



# *Rayonnement Spatial Et Problèmes D'Aménagement Du Marché D'Akassato (Commune D'Abomey-Calavi, Benin)*

*[Spatial Influence And Development Problems Of Akassato Market (Abomey-Calavi Commune, Benin)]*

Hervé A. KOMBIENI

Laboratoire de Cartographie, de Télédétection et des SIG (LaCarto)

Département de Géographie et Aménagement du Territoire (DGAT), Université d'Abomey-Calavi, Bénin

BP: 1049 Abomey-Calavi, E-Mail: [hervekombieni@yahoo.fr](mailto:hervekombieni@yahoo.fr); Tél: (00229) 97 60 99 66



**Résumé** – La croissance démographique de la commune d'Abomey-Calavi et par ricochet de l'arrondissement d'Akassato, a un effet sur l'étalement urbain et sur les infrastructures socio-communautaires. Cette situation cause le débordement du site originel du marché d'Akassato et pose donc un problème d'aménagement. L'objectif de cette recherche est d'étudier le rayonnement spatial et les problèmes d'aménagement du marché.

L'approche méthodologique utilisée est basée sur la recherche documentaire et les travaux de terrain auprès de 106 acteurs directs (vendeurs, acheteurs, transporteurs, agents de la mairie et les responsables du marché). Les informations collectées et traitées ont été analysées à base du modèle SWOT.

L'analyse des résultats ont montré que le marché d'Akassato dispose d'une diversité d'acteurs. Ces divers acteurs s'impliquent dans les transactions avec des pratiques variées. Le marché d'Akassato constitue de divers produits agricoles vivriers tels que le maïs, le haricot, l'ananas, le piment, le gari et dispose des hangars modernes qui sont au nombre de 14 et les hangars précaires ce qui fait de ce marché plus rayonnant. Les principaux maux liés à l'aménagement qui entravent le développement du marché qui sont entre autres les difficultés d'écoulement des produits vers les lieux de commercialisation, l'inorganisation du marché, l'installation des vendeuses au bord du goudron, la dégradation des pistes. Pour élever le niveau de rayonnement du marché d'Akassato plusieurs œuvres d'aménagement ont été initiées par les autorités. Cependant, les solutions alternatives ont été suggérées pour son rayonnement.

**Mots Clés** – Rayonnement Spatial, Marché, Problèmes, Aménagement, Akassato

**Abstract** – The demographic growth of the commune of Abomey-Calavi and, by ricochet, of the district of Akassato, has an effect on urban sprawl and on socio-community infrastructures. This situation causes the overflow of the original site of the Akassato market and thus poses a real problem of development. The objective of this research is to study the spatial influence and the problems of development of the market.

The methodological approach used is based on documentary research and fieldwork with 106 direct actors (sellers, buyers, transporteurs, agents of the town hall and market managers). The information collected and processed was analyzed using the SWOT model.

The analysis of the results showed that the Akassato market has a diversity of actors. These various actors are involved in transactions with different practices. The Akassato market is made up of various agricultural products such as corn, beans, pineapples, chili peppers, and gari, and has 14 modern sheds and precarious modern sheds, which makes this market more radiant. The main problems related to the development of the market are, among others, the difficulties of selling products to the marketing places, the inorganization of the market, the installation of the sellers at the edge of the tar, the degradation of the tracks. To raise the level of influence of the Akassato market, several development projects have been initiated by the authorities. However, alternative solutions have been suggested for its influence.

**Keywords** – Spatial Influence, Market, Problems, Development, Akassato.



## Introduction

La question des marchés a toujours été une préoccupation majeure pour l'humanité [1]. En Afrique subsaharienne, les marchés sont des lieux de rassemblement périodique où se rencontrent vendeurs et acheteurs dans un espace public. Ce sont de véritables centres d'échange, où se réalisent les transactions de produits alimentaires et manufacturés [2].

Au Bénin, le terme "marché" désigne aujourd'hui à la fois le lieu où les commerçants vendent des marchandises (produits de consommation courante, vêtements, cosmétiques, denrées alimentaires, etc.) et l'ensemble des provisions qu'une personne achète pour préparer un repas. Il peut également faire référence à toutes sortes de négociations entre individus.

Ainsi, selon [3], les marchés jouent un rôle central dans l'économie des régions ou des communes béninoises en raison des activités commerciales qu'ils génèrent. La référence [4] a évalué l'aire de rayonnement d'un marché en analysant l'origine géographique des personnes qui le fréquentent. Cette étude met en lumière la relation étroite entre l'homme et son environnement spatial. La vitalité d'un marché dépend du nombre de personnes qui y viennent.

L'efficacité spatiale de la commercialisation examine le fonctionnement des marchés dans l'espace. L'intégration spatiale fait référence à la capacité des circuits commerciaux à arbitrer efficacement entre des marchés géographiquement éloignés. Cet arbitrage consiste à transférer des produits d'un marché où les prix sont bas vers celui où les prix sont plus élevés, jusqu'à ce que la différence de prix s'ajuste aux coûts de transfert [5].

Au-delà de sa fonction économique, le marché contribue également au brassage socioculturel. Selon [1], les marchés sont à la source de l'économie traditionnelle. Cependant, pour qu'ils répondent aux attentes des usagers, il est essentiel qu'ils soient bien gérés, afin de satisfaire les besoins économiques, sociaux et culturels des populations.

L'arrondissement d'Akassato dispose d'un marché qui fait l'objet de cette étude. Le marché d'Akassato est un marché de collecte disposant d'un réseau permettant aux commerçants de produits vivriers de s'approvisionner tant les jours de marché que durant les jours ouvrables. La particularité de ce marché réside dans sa localisation géographique, étant situé en bordure de la route nationale inter-État Cotonou-Parakou.

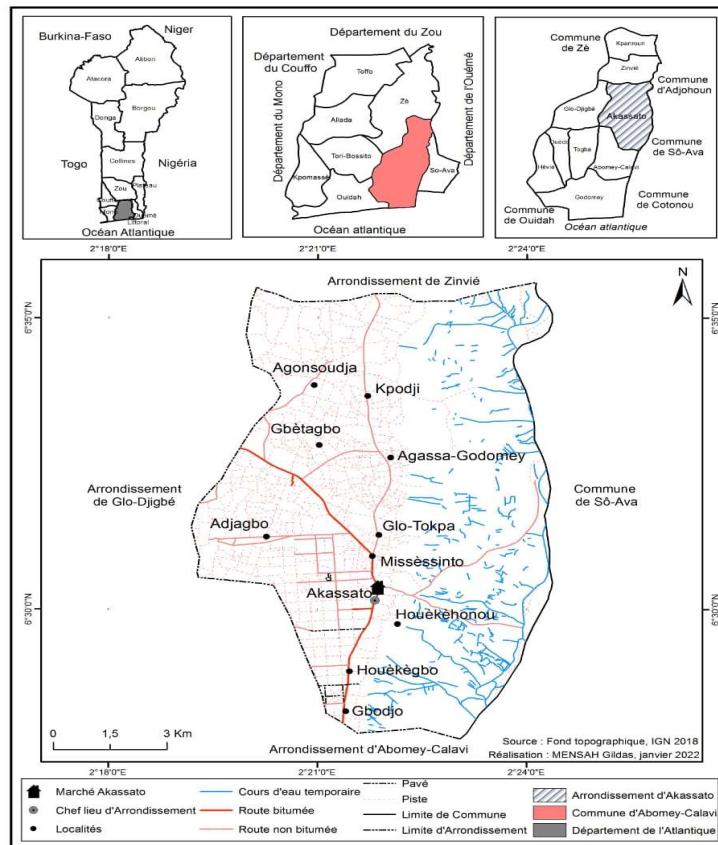
Le problème soulevé est le suivant : quels sont les problèmes d'aménagement du marché d'Akassato en lien avec son rayonnement spatial ? L'objectif global de cette recherche est d'analyser le rayonnement spatial du marché d'Akassato ainsi que les problèmes d'aménagement qui y sont associés. Cet article présente successivement le cadre de recherche, les données et méthodes utilisées, les principaux résultats obtenus, puis la discussion.

