

UNIVERSITÉ DE NGAOUNDÉRE

THE UNIVERSITY OF NGAOUNDERE

FACULTÉ DES ARTS, LETTRES ET  
SCIENCES HUMAINES  
DÉPARTEMENT DE GÉOGRAPHIE



FACULTY OF ARTS, LETTERS AND  
SOCIAL SCIENCES  
DEPARTMENT OF GEOGRAPHY

*UNITE DE FORMATION DOCTORALE DE GEOGRAPHIE*

*LABORATOIRE DE GEOMATIQUE*

**CONTRIBUTION DU COMMERCE DE  
RUE AU DEVELOPPEMENT DES  
COLLECTIVITES TERRITORIALES A  
NGAOUNDERE**

Mémoire présenté et soutenu en vue de l'obtention du diplôme de Master Recherche en  
Géographie

Parcours : Géographie et Pratique du Développement Durable (GEPRADD)

Par :

***KANSEMDI Frédéric***

Matricule : 11A596LF

Titulaire d'une Maîtrise en Géographie

Sous la direction de :

***TCHOTSOUA Michel***  
HDR de Géographie/Géomatique  
Professeur Titulaire des Universités

*Année academique 2016/2017*

UNIVERSITÉ DE NGAOUNDÉRE

FACULTÉ DES ARTS, LETTRES ET  
SCIENCES HUMAINES  
DÉPARTEMENT DE GÉOGRAPHIE



THE UNIVERSITY OF NGAOUNDERE

FACULTY OF ARTS, LETTERS AND  
SOCIAL SCIENCES  
DEPARTMENT OF GEOGRAPHY

*UNITE DE FORMATION DOCTORALE DE GEOGRAPHIE*

*LABORATOIRE DE GEOMATIQUE*

**CONTRIBUTION DU COMMERCE DE  
RUE AU DEVELOPPEMENT DES  
COLLECTIVITES TERRITORIALES A  
NGAOUNDERE**

Mémoire présenté et soutenu en vue de l'obtention du diplôme de Master Recherche en  
Géographie

Parcours : Géographie et Pratique du Développement Durable (GEPRAD)

Par :

***KANSEMDI Frédéric***

Matricule : 11A596LF

Titulaire d'une Maîtrise en Géographie

Sous la direction de :

***TCHOTSOUA Michel***  
HDR de Géographie/Géomatique  
Professeur Titulaire des Universités

*Année académique 2016/2017*

# Dédicace

A

La Famille KILEONA

Pour vous, à qui je dois tout, trouver ici vos efforts, votre soutien et vos sacrifices  
indéfectibles pour moi

## Remerciements

La réalisation de ce travail est le fruit de la conjugaison des efforts de plusieurs personnes de près ou de loin et auxquelles nous tenons à exprimer notre gratitude. De prime abord nous tenons à remercier très sincèrement le Pr. Michel TCHOTSOUA qui, malgré ses lourdes tâches et occupations s'est pleinement investi dans la direction et le suivi de ce travail. Qu'il trouve ici l'expression de nos sincères reconnaissances.

A tous les enseignants de la Faculté des Arts Lettres et Sciences Humaines et plus spécialement au Doyen, le Pr. IYA MOUSSA, le Pr. WAKPOUNOU Anselme, le Pr. NDAME Josèph Pierre, le Dr. FOFIRI Eric Joel, pour la formation octroyée.

Aux assistants, du département de géographie, d'avoir mis à notre disposition toutes les données nécessaires et d'avoir participé à éclairer et orienter une grande partie de ce travail de recherche et de notre formation tout au long de notre parcours universitaire.

Nous remercions aussi toutes les personnes ressources auprès desquelles nous avons reçu des informations utiles à l'élaboration, notamment celles ayant collaboré durant les enquêtes, mais aussi et surtout les responsables administratifs ayant facilité la collecte des données.

Nous tenons à remercier tous les membres de notre famille, nos parents M. KILEONA Paul et Mme MOUNOUNTHA Thérèse, ainsi que tous nos frères et sœurs, notamment DJIBRILLA N., FOUDISSOU E., KANKAYE C., DASTA E., qui ont apportés un soutien moral, spirituel et financier indéfectible.

Disons grandement merci à tous nos amis du Laboratoire de Géomatique qui nous ont accompagnés. Nous remercions aussi très chaleureusement nos amis proches.

À tous ceux qui ont accepté de juger notre travail, nous voudrions marquer notre profonde gratitude. Ce mémoire est le fruit des efforts fournis par des personnes physiques et morales. Nos remerciements vont ainsi à de nombreuses personnes qu'il n'est pas possible de citer toutes.

# Sommaire

Dédicace .....	i
Remerciements .....	ii
Sommaire .....	iii
Résumé .....	iv
Abstract .....	iv
Liste des tableaux .....	v
Liste des figures.....	vi
Liste des photographies .....	vii
Planches photographiques .....	vii
Sigles et acronymes .....	viii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
I <sup>ère</sup> PARTIE: CONTEXTE D’ETUDE ET ACTEURS DU COMMERCE INFORMEL .....	12
INTRODUCTION DE LA PREMIERE PARTIE .....	13
CHAPITRE 1. CADRE GÉOGRAPHIQUE, CONCEPTUEL ET MÉTHODOLOGIQUE .....	14
CHAPITRE 2. ETAT DE LIEU ET ACTEURS DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE ...	36
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE .....	58
II <sup>e</sup> PARTIE: PROCESSUS SOCIOECONOMIQUE ET IMPACT DU COMMERCE DE RUE AU DEVELOPPEMENT DES COLLECTIVITES LOCALES.....	59
INTRODUCTION DE LA DEUXIEME PARTIE .....	60
CHAPITRE 3. PROCESSUS SOCIOECONOMIQUE DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE .....	61
CHAPITRE 4. IMPACT SOCIOECONOMIQUE DU COMMERCE DE RUE AU DEVELOPPEMENT DES COLLECTIVITES LOCALES.....	81
CONCLUSION GENERALE .....	100
BIBLIOGRAPHIE .....	103
ANNEXES .....	109
TABLE DES MATIERES.....	121

## **Résumé**

Dans le souci d'améliorer leurs conditions socioéconomiques, les populations se lancent dans des activités pouvant leur permettre de vivre. La généralité du commerce de rue dans les grandes villes africaine et Camerounaise telles que Yaoundé, Douala, Garoua, de la pertinence et de la visibilité du phénomène dans nos quotidiens. En partant de l'analyse de matériaux recueillis sur le terrain auprès des acteurs et à la lumière d'une démarche hypothético- déductive le mode d'organisation, d'épanouissement économique des acteurs ainsi que les stratégies d'encadrement pour la survie individuelle et collective quotidiennement mises en œuvre par les entrepreneurs informels seront évalués. Si l'on estime à des milliers ces camerounais, cela va sans compter ces enfants, épouses et autres membres de la famille et/ou connaissances qui ne vivent que du fruit de ce petit commerce qui à cours aux trottoirs qui est incontestablement un repère économique. Le commerce de rue répond, pour la population, à une stratégie de survie. Il est en mesure de créer des emplois, et même de contribuer au produit intérieur brut, donc au revenu local et national.

Mots clés : **commerce de rue, acteurs, informel, Ngaoundéré.**

## **Abstract**

In an effort to improve their socio-economic conditions, people are embarking on activities that can enable them to live. The generality of street trade in major African and Cameroonian cities such as Yaounde, Douala, Garoua, the relevance and visibility of the phenomenon in our daily newspapers. Starting from the analysis of materials collected in the field from the actors and in the light of a hypothetico-deductive approach the mode of organization, economic development of the actors as well as the strategies of supervision for the individual survival and collective daily implemented by informal entrepreneurs will be evaluated. If one estimates to thousands these Cameroonians, it goes without counting these children, wives and other family members and / or acquaintances that live only the fruit of this small trade which with course with the sidewalks which is incontestably an economic benchmark. Street trade is a survival strategy for the population. It is able to create jobs, and even to contribute to the gross domestic product, thus to local and national income.

Keywords: **street trade, actors, informal, Ngaoundere.**

## Liste des tableaux

Tableau 1. Données démographiques commune de Ngaoundéré I .....	20
Tableau 2. Données démographiques commune de Ngaoundéré II.....	20
Tableau 3. Sites enquêtés dans la ville de Ngaoundéré.....	28
Tableau 4. Structure du questionnaire.....	29
Tableau 5. Répartition des enquêtés par type de produits.....	31
Tableau 6. Types et catégories de produits dans le commerce de rue à Ngaoundéré .....	38
Tableau 7. Intérêts et besoins des principaux acteurs .....	48
Tableau 8. Connaissance des enquêtés sur les espaces publics.....	54
Tableau 9. Niveau d'instruction et type de commerce pratiqué.....	62
Tableau 10. Niveau d'instruction et sexe des enquêtés .....	63
Tableau 11. Caractéristiques spécifique du commerce de rue .....	76
Tableau 12. Identification du commerce de rue .....	78
Tableau 13. Répartition des enquêtés selon le type d'occupation .....	83
Tableau 14. Type de commerce et paiement de la taxe communale.....	85
Tableau 15. Avantage du commerce de rue pour les acteurs .....	96

## Liste des figures

Figure 1. Localisation de la zone d'étude.....	16
Figure 2. Schéma conceptuel .....	24
Figure 3. Schéma méthodologique.....	32
Figure 4. Type de commerce de rue à Ngaoundéré.....	38
Figure 5. Analyse du processus commercial.....	46
Figure 6. Composition de l'économie informelle au Cameroun.....	49
Figure 7. Evolution du chômage au niveau national de1991 à 2011 .....	50
Figure 8. Répartition spatiale des marchés officiels à Ngaoundéré .....	53
Figure 9. Motivation des enquêtés à occuper les trottoirs.....	56
Figure 10. Diversité géographique des acteurs.....	64
Figure 11. Sécurité sur les trottoirs .....	66
Figure 12. Répartition spatiale de quelques sites commerciaux .....	69
Figure 13. Temps passé sur les trottoirs .....	70
Figure 14. Évolution dans le commerce de rue.....	73
Figure 15. Processus commercial pour un entrepreneur débutant.....	75
Figure 16. Processus commercial pour un ancien entrepreneur.....	75
Figure 17. Local de vente.....	77
Figure 18. Nature de relation entre les municipalités et les acteurs.....	84
Figure 19. Mode de paiement des taxes communales.....	85
Figure 20. L'utilité des taxes communales.....	86
Figure 21. Du paiement de la taxe communale.....	87
Figure 22. Part de recouvrement de la taxe communale 2011 .....	88
Figure 23. Revenus journalier des acteurs .....	91
Figure 24. Motivation des enquêté dans le commerce de rue .....	95

## **Liste des photographies**

Photographie 1. Le commerce de rue au petit marché de Ngaoundéré.....	37
Photographie 2. Champ des vivres à Ngaoundéré.....	39
Photographie 3. Dispositif de vente dans le commerce de rue.....	40
Photographie 4. Recouvrement de taxes communales .....	51
Photographie 5. Espace public à Ngaoundéré .....	55
Photographie 6. Commerce de rue près du marché de Bantahi.....	57
Photographie 7. Les fonctions de la rue en milieu urbain .....	72
Photographie 8. Commerce de rue au carrefour 140.....	92

## **Planches photographiques**

Planche Photographique 1. La visibilité du commerce de rue .....	42
Planche Photographique 2. Les transactions informelles dans la ville de Ngaoundéré .....	79
Planche Photographique 3. Paysage commercial à Ngaoundéré.....	82
Planche Photographique 4. Les rues qui font vivre.....	90

## **Sigles et acronymes**

**ACAGER:** Association pour la Cartographie et la Gestion des Ressources

**B.I.T :** Bureau International du Travail

**BUCREP :** Bureau Central du Recensement et de l'Etude de la Population

**CAN:** Commune d'Arrondissement de N'Gaoundéré

**CUN :** Communauté Urbaine de N'Gaoundéré

**DSCE :** Document Stratégique pour la Croissance et l'Emploi

**DSRP:** Document Stratégique pour la Réduction de la Pauvreté

**ECAM:** Enquête Camerounaise Auprès des Ménages

**EESI:** Enquête sur l'Emploi et le Secteur Informel

**FALSH:** Faculté des Arts Lettres et Science Humaine

**FCFA :** Franc de la Coopération Financière en Afrique centrale

**GPS:** Global Positioning System

**INS :** Institut National de la Statistique

**OHADA:** Organisation pour l'Harmonisation en Afrique des Droits des Affaires

**ONU :** Organisation des Nations Unies

**PAS:** Plan d'Ajustement Structurel

**PCD :** Plan communal de Développement

**PIB:** Produit Intérieur Brut

**PIN:** Position Intérêt

**SIG:** Système d'Information Géographique

**SNDS:** Stratégie Nationale de Développement de la Statistique

**SPSS:** Statistical Package for Social Sciences

**UPI:** Unité de Production Informelle

# **INTRODUCTION GENERALE**

# INTRODUCTION GENERALE

Selon ONU-Habitat, près d'un milliard d'êtres humains s'entassent dans les quartiers informels, irréguliers, non planifiés, des villes du sud. La population des bidonvilles s'accroît de 25 millions par an, soit 70.000 personnes supplémentaires par jour. Ce phénomène est particulièrement préoccupant dans deux régions : l'Afrique sub-saharienne et l'Asie du Sud. L'Afrique sub-saharienne seule compte aujourd'hui 304 millions d'urbains dont les deux tiers vivent des activités informelles. En termes de pourcentage elle détient le record du monde.

Les politiques d'ajustement structurels (PAS)<sup>1</sup>, en imposant des restrictions budgétaires à de nombreux États en Afrique, auraient jeté des milliers d'employés dans les rues. Au Nigeria par exemple, un certain nombre d'études considèrent que l'émergence de l'économie informelle ou du phénomène des enfants des rues est contemporaine des PAS, notamment à Lagos (Adisa, 1997 cité par Gandy, 2005).

Le profil urbain national du Cameroun montre que 67% de la population urbaine du Cameroun vivent en ville, et la situation est loin de s'améliorer puisque les activités informelles, connaissent une croissance annuelle de 5,5%. Et l'EESI (enquête sur l'emploi et le secteur informel, 2005), montre que le contexte d'activité au Cameroun est structuré en quatre secteurs : le secteur public, le secteur privé formel, le secteur informel non agricole et le secteur agricole. Ces quatre secteurs peuvent être regroupés en deux: le secteur formel qui est celui des emplois biens structurés, et le secteur informel, dont l'évolution depuis 2001 montre une augmentation au détriment du premier.

Le développement des pays africains s'est posé en termes d'urgence : besoins pressants de croissance économique, modernisation de la production agricole et industrielle, modernisation des infrastructures routières et équipements socio collectifs. Ainsi, les États et les industries des pays du tiers monde n'ont pas été en mesure de créer suffisamment d'emplois. L'insuccès de l'industrialisation à

---

<sup>1</sup> Le FMI met ses ressources à la disposition des pays endettés, mais en contrepartie, il exige que soient mises en œuvre des mesures de politique interne visant à restaurer rapidement l'équilibre de la balance des paiements. Notons que le PAS a eu des impacts néfastes sur le plan social, économique, agricole et environnemental de tous les pays impliqués.

l'occidentale dans les pays africains surtout a conduit, depuis leur indépendance, les États à un laisser-aller en matière de développement économique.

Sans protection contre le chômage, les sociétés du tiers monde ont alors fait preuve d'une impressionnante capacité de créativité pour s'adapter à cette réalité. Le commerce de rue, bien que dans une moins large proportion, est aussi présent dans les pays occidentaux industrialisés. Toutefois, en Afrique, cette activité prend une forme particulière.

## **PROBLEMATIQUE**

Les résultats de la phase 1 de l'Enquête sur l'Emploi et le Secteur Informel (EESI), qui est une opération inscrite dans la SNDS<sup>2</sup> portant sur l'emploi, révèle que 90,5% des actifs occupés au Cameroun exercent leur emploi principal dans le secteur informel. Ce dernier se présente ainsi comme étant le plus grand pourvoyeur d'emplois.

Bien que l'Afrique soit parmi les régions du globe les moins urbanisées, la croissance spectaculaire de sa population urbaine et spécialement des grandes villes, apparaît excessive et préoccupante, eu égard aux problèmes directs que posent ce phénomène qui a pris de l'ampleur. Le débat sur l'espace public et son occupation spontanée dans les villes d'Afrique tropicale pose le problème particulier de gestion de l'espace urbain dans un contexte plus général de celui d'une urbanisation rapide et mal maîtrisée par l'ensemble des acteurs du développement urbain. L'espace public n'est public que s'il est ouvert et accessible à tout le monde. Il est affecté à plusieurs fonctions et usages communs aux citoyens. C'est un espace de rencontre, d'échange, de communication et de socialisation à l'image de la ville.

La crise a affecté les conditions de vie des populations, ce qui, sur le plan sociodémographique eut un ensemble d'implications fâcheuses. Parmi ces dernières, on souligne l'urbanisation de plus en plus poussée des grandes villes (Yaoundé et Douala) ainsi que les villes secondaires (Bafoussam et Ngaoundéré par exemple) et

---

<sup>2</sup> Stratégie Nationale de Développement de la Statistique

l'augmentation de la pauvreté. On a ainsi assisté à un déplacement massif des jeunes, des zones rurales vers les villes, à la recherche de meilleures conditions de vie. À titre d'illustration, la tranche d'âge la plus sujette à l'immigration en 2010 est celle des jeunes de 20 à 29 ans, avec un taux de 38,5 %, suivi de la tranche d'âge des enfants de 14 à 19 ans avec 19,3 % (ECAM III, 2007<sup>3</sup>).

Le commerce de rue constitue, pour une catégorie de la population active, un moyen d'insertion professionnelle, une stratégie de survie contre le besoin et une source de revenus additionnels. Selon INS 2009, il est considéré par certains acteurs comme un tremplin pour devenir un grand commerce et beaucoup de jeunes ont pu réussir grâce à cette activité. Mais le chemin à parcourir pour atteindre ce stade est parsemé d'obstacles. Les entrepreneurs informels sont pointés du doigt et considérés comme des hors-la-loi car ils ne disposent pas de statut spécifique justifiant l'exercice de leurs activités et ne sont pas juridiquement reconnus. De part les multiples tracasseries, ce métier est l'un des plus difficiles et des plus aléatoires. Ces acteurs peuvent rester des jours à supporter le poids de leur marchandise et de marcher chaque jour des centaines de mètres en affrontant le soleil et en endurant la fatigue. Le petit commerce à Ngaoundéré constitue le gagne-pain d'environ 30.000 personnes dont la majorité est constituée de jeunes.

Face à ces constats, l'activité commerciale en général et celle du commerce de rue en particulier est devenue un véritable enjeu non seulement pour les gestionnaires de la ville de Ngaoundéré mais aussi et surtout pour l'épanouissement et la survie des acteurs dont leur nombre va grandissant. Il se pose dans notre étude le problème de l'organisation, du fonctionnement du commerce de rue et de sa capacité à contribuer au développement local. Démographie explosive, croissance urbaine exponentielle, le Cameroun fait face à des changements majeurs qui augurent des taux de chômage parmi les plus élevés du monde. Ce surplus de la population, sans emploi qualifié, se retrouve, pour l'essentiel, en milieu urbain où il s'occupe des activités informelles notamment le commerce de rue. La ville de Ngaoundéré subit de plein fouet cette affluence de l'activité commerciale sur ses différentes artères, comment rendre cette activité plus profitable aux collectivités locales? Le commerce de rue regroupe toutes les couches sociales mais le plus important ici est de comprendre le rôle des jeunes

---

<sup>3</sup> 3<sup>e</sup> enquête Camerounaise auprès des ménages

dans cette activité lucrative. Si cette activité est bien encadrée et organisée par le pouvoir public et par les collectivités territoriales décentralisées, comment comprendre le rêve des jeunes entrepreneurs de demain dans ce couloir d'échange et de concurrence.

## **QUESTION PRINCIPALE DE LA RECHERCHE**

Dans quelle mesure le commerce de rue peut-il contribuer au développement économique des collectivités locales à Ngaoundéré?

### **QUESTIONS SPECIFIQUES**

- Qu'est ce qui caractérise le commerce de rue à Ngaoundéré?
- Quelles sont les stratégies de vente adoptées par ces acteurs?
- Comment évaluer l'apport économique du commerce de rue pour le développement des collectivités locales à Ngaoundéré?

### **CONTEXTE SCIENTIFIQUE**

Plusieurs travaux ont été faits sur les activités informelles. C'est dans ce sens que des ouvrages ont été publiés sur la problématique relative à l'impact du commerce en milieu urbain. Pour ce qui est du commerce de rue, considéré comme un ensemble typologique, social et culturel différencié, de nombreux travaux ont été effectués dans le but d'apporter des solutions aux problèmes de développement économique et d'organisation urbaine.

#### **Le commerce de rue comme source de désordre urbain, d'insalubrité et d'insécurité**

Dans un contexte de **désordre urbain** Morelle (2006), estime que l'envahissement des espaces publics par l'activité de petits commerces informels, amène les habitants à polariser leurs discours sur les enfants « pickpockets » qu'ils croisent chaque jour. Grossissant leur nombre et exagérant la menace, ils les font

devenir les symboles de la dégradation de la ville. Elle ajoute en ces termes « Avec la crise économique des années quatre-vingt, les espaces publics sont devenus des espaces de survie pour bien des habitants, tels les vendeurs informels déambulant sur les routes et occupant les trottoirs ». Le point de départ de l'article de Monnet (2006) est de faire la variété des identifications du commerce dit de rue, informel ou ambulante dans les métropoles contemporaines. Il met ensuite en relation les principales identifications de ce commerce avec certaines mutations de ces métropoles, ce qui lui permet de qualifier les conditions de la métropolisation propices à ce secteur d'activité. Ces conditions conduisent à déplacer la perspective du vendeur vers le client, et ainsi à s'interroger sur l'expérience de la citoyenneté contemporaine. Dans le cas des ambulants, la marginalisation est liée à l'activité économique de vente dans l'espace public, déclarée illégale par les autorités municipales.

### **Le commerce de rue comme opportunité de diversification des activités urbaines et de développement des économies africaines**

Dans un contexte de développement du commerce de rue, Bautès et *al* (2008) montrent que les vendeurs ambulants se trouvent au cœur de la production de la ville. Ces figures informelles de la ville qui correspondent à une masse marginale par leur prégnance dans l'espace et par la vitalité des réseaux économiques qu'ils contribuent à tisser, tendent à structurer ou à orienter nombre de projets définis par les pouvoirs publics en vue de réguler les activités informelles en ville et d'homogénéiser l'espace urbain. C'est aussi dans ce sens que pour de nombreux observateurs contemporains comme Fourchard (2007), la rue en Afrique apparaît moins comme un lieu de passage et de circulation que comme un espace investi au quotidien par un ensemble d'activités sociales, économiques, politiques et religieuses qui n'auraient pas trouvé place ailleurs. Partagée par une multitude d'acteurs publics et privés, la rue est aussi objet de conflits en raison même d'une multiplicité d'usages difficilement compatibles.

La difficulté d'avoir un logement urbain décent a poussé la plupart des citoyens qui ne disposent pas de moyens financiers importants à s'adresser au secteur informel ; celui-ci est le seul à pouvoir leur proposer des mécanismes de production de l'habitat adaptés à leur pouvoir d'achat et à leur savoir-faire. Ainsi, ce secteur informel très

souvent critiqué parce que mal connu, permettrait, selon le rapport de la banque mondiale (2006) à près de 87 % de la population urbaine du Cameroun de se loger.

D'après Marchand (2005), l'économie informelle pourrait être pour les citoyens une manière de survivre en conciliant deux réalités : la nécessité économique et la réalité sociale. Bien que l'économie informelle soit une forme d'économie plus sociale qu'économique adaptée à la réalité africaine, elle demeure une économie de survie dans un contexte de crise ou se trouve actuellement le continent africain. Dans sa pensée, l'économie informelle serait donc un phénomène à la fois structurel et conjoncturel. Tchotsoua (2016), estime que la croissance démographique et l'étalement des villes sont des facteurs considérables de la transformation des paysages, ces paysages peuvent être des espaces urbanisés ou naturels. Pour cet auteur, l'occupation des servitudes publiques par l'activité commerciale est devenue un élément incontournable de la description des paysages urbains en dépit de la répression des forces de l'ordre. Pour lui, la principale raison qui permet de comprendre le surembrelement ambulante et sédentaire des trottoirs, voire des chaussées par les activités de l'informel est d'ordre entrepreneurial. Il s'agit au cours de son étude de comprendre les raisons du choix de la rue comme site ou espace commercial et aussi de comprendre les enjeux et les problèmes que connaissent les usagers des rues.

### **Le commerce de rue dans les politiques publiques**

Par ailleurs, Cosinschi et *al* (1998), montrent que la ville est un milieu complexe, dynamique, et aux caractéristiques spécifiques où s'articulent diverses interactions hommes/milieux mettant en jeu l'espace. Cet espace géographique en constante mutation infrastructurelle et organisationnelle, s'accompagne également de nombreuses mutations ou dynamisme du milieu urbain. Pour mieux appréhender les différents facteurs d'évolution des espaces marchands, Desse (2016), établit trois étapes de mutations du commerce européen, qu'elle soit celle des grands magasins, celle des grandes surfaces périphériques ou celle du e-commerce, elles ont été marquées par une avancée technologique importante. Et il ajoute, « à nous, géographes et urbanistes, ces nouvelles formes commerciales posent quelques questionnements sur leurs insertions dans les territoires ruraux et urbains ». Premier

constat, une nouvelle forme commerciale ne chasse pas la précédente mais elle vient se juxtaposer sur la première strate en la faisant évoluer sous le choc de la concurrence. Mama (1999), démontre aussi que le développement d'un centre commercial n'est possible sans toutefois faire référence à sa localisation, à l'accessibilité, à la circulation, aux consommateurs potentiels. Pour lui, un centre commercial peut être conçu comme un élément d'organisation urbaine.

La notion de secteur informel ou du commerce de rue qui se diffuse largement aujourd'hui semble traduire une nouvelle réalité urbaine: la rue devient le réceptacle d'un ensemble d'activités économiques illégales et de transactions non déclarées à l'État (Lautier et *al*, 1991). Plusieurs débats sur la ville renvoient directement ou indirectement à cette problématique. Au Nigeria, un certain nombre d'études considèrent que l'émergence de l'économie informelle ou du phénomène des enfants des rues est contemporaine des PAS, notamment à Lagos (Gandy, 2005). Pour lui, Les politiques d'ajustement structurels, ont imposées des restrictions budgétaires à de nombreux États, qui auraient ainsi jeté des milliers d'employés dans les rues. L'histoire du commerce informel est ainsi rythmée par des temps longs où les évolutions sont peu évidentes et éparpillées sur quelques décennies voire plusieurs siècles, et des temps courts où leurs importances et leurs complexités font qu'il est possible de parler de mutations.

Dans le cas des ambulants, la marginalisation est liée à l'activité économique de vente dans l'espace public, déclarée illégale par les autorités municipales. La seule présence dans les rues les définit comme acteurs de la marge, et c'est l'espace qui, ici aussi, est envisagé comme une ressource dans la mesure où la pratique économique induit des stratégies spatiales, faites de mobilités, de sélections et de négociations de lieux permettant l'exercice du commerce. Dans les cas observés, le caractère marginal concourt à singulariser tout à la fois des espaces faisant jusqu'ici l'objet de représentations négatives et des formes de commerce et d'action urbaine informelles. Cette singularité et les pouvoirs économique et médiatique qui l'accompagnent jouent à l'avantage de ces marges, dans un contexte où l'action publique répond en théorie à la fois aux exigences imposées par l'injonction à la démocratie populaire et participative, et à celle de pouvoirs médiatiques susceptibles de remettre en cause l'équilibre des forces politiques.

Au regard de ces travaux scientifiques, il ressort que l'activité informelle en général et celui du commerce de rue en particulier est un champ de plusieurs disciplines. C'est ainsi que géographes, urbanistes, économistes et spécialistes en aménagement du territoire ont mené des recherches associant le plus souvent le commerce de rue au désordre urbain. Mais au regard de la masse des acteurs et de leur nombre grandissant dans les villes africaines, il s'avère que l'aspect d'éradication de cette activité commerciale n'est plus à l'ordre du jour vu le taux du chômage, il convient de repenser la logique organisationnelle et d'encadrement de cette activité entrepreneuriale pour un développement local maîtrisé. Cependant, cette faille dans laquelle s'inscrit le présent travail, se présente comme une perspective de recherche qu'il convient d'exploiter. Autrement dit, c'est la prise en compte de cet aspect qui marque la particularité de notre travail. Dans ce travail, nous entendons mener une étude sur le processus et l'impact socioéconomique du commerce de rue à Ngaoundéré, les facteurs causals de l'évolution du commerce de rue, et des perspectives de développement d'une société locale et informelle soucieuse du devenir de ces activités lucratives.

## **OBJECTIF PRINCIPAL DE LA RECHERCHE**

Evaluer l'impact du commerce de rue sur le développement économique des collectivités locales à Ngaoundéré.

## **OBJECTIFS SPECIFIQUES**

- Identifier et caractériser le commerce de rue dans la ville de Ngaoundéré ;
- Analyser les stratégies de vente adoptées par les commerçants de rue ;
- Evaluer l'apport économique du commerce de rue pour le développement des collectivités locales à Ngaoundéré.

## **HYPOTHESE PRINCIPALE DE LA RECHERCHE**

L'évaluation des activités des entrepreneurs informels contribue au développement économique des collectivités locales à Ngaoundéré.

