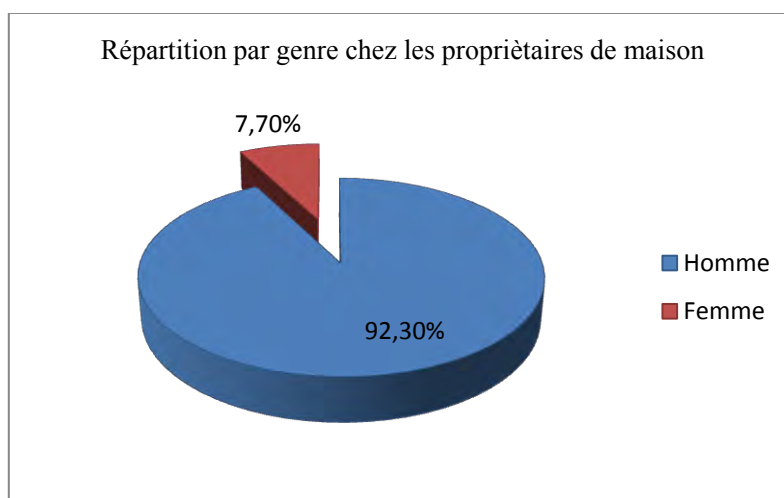
Concernant l'âge des propriétaires l'étude a révélé que 3,84% des propriétaires ont un âge compris entre 35 et 45 ans. A y voir près, nous pouvons remarquer une jeunesse chez cette catégorie de propriétaire cela peut se comprendre dans la mesure où la plupart d'entre eux disent hériter de ces concessions. Cette situation relevée ici est qui vaut pour la tranche d'âge comprise entre 45 et 55 ans qui est de 3,84%. Pour les propriétaires qui ont un âge compris entre 55 et 65 ans et plus de 65 ans les données sont respectivement entre 34,61% pour le premier et 57,69 % pour le dernier. Ces deux catégories qui représentent les personnes les plus âgées se sont implantées avant le marché proprement dit d'où leur âge très avancé.



Graphe n°32: Tranche d'âge chez les propriétaires de maison aux alentours du marché central.

2- Répartition par genre des propriétaires de maison :

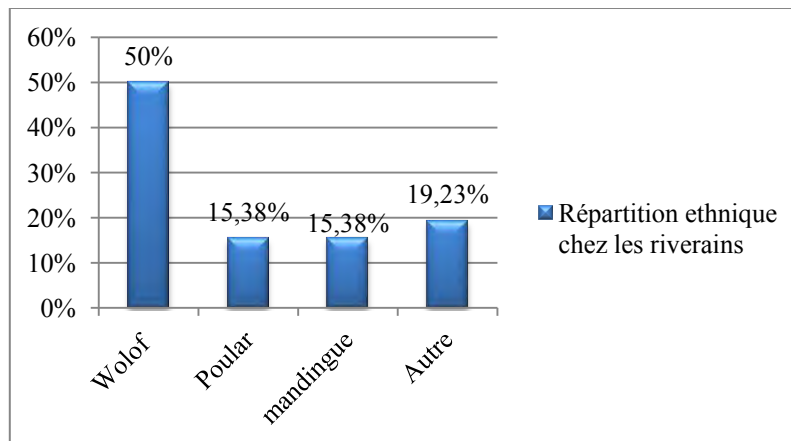
Concernant le genre, nous pouvons révéler d'après les résultats obtenus lors des enquêtes que la majorité des propriétaires sont des hommes soit 92,30 % de l'effectif contre 7,70% pour les femmes. En remontant dans le passé, nous pouvons voir qu'à l'époque les hommes étaient presque les seuls à pouvoir disposer de maison, la femme était plus soumise contrairement à nos jours où elle s'affirme. Par contre l'effectif qu'on observe aujourd'hui chez les femmes s'explique par le fait que ces dernières souvent en devenant veuves sont les gérantes des maisons que l'époux aurait légué aux héritiers.



Graphique n°33: Répartition par genre chez les propriétaires de maison

3- Répartition ethnique chez les riverains :

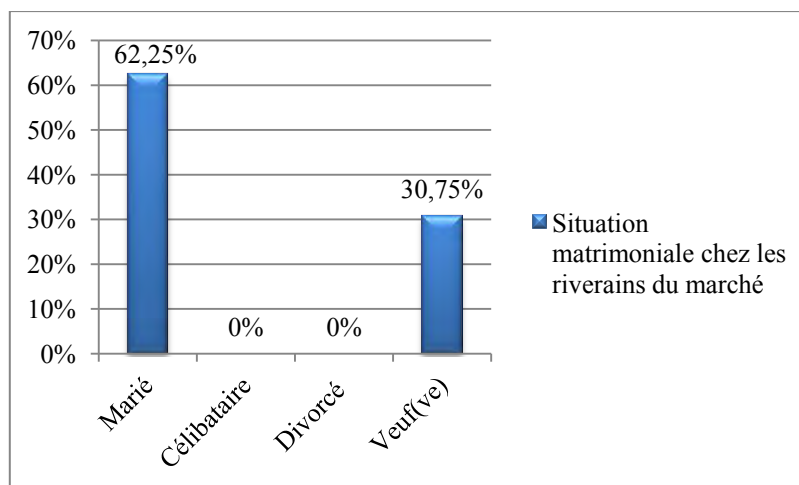
Concernant la répartition ethnique des propriétaires nous pouvons observer que les ethnies sont bien réparties. Ainsi les wolof avec 50% représentent le groupe le plus représentatif ; viennent ensuite les poular et les mandingue avec chacun 15,38%. La forte présence du groupe mandingue est due à l'implantation dans le passé des ouvriers des chemins de fer venus du Mali. Les autres propriétaires qui présentent individuellement un faible effectif sont égales à 19,23% ; ils sont composés de créole, de personne d'origine libano-syrienne.



Graphe n°34 : Répartition ethnique chez les riverains

4- Situation matrimoniale :

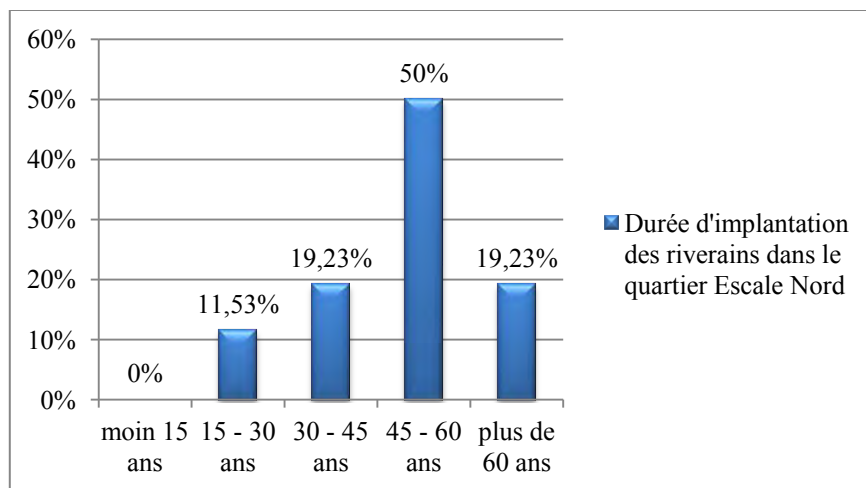
La première remarque que nous avons d'abord est que dans le quartier Escale Nord, la majeure partie des propriétaires enquêtés sont d'âge avancé. La deuxième remarque est que nous ne constatons pas une présence des personnes en situation de divorce ou de célibat. Ainsi 69,25% des personnes interrogées vivent toujours en couple, alors que 30,75% sont veufs (es).



Graphe n°35 : Situation matrimoniale chez les riverains du marché

5- Durée d'implantation dans le quartier :

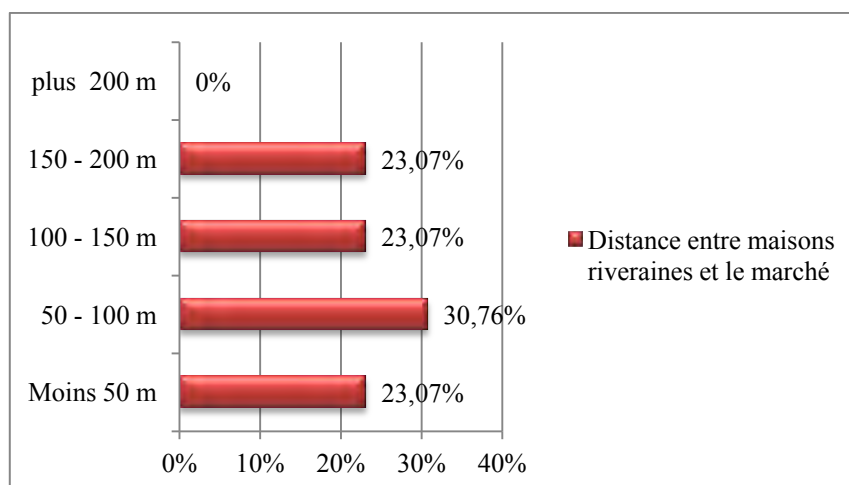
Concernant la période d'implantation au sein du quartier Escale Nord, 11,53% des propriétaires se sont implantés dans l'intervalle [15-30 ans] ; ces derniers pour la plupart détenaient le terrain mais n'avaient pas encore construit ce qui traduit cette courte période. 19,23% se sont implantés sur un intervalle compris entre [30-45 ans]. 50% de l'effectif disent s'être implantés dans l'intervalle [45-60 ans] ; 19,23 % se sont implantés depuis plus de 60 ans.



Graphique n°36 : Durée d'implantation des riverains dans le quartier Escal Nord

6- Distance entre lieu d'habitation et le marché :

Pour les concessions recensées, 23,07% sont localisées à moins de 50 m du marché officiel, 30,76% sur une distance comprise entre 50 et 100 m, 23,07% pour une distance comprise entre 100 – 150 m et 23,07% entre 150 et 200 m.