## 1. Présentation géographique de l'arrondissement d'Akassato

Akassato est l'un des arrondissements de la commune d'Abomey-Calavi, située dans le département de l'Atlantique. Il se trouve entre 6°27'14" et 6°37'17" de latitude Nord, et entre 2°18'0" et 2°28'37" de longitude Est. L'arrondissement est limité au nord par celui de Zinvié, au sud par celui d'Abomey-Calavi, à l'est par la commune de Sô-Ava, et au nord-ouest par l'arrondissement de Glo-Djigbé (voir Figure 1).

Le climat de l'arrondissement est favorable à l'agriculture, qui constitue l'activité principale de ses habitants. Bien que cette agriculture ne soit pas encore modernisée, elle permet aux populations de générer des revenus suffisants pour satisfaire leurs besoins essentiels. Cependant, les aléas climatiques représentent un obstacle majeur pour les échanges commerciaux.

La diversité et la fertilité des sols constituent des atouts importants pour la diversification des cultures et la rentabilité des produits (tels que le manioc, le maïs, les haricots, l'ananas, les tomates, etc.), contribuant ainsi à l'essor économique de l'arrondissement.



**Figure 1: Situation géographique de l'arrondissement d'Akassato**

La position géographique de l'arrondissement d'Akassato constitue un atout pour le développement des activités commerciales, qui sont orientées aussi bien vers la consommation intérieure que vers l'importation.

D'après les données démographiques du Recensement Général de la Population et de l'Habitation (RGPH) ([6] et [7]), la population de l'arrondissement d'Akassato est passée de 7 728 habitants en 1979 à 61 262 habitants en 2013 (RGPH 4). Cette croissance démographique rapide est en grande partie influencée par la ville de Cotonou, dont le potentiel foncier reste très dynamique, en raison des mauvaises conditions de vie liées aux inondations. Cette augmentation de la population favorise le développement de diverses activités économiques et stimule l'animation du marché.

Les activités économiques dans l'arrondissement d'Akassato sont variées. En dehors de l'agriculture, qui connaît une régression, on y trouve le commerce sous toutes ses formes, la transformation des produits agricoles, la restauration, le transport, l'artisanat et les petits métiers, qui constituent les principales sources de revenus pour un grand nombre de personnes ([8]). Le commerce en particulier est une activité économique primordiale, occupant une place centrale parmi la population active. Ce secteur bénéficie du soutien des institutions de microfinance (IMF) et de quelques banques. Les activités commerciales profitent des crédits octroyés par ces institutions financières dans l'arrondissement. Les femmes, en particulier, bénéficient de l'accompagnement financier de ces structures ([8]).

Des activités telles que la vente d'essence de contrebande, la restauration, l'extraction de sable lagunaire, la vente de produits vivriers, et l'exercice de petits métiers artisanaux contribuent à l'amélioration des conditions de vie des populations.



## 2. Données et méthodes

Il s'agit de la démarche utilisée pour aboutir à la collecte des données, leur traitement et à l'analyse des résultats. L'une des approches passe par la détermination de l'échantillon et de la population d'étude.

### 2.1. Données utilisées

Les données utilisées dans cette recherche proviennent à la fois de la recherche documentaire et des travaux de terrain. Plus précisément, il s'agit des statistiques démographiques de l'INSAE (RGPH 1, 2, 3 et 4), des données climatologiques collectées auprès de l'ASECNA, des informations relatives aux effectifs des vendeurs et acheteurs recueillies sur le terrain, des données documentaires obtenues par la revue de littérature scientifique, ainsi que des données socioéconomiques collectées sur le terrain. Ces informations ont permis d'effectuer l'analyse des problèmes d'aménagement du marché d'Akassato en lien avec son rayonnement spatial.

### 2.2. Méthodes

La collecte des données sur le terrain a été effectuée à l'aide d'un questionnaire destiné aux acteurs du marché, tels que les vendeurs, acheteurs et transporteurs, tandis que des guides d'entretien ont été utilisés pour interroger les personnes ressources, telles que les autorités locales, les chefs de quartier et les agents de la mairie. Ces acteurs ont été sélectionnés selon la méthode du choix raisonné. L'enquête a ainsi concerné un échantillon de 106 personnes, comprenant des vendeurs, acheteurs, transporteurs, autorités locales, sages et notables. Le tableau I présente les caractéristiques de cet échantillon.

**Tableau I: Caractéristiques de l'échantillon**

Marché d'Akassato / Groupe cible	Effectif total	Effectif enquêtés	Pourcentage %
Vendeurs du marché d'Akassato	309	51	16,5
Acheteurs du marché d'Akassato	1472	40	2,61
Transporteurs du marché d'Akassato	17	8	47,05
Agents de la mairie	8	4	50
Responsable du marché d'Akassato	5	3	60
Total	1811	106	176,16

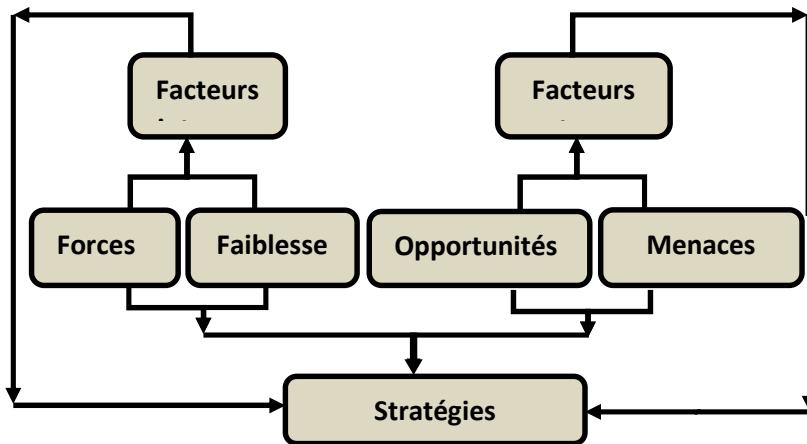
**Source :** Enquête de terrain, novembre 2023

Au total, 99 entretiens structurés ont été réalisés avec les acteurs du marché, et 7 entretiens semi-structurés ont été menés avec les personnes ressources.

Les personnes ressources, telles que les autorités locales, les chefs de quartier et les agents de la mairie, ont été sélectionnées en fonction de leurs responsabilités au sein de l'administration et de leur ancienneté dans la communauté. Cette approche est centrée sur l'étude du rayonnement spatial et des problèmes d'aménagement du marché d'Akassato.