## **HYPOTHESES SPECIFIQUES**

- Le commerce de rue se s'identifie par le caractère mobile et saisonnier des vendeurs à Ngaoundéré.
- Le caractère mobile de la transaction et l'occupation des rues sont les stratégies de vente adoptées par les acteurs.
- L'apport économique du commerce de rue contribue à l'amélioration des conditions de vie des acteurs et au développement des collectivités locales à Ngaoundéré.

## **PLAN DU TRAVAIL**

Ce travail portant sur le processus et l'impact socioéconomique du commerce de rue à Ngaoundéré, s'organise en deux parties composées de deux chapitres chacune.

Le premier chapitre traite du cadre conceptuel, géographique et méthodologique et présente d'une manière détaillée les méthodes utilisées tout au long de ce travail. Ce chapitre a pour but de présenter les méthodes de travail qui sont en rapport avec le sujet et de dégager la particularité du sujet.

Le chapitre deux fait état de lieux et présente les acteurs intervenant dans le domaine du commerce de rue à Ngaoundéré. Ce chapitre permet de dégager la contribution de la recherche géographique dans l'étude du milieu économique de l'espace urbain à travers des observations géographiques de terrain et des enquêtes auprès des populations cibles.

Le troisième chapitre présente le profil des acteurs et l'évolution socioéconomique des activités dans un processus d'auto emploi. Ce chapitre permet de comprendre la pertinence des informations géoéconomiques.

Le chapitre quatre va s'atteler sur l'impact socioéconomique du commerce de rue sur les collectivités locales entendue comme individu, une famille et une collectivité territoriale décentralisée. Cela permettra d'analyser les différentes perceptions d'évolution et d'opportunité du commerce de rue à travers l'évaluation de l'activité

des acteurs impliqués. C'est ce chapitre qui permettra de tirer la conclusion de l'étude afin de proposer des solutions pertinentes.

**I<sup>ère</sup> PARTIE: CONTEXTE D'ETUDE ET  
ACTEURS DU COMMERCE INFORMEL**

## **INTRODUCTION DE LA PREMIERE PARTIE**

Cette première partie fait l'état de lieu du contexte de l'étude et présente l'état du commerce de rue à Ngaoundéré en vue d'en cerner le processus d'évolution et l'impact de ce commerce informel qui constitue l'essence de cette étude, les acteurs et leurs stratégies de vente. Nous nous intéressons à la méthodologie outil essentiel de compréhension des différentes variables du phénomène et aux conditions du milieu physique, humain et commercial pour tenter d'apprécier les potentialités économiques de la ville. Nous analyserons également ce secteur par une présentation des différents groupes ethniques facteurs de production urbaine. À partir de la présentation des différents acteurs intervenant, cette première partie mettra en exergue les acteurs impliqués dans le processus commercial et la nature des rapports qui les lient.

# CHAPITRE 1. CADRE GÉOGRAPHIQUE, CONCEPTUEL ET MÉTHODOLOGIQUE

## INTRODUCTION

Ngaoundéré, signifiant littéralement la « *montagne du nombril* » tient son nom d'une colline voisine, située au sud de la ville et surmontée d'une sorte de boule dénudée. Ville à l'origine musulmane, s'organise autour d'un paysage urbain, qui lui donne des allures d'un gros village : en effet, les quartiers traditionnels et commerciaux, organisés autour des grandes familles locales, sont composés d'une multitude de ruelles étroites et de *sarés*<sup>4</sup>. Autrefois à l'abri derrière des fossés et des murailles, la ville s'est développée autour du palais du Lamido, l'une des grandes attractions locales. Le présent chapitre traite du contexte de l'étude et présente d'une manière détaillée les méthodes utilisées tout au long de ce travail. Ce chapitre a pour but de présenter les méthodes de travail qui sont en rapport avec le sujet et de dégager la particularité du sujet.

### 1.1. CADRE GEOGRAPHIQUE

Située sur la route nationale N<sup>o</sup>1, à quelque 800km de la capitale politique du Cameroun, la ville de Ngaoundéré est le chef-lieu du département de la Vina. Avec plus de 200 000 habitants c'est un important centre commercial dans la partie septentrionale du pays.

#### 1.1.1. SITUATION GEOGRAPHIQUE

La ville de Ngaoundéré est la capitale régionale de l'Adamaoua grâce à ses fonctions administratives et économiques. Ngaoundéré est le terminus de la voie ferrée en provenance du Sud du pays et constitue un important carrefour d'échanges. La ville

---

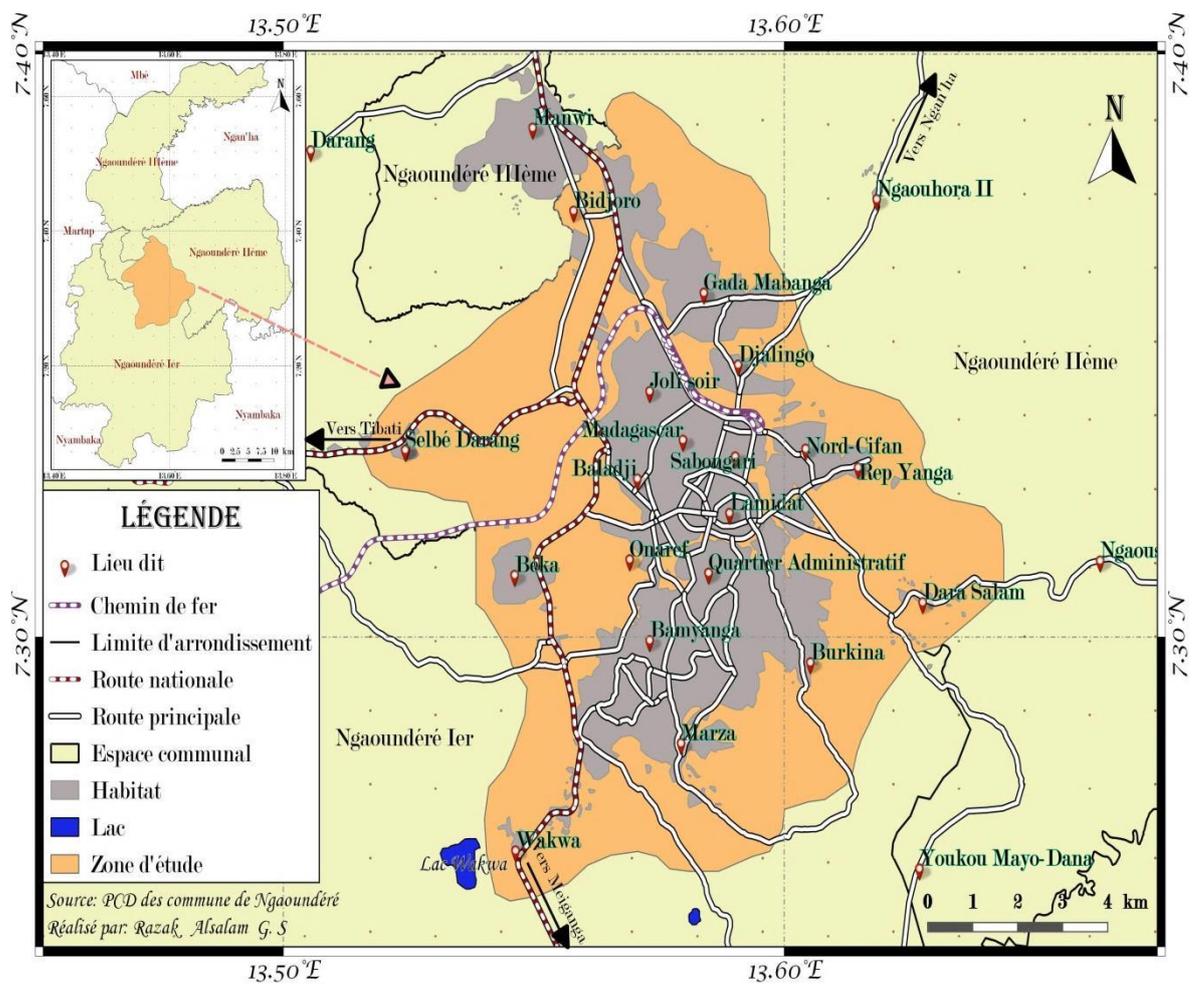
<sup>4</sup> Cases rondes aux toits coniques, faits de paille et descendant très près du sol

constitue une rupture de charge rail-route conditionnant ainsi le développement des activités de transport en général et le transport lourd en particulier, faisant d'elle une ville commerciale par excellence.

Sa situation géographique centrale et sa proximité avec le Tchad et le grand Sud camerounais font d'elle le principal point de convergence des grands axes d'échange Nord-Sud. Ceci fait que le commerce à Ngaoundéré est une intense activité surtout avec l'ampleur de l'informel.

Cette activité informelle est soutenue par l'existence de micro-entreprises marchandes individuelles, temporaires ou intermittentes. Une étude réalisée en 2012 par l'INS montre que 61% des établissements recensés dans la ville de Ngaoundéré sont des unités du commerce informel.

La ville se situe au nord de la région sur le plateau de l'Adamaoua. C'est un carrefour important du commerce régional puisque c'est un passage obligé du transport routier entre les villes du Sud du pays et les villes du Nord jusqu'au Tchad. C'est par le décret N°83/390 du 22 août 1983 que Ngaoundéré devient le chef-lieu de la nouvelle province de l'Adamaoua. Le 12 novembre 2008, le décret N°2008/376 fait de cette ville le chef-lieu de la région de l'Adamaoua. Enfin, le 17 janvier 2008, la communauté urbaine de Ngaoundéré est créée (Figure 1).



**Figure 1.** Localisation de la zone d'étude

L'espace géographique que couvre notre étude est le centre urbain de Ngaoundéré. La communauté urbaine de Ngaoundéré se situe entre les 8° et 15° longitudes Est et les 6° et 8° latitudes Nord.

### 1.1.2. CADRE PHYSIQUE

La ville de Ngaoundéré présente un relief tourmenté. Toutes les formes de relief y sont représentées avec une alternance de collines, de vallées, de plateaux et de quelques plaines. C'est au Sud-est et au Sud-ouest de la ville qu'on rencontre une dominance des massifs rocheux qui culminent à plus de 1 190 m d'altitude. Il s'agit précisément de la chaîne du mont Ngaoundéré. C'est le cas des quartiers hauts plateaux, administratif, ONAREF, Ndelbé I, II et III et Marza. Il faut noter que certains sommets du Sud-est de la ville culminent à 1 100 voire 1 300 m d'altitude

(Bouyo 2016). Cette configuration topographique est responsable d'un climat un peu particulier à ces latitudes.

A l'instar de toute la région de l'Adamaoua, la ville de Ngaoundéré appartient au grand ensemble structural que constitue le plateau de l'Adamaoua. Le sol de Ngaoundéré est ferrallitique, de couleur rouge brun ou brun noir dans les zones marécageuses ou le long des cours d'eau, le sol dans ces endroits a une structure fine, argileuse ou argilo-sableux, riche en matières organiques. Les roches sont de nature cristalline, constituées de roches magmatiques : granite recouverte par endroits de coulées basaltiques issues des éruptions qui se sont produites sur ce massif. Cette structure présente une homogénéité presque généralisée. Mais à certains autres endroits apparaissent les affleurements rocheux qui sont conséquences de l'activité érosive qui tronque les profils de la ville. Par ailleurs, le sol a des horizons indurés (cuirasses latéritiques riche en oxydes de fer) qui affleurent à la suite de la destruction des minces horizons sablo argileux supérieurs.

L'Adamaoua en général est caractérisé par un climat tempéré d'altitude, avec une courte saison sèche de 4 à 5 mois (novembre/décembre à mars/avril) et une longue saison pluvieuse. Les mois de janvier et de février enregistrent le paroxysme de la sécheresse, les herbes et la majorité des arbres perdent leurs feuilles vers la fin de la saison sèche à cause de L'alizé continental provenant du Sahara, un vent fort et très sec, l'harmattan, souvent chargé de poussières au point de masquer le soleil entre décembre et mars. La moyenne annuelle des précipitations est de 1500 mm et l'unique maxima pluviométrique s'observe au mois d'Août qui atteint souvent les 250 mm (Tsague 2010 cité par Bouyo 2016). Il s'agit surtout des pluies orographiques qui tombent sous formes d'averses et d'orages.

La température moyenne annuelle est de 22°C, les amplitudes thermiques sont fortes, on note un minimum de 9°C (2003) souvent atteint en Janvier et un maximum atteint entre le mois de Mars et Avril. Cependant, les amplitudes thermiques journalières se révèlent importantes avec des minima absolus voisins de 10° à 6 heures du matin (8°C le 12 janvier 2000 à Ngaoundéré) et des maxima de 39°C à 13 heures (Tchotsoua 2005 cité par Bouyo op. cit.).

### 1.1.3. DONNEES DE LA POPULATION LOCALE

Les données démographiques de Ngaoundéré sont caractéristiques de chaque commune. La population dans l'arrondissement de Ngaoundéré I est cosmopolite. On retrouve en majorité les Peulh, Mboum, Dii, Haoussa, Gbaya. Les Bamiléké, Anglophone, Béti, les Massa, Toupouri, les Moundang sont en minorités. Cette population est estimée à 150 000 habitants (PCD<sup>5</sup> 2014). L'arrondissement de Ngaoundéré II a une superficie d'environ 1680 km<sup>2</sup>, et compte environ 85 000 habitants, soit près de 51 habitants au Km<sup>2</sup>. Les principales composantes sociologiques sont : Peulh, Haoussa, Mboum, Dii, GBaya, Pana, Bornouans, Baïnawa, Toupouri, Daba, Moudang, Guiziga, Bamiléké, Beti, Bamoun, Namdji, Laka (PCD N'Gaoundéré II).

Ngaoundéré, ville carrefour regorge également certains peuples venus d'autres parties de la région mais également d'autres parties du pays. On citera sans aucune exhaustivité : les Tikar, les Mambila, Kwanja, les Haoussa, les Bamiléké, les Béti, les Laka, les arabes choa, les Bamoun. Fort de son caractère de ville cosmopolite, Ngaoundéré regorge également des ressortissants de nations étrangères telles que le Sénégal, le Mali, la Côte d'Ivoire, la République Centrafricaine, le Tchad, le Niger, le Nigéria, la Chine, la France, la Norvège, les États-Unis d'Amérique. En raison de sa situation à cheval entre le Grand Sud et le Grand Nord, disposant d'un terminal ferroviaire, Ngaoundéré constitue la plaque tournante d'une intense activité commerciale et d'un important afflux de personnes. Cependant nous nous attarderons sur les peuples « originaires » dans la mesure où ils sont les acteurs de l'histoire de ce territoire et sont très représentés dans le commerce de rue. D'une manière générale, les populations résidentes sont constituées des Mboum, des Peul, des Dii et des Laka. Ces peuples ont pour activités l'agriculture, l'élevage et le commerce général.

**Les Mboum** : peuple agriculteur, et de par la cohabitation avec les Peul, ils ont également intégré l'élevage et le commerce. Les Mboum constituent le principal groupe ethnique implanté sur le plateau de l'Adamaoua avant l'arrivée des Peul, ils constituent l'un des groupes ethniques les plus importants de Ngaoundéré. Si leur origine est difficile à préciser, ils auraient émigré de l'Est, à travers le Darfour-

---

<sup>5</sup> Plan communal de développement

Kordofan, avant d'atteindre le bassin du lac Tchad d'où un mouvement général des populations (au cours du XVI<sup>ème</sup> siècle) provoqua leur repli en direction de la Bénoué puis du plateau de l'Adamaoua (Bah, 1992 cité par Anaba op. cit.). Leur établissement dans cette région dès lors daterait d'environ neuf cent ans. Les occurrences des préfixes Mboum « *Mbi* » (rivière) ou « *Ngao* » (comme Ngaoundéré), pourrait bien constituer une empreinte de l'occupation spatiale par ce peuple. Les villages Mbidjoro, MOUNGUEL et TELLÉRÉ sont principalement ceux des Mboum présent dans la ville de Ngaoundéré.

**Les Peul :** selon un certain nombre de théories, seraient originaires du haut-Nil, où leurs lointains ancêtres auraient séjournés. Conduit par une longue migration pendant le néolithique au Sahara encore verdoyant, le dessèchement de cette région les amena à converger vers le sud, dans la région de Tekour où la langue Peul (Pular-ffulde) aurait été élaborée. De là s'ébranla la seconde vague de migrations, qui, entre le XVI<sup>e</sup> et le XVIII<sup>e</sup> siècle, allait les amener à « investir l'ensemble de la zone soudano-sahélienne » dont l'Adamaoua. Au XIX<sup>e</sup> siècle, les Peul mettent leur énergie au service du prosélytisme religieux, et à la faveur du Jihad lancé par Ousman Dan Fodio, vont occuper la position de groupe dominant et « détenteur de l'initiative historique » dans la région de l'Adamaoua. Ardo Djoubdi du clan Wolorbé, installa le premier établissement Peul à Ndelbé (un village Mboum), où la ville de Ngaoundéré fut fondée au début des années 1830 (E. Mohammadou, 1978 cité par Anaba op. cit.).

**Les Gbaya:** ils ont une origine controversée. Une première hypothèse leur assigne une origine soudanaise dans une région située entre le Lac Tchad et la Bénoué. A cela s'opposent les tenants d'un foyer méridional, situé au-delà de la haute Sangha, dans le bassin de la Lobaye. Par contre, la mémoire collective Gbaya fait foi à une origine orientale de la zone du bassin de la Nana dans l'espace centrafricain. Peuple vivant de chasse et de cueillette, ils ont été énormément perturbés par les conquêtes peulh avant de se stabiliser à Ngaoundéré. Ils se sont dispersés dans plusieurs quartiers de la ville. On les retrouve également assez nombreux dans le commerce de rue.

**Tableau 1.** Données démographiques commune de Ngaoundéré I

	<b>Urbain</b>	<b>Rural</b>	<b>TOTAL</b>
Hommes	40 061	12 472	52533
Femmes	38 172	17 522	55694
TOTAL	78233	29994	108227

**Tableau 2.** Données démographiques commune de Ngaoundéré II

	<b>Urbain</b>	<b>Rural</b>	<b>TOTAL</b>
Hommes	40590	7785	48375
Femmes	37816	6418	44234
TOTAL	78406	14203	92609

Source : PCD des communes 2014

## **1.2. CADRES CONCEPTUEL ET THEORIQUE**

### **1.2.1. CADRE CONCEPTUEL**

Cette partie présente les différents concepts clés utilisés dans ce travail et qui sous-tendent les analyses des données pour cette étude. D'entrée de jeu, rappelons tout d'abord qu'un concept est une représentation générale et abstraite de la réalité d'un objet, d'une situation ou d'un phénomène; *Concept* vient du participe passé latin *conceptus* du verbe *concupere*, qui signifie « contenir entièrement », « former en soi ». Le concept se distingue donc aussi bien de la chose représentée par ce concept, que du mot, de la notion, ou de l'énoncé verbal, qui est le signifiant de ce concept (figure 2). La géographie se distingue des autres sciences par ses concepts. Et comme l'ont dit Brunet et *al* (1993) « L'avancement d'une science est très lié à la précision et à l'enrichissement de ses concepts qui sont des représentations générales, de nature abstraite, clairement définies et même consensuelles, susceptibles de guider la recherche et de fonder ses hypothèses ». Il serait donc utile dans le cadre de ce travail de s'approprier des concepts suivants :

## **Ville**

La notion de ville est complexe à définir. Toutes les tentatives de définition prenant appui sur l'une des fonctions de la ville, l'effectif de la population ou la superficie de l'aire géographique urbaine se voient heurtées à des limites. Pour l'école de Chicago, la ville forme une mosaïque urbaine composée de nombreuses communautés immigrées.

« La ville est à la fois territoire et population, cadre matériel et unité de vie collective, configuration d'objets physiques et nœud de relations entre sujets sociaux » Grafmeyer (2004). La ville renvoie ainsi à deux ordres de réalités indissociables : « d'un côté une ville statique, sinon figée et circonscrite pour un temps dans des cadres matériels ; de l'autre, une ville dynamique, composée de citoyens et de groupes en relation » Stébé et Marchal (2007).

La ville est un milieu géographique et social formé par une réunion organique et relativement considérable de constructions (notamment d'habitations), et dont les habitants travaillent pour la plupart à l'intérieur de l'agglomération, au commerce, à l'industrie, à l'administration (Grand Rober. 2010). Par ailleurs elle est considérée comme un ensemble morphologique, physiologique, social et culturel différencié, la ville est un milieu complexe, dynamique, et aux caractéristiques spécifiques où s'articulent diverses interactions hommes/milieus mettant en jeu l'espace (Rahim 2010). Dans cette étude la ville de Ngaoundéré se limite au périmètre urbain.

## **Acteur**

Un acteur est une personne qui prend une part déterminante dans une action. En géographie, J-P Charvet et *al* cité par Adoum (2010), définissent un acteur comme étant un « terme désignant selon les cas un individu, un groupe de personnes ou une organisation auxquels on attribue un pouvoir d'agir de façon efficace sur l'espace géographique ». Brunet R. et *al*, (1993) le définit comme une « personne physique ou morale possédant le pouvoir d'agir sur une certaine portion de la surface terrestre, de la transformer, d'en user suivant ses intentions et ses besoins». Dans le cadre de cette étude, un acteur est celui qui d'une manière ou d'une autre, agit par son activité dans le commerce de rue.

Dans cette étude, un acteur désigne une collectivité locale compris à la fois comme un commerçant de rue, une famille ou un groupe de personne vivant de cette activité, les communes d'arrondissements et la communauté urbaine.

### **Dynamique du commerce**

La « dynamique » est considérée comme la partie de la science qui étudie les objets dans leur mouvement et leur devenir Ganota (2010). Ce concept est également utilisé pour décrire les variations d'un phénomène dans le temps, en identifiant les processus qui sont à l'origine. La dynamique pour le dictionnaire Larousse (2010), désigne le processus d'évolution des phénomènes dans le temps.

Le processus du commerce de rue est caractérisé par : sa mobilité, statut temporel de l'activité selon la durée d'occupation d'un même lieu et/ou la rapidité d'occupation successive d'une série de lieux. Et sa spatialité, statut normatif ou descriptif de l'espace où se déroule l'activité. Le mot commerce renferme un sens pluriel et ce en fonction du domaine ou du contexte. Mais d'une manière générale, un commerce est une activité où s'effectuent des échanges à but lucratif. On reconnaît les activités commerciales par les différents produits qui sont vendus Mama (1999).

### **Commerce de rue**

La rue, élément urbain primordial, espace de circulation et de sociabilité ; à replacer à la plus petite échelle de la ville. La rue, entendue comme espace public, se transforme en espace de vie d'une minorité. Le commerce de rue est le maillon final de la chaîne de distribution. Il se distingue ainsi du commerce en gros par son double activité : achat des produits auprès d'un fournisseur, d'un producteur ou d'un importateur, soit directement ou par intermédiaire d'un grossiste. Revente de la marchandise sous forme ambulante ou sédentaire à l'unité ou par petite quantité à un client. La majorité des produits manufacturés exposés dans les rues sortent des boutiques des espaces marchands officiels.

Le commerce de rue fait partie intégrante du paysage des centres villes africaines, marqués par une dégradation physique et sociale, sont de véritables marchés permanents. La continuité entre les stands, démontés parfois à la nuit tombée,

convertissent les rues en galeries commerciales, qui s'étendent sur un vaste périmètre autour des marchés officiels Stamm (2008). Ces concentrations s'expliquent par la centralité des lieux, les nombreuses activités économiques, sociales et politiques qui y prennent place et les flux importants de personnes qui les traversent, créant ainsi d'excellents emplacements de vente.

Dans cette étude, le commerce de rue sera aussi identifié sous l'appellation de « activités informelles », « commerce informel » ou « secteur non structuré ». Le commerce de rue informel ne constitue donc pas un objet stable et net, mais un objet « flou et fluide » Monnet (2001).

### **Secteur informel**

Le secteur informel peut être défini de plusieurs manières :

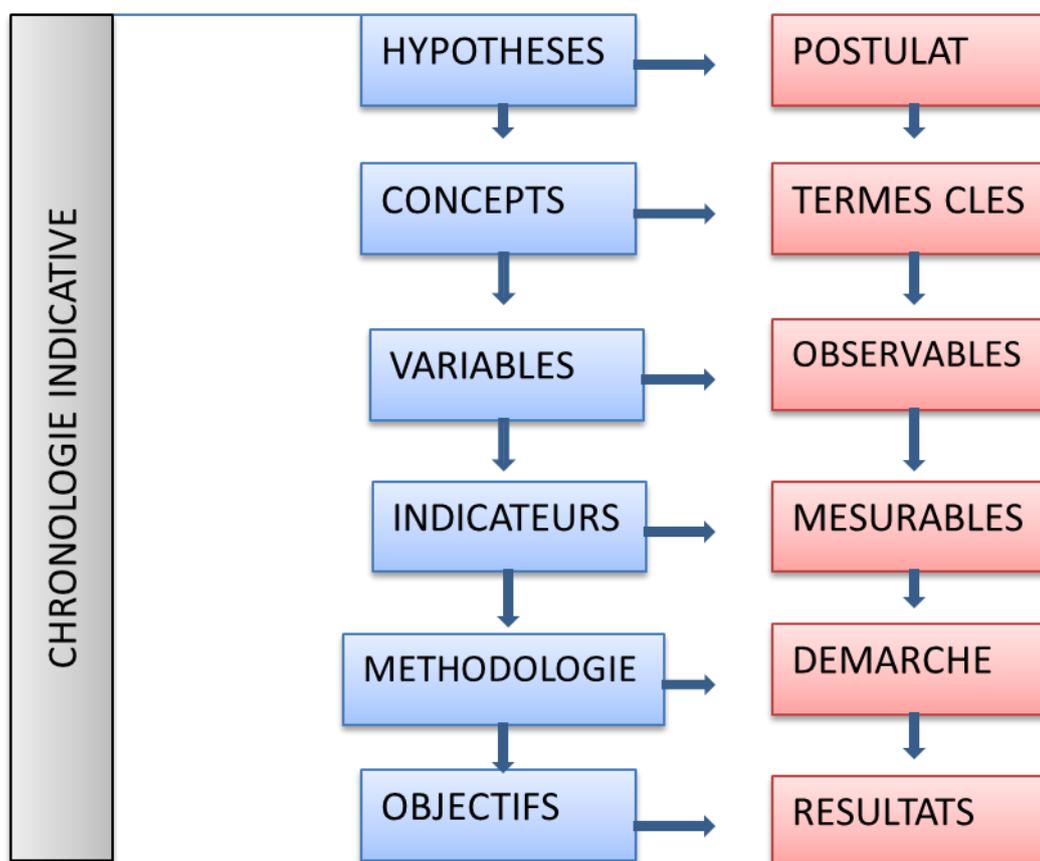
-c'est l'ensemble des mécanismes de production et de commercialisation utilisés en dehors du circuit réglementaire ;

- il est « défini souvent négativement comme non officiel, non structuré, non capitaliste, voire illégal et clandestin. Il recouvre de multiples activités destinées à satisfaire une demande elle-même très diversifiée. Il s'agit aussi bien d'activités artisanales destinées à la population urbaine pauvre (menuiserie, construction, habillement, etc.) que d'activités de services (commerce de micro-détail, transport, réparation, services domestiques et de rue). Ce qui caractérise ces activités, ce sont leur petite échelle, leur faible intensité capitaliste, leur technologie fruste, l'absence d'un salariat permanent ou encore le nonaccès aux institutions modernes de crédit » Jacquemot et Raffin (1993).

Le secteur dit informel renvoie à l'absence d'enregistrement légal et/ou fiscal de ce secteur; ce type a été défini par des économistes pour le différencier des activités qui pouvaient être mesurées et analysées par la statistique officielle. Pour Monnet, (op. cit.) C'est une identification négative, est informel tout ce qui n'est pas enregistré utile pour les experts et le gouvernement pour quantifier l'évasion fiscale, la piraterie, l'absence de protections ou de garanties. Cependant, les collectivités locales, qui sont en charge de l'ordre public, utilisent aussi une définition de la vente selon le statut

juridique de l'espace où elle se réalise ; ils opposent ainsi le commerce sur la voie publique aux transactions qui se déroulent à l'intérieur d'un espace dédié à cet effet. À l'intérieur duquel on trouverait le commerce de rue, informel et ambulants, opposé aux activités commerciales caractérisées par leur formalité et par leur localisation fixe dans un espace privé et intérieur (établissement, magasin ou boutique).

En effet, dans cette étude il faudra distinguer des marchands ambulants formels (comme les crieurs de journaux) qui coexistent avec le commerces informels qui ne se trouvent ni dans la rue ni ambulants, comme les boutiques improvisées à l'intérieur des domiciles. On rencontre également des commerces de rue qui ne sont pas informel, comme les kiosques des entreprises, tandis que l'on trouve aussi du commerce ambulants hors de la rue, par exemple avec les colporteurs dans les trains ou dans les bus, voire dans des établissements. Dans ces conditions, ce que nous appellerons dans la suite de ce texte secteur informel apparaîtra comme une activité à la fois ou concurremment caractérisée par son statut juridico-économique (son informalité), par son lieu d'exercice (sa spatialité) ou par son caractère mobile (sa mobilité).



**Figure 2.** Schéma conceptuel

### 1.2.2. CADRE THEORIQUE

**La théorie de la socialisation selon Durkheim**, opère une distinction entre le processus d'intégration sociale et le processus de régulation sociale. Le premier concerne la façon dont un groupe social attire à lui l'individu, se l'approprie en quelque sorte ; ce processus passe par des interactions fréquentes entre les membres du groupe par l'existence de passions uniformes dans le groupe et, enfin, par la poursuite des buts communs. Le second processus désigne un autre aspect de la socialisation ; car il ne s'agit pas seulement d'intégrer les individus, mais il faut les réguler, harmoniser, les comportements de ces individus (Steiner, 2005).