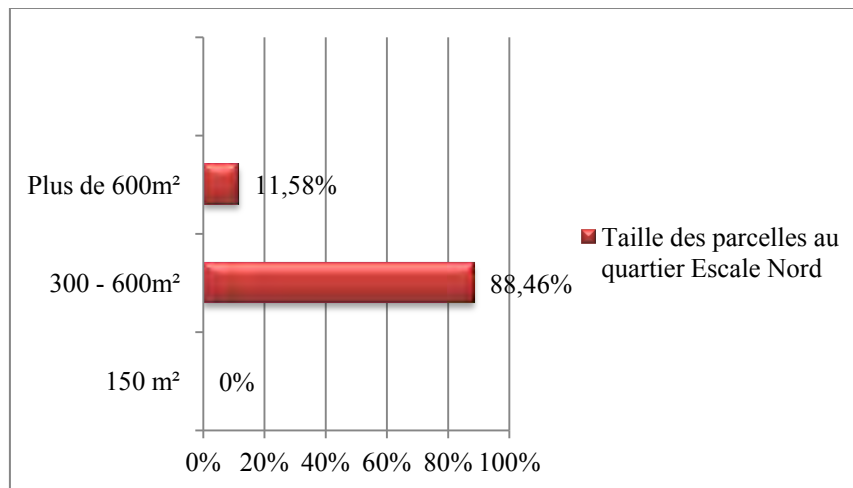


Graphique n°37 : Distance entre maisons riveraines et le marché central

7- La Taille des concessions :

Le quartier Escal est implanté dans le noyau primitif de la ville de Thiès. En effet, contrairement à la situation qu'on a aujourd'hui à l'époque coloniale les réserves foncières étaient suffisantes ce qui faisait que les terrains morcelés donnaient de grandes parcelles. Ainsi nous avons trouvé dans le quartier Escal Nord la situation suivante.

- ❖ 150 m² -----00
- ❖ 300 - 600 m² -----23
- ❖ Plus de 600 m²-----03



Graphique n°38 : Taille des parcelles au quartier Escale Nord

B- Etude d'impact du marché et des activités commerciales :

Un équipement marchand une fois réalisé peut causer des impacts positifs et négatifs dans la zone où il est implanté. Ainsi nous essayerons de voir ici l'impact que peut avoir le marché central dans son environnement interne et immédiat.

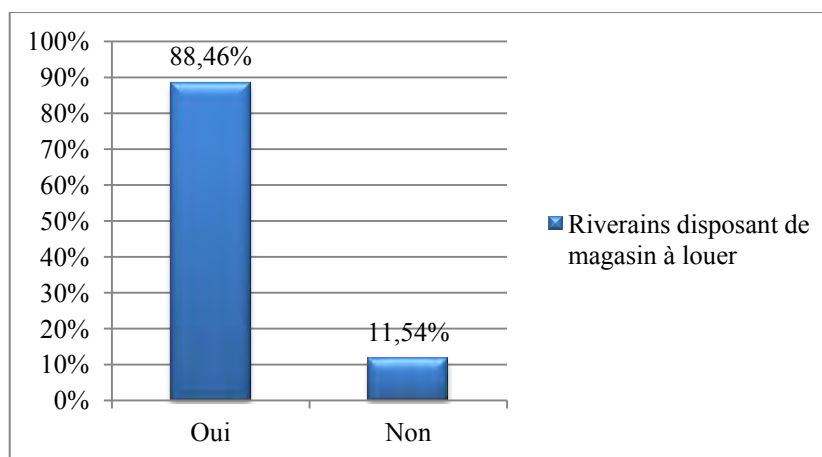
1- Transformation du tissu urbain de proximité :

Marché et habitat réunis dans un même site ont des impacts sur l'économie de cet espace. En effet le marché central implanté au cœur du quartier Escale Nord a des impacts économiques non négligeables. Ainsi, sur les 26 concessions enquêtées, 23,07% sont à moins de 50 m du marché officiel. Parmi ces concessions, 88,46%, transforment leur devanture ou même leur maison en magasin. La location de ces boutiques et magasins leurs donnent des revenus non négligeables qui varient selon le nombre de magasin disponible. Ce que nous retenons parcontre d'après nos enquêtes et entretiens est que ces revenus locatifs peuvent varier entre 150.000 à 1.000.000 F CFA voire plus.

Cependant, ces revenus locatifs sont très importants pour les uns et supplémentaires pour les autres dans la mesure où une partie considérable de ceux qui louent n'ont pas d'autres sources de revenu. Ce gain obtenu dans la location des magasins a poussé certains propriétaires qui disposent de grands terrains d'obtenir des prêts au niveau des banques pour valoriser ces derniers par la transformation en magasin destiné à la location.

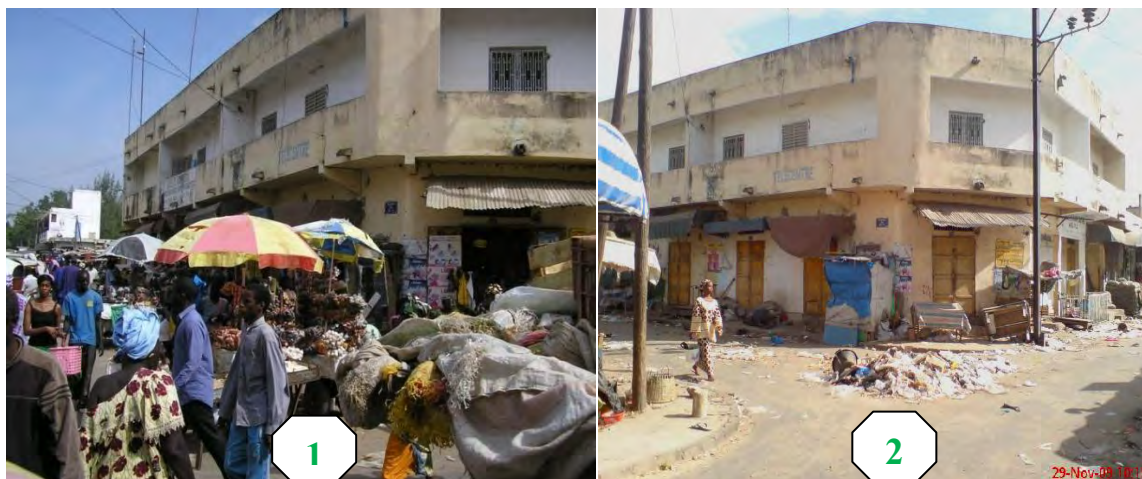
Autre part cet impact économique se manifeste aussi dans la réduction des distances. Les populations qui habitent dans les environs du marché s'approvisionnent sur place sans emprunter des moyens de transport sauf s'il ne s'agit de déplacer des produits lourds (sac de riz, ravitaillement mensuel...) et dans ce cas ils font appel le plus souvent aux poussettes.

Ce pendant, il faut noter que si la proximité du marché apporte beaucoup de profit pour les riverains, la municipalité perd des gains considérables qui pouvaient entrer dans ces fonds. En effet si les sommes payées par les commerçants qui occupent les devantures et les maisons riveraines rentraient dans les caisses de la municipalité elle relèverait d'avantage ses recettes.



Graphe n°39 : Riverains disposant de magasin à louer

Photo n°6 : Occupation des devantures de maison aux heures de pointe sur l'intersection rue Amadou .G.Sow rue n°17 par les marchands ambulants voir cliché n°1. Le cliché n °2 décrit l'état de la zone à l'absence des vendeurs.



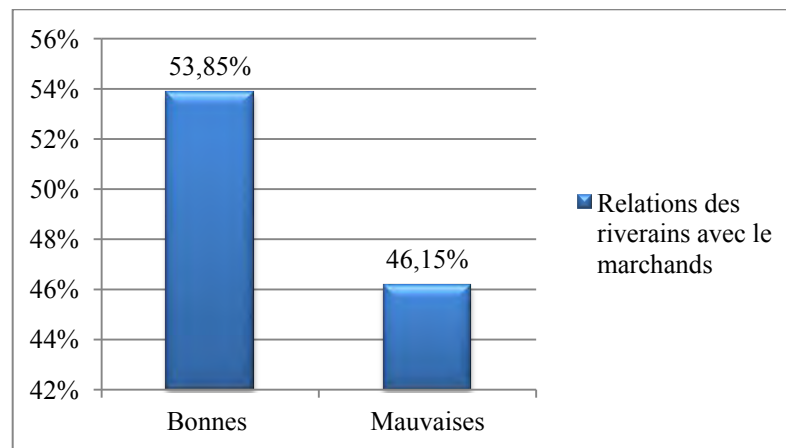
Source : Mor Talla Lo, (mémoire de maitrise de géographie UCAD)

2- Impacts sociologiques :

Les habitudes et comportements endogènes de certains usagers du marché ont également un impact sur ce dernier et son environnement immédiat. Nous avons constaté par exemple que malgré les efforts consentis par l'équipe de collecte et d'évacuation des déchets solides, les ordures traînent encore sur la chaussée et les trottoirs tout simplement parce que le nombre de bac à ordure est insuffisant par rapport au volume de déché rejeté. La

convergence de beaucoup de personnes venant d'horizons différents, avec chacune ses habitudes, ses comportements et mentalités sont à l'origine des dysfonctionnements notés dans le marché.

Ainsi à la question de savoir si les riverains entretenaient de bonnes relations avec les marchands 53,85% de ses derniers ont répondu à l'affirmatif contre 46,15% qui disent entretenir de mauvaises relations avec les marchands.

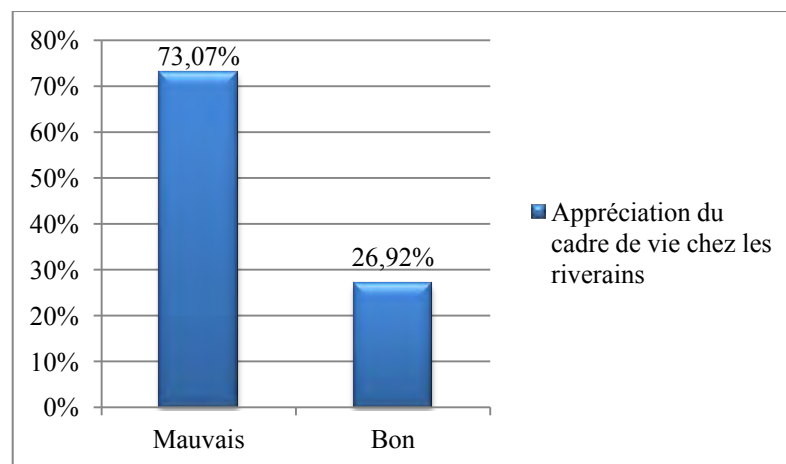


Graphe n°40 : Relation des riverains avec les marchands

3- Impacts psychologiques :

Au début de l'implantation du marché c'est-à-dire au courant des années 50, Escale était le quartier des bourgeois où il faisait bon y vivre. Aujourd'hui, les populations de ce quartier sont plongées dans un stress quotidien engendré par le bruit (nuisance sonore) non seulement des vendeurs mais surtout des gros porteurs qui circulent presque toutes les heures.