Le traitement des données a été effectué à l'aide du tableur Excel, permettant ainsi de générer des graphiques et des tableaux.

L'analyse des données a été réalisée à l'aide de la synthèse SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats), qui est utilisé pour étudier le rayonnement spatial et les problèmes d'aménagement du marché d'Akassato. La figure 2 présente la synthèse SWOT.



*Source:* Adapté de Johnson *et al.* 2008

L'utilisation de ce modèle a permis d'identifier les facteurs physiques, humains et Socio- économiques internes (forces et faiblesses) et externes (menaces et opportunités) du milieu d'étude. L'identification de ces facteurs a permis de définir une stratégie efficace pouvant maximiser les forces et opportunités, de minimiser l'impact des faiblesses et menaces et si possible les transformer en force et opportunité.

La mise en œuvre de cette démarche a permis d'aboutir à des résultats.

### 3. Résultats

Les principaux résultats obtenus sont organisés autour des différents acteurs du marché d'Akassato et du rayonnement spatial dudit marché.

#### 3.1. Principaux acteurs du marché d'Akassato

Les acteurs du marché d'Akassato sont divers et chacun présente des spécificités propres. Plusieurs opérations sont nécessaires pour permettre aux produits de passer du producteur primaire au consommateur final. Ces acteurs se distinguent par des critères tels que le volume de leur activité, la gamme de produits qu'ils vendent, le mode d'organisation de la propriété et le mode de vente ambulante. Dans l'arrondissement d'Akassato, le marché est animé par différents acteurs, notamment les producteurs-vendeurs, les commerçantes (grossistes, semi-grossistes, détaillants et semi-détaillants), les acheteurs, les transporteurs, les tickettiers et les gestionnaires du marché. Parmi ces acteurs principaux, certains ont été interrogés, tels que les vendeurs, les acheteurs et les transporteurs.

##### 3.1.1. Producteurs- vendeurs

Les producteurs-vendeurs sont les principaux moteurs des transactions sur le marché. Ce sont eux qui fournissent les produits agricoles vivriers aux commerçants avec lesquels ils entretiennent des relations étroites. Dans le cadre de cette étude, la vente de ces produits agricoles vivriers est principalement assurée par des femmes. Selon les enquêtes de terrain, parmi les 51 producteurs-vendeurs interrogés, 90 % sont des femmes, contre 10 % d'hommes. L'agriculture est leur activité principale. Elles livrent les produits aux commerçants spécialisés dans la vente de produits agricoles vivriers.

En ce qui concerne la mise en marché des produits agricoles vivriers, 95 % des vendeurs mariés sont aidés par leurs filles. Ces producteurs sont les premiers acteurs dans la chaîne de commercialisation, injectant les produits sur le marché et déclenchant ainsi



l'ensemble du système de vente. La mise en marché des produits constitue une extension de leurs activités de production. Les enquêtes ont révélé que peu de producteurs (27 %) vendent leurs produits dans les grands centres urbains, en raison du manque de moyens de transport et de la méconnaissance des circuits de commercialisation.

### 3.1.2. Consommateurs- acheteurs

Les consommateurs sont les destinataires des produits agricoles vivriers. Ces derniers viennent s'approvisionner de différentes sortes de produits sur ce marché pour des raisons qui leur sont propres. Les consommateurs acheteurs enquêtés ont un âge compris entre 15 et 55 ans. 70% sont des femmes pour 30% d'hommes. Ils proviennent d'horizons divers et sur l'ensemble du marché, 91 % des consommateurs acheteurs enquêtés sont instruits et 9% ne sont pas instruits.

### 3.1.3. Commerçantes

Les commerçantes jouent un rôle clé dans la commercialisation des produits vivriers. Ils interviennent dans les activités d'achat et de vente et sont essentiels dans les circuits d'échange. Les commerçantes interrogées ont entre 20 et 45 ans, et 80 % d'entre elles sont des femmes, contre 20 % d'hommes. Dans la chaîne de commercialisation des produits agricoles vivriers, on distingue plusieurs catégories de commerçantes. La première investit leur propre argent ou emprunte pour financer leur activité commerciale, ce qui représente un risque pour leurs finances en lien avec leurs activités économiques. Ces commerçantes disposent d'un capital allant de 50 000 à 400 000 francs CFA. Elles collectent les produits, les stockent, les conditionnent et alimentent le circuit commercial. Elles cherchent à acquérir une grande quantité de produits à des prix bas. Il s'agit des commerçantes grossistes, semi-grossistes, détaillantes et semi-détaillantes.

Les grossistes, ayant un capital important compris entre 100 000 et 500 000 francs CFA, sont capables de collecter de grandes quantités de produits vivriers de différentes sortes chaque semaine, en fonction des saisons. Ils jouent un rôle clé en tant qu'intermédiaires entre les producteurs et les consommateurs, sauf si ces derniers se rendent directement sur les lieux de production. Les grossistes combinent souvent trois modes de distribution : ils revendent leurs marchandises aux semi-grossistes, aux détaillants ou directement aux consommateurs.

Les semi-grossistes, représentant 70 % des commerçantes interrogées, se chargent également de la collecte des produits dans les zones de production, bien qu'ils ne se rendent pas souvent sur les champs, mais plutôt dans les grandes villes. Leur capital varie entre 50 000 et 100 000 francs CFA, et la quantité de produits qu'ils achètent est inférieure à celle des grossistes. Ils revendent leurs produits aux détaillants.

Les détaillants, qui représentent 80 % des commerçantes enquêtées, sont limités par un capital commercial faible. N'ayant pas de moyens financiers suffisants, ils commercialisent une quantité réduite de produits agricoles vivriers. Leur capital est généralement compris entre 30 000 et 80 000 francs CFA. En conséquence, ils utilisent leurs propres moyens de transport ou se font aider par des conducteurs de taxi-moto (Zémidjan). Leur principal défi est la concurrence sur le marché.