**La théorie des relations sociales en ville**, nous désignons par relation sociale le comportement de plusieurs individus, par leur contenu significatif, celui des uns se règle sur celui des autres et s'oriente en conséquence. La relation sociale consiste donc essentiellement et exclusivement dans la chance que l'on agisse sans qu'il soit nécessaire de préciser d'abord sur quoi cette chance se fonde (Weber, 1995). La théorie de la relation sociale est basée sur un minimum de relation dans le vécu quotidien des uns et des autres.

Selon Weber : « Le contenu peut être extrêmement divers : lutte, hostilité, amour sexuel, amitié, pitié, échange commercial, « exécution esquivée », ou « rupture » d'un accord, « concurrence » économique, érotique ou autre, communauté féodale, nationale ou de classe » au cas où ces dernières engendrent une « activité sociale » dépassant le simple fait de vivre en commun ».

**La théorie de la fragmentation socio-spatiale** traite plus directement des interactions entre le social et le spatial. Elle s'intéresse aux différences socio-spatiales, à l'organisation socio-économique des territoires fragmentés, aux modifications des modes de vie des habitants et l'impact de ces modifications sur la ville. La fragmentation physique ou spatiale est appliquée à des situations urbaines caractérisées par un aspect éclaté, hétérogène et peu articulé physiquement ou visuellement. La fragmentation renvoie à la question de l'unité et la partition de la ville. Dans les pays du Sud, il s'agit des espaces occupés d'une manière anarchique non

urbanisés et non urbanisables avec un quasi absence d'articulation entre les éclats urbains.

« Un critère de la fragmentation sociale est donc la disparition des espaces publics, leur privatisation, leur remplacement par des espaces marchands, touristiques ou de loisir, parfois dénoncés comme simulacres d'espaces publics» (Navez-Bouchanine, 2002).

### **1.3. LA METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE**

Le présent travail est fondé sur une démarche hypothético-déductive et une approche économique. Cette démarche s'est révélée être la plus adaptée à notre étude. La démarche hypothético-déductive a pour principe de base la formulation des hypothèses, bien entendues principales et spécifiques, c'est -à- dire des réponses anticipées au questionnement au centre de la recherche (figure 2). Ces hypothèses sont par la suite vérifiées. La vérification de celles-ci débouche sur des conclusions les confirmant ou les infirmant.

Il s'agit dans cette partie de décrire l'ensemble des règles, étapes et procédures auxquelles cette recherche a eu recours pour cerner les logiques socio-économiques du phénomène de l'occupation des rues par les petits commerçants à Ngaoundéré. Pour recueillir les informations sur le terrain afin de confirmer, d'infirmer ou de nuancer l'hypothèse de recherche, nous avons opté pour une combinaison de méthodes de recherche en Science Sociale. La complémentarité des méthodes qualitatives (les entretiens approfondis) et quantitative (le questionnaire), nous ont permis de mieux cerner les différents aspects de l'étude pouvant permettre de faire des analyses et des interprétations pertinentes.

#### **1.3.1 METHODES DE COLLECTE DE DONNEES**

##### **1.3.1.1. Les données secondaires**

**Recherche documentaire :** le domaine de cette recherche a déjà fait l'objet de nombreux écrits, de recherches universitaires, de colloques internationaux et nationaux

soldés par des résultats scientifiques, unanimement acceptés et utilisés par l'ensemble des acteurs de développement. En les parcourant, nous avons pu nous faire une idée plus claire des interactions possibles entre les activités informelles et l'occupation des rues à Ngaoundéré. Cette source secondaire de données nous a permis de nous débarrasser des idées préconçues et de bien formuler les hypothèses de recherche et de fixer les objectifs à atteindre.

Elle est menée à l'Université de Ngaoundéré à la bibliothèque centrale, à la bibliothèque de la FALSH, à ACAGER<sup>6</sup>, au centre culturel de la vallée du Logone à Yagoua et au Laboratoire de Géomantique de l'Université de Ngaoundéré.

La lecture des documents couplée à nos recherches sur différents sites Internet nous ont permis de rédiger la revue de la littérature, de constituer la bibliographie et surtout de bien spécifier le thème de recherche. Mais à elle seule, la recherche documentaire est insuffisante et ne permet pas de rendre compte de la réalité du terrain. D'où la nécessité de faire des enquêtes sur le terrain.

#### **1.3.1.2. Les données primaires**

Les travaux de terrain sont l'ensemble des opérations menées sur le terrain (zone d'étude) par lesquelles le chercheur recueille des informations et des données relatives à son étude.

#### **L'exploration de terrain**

Les observations de terrain sont fondamentales dans la recherche géographique. Elles nous ont permis de faire une lecture directe des réalités vécues et des problèmes exposés par la population cible. L'observation a commencée par une visite exploratoire suivie par des visites répétées sur les différents sites en vue de mener des entretiens avec les différents acteurs.

---

<sup>6</sup> Association de Cartographie pour la Gestion des Ressources

**Tableau 3.** Sites enquêtés dans la ville de Ngaoundéré

<b>N0</b>	<b>Site d'enquête</b>	<b>Coordonnées X, Y</b>	<b>individus enquêtés</b>	<b>Arrondissement</b>
01	Marché bantahi	7.3196 13.5950	15	Ngaoundéré I
02	Marché AMAO	7.2973 13.5855	06	Ngaoundéré I
03	Marché bamyanga	7.2934 13.5764	20	Ngaoundéré I
04	Carrefour soméno	7.3072 13.5800	07	Ngaoundéré I
05	hopital regional	7.3114 13.5814	13	Ngaoundéré I
06	Carrefour Texaco	7.3212 13.5830	11	Ngaoundéré I
07	Carrefour tissu	7.3263 13.5827	18	Ngaoundéré II
08	Carrefour marhaba	7.3201 13.5752	21	Ngaoundéré I
09	Carrefour place de l'Indépendance	7.3176 13.5768	10	Ngaoundéré I
10	Carrefour jean congo	7.1939 13.3454	05	Ngaoundéré II
11	Carrefour aladji abbo	7.1943 13.3506	14	Ngaoundéré II

### **1.3.2. OUTILS DE COLLECTE**

Les méthodes utilisées relèvent principalement des techniques d'enquête sociogéographique ; entretiens individuels, questionnaires et guide d'entretien auprès de la population cible.

Les entretiens sont de deux catégories : l'entretien semi-structuré et l'entretien non structuré. L'entretien semi-structuré est utilisé avec les personnes ressources et les autorités dans les trois communes de la région. L'entretien non structuré quant à lui est généralement utilisée lors des entretiens avec des personnes jugées capables d'apporter des contributions aux enquêtes et qui ne font pas forcément partie de l'échantillon.

Elle donne également l'opportunité d'évaluer auprès des vendeurs leurs connaissances, attitudes et pratiques sur les espaces publics et leurs conditions socio-économiques et sécuritaires.

L'outil de collecte de données quantitatives en sciences sociales est le questionnaire. «il consiste à poser à un ensemble de répondants, le plus souvent représentatif d'une population, une série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leurs opinions [...] ou encore sur tout autre point qui intéresse les chercheurs » (Quivy, R. et *al.* 1995 ).

L'administration du questionnaire a commencé à partir du mois de juillet jusqu'en Novembre 2017. Pour avoir des données quantifiables sur les activités des acteurs et l'occupation des rues par le commerce dans la ville de Ngaoundéré, nous avons procédé à l'administration directe du questionnaire à la population cible afin de vérifier les hypothèses théoriques émises et d'examiner des corrélations qu'elles suggèrent.

**Le questionnaire** porte sur l'ensemble des activités menées par le commerçant de rue objet de notre recherche. Il est conçu de manière à collecter des données qualitatives et quantitatives, nous avons choisi de manière spontanée 135 individus dans la ville dans deux des trois (03) communes qui composent la communauté urbaine de Ngaoundéré. Le questionnaire comporte des questions fermées et ouvertes et est structuré en cinq (05) rubriques suivant une progression logique de manière à lever le doute dans l'esprit de l'enquêté au niveau des espaces informels ou une enquête est a priori perçue comme le prélude à un éventuel déguerpissement.

La première rubrique identifie clairement l'enquêté, la seconde présente son profil, la troisième rubrique présente les types et les catégories d'activité menés par l'enquêté, la quatrième rubrique traite du fonctionnement des activités et la dernière rubrique montre les enjeux et les opportunités socioéconomiques de l'activité du commerçant (tableau 4). Les données collectées sont de natures à la fois quantitatives et qualitatives.

**Tableau 4.** Structure du questionnaire

<b>NO de la rubrique</b>	<b>Titre de la rubrique</b>	<b>Nombre de questions</b>
Rubrique 1	indentification de l'enquêté	06
Rubrique 2	profil de l'enquêté	04
Rubrique 3	type et catégorie d'activité	06
Rubrique 4	fonctionnement des activités	06
Rubrique 5	enjeux et impact socio-économiques du commerce	04

**Entretien individuel :** Les limites du questionnaire et le caractère suggéré de certaines réponses nous ont conduit à opter pour une méthode laissant une marge de manœuvre à certains de nos enquêtés dans leurs réponses. Cette technique n'est pas utilisée à tout l'échantillon retenu mais seulement à des spécialistes et à des personnes sources d'information.

### **1.3.3. ANALYSE DES DONNEES ET POPULATION CIBLE**

#### **1.3.3.1. Traitement des données**

Pour l'aboutissement d'une étude géographique, un certain nombre d'outils et de techniques sont nécessaires. Pour ce faire, un minimum de maîtrise de certains logiciels de cartographie pour la réalisation des cartes, de l'outil informatique est également important. Disposant ainsi d'un minimum de pré requis dans ce sens, le rassemblement des outils est nécessaire. Il s'agit des logiciels tels qu'Adobe Illustrator, QGIS. Compte tenu du fait qu'il est nécessaire dans cette étude de faire apparaître les informations sur les cartes, l'usage d'une application GPS <sup>7</sup> est important. Nous avons également utilisé un appareil photo pour la prise d'images, et un ordinateur pour la saisie des données. Tous ces outils nous ont permis de transformer les informations recueillies en donnée géographique.

L'analyse des données se définit comme un ensemble d'opérations réalisées dans l'exploitation des informations recueillies sur le terrain. Pour ce faire, les informations obtenues sont traitées et analysées à l'aide des logiciels SPSS 16.0 (Statistical Package for Social Sciences), et MS EXCEL. Des statistiques descriptives et de tableaux croisés sont utilisés pour l'analyse des données. L'utilisation de la base de données de la communauté urbaine et une base de données bibliographique sous ZOTERO<sup>8</sup> est un impératif.

#### **1.3.3.2. Population cible**

La population enquêtée ici renvoie à la population concernée par cette étude notamment les acteurs intervenant dans la dynamique du commerce informel en

---

<sup>7</sup> Global positioning system, le GPS utilisé dans cette recherche est une application GPS MAP pour ANDROID

<sup>8</sup> Logiciel de gestion de la bibliographie

l'occurrence tous les membres âgés de 10 ans et plus. Nous estimons que c'est cette tranche d'âge de la population qui est susceptible de disposer d'expériences suffisantes et d'être à mesure de formuler des informations pertinentes. Il s'agit aussi pour nous de présenter la taille de l'échantillon et les techniques d'échantillonnage.

### **Echantillonnage**

Notre échantillonnage s'est fait à deux niveaux : dans un premier temps, nous avons fait un échantillonnage par rapport aux acteurs exerçant leur activité en journée et dans un deuxième temps nous avons tiré un échantillon chez des acteurs exerçant leur activité aussi dans la nuit. Le premier niveau de l'échantillonnage qui a abouti au choix des sites échantillons, est basé sur l'importance du phénomène du commerce de rues et la proximité des activités par rapport aux marchés officiels de la ville. Dans chaque groupe nous avons décidé d'enquêter un certain nombre de vendeurs. Nous avons opté ici pour un tirage aléatoire simple. Pour pouvoir enquêter, nous avons d'abord défini la taille de notre échantillon qui a été choisie au sein de la population. La détermination de la taille de notre échantillon s'est faite de manière spontanée ou nous avons retenu 135 individus au total dans la population cible reparti en fonction du type de produits vendu (tableau 5). En plus des acteurs enquêtés, nous nous sommes entretenus avec trois grossistes<sup>9</sup> dans chaque site, Ceux-ci sont considérés comme les principaux acteurs dans les marchés officiels de la ville car ce sont eux qui livrent les produits aux petits détaillants.

**Tableau 5. Repartition des enquêtés par type de produits**

<b>Effectifs des acteurs</b>	<b>Types de produits identifiés</b>
22	habillement
20	commerce général
13	équipement maison
16	hygiène et beauté
24	agro-alimentaire
21	quincaillerie
14	pharmaceutique

<sup>9</sup> Les grands fournisseurs installés dans les magasins officiels de la ville

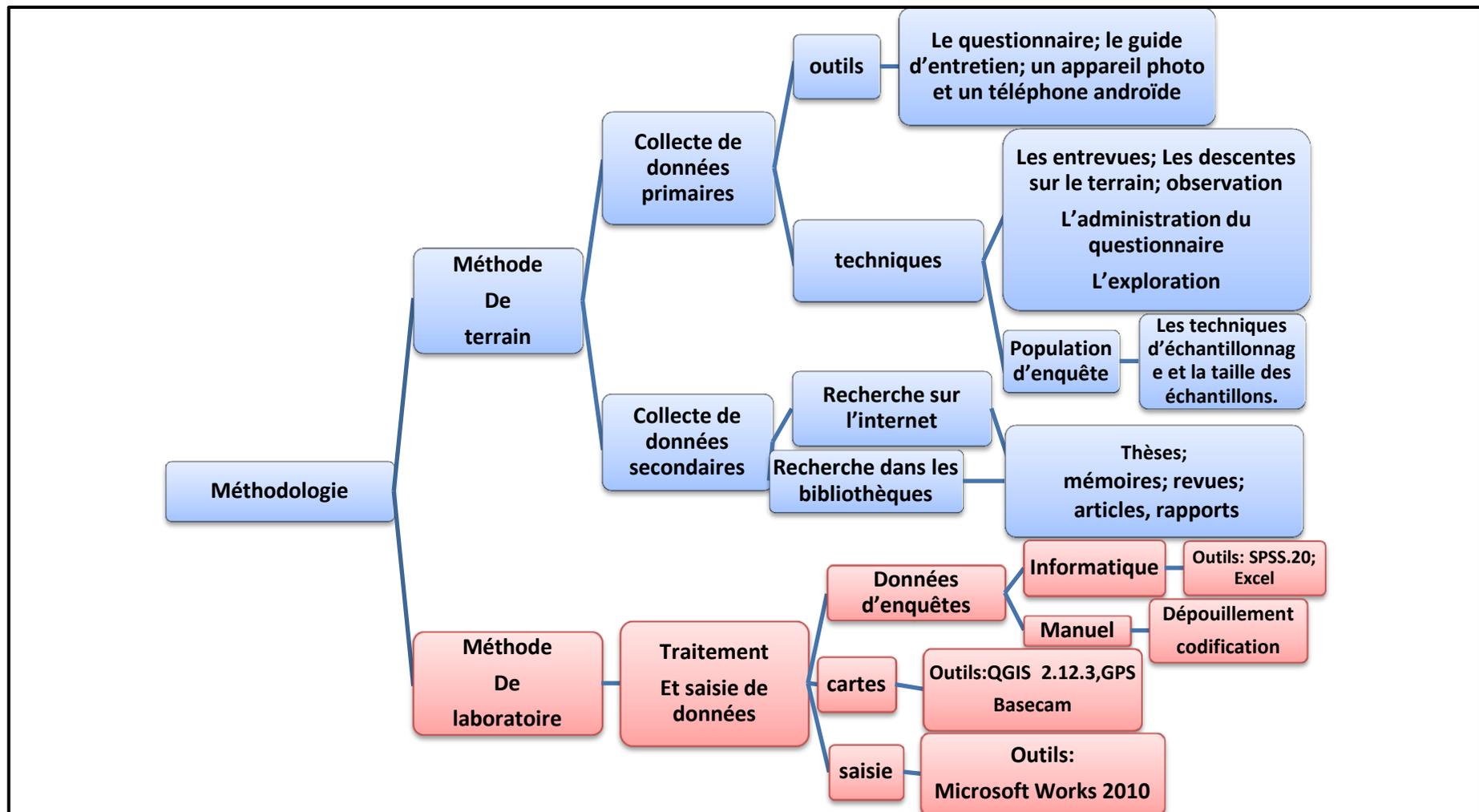


Figure 3. Schéma méthodologique

## **1.4. VARIABLES ET INDICATEURS**

### **1.4.1. VARIABLES**

Une variable est une notion plus ou moins abstraite. Elle découle de la question de départ et des hypothèses de recherche émises (figure 2). On distingue généralement deux types de variables : une dépendante qui constitue le phénomène à expliquer et d'autres indépendantes qu'on peut mesurer et donc déterminer l'influence sur la variable dépendante.

#### **Variable dépendante**

Il s'agit de l'occupation des rues par les commerçants à Ngaoundéré.

#### **Variables indépendantes**

Cette recherche s'appuie sur quelques éléments pour rendre compte de la variable dépendante qu'est l'occupation des trottoirs transformés en espace d'activité commerciale.

- Le profil des acteurs

Cette variable est importante pour la compréhension de la problématique de cette recherche. Les acteurs sont répartis en deux grands groupes : des sous-traitants qui vendent les articles des boutiquiers installés dans l'espace marchand officiel et les détaillants qui, tôt le matin, achètent leur marchandise auprès des grossistes déballeurs et les revendent dans la journée à la criée. En fonction de la mobilité, on distingue les commerçants sédentaires ou fixes (Déballeurs de la friperie), et les commerçants mobiles ou ambulants (Call Boxeurs, Quincaillers ambulants, Vendeurs du matériel électronique des produits vivriers et de restauration).

- Stratégie de vente adoptée

L'exposition au sol ou en mains, de leurs produits dans la rue leur donne une certaine visibilité. Dans les espaces de commerce de rue, il leur faut rester très éveillé non seulement pour attirer les clients mais aussi est surtout pour se sauver à temps, si

possible avec leurs marchandises, dès que la police municipale est annoncée. Interroger les commerçants de rue n'est pas facile comme le souligne Tchotsoua (op. cit.) Il s'agit des acteurs souvent assez précaires, peu bavards aux premiers contacts, et ayant peu de temps à consacrer au chercheur qui vient les déranger sur leur lieu de travail.

- Type et nature de produit

La variété des activités exercées sur les trottoirs est très importante. Du simple occupant temporaire aux occupants permanents c'est-à-dire ceux qui y ont érigé des kiosques, la variation est énorme. Les types de produits dominants varient en fonction des évènements pour les produits manufacturés et des saisons pour les produits vivriers. En période de fêtes de fin d'année par exemple, ces rues sont bondées des jouets qui sont remplacés par les fournitures scolaires en période de rentrée scolaires. En période des mangues ou des oranges, ce sont ces produits, qui encombrant les rues

#### **1.4.2. INDICATEURS**

Les variables étant abstraites et donc difficiles à appréhender ou à cerner, certains indicateurs sont retenus pour rendre compte des variables. C'est en ce sens que l'on définit l'indicateur comme ce qui indique, permet de reconnaître une variable, une notion abstraite. Se sont des manifestations objectivement repérables et mesurables des dimensions du concept

Trois (03) indicateurs ont été retenus pour mesurer le phénomène de l'occupation des trottoirs par les activités informelles dans la ville de Ngaoundéré (tableau 3).

- Situation socioéconomique
- Revenu des acteurs
- Recouvrement communal

## **CONCLUSION**

Ngaoundéré de par ses caractéristiques physiques, est un milieu marqué par un relief de plateau dans l'ensemble, avec un climat relativement humide mais avec des déficits importants de précipitations en saison sèche. Constitué essentiellement savane soudano-guinéenne, c'est aussi un milieu occupé et exploité par l'homme. L'ensemble des outils des démarches présentés tout au long de cette partie forme un large éventail d'actions, à la portée des municipalités de toutes les tailles, qui doivent relever différents défis liés à la gestion du commerce informel et le développement local. Ces outils permettent de mieux planifier et gérer l'activité commerciale sur le territoire, d'accroître son rôle moteur dans l'économie locale et de l'orienter vers une intégration totale au développement global de la municipalité.

# **CHAPITRE 2. ETAT DE LIEU ET ACTEURS DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE**

## **INTRODUCTION**

Le secteur informel se présente dans la plupart des cas comme «demande sociale que l'offre formelle ne parvient pas à satisfaire. Toutefois, en dépit de cette importance, les conditions d'activité restent très précaires. Cette importance de l'informel, et singulièrement du commerce de rue dans l'économie urbaine renvoie certes à un schéma assez classique dans la plupart des villes africaines, plus ou moins marquées par des situations de crises économiques, sociales et parfois politiques que l'on pourrait considérer, le temps passant, comme étant plus structurelles que conjoncturelles. Le présent chapitre fait état de lieux du commerce de rue à Ngaoundéré et présente les différents acteurs qui interviennent dans ce domaine. Ce chapitre permet de dégager la contribution de la recherche géographique dans l'étude du milieu économique de l'espace urbain à travers les résultats des observations géographiques de terrain et des enquêtes auprès des populations cibles.

### **2.1. PRESENTATION DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE**

#### **2.1.1. ETAT ET NATURE DES PRODUITS DANS LE COMMERCE DE RUE**

Avant de présenter les raisons du choix de l'activité, considérons tout d'abord l'état du commerce de rue. En Afrique, la majorité des marchés ont cette particularité qu'ils sont de création spontanée, rendant ainsi difficile la détermination exacte de leur date de création. Il est ainsi, parce que les échanges commerciaux qui sont généralement à la base de la création d'un marché sont très rarement l'objet d'une décision administrative préalable.

Le commerce général à Ngaoundéré est confronté à d'énormes difficultés tant sur le plan physique que sur celui des activités notamment :

L'exiguïté des marchés officiels entraînant ainsi des débordements sur les rues avoisinantes occasionnant la paralysie du centre et l'embouteillage sur les voies publiques.

L'insuffisance des places et les mauvaises conditions d'accessibilité. Tous ces facteurs sont autant des raisons qui poussent les entrepreneurs informels à s'installer sur les voies (Photographie 1).



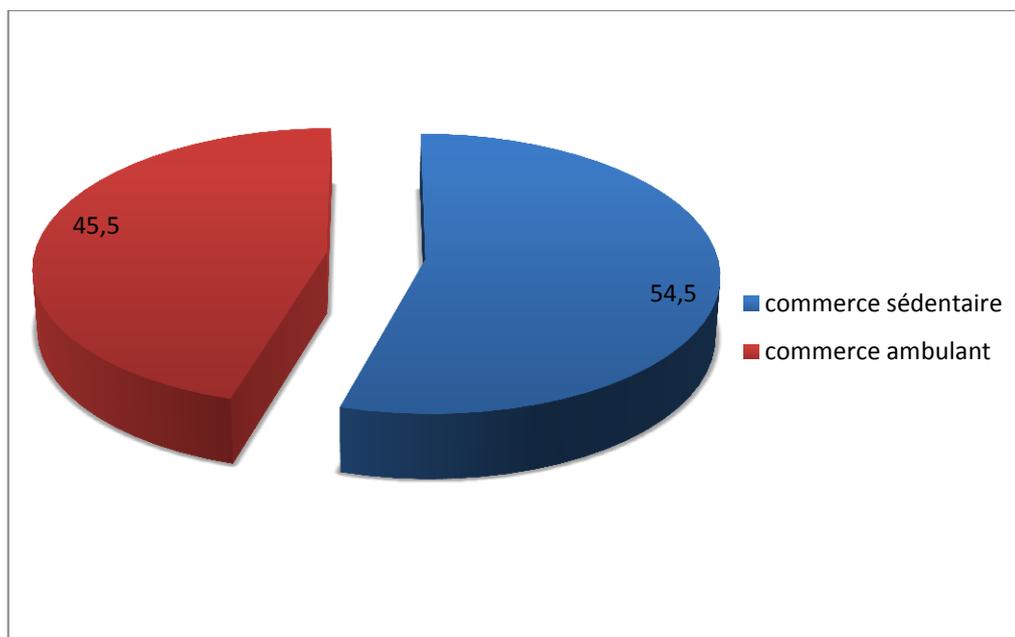
X : 7.3263 Y : 13.5827 cliché : kansendi 22/08/2017

**Photographie 1.** Le commerce de rue au petit marché de Ngaoundéré

*Cette image est prise à l'étage du bâtiment B au petit marché de Ngaoundéré elle donne une vue oblique du carrefour tissu ou est organisé un marché sur les trottoirs. Cette image illustre la stratégie des vendeurs ambulants et sédentaires.*

On reconnaît les activités du commerce de rue par les différents produits qui y sont vendus. En raison de leur diversité et du fait qu'un seul vendeur peut proposer une gamme variée de produits, on procédera à une catégorisation pouvant permettre de déterminer ou de comprendre le type du commerce de rue. Ainsi de façon générale, le

commerce de rue est classé en deux types d'activités : le commerce sédentaire (54,5), le commerce ambulancier (45,5) (figure 4).



Source : données de l'enquête 2017

**Figure 4.** Type de commerce de rue à Ngaoundéré

Selon la nature des produits vendue, on peut les regrouper en huit classes : l'habillement, le commerce général, équipement maison, hygiène et beauté, agro-alimentaire, quincaillerie, restauration et la pharmaceutique. Remarquons que, seuls les périodes déterminent véritablement le type de produit dominant sur le marché (tableau 7).

**Tableau 6.** Types et catégories de produits dans le commerce de rue à Ngaoundéré

Types de produits	Effectifs des acteurs	%
habillement	22	16.92
commerce général	20	15.38
équipement maison	13	10
hygiène et beauté	16	12.30
agro-alimentaire	24	18.46
quincaillerie	21	16.15
pharmaceutique	14	10.76

Source : données de l'enquête 2017

## **2.1.2. ETAT DES ACTIVITES COMMERCIALES A NGAOUNDERE**

La ville de Ngaoundéré regorge en son sein diverses activités économiques, dont les plus importantes sont : l'élevage du bétail, l'agriculture, le transport et le commerce général.

### **2.1.2.1. Les produits de l'agriculture**

Beaucoup de citoyens dans la ville de Ngaoundéré se livrent à l'agriculture périurbaine et rurale, autour de leur maison, dans les quartiers périphériques où la densité des constructions est encore faible. Le paysage des quartiers périphériques est ainsi constitué d'une étroite imbrication entre les constructions et les champs vivriers. L'agriculture pratiquée dans les espaces périurbains est de type extensif.

Les principales cultures répertoriées sont le maïs, le manioc, l'arachide, la patate, l'igname, le haricot, les pommes de terre, et les cultures maraichères (photographie 2). Les zones cultivées se trouvent aux abords des cours d'eau, notamment dans les bas-fonds. Les produits de ces activités agricoles se retrouvent exposés dans le commerce de rue (photographie 3).



X : 7. 2420 ; Y : 13. 3329 ; Z Cliché : Téssoubo 22/06/2016

**Photographie 2.** Champ des vivres à Ngaoundéré

-à l'arrière-plan une végétation et une maison ;

-au plan médian un homme qui sillonne une parcelle de tomates sans tuteurs ;

-au premier plan une parcelle de tomates avec tuteurs et de zoum.

Sur cette photographie nous observons qu'au niveau de chaque pied de tomate un pied de zoum et ceci est stratégique. Les zoums sont encore jeunes ils sont repiqués au début de la saison de pluies pour remplacer les tomates cultivés pendant la saison sèche. L'abondance des pluies limite un peu la production normale des tomates, mais les zoums jouent le rôle de protecteurs contre les effets des gouttes de pluies et du vent.



X : 7.3263 Y : 13.5827 cliché : kansendi 22/07/2017

**Photographie 3.** Dispositif de vente dans le commerce de rue

*Cette photographie est prise à coté du petit marché plus précisément au carrefour Alhadji-Abbo, elle présente la nature des produits vendus dans le commerce de rue à proximité d'un marché officiel.*

### **2.1.2.2. Les produits de l'élevage**

En Afrique sahélienne et soudanienne, l'élevage bovin est une activité assez largement répandue, dans l'Adamaoua, La plupart des Peul accordent une priorité à l'élevage, on peut supposer que leur domination a favorisé cette activité Boutrais (2003). Les populations des zones urbaine et périurbaine de Ngaoundéré pratiquent trois types d'élevage. Il s'agit d'une part de l'élevage des mammifères ; notamment des bovins, des ovins, des caprins, des équins des rongeurs et des porcins, d'autre part, l'élevage de la volaille et enfin de l'apiculture. L'élevage bovin comme celle des autres espèces de mammifères est essentiellement destinée à la production de la viande vendue dans les différents marchés de la ville de Ngaoundéré.

### **2.1.2.3. Les usagers du commerce de rue**

Les usagers du commerce de rue sont constitués des vendeurs et des acheteurs qui fréquente ces espaces. Bien que majoritairement camerounaise, la population présente dans le commerce de rue est d'origine diverse. On y rencontre aussi des commerçants de nationalités étrangères.

Parlant justement d'acheteur, il faut dire qu'on n'y rencontre exclusivement que de petits et moyens acheteurs. Les acheteurs en gros y sont pratiquement absents. Ceci est d'autant facile à comprendre qu'il n'existe pas dans le commerce de rue de vendeur en gros. Tout comme les vendeurs, les acheteurs sont d'origines diverses.