Ainsi à la question de savoir si les riverains apprécient leur cadre de vie 73,07% parmi eux ont répondu non contre seulement 26,92% qui pensent ne pas éprouver de difficulté à vivre à proximité du marché.



Graphe n°41 : Appréciation du cadre de vie chez les riverains

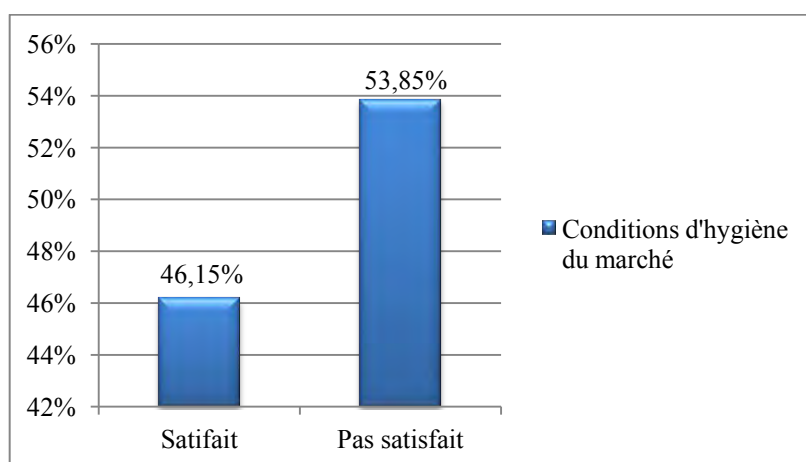
4- Impacts environnementaux :

Le développement sans cesse croissant du marché central de Thiès attire rappelons le des milliers de commerçants venus d'horizons divers pour écouler leur produit. Certains des riverains enquêtés ont l'avantage de profiter de la présence de ces vendeurs pour transformer leur maison, devanture de maison ou garage en boutique. Le processus de transformation ou de combinaison de l'habitat avec le commerce entraine inéluctablement un profond changement de la physionomie et du fonctionnement du quartier Escale Nord. En effet, on peut noter au sein de l'espace notamment sur la rue Amadou Ndièguène la dégradation des voies et le défoncement d'égouts causés par le passage régulier des camions.

Sur le plan de la santé, les odeurs issues des égouts défoncés sont susceptibles de provoquer chez plusieurs personnes des maladies.

En somme, ces deux phénomènes entraînent de multiples dysfonctionnements notamment sur la circulation des véhicules et des piétons en passant par de multitudes de nuisances fortement ressenties par les populations qui n'arrivent plus à vivre dans la quiétude.

Ainsi concernant les conditions d'hygiène du milieu 53,85% des riverains ne sont pas satisfaits du service offert contre 46,15% qui donnent une bonne appréciation.



Graphique n°42 : Appréciation des conditions d'hygiène du marché

Dans ce chapitre, nous avons dégagé le profil des riverains mais aussi nous avons essayé de montrer les enjeux et impacts que le marché central pouvait créer au sein du quartier Escale Nord. A travers les résultats obtenus, nous pouvons déduire que même si le marché central génère des revenus considérables pour les riverains, nous constatons beaucoup d'impacts négatifs qui tournent au tour des problèmes d'hygiène, de pollution sonore et de sécurité.

Chapitre IX : Les dysfonctionnements au niveau du marché central

Depuis la fin des années 1980, le marché central a connu une saturation progressive des dessertes et des allées. Cette situation a fait qu'aujourd'hui on enregistre dans son espace de nombreux problèmes que sont l'occupation de l'espace public par les ambulants, l'insalubrité, les inondations à cela s'ajoute la non implication de certains acteurs (associations commerçantes, riverains) dans la gestion du marché.

A- Les dysfonctionnements :

Au niveau du marché central aussi bien à l'intérieur qu'aux alentours, sont notés des dysfonctionnements qui empêchent le bon fonctionnement de l'équipement ; ainsi nous pouvons citer :

1- L'encombrement du marché :

Le marché central a connu une saturation depuis plusieurs années. En effet ce dernier avec une capacité de 1244 emplacements a dépassé sa capacité d'accueil, ce qui a engendré une forte concentration dans certains îlots de l'intérieur du site officiel et ces alentours. En dehors des installations fixes, cantines, loges, étals en dur édifiés par la municipalité ou par les exploitants, l'occupation est anarchique.

2- Occupation de l'espace public :

Face à l'appel des populations de plus en plus marqué, le marché central n'offre plus de possibilité d'extension sur le plan foncier. Il en résulte une occupation de l'espace public notamment les voiries, les boulevards et les grandes avenues engendrant ainsi un encombrement qui ne permet pas une fluidité de la circulation. Généralement, les vendeurs s'installent là où ils estiment pouvoir écouler leurs marchandises sans se soucier outre mesure de l'intervention des agents communaux.

Ainsi, notre descente sur le terrain nous a permis de mesurer l'ampleur du phénomène qui concerne surtout la rue Amadou.G.Sow, Chevalier Ira Aldridge, Boulevard Mawa Doukouré et l'intersection Amadou .G. Sow rue de la Poste (Marché Mbeukeunté ex Marché 10 heures). Ces axes enregistrent plus du tiers de l'effectif des marchands ambulants qui s'activent dans le marché.

Photo n°7 : On peut observer à travers ces clichés l'occupation anarchique de la rue Amadou.G.Sow (gauche) et le boulevard Mawa Doukouré (droite) qui démontre de plus l'état d'encombrement du marché central.



Source : Mor Talla Lo, (mémoire de maîtrise de géographie UCAD)

3- L'insalubrité :

L'insalubrité gagne du terrain dans le marché central cela en dépit des efforts de la municipalité qui assure une collecte des ordures au quotidien. En effet même si certaines zones du marché connaissent un état d'hygiène satisfaisant (Avenue Général de Gaulle), il n'en demeure pas moins qu'il existe des secteurs où les ordures constituent un cas problématique. Ainsi concernant le problème des ordures nous avons les cas de la rue Amadou.G.Sow, Chevalier Ira Aldridge et le boulevard Mawa Doukouré. Pour la situation des deux premiers citées d'après nos entretiens avec le chef de division des ressources de la mairie les difficultés sont dues à l'installation des marchands ambulants qui empêchent toute possibilité de procéder à des nettoyages à l'intérieur.

Pour ce qui est du boulevard Mawa Doukouré, le problème est du surtout à l'implantation du bac à ordure qui n'a pas la capacité pour accueillir tous les déchets qui proviennent à l'intérieur du marché, et à cette situation viennent s'ajouter les pannes fréquentes des camions bennes chargés de la collecte.

Photo n° 8 : Défaillance du dispositif de collecte matérialisée par le déversement des tas d'immondices aux abords du bac à ordure (boulevard Mawa Doukouré).



Source : Mor Talla Lo, (mémoire de maîtrise de géographie UCAD)

4- Les inondations :

Elles sont visibles à chaque hivernage. D'après l'entretien que nous avons eu avec le président de l'UNACOIS, cette situation est due au dysfonctionnement des canaux et égouts d'évacuation des eaux pluviales. Toujours selon ses dires, depuis la réfection du marché le curage n'a pas été fait. Ainsi à chaque hivernage les eaux menacent d'entrer dans le marché. Cette situation est dénoncée également par les commerçants qui longent l'avenue Général de Gaulle qui voient à chaque hivernage cette axe envahit par les eaux.

Photo n° 9 : Inondation sur l'avenue Général de Gaulle en période d'hivernage, un phénomène récurrent au niveau de cet axe du marché central.

Canalisation obstruée par les déchets (Av G.de Gaulle).



Source : Mor Talla Lo, (mémoire de maîtrise de géographie UCAD).

5- Les problèmes de sécurité :

Lieu de vente d'achat et de rencontre, le marché central est aussi un lieu où le vol comme dans tous les marchés du pays est un fait régulier. Les délinquants plus connus sous le nom de « Fakh man » spécialistes du vol à la tire ont créé un sentiment d'insécurité constant chez les clients et les vendeurs surtout pour ceux qui empruntent le marché « Mbeukeunté »¹³ et l'avenue Chevalier Ira Aldridge.

D'un autre côté le marché central n'est pas à l'abri des incendies. En effet les branchements illégaux des fils électriques entre cantines voisines sont souvent à l'origine de sinistres, comme en atteste cet incendie qui a eu lieu dans la nuit du 04 au 05 Août 2010 sur l'intersection de l'avenue Général de Gaulle et la rue Douamont (voir cliché n°10).

Photo n° 10 : *Une défaillance due à une mauvaise installation du courant électrique dans les boutiques peut être à l'origine d'incendies qui occasionnent des pertes financières et matérielles énormes.*



Source : Mor Talla Lo, (mémoire de maîtrise de géographie UCAD)

6- Les effets de la polarisation du marché central sur les équipements marchands de la ville :

L'existence du grand marché central s'est traduite par une forte polarisation des réseaux commerciaux. Cette polarisation induit de nombreux effets négatifs, en premier lieu sur le fonctionnement interne du marché, mais aussi sur le fonctionnement de l'agglomération. Ainsi le dynamisme du marché central aujourd'hui fait que certains marchés secondaires ou marchés de quartiers se caractérisent par leurs sous équipements, voire l'absence pure et simple de tout équipement. On observe ainsi la reproduction de tous les mécanismes d'un cercle vicieux : peu attractifs les différents marchés de l'agglomération thiessoise voient

¹³ Télescopage.

leurs usagers (clients, vendeurs) les laisser au profit de la zone central, stimulant encore que cette dernière exerce à l'échelle urbaine. Ce processus précipite le déclin des autres marchés, dont le niveau de recettes est tellement faible qu'ils ne peuvent pratiquement faire l'objet d'aucun investissement. Ainsi on peut ressortir l'exemple des marchés de Mbour 2 et des HLM Thialy (la construction de ces deux marchés a nécessité la mobilisation d'une somme de 250.000.000 FCFA)¹⁴ qui depuis leur mise en place restent sous occupés voire inoccupés.