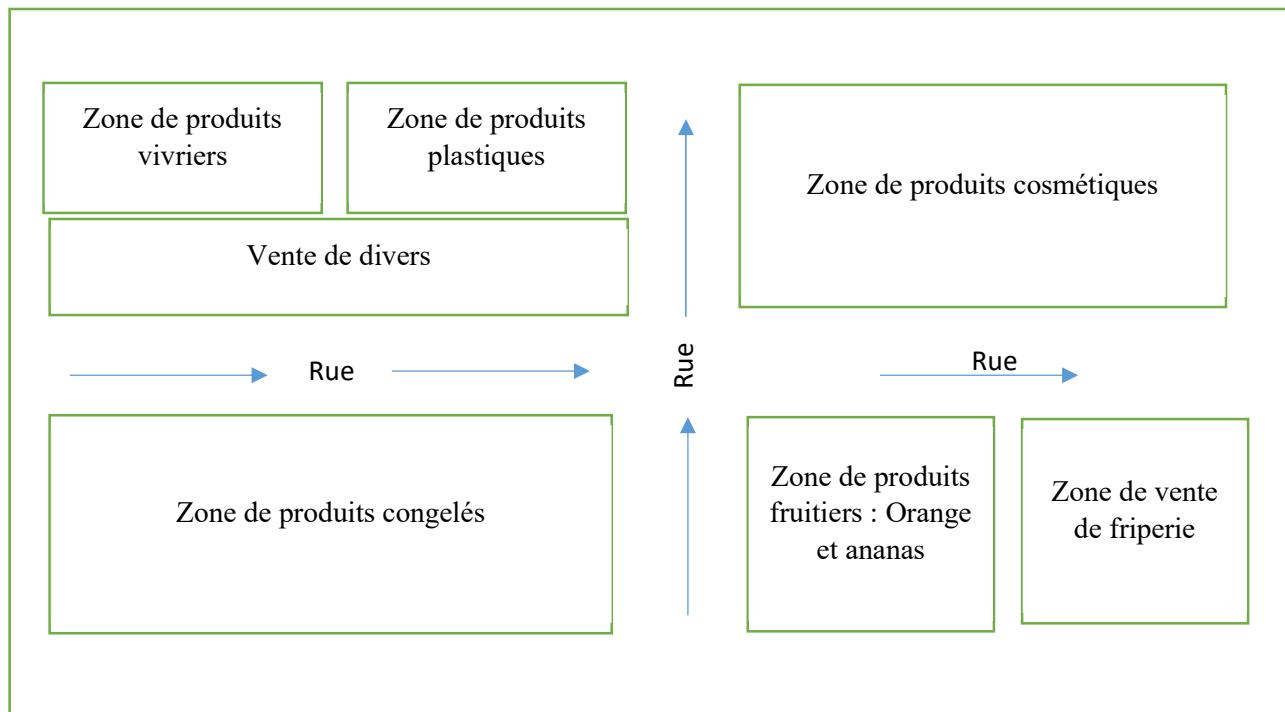
La planche 1 présente d'une part le tas d'orange d'un grossiste dans le marché d'Akassato et d'autre part un stand de vente de tissus imprimés dans le marché d'Akassato.



**Planche 1: Tas d'orange d'un grossiste et Stand de vente de tissus imprimés dans le marché d'Akassato**

Prise de vue : Davo, novembre 2023

Ces différents acteurs sont disposés de part et d'autre du marché conformément aux articles commercialisés. La figure 2 donne une idée de la disposition géographique des acteurs grossistes du marché d'Akassato.



**Figure 2: Plan parcellaire des différents grossistes au marché d'Akassato**

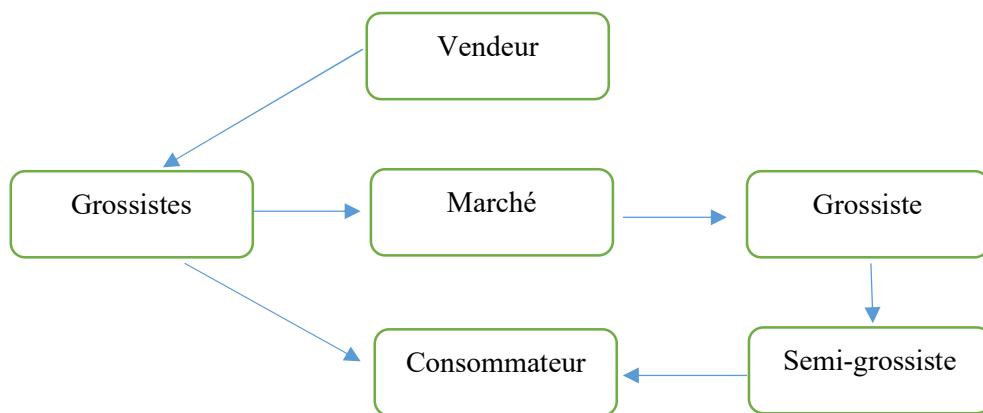
Source : Enquête de terrain, novembre 2023

Sur cette figure, il est possible d'observer la disposition des vendeuses du marché. On a entre autres, la zone des produits vivriers, celle des produits plastiques, la zone des produits cosmétiques, celle des produits congelés, celle des fruitiers et la zone de friperie. Les autres acteurs du marché sont disposés pêle mêle dans le marché.

### 3.1.4. Moyens de transport utilisés par les acteurs

L'acheminement des produits dans l'arrondissement se fait par divers moyens de transport, tels que la marche (transport pédestre), les pousse-pousse, les taxis-motos, les tricycles et les automobiles. Les transporteurs assurent la liaison entre les localités d'achat des produits vivriers et les autres marchés. Ils représentent 45 % des personnes interrogées et sont un maillon essentiel de la chaîne de commercialisation, offrant leurs services quotidiennement aux commerçantes grossistes et détaillantes pour le transfert des produits vers les lieux de consommation ou de distribution, ainsi qu'aux acheteurs. Ces transporteurs sont exclusivement des hommes et tirent leurs revenus de cette activité. Les véhicules utilisés comprennent des minibus, des voitures de 9 et 5 places, ainsi que des camionnettes et des bâchées spécialisées dans le transport des produits. Parfois, ces véhicules, qui assurent également le transport des passagers (commerçants), chargent des produits dès que l'occasion se présente. Cela concerne surtout les commerçantes qui achètent de petites quantités de produits et préfèrent partager le même moyen de transport pour éviter de payer deux frais distincts, un pour les produits et un autre pour leur propre transport.

Les coûts de transport des produits et des commerçants varient en fonction du type de moyen de transport, de la distance, de l'état des routes, de l'offre en carburant et des saisons. En plus de ces moyens de transport, il existe aussi des transporteurs utilisant des taxis-motos. Les prix de ce transport dépendent de la distance et de l'état des voies, mais sont généralement plus élevés que ceux du transport en voiture. De plus, les pousse-pousse assurent le transport des produits entre la gare et les domiciles des commerçantes, de leurs domiciles vers les marchés et vice-versa, ainsi que des magasins vers les points de vente. Les tricycles jouent également un rôle croissant dans le transport. Les tarifs de transport varient entre 500 et 3000 FCFA, en fonction du nombre de sacs à transporter. La figure 3 illustre les principaux acteurs identifiés qui fonctionnent dans un système visant à satisfaire les besoins des populations.



**Figure 3: Circuit de livraison des produits**

Source : Enquête de terrain, novembre 2023

La figure 3 illustre que la commercialisation des produits agricoles vivriers s'effectue sous forme de chaîne. Les producteurs livrent leurs produits soit aux grossistes, soit aux semi-grossistes, qui les revendent ensuite aux détaillants, lesquels les mettent à la disposition des consommateurs. Il arrive aussi que certains gros consommateurs, disposant de leurs propres moyens de transport, se rendent directement sur les marchés de collecte pour s'approvisionner. Cependant, il est à noter que 53 % des détaillants parviennent à s'approvisionner directement chez le producteur ou le grossiste tôt le matin. De plus, environ 21 % des grossistes se procurent leurs produits directement auprès des producteurs, soit à domicile, soit sur le lieu de production, voire sur les routes menant aux marchés (en particulier pour des produits comme les dérivés du manioc, les légumes, le piment, les tomates,

etc.), et même dans les champs. Cela simplifie le travail des producteurs-vendeurs et des acheteurs, qui n'ont plus à faire face aux problèmes de transport et aux contrôles des collecteurs de taxes sur les marchés. La photo 1 montre un tricycle stationné aux abords du marché d'Akassato.