Le commerce de rue n'est donc pas exclusivement caractérisé par la situation du vendeur, mais aussi par celle du client, qui achète voire consomme dans un espace de circulation, au cours de ses déplacements. Les espaces dédiés aux transactions commerciales ont connu plusieurs bouleversements au cours des trois derniers siècles. Jusqu'au XVIIIe siècle, les formes dominantes du commerce urbain étaient le marché de plein air ou la foire, d'une part, et les boutiques où les artisans encadrés par des corporations exposaient et vendaient leur production (Abrams et al, 1 980). On trouve partout ailleurs une foule de vendeurs de rue, ainsi que de petites échoppes spécialisées dans le commerce de détail dans les carrefours ou le long des voies.

L'essentiel des transactions se déroulent alors à l'air libre, il n'y a plus de démarcation précise entre espace privé, espace public et espace commercial.

#### **2.1.2.4. La visibilité du commerce de rue**

Cette nécessité se traduit par des choix de localisation particuliers (quartiers déjà fréquentés, carrefours, gares routières, stations de taxis collectifs, abords des emplacements des marchés officiels...) qui sont souvent corrélés à des types de circulations (le commerce cherche à se rapprocher du mouvement des citadins), que par des choix dans la manière de vendre, en particulier pour le commerce ambulante (le commerce se met en mouvement pour capter le client). Les deux nécessités font de ces espaces de commerce de rue des espaces de laisser-aller, empreint de tromperie, de corruption, de vols, de criminalité et surtout de formation pour la vie qui n'est jamais un cours tranquille pour celui qui veut émerger.



Cliché : kansendi 22/02/2018

#### **Planche Photographique 1. La visibilité du commerce de rue**

Connectées à des réseaux multiples, les activités commerciales de rue ont besoin de cette fonction circulatoire qu'elles utilisent, alors que la fluidité des trafics est une des conditions de l'accessibilité de leur commerce et donc de la rentabilité de leur investissement, ces activités sont souvent présentées, et apparaissent parfois, comme étant dans les rues une des principales sources d'encombrement. Si les entrepreneurs commerciaux informels choisissent les rues comme territoire entrepreneurial, qu'ils y restent ou qu'ils y reviennent malgré toutes les difficultés et tracasseries, c'est bien parce qu'elles sont particulièrement rentables

## **2.2. ACTEURS CLES DU COMMERCE DE RUE**

### **2.2.1. LES ACTEURS DU COMMERCE DE RUE**

Au-delà des protagonistes que sont les vendeurs de rue et la communauté urbaine de Ngaoundéré, de nombreux acteurs interviennent dans la construction et l'expression du commerce de rue. Il s'agit notamment, des commerçants enregistrés, de la communauté urbaine de Ngaoundéré, de la commune d'arrondissement de Ngaoundéré 1 et 2, de la police, des autorités administratives locales notamment le préfet et les sous-préfets. Ces acteurs, outre les contradictions qu'ils charrient, constituent difficilement des ensembles homogènes.

En réalité, le commerce de rue s'étend largement au-delà des anciens lieux de commerce, gagnant l'ensemble des rues adjacentes de de la ville de Ngaoundéré, au point de transformer le paysage urbain. Ici peut-être plus qu'ailleurs, routes et rues donnent à voir la société les différentes communautés ou catégories d'acteurs mais également les individus qui composent et façonnent la ville.

#### **2.2.2.1. Les commerçants de rue**

Les commerçants de rue sont des individus qui vendent à la sauvette, en occupant notamment les voies publiques et présentant une bonne condition physique, indispensable pour faire face par la fuite, aux agents chargés de les déguerpir de la voie publique. Ils évoluent dans des conditions de travail très précaires ; la majorité dispose des tables en bois ou des moceaux de bache qui leur servent de nattes pour écouler leurs

marchandises. Ils sont en majorité exposés au soleil. Cette situation pas très reluisante renforce les convictions des marchands qui ont d'abord pour souci première la « survie ».

### **2.2.2.2. La communauté urbaine de ngaoundere**

La CUN est en charge de l'aménagement du marché et de son administration (au plan fiscal notamment). Elle est responsable de la construction des infrastructures, entre les hangars et les boutiques, et de leur attribution. Son rôle s'étend également à la collecte de certaines taxes et quittances, allant au-delà de la seule location des espaces commerciaux. Elle s'occupe en outre du respect de la loi en matière d'occupation de l'espace notamment, de la non-occupation des voies publiques afin de limiter les embouteillages.

### **2.2.2.3. La police**

La police intervient dans le cadre de la préservation de la sécurité dans le marché. Les agents de la police sont très souvent associés à la CUN dans la mesure où, elle l'accompagne dans le cadre des actions de déguerpissement des vendeurs qui occupent les espaces non appropriés à la pratique du commerce.

### **2.2.2.4. Les autres commerçants agréés du marché**

La masse constituée des commerçants agréés fait référence aux autres acteurs exerçant une activité commerciale dans les marchés officiels, en se conformant aux dispositions réglementaires en la matière. Ils considèrent a priori les vendeurs de rue comme des concurrents déloyaux dans la mesure où ces derniers vendent très souvent les mêmes produits qu'eux à des prix très bas puisqu'ils ne sont pas soumis aux contraintes formelles telles que le paiement des taxes notamment.

### **2.2.2.5. Les communes d'arrondissement de ngaoundere 1 et 2**

La Commune d'Arrondissement de Ngaoundéré 1<sup>er</sup> a été créée par Décret présidentiel N° 2007/115 du 23 avril 2007 suite à l'éclatement de l'ancienne commune rurale de Ngaoundéré. Mais son histoire est intimement liée à celle de la ville de Ngaoundéré qui a été érigée en Arrondissement entre 1910 et 1918 par Arrêté du 24 Décembre 1935, puis élevé en Chef-lieu de Département en 1972 par Décret n° 72/349 du 22 Juillet 1972 et par Décret N° 83/392 du 22 Août 1983 (PCD Ngaoundéré 1).

Au départ, la ville s'appelait Ndelbé. Elle appartenait aux Mboum, autochtones de la ville. À l'arrivée des foubé suite au djihad initié par Modibbo Adama qui reçut l'étendard de sa mission des mains de Ousman bi Fodoué (en Haoussa, Usman dan Fodio) alors empereur de l'Empire peul de Sokoto (Nord Nigeria), le premier Lamido de la ville, Ardo Djobdi fut intronisé tout au début des années 1800. La ville fut rebaptisée Ngaoundéré ce qui en Mboum signifie littéralement « Montagne au Nombril ».

La Commune de Ngaoundéré 2ème a été officiellement créée le 24 avril 2007 par le décret présidentiel n° 2007/117 qui consacrait l'éclatement de l'ancienne Commune urbaine de Ngaoundéré et l'ancienne Commune Rurale de Ngaoundéré en 03 nouvelles Communes d'arrondissement. Son ressort territorial couvre l'ensemble de l'Arrondissement du même nom. Elle doit sa croissance et ses activités économiques à la gare ferroviaire et à la localisation des deux principaux marchés dans son territoire.

Les CAN 1 et 2 ont été créées suite à l'action de l'institution communale dans la gouvernance du marché, à la collecte de taxes spécifiques auprès des commerçants. Les communes disposent des services techniques qui interviennent et donnent un avis sur l'opportunité ou non d'installer une ou des activités sur une parcelle d'espace public.

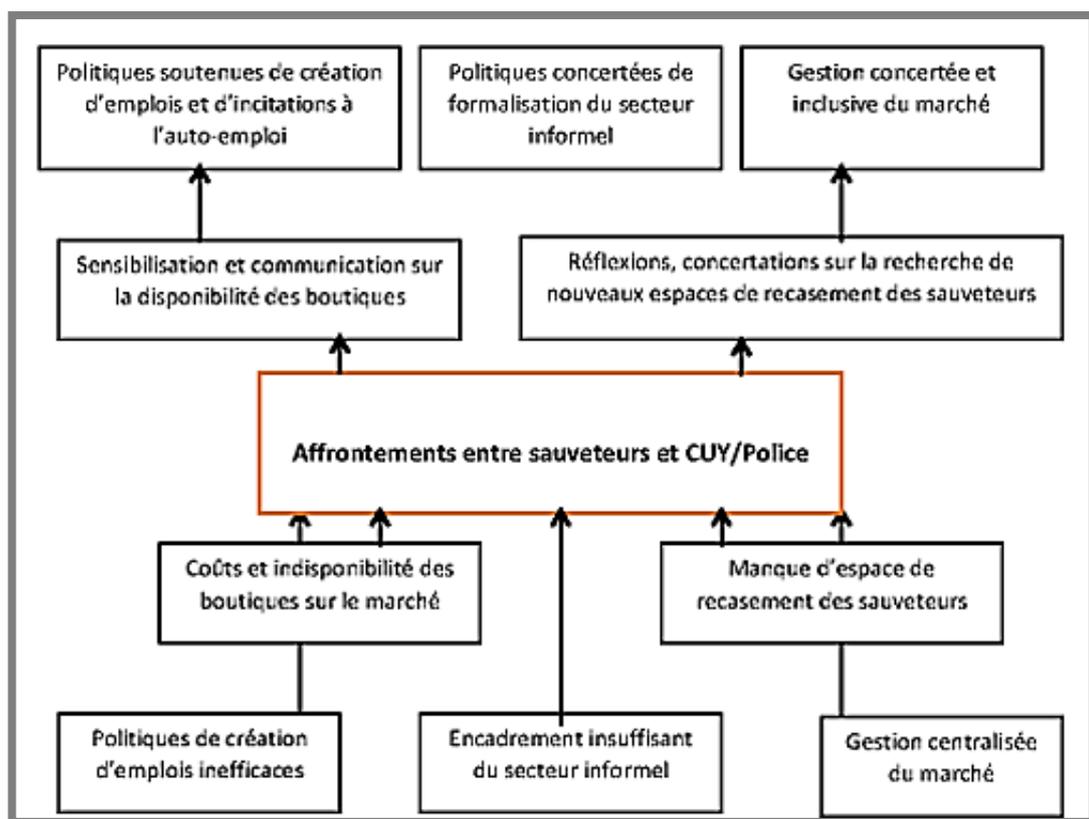
#### **2.2.2.6. Les autorités administratives (Préfet et sous-préfets)**

Les autorités administratives notamment le Préfet de la Vina et les Sous-préfets de l'arrondissement de Ngaoundéré 1 et 2 sont, au niveau local, les représentants du pouvoir étatique et sont, de ce fait, les garants de la paix sociale à cette échelle.

### **2.2.2. NATURE DES RELATIONS ENTRE LES DIFFERENTS ACTEURS**

La nature des relations qui lient les différents acteurs intervenant dans le commerce de rue peuvent être de trois ordres: d'opposition, collaborative et indéterminée.

Bien que se structurant autour de l'occupation par les vendeurs l'emplacement jugé inappropriés par la communauté urbaine. La Figure 5 est un outil qui permet d'analyser les causes immédiates et celles dites profondes des relations. Ces causes profondes constituent les leviers sur lesquels agir pour transformer la contribution du commerce de rue au développement. L'outil s'appuie donc sur un travail analytique. Il s'agit d'opposer aux causes profondes déjà identifiées des options de réponses. Les résultats sont représentés dans le schéma ci-après.



Source : ERCCUYS 2012

**Figure 5.** Analyse du processus commercial

Les options de réponses identifiées sont adaptées aux natures de relation. Elles se caractérisent également par leur caractère tout aussi politique et organisationnel. Les réponses possibles concernent l'élaboration de politiques mieux ciblées afin de créer des emplois ou de susciter leur création, des actions plus concertées d'encadrement du commerce de rues et de nouvelles formes plus concertées, plus inclusives de gestion des espaces marchands dans la ville. Une plus grande

communication sur l'offre des boutiques dans le marché devrait, en outre, être faite afin de fournir une information fiable aux vendeurs de rues et autres commerçants.

L'outil PIN <sup>10</sup> (Tableau 8) est un modèle d'analyse reposant sur l'identification des positions, des intérêts et des besoins des acteurs. L'analyse de ces éléments caractéristiques de la posture des acteurs, permet de comprendre le processus réels d'une situation et d'en dégager les pistes possibles en vue d'une réglementation équitable. L'application de l'outil à notre cas, a porté essentiellement sur quatre acteurs : les commerçants de rue, la CUN, les autres commerçants agréés de Ngaoundéré et les CAN. L'analyse de leurs positions, intérêts et besoins sont résumées dans le tableau suivant.

---

<sup>10</sup> Position intérêt

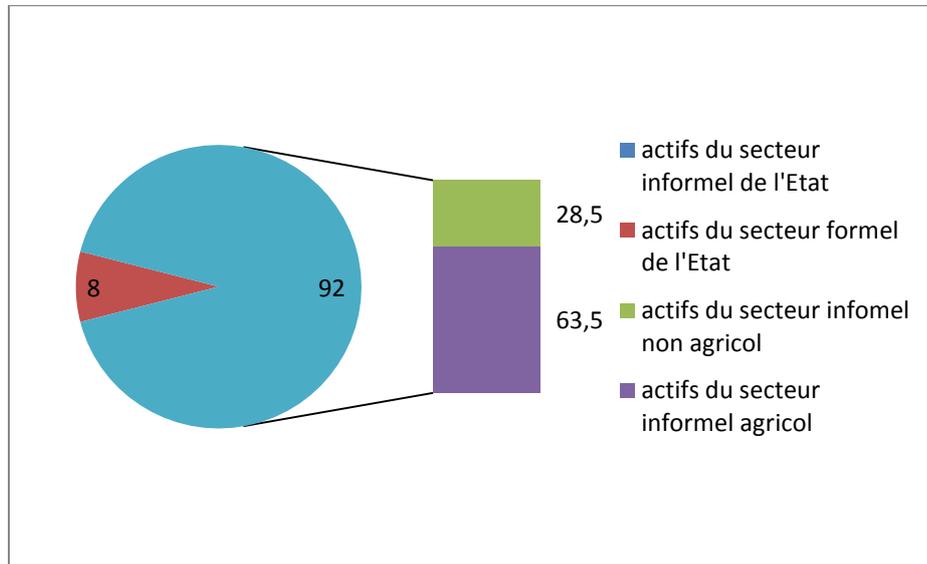
**Tableau 7.** Intérêts et besoins des principaux acteurs

<b>Acteurs</b>	<b>Position</b>	<b>Intérêts</b>	<b>Besoins</b>
Les commerçants de rues	Reconnaissance de leur statut de commerçant. Besoin d'exercer une activité commerciale reconnue.	Vente et écoulement de leurs produits.	Espaces afin d'écouler leurs produits.
La CUN	Coordination, gestion du marché.	Faire respecter les dispositions réglementaires d'occupation des espaces	Tirer des ressources de l'exploitation du marché.
Les autres commerçants	Opposition aux vendeurs jugés ne pas avoir les mêmes charges. Solidarité passive vis-à-vis des vendeurs.	Vente normale de leurs produits sans subir la concurrence jugée déloyale des sauveteurs.	Règles concurrentielles équitables.
Les CAN 1 et 2	Collecte des taxes communales auprès des commerçants.	Mobilisation des ressources via les taxes communales perçues	Accroître leur assiette fiscale sur le marché.

### **2.2.3. CHOIX D'UNE ACTIVITE COMMERCIALE**

La crise économique des années 1985, a stoppé les programmes ambitieux de développement du Cameroun, et asphyxier le secteur privé naissant. On va assister à un gel des recrutements à la fonction publique et à des licenciements massifs : entre 1984 et 1991, le secteur privé a licencié 21% de son personnel, et de 1989 à 1997 l'administration publique a réduit son personnel de 60000 fonctionnaires (Njike Njikam, et *al*, 2005). Ces mesures ont été accompagnées de la mise sur pied des Plans d'Ajustement Structurel (PAS) dont les mauvais résultats ont conduit en janvier et novembre 1993 à une double contraction salariale avec des taux atteignant au total 65% (*ibid*). Cette récession économique qui s'est répercutée sur l'emploi par des licenciements massifs et des réductions considérables des salaires, a eu comme

conséquence un enlèvement des populations dans la pauvreté, avec l'émergence d'un secteur non structuré: le commerce informel.

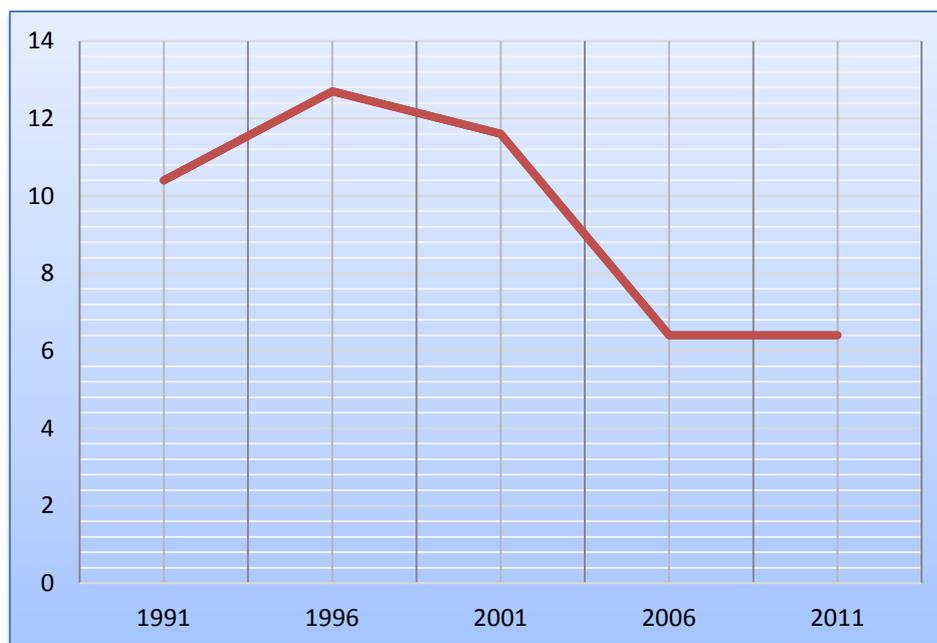


Source : INS 2011

**Figure 6.** Composition de l'économie informelle au Cameroun

La dévaluation du Fcfa en janvier 1994 a stimulé à partir de 1995 une apparente reprise économique. Celle-ci a eu comme effet la stabilisation des effectifs dans les secteurs publics et privés, sans pour autant permettre la création de nouveaux emplois. Toutefois, une légère baisse du chômage de 0,6 points (1996 à 2001) est à noter, bien que les taux restent élevés. C'est en milieu urbain que le chômage est plus incident. La ville de Ngaoundéré regroupait en 2001, 16,2% des chômeurs, ce pourcentage est en augmentation et a atteint 21,5% en 2007. Par contre, la figure 7, présente l'évolution du taux de chômage au niveau national entre 1991 et 2011. Selon celle-ci on peut noter une légère régression du chômage à partir de 2010. Bien que les perspectives pour 2020 sont à la baisse et à la stabilisation du taux de chômage à 7% (DSCE<sup>11</sup> 2009). Cette légère baisse du taux du chômage des jeunes se traduit par le caractère entreprenant des jeunes dans des activités divers notamment le commerce.

<sup>11</sup> Document de la stratégie pour la croissance et l'emploi



Source : BUCREP 2011

**Figure 7.** Evolution du chômage au niveau national de 1991 à 2011

En plus du chômage, les principales raisons du choix de l'activité économique évoquées par les enquêtés sont le désir d'être indépendant (25,0%), la quête d'un meilleur revenu (22,4%), la contrainte liée à la disponibilité d'un capital suffisant pour entreprendre une autre chose (23,7%).

### 2.3. COMMERCE DE RUE ET L'ADMINISTRATION

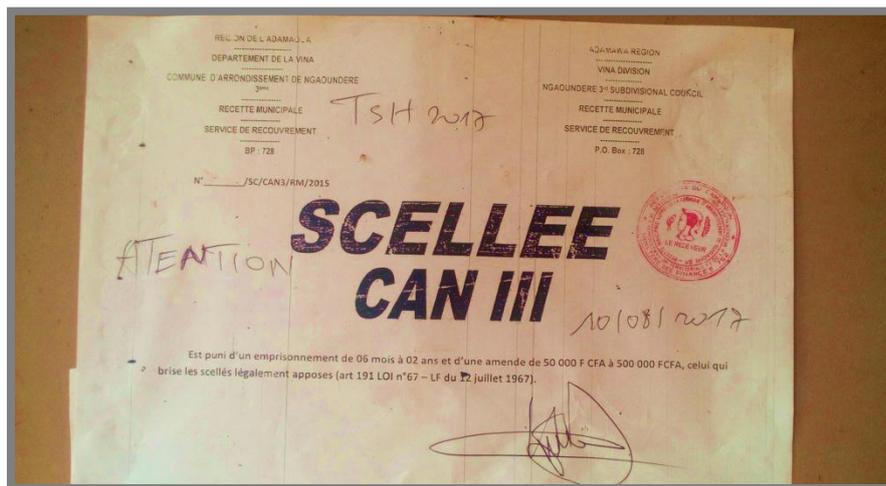
L'organisation socio-administrative de Ngaoundéré est marquée par l'administration, principalement dans l'arrondissement de Ngaoundéré I. Celle-ci est incarnée par les structures déconcentrées de l'État ainsi que par un ensemble de services publics. Les établissements d'enseignements maternel, primaire, secondaire et universitaire marquent également l'organisation sociale de Ngaoundéré, avec pour principale institution d'enseignement supérieur, l'université de Ngaoundéré dans l'arrondissement de Ngaoundéré III.

La ville, traditionnellement, est organisée autour d'une chefferie peule appelée « Lamidat », avec à sa tête un « Lamido », chef spirituel. On note également la

présence des chefs de communautés, des leaders religieux et des chefs de quartiers. Cette structure est complétée par une multitude d'organisations non gouvernementale constituant la Société Civile.

### 2.3.1. L'INFORMEL ET L'ETAT

La stagnation du secteur moderne et des services entraîne le développement du secteur informel. Selon plusieurs auteurs, l'État est fortement mis en cause dans l'analyse du problème de l'informalité. Dans ce contexte, le commerce de rue concrétiserait les tentatives d'inspiration sociale pour corriger les manques de l'État. Pour Maldonado (2001), les pouvoirs publics ayant des difficultés à offrir une alternative de développement, les citoyens africains trouvent les moyens de survivre et de s'affirmer, par leur propre initiative et leur propre ingéniosité.



Cliché : kansendi 12/08/2017

#### **Photographie 4.** Recouvrement de taxes communales

*Cette photographie montre la nécessité du recouvrement de taxe pour l'assiette fiscale. Elle met en exergue le rapport commerçant/administration c'est la conséquence du non-paiement de l'impôt par l'entrepreneur qui se traduit par la fermeture de la boutique.*

Le commerce de rue répond, pour la population, à une stratégie de survie. Il est en mesure de créer des emplois, et même de contribuer au produit intérieur brut, donc au revenu national. Les activités informelles deviennent la seule alternative pour les

chômeurs et pour les nouveaux arrivants dans la ville. En dépit du fait que le commerce de rue ne peut être comptabilisé, il peut sortir les populations en situation de crise, il pourvoit à l'essentiel de l'activité urbaine et assure la formation.

### **2.3.2. GESTION DES MARCHES A NGAOUNDERE**

Pour les Britanniques comme pour les Français, contrôler les places du commerce « indigène » devait permettre de le centraliser sur des places officielles de marché, de lutter contre la contrebande, de contrôler le commerce ambulant dans la ville. Les objectifs étaient essentiellement fiscaux (taxer les marchés et les marchands), économiques (contrôle des prix et des produits) et sanitaires (Fourchard, 2003)

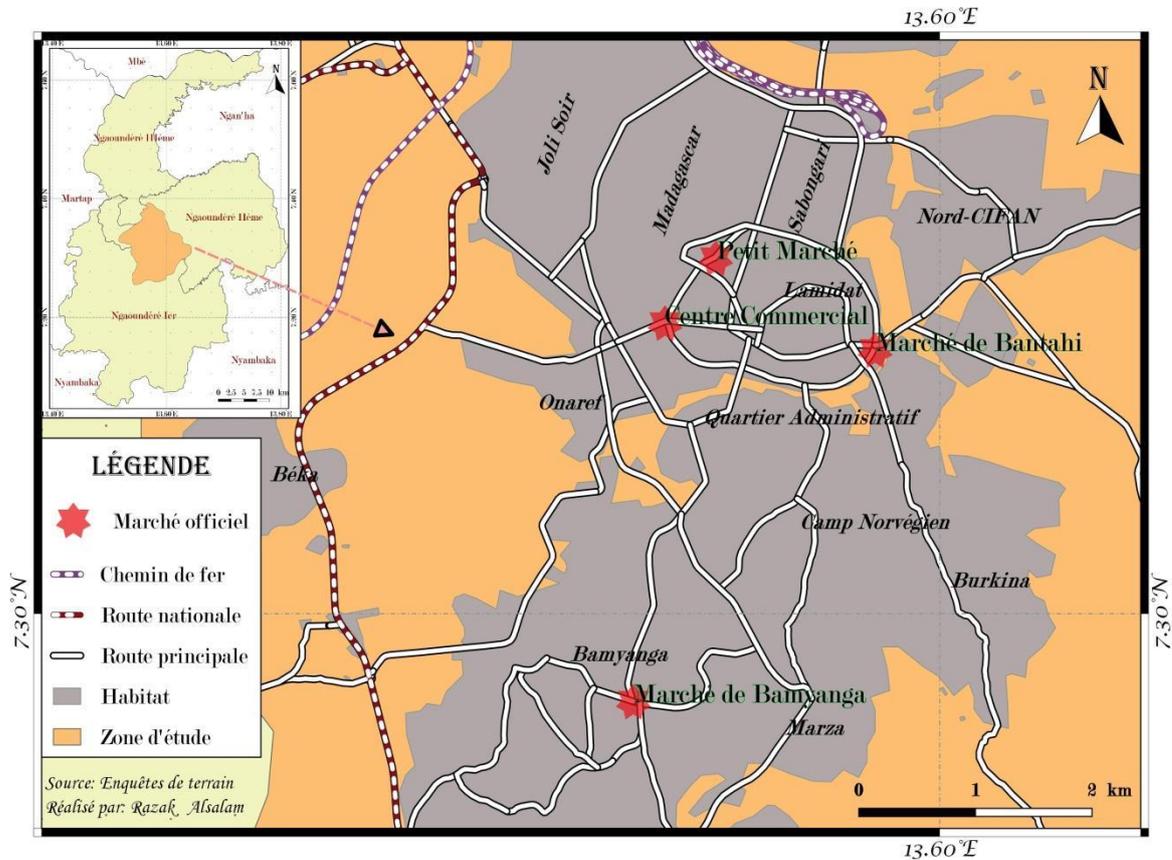
Seulement, les autorités municipales n'apparaissent pas toujours comme des interlocutrices crédibles dans la gestion de l'occupation des rues. Elles le sont d'autant moins que dans ces espaces, les jeux d'acteurs, tellement flous, ne permettent ni une gestion homogène de ces dernières, ni aux entrepreneurs informels d'avoir une connaissance précise de l'identité de leurs interlocuteurs institutionnels.

Pour approfondir l'analyse des enjeux commerciaux actuels dans le centre-ville et les artères commerciales de Ngaoundéré, les gestionnaires mènent en ce sens différents actions d'accompagnement et de soutien pour assurer, dans chaque municipalité, une activité commerciale viable qui peut répondre aux besoins de la population locale et qui participe à l'activité économique globale.

Mais cependant, Les commerçants se plaignent de la cherté des boutiques et des comptoirs et dénoncent également des spéculations entretenues par les particuliers auxquels la gestion des marchés a été confiée par la communauté urbaine de Ngaoundéré. Les vendeurs qui occupent les trottoirs jugent les couts de location plus que prohibant.

*« Le cout de la location est extrêmement cher et on vous exige de payer jusqu'à un an, un minuscule comptoir de 1m<sup>2</sup> est cédé à 5000 Fcfa le mois et les boutiques*

quant à elles vont de 15000 fcfa pour les plus petites à 30000 fcfa » affirme un commerçant<sup>12</sup>.



**Figure 8.** Repartition spatiale des marchés officiels à Ngaoundéré

Mais pour ces commerçants ce qui rend les choses davantage plus compliquées c'est le fait d'avoir confié la gestion du marché à des sous-traitants qui ont acquis tous les droits auprès de la CUN.

### 2.3.3. LE ROLE DES ESPACES PUBLICS

Le concept d'espace public renvoie à une grande variété de lieux : rue, boulevard, cour, jardin, promenade, esplanade, etc., mais aussi à toutes sortes d'espaces moins bien délimités ou de statut intermédiaire entre le public et le privé. Leur ouverture et leur accessibilité en font des domaines publics

<sup>12</sup> Propos de Abdoulaye vendeur au niveau du carrefour tissu Ngaoundéré.

L'espace public est l'expression emblématique de la citoyenneté, l'espace public est par excellence ce qui fait de la ville autre chose qu'une mosaïque de quartiers et un simple agrégat de petits mondes étanches.

Mieux qu'un simple chemin surélevé réservé à la circulation des piétons, les populations entretiennent une relation très intime avec les trottoirs. Pour elles, le trottoir, dans son sens le plus large, non seulement permet la circulation des piétons, mais aussi sert de lieux d'exercices de plusieurs activités génératrices de revenus. Il procure l'essentiel des ressources dont les occupants ont besoin pour leur survie.