Au total, cette forte attractivité du marché central engendre des coûts collectifs importants, spécialement en matière de transport. En effet rien que pour les clients, 31,42% des enquêtés prennent comme moyens de transport le taxi clando, 18,35% le car urbain, 24,28% la calèche, 1,42% le véhicule particulier, 4,28% le taxi alors que 20% adoptent la marche. Ainsi nous pouvons comprendre à travers ses résultats qu'une bonne frange des clients prend un moyen de transport. Cette stratégie pour se déplacer traduit la distance que doit faire le client pour accéder au marché central alors qu'ils en existent d'autres plus proches de son lieu de provenance.

Ainsi à travers ce chapitre nous avons vu que le marché central de Thiès présente de nombreux dysfonctionnements qui malgré les efforts de la municipalité demeure récurrent.

7- Les difficultés de gestion :

Le marché central est l'équipement marchand le plus grand de la ville Thiès par sa capacité à desservir les populations en denrées périssables en passant par l'habillement, les produits de beauté etc. Cette situation fait que de nos jours il est confronté à un problème crucial d'espace. En effet, chacun tient à avoir une place dans le marché afin de pouvoir écouler sa marchandise. L'importance de la clientèle aidant nous avons ainsi comme résultat une saturation de l'espace où des centaines, des tables, des étals à même le sol, des « poussettes » se prolifèrent dans le marché, faisant fi des normes élémentaires de sécurité. Pour l'essentiel des rues qui sont en général larges de six (6) mètres les marchandises débordent de tel sorte que seul un (1) mètre est utilisable pour le client (rue Amadou.G.Sow). Par conséquent, avec la saturation du marché et son environnement immédiat, les voies publiques sont investies et entraînent une modification de la physionomie et le fonctionnement de l'espace.

¹⁴ Pain. S. « La citoyenneté active pour la gestion interne du marché de Thiès » juin 2007. Université de Montréal en partenariat avec l'ENEA.

Cependant même si la gestion des marchés est du ressort exclusif de la mairie, celle-ci à travers le Maire n'a pas le pouvoir de commandement. Afin de faire appliquer strictement la réglementation en ce qui concerne les problèmes qui gangrènent l'espace du marché à savoir l'occupation de l'espace public, le non respect des règles d'hygiène etc. L'Etat se doit d'intervenir à travers ces démembrements qui siègent dans les villes en l'occurrence le gouverneur et l'ensemble des services compétents dans ce domaine.

La police municipale doit être dotée de moyens logistiques et humains suffisants pour pouvoir maîtriser ce phénomène.

8- Actions entreprises par la municipalité :

Le marché central est largement sorti de son périmètre et fonctionne en réalité sur une zone élargie. Sa réhabilitation qui s'est déroulée entre 2003 et 2005 a été mal organisée et délicate notamment du fait de l'imbroglio des situations financières qui y prévalent (le centre commercial Général de Gaulle). En effet le centre commerciale Général de Gaulle n'est pas construit par la mairie, cette équipement fait partie des travaux du programme indépendance en 2004. Les nombreux problèmes qui ont surgit sur ce programme donc ont fait que ce chantier est aujourd'hui arrêté et attend toujours d'être finaliser. Cette réhabilitation n'a apporté aucune réponse face à l'engorgement que connaissent certaines rues et avenues qui gravitent au tour alors que c'est là que se produisent les dysfonctionnements. La stratégie adoptée par la municipalité consistait à rechercher la concentration des activités sur le marché lui même en créant des emplacements pour tous les commerçants désireux d'exercer son activité dans le respect des normes établies.

9- La non implication des acteurs :

Sur les trois associations qui nous ont accordé un entretien à savoir l'UNACOIS, le Regroupement des Tailleurs de la Région de Thiès et l'Association des Marchands Ambulants pour le Développement/TH seul la première avoue être impliquée dans les décisions prises par la municipalité. Pour les tailleurs et les ambulants, ils font remarquer qu'il n'existe aucune consultation en ce qui concerne les décisions prises pour la bonne organisation du marché. En effet selon ces derniers, qui se réfèrent au projet de réhabilitation, aucune consultation n'a été faite pour connaître leurs besoins, ce qui a conduit à des maladresses sur le choix et la conception des nouveaux locaux. Pour les tailleurs les cantines sont trop petites vue le nombre de personne qu'ils emploient, ce qui les a poussé d'ailleurs à chercher d'autres emplacements auprès des maisons aux alentours du marché.

Pour les mareyeurs, ils évoluent dans le même sens que les tailleurs qui fustigent ce manque de concertation en donnant l'exemple des tables en céramiques qui leurs étaient destinés et qui se révèlent trop étroites et trop hautes pour la vente des produits. Ce qui fait ainsi que les points centraux des îlots D et C soit aujourd'hui abandonnés par les marchands qui le jugent inadéquate par rapport à leur besoin et ont préféré continuer leurs activités sur le secteur informel dans le marché Sam situé juste à côté du marché central.

Pour les riverains sur les 26 chefs de ménages enquêtés même s'ils bénéficient du voisinage direct avec le marché à travers la location 73,07% avouent être confrontés à des nuisances venant du marché. Ces problèmes sont énumérés comme suit : occupation des devantures de maisons par les marchands ambulants entraînant d'énormes problèmes pour se déplacer, une nuisance sonore et une insalubrité notoire. En effet pour ce dernier cas, les riverains dénoncent le fait que les commerçants ne ramassent pas les ordures lors de leur décente ce qui est souvent à l'origine des mauvaises odeurs qu'on ressent durant les nuits.

Concernant les clients sur le total de nos enquêtés 15,72% avouent être confrontés à des problèmes de mobilité que se soit à l'intérieur ou aux alentours du marché. Ainsi même s'ils achètent beaucoup chez les marchands ambulants, ils dénoncent le fait que ces derniers occupent les voies destinées aux véhicules et piétons. Concernant l'hygiène au niveau du marché 18,57% dénoncent l'insalubrité au niveau de la rue Amadou .G. Sow et les tas d'immondices qui gravitent au tour du bac à ordures à hauteur du boulevard Mawa Doukouré.

10- Une absence de coordination entre les différentes associations du marché :

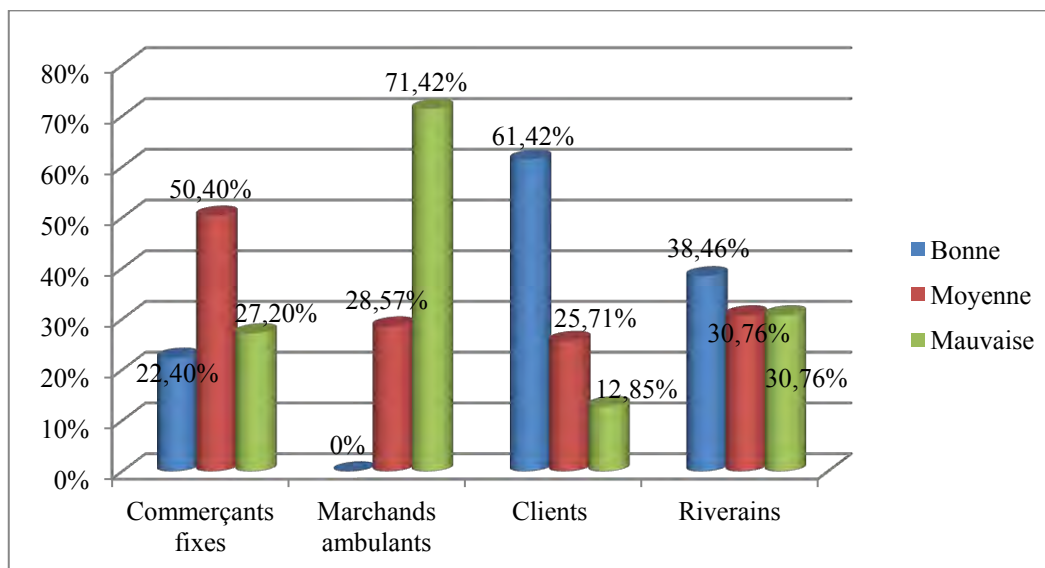
Malgré la forte présence des associations au sein du marché central, ce qu'il faut noter c'est cette absence d'union entre ces différentes entités. En effet devant les intérêts divergents des unes et des autres chaque association évolue de son côté. L'UNACOIS qui reste la plus grande association commerçante au niveau national est aujourd'hui critiquée par certains commerçants d'où cette nécessité pour ces derniers, de créer des structures parallèles. Ainsi, il n'est pas rare de voir des conflits entre l'UNACOIS et l'association des marchands ambulants. En effet l'UNACOIS dénonce souvent au près de la mairie l'occupation abusive des grandes artères du marché par les marchands ambulants (voir lettres page annexe) et ces derniers de répondre par des menaces de représailles.

Pour les tailleurs, ils évoluent dans le même sens que les marchands ambulants en indexant l'UNACOIS comme une structure politique au service de la municipalité.

11- Appréciation des différents acteurs sur la gestion du marché :

Sur la base d'un sondage lors de nos enquêtes auprès des différents acteurs qui évoluent dans le marché central, nous avons essayé à travers notre questionnaire de cueillir les appréciations des uns et des autres sur la gestion du marché.

Concernant les commerçants fixes 22,4% jugent la gestion du marché bonne, 50,4% la jugent moyenne alors que le reste soit 27,2% pensent que la gestion est très mauvaise. Pour les ambulants 71,42% jugent la gestion du marché comme étant très mauvaise, 28,57% jugent la gestion moyenne par contre personne d'entre eux n'apprécie le mode de gestion du marché. Concernant les clients, 61,42% jugent la gestion du marché appréciable, 25,71% considèrent qu'elle est moyenne contre 6,34% qui donnent une mauvaise appréciation.