**Photo1: Un tricycle dans le marché d'Akassato**

**Prise de vue : Davo, novembre 2023**

La photo présente l'image d'une femme sur un tricycle. Elle a transporté du bois et quelques autres marchandises qui seront commercialisés au sein du marché ce jour même. Cette situation est fréquente dans le transport et l'acheminement des produits de commercialisation notamment les jours de marché.

Il importe à présent d'aborder le rayonnement spatial.

### **3.2. Rayonnement spatial du marché d'Akassato**

Cette rubrique apporte une explication sur la périodicité, la spécificité du marché, les divers produits ainsi que leur lieu de provenance, et le flux des produits échangés.

#### **3.2.1. Périodicité d'animation du marché d'Akassato**

A l'inverse des marchés quotidiens des grands centres urbains, le marché rural d'Akassato est périodique. Ce marché a une périodicité de cinq jours. Ce type de périodicité permet aux vendeurs de faire le tour d'autres marché et de se reposer un ou deux jours.

#### **3.2.2. La spécificité du marché d'Akassato**

Le marché d'Akassato est un marché de référence de la commune d'Abomey- Calavi du fait que plusieurs sortes de produits y sont vendues. De plus, les infrastructures marchandes telles que : les boutiques, les bâtiments, les hangars, etc., existent dans ce marché. Ce marché dispose de certaines infrastructures marchandes aussi bien précaires que modernes. La spécificité de ce marché est qu'il est géographiquement situé au bord de la route Nationale Inter –Etat 2 reliant Cotonou à Parakou.

#### **3.2.3. Principaux produits commercialisés et leur lieu de provenance**

Cette partie indique les différents produits retrouvés sur le marché d'Akassato et leur lieu de provenance : les produits vivriers, produits vestimentaires et les produits cosmétiques.

##### **• *Les produits vivriers***

Le marché d'Akassato accueille une grande variété de produits, notamment les produits agricoles vivriers, qui en constituent la majorité. Parmi ces produits, on trouve des céréales telles que le maïs, le mil, et les haricots, des tubercules comme le manioc, le gari et la patate douce, des légumes tels que l'oignon, le piment, l'ail, le poivre, le crincrin, le basilic et la carotte, des fruits comme

l'orange, l'ananas et la banane, ainsi que des oléagineux tels que les noix de palme et l'huile rouge. Ces produits agricoles vivriers occupent la majeure partie de l'espace du marché, attirant de nombreux clients provenant de divers horizons en raison de leur importance dans l'alimentation de base des populations.

La majorité de ces produits sont achetés sur le marché Dantokpa pour être revendus à Akassato, tandis que d'autres proviennent directement des champs ou des maisons des producteurs.

- **Produits vestimentaires**

Le marché d'Akassato commercialise également des produits vestimentaires tels que des tissus et des pagnes. La demande pour ces articles est particulièrement élevée pendant la saison sèche, après la vente des récoltes. Selon les enquêtes de terrain, les bénéfices générés par cette activité sont estimés entre 1 000 et 5 000 FCFA après chaque marché.

Les friperies sont également exposées, avec des prix variant entre 200 et 1 000 FCFA. Pendant la période de l'harmattan, ces produits deviennent particulièrement coûteux sur le marché d'Akassato. La majorité de ces articles proviennent du marché Dantokpa à Cotonou, où ils sont achetés avant d'être revendus à Akassato.

- **Produits cosmétiques**

Les produits cosmétiques commercialisés sur le marché d'Akassato sont d'origine béninoise. Parmi ces produits, on trouve des savons, des crèmes, des mèches, des lotions et des parfums, achetés en gros et revendus en détail. La majorité des vendeuses de ces produits sont des femmes, en particulier des jeunes filles. Ces produits sont souvent également achetés sur le marché Dantokpa. La photo 2 illustre l'exposition des produits cosmétiques sur le marché d'Akassato.



**Photo2:Vente des produits cosmétiques dans le marché d'Akassato**

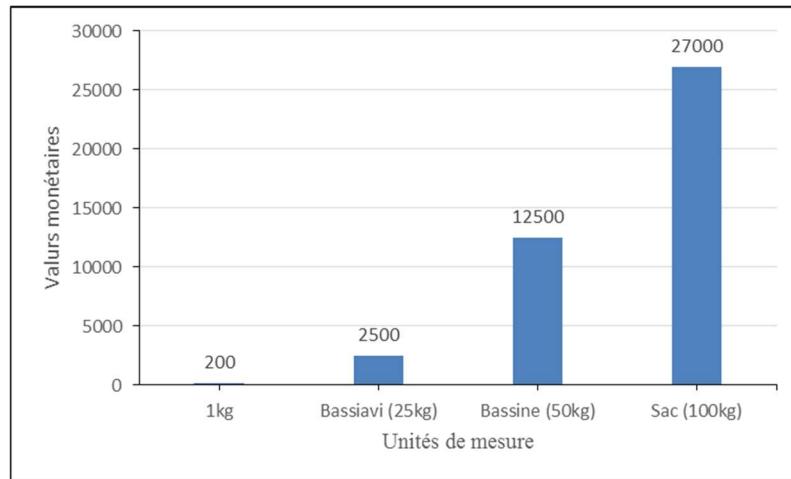
**Prise de vue : Davo, Novembre 2023**

Cette photo montre l'exposition des produits cosmétiques dans le marché d'Akassato.

### **3.2.4. Variation des prix des produits agricoles dans le temps et l'espace**

Plusieurs facteurs influencent la fixation des prix, notamment les instruments de mesure utilisés et la saison. En effet, les prix des produits agricoles varient non seulement à l'intérieur de l'arrondissement, mais aussi entre les zones de production et les zones urbaines de consommation. Les variations de prix sont particulièrement marquées pour des produits de base tels que le maïs, le manioc, le gari et la tomate. Ces fluctuations dépendent de facteurs complexes, tels que les conditions climatiques, notamment les pluies et leur répartition annuelle ou interannuelle.

La figure 4 présente les équivalences monétaires des unités de mesure pour plusieurs spéculations agricoles sur le marché d'Akassato.



**Figure 4: Variation du prix du maïs selon l'instrument de mesure**

**Source : Enquête de terrain, novembre 2023**

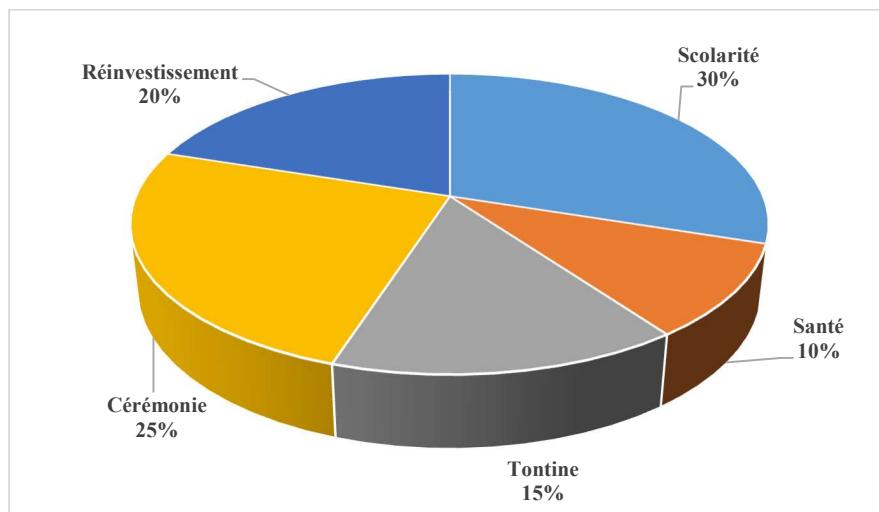
La figure 4 présente la variation des prix du maïs selon les instruments de mesure. En observant la figure, on constate que le kilogramme de maïs est vendu à 200 francs CFA, la bassine de 25 kg à 2 500 francs CFA, la bassine de 50 kg à 12 500 francs CFA et le sac de 100 kg à 27 000 francs CFA. Ces prix, indiqués par unité de mesure, varient en fonction de l'abondance ou de la rareté du produit, et donc selon les saisons. La situation est similaire pour le gari, les haricots et le riz.