« C'est ce qui fait ce que nous sommes, c'est ici que nous exerçons toutes nos activités utiles pour survivre », ont laissé entendre certains enquêtés.

**Tableau 8.** Connaissance des enquêtés sur les espaces publics

<b>ESPACES PUBLICS</b>	<b>Effectif</b>	<b>%</b>
Esplanades de fête	7	5.18
voie de circulation	32	23.7
jardins publics	11	8.14
Marché	43	31.85
place de l'indépendance	18	13.33
terrain de jeux	24	17.77

Source : données de l'enquête 2017

Le tableau 9, fait ressortir la capacité des enquêtés à citer eux-mêmes les espaces publics qu'ils connaissent. Il apparaît à sa lecture que les esplanades soient citées à 5.18% suivies des voie avec 23.7 % et les jardins publics avec 8.14 %. Place de l'indépendance à 13.33 et le marché cité à près de 31.85 %, le terrain de jeux est cité à 17.77%.

En effet, comme on peut le constater aux Tableaux 9, les occupants savent qu'ils sont tributaires des trottoirs qui longent les grandes artères de la ville de Ngaoundéré. Il faut dire alors que les espaces publics et les trottoirs sont connus dans un premier temps non pas comme des points de vente mais comme ayant des rôles

bien précis définis par les textes pour l'épanouissement des citoyens ou pour servir de lieu de repos et pour faciliter le passage des piétons. L'occupation de ces lieux est la possibilité d'avoir des opportunités susceptibles de contribuer à leur épanouissement.



X. 13,56011 ; Y. 7,32109 ; 1114m cliché : kansendi 09/2017

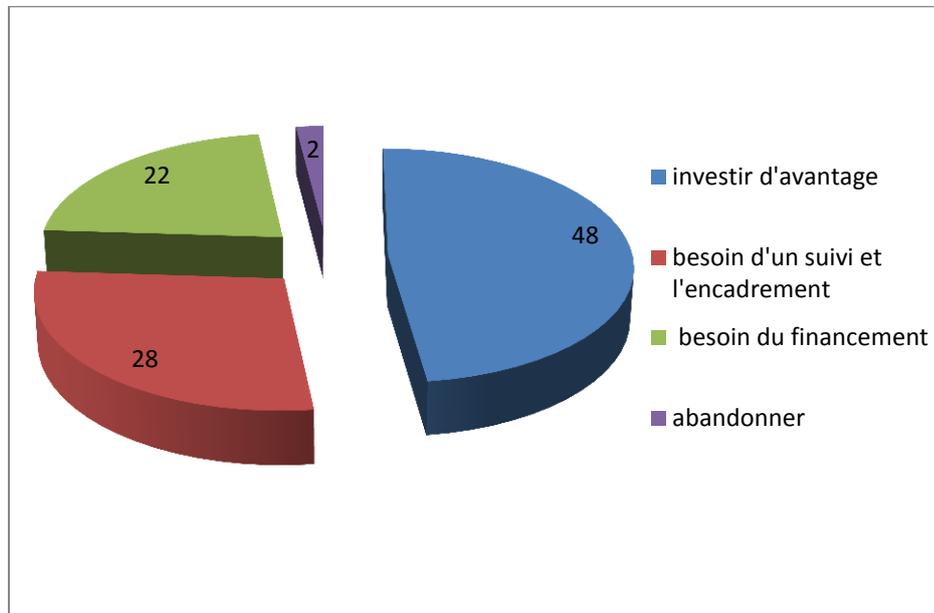
Photographie 5. Espace public à Ngaoundéré

*Cette image présente un espace public au sein du périmètre urbain de Ngaoundéré. Le plus souvent, les arbres sont plantés le long des voies de communication, mais aussi sous forme de jardin public.*

#### **2.3.4. L'OCCUPATION DES TROTTOIRS**

L'occupation des trottoirs semble être liée à la situation actuelle qui prévaut dans les villes camerounaise, c'est à dire la crise de l'emploi des jeunes diplômés sortis des universités et autres situations plus particulières de la ville, et la volonté de chacun à pouvoir gagner le minimum à la survie encouragent l'auto emploi dans tous les secteurs d'activités, même dans le commerce où avec un petit étalage dans un coin de la rue on y exerce ses activités génératrices de revenus.

« C'est la situation économique du pays qui nous pousse à occuper les trottoirs, par nos activités nous contribuons d'une manière ou d'une autre au développement »  
laissent entendre 48 % des enquêtés (Figure 9).



Source : les données de l'enquête 2017

**Figure 9.** Motivation des enquêtés à occuper les trottoirs

Comme le montre la figure 9, les raisons qui motivent les commerçants à occuper les trottoirs sont très diverses. Ainsi 48 % estiment investir d'avantage dans leur activité, 28 % souhaitent un suivi et un encadrement, 22 % cherchent une aide financière et seulement 2 % veulent changer d'activité.



X : 7.1943 Y : 13.3506 cliché : kansemdi. 21/08/17

**Photographie 6.** Commerce de rue près du marché de Bantahi

*Cette photographie présente la disposition et la nature des produits vendus dans le commerce de rue. Elle est prise à proximité du marché de Bantahi à Ngaoundéré. C'est un marché spontané de vente des légumineuses et des produits agroalimentaire.*

## CONCLUSION

L'étude du commerce de rue, est étroitement liée aux capacités productives des populations. Capacités qui déterminent les revenus des populations, il s'agit en occurrence de la situation de travail des populations. Les commerçants de rue dans les villes camerounaises sont tellement nombreux, tellement importants et essentiels à la vie urbaine et à la continuité de l'intégration pour être négligés ou être pourchassés et combattus. Si l'animation et l'occupation de la rue font aujourd'hui partie intégrante de la vie et de l'identité urbaines au Cameroun en générale et à Ngaoundéré en particulier, c'est parce que celle-ci apparaît comme étant, par excellence, un lieu de l'articulation de la morphologie urbaine et d'une certaine forme de convivialité, mais aussi de conflits pour les entrepreneurs de demain qu'il convient de décrypter.

## **CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE**

L'ensemble des outils et des démarches présentés tout au long de cette partie forme un large éventail d'actions, à la portée des municipalités de toutes les tailles, qui doivent relever différents défis liés à la gestion du commerce de rue et le développement local. Ces outils permettent de mieux planifier et gérer l'activité commerciale sur le territoire, d'accroître son rôle moteur dans l'économie locale et de l'orienter vers une intégration totale au développement global des municipalités. Les municipalités peuvent ainsi engager une grande variété d'actions, en collaboration avec les acteurs locaux du développement, les gens d'affaires et les commerçants concernés pour établir les objectifs à atteindre et les moyens de mettre en œuvre une gestion concertée, qui s'appuie sur le processus économique et de tirer profit du commerce de rue, tout en contribuant à une amélioration de la qualité de vie de tous les acteurs du commerce de rue.

**II<sup>e</sup> PARTIE: PROCESSUS  
SOCIOECONOMIQUE ET IMPACT DU  
COMMERCE DE RUE AU  
DEVELOPPEMENT DES COLLECTIVITES  
LOCALES**

## **INTRODUCTION DE LA DEUXIEME PARTIE**

Les échanges commerciaux trouvent leur source dans les disparités des politiques économiques financières, monétaires, commerciales distinctes selon les pays. Sur la base ethnique ou familiale et d'échanges locaux, le comportement des acteurs n'est pas irrationnel mais s'insère dans un cadre communautaire de référence. Le commerce de rue dégage suffisamment des ressources et représente un facteur de décollage économique local. Il faut bien évidemment identifier et analyser les processus et l'impact socioéconomique de l'activité des acteurs. Le petit commerce de rue crée de substantiels profits aussi bien pour les vendeurs informels que pour les collectivités concernées. Cette partie présente d'une part le processus du commerce de rue et montre aussi son impact pour l'épanouissement des collectivités locales.

# **CHAPITRE 3. PROCESSUS SOCIOECONOMIQUE DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE**

## **INTRODUCTION**

Une des clés du développement des collectivités locales réside dans le soutien à l'économie locale. Celui-ci assure des bénéfices relatifs au renforcement de l'activité commerciale, à la création d'emplois locaux et à la création de liens sociaux plus solides. Ce soutien peut aussi représenter un avantage pour l'environnement économique en évaluant l'apport de ce secteur. Les réinvestissements effectués localement favorisent la diversité et la solidité des activités économique dans la ville. Le présent chapitre traite du processus socio-économique de ces activités notamment dans le domaine du commerce de rue. Il aborde d'une part la politique d'organisation du commerce de rue et présente le profil des acteurs enquêtés.

### **3.1. PROFIL DES PRINCIPAUX ACTEURS**

#### **3.1.1. PROFILS DES ACTEURS DU COMMERCE DE RUE**

Le niveau moyen d'études des enquêtés est faible. Ce qui correspond plus ou moins au cycle secondaire. Pour ce qui est de l'ancienneté moyenne dans l'activité, elle est de 2,8 ans pour l'ensemble des commerçants de ce secteur. La plupart des commerçants de rue ont appris leur métier tout seul ou par la pratique. La moyenne d'âge des actifs occupés du commerce de rue est de 22,0 ans. Les jeunes de 10 à 19 ans représentent 26,2% des actifs occupés du commerce de rue. On les retrouve le plus chez les apprentis (88,6%) et chez les commerçants ambulants (68,8%).

**Tableau 9.** Niveau d’instruction et type de commerce pratiqué

<b>variable</b>	<b>sédentaire</b>	<b>ambulante</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Sans niveau	6	6	12	8.8
primaire	11	25	37	27.4
secondaire	29	46	75	55,4
supérieur	8	3	11	8.14

Source : enquête de terrain 2017

### **3.1.1.1. Niveau d’instruction des acteurs**

Le nombre moyen d’années d’études ne varie pas selon le type de commerce pratiqué. Les vendeurs résidents ont fait en moyenne deux années supplémentaires que les allogènes et ce quel que soit le type de commerce pratiqué. Des différences sont observées au niveau du milieu de résidence où le niveau moyen d’étude est plus élevé en milieu urbain. Pour ce qui est de l’ancienneté dans l’activité, elle est en moyenne de 2,8 ans. Les hommes ont une ancienneté plus élevée que les femmes. L’âge moyen des vendeurs de la rue est de 22 ans.

### **3.1.1.2. Des classes d’âges variés**

L’âge des commerçants de rue est très varié. Mais une simple observation, même sommaire indique qu’il varie de 8 à plus de 55 ans avec une forte représentation des jeunes. Ainsi, 52,3 % des enquêtés ont un âge compris entre 10 et 30 ans et 36,4 % un âge compris entre 31 et 40 ans. S’agissant de l’apprentissage, la plupart des vendeurs (66,9%) apprennent ou ont appris leur métier tout seul ou par la pratique. Une frange non moins importante (24,4%) on travailler dans des structures commerciales de la ville et aucun vendeur dans la masse enquêté n’a appris le métier dans une école technique de commerce. Cette tendance reste la même suivant le sexe, le statut dans l’activité ou le milieu de résidence des vendeurs.

**Tableau 10.** Niveau d'instruction et sexe des enquêtés

Niveau d'instruction	masculin		féminin		total	
	eff	%	eff	%	eff	%
Primaire	22	16.29	15	11.11	37	27.4
1 <sup>er</sup> Cycle	36	26.66	21	16.3	58	42.96
2 <sup>nd</sup> Cycle	10	7.4	7	5.19	17	12.59
Supérieur	7	5.18	4	2.96	11	8.14
Sans niveau	7	5.13	5	3.67	12	8.8

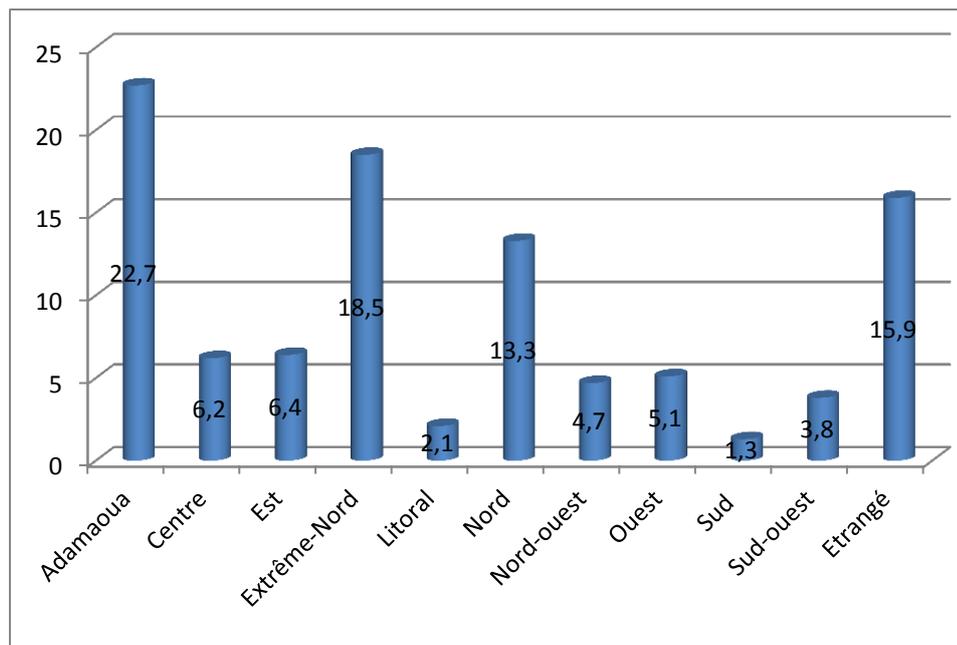
Source : les données de l'enquête 2017

De la lecture du tableau 11, il ressort que 42.96% des enquêtés estiment avoir fait le collège, regroupant ainsi 26.66% d'hommes et 16.3% de femmes. Pour le primaire, on note 27.4% des enquêtés avec des proportions 16.29% d'hommes et 11.11% de femmes. Pour le lycée et le supérieur, ils représentent respectivement 12.59% (avec 7.4% d'hommes et 5.19% de femmes) et 8.14% (avec 5.18% pour les hommes et 2.96% pour les femmes).

Force est de constater que le niveau d'instruction des enquêtés est bas soit 70.36% (primaire et collège) et le supérieur ne représente que 8.14%.

### **3.1.2. DIVERSITE GEOGRAPHIQUES DES ACTEURS**

Les occupants de trottoirs et de carrefours viennent d'horizons géographiques divers (18.5 % de l'extrême-nord; 13.3 % du nord; 6.2 % du centre, avec une prédominance des résidents de l'Adamaoua (22.7 %). On rencontre tous les groupes ethniques du Cameroun ainsi que les représentants des pays voisins (Figure 10). Parmi les camerounais, le groupe majoritaire est constitué des Mboum et des baya de la Région de l'Adamaoua. La vente des produits alimentaires locaux est exclusivement assurée par les femmes.



Source : enquête de terrain 2017

**Figure 10.** Diversité géographiques des acteurs

Dans le groupe des étrangers, notamment africains, les ressortissants des pays voisins sont les plus nombreux. On peut citer les Nigériens et les Nigérians surtout dans le petit commerce ambulant, parmi lesquels de nombreux cordonniers ambulants, qui constituent aussi une minorité importante. Les premiers sont ceux qu'on appelle ici « des banquiers sous l'arbre ». Ils constituent de véritables agents de change informels spécialisés mais exposent leurs marchandises sur les trottoirs

### 3.1.3. CONDITION SOCIALE DANS LE COMMERCE DE RUE

La question de sécurité sociale reste une préoccupation majeure pour le Gouvernement tant dans le commerce de rue que dans le commerce général concourant au travail décent que prône le DSCE. L'EESI 2 a permis de capter la connaissance des petits entrepreneurs commerciaux de la sécurité sociale et l'appréciation qu'ils font de la qualité de service qui y est offerte. Pour les commerçants de la rue, la connaissance de la sécurité sociale reste très faible. Seulement, 20,4% affirment la connaître. Il en est de même de la connaissance de l'organisme en charge de la gestion de la sécurité sociale et des prestations offertes.

Les petits entrepreneurs commerciaux au Cameroun en général ne disposent pas de protection sociale ni de protection juridique et restent donc dans une situation de survie. Le commerce de rue est comme la seule opportunité pour les plus démunis de s'intégrer dans le système économique.

Pour tirer le maximum de profit dans le commerce de rue, les municipalités doivent encourager une activité commerciale socialement responsable. Les notions de développement durable et de croissance mettent en parallèle une activité commerciale intégrée et un climat social respectueux de tous et bénéfique à tous les individus. Étant donné l'importance du rôle que joue le commerce informel dans l'insertion sociale, de même que sa capacité à répondre aux grands enjeux de société et à créer des liens sociaux plus serrés, l'activité commerciale a une grande contribution à apporter à cette dynamique de développement durable.

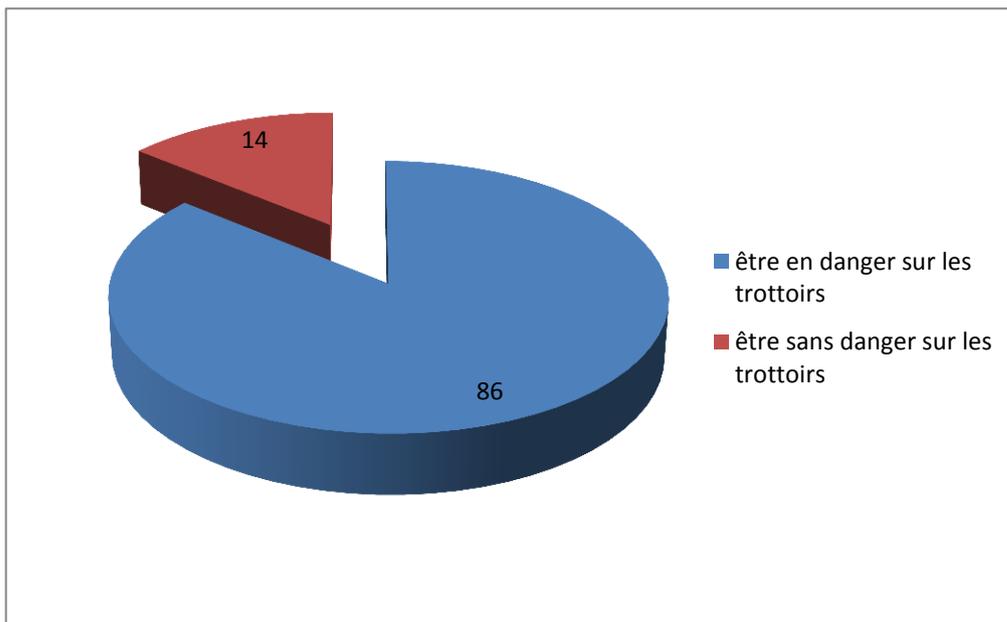
Faire connaître les bénéfices qu'apporte l'économie informelle à l'intégration du développement des collectivités locales, pour encourager les démarches favorisant le renforcement du tissu social.

Diffuser de l'information sur les différentes sources de financement pour les entrepreneurs locaux, telles que le Fonds de développement des entreprises, ainsi que les fonds locaux d'investissement facilement accessibles par les vendeurs.

Soutenir les initiatives qui participent au dynamisme commercial et qui répondent à des problématiques sociales, par des aides financières et/ou du soutien technique. Encourager l'installation de commerces assurant des conditions sociales respectables pour les travailleurs.

### **La situation sociale**

Avec une situation socio-économique précaire, les populations se lancent dans ce qui est appelé l'initiative privée. Cela consiste donc à ne pas attendre de l'Etat et se lancer dans des activités susceptibles de faire vivre.



Source : enquête de terrain 2017

**Figure 11.** Sécurité sur les trottoirs

La Figure 11 montre que 86% des enquêtés estiment n'être pas en sécurité et 14 % estiment être en sécurité. Il convient de relever à la lumière de ce graphique que la tendance à croire la sécurité sur les trottoirs est liée la fréquence du rythme d'accident dont sont exposer les acteurs.

## **3.2. ANALYSE DE LA STRATEGIE DE VENTE**

### **3.2.1. ANALYSE DU FONCIER DANS LE COMMERCE INFORMEL**

Dans les espaces de commerce de rue des villes du Cameroun, en général, et de Ngaoundéré en particulier, l'occupation des placettes sont rarement réglementée de droit ou de fait. Cette occupation de la rue pose un certain nombre de problèmes urbanistiques et d'aménagements qui imposent, pour être bien compris, qu'on sache quels sont les enjeux des principaux acteurs qui interviennent sur ce marché foncier.

Le premier groupe est constitué de commerçants de rue qui, pour la plupart, ne sont que la partie visible de nébuleuses plus vastes. Ils interviennent le plus souvent au début en demandeurs. Seulement, deux paramètres les guident dans le choix du site : une situation a priori identifiée comme rentable et une certaine relative sécurité. Il ne

suffit pas qu'une localisation soit bonne et qu'elle soit disponible, encore faut-il qu'elle soit sécurisée pour être utilisée pendant longtemps, ce qui dans la rue n'a rien d'évident (Steck, 2006 cité par Tchotsoua 2016).

Le second groupe d'acteurs est constitué de personnes à qui les entrepreneurs informels reconnaissent un droit de propriété sur certaines parcelles de la rue. Ce sont les propriétaires de maisons qui la bordent, des boutiquiers dont les autorités municipales reconnaissent le droit de jouir d'une portion du trottoir, mais pas le droit de cession locative. Le « propriétaire » accepte l'installation de l'entrepreneur de rue sur sa cours contre paiement de frais de location (Tchotsoua op. cit.).

Face à ces deux interlocuteurs qui jouent un rôle essentiel dans le contrôle et l'accès au foncier ruderal, les autorités municipales, qui se réclament à juste titre, de la loi, puisque la gestion de la rue relève a priori du domaine public, sont condamnées, dans la plus part de cas, à jouer les seconds rôles. Ce qui devient très difficile, pour eux, de réguler ce marché foncier.

On peut, pour résumer, distinguer entre deux manières d'appréhender le commerce informel. Pour faire simple, on a d'un côté ceux qui voudraient que le commerce de rue soit formalisé dans le sens qu'il se déclare, s'adapte aux législations en cours, paie des impôts ; et de l'autre, ceux qui voudraient que ce soit la législation qui s'adapte pour inclure, d'une manière ou d'une autre, les acteurs du commerce informelle<sup>13</sup>. Derrière ces deux points de vues, il y a la volonté de profiter des avantages du commerce informel en terme de création d'emploi et de valeur, de dynamisme et de développement de l'économie, tout en luttant contre les désavantages, pour certain plus focalisés sur les pertes fiscales et pour d'autres plus centrés autour de la protection sociale et juridique des acteurs concernés.

### **3.2.2. LA MOBILITE SPATIO-TEMPORELLE DES ACTEURS**

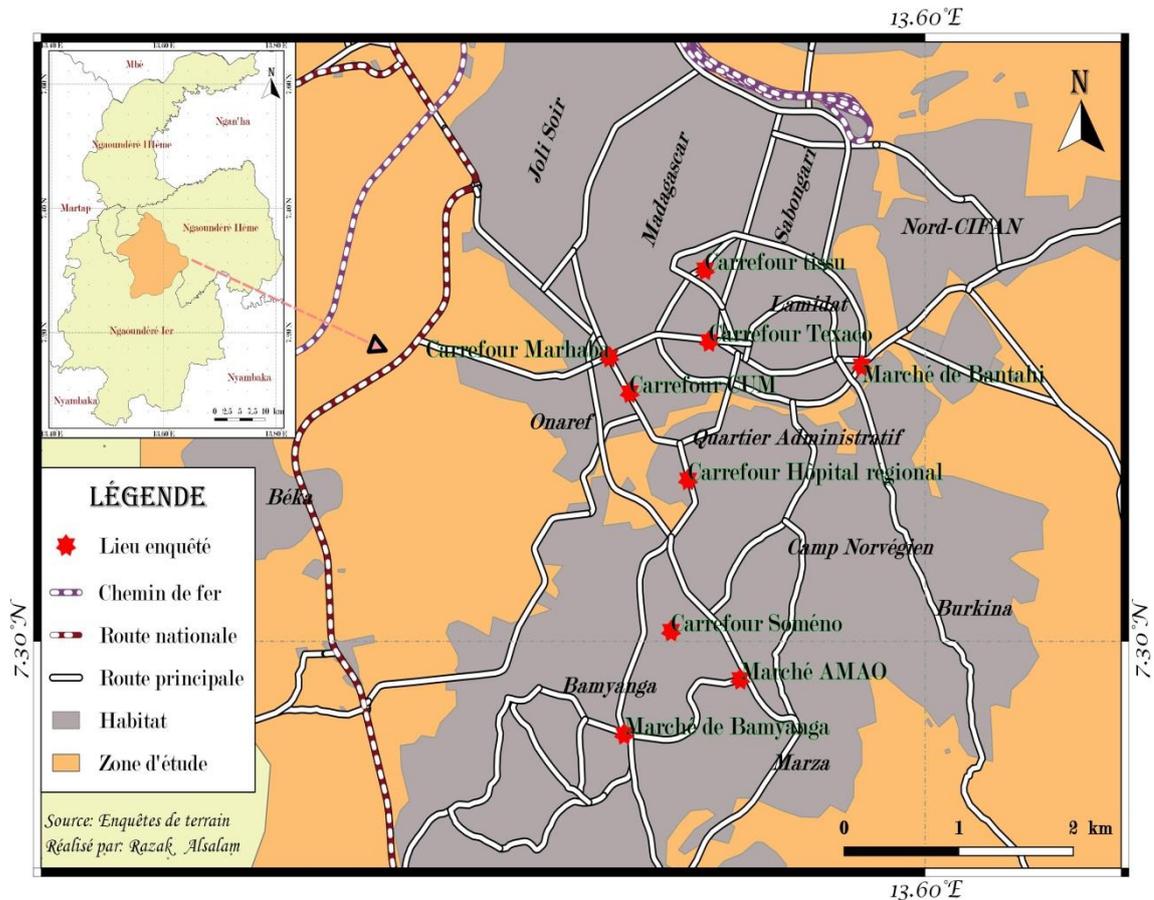
Dans toute la ville de Ngaoundéré, on y trouve dans les coins des rues des comptoirs mobiles qui s'avancent dans la rue, pour vendre des produits divers au client

---

<sup>13</sup> Lire le rapport du colloque sur le désordre urbain : phénomélogie, gouvernance et perspectives. Univsité de Ngaoundéré-FSJP, du 15au 17 mars 2017.

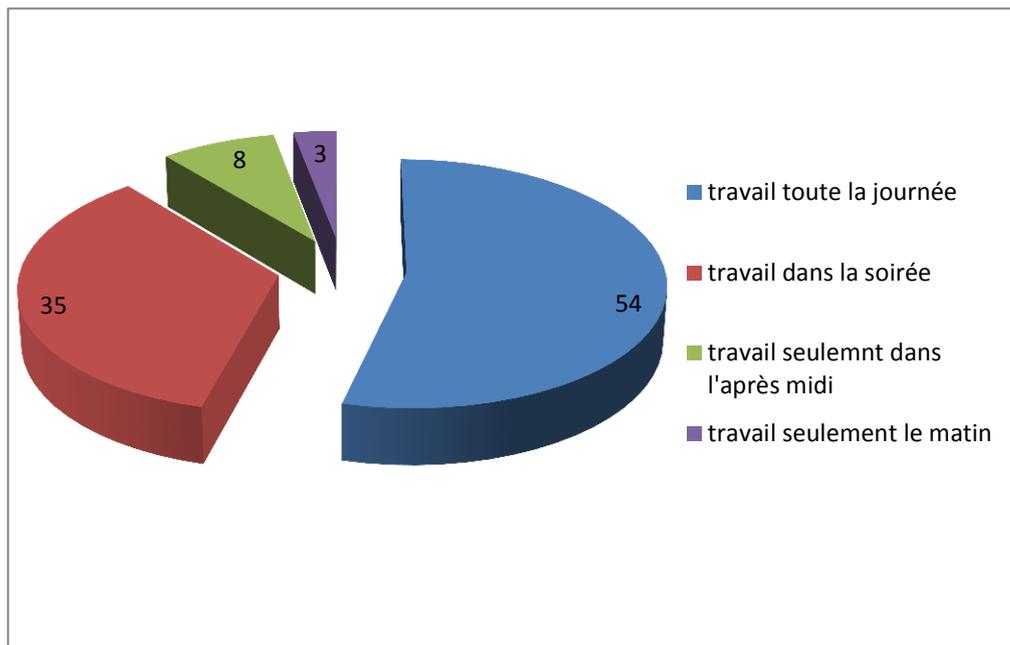
de passage. Après avoir lutté contre leur présence pendant des décennies, les municipalités doivent comprendre en fin de compte l'importance et le rôle de cette activité dans la mobilité urbaine. Les besoins du client ambulant s'expriment aujourd'hui dans l'utilisation des produits au cours de ses déplacements pour se restaurer, acheter du produit alimentaire à consommer pendant les temps de transport ou au travail, ou compléter les courses à ramener chez soi. Il y a de multiples exemples de l'offre de la rue qui répondent à cette demande. Partout se multiplient les installations improvisées.

Dans la plupart des quartiers de Ngaoundéré, il n'y a plus de démarcation claire entre quartiers résidentiels et quartiers commerciaux. Les activités se développent dans tous les sites de la ville sans aucune autre contrainte que la valeur locative de l'emplacement. Pour Lawal, (2003) « le facteur culturel est très puissant, commercer et surtout commercer dans la rue fait partie d'un apprentissage enraciné depuis longtemps dans la culture ». Si dans les années 1990, des emplacements sur les marchés étaient encore moins chers, ce n'est plus le cas aujourd'hui. Les prix de location se sont envolés avec le manque d'emplacement. Tous les vendeurs de rue interrogés considèrent que l'incapacité de louer une boutique est la raison principale de leur présence dans la rue. La rue n'est cependant pas gratuite. Les emplacements sont payants, soit sous une forme locative pour les pas-de-porte et espaces limitrophes des maisons et des boutiques, soit sous la forme d'amendes perçues ou de marchandises saisies par la police municipale sur les emplacements officiellement interdits, le long des rues. Dans ce « système qui fonctionne », ceux qui ne disposent d'aucun capital sont évidemment les plus vulnérables.