Graphe n° 43: Appréciation de la gestion du marché central par les différents acteurs

Conclusion générale :

Mener une recherche sur le marché central de la ville de Thiès fut pour nous une expérience très importante. En effet notre choix de travailler sur Thiès a été motivé par deux choses, le fait d'habiter dans la localité en est une, la seconde est que le marché central parmi les neuf que compte la ville de Thiès est non seulement le plus connu mais aussi le plus dynamique.

Ainsi pour mener à bien cette recherche qui porte sur l'approche géographique du marché central nous avons eu à diviser le travail en trois parties.

Dans la première partie, nous avons essayé de démontrer l'effet que pouvait avoir le dynamisme démographique et spatial d'une ville sur l'implantation des équipements marchands. De ce fait nous avons tenté de retracer l'évolution spatiale de la ville de Thiès qui remonte à l'époque coloniale ce qui nous a permis d'avoir un aperçu sur le mode de fonctionnement de la ville, les premières installations. Ainsi comme nous l'avons vu Thiès qui constituait pour le colon un point stratégique est vite devenue une ville pionnière attirant des populations à la fois du pays et de la sous région. Après les indépendances son rythme de croissance démographique et spatial va s'accélérer suite au boom économique qui ressort de l'implantation des nouvelles industries, l'expresse Dakar Bamako qui favorisa le commerce sur le centre ville plus particulièrement le marché central qui a fini par remplacer l'escale colonial. C'est devant cette situation que les autorités pour des soucis d'aménagement ont créé des équipements dont les marchés qui sont passés de six dans les années 80 à neuf dans les années 90. Le marché central considéré comme l'équipement le plus dynamique de la ville de Thiès nous avons essayé dans la deuxième partie d'aborder son mode d'organisation. Les résultats obtenus sur le terrain ont montré que le marché central est bien organisé. En effet l'équipement implanté au cœur du quartier Escale Nord est composé de quatre îlots ou blocs qui abritent à leur sein des cantines étals, loge de boucherie, boxes de poisson et d'autres dessertes. Nous avons aussi à travers nos enquêtes établi le profil des différents acteurs qui interviennent à l'intérieur du marché à savoir les commerçants fixes, les marchands ambulants et les clients. Les résultats obtenus nous ont permis d'avoir une vision nette sur le profil de chacun des acteurs, leur lieu de provenance ; s'était aussi l'occasion pour nous de nous intéresser sur le statut et les fonctions du marché central au sein de la ville de Thiès. Les résultats ainsi ont montré que le marché central par ses fonctions de collecte et de redistribution constitue le poumon économique de la ville.

Nous ne pouvions nous satisfaire de cette étude sans pour autant aborder le thème de la gestion du marché central. En effet comme nous l'avons vu par son dynamisme le marché central est un lieu qui attire chaque jour des milliers de personnes venues d'horizons divers. Cette situation a conduit à la limite à une surfréquentation de l'équipement engendrant des problèmes de gestion. Ainsi nous avons décelé au niveau du marché central plusieurs problèmes qui relèvent en général du mauvais comportement des gens qui le fréquentent ; ce sont notamment des problèmes d'hygiène, d'occupation de l'espace public, de dialogue entre les différents acteurs. Nous avons aussi fait une analyse entre l'espace du marché et le quartier Escale Nord. Pour ce fait nous avons dressé le profil des riverains et l'impact du marché central sur leur cadre de vie qui a montré que malgré les bénéfices qu'ils pouvaient tirer en termes de location de magasins, les habitants étaient loin d'apprécier leur cadre de vie. Pour terminer nous avons essayé dans le dernier chapitre d'apporter quelques suggestions pour une meilleure gestion du marché central.

BIBLIOGRAPHIE

Ouvrages généraux / Mémoires / Autres publications

❖ Ouvrages généraux

- 1-Vennetier. P, « Les villes d'Afrique tropicale », 1991, Paris éd Masson, 244 pages.
- 2-Jaglin .S, « Gestion urbaine partagée à Ouagadougou. Pouvoir et périphérie (1983-1991), 1995, Paris Karthala-Orstom, 653 pages.
- 3-Beaujeu Garnier. J, « Géographie urbaine », 1980, Paris éd A Collin, 358 pages.
- 4-Thierry. P et Wilhelm .L, « Marché d'Afrique », 2000, Paris éd Karthala, 195 pages.
- 5-Pain.M « Kinshasa la ville et la cité », 1984, éd de l'ORSTOM, 267 pages.
- 6-Savonnet .G, « Une ville neuve du Sénégal Thiès », 1956, extrait des « cahiers d'outre mer » tom XI, page 70 à 93.
- 7-Beaujeu Garnier. J ; « Géographie du commerce », éd Masson, NY 284 pages.
- 8-Ciattoni.A et Veyret .Y ; « Les fondamentaux de la géographie », 2007, Paris, éd Armand collin, 298 pages.
- 9- George .P « Dictionnaire de la géographie », 1974, Presses universitaires de France, Paris, édition n°33148, 452 pages.

❖ Thèses et mémoires

- 10-Diouf .S, « l'Evolution commerciale de la ville de Thiès au Sénégal de la période coloniale à nos jours », 1980, thèse de doctorat de 3 ème cycle.
- 11-Diouf .S, « La ville de Thiès (Sénégal) croissance démographique et démesure spatiale d'une ville moyenne en pays sous développé », 1980, thèse de doctorat de 3 ème cycle 358 pages.
- 12-Ndiaye .M, « Le marché et son espace dans l'agglomération dakaroise », 1997, Thèse de doctorat de troisième cycle de géographie UCAD.
- 13-Ndiaye.Y, « le Marché central de Thiès étude géographique », 1987, UCAD Dép de géographie 108 pages.
- 14-Sarr .A, « La gestion des marchés de la commune de Thiès », 1991, mémoire de fin d'études ENEA, 62 pages.

15-Dibounga. N, « Les airs réservées aux marchés urbains et la cohabitation entre commerçants et riverains : le cas du marché Castors », 2002, mémoire de fin d'études ENEA 78 pages.

16-Manè. M, « La problématique de l'occupation de l'espace par les équipements marchands : exemple du marché Sandaga », 2003, mémoire de fin d'études ENEA.

17-Guillot .F, « Entre économie et société : le marché : Approche d'un espace d'échanges et de relations », 1999, mémoire de maîtrise Université de Caen, 121 pages.

❖ **Autres publications**

18-Tollens .E, « Les marchés de gros dans les grandes villes africaines : Diagnostic, rôle avantage, élément d'étude et de développement » séminaire sous régional FAO- ISRA Dakar 14 - 17 avril 1997.

19-Humarau.B, « Les marchés d'Ibadan », 1996, -Caen, travaux et documents n°49.

20-Michelon. B, « La gouvernance dans les projets d'équipements marchands en Afrique » 24 - 28 juin 2008, Genève.

21-Alain.P et Pacaud. F ; « Rénover les marchés urbains : L'exemple de Bobo-Dioulasso » Pain. S, « La citoyenneté active pour la gestion interne du marché de Thiès. », juin 2007 Montréal.

22-Pumain. D, « La théorie des lieux centraux les corrélats de la taille des villes » 2009.

23-Christaller .W et A. Lösch, « Le théorie des places centrales » 1933.

24-Claval. P ; « Réflexion sur la centralité » 2000, cahier de géographie Québec, vol.44, n°123, 285 pages.

25-www.mairie-Thiès.sn

26-www.fao.org

LISTE DES CARTES ET FIGURES

❖ CARTES

<i>Carte n°1</i> : Situation géographique de la région de Thiès	25
<i>Carte n°2</i> : La ville de Thiès vue sous Google Earth mis à jour en 2009.....	32
<i>Carte n°3</i> : Distribution spatiale des quartiers de la ville de Thiès.....	32
<i>Carte n°4</i> : Situation géographique du marché central de la ville de Thiès.....	36
<i>Carte n°5</i> : Distribution spatiale des équipements marchands de la ville de Thiès	39
<i>Carte n°6</i> : Hiérarchisation des équipements marchands de la ville de Thiès	40
<i>Carte n°7</i> : Emplacement des différents îlots du marché central de Thiès	53
<i>Carte n°8</i> : Distance entre le domicile du client et le marché central.....	63
<i>Carte n°9</i> : Distance entre le domicile du commerçant fixe et le marché central.....	74
<i>Carte n°10</i> : Distance entre le domicile du marchand ambulant et le marché central	76

❖ FIGURE

<i>Figure 1</i> : Aires d’approvisionnement et de redistribution du marché central de Thiès....	79
--	----

LISTE DES PHOTOS

<i>Photo n°1</i> : Le poste de Police Municipale.....	46
<i>Photo n°2</i> : L'ancienne toilette située à l'Ouest du marché	46
<i>Photo n°3</i> : Les toilettes construites lors de la réhabilitation du marché.....	47
<i>Photo n°4</i> : Toilette à l'intérieur du marché officiel (îlot A) abritant la borne fontaine	48
<i>Photo n° 5</i> : Le profil du marchand ambulant au marché central de Thiès	69
<i>Photo n° 6</i> : Occupation des devantures de maison sur l'intersection rue Amadou .G.Sow et rue n°17 par les marchands ambulants	93
<i>Photo n° 7</i> : Occupation anarchique de la rue Amadou.G.Sow et le boulevard Mawa Doukouré	97
<i>Photo n° 8</i> : Défaillance du dispositif de collecte matérialisée par le déversement des tas d'immondices aux abords du bac à ordure (boulevard Mawa Doukouré)	98
<i>Photo n° 9</i> : Inondation de l'avenue Général de Gaulle en période d'hivernage	98
<i>Photo n°10</i> : Une défaillance due à une mauvaise installation du courant électrique dans les boutiques à l'origine des incendies	99