Le prix des produits dépend également de leur état ou de leur qualité. Ainsi, des produits identiques peuvent avoir des prix différents en raison de leur qualité respective. Ce phénomène est particulièrement visible pour les produits vivriers. Les produits vivriers de pêche et maraîchers sont un exemple frappant : leur qualité peut se détériorer au cours de la journée, ce qui entraîne une baisse de leur prix. Cela constitue une perte pour les vendeuses qui ont investi dans leur achat.

Sur le marché, certains produits vivriers, indépendamment de leur qualité, voient leur prix fluctuer tout au long de la journée en fonction de la quantité disponible. C'est le cas du piment, du niébé, et d'autres produits. Ces produits peuvent être très chers le matin en raison de leur faible quantité sur le marché, puis leur prix diminue à mesure que les paysans et les grossistes en apportent davantage.

### **3.2.5. Destination des revenus des commerçants du marché d'Akassato**

Les revenus substantiels issus de l'activité ont plusieurs destinations. Ils participent à la résolution de divers problèmes socio-culturels. Ainsi, la figure 5 illustre les destinations des revenus provenant de la commercialisation des produits agricoles vivriers chez les commerçants.



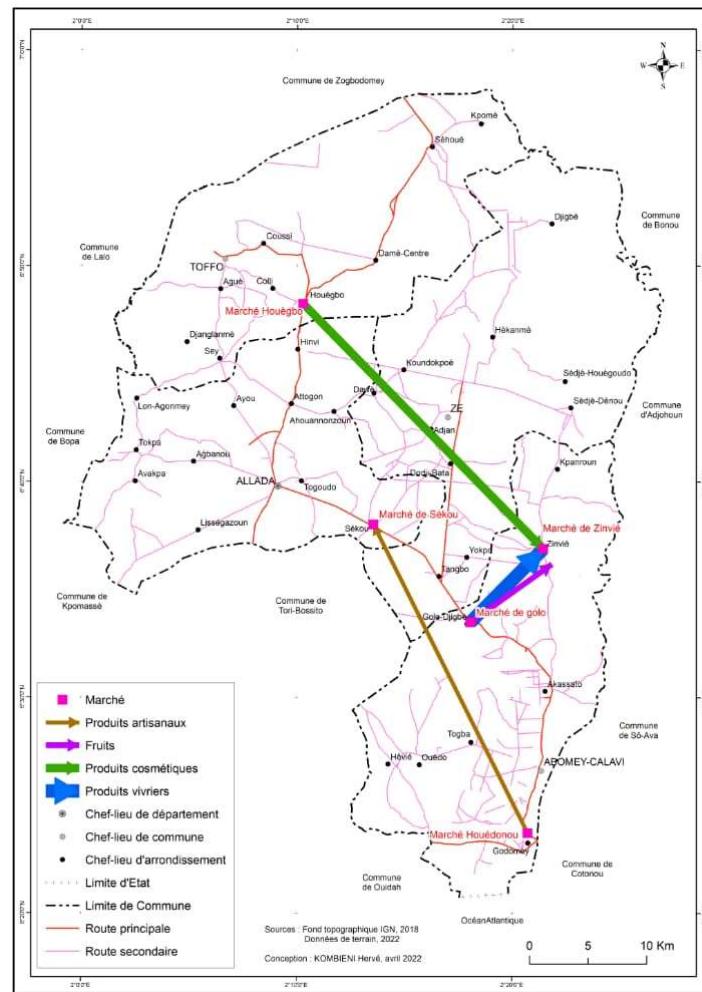
**Figure 5 : Répartition des revenus des commerçants**

Source : Travaux de terrain, Novembre 2023

Il apparaît que les revenus générés sont principalement utilisés pour satisfaire les besoins quotidiens et sont réinvestis dans les activités maraîchères, telles que l'achat d'intrants, le labour, l'acquisition d'outils, etc. En revanche, 25 % des revenus sont alloués aux cérémonies, y compris la dot, le baptême et autres événements similaires. Seuls 10 % sont destinés aux soins de santé, 15 % à la tontine, 30 % à la scolarisation des enfants, et 20 % sont réinvestis dans l'activité commerciale.

Par ailleurs, on observe une évolution de la classe sociale des commerçants. En effet, selon les enquêtes, à mesure que le chiffre d'affaires augmente, les commerçants ont la capacité d'étendre les superficies cultivées, de construire et d'aménager des maisons, d'acheter des parcelles non bâties et d'acquérir des moyens de transport.

De manière générale, les produits commercialisés ont diverses destinations. La figure 6 illustre les flux de ces produits.



**Figure 6: Flux des produits commercialisés dans le marché d'Akassato**

Les produits commercialisés sur le marché d'Akassato proviennent principalement de différentes destinations. 50 % des produits vivriers sont en provenance du marché de Glo Djigbé, et les produits non vendus y sont ensuite envoyés vers le marché de Zinvié. 25 % des produits cosmétiques viennent du marché de Houègbo, et les invendus sont également acheminés vers le marché de Zinvié. Concernant les produits artisanaux, 20 % proviennent du marché de Sekou, et lorsqu'ils ne sont pas vendus, ils sont redirigés vers le marché de Houédonou. Enfin, 15 % des produits fruitiers viennent du marché de Glo Djigbé, et les invendus sont eux aussi envoyés vers le marché de Zinvié.

### 3.3. Stratégies d'aménagement du marché d'Akassato

Le marché représente une grande opportunité pour la commune d'Abomey-Calavi. En effet, sa position stratégique favorise l'expansion des échanges commerciaux. Cependant, le manque d'infrastructures adaptées et d'espaces suffisants constitue un frein aux activités sur le marché. Pour résoudre ces problèmes, il est nécessaire de mettre en œuvre un processus de modernisation du marché afin d'en optimiser la rentabilité.

### 3.3.1. Nécessité d'aménager le marché d'Akassato

Malgré son potentiel, le marché d'Akassato ne dispose pas des infrastructures adéquates nécessaires pour refléter pleinement son rayonnement en fonction de son importance. Les difficultés engendrées par cette situation nuisent à l'image du marché et détériorent les conditions d'échanges. Toutefois, pour dynamiser les activités commerciales, il est impératif d'aménager le marché en y intégrant les infrastructures nécessaires à son développement. La figure 7 présente l'état actuel du marché d'Akassato.