**Figure 12.** Répartition spatiale de quelques sites commerciaux

De nombreux emplacements sur les marchés de la ville demeurent néanmoins disponibles, indiquant que la rue représente pour beaucoup le moyen d'échapper à la pression fiscale de la municipalité. Dans la pratique, elle ne permet le passage que d'une file de voitures (photographie 8). Le reste de la chaussée est occupé par des voitures mal garées, des cyclistes, des piétons qui utilisent la rue car les trottoirs sont occupés par les boutiques, les commerçants ambulants, les dépôts de matériel et la nuit par les mendiants.



Source : les données de l'enquête 2017

**Figure 13.** Temps passé sur les trottoirs

On y voit que 54 % des enquêtés passent pratiquement toute la journée sur les trottoirs et 35 % dans la nuit. Dans ce même sens 8 % y travaille dans l'après-midi et 3 % seulement le matin. Il faut retenir que cette stratification du temps s'explique par le type d'activité qu'ils exercent sur les trottoirs et ils restent relativement occupés presque tout le temps.

### 3.2.3. ANALYSE DU RAPPORT VENDEUR/CLIENT

Pour acquérir des biens spécifiques ou bénéficier de services particuliers. À la différence du client qui se rend volontairement dans un magasin avec l'intention préalable d'y acheter un bien ou un service, le client du commerce informel apparaît alors comme un client opportuniste et furtif. Opportuniste, car l'acte d'achat se décide souvent selon les circonstances :

Au moment où surgit le besoin (par exemple : je n'ai plus de crédit téléphonique, donc je cherche autour de moi une réponse à ma demande, à laquelle répondent les vendeurs ambulants qui passent) ;

Par impulsion face à une offre (par exemple, la vision d'un vendeur de chaussure me donne envie d'en acheter) ;

par adaptation au lieu où je me trouve (exemple : à l'heure de déjeuner, j'achète un accessoire lorsque s'en offre l'occasion lors de mon déplacement dans mes activités), car à la différence d'un achat programmé, l'achat « ambulante », réalisé voire consommé immédiatement, est rapidement oublié puisqu'il n'a pas modifié fondamentalement la trajectoire du consommateur et ne représente qu'un arrêt, au point que le « passant<sup>14</sup> » n'a pas eu nécessairement conscience d'être devenu « client ». Même si elles sont volontaires, les opportunités de transaction créées par la rencontre entre acheteurs et vendeurs ambulants sont improvisées.

Les vendeurs ambulants, plus encore que les autres commerçants, vont ainsi à la rencontre de leurs clients : Avec le porte à porte (comme le colportage de maison en maison, les vendeurs de produits manufacturés qui passent de bar en bar.

En installant des éventaires aux carrefours, arrêts de bus, gares ou aux accès d'édifices (églises, hôpitaux, administrations publiques ou d'entreprises).

En se déployant devant les boutiques dans les rues, de façon massive et permanente, de façon plus visible mais informelle avec les comptoirs mobiles que les établissements installent dans l'espace public, ou encore à la sauvette.

Les commerçants de rue forment un monde hétérogène (petits vendeurs à la sauvette, réseaux ethniques, puissantes « mafias<sup>15</sup> » des centres villes, etc.). Ils sont bien représentés dans la vente des produits alimentaires et des fournitures divers (Photographie 8).

Cette nécessité se traduit par des choix de localisation particuliers (quartiers déjà fréquentés, carrefours, gares routières, stations de taxis collectifs, abords des emplacements des marchés officiels...) qui sont souvent corrélés à des types de circulations (le commerce cherche à se rapprocher du mouvement des citoyens), que

---

<sup>14</sup> Citadin qui utilise ses déplacements entre ses différents espaces-temps d'activité ou de repos, pour acquérir des biens spécifiques ou bénéficier de services particuliers.

<sup>15</sup> Le groupe des enfants de la rue

par des choix dans la manière de vendre, en particulier pour le commerce ambulant (le commerce se met en mouvement pour capter le client).



X : 7.1943 Y : 13.3506 cliché kansendi 22/08/2017

### **Photographie 7.** Les fonctions de la rue en milieu urbain

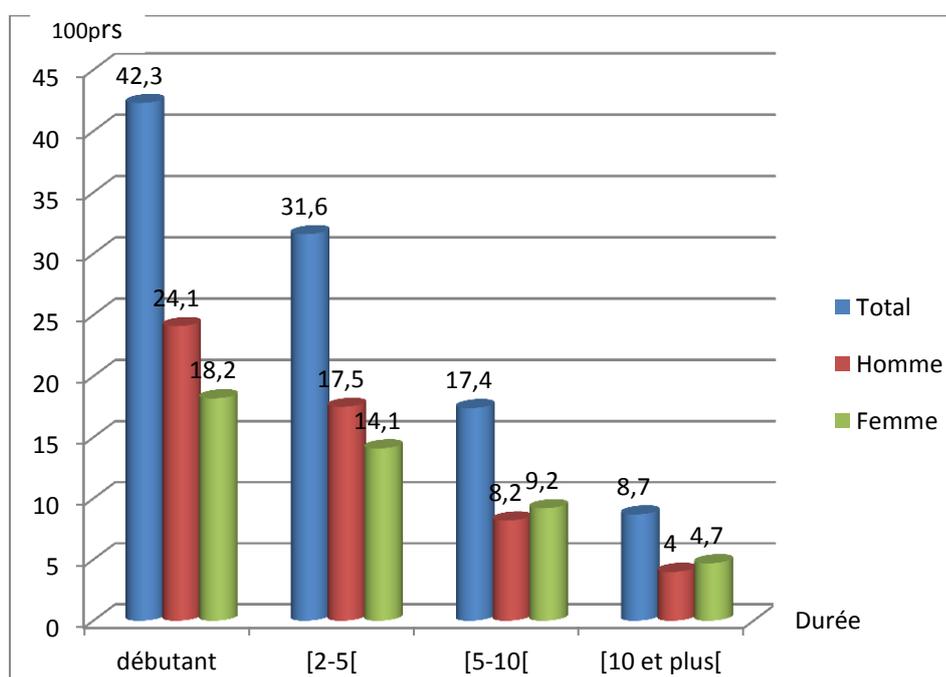
*La rue apparait comme un espace triplement encombré : automobile stationnant et roulant, populations en mouvement, vendeurs de rues omniprésents, y compris des ambulants se déplaçant sur la chaussée d'un site à un autre ou d'un potentiel acheteur à un autre. L'envahissement est tel que la fonction originelle des rues devient secondaire. La rue conçue, a priori, comme espace de circulation fluide aux trottoirs débarrassés de toute activité est, en fait, un lieu, par excellence, de jeux d'acteurs.*

Pour Tchotsoua (op. cit.) l'occupation des rues par les activités commerciale est d'ordre entrepreneurial. Elle associe la nécessité de survie à la nécessité de visibilité que toute activité marchande se doit d'avoir aux différentes stratégies que les entrepreneurs informels développent pour se rapprocher au plus près de leurs clientèles potentielles.

### 3.3. CARACTERISTIQUE SPECIFIQUE DU COMMERCE DE RUE

#### 3.3.1. DEVELOPPEMENT DU COMMERCE DANS LES RUES

On voit ainsi parfois dans le commerce de rue un grand potentiel d'entreprise et de développement, un secteur d'activité dynamique et essentiel pour créer les emplois (et donc les revenus) que n'arrive pas à créer le secteur formel. Un autre point de vue remet en cause le fait de considérer tous les acteurs du commerce de rue comme des petits entrepreneurs, dont le but serait d'agrandir leur micro entreprise et d'augmenter leur capital. Bon nombre d'acteurs du commerce de rue se situeraient plutôt dans une logique d'entreprise familiale et de survie, dont le but n'est pas tant « d'engendrer un vivier de petites entreprises dynamiques » mais de « créer des emplois et des revenus » (Lautier, 2004).



Source : données de l'enquête 2017

**Figure 14.** Évolution dans le commerce de rue

Une bonne connaissance du nombre de commerces et de services installés sur le territoire municipal, ainsi que de la nature de ces établissements, permet de mieux définir l'offre commerciale réelle du territoire et d'identifier les commerces manquants du milieu. L'évolution du commerce en général et celui de la rue en particulier peut contribuer au développement des municipalités mais pour cela la survie de cette activité nécessite de mesurer régulièrement l'adéquation entre l'offre locale de produits et de services et la demande des résidents, pour évaluer les éventuelles fuites commerciales, qui peuvent devenir des opportunités d'affaires, et pour identifier les pôles commerciaux qui attirent plus de clientèle.

Identifier de manière continue les locaux commerciaux vacants, afin de veiller à leur trouver un utilisateur le plus rapidement possible et profiter des locaux qui se libèrent pour améliorer et renforcer la structure commerciale.

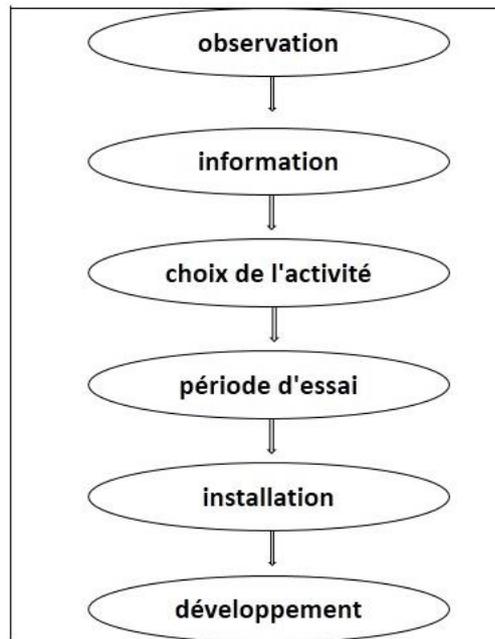
Évaluer et mettre à jour régulièrement la connaissance de l'état de la diversité commerciale, pour s'assurer de posséder une activité commerciale diversifiée, capable de répondre aux différents besoins de la population, et d'assurer une plus grande stabilité économique à la municipalité.

Identifier les opportunités d'affaires et les faire connaître, pour augmenter les chances de voir s'installer dans le territoire de nouveaux commerces qui correspondent aux besoins du milieu.

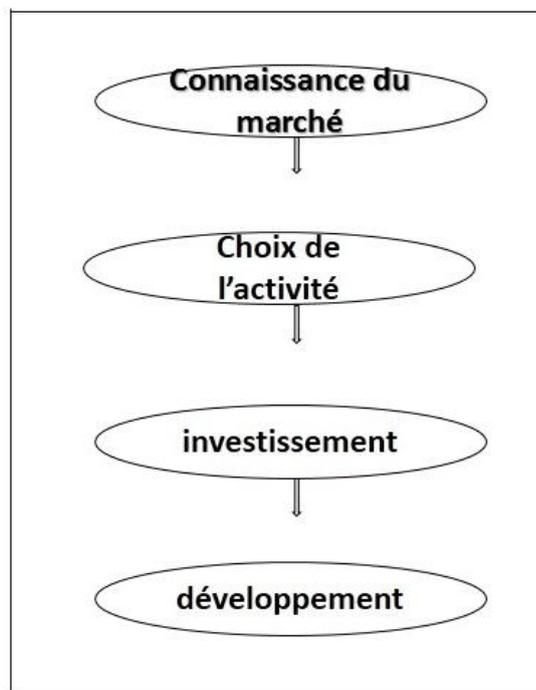
Faciliter les liens entre les propriétaires immobiliers et les entrepreneurs informels, dans le but de favoriser l'implantation de nouvelles entreprises dans les secteurs que l'on souhaite privilégier.

Adapter la réglementation aux usages commerciaux et utiliser cette réglementation et le zonage pour favoriser l'implantation de commerces aux centres villes. Encourager la diversité commerciale des secteurs commerciaux, afin de rendre le centre-ville moins vulnérable à certaines évolutions du marché.

### 3.3.2. PROCESSUS COMMERCIAL



**Figure 15.** Processus commercial pour un entrepreneur débutant



**Figure 16.** Processus commercial pour un ancien entrepreneur

### 3.3.3. CARACTÉRISTIQUE DU COMMERCE DE RUE

L'informalité est une notion multiple et donc difficile à saisir. Dans sa définition la plus large, elle englobe tous les pans de l'économie que l'on ne peut pas classer dans le commerce formel, ce qui comprend donc aussi bien l'économie criminelle, l'économie illégale, l'économie familiale, le bénévolat, l'économie non-officielle ou non-dévoilée, l'économie souterraine, l'économie clandestine et le travail au noir (Briod op. cit.).

**Tableau 11.** Caractéristiques spécifiques du commerce de rue

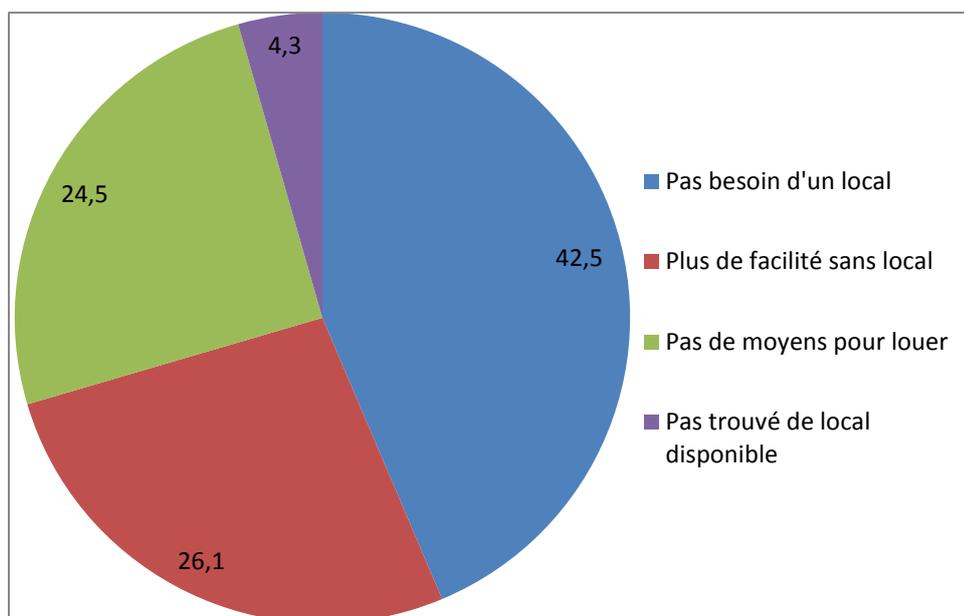
Type de commerce	caractéristique	Champs et acteurs	Information ou observation
Mixte	Secteur ou commerce informel	Economiste, expert en développement	Absence d'enregistrement et/ou perception fiscale
Fixe ou sédentaire	Occupation de la voie	Justice, expert en aménagement urbain	Normativité juridique de l'occupation illégitime de l'espace, visibilité dans le paysage
Ambulant	Marchand ou Vendeur ambulant	Clients et Vendeurs	Mobilité du vendeur, instabilité du dispositif de vente

Le commerce est dit Informel non pas parce que la vente sur le marché n'est pas structurée ou n'obéit à aucune règle, mais parce que cette structure et ces règles n'émanent pour la plupart pas du pouvoir étatique mais d'une organisation informelle. Le commerçant de la rue paie rarement l'impôt ni de taxes aux municipalités, il ne bénéficie d'aucune protection sociale ou juridique, qui lui garantirait son emplacement ou des allocations s'il venait à ne plus pouvoir exercer son métier. La question de savoir comment vivaient les millions de commerçants qui

n'entraient pas dans les statistiques du secteur formel ou des institutions publiques a attiré l'attention de nombreux chercheurs (Briod op. cit.). Pour dénommer cette économie qui échappe aux outils de mesure de l'économie traditionnelle. Un terme vaste et flou qui a englobé quantité d'études.

Le commerce de rue est le plus souvent le seul moyen pour la plus grande partie de la population de s'inclure dans le système économique et le fonctionnement de la société. Ce type de commerce qui se diffuse largement semble traduire une nouvelle réalité urbaine: la rue devient le réceptacle d'un ensemble d'activités économiques (Lautier et al, 1991).

Dans notre analyse, près de la moitié des vendeurs (48,0%) sont sans local et exercent dans des installations précaires (comptoirs improvisés sur la voie publique, etc.) ou de manière ambulatoire. Les raisons de non possession d'un local professionnel sont de plusieurs ordres. La plupart des vendeurs n'estiment pas nécessaire de disposer d'un local. En effet, 42,5% déclarent qu'ils n'en ont pas besoin et 26,1% estiment exercer leurs activités avec beaucoup plus de facilité sans local. Il faut également souligner que 24,5% de ces acteurs n'ont pas de moyens pour louer ou acheter un local et 4,3% déclarent n'avoir pas trouvé de local disponible dans le marché (figure 17).



Source : enquête de terrain 2017

**Figure 17.** Local de vente

### 3.3.4. TRANSACTIONS COMMERCIALES

Comment expliquer le développement d'un centre commercial sans faire référence à sa localisation, à l'accessibilité, à la circulation, aux consommateurs potentiels. Mais le fait commercial est aussi facteur de structuration spatiale : un centre commercial peut être conçu comme un élément d'organisation urbaine. Le champ d'analyse croisée du commerce et de l'aménagement est au cœur de cette double approche où le commerce est à la fois structurant et structuré pour ou par son environnement urbain ou son support spatial.

**Tableau 12.** Identification du commerce de rue

<b>stratégie de vente</b>	<b>moyens utilisés</b>
colportage	Sur la tête, le dos, les mains
étalage	à même le sol, sur les morceaux des bâches ou les cartons
comptoir	tables improvisés
kiosque	maisonnettes en planche ou en fer préfabriqués
mobil	porte-tous, brouettes

Pour ces commerçants de rue, l'exposition au sol ou en mains, de leurs produits dans la rue donne à ceux-ci une certaine visibilité (Planche photographique 2).

La rue apparaît alors à ces endroits dans la ville, comme un espace triplement encombré : Taxi de ville stationnant et roulant, populations en mouvement, vendeurs de rue omniprésents, y compris des ambulants se déplaçant sur la chaussée d'un point à un autre ou d'un potentiel acheteur à un autre.



A/ Petit marché Ngaoundéré



B/ Carrefour Soméno



C/ Marché Mbamyanga



D/ Marché de Dang

Cliché kansemdi 02/08/2017

## **Planche Photographique 2. Les transactions informelles dans la ville de Ngaoundéré**

*Pour ces commerçants de rue, l'exposition au sol ou en mains, de leurs produits dans la rue donne à ceux-ci une certaine visibilité.*

## **CONCLUSION**

Le commerce de rue a attiré tant d'attention, c'est qu'il est un enjeu de taille, spécialement dans le champ des études du développement. En effet, dans la plus part des pays en développement, Le commerce de rue occupe la majorité des actifs et représente souvent une part non négligeable du PIB mais qui n'est pas comptabiliser. Si elle est tantôt vue comme une explication du sous-développement ou au contraire comme la solution à la lutte contre la pauvreté, le commerce de rue semble en tous cas au centre des préoccupations Les problèmes auxquels font face les vendeurs sont de plusieurs ordres notamment ceux liés au statut social et réglementaire, à la concurrence et au manque de local. Ces difficultés sont de nature à freiner le développement des

vendeurs, à compromettre leur survie voire entrainer leur disparition. Au vu des nombreuses difficultés dont font face ces acteurs, les appuis souhaités par ces derniers concernent la sécurité, l'accès au crédit, l'accès à la formation technique et à l'information sur le marché. La majorité des vendeurs considère qu'il existe un avenir promoteur pour leurs activités.

# **CHAPITRE 4. IMPACT SOCIOECONOMIQUE DU COMMERCE DE RUE AU DEVELOPPEMENT DES COLLECTIVITES LOCALES**

## **INTRODUCTION**

Depuis une vingtaine d'années, la globalisation des échanges et de la consommation modifient profondément le commerce urbain. Le commerce de rue occupe une place importante dans l'économie locale en termes de création d'emplois et de richesse. Toutefois, le développement de ce secteur pose un certain nombre d'impact socioéconomique. Le présent chapitre s'attèle à présenter l'impact socioéconomique du commerce de rues. Cela permettra d'analyser les différentes perceptions d'évolution et d'opportunité du commerce de rue à travers l'évaluation de l'apport économique de cette activité. C'est ce chapitre qui permettra de tirer la conclusion de l'étude afin de proposer des solutions pertinentes.

## **4.1. APPORT ECONOMIQUE DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE**

### **4.1.1. LE ROLE DES COLLECTIVITES LOCALES**

Pour gérer le commerce de rue, la commune dispose de plusieurs services : les services techniques qui interviennent et donnent un avis sur l'opportunité ou non d'installer des activités sur une parcelle d'espace public ; les services financiers, qui sont de véritables interlocuteurs des activités informelles, assurent leur recensement et leur taxation. Il faut donc reconnaître que les usages et les fonctions auxquels ces espaces étaient au départ destinés sont détournés à d'autres fins, que les municipalités cautionnent en les considérant comme source de rentabilité pour leur caisse laissant croire que ces occupations sont officielles.

Connectées à des réseaux multiples, les activités commerciales de rue ont besoin de cette fonction circulatoire qu'elles utilisent, alors que la fluidité des trafics est une des conditions de l'accessibilité de leur commerce et donc de la rentabilité de

leur investissement, ces activités sont souvent présentées, et apparaissent parfois, comme étant dans les rues une des principales sources d'encombrement. Si les entrepreneurs commerciaux informels choisissent les rues comme territoire entrepreneurial, qu'ils y restent ou qu'ils y reviennent malgré toutes les difficultés et tracasseries, c'est bien parce qu'elles sont particulièrement rentables.



*A/ marché de bantahi*



*B/ marché bamyanga*

*Clichés : kansemdi 22/08/2017*

**Planche Photographique 3. Paysage commercial à Ngaoundéré**

*Deux grands groupes de produits sont écoulés dans ces espaces : les produits manufacturés, neufs ou de seconde main, importés ou localement fabriqués et les produits vivriers. Parmi les produits manufacturés fréquemment rencontrés, ce sont les ustensiles de cuisine, les habits et les chaussures de seconde main ou de première main chinoise, essentiellement des emplois jetables, les produits de beauté, les médicaments, vendus dans un contexte d'insalubrité marqué par des odeurs fortes des poubelles non vidées ou des agrumes pourries.*

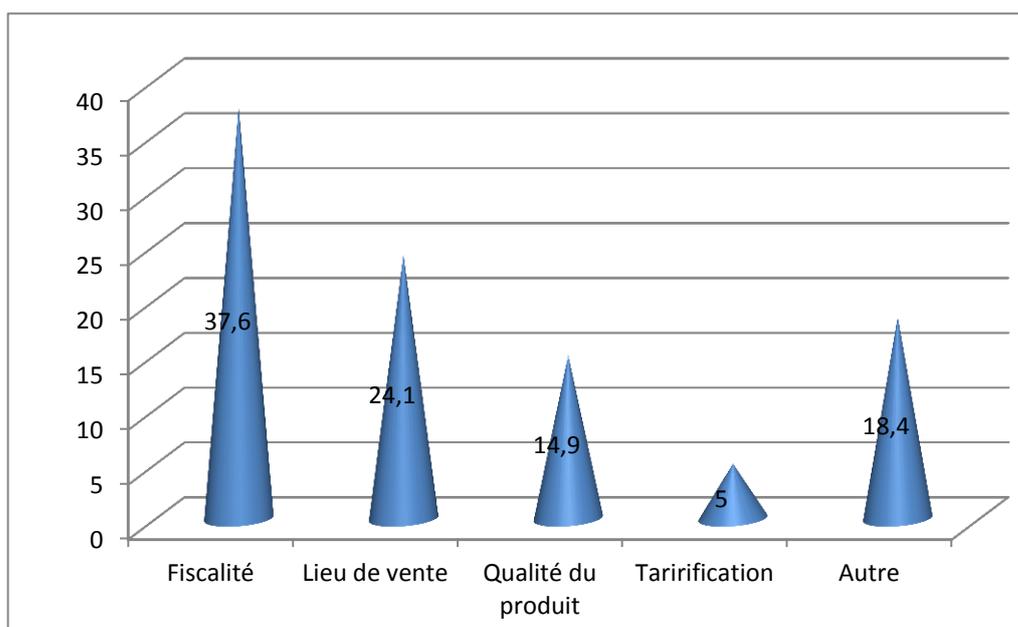
**Tableau 13.** Répartition des enquêtés selon le type d'occupation

Type d'occupation	masculin		féminin		total	
	eff	%	eff	%	eff	%
Mairie	11	8.14	6	4.45	17	12.59
L'aval du propriétaire	46	34.07	26	26.74	82	60.74
Occupation spontanée	24	17.77	12	8.89	36	26.66

Source : les données de l'enquête 2017

Il est très important de voir qu'une opération de déguerpissement faite a un effet immédiat mais pas à long terme puisqu'on voit les occupants y reviennent tôt ou tard. Seulement 22,7 % estiment qu'il faut l'interdiction à l'utilisation des trottoirs comme points de vente. Pour mieux s'exprimer, une prise de conscience des populations est souhaitable et ceci à partir des sensibilisations adéquates et d'encadrement des acteurs 24,8 %. Ceci ne signifie nullement pas que les occupants se livrent volontairement à l'occupation des trottoirs mais à cause de la situation économique.

La nature de relation entre les municipalités et les acteurs du commerce de rue sont relatifs à la fiscalité (37,6%), au lieu d'exercice de l'activité (24,1%), à la qualité des produits vendus/utilisés (14,9%) et à la tarification (5,0%) (Figure 18). Le phénomène est plus accentué dans les marchés officiels.



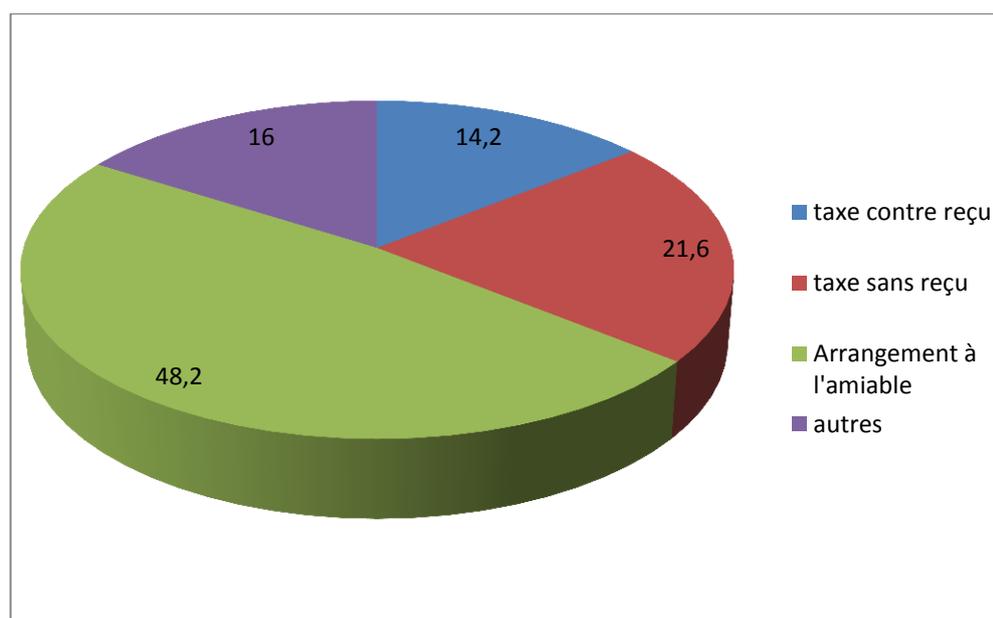
Source : données de l'enquête

**Figure 18.** Nature de relation entre les municipalités et les acteurs

#### **4.1.2. RECOUVREMENT COMMUNAL ET EVALUATION DU COMMERCE DE RUE**

Les autorités déplorent la perte fiscale de ces milliers d'ambulants non taxés. Si les commerçants enregistrés payent la taxe mensuelle sur les marchés, de nombreux petits vendeurs paupérisés n'en ont pas besoin ou les moyens : ils préfèrent dès lors installer un étal provisoire dans les rues voisines afin de profiter de la clientèle des marchés. La question de l'usage commercial de la rue n'a plus cessé dès lors de se poser aux autorités comme en témoigne la continuité des pratiques et de certaines réglementations depuis plusieurs décennies.

Le paiement des taxes se fait généralement contre reçu (14,2%), sans reçu (21,6%), l'arrangement à l'amiable (48,2%) (Figure 19). Par ailleurs, le paiement par l'arrangement à l'amiable est plus répandu. Le montant des coûts de règlements à l'amiable rapporté à la valeur ajoutée des vendeurs concernés est très élevé. Ce ratio donne une idée du manque à gagner du fait de la corruption dans le commerce de rue du fait du non-respect de la réglementation en vigueur. Le montant des règlements par les taxes représente (21,6%) de la valeur ajoutée du secteur du commerce informel.



Source : données de l'enquête

**Figure 19.** Mode de paiement des taxes communales

Un commerçant de rue affirme<sup>16</sup> : «Dès que la police municipale vous prend avec votre marchandise, vous devez payer au minimum 5 000 F CFA pour sortir de la cellule sans votre marchandise. Et si vous voulez absolument la récupérer, il faut l'acheter ». Tout ceci sans reçu, ajoute-t-il.