LISTE DES GRAPHES

Graphe n° 1 : Répartition ethnique de la population de la ville de Thiès	28
Graphe n°2 : Répartition des installations au niveau du site officiel du marché central de Thiès	44
Graphe n°3 : Tranche d'âge chez les clients	59
Graphe n°4: Répartition par genre chez les clients.....	59
Graphe n°5: Répartition ethnique chez les clients.....	60
Graphe n°6: Situation matrimoniale chez les clients du marché central	61
Graphe n°7: Distance entre lieu de provenance du client et le marché	62
Graphe n°8: Motif de déplacement chez les clients	62
Graphe n°9: Rythme de fréquentation du marché par les clients.....	64
Graphe n°10: Produits achetés par les clients du marché central	64
Graphe n°11: Moyen de déplacement chez les clients.....	65
Graphe n°12: Les autres marchés fréquentés par les clients	66
Graphe n°13: Les vendeurs fréquentés par les clients	67
Graphe n°14: Appréciation des clients concernant la circulation à l'intérieur du marché	67
Graphe n°15: Répartition par genre chez les commerçants fixes à l'intérieur du marché central.....	68
Graphe n°16: Répartition par genre chez les commerçants fixes aux alentours du marché central.....	68
Graphe n°17: Répartition par genre chez les marchands ambulants.....	68
Graphe n°18: Répartition par âge chez les commerçants fixes et les marchands ambulants	69
Graphe n°19: Répartition ethnique chez les vendeurs.....	70
Graphe n°20: Répartition ethnique chez les marchands ambulants.....	71
Graphe n°21: Situation matrimoniale chez les commerçants fixes et les marchands ambulants	71
Graphe n°22: Répartition par nationalité chez les commerçants fixes	72
Graphe n°23: Répartition par nationalité chez les marchands ambulants	72
Graphe n°24: Lieu d'origine des commerçants fixes et des marchands ambulants	73

Graphe n°25: Distance entre le domicile du commerçant et le marché	73
Graphe n°26: Distance entre le domicile du marchand ambulant et le marché central	75
Graphe n°27: Produits vendus par les commerçants fixes	77
Graphe n°28: Produits vendus par les marchands ambulants	78
Graphe n°29: Paiement de la taxe chez les marchands ambulants	80
Graphe n°30: Lieu d'approvisionnement en eau chez les vendeurs	81
Graphe n°31: Approvisionnement en électricité des commerçants fixes	81
Graphe n°32: Tranche d'âge chez les propriétaires de maison aux alentours du marché central	88
Graphe n°33: Répartition par genre chez les propriétaires de maison	89
Graphe n°34: Répartition ethnique chez les riverains	90
Graphe n°35: Situation matrimoniale chez les riverains du marché	90
Graphe n°36: Durée d'implantation des riverains dans le quartier Escale Nord	91
Graphe n°37: Distance entre maisons riveraines et le marché central	91
Graphe n°38: Taille des parcelles au quartier Escale Nord	92
Graphe n°39: Riverains disposant de magasin à louer	93
Graphe n°40: Relation des riverains avec les marchands	94
Graphe n°41: Appréciation du cadre de vie chez les riverains	94
Graphe n°42: Appréciation des conditions d'hygiène du marché	95
Graphe n°43: Appréciation de la gestion du marché central par les différents acteurs ..	103

LISTE DES TABLEAUX

Tableau n°1 :

<u>Cible</u>	<u>Localisation</u>	<u>Nombre recensé</u>	<u>Pourcentage %</u>	<u>Nombre enquêté</u>
Commerçants fixes	<i>Intérieur</i>	1244	5%	62
	<i>Alentours</i>	1256	5%	63
Marchands ambulants	<i>Alentours</i>		5%	62
Concessions et Etablissements	<i>Alentours</i>	46	-	26
Clients	<i>Intérieur / Alentours</i>	-	-	70
Total	-	-	-	238

Tableau n°2: Répartition de la population selon la principale source de revenu

<i>Principal source de revenu</i>	<i>Effectif</i>	<i>Proportion %</i>
Salaire	12210	21,4
Pension/Bourse	5169	9,1
Loyer/rente	460	0,8
Transfer	1832	3,2
Agriculture/élevage/pêche	709	1,2
Artisanat	2484	4,4
Transport	1277	2,2
Commerce	14195	24,9
Profession libérale	9849	17,3
Aide/don	1880	3,3
Autres	1368	2,4
ND	5512	9,7
Total	56946	100
Source : PDU-Thiès 2025, enquête socio-économique, juin 2004		

Tableau n° 3 : Données générales sur la ville de Thiès

Superficie : 6.822 ha

Superficie urbanisée : 3.942 / 58%

Liste des quartiers	Superficie en ha	Equipement marchand (marché)
01- Escale	45	2
02 - Keur .M.El hadji - Keur Cheikh - Kawsara	190	1
03 - Thialy – Ngunith	196	1
04 - Diakhao - Diakhao Thialy	137	1
05 - Zone Industrielle	156	-
06 - Thiès None	100	-
07 - Grand Standing	193	1
08 - Mbour 3	234	-
09 - Mbour 1& 2 Parcelles Assainies	296	-
10 - Dixième - Cité. M. Sy - HLM Rt de Dakar - Carrière	164	-
11 - Som - Wango - Randoulène Nord & Sud	169	1
12 - Dioung - Cité Senghor - Cité Lamy - Ablaye Yakhine - Silman	295	3
13 - Darou Salam - Hersent 1& 2	280	1
14 - Mbambara - Sampathé - Diamaguene	183	1
15 - DVF- Malamine Senghor	142	-
16 - Madina Fall	262	-
17 - ZAC Nord Nguinth	600	-
18 - Diassap - Keur Issa- Keur.M.Diakhaté – Thionakh -Thiapong - Keur.M.Ndiaye - Poniène	300	-

Source : ADM (Atlas des Communes Capitales Régionales) Décembre 2008

Tableau n°4 : Evolution spatiale du marché central.

Périodes	Evolution de l'espace
1952 - 1962	Construction des deux premiers îlots (A-B)
1962 - 1987	Début d'implantation de l'îlot (B)
1987- 2002	Occupation complète de l'îlot (C-D)
2002 - 2010	Extension du marché vers l'Ouest avec la construction du centre commercial Général de Gaulle dont le chantier est en cours.

Source : Mémoire de maîtrise de Youssou Ndiaye 1989, mis à jour par Mor Talla Lo département de géographie (UCAD)

Tableau n° 5: Donnée statistique sur les différents emplacements du marché central

Marché central	<u>cantines</u>	<u>Etals</u>	<u>Boxes poisson</u>	<u>loges de boucherie</u>	<u>légumes vert</u>	<u>boyaux</u>	<u>friperie</u>	<u>poulaillers</u>	<u>perles</u>	<u>hangars</u>
Ilot A	189							38	10	66
Ilot B	222			20	12	16	65			
Ilot C	182	178	10							
Ilot D	176	60								
Total	769	238	10	20	12	16	65	38	10	66

Source : Mairie de la ville de Thiès (Décembre 2009)

Tableau n°6 : Récapitulatif des différents types de taxes :

<u>Secteur</u>	Recette municipale : Journalière et mensuelle		Patente		
	<u>Montant</u>	<u>Périodicité</u>	<u>Catégorie</u>	<u>Montant</u>	<u>Périodicité</u>
Ambulant	100 F	Au quotidien	3 ^{ème}	[10.000 -50.000]	Par an
Cantine	1000 F/ m²	Par mois	2 ^{ème}	[50.000 -100.000]	Par an
-----	-----	-----	1 ^{ière}	[+100.000]	Par an

Source : Bureau de l'UNACOIS Thiès (Décembre 2009)

Tableau n°7 : Hypothèse d'exploitation des îlots du marché central de Thiès

Résultats d'exploitation moyen pour l'îlot A et B		
	<u>Mensuel</u>	<u>Annuel</u>
Hypothèse basse	3.395.783	40.789.386
Hypothèse haute	2.546.837	30.562.044
Hypothèse haute avec variante	441.077	5.292.935

Résultats d'exploitation moyen pour l'îlot C et D		
	<u>Mensuel</u>	<u>Annuel</u>
Hypothèse basse	3.467.610	41.611.320
Hypothèse haute	2.600.707	31.208.484
Hypothèse haute avec variante	442.286	5.307.436

Budget de la mairie de Thiès : 1.957.263.103 Francs CFA

Part allouée à la gestion des aires du marché: 1,26% du budget soit 24.660.759 Francs CFA

Source : Mairie de Thiès Janvier 2010

TABLE DES MATIERES

Remerciements	2
Avant - propos	4
Acronymes	6
I Introduction Générale	7
II Problématique	9
III Méthodologie de recherche	12
PREMIERE PARTIE : Evolution urbaine de la ville de Thiès : Effet sur la distribution spatiale des équipements marchands	22
Chapitre I : Présentation de la ville de Thiès	22
A- Repère chronologique	22
B- Etude géographie	23
1- Le site	23
2- La situation	24
Chapitre II : Evolution démographique et spatiale de la ville de Thiès	26
A- Population	26
1- Accroissement	26
2- Répartition par sexe et par âge	26
3- Répartition par ethnie	27
4- Les mouvements migratoires	28
B- Evolution spatiale de la ville de Thiès	29
Chapitre III : Présentation et distribution spatiale des équipements marchands de la ville de Thiès	33
A- Les équipements commerciaux	33
1- Les équipements marchands	34
a) Le marché central historique et évolution spatiale	34
b) Les marchés de quartiers	37
B- La centralité et son rôle	41
DEUXIEME PARTIE : Organisation interne du marché central de Thiès	40
Chapitre IV : Analyse du système d'organisation du marché central	44
A- Le niveau d'équipement	44

1- Caractéristique des unités de vente	44
a) Les cantines	44
b) Les étals	44
c) Le poste de police.....	44
d) Les WC (édicules publics)	46
e) Enlèvement des ordures.....	47
f) La borne fontaine	47
g) L'électricité	48
h) La desserte.....	49
i) Les trottoirs	49
j) Les allées intérieures du marché	49
B- Organisation spatiale	49
1- Zonage des différentes activités	49
2- Les limites des zones d'emprises	47
3- Statut d'occupation.....	51
a) Statut (juridique) selon les autorités administratives.....	51
b) Selon les textes de loi régissant les halles et marchés.....	51
4- La sous location.....	51
5- Les taxes appliquées dans le marché.....	52
Chapitre V : Caractéristique des activités commerciales du marché central	54
A- Le commerce	54
1- L'alimentation générale.....	55
a) Le poisson.....	54
b) Les légumes.....	54
c) La viande	55
2- L'habillement	55
a) Les vêtements	55
b) Les tissus	55
c) Les chaussures	55
d) La mercerie.....	55
3- La cosmétique, la parfumerie et les bijoux	55
4- Les équipements domestiques.....	55
B- L'artisanat.....	56
C- La restauration.....	56