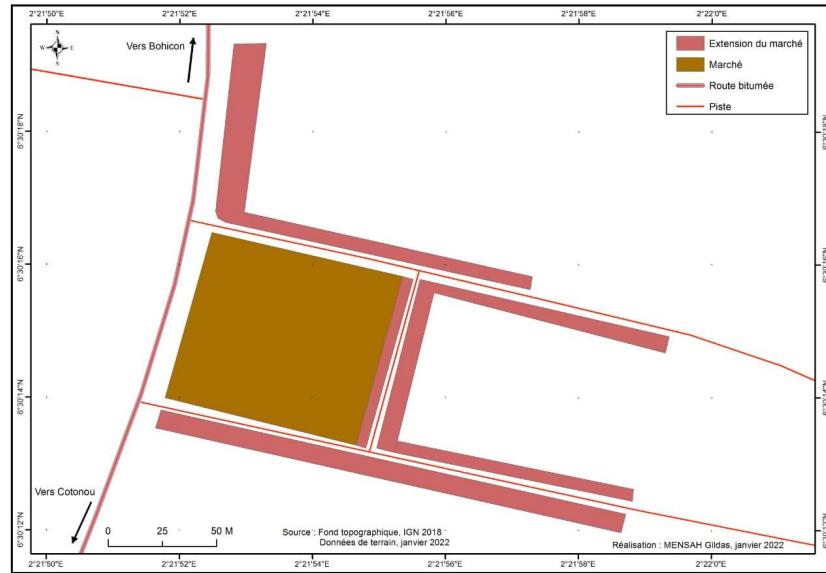
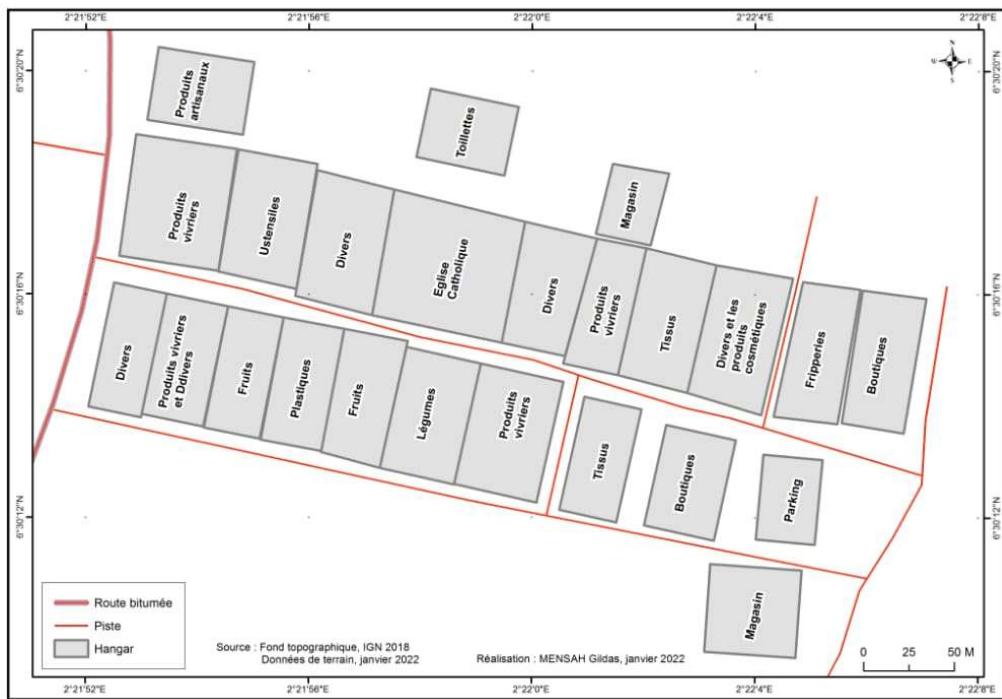


Figure7: Etat actuel du marché d'Akassato

Le site d'origine du marché d'Akassato est aujourd'hui trop exigu par rapport au nombre d'acteurs qui l'utilisent et à l'afflux de la population les jours de marché. Cette situation résulte également de la croissance démographique de l'arrondissement et de la forte densité de la population dans la commune. Sur la figure, on peut observer le site d'origine, situé au centre de la carte, ainsi que les zones actuellement occupées par les acteurs du marché. Ces zones comprennent principalement les allées qui prolongent le marché et les abords des voies qui l'entourent. Cette situation souligne la nécessité de réhabiliter le marché d'Akassato.

### 3.3.2. Réhabilitation du marché d'Akassato

Certaines infrastructures du marché d'Akassato étaient en état de délabrement avancé. Quelques boutiques, situées de part et d'autre du marché, constituaient l'ossature de ce dernier. Cependant, les hangars et les installations anarchiques en plein air sont reliés par de petites allées, ce qui rend la circulation très difficile à l'intérieur du marché. Le nombre insuffisant de ces infrastructures pousse certains vendeurs à s'installer devant leurs concessions pour exercer leurs activités. Ce manque d'espace freine l'évolution du marché et constitue une perte face à la demande croissante. Cette situation, qui s'aggrave, complique également la collecte des taxes, ce qui empêche la mairie de couvrir ses dépenses récurrentes. La figure 8 montre l'état actuel du marché d'Akassato et illustre l'extension possible si le marché devait rester à son emplacement sans être déplacé.



**Figure 8: Proposition d'extension du marché d'Akassato**

Le marché d'Akassato est saturé par les nombreuses activités commerciales. Afin de favoriser une contribution significative du marché au développement local et d'assurer une animation prospère, il est proposé d'agrandir le marché. Cette extension permettrait à tous les acteurs de mieux exercer leurs activités et offrirait aux clients une circulation plus fluide au sein du marché.

### 3.4. Discussion

Le marché d'Akassato se distingue par la diversité de ses acteurs, qui participent aux transactions à travers des pratiques variées. Ce constat rejoint l'analyse de [10], qui souligne que les marchés sont des lieux dotés de caractéristiques sociales, économiques, culturelles et autres, où coexistent divers acteurs (vendeurs, acheteurs). Cette perspective est également partagée par [11] et [12], qui mettent en avant que la principale caractéristique des grands marchés des villes d'Afrique noire réside dans leurs dimensions et la diversité des fonctions qu'ils remplissent. Cette diversité influe sur l'environnement géographique des marchés et, par conséquent, sur leur dynamisme. C'est pourquoi [2] et [10] explorent les dynamiques commerciales dans les espaces urbains et périurbains, en s'intéressant notamment à leur gestion en matière d'aménagement. Enfin, [12] analysent les marchés locaux et leur rôle dans la structuration des territoires, en lien avec les enjeux d'aménagement spatial et d'infrastructures.

Le rayonnement du marché d'Akassato se manifeste à travers l'écoulement de produits agricoles vivriers, la présence de hangars modernes et précaires, ainsi que de quelques entrées permettant la circulation ([13], [14]). Cette observation est confirmée par [15] et [16], qui affirment que le marché est le point de convergence des réseaux d'approvisionnement et de distribution de produits vivriers ainsi que de produits manufacturés, en plus d'une grande partie des activités liées à ces réseaux. En revanche, [17], quant à lui, s'intéresse aux enjeux de l'urbanisme et de l'aménagement du territoire, en mettant l'accent sur le rôle des infrastructures économiques et commerciales dans les dynamiques spatiales. Les références [18] et [19] poursuivent cette réflexion en analysant les stratégies d'aménagement et leur impact sur le développement des marchés locaux et régionaux.