**Tableau 14.** Type de commerce et paiement de la taxecommunale

variable	Type de commerce		Paiement de taxe communale	
	eff	%	eff	%
mixte	65	47,8	12	9,3
sédentaire	41	30,6	26	19,1
ambulant	29	21,6	3	2,3

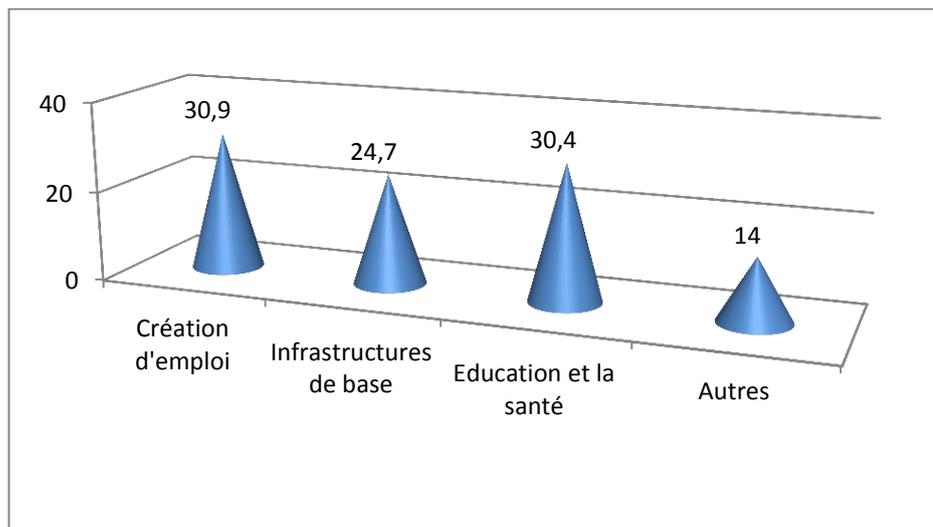
Source : données de l'enquête 2017

<sup>16</sup> Propos de Issa zélé lors d'une enquête ouverte au petit marché le 10/07/17.

### 4.1.3. FISCALITE DANS LE COMMERCE DE RUE

La valeur ajoutée qui se définit comme la différence entre la production et la consommation intermédiaire permet de mieux apprécier la contribution du commerce de rue à l'économie en termes de création de richesse. Selon l'INS Le secteur de l'industrie cumule 36,2% de la valeur ajoutée, le commerce 33,0% et les services 30,8%. De même, dans le secteur du commerce, le commerce de détail représente 68,2% de la valeur ajoutée de ce secteur, soit 22,5% de celle du secteur informel (figure 20). Suivant le milieu de résidence, en dépit de la répartition presque égalitaire des sites des marchés officiels dans la ville, la contribution du milieu urbain à chacun de ces agrégats économiques est plus importante que celle du milieu rural.

Lors de la collecte de données, il a été demandé aux enquêtés de se prononcer sur la mise en place d'une taxe unique pour le commerce de rue. La réaction de ces vendeurs, par rapport à l'adoption d'une telle taxe est mitigée.



Source : données de l'enquête 2017

**Figure 20.** L'utilité des taxes communales

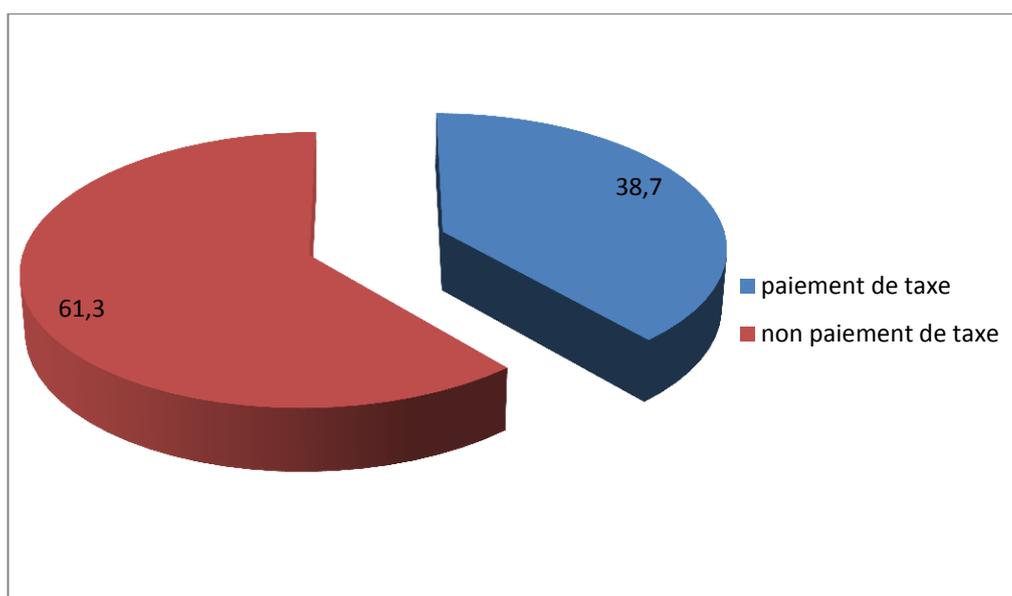
En effet, 35,3% d'entre eux sont pour, 38,8% contre et 25,9% indécis. Indépendamment de l'avis sur l'instauration de la taxe unique, il a été demandé également à ces vendeurs de se prononcer sur la périodicité de paiement de cette taxe. La majorité des vendeurs soit 61,3% se déclarent favorables à la périodicité hebdomadaire. Cette option semble plus crédible au regard des caractéristiques du

commerce de rue (saisonnalité des activités, mobilité des acteurs, localisation difficile, facilité d'entrée/sortie, non enregistrement).

S'agissant de la destination que devrait prendre l'impôt unique, une majorité relative des vendeurs se sont prononcés pour la communauté urbaine. Quant à l'utilisation de cette taxe unique, 30,9% des vendeurs souhaitent que celle-ci soit utilisée prioritairement pour la création des emplois, 30,4% aux dépenses d'éducation et de santé, 24,7% à l'investissement pour les infrastructures (routes, marchés, etc.). L'idée d'utiliser la taxe unique pour créer des emplois est relativement plus répandue chez les plus jeunes (figure 20).

#### 4.1.4. CONTRIBUTION DU COMMERCE DE RUE DANS L'ASSIETTE FISCALE DES COLLECTIVITES

La fiscalité d'une municipalité s'apprécie par rapport aux activités qui y sont menées, l'affluence des usagers, la qualité et l'importance des échanges qui y sont opérés. Ceci est d'autant important qu'il pourrait permettre d'apprécier à travers les entrées de devises, le pouvoir d'achat de la population et l'incidence économique du commerce de rue aussi bien au niveau des commerçant qu'à celui des structures dirigeante du marché et partant sa contribution au développement socio-économique local.

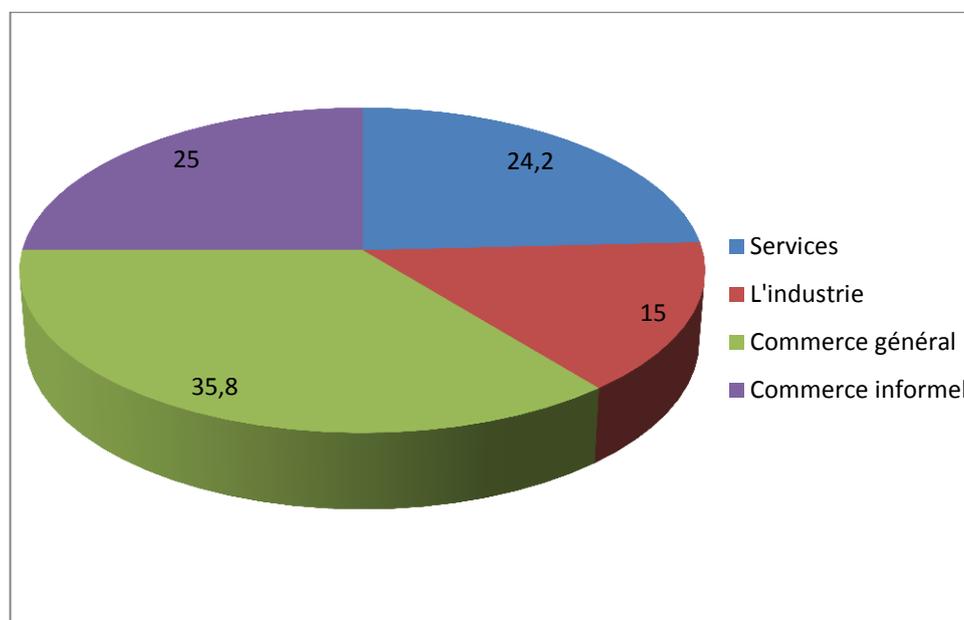


Source : enquête de terrain

**Figure 21.** Du paiement de la taxe communale

Quoique le commerce de rue soit constructeur, il est également paradoxal. Ainsi, plus de 70 des acteurs ne paie pas d'impôt ni de patente communale, pour cela, l'assiette fiscale diminue et donc, avec elle, la puissance publique. Mais si l'assiette fiscale diminue, le développement d'activités informelles est favorisé car il y a moins d'emplois dans le secteur public.

Considérant les impôts mensuellement versés, l'on peut noter que la contribution du commerce de rue à l'économie est appréciable. Par mois, la commune de Ngaoundéré I enregistre en moyenne huit millions<sup>17</sup> de FCFA de taxe provenant du commerce collectées par le biais des patentes de 100 FCFA/jour et par individu. Les vendeurs de rue contribuent approximativement à hauteur de 25% du montant mensuel des impôts payés. La CUN déclare que plus de la moitié (60,8%) du montant total des impôts payés provient du secteur du commerce général, 24,2% des services et 15,0% de l'industrie (figure 22). Le taux de valeur ajoutée, qui est le rapport de la valeur ajoutée à la production, permet de mesurer la performance des commerçants en matière de création de richesse. Au niveau national, ce taux est de 48,4% pour le secteur informel suivant la branche d'activité, le commerce de détail (72,6%) et celui de gros (72,4%) sont les plus performants en matière de création de richesse.



Source : INS 2011

**Figure 22.** Part de recouvrement de la taxe communale 2011

<sup>17</sup> Commune de Ngaoundéré I

## 4.2. INTERET DU COMMERCE DE RUE

### 4.2.1. L'EPANOUISSEMENT DES ACTEURS

Même si tout prouve que les rues sont pour faciliter la circulation des piétons, ils ont d'autres usages qu'en font les populations toujours croissantes. Faute de pouvoir trouver quoi faire et ceci malgré pour certain avec même une qualification requise et adéquate, chacun se « débrouille ». C'est dans cette débrouillardise que la plupart se retrouve attendant une meilleure situation qui ne vient jamais. On se contente ainsi du peu qu'on gagne. Les rues « lieu de prédilection d'exercice d'activités » de survie pour tous ces acteurs, font vraiment vivre (planche photographique 4) et réduisent ainsi le taux de chômage si on peut le dire 78,3 % des enquêtés vivent totalement des activités exercées sur les lieux et 21,97 % ont d'autres activités complémentaires.

Il faut donc retenir que la plupart ne vit que de ce qu'ils font comme activité sur les rues.

« *Toute ma personnalité, c'est à partir de la rue* »<sup>18</sup> laisse entendre un enquêté qui a fait plus de 15ans dans le commerce de rues.

---

<sup>18</sup> Propos de SODJE vendeur de friperies au marché de Banthai



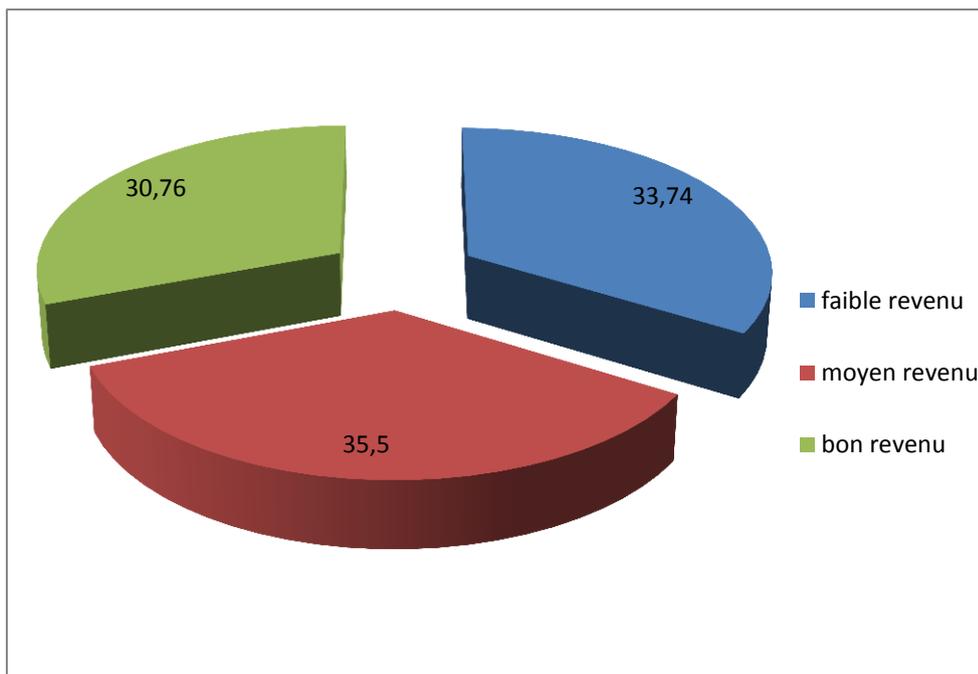
A. (Carrefour tissu) X. 7.3263 Y. 13.5827



B. (Marché de Dang) X. 7.2538 2538 Y. 13.3322 Cliché kansemi 02/08/2017

#### Planche Photographique 4. Les rues qui font vivre

Le revenu est donc ce qui leur permet de dire leur satisfaction même s'ils ne gagnent pas assez, 35,5 % ont un revenu compris entre 1 000- 5000 et 30,76 % ont un revenu compris entre 5 000- et plus).



Source : enquête de terrain 2017

**Figure 23.** Revenus journalier des acteurs

Les revenus qu'ils en tirent permettent à certains de subvenir à tous leurs besoins essentiels comme on peut le constater à travers l'analyse de leur satisfaction. Pour améliorer leurs revenus, ils ont recours à diversifier leurs activités génératrices de revenus.

Un marché est avant tout un équipement collectif, lieu de prédilection des échanges commerciaux. En tant que tel, il favorise par là même le brassage entre les peuples et l'accumulation de richesses qui apparaît d'ailleurs comme la fonction originelle du commerce. Avec le chômage des jeunes, le virus du commerce semble avoir atteint une grande partie de la population.

Aujourd'hui, le nombre de commerçant de rue à Ngaoundéré va grandissant. Ce phénomène s'explique par l'afflux massif des petits et moyens détaillants installés sur les étals de façon spontanée. Leur nombre est difficile à contrôler en raison d'abord de leur trop grande mobilité et ensuite en fonction des saisons et de la nature des produits. La valeur ajoutée du commerce de rue est inégalement générée par les deux secteurs : sédentaire (71,6%) et le commerce ambulancier (11,1%).

On note également que la perméabilité des frontières favorise l'importation clandestine des produits manufacturés, ce qui contribue largement à renforcer le développement des circuits informels d'échanges.

Les types de produits dominants varient en fonction des événements pour les produits manufacturés et des saisons pour les produits vivriers. En période de fêtes de fin d'année (décembre et janvier) par exemple, ces rues sont bondées des jouets qui sont remplacés par les fournitures scolaires en période de rentrée scolaires (août et septembre) (Photographie 9). En période des mangues, des ananas ou des oranges, ce sont ces produits, dont certains viennent du Nigéria voisin, qui encombrent les rues. On y trouve aussi des pommes importées d'Europe ou d'Afrique du Sud.



X : 7.3201 Y : 13.5752 Cliché : kansendi 18/08/2017

**Photographie 8.** Commerce de rue au carrefour 140

*« Les produits sont disposés sur le trottoir à même le sol »*

#### **4.2.2. COMMERCE DE RUE COMME ECOLE DE COMMERCE**

Les commerçants de rue apprennent leurs activités par la pratique. La rue est devenue pour eux une école de commerce où ils apprennent les rouages du négoce, de vente et d'achat, s'ils ne sont pas ruinés par la police municipale. Plusieurs diplômés après une quelconque formation se retrouvent à ne rien faire, leur formation n'ayant pas intégrée l'option professionnalisante et de création d'emploi en relation

avec l'instruction obtenue. C'est ainsi qu'il se retrouve, par obligation de survie, dans les espaces commerciaux de rue qui sont, pour eux, des «Ecoles de commerce» aux cycles complets (Tchotsoua, op. cit.). Certains propriétaires de grandes quincailleries au Cameroun de nos jours soit 38% dans notre étude ont commencés avec un Porte tout au bord de la route. Ils le disent fièrement à qui veut les écouter et surtout à leurs progénitures.

### **4.3. NECESSITE DU COMMERCE DE RUE**

Productive et facteur de redistribution, le commerce de rue a un rôle de première importance quant au maintien de l'équilibre du système social des centres urbains. Elle a des conséquences positives en termes d'intégration économique, de cohésion et de régulation sociale. Nous ne saurions longtemps ignorer la multitude de ces petits métiers qui, dans un environnement urbain, offrent des biens et des services peu coûteux et adaptés aux réalités socio-économiques et aux besoins des populations. Ils sont essentiels pour susciter la richesse individuelle et collective des acteurs. L'activité commerciale permet de réaliser des revenus substantiels, de créer des emplois, de régler quelques problèmes de chômage. Elles contribuent aussi aux efforts de développement endogènes.

Dès 1972, le rapport du Bureau international du travail (B.I.T) portant sur la situation de l'emploi urbain, dans le cadre du « Programme mondial de l'emploi » lancé en 1969, nomme une réalité qui ne cesse de susciter de l'intérêt de la part des experts en développement. Le concept d'économie informelle prend naissance. Il englobe des travailleurs pauvres, exerçant un travail pénible, mais dont les activités économiques ne sont ni reconnues, ni enregistrées, ni protégées, ni réglementées par les pouvoirs publics (B.I.T, 2000.) le commerce de rue est alors « une façon de faire les choses » caractérisée par : une facilité d'entrée, un recours aux ressources locales, une appropriation familiale des ressources, une production à petite échelle, une technologie adaptée et une main-d'œuvre importante, dans un marché de concurrence sans réglementation. Où les acteurs trouvent leur compte pour mieux gagner leur vie.

### **4.3.1. PROCESSUS DE CREATION D'EMPLOIS ET DE RICHESSE**

L'étude du commerce urbain, est étroitement liée aux capacités productives des populations. Capacités qui déterminent les revenus des populations, il s'agit en occurrence de la situation de travail des populations.

La tendance à la hausse du commerce de rue est une réalité nouvelle, car pendant les années de forte croissance économique ce secteur était inexistant. La situation macroéconomique du Cameroun boostée par les exportations de matières premières et la découverte du pétrole dans les années 1970, va permettre à l'Etat de fonder son modèle de développement sur trois axes, à savoir : le développement de grosses unités de production industrielles publiques et semi-publiques, des stratégies d'investissement très capitalistiques, et des transferts d'équipements et de technologies sophistiquées généralement livrés clés en main Njike Njikam (op. cit.). Ce programme va créer inévitablement de nombreux emplois, essentiellement dans le secteur public. Il portait déjà en lui les germes de sa chute précoce, car le transfert véritable de compétences techniques indispensables à assurer la survie des réalisations faites n'a pas suivi, et le secteur privé n'a pas été encouragé.

La crise économique des années 1985, va stopper les programmes ambitieux de développement du Cameroun, et asphyxier le secteur privé naissant. On va assister à un gel des recrutements à la fonction publique et à des licenciements massifs.

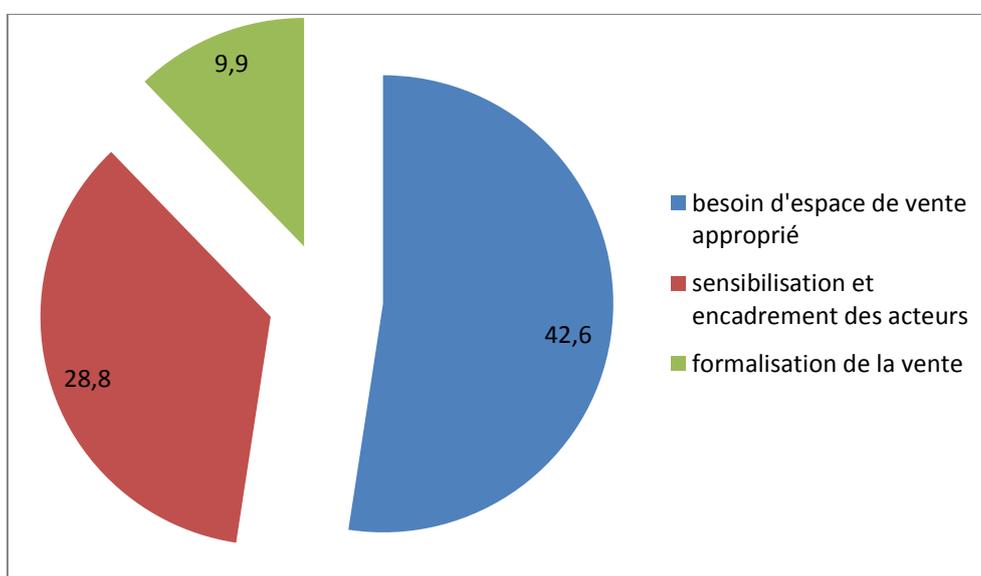
Cette récession économique qui s'est répercutée sur l'emploi par des licenciements massifs et des réductions considérables des salaires, a eu comme conséquence un enlèvement des populations dans l'auto emploi ou pour certain le commerce de rue et le seul moyen de s'épanouir et de s'intégrer dans un système économique local.

### **4.3.2. SUIVI DES ACTIVITES ET ENCADREMENT DES ACTEURS**

Favoriser la formation des commerçants, pour les aider à améliorer leur offre et leur service, les tenir informés des nouvelles tendances du marché et encourager le maillage et la solidarité entre eux. Réaliser un répertoire des entreprises locales, pour assurer une bonne connaissance de l'offre locale de produits et de services tant auprès

des résidents que des gens d'affaires. Les espaces de commerce de rue sont une source de conflits d'usages, de problèmes de sécurité qui ne peuvent être facilement résolus, mais aussi et surtout espace de fabrication des opérateurs économiques dont certains font, aujourd'hui, la fierté du Cameroun.

Si le commerce de rue a attiré tant d'attention, c'est qu'il est un enjeu de taille, spécialement dans le champ des études du développement. En effet, dans la plus part des pays en développement, le commerce occupe la majorité des actifs et représente souvent une part non négligeable du PIB. S'il est tantôt vu comme une explication du sous-développement ou au contraire comme la solution à la lutte contre la pauvreté, le commerce de rue semble en tous cas au centre des préoccupations.



Source : les données de l'enquête 2017

**Figure 24.** Motivation des enquêtés dans le commerce de rue

La lecture de la Figure 24 montre que 42,6 % des enquêtés attendent que la municipalité construise des points de vente. 24,8 % considèrent qu'il faut une sensibilisation de la population et un encadrement des acteurs sur les opportunités liées à l'occupation des trottoirs pour une prise de conscience. D'autres plutôt 9,9 % préconisent la formalisation de la vente.

### 4.3.3. AVANTAGES DU COMMERCE DE RUE

Pour ceux qui sont actifs dans le commerce de rue, les désavantages de ce secteur sont le manque de protection sociale, le manque de droits et de garanties juridiques, le manque de sécurité et les conditions de travail difficiles, le faible revenu, etc. Ces éléments ont également été avancés pour justifier les politiques de fonctionnement du commerce de rue.

Pour rendre le commerce de rue plus rentable pour le développement local il faut, Faire la promotion des savoir-faire locaux, pour valoriser l'identité locale et la qualité des produits et services offerts. Assurer une relation étroite entre les municipalités et les acteurs, pour prendre en considération les démarches que les municipalités peuvent réaliser afin de soutenir les initiatives des vendeurs.

**Tableau 15.** Avantage du commerce de rue pour les acteurs

<b>Avantage</b>	<b>Désavantage</b>
Facilité d'entrer	Aucune protection juridique
Peu de contraintes administratives	Aucune protection sociale Etatique
Charge fixes limitées	Précarité de l'emploi
Solidarité de réseaux familiaux et de connaissances	Accident de circulation

Source : Pascal briod 2011

Le commerce de rue est une mesure de créer des emplois, et même de contribuer au produit intérieur brut, donc au revenu local, les activités informelles deviennent la seule alternative pour les chômeurs et pour les nouveaux arrivants dans la ville, il pourvoit à l'essentiel des emplois urbains et assure elle-même la formation.

### 4.4. VERIFICATION DES HYPOTHESES

Pour entreprendre cette recherche, certaines suppositions (hypothèses) ont été émises par anticipation sur les résultats réels révélés par l'enquête proprement dite sur le terrain. Pour appréhender ou expliquer le phénomène du commerce de rue, certains

éléments clefs (les variables) ont été retenus. Au vu des résultats obtenus et analysés, il convient de faire le point. Cette section a donc pour but de confronter le réel (données du terrain) aux suppositions (hypothèses et variables) et d'en tirer une conclusion quant à la concordance entre ces suppositions et la réalité du terrain.

Ainsi, à travers l'analyse des résultats, l'hypothèse secondaire 1 est vérifiée.

En effet les enquêtés affirment que le commerce de rue s'identifie par le caractère mobile et saisonnier des vendeurs.

De même l'hypothèse secondaire 2 se trouve aussi vérifiée : le caractère mobile de la transaction et l'occupation des rues sont les stratégies de vente adoptées par les acteurs.

Par contre l'hypothèse secondaire 3 se trouve en partie vérifiée puisque L'apport économique du commerce de rue contribue à l'amélioration des conditions de vie des acteurs et au développement des collectivités. Mais la corruption dans la gestion des taxes communales ne permet pas l'épanouissement de ces collectivités.

Quant à l'hypothèse générale, elle se trouve confirmée par l'ensemble des aspects des résultats de l'enquête et des réalités du terrain : le commerce de rue contribue au développement économique des vendeurs de rue et à celle des collectivités locales par l'évaluation de l'apport économique des produits vendus

Par ailleurs, les variables retenues pour les besoins de cette recherche sont en adéquation avec les hypothèses.

## **4.5. SUGGESTIONS**

Une organisation des vendeurs autour d'associations de défense de leurs droits qui soient crédibles et performantes dans leur capacité de dialogue. Un changement des modes d'intervention de l'État dans une optique d'accroissement, de concertation et de dialogue constants. Des modes de gouvernance à l'œuvre autour des marchés officielles à Ngaoundéré devraient être déjà revus et s'orienter vers une gouvernance plus inclusive. Pour que s'établisse un partenariat fructueux entre le gouvernement local et les acteurs du commerce informel, il est à recommander:

#### **4.5.1. L'ETAT**

- L'Etat devrait mettre en place un observatoire pour le suivi du comportement économique des acteurs concernés
- créer une structure publique de financement des micros projets (de type banque populaire, caisse populaire, etc.) et ce suivant un partenariat Etat - secteur privé ;
- créer et mettre en place une structure de sécurité sociale pour les acteurs du secteur informel

#### **4.5.2. AUX COLLECTIVITES LOCALES**

- Les collectivités devraient mettre en place un système d'enregistrement en vue de faciliter le suivi statistique de ce secteur ;
- mettre en place des mécanismes pour encadrer les acteurs
- accélérer la mise en place d'une taxe unique dont le montant et les modalités de paiement prennent en compte le niveau de revenu des acteurs ;
- promouvoir l'aménagement des sites adaptés aux activités dans la ville en vue de réduire les conflits liés aux locaux.

#### **4.5.3. AUX COMMERÇANTS**

- regrouper les vendeurs en coopération pour leur permettre d'améliorer leurs performances économiques et leurs capacités de dialogue;
- montrer l'importance de la contribution de l'impôt et autres taxes au développement local et national ;
- faire connaître aux acteurs que le paiement d'une taxe à la commune se fait impérativement contre reçu.

Ce secteur d'auto emploi qu'est la rue permet néanmoins malgré les problèmes qu'il pose, de réduire le chômage et la pauvreté.

## CONCLUSION

Il ressort des résultats qu'en dépit du fait que le commerce de rue soit un refuge pour la plupart des actifs qui n'ont pas pu obtenir un emploi, la croyance au caractère non obligatoire de la déclaration de l'activité et de l'ignorance, le refus de payer l'impôt et de se faire enregistrer. Nonobstant la répulsion constatée quant au paiement de l'impôt, les acteurs souhaitent dans leur majorité l'instauration d'une taxe unique pour le commerce informel et que celle-ci serve prioritairement à la création des emplois et soit mis à la disposition des communes.