D- Place du marché central dans le réseau des espaces marchands de la ville de Thiès.....	56
1- Rayon d'attraction.....	56
Chapitre VI : Fréquentation du marché central de Thiès.....	58
A- Le profil de la clientèle.....	58
1- L'âge	58
2- Le genre.....	59
3- Le groupe ethnique.....	60
4- Situation matrimoniale	60
5- Provenance des clients	61
6- Motif de déplacement.....	62
7- Rythme de fréquentation	64
8- Les produits achetés	64
9- Moyens de transport.....	65
10- Les autres marchés fréquentés par les clients.....	65
11- Comment les clients appréhendent-ils le marché central par rapport aux autres marchés de la ville	66
12- Les vendeurs fréquentés par les clients	66
13- Opinion des clients sur la circulation interne du marché	67
B- Profil des commerçants fixes et des ambulants	67
1- Répartition par genre chez les vendeurs.....	67
2- Répartition par âge	69
3- Répartition ethnique	70
4- Situation matrimoniale	71
5- Répartition par nationalité.....	72
6- Origine des vendeurs.....	72
7- Distance entre le domicile du commerçant fixe et le marché central.....	73
8- Distance entre le domicile du marchand ambulant et le marché central	75
9- Produits vendus par les commerçants fixes	77
10- Produits vendus par les marchands ambulants.....	77
11- Origine des produits vendus par les commerçants fixes	78
12- Origine des produits vendus par les marchands ambulants	78
13- La clientèle.....	80
14- Paiement de la taxe.....	80
15- Approvisionnement en eau.....	80

16- Approvisionnement en électricité.....	81
TROISIEME PARTIE : La problématique de la gestion du marché central de Thiès.....	84
Chapitre VII : Présentation de l'administration du marché et les différentes associations.	84
A- Présentation générale de l'administration des marchés.....	84
1- Le Maire de la ville	84
2- Le rôle du Secrétaire Municipal de la ville	84
3- L'adjoint chargé des marchés	84
4- La commission des marchés et halles	85
5- L'adjoint au recouvrement	85
6- La collecte des taxes.....	85
a) Les agents	85
b) Le contrôleur général et les surveillants généraux	86
*Contrôleur général	86
*Le contrôleur général.....	86
*Le surveillant général	86
B- Les regroupements associatifs	86
1- L'UNACOIS	86
2- Le Regroupement des Tailleurs de la Région de Thiès	87
3- L'Association des Marchands Ambulants pour le Développement/Thiès	87
4- L'Association des Mareyeuses du Marché Central	87
Chapitre VIII : Le marché central à l'intérieur du quartier Escale Nord	88
A- Profil des propriétaires de maison	88
1- Tranche d'âge chez les propriétaires de maison.....	88
2- Répartition par genre des propriétaires de maison	89
3- Répartition ethnique chez les riverains	89
4- Situation matrimoniale	90
5- Durée d'implantation dans le quartier	90
6- Distance entre lieu d'habitation et le marché	91
7- La Taille des concessions	91
B- Etude d'impacts du marché et des activités commerciales.....	92
1- Transformation du tissu urbain de proximité	92
2- Impacts sociologiques	93
3- Impacts psychologiques	94

4- Impacts environnementaux	95
Chapitre IX : Les dysfonctionnements au niveau du marché	96
A- Les dysfonctionnements	96
1- L'encombrement du marché.....	96
2- Occupation de l'espace public.....	96
3- L'insalubrité	97
4- Les inondations	98
5- Les problèmes de sécurité	99
6- Les effets de la polarisation du marché central sur les équipements marchands de la ville	99
7- Les difficultés de gestion	100
8- Actions entreprises par la municipalité	101
9- La non implication des acteurs.....	101
10- Une absence de coordination entre les différentes associations du marché.....	102
11- Appréciation des différents acteurs sur la gestion du marché.....	103
Conclusion générale	104
Bibliographie	106
Liste des cartes et figures.....	108
Liste des photos	109
Liste des graphes.....	110
Liste des tableaux.....	112
Table des matières	116
Annexe	121

ANNEXE

Questionnaire administré aux vendeurs fixes

Identification

1/ Age ?	15-25ans <input type="checkbox"/> 25-35ans <input type="checkbox"/> 35- 45ans <input type="checkbox"/> 45-55ans <input type="checkbox"/> 55ans- 65ans <input type="checkbox"/> + 65ans <input type="checkbox"/>
2/ Sexe ?	Masculin <input type="checkbox"/> Féminin <input type="checkbox"/>
3/ Répartition ethnique ?	Wolof <input type="checkbox"/> Poular <input type="checkbox"/> Bambara <input type="checkbox"/> Autre communauté <input type="checkbox"/>
4/Nationalité ?	Sénégalais <input type="checkbox"/> Malien <input type="checkbox"/> Mauritanien <input type="checkbox"/> Guinéen <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>

Activité

5/Lieu d'origine ?	Ville de Thiès <input type="checkbox"/> Village environnant <input type="checkbox"/> Région de Thiès <input type="checkbox"/> Reste du pays et pays étranger <input type="checkbox"/>
6/Produit vendu ?	Produits halieutiques <input type="checkbox"/> Fruits et légumes <input type="checkbox"/> Tissus <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Prêt à porter <input type="checkbox"/> Céréale <input type="checkbox"/> Viande <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>
7/ Origine des produits vendus ?	Niayes <input type="checkbox"/> Villages environnants <input type="checkbox"/> Grande et petite côte <input type="checkbox"/> SERAS <input type="checkbox"/> Dakar <input type="checkbox"/> Pays étrangers <input type="checkbox"/>
8/Clientèle ?	Particulier <input type="checkbox"/> Revendeur <input type="checkbox"/>
9/Distance entre votre domicile et le marché ?	Moins de 2 Km <input type="checkbox"/> 2- 3 Km <input type="checkbox"/> +de 3 Km <input type="checkbox"/>
10/Moyen de transport de vos marchandises ?	Camion <input type="checkbox"/> Fourgon <input type="checkbox"/> Mini vanne <input type="checkbox"/> Charrette <input type="checkbox"/> Pousse pousse <input type="checkbox"/>
11/Payez-vous la taxe ?	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
12/Implication sur la gestion ?	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
13/Appréciation sur l'hygiène et la sécurité ?	Bonne <input type="checkbox"/> Mauvaise <input type="checkbox"/>
14/Approvisionnement en eau ?	Borne fontaine du marché <input type="checkbox"/> Maisons riveraines <input type="checkbox"/>
15/Approvisionnement en électricité ?	Dispose de compteur <input type="checkbox"/> chez un voisin <input type="checkbox"/>
16/Opinion sur la gestion ?	Bonne <input type="checkbox"/> Moyenne <input type="checkbox"/> Mauvaise <input type="checkbox"/>

Questionnaire administré aux marchands ambulants

Identification

1/ Age ?	15-25ans <input type="checkbox"/> 25-35ans <input type="checkbox"/> 35-45ans <input type="checkbox"/> 45-55ans <input type="checkbox"/> 55ans-65ans <input type="checkbox"/> + 65ans <input type="checkbox"/>
2/ Sexe ?	Masculin <input type="checkbox"/> Féminin <input type="checkbox"/>
3/ Répartition ethnique ?	Wolof <input type="checkbox"/> Poular <input type="checkbox"/> Bambara <input type="checkbox"/> Autre communauté <input type="checkbox"/>
4/ Nationalité ?	Sénégalais <input type="checkbox"/> Malien <input type="checkbox"/> Mauritanien <input type="checkbox"/> Guinéen <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>

Activité

5/ Lieu d'origine ?	Ville de Thiès <input type="checkbox"/> Village environnant <input type="checkbox"/> Région de Thiès <input type="checkbox"/> Reste du pays et pays étranger <input type="checkbox"/>
6/ Produit vendu ?	Tissus <input type="checkbox"/> Pacotille <input type="checkbox"/> Epices <input type="checkbox"/> Chaussures <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>
7/ Origine des produits ?	Sénégal <input type="checkbox"/> Pays étrangers <input type="checkbox"/>
8/ Clientèle ?	Homme <input type="checkbox"/> Femme <input type="checkbox"/>
9/ Distance domicile et le marché ?	Moins de 2 Km <input type="checkbox"/> 2- 3 Km <input type="checkbox"/> +de 3 Km <input type="checkbox"/>
10/ Moyen de transport des marchandises ?	Porté <input type="checkbox"/> Pousse pousse <input type="checkbox"/> Table <input type="checkbox"/>
11/ Payez-vous la taxe ?	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
12/ Implication sur la gestion ?	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
13/ Appréciation sur l'hygiène et la sécurité ?	Bonne <input type="checkbox"/> Mauvaise <input type="checkbox"/>
14/ Approvisionnement en eau ?	Borne fontaine <input type="checkbox"/> Maison riveraine <input type="checkbox"/>
15/ Opinion sur la gestion ?	Bonne <input type="checkbox"/> Moyenne <input type="checkbox"/> Mauvaise <input type="checkbox"/>

Questionnaire administré aux clients

Identification

1/ Age ?	15-25ans <input type="checkbox"/> 25-35ans <input type="checkbox"/> 35-45ans <input type="checkbox"/> 45-55ans <input type="checkbox"/> 55ans-65ans <input type="checkbox"/> + 65ans <input type="checkbox"/>
3/ Sexe ?	Masculin <input type="checkbox"/> Féminin <input type="checkbox"/>
2/ Situation matrimoniale ?	Marié <input type="checkbox"/> Divorcé <input type="checkbox"/> Célibataire <input type="checkbox"/> Veuf(e) <input type="checkbox"/>
4/ Répartition ethnique ?	Wolof <input type="checkbox"/> Poular <input type="checkbox"/> Bambaras <input type="checkbox"/> Autre communauté <input type="checkbox"/>
5/ Distance entre marché et habitat ?	- 1 Km <input type="checkbox"/> 1-2 Km <input type="checkbox"/> 2-3 Km <input type="checkbox"/> + 3Km <input type="checkbox"/>