Enfin, les difficultés d'écoulement des produits vers les lieux de commercialisation, l'installation des vendeuses en plein air au bord des routes, et surtout la dégradation des pistes d'accès, soulignent les maux liés à l'aménagement du marché. Cette problématique est soutenue par plusieurs auteurs [1], [20], [21], [22] et [23], pour qui les marchés des communes sont généralement caractérisés par une insuffisance d'équipements socio-collectifs, d'infrastructures marchandes et de transports, ainsi que par une organisation inefficace des circuits de distribution des produits agricoles et halieutiques.

## Conclusion

Cette recherche a permis de mettre en lumière les nombreux atouts de l'arrondissement d'Akassato, qui favorisent le développement de son marché. Ce dernier joue un rôle central en fournissant aux populations une variété de produits essentiels, notamment des denrées vivrières agricoles locales, particulièrement appréciées des citadins. Toutefois, son fonctionnement est entravé par de nombreuses contraintes, tant naturelles qu'humaines. En raison de son importance économique et sociale, le marché d'Akassato nécessite une attention particulière pour un aménagement qui serve au mieux les intérêts des usagers et des populations.

Le positionnement des différents acteurs et leurs interactions caractérisent le marché et influencent sa performance commerciale. Les pouvoirs se manifestent, se côtoient et parfois s'affrontent. L'enjeu commercial est également lié à un enjeu social. Le marché forme un tout, avec une logique interne bien spécifique. En effet, de nombreux ménages de la commune et des environs fréquentent quotidiennement ce marché pour s'approvisionner en produits agricoles vivriers.

Le fonctionnement du marché implique une diversité d'acteurs aux pratiques variées, parfois peu organisées, ce qui n'est pas toujours bénéfique pour les différents acteurs impliqués.

Cette étude montre que le marché d'Akassato est un pôle de dynamisation des activités commerciales, attirant périodiquement une multitude d'acteurs aux motivations et préoccupations diverses. Les opportunités offertes par le marché expliquent l'afflux socio-économique qui organise l'espace géographique, et cette structuration se vérifie par le rayonnement du marché.

À travers ses implications économiques et spatiales, cette recherche a analysé les revenus générés par le marché et la mobilisation des ressources qu'il entraîne.

L'analyse des données a révélé que le système de commercialisation des produits agricoles vivriers de l'arrondissement présente plusieurs caractéristiques qui agissent comme des obstacles formels ou informels au bon déroulement des transactions. Ces obstacles incluent : l'insuffisance et la précarité des infrastructures marchandes internes, l'inefficacité du système de transport, des infrastructures de stockage défaillantes et insuffisantes, des méthodes de conservation précaires, des méthodes de transformation artisanales peu efficaces, l'absence de système d'information formel, et l'inefficacité de la gestion du marché. Ces dysfonctionnements freinent le développement du marché d'Akassato.

## Références

- [1]. Kponoukon, P. (2008) : Marché saisonniers informels de produits agricoles dans les arrondissements de Godomey et Abomey-Calavi. Mémoire de maîtrise de Géographie, FLASH, UAC, 112 p.
- [2]. Adagbe, I. M. P (2010) : Les marchés d'Abomey et de Bohicon : Approche historique et études géographies : Mémoire de maîtrise de Géographie, FLASH, UAC, 91 p.
- [3]. N'bessa, B. D. (1984) : Le marché Dantokpa, Cotonou, projet PUB, 81 p.
- [4]. Tohozin, A. Y. (1999) : Politiques agricoles, stratégies paysannes et dynamiques de l'espace rural dans la base vallée de l'Ouémé au Bénin et de la volta au Ghana. Thèse de doctorat unique, Université Paul Valéry Montpellier III, 511 p.
- [5]. Medenou, C. (2014) : Les marchés de la commune de KPOMASSE. Mémoire de maîtrise de Géographie, FLASH, UAC, 83 p.



- [6]. INSAE (2002) : Analyse des résultats du Recensement Général de la population et de l'habitation (RGHP 3)
- [7]. INSAE (2013) : Analyse des résultats du RGPH4, Cahier des villages et quartiers de villes du département du Mono, Août 2016, DED, Cotonou ; 31p.
- [8]. Mairie d'Abomey-Calavi (2012) : Schéma Directeur d'Aménagement Communal (SDAC), Département de l'Atlantique, Projet d'Appui à la Gestion des Forêts Communales (PAGEFCOM), Ministère de l'Environnement, de l'Habitat et de l'Urbanisme, 106 p.
- [9]. Claval, P. (1969) : Géographie générale des marchés. Cahiers de géographie de Besançon n° 10 : Paris, Les belles lettres, 360 p.
- [10]. Aïchéou, D. A. (2017) : Marchés de produits agricoles vivriers du département de l'Atlantique au sud du Bénin : Fonctionnement, implications économiques et spatiales. Thèse présentée pour l'obtention du diplôme de Doctorat Unique de Géographie, FASHS, UAC, 349 p.
- [11]. Berry, B. (1971) : Géographie des marchés et du commerce de détail, Armand Colin, Paris, 254 p.
- [12]. Tanguy, A. (2011). *Les villes et leurs périphéries : Mécanismes de rayonnement et impacts économiques*. Lyon : Editions Géographiques.
- [13]. Ahomadikpohou, D. L. (2015) : Production agricole et sécurité alimentaire dans le département de l'Atlantique au sud du Bénin : Diagnostic et perspectives. Thèse de Doctorat Unique, FLASH, Abomey-Calavi, 217 p.
- [14]. Houemavo, H. (2007) : Problématique de l'assainissement du marché Dantokpa. Mémoire de maîtrise géographie, FLASH, UAC, 87 p.
- [15]. Hountcheme, D. E. (2010) : Contribution des marchés de la commune de Ségbana au développement local. Mémoire de maîtrise de Géographie, FLASH, UAC, 97 p.
- [16]. Igue, J. et N'bessa, B. D. (1991) : Le réseau de distribution dans les districts ruraux de Malanville et de Karimama, Cotonou, PUB, 120 p.
- [17]. Lorrain, D. (2000). *L'urbanisme et ses territoires*. Paris : L'Harmattan.
- [18]. Dupuy, G. (2007). *Les marchés urbains : Stratégies de localisation et d'aménagement*. Paris : Presses Universitaires de France.
- [19]. Gros, D. (2010). *Aménagement du territoire et développement régional*. Paris : Armand Colin.
- [20]. Madougou, A. R. (2006) : Le marché de Malanville et les flux commerciaux d'échange de marchandises au Bénin, Mémoire de maîtrise de Géographie, FLASH, UAC, 90 p.
- [21]. Becuwe, C., & Navez-Bouchanine, F. (2016). *Les dynamiques commerciales urbaines et leur organisation spatiale*. Paris : Editions L'Harmattan.
- [22]. Bonnin, G., & Moser, P. (2005). *Les marchés locaux et leur impact sur l'aménagement des territoires*. Toulouse : Editions Universitaires.
- [23]. Mongin, P. (2014). *Rayonnement et aménagement des territoires : Une approche géo-économique*. Paris : Economica.