Activité

6/ Moyen de transport ?	Taxi <input type="checkbox"/> Taxi clando <input type="checkbox"/> Car urbain <input type="checkbox"/> Calèche <input type="checkbox"/> Véhicule particulier <input type="checkbox"/> Marche <input type="checkbox"/>
7/ Autres marchés fréquentés ?	Sam <input type="checkbox"/> Moussanté <input type="checkbox"/> Grand Thiès <input type="checkbox"/> Nguélaw <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>
8/ Motif de déplacement ?	Qualité produit <input type="checkbox"/> Prix compétitifs <input type="checkbox"/> Accessibilité <input type="checkbox"/> Autre <input type="checkbox"/>
9/ Auprès de quel catégorie de marchands faites-vous vos achats ?	Ambulants <input type="checkbox"/> Fixes <input type="checkbox"/> Fixes et ambulants <input type="checkbox"/>
10/ Se déplacer dans le marché est-il facile ?	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
11/ Quels articles achetez-vous ?	Condiments <input type="checkbox"/> Tissus <input type="checkbox"/> Produits halieutiques <input type="checkbox"/> Effets de toilette <input type="checkbox"/> Produits divers <input type="checkbox"/>
12/ Jugez-vous les allées du marchés praticables ?	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
13/ Que pensez-vous de l'extension du marché ?	Rapide <input type="checkbox"/> Moyen rapide <input type="checkbox"/>
14/ L'hygiène et la sécurité sont-elles assurée ?	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
15/ Rythme de fréquentation du marché?	Journalier <input type="checkbox"/> Fréquemment <input type="checkbox"/> Rarement <input type="checkbox"/>
16/ Opinion sur la gestion ?	Bonne <input type="checkbox"/> Moyenne <input type="checkbox"/> Mauvaise <input type="checkbox"/>

Questionnaire administré aux riverains

Identification

1/ Age ?	15-25ans <input type="checkbox"/> 25-35ans <input type="checkbox"/> 35-45ans <input type="checkbox"/> 45-55ans <input type="checkbox"/> 55ans-65ans <input type="checkbox"/> + 65ans <input type="checkbox"/>
2/ Sexe ?	Masculin <input type="checkbox"/> Féminin <input type="checkbox"/>
3/ Répartition ethnique ?	Wolof <input type="checkbox"/> Poular <input type="checkbox"/> Bambaras <input type="checkbox"/> Autres communautés <input type="checkbox"/>

Espace d'habitation et espace du marché

4/ Depuis quant habitez-vous le quartier ?	-15 ans <input type="checkbox"/> 15-30 ans <input type="checkbox"/> 30-45 ans <input type="checkbox"/> 45-60 ans <input type="checkbox"/>
5/ Distance entre le marché et votre concession ?	-50m <input type="checkbox"/> 50-100m <input type="checkbox"/> 100-150m <input type="checkbox"/>
6/ Disposez-vous de magasin à louer ?	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
7/A combien s'élève votre revenu du loyer ?	-150.000 f <input type="checkbox"/> 150.000 à 300.000f <input type="checkbox"/> +300.000 f <input type="checkbox"/>
8/ Appréciation du cadre de vie ?	Bonne <input type="checkbox"/> Mauvaise <input type="checkbox"/>
9/ Relation avec les marchands ?	Bonne <input type="checkbox"/> Mauvaise <input type="checkbox"/>
10/ Superficie de votre concession ?	150m ² <input type="checkbox"/> 300-600m ² <input type="checkbox"/> +600m ² <input type="checkbox"/>
11/L'hygiène et la sécurité sont-elles assurées ?	Oui <input type="checkbox"/> Non <input type="checkbox"/>
12/ Opinion sur la gestion du marché ?	Bonne <input type="checkbox"/> Moyenne <input type="checkbox"/> Mauvaise <input type="checkbox"/>

GUIDE D'ENTRETIEN
ADRESSE A LA MAIRIE DE THIES

- 1/ Prénom et nom.....
- 2/ Profession.....
- 3/ Fonction.....
- 4/ Statut.....
- 5/ Organigramme de la Mairie.....
- 6/ Quel est le budget de la Mairie ?.....
- 7/ Est-il totalement ou partiellement recouvré ?.....
- 9/Quelle est la part du budget allouée à la gestion des équipements marchands ?.....
- 10 / Combien d'équipements marchands compte la ville de Thiès ?
- 11/ Quelles sont les motifs qui ont favorisé leur création ?.....
- 12/ Quelle est la date de création du marché central de Thiès ?.....
- 13/ Pouvez- vous nous parlé de l'évolution du marché central ?.....
- 14/ Malgré l'existence des marchés de quartiers on remarque une surfréquentation du marché central pourquoi ?.....
- 15/ Le marché central a connu une réhabilitation qui s'est soldée par une modernisation de ses structures, quelles étaient les motivations de ce projet ?.....
- 16/ Quelles sont les réalisations de ce projet ?.....
- 17/ Malgré les grandes réalisations effectuées au niveau du marché central on note beaucoup de dysfonctionnements ; selon vous quelles seraient les causes de ces différents problèmes ?.....
- 18/ Comment jugez-vous en général les rapports entre votre structure avec les marchands (commerçants fixes et marchands ambulants)?.....

- 19/** Quels sont les types de taxes qui existent dans les marchés en général et leur montant ?.....
- 20/** Quelle est la recette journalière tirée dans le marché central ?.....
- 21/** Quelles sont les problèmes rencontrés dans la collecte des taxes ?.....
- 22/** Les vendeurs installés sur l'espace public avouent payer la taxe pour exercer légalement leur activité qu'en dites-vous ?.....
- 23/** Des démarches sont-elles en cours pour résoudre ces différents problèmes qui gangrènent l'espace du marché central ?.....

ENQUETE STRUCTURE ASSOCIATIVE

Entretien n°

Date de l'enquête.....

- 1/ Nom de la structure ?
- 2/ Date de sa création ?
- 3/ Avez-vous un aspect juridique ?
- 4/ Comment se fait le mode d'adhésion ?
- 5/ Combien d'adhérent compte actuellement votre structure ?
- 6/ Comment votre structure est organisée (organigramme) ?
- 7/ Quels sont les objectifs dont vise votre structure ?
- 8/ Quelles sont les différentes activités de votre structure ?
- 9/ Quelles sont les réalisations qui ont été faites jusqu'ici ?
- 10/ Quels sont les avantages que votre structure peut garantir à ces membres ?
- 11/ Quelles sont les difficultés auxquelles votre structure est confrontée?
- 12/ Quelles sont vos relations avec les autorités publiques (mairie, politiciens...) ?
- 13/ Que pensez- vous de la réhabilitation du marché central ?
- 14/ Etes -vous associé dans les actions que mène la municipalité au sein du marché
- 15/ Que pensez vous de l'occupation de l'espace public par les marchands ?
- 16/ Quelle(s) solution(s) préconisez- vous face à se dilemme ?
- 17/ Que pensez-vous de la gestion du marché par la municipalité ?

Bonne ☐Moyenne ☐☐ Mauvaise ☐
- 18/ Quelle suggestion proposerez-vous pour une meilleure gestion du marché central ?

Présentation de quelques clichés pris lors de notre descente sur le terrain



Marché « Mbeukeuté » sur la rue de la poste l'équivalent du marché colobane de Dakar.



La transformation des devantures de maisons en magasin au quartier Escale Nord.



Bureau de l'UNACOIS sur la rue de la poste.



L'équipe des balayeuses de la municipalité.



L'îlot A siège des cordonniers et des vendeurs de médicaments traditionnels.



L'avenue Général de Gaulle.



La gare ferroviaire lieu de stationnement des taxis clando qui font la navette entre le marché et les quartiers de la zone Sud.



Le centre commercial BGD toujours en chantier.



Présence des hommes dans la vente des condiments un phénomène réel au marché central de Thiès.



Rue Amadou.G.Sow une zone très encombrée.



Av Chevalier .I. Aldridge : un des sièges des marchands ambulants.



Le « parc légume » du marché sur la rue n° 17.



Le « pousse-pousse » un des moyens de transport des marchandises au « pac légume » rue n°17.



Rue Amadou.G.Sow au lendemain d'une fête.



Le camion un des moyens de transport des légumes acheminés depuis la zone des Niayes.



Boulevard Mawa Doukouré limite Ouest du marché.

Résumé du mémoire

La ville de Thiès après les indépendances a connu une urbanisation accélérée qui a poussé les autorités qui se sont succédés à implanter partout où la population était suffisamment présente des équipements marchands.

Ainsi parti d'une demi-douzaine d'équipements marchands dans les années 80, Thiès compte aujourd'hui neuf (9) marchés urbains officiellement reconnus parmi lesquels le Marché Central cadre de notre étude.

Le Marché Central est l'équipement commercial le plus dynamique de la ville de Thiès ; implanté au centre ville au quartier Escale Nord, il bénéficie d'un équipement moderne constitué d'un ensemble formé de quatre (4) blocs à l'intérieur duquel on peut noter des installations faites de cantines, d'étals, des loges et la présence d'une bonne desserte en eau, électricité et édifices publics.

Par le dynamisme dont il jouit aujourd'hui, le Marché Central de Thiès attire ainsi un nombre impressionnant de personnes constitué en grande partie par des clients et des commerçants venant d'horizons divers.

Le Marché Central de Thiès est approvisionné également en denrée de toute sorte venant notamment de la bande des Niayes, la petite et grande côte, des autres régions du Sénégal et des pays étrangers.

D'un autre côté le Marché Central joue un rôle de redistribution vers les marchés de quartier, des villages environnants et même des pays de la sous région.

Dans le marché central on peut noter également la présence des associations bien structurées. Cependant il faut remarquer qu'au-delà de cette fonction stratégique qu'il occupe au sein de la ville de Thiès, le Marché Central est confronté à un certain nombre de dysfonctionnements empêchant sa bonne gestion.

Ainsi on peut noter parmi les maux qui gangrènent l'espace du Marché Central une surfréquentation de l'équipement qui a favorisé les problèmes d'encombrement, d'occupation des espaces publics, des problèmes d'insalubrité et d'insécurité.