# **CONCLUSION GENERALE**

## CONCLUSION GENERALE

Si globalement le constat d'une rue investie par une multitude d'acteurs peut être partagé par tout un chacun, les deux visions opposées de Ngaoundéré et au-delà de la ville en Afrique ne paraissent guère pertinentes. Qu'elle soit imaginée, ordonnée par les municipalités, la ville associe deux approches antagonistes qui ne paraissent pas compatibles avec une analyse historique et politique de la rue. La rue est tout à la fois partagée et disputée. Elle est un espace négocié: les emplacements limitrophes des habitations et boutiques sont loués, la colonisation des espaces vacants ou classés dangereux est objet de discussions permanentes et des accords informels entre une multitude d'acteurs privés et publics. Pour cette même raison, la rue est aussi un espace disputé entre une portion croissante de la population qui vit au quotidien et des pouvoirs locaux qui interviennent ponctuellement pour (r)établir un ordre urbain dont les contours fluctuent. Ce conflit est à la fois très prégnant dans les esprits. Elle est pourtant centrale dans la compréhension de la ville en Afrique et partout ailleurs.

Le commerce de rue répond, pour la population, à une stratégie de survie. Il est en mesure de créer des emplois, et même de contribuer au produit intérieur brut, donc au revenu national. Les activités informelles deviennent la seule alternative pour les chômeurs et pour les nouveaux arrivants dans la ville. En dépit du fait que le commerce de rue ne peut être comptabilisé, il peut sortir les populations en situation de crise, il pourvoit à l'essentiel de l'activité urbaine et assure elle-même la formation.

L'occupation des rues par les activités commerciale est d'ordre entrepreneurial. Elle associe la nécessité de survie à la nécessité de visibilité que toute activité marchande se doit d'avoir aux différentes stratégies que les entrepreneurs informels développent pour se rapprocher au plus près de leurs clientèles potentielles.

Dans notre recherche, il était question de voir dans quelle mesure le commerce de rue peut-il contribuer au développement économique des collectivités locales.

La collecte des données primaires et secondaires, leur analyse ont permis de constater que le commerce de rue contribue au développement économique des vendeurs de rue et à celle des collectivités locales par l'évaluation de l'apport économique des produits vendus.

Si l'on estime à des milliers ces camerounais ainsi jetés en pâture au désœuvrement, cela va sans compter ces enfants, épouses et autres membres de la famille et/ou connaissances qui ne vivent que du fruit de ces petites activités et autre petit commerce qui ont cours aux trottoirs qui est incontestablement un repère économique. Si les pouvoirs publics n'ont pas pu trouver une issue professionnelle à ces jeunes souvent diplômés, ils auraient mieux fait d'encadrer au moins cette auto-emploi dans lequel ils se sont au moins réfugiés après de brillantes études pour un bon nombre d'entre eux.

À partir de la perception que partagent les vendeurs de rue, de leur initiative, j'ouvrirai finalement quelques pistes de réflexion visant à approfondir la réflexion sur la réinsertion globale et sociale, à la fois technique et entrepreneuriale, comme étape préalable et indispensable à toute action pertinente dans ce secteur.

Certes qu'il serait difficile à l'autorité de l'encourager, il faudrait l'encadrer pour éviter les dérapages. Le modèle répressif est à cet effet à revoir car du moins dans tous les cas les déguerpis ne mettront pas assez de temps pour réoccuper les lieux. Il faut une refonte des perceptions et des approches d'organisation et de gestion de ces espaces afin que les activités informelles, longtemps vues comme un obstacle au développement urbain (Talagrand, 2015) puissent réellement participer au développement et que le pays puisse tirer profit de ces jeunes entrepreneurs économiques.

Les questions des espaces et du commerce de rue sont d'autant plus importantes à cerner qu'elles ne traduisent plus simplement une opposition commerces-circulations, mais aussi exigent une élaboration d'un meilleur système de fonctionnement du commerce de rue dont on ne peut éradiquer, et qui plus est, en quelque sorte, une «Ecole de Commerce» pour bien de jeunes.

Les villes ont aujourd'hui un destin commun du fait de leur interdépendance. La crise urbaine à laquelle elles sont confrontées mérite une réponse ferme qui doit se traduire dans des actes concrets et non plus dans des discours. Il convient de dépasser les intérêts personnels de tout citoyen empreint d'hégémonie, de domination économique et sociale pour agir de façon solidaire afin de construire un modèle de ville où tout serait planifié, organisé et mieux géré.

## BIBLIOGRAPHIE

- Abrams**, 1980. *Une approche sociologique de la construction sociale de la responsabilité sociale des entreprises : une proposition de recherche*. L'organisation responsable Vol 2
- Adair P.**, 2009. *Économie non observée et emploi informel dans les pays de l'Union Européenne une comparaison des estimations et des déterminants*. Revue Economique, p.1117-1153.
- Bautès N.**, 2008. *Modalidades de visibilidade e contradições de uma politica de requalificação urbana na favela Morro da Providência*. In M. Valenca (dir.), Globalização e marginalidade, Natal, Ed. UFRN. UGI
- Bautès N., Reginensi C.**, 2008. *La marge dans la métropole de Rio de Janeiro : de l'expression du désordre à la mobilisation de ressources*. Autrepart (n° 47), p. 149-168.
- Berry**, 1974. *Géographie des marchés et du commerce en détail*. Ed Armand Colin, coll. V2 Paris,
- Bertoncello B., Bredeloup S.**, 2002. *La privatisation des marchés urbains à Abidjan: une affaire en or pour quelques-uns seulement*. Autrepart, n°21, pp. 83-100.
- BIT**, 2000. *Emploi et protection sociale dans le secteur informel. Activités de l'OIT concernant le secteur informel urbain : évaluation thématique*, Rapport de la Commission de l'emploi et de la politique sociale à la 277e session du Conseil d'administration du Bureau International du Travail, Genève, mars 2000, 34 p.
- Boutrais J.**, 2003. *Les conditions naturelles de l'élevage sur le plateau de l'Adamaoua (Cameroun)*. Cah. ORSTOM, vol. XI, 54p.
- Briod P.**, 2011. *Les déficiences du secteur formel camerounais*. Institut des Hautes Etudes Internationales et du Développement, Genève, 19p.
- Brunet R.**, 1993. *Les mots de la géographie dictionnaire critique*. 3ème édition, collection Dynamiques du territoire. Edition Reclus, 518p.
- Coquery M.**, 1991. *Secteur informel et production de l'espace urbanisé en Afrique*. Eds Tiers-Mondes: l'informel en question? Paris: L'Harmattan, p. 197-213.

- Cosinschi, Jaba E., 1998.** *Dynamique de la structure économique en Roumanie et l'impact sur le marché du travail.* Economie regionale et urbaine.
- CROSS J. C., 1998.** *Informal Politics: Street Vendors and the State in Mexico City,* Stanford University Press.
- De Soto H., 1994.** *L'autre sentier : la révolution informelle dans le Tiers-Monde.* La Découverte, Paris,
- Decoudras P.-M., Lenoble-Bart A., 1996.** *Du côté de la rue.* Politique Africaine, n°63, Paris, p. 3-78.
- Desse R.-P., 2001.** *Le nouveau commerce urbain: dynamiques spatiales et stratégies des Acteurs,* coll. Espace et territoires, Rennes, 198 p.
- Desse R.-P., 2016.** *Mutation de l'espace marchand.* Presses universitaires de Rennes, 19p.
- Djadé K., 2011.** *L'économie informelle en Afrique subsaharienne.* Paris: L'Harmattan.
- Dubresson A., Jaglin S., 2002.** La gouvernance urbaine en Afrique subsaharienne: pour une géographie de la régulation. In : *Historiens et Géographes, n°379,* p. 161-169.
- Durkheim E., 1974.** *Les règles de la méthode sociologique.* PUF, Paris.
- Fontaine L., Weber F., 2011.** *Les paradoxes de l'économie informelle, à qui profitent les règles?* Ed Karthala Paris,
- Fourchard L., 2003.** *Le contrôle de la rue dans les villes d'AOF et du Nigeria,* Ibadan IFRA, 1 01 -1 1 8 pp.
- Fourchard L., 2007.** *Les rues de Lagos : espaces disputés/espaces partagés,* p. 62-72.
- Fourchard L., 2012.** « Enfants en danger » et « enfants dangereux ». Expertises et Différenciation raciale en Afrique du Sud, p. 177-199.
- Gandy M., 2005.** *Learning from Lagos.* New Left Review, 33, May June, p. 36-52.
- Garner A. C., 2003.** *Marges et confins, Borderlines and Borderlands.* Confluences XXIV, Centre de Recherche Espaces/Écritures.

- Gasnier A., Lemarchand N.**, 2014. *Le commerce dans ses états, espaces marchands et enjeux de société*. Presses universitaires de Rennes, coll. « Espace et territoires », Rennes, 360p.
- Gonota B.**, 2010. *Impossible développemnr agricole en republique*. In les cahiers d'outre mer, n° 272
- Grafmeyer Y.**, 2004. *Sociologie urbaine*. Nathan Université, Collection Sociologie.
- Granovetter M.**, 2000. *Le marché autrement. Les réseaux dans l'économie*, Paris, Desclée de Brouwer.
- Hatzfeld M., Ringart N.**, 1998. *Quand la marge est créatrice. Les interstices urbains initiateurs d'emploi*. Éditions de l'Aube, série Sociétés, Paris, 160 p.
- Janin P.**, 2001. *Une géographie sociale de la rue africaine*. Politique africaine, Bouaké, p. 177-189.
- Kengne F.**, 1991. *Les Petits métiers de rue et l'emploi: le cas de Yaoundé*. SOPECAM, Collection Idées, 163 p.
- Komla Dzidzingo Gbetanou**, 2010. *Le commerce de la rue et l'occupation des espaces publics à Lomé : cas des trottoirs*, Université de Lomé, mémoire de maitrise en sociologie, mémoire online
- Lautier B.**, 2004. *L'économie informelle dans le tiers-monde*. La Découverte, coll. Repères, Paris, 118 p.
- Lawal A.**, 2003. 'Markets and street trading in Lagos'. in S. Salm and T. Falola (eds.), *Nigerian Cities*, Trenton.
- Loi N° 2015/018, du 21 déc 2015 portant organisation de l'activité du commerçant au Cameroun.
- Loi N° 90/031, du 10 aout 1990 regissant l'activité commerciale au Cameroun.
- Maldonado C.**, 2001. *L'économie informelle en Afrique francophone : structure, dynamique et politique*. Genève,
- Mama cissé M.**, 1999. *Etude de la dynamique du marché de parakou et son impact sur le développement à base de la ville*. Mémoire de fin de formation à l'ENA, Université nationale de Benin, 49p

- Marchand F.**, 2005. *La colonie agricole et pénitentiaire de mettry (1839-1937)*. Presse Universitaire de Rennes.
- Marfaing L.**, 2015. *L'avenir du commerce ambulants face aux stratégies d'aménagement de la municipalité*.
- Monnet J.**, 2001. *Vendeurs et clients ambulants : L'ambulantage comme prisme d'observation des mutations urbaines*. Cybergeog. Revue européenne de géographie.
- Monnet J.**, 2006. *Dissociation et imbrication du formel et de l'informel : une matrice coloniale américaine*. Espaces et sociétés, p. 13-29.
- Monnet J.**, 2006. *Le commerce de rue ambulants ou informel et ses rapports avec la Métropolisation : une ébauche de modélisation*, p. 93-109.
- Morelle M.**, 2005. *Jeunes de la rue et culture de rue à Yaoundé (Cameroun)*. Micro-culture, sousculture ou pseudo-culture. Géographie et cultures, n° 55, p. 59-80
- Morelle M.**, 2006. *La rue dans la ville africaine Yaoundé Cameroun et Antananarivo Madagascar*. Armand Colin. Annales de géographie, p. 339 -360.
- Morelle M.**, 2006. *Les enfants des rues, l'État et les ONG : qui produit l'espace urbain ? Les exemples de Yaoundé (Cameroun) et d'Antananarivo (Madagascar)*. Afrique contemporaine, n° 217, p. 217-229.
- Morelle M.**, 2006. *Marges au cœur de la ville*. Revue Tiers Monde, Armand Colin, n° 185, Paris, 240 p.
- Morelle M.**, 2008. *Les enfants de la rue à Yaoundé (Cameroun) et Antananarivo (Madagascar)* p. 43-57.
- Moretti G. P.**, 2005. *De la rue aux galeries commerciales : construction de paysages aux États-Unis, au Canada et en France*. Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Navez-Bouchanine F.**, 2002. *La fragmentation en question : Des villes entre fragmentation spatiale et fragmentation sociale ?* Paris, L'Harmattan.
- Njike Njikam G., Lontchi Tchoffo R., Fotzeu Mouaffo V.**, 2005. *Caractéristiques et déterminants de l'emploi des jeunes au Cameroun*. 91p.
- Quivy R.**, 1995. *Manuel de recherche en sciences sociales*. Dunod, Paris.
- Raffestin C.**, 1980. *Pour une géographie du pouvoir*. LITEC, Paris, 249 p.

- Rahim A., 2011.** *Etalement urbain et évaluation de son impact sur la biodiversité de la reconstitution des trajectoires à la modélisation prospective application à une agglomération de taille moyenne.* Thèse université rennes 2 haute Bretagne, Rennes Métropole, 375 p.
- Rapport du colloque sur le désordre urbain : phénoméologie, gouvernance et perspectives. Université de Ngaoundéré-FSJP, du 15 au 17 mars 2017.
- Rapport plan communal de développement Ngaoundéré I. novembre 2013, 248p.
- Rapport plan communal de développement Ngaoundéré II. novembre 2013, 227p.
- Rapport principal INS-Cameroun 2011, Enquête sur l'Emploi et le Secteur Informel au Cameroun, 82p.
- Rapport principal INS-Cameroun, Conditions de vie des populations et profil de Pauvreté au Cameroun, troisième Enquête camerounaise auprès des ménages 2007, 145p.
- Reginensi C., Cabral Marques Gomes F., 2007.** *Vendeurs ambulants à Rio de Janeiro : expériences citadines et défis des pratiques urbaines.* *Cybergéo*, n °368, 30 p.
- Rodriguez-Torres D., 2003.** *Les jeunes de la rue à Nairobi. D'un problème social ancien à une prise de conscience politique nouvelle.* IRD, CODESRIA, 289 p.
- Rouleau-Berger L., 2005.** *La rue miroir des peurs sociales et des solidarités.* Presses Universitaires du Mirail, Toulouse, p.91-99.
- Santos M., 1975.** *L'espace partagé. Les deux circuits de l'économie urbaine des pays sous-développés.* Éditions M.-Th. Génin, Paris, 405 p.
- Seraphin G., 2000.** *Vivre à Douala. L'imaginaire et l'action dans une ville africaine en crise.* L'Harmattan, Paris, 302 p.
- Stamm C., 2008.** *Commerce de rue et politiques publiques dans les centres historiques, expulsion relocalisation et résistances.* Mexico et Lima, 228p.
- Stébe J-M., Marchal H., 2007.** *La sociologie urbaine.* PUF, Paris.
- Steck J.-F., 2003.** *Territoires de l'informel: les petites activités de rue, le politique et la ville à Abidjan.* Université de Paris X-Nanterre. Thèse de géographie, 534-LXVI, 389p.

- Steck J.-F.**, 2006. La rue africaine, territoire de l'informel ?  
*<http://www.cairn.info/revueflux-2006-4-page-73.htm>. Consulté le 27 mars 2018.*
- Suremain C-E.**, 2006. *Affinité horizontale et stratégies de survie parmi les « enfants de la rue »*. Revue Tiers Monde, Bolivie, p.113-132.
- Talagrand M.**, 2015. *Informel et planification en Afrique*. Éclairages depuis Douala (Cameroun).
- Tchotsoua M.**, 2016. *Rue : espace commercial dans les villes de Bafoussam, Mbouda, Ngaoundéré et Yaoundé* (Cameroun).
- Tchotsoua M., Bonvallet J., Totoum**, 2001. *Pression urbaine et dynamique des paysages sur les mornes de Ngaoundéré* (Cameroun). Talence, DYMSET, CRET, 133-143 pp.
- Touna Mama**, 2008. *L'économie camerounaise pour un nouveau départ*. Afrédit 472p.
- Walther R.**, 2006. *La formation professionnelle en secteur informel. Rapport sur l'enquête de terrain au Cameroun*. Paris: Agence Française de Développement.
- Weber M.**, 1971. *Économie et société*. Plon, Paris, 651 p.

## **ANNEXES**

## ANNEXE 1. LISTE DES TABLEAUX

**Figure 5 .Type de commerce dans la ville**

Variable	%
commerce sédentaire	30,6
commerce ambulant	21,6
commerce mixte	47,8

**Figure 6. Composition de l'économie informelle au Cameroun**

Variable	%
actifs du secteur informel de l'Etat	
actifs du secteur formel de l'Etat	8
actifs du secteur informel non agricole	28,5
actifs du secteur informel agricole	63,5

**Figure 7. Evolution du chômage (15 à 24 ans) au niveau national de 1991 à 2011**

Années	%
1991	10,4
1996	12,7
2001	11,6
2006	6,4
2011	6,4

**Figure 8. L'occupation des trottoirs**

Variable	effectifs
Investir d'avantage	48
Besoin d'un suivi et l'encadrement	28
Besoin du financement	22
abandonner	2

**Figure 9. Diversité géographiques des acteurs**

Adamaoua	22,7
Centre	6,2
Est	6,4
Extrême-nord	18,5
Littoral	2,1
Nord	13,3
Nord-ouest	4,7
Ouest	5,1
Sud	1,3
Sud-ouest	3,8
Etranger	15,9

**Figure 10. Sécurité sur les trottoirs**

<b>Variable</b>	<b>effectifs</b>
être en danger sur les trottoirs	86
être sans danger sur les trottoirs	14

**Figure 12. Temps passé sur les trottoirs**

<b>Variable</b>	<b>effectifs</b>
travail toute la journée	54
travail dans la soirée	35
travail seulement dans l'après midi	8
travail seulement le matin	3

**Figure 13. Evolution dans le commerce de rues**

<b>Variable</b>	<b>Total</b>	<b>Homme</b>	<b>Femme</b>
débutant	42,3	24,1	18,2
[2-5[	31,6	17,5	14,1
[5-10[	17,4	8,2	9,2
[10 et plus [	8,7	4	4,7

**Figure 16. Local de vente**

<b>Variable</b>	<b>%</b>
Pas besoin d'un local	42,5
Plus de facilité sans local	26,1
Pas de moyens pour louer	24,5
Pas trouvé de local disponible	4,3

**Figure 17. Nature de relation entre les municipalités et les acteurs**

<b>variable</b>	<b>%</b>
Fiscalité	37,6
Lieu de vente	24,1
Qualité du produit	14,9
Tarification	5
Autre	18,4

**Figure 18. Mode de paiement des taxes**

<b>variable</b>	<b>%</b>
Taxe contre reçu	14,2
Taxe sans reçu	21,6
Arrangement à l'amiable	48,2
autres	16

**Figure 19. Revenu journalier des enquêtés**

<b>variable</b>	<b>% revenu</b>
faible revenu	33,74
moyen revenu	35,5
bon revenu	30,76

**Figure 20. Du paiement de la taxe communale**

<b>variable</b>	<b>%</b>
paiement de taxe	38,7
non-paiement de taxe	61,3

**Figure 21. Part de recouvrement de taxe communal**

<b>variable</b>	<b>%</b>
Services	24,2
L'industrie	15
Commerce général	35,8
Commerce informel	25

**Figure 22. Motivation des enquêtés**

<b>variable</b>	<b>%</b>
besoin d'espace de vente approprié	42,6
sensibilisation des acteurs	28,8
Formalisation de la vente	9,9

**Figure23. L'utilité des taxes communales**

<b>variable</b>	<b>%</b>
Création d'emploi	30,9
Infrastructures de base	24,7
Education et la santé	30,4
Autres	14

## ANNEXE 2. QUESTIONNAIRE ADRESSE AUX COMMERCANTS DE RUE

Elément constitutif de l'enquête	modalités	autres
<b>INDENTIFICATION DE L'ENQUETE</b>		
Q1-1. Nom de l'enquêté		
Q1-2. sexe	1 : féminin 2 : masculin	
Q1-3. Tranche d'âge	1 : [10-20[ans 2 : [20-30[ans 3 : [30-40[ans 4 : [40-50[ans 5 : [50 ans et plus	
Q1-4. Statut matrimonial	1 : célibataire 2 : marié 3 : divorcé/séparé 4 : veuf/veuve	
Q1-5. Quel est votre localité d'origine ?		
Q1-6. Lieu de résidence permanent	1 : dans le centre-ville 2 : périphérie de la ville 3 : loin de la ville	

<b>PROFIL DE L'ENQUETE</b>		
Q2-1. De quelle nationalité êtes-vous ?	1 : Camerounais 2 : Nigérian 3 : Tchadien 4 : Centrafricain	
Q2-2. Niveau d'étude	1 : primaire 2 : secondaire 3 : universitaire 4 : sans niveau	

Q2-3. Aviez-vous fait une Formation professionnelle ?	1 : oui 2 : non	
Q2-4. Diplôme académique ou professionnel obtenu	1 : CEP 2 : BEPC 3 : BACC 4 : LICENCE	

<b>TYPE ET CATEGORIE D'ACTIVITE</b>		
Q3-1. aviez-vous une activité principale avant le commerce de rue ?	1 : oui 2 : non	
Q3-2. Pour quel raison avez-vous laissé cette activité ?	1 : pas de revenu 2 : difficile à gérer 3 : licenciement	
Q3-3. Quel est la nature du produit vendu ?	1 : produit de seconde main 2 : manufacturés 3 : friperie 4 : agroalimentaire	
Q3-4. Type de commerce de rue actuellement pratiqué	1 : ambulant 2 : sédentaire	
Q3-5. Nombre d'années passées dans l'activité actuelle	1 : députant 2 : [2-5[ans 3 : [5-10[ans 4 : [10ans et plus	
Q3-6. Disposez-vous d'autre activité secondaire ?	1 : oui 2 : non	

<b>FONCTIONNEMENT DES ACTIVITES</b>		
Q4-1. Quel perception faites-vous des marchés de la ville ?	1 : bien organisés 2 : mal structurés 3 : manque d'espace de vente 4 : accès difficile au local de vente agréé	
Q4-2. Y a-t-il augmentation du nombre des vendeurs de la rue dans la ville ?	1 : oui 2 : non	
Q4-3. Y a-t-il conflit ou dispute entre les commerçants à propos de l'espace de vente ?	1 : oui 2 : non	
Q4-4. Quels sont les types de contraintes auxquels vous faites face dans votre espace de vente ?	1 : insécurité sociale 2 : police municipale 3 : accident de circulation 4 : surcharge des espaces publics 5 : contraintes administratif	
Q4-5. Comment appréciez-vous la vente des produits uniquement dans des espaces appropriés ?	1 : pas de client 2 : problème de place de vente 3 : trop de contrôle municipal 4 : coûte trop élevé du local	
Q4-6. A quel moment de la journée vendez-vous vos produits ?	1 : dans la matinée 2 : dans l'après midi 3 : toute la journée 4 : dans la nuit	

<b>ENJEUX ET OPORTUNITES SOCIOECONOMIQUES DU COMMERCE</b>		
Q5-1. En dehors des marchés, quels sont les endroits propices à la vente ?	1 : proximité des marchés 2 : carrefours 3 : trottoirs 4 : agences de voyages	
Q5-2. Quel revenu journalier tirez-vous de cette activité ?	1 : 0001-1000f 2 : 1001 -2000f 3 : 2001-5000f 4 : 5001- et plus	
Q5-3. Faites-vous une épargne individuelle ?	1 : oui 2 : non	
Q5-4. quel serait le devenir de votre activité dans le futur ?	1 : abandonner 2 : développer 3 : Investir d'avantage 4 : nécessite un suivit particulier	

### **ANNEXE 3. GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES SPECIALISTES ET LES PERSONNES RESSOURCES**

Madame, Monsieur, je me nomme KANSEMDI Frédéric, étudiant en Master II en géographie de l'université de Ngaoundéré. Dans ce cadre, j'effectue une recherche en vue de la rédaction d'un mémoire académic. Mon thème de recherche porte sur le processus et l'impact socioéconomique du commerce de rue à Ngaoundéré. Ce guide d'entretien vous est donc administré. Nous vous assurons que les données récoltées ne seront utilisées qu'à des fins académiques et de démonstrations, seront confidentielles et ne pourront en aucun cas vous porter préjudice. Je vous remercie pour votre participation.

1. Comment percevez-vous l'occupation des espaces publics en général ?
2. Et la transformation des trottoirs en lieux de commerce ?
3. Comment réagissez-vous suite aux occupants des rues ?
4. Accordez-vous des autorisations d'occupation des trottoirs aux postulants ?
5. Si oui quelles sont les conditions à remplir ?
6. Que préconisez-vous pour mettre fin à ces transformations des trottoirs en lieux de commerce ?
7. Arrivez-vous à gérer tous les occupants ayant eu des autorisations d'installation ?
8. Quels sont vos perceptions face aux activités commerciales sur les trottoirs ?
9. Quels sont les marchés officiels dans votre circonscription ?
10. Pensez- vous que le commerce de rue peut contribuer au développement ?
11. Si oui comment ?
12. Si non pourquoi ?
13. Comment percevez- vous les taxes dans le commerce de rue ?
14. Quel rapport entretenez- vous avec les vendeurs de rue ?
15. Dans quelle mesure le commerce de rue peut-il contribuer efficacement au développement ?
16. Disposez- vous d'un programme de développement ?
17. Qu'est ce qui et fait à l'endroit des jeunes dans le commerce de rue ?
18. Votre avis personnel par rapport au commerce sur les trottoirs.

Nom de la personne interviewée : \_\_\_\_\_

Fonction de la personne interviewée : \_\_\_\_\_

## **ANNEXE 4. GUIDE D'ENTRETIEN AVEC LES COMMERÇANT GROSISTES DE NGAOUNDERE**

Madame, Monsieur, je me nomme KANSEMDI Frédéric, étudiant en Master II en géographie de l'université de Ngaoundéré. Dans ce cadre, j'effectue une recherche en vue de la rédaction d'un mémoire académique. Mon thème de recherche porte sur le processus et l'impact socioéconomique du commerce de rue à Ngaoundéré. Ce guide d'entretien vous est donc administré. Nous vous assurons que les données récoltées ne seront utilisées qu'à des fins académiques et de démonstrations, seront confidentielles et ne pourront en aucun cas vous porter préjudice. Je vous remercie pour votre participation.

1. Etes- vous le propriétaire de ce magasin ?
2. Depuis quand exercez ce métier ?
3. Comment vous vous êtes trouvé à ce niveau ?
4. Quels sont les obstacles auxquels vous avez eu à surmonter tout au long de votre évolution ?
5. Comment réagissez- vous face à la concurrence dans votre domaine ?
6. Comment concevez- vous l'état du commerce à Ngaoundéré ?
7. Êtes-vous l'initiateur de votre projet ?
8. Si oui comment l'avez- vous développé ?
9. Quelles perceptions faites-vous des jeunes aujourd'hui ?
10. Que suggerez- vous au commerçants de rue aujourd'hui ?
11. Pensez-vous que ces vendeurs peuvent s'en sortir ?
12. Pensez vous que les commerçants de rue nos jours peuvent se développer ?
13. Si oui comment ?
14. Si non pourquoi ?

Nom de la personne interviewée : \_\_\_\_\_

Fonction de la personne interviewée : \_\_\_\_\_

## ANNEXE 5. ATTESTATION DE RECHERCHE

<p>REPUBLIQUE DU CAMEROUN ***** Paix-Travail-Patrie ***** MINISTRE DE L'ENSEIGNEMENT SUPERIEUR ***** UNIVERSITE DE NGAOUNDERE B.P. : 454 Ngaoundéré Tel./Fax : (237) 22252757 Email : rectorat-ngaoundere@yahoo.fr ***** FACULTE DES ARTS LETTRES ET SCIENCES HUMAINES *****</p>		<p>REPUBLIC OF CAMEROON ***** Peace-Work-Fatherland ***** MINISTRY OF HIGHER EDUCATION ***** THE UNIVERSITY OF NGAOUNDERE P.O. Box: 454 Ngaoundéré Tel./Fax : (237) 22252757 Email: rectorat-ngaoundere@yahoo.fr ***** FACULTY OF ARTS LETTERS AND SOCIAL SCIENCES *****</p>
<p>N° / /UN/FALSH/CNG</p>		
<p>Le Vice-Doyen chargé de la Recherche et de la Coopération <i>The Vice-Dean in charge of Research and Cooperation</i></p>		
<p>Ngaoundéré, le .. 09 .. MAY .. 2017</p>		
<p><b>ATTESTATION DE RECHERCHE</b></p>		
<p>Le Vice-Doyen chargé de la Recherche et de la Coopération de la Faculté des Arts, Lettres et Sciences Humaines de l'Université de Ngaoundéré soussigné, atteste que l'étudiant <b>KANSEMDI Frédéric</b>, né le 06/07/1989 à Yagoua est inscrit en <b>Master II</b>, au titre de l'année académique 2016-2017, dans la filière Géographique, suivant la décision N° 2016/489/UN/R/VR-EPDTC/DAAC/DFALSH/VDS, sous le matricule 11A596LF. Il effectue, dans le cadre de son mémoire de master II, un travail de recherche sur le thème : «<b>COMMERCE DE RUE : DYNAMISME ET OPPORTUNITES DANS LA VILLE DE NGAOUNDERE</b>».</p>		
<p>Nous le recommandons auprès des institutions, organismes et personnes ressources susceptibles de lui fournir des informations nécessaires à la réalisation de son étude.</p>		
<p>En foi de quoi la présente attestation lui est délivrée pour servir et valoir ce que de droit.</p>		
<p>Le Vice-Doyen</p>   <p>Dr. Ouba Abdoul Raouf Chargé de cours</p>		

# TABLE DES MATIERES

Dédicace .....	i
Remerciements .....	ii
Sommaire .....	iii
Résumé .....	iv
Abstract .....	iv
Liste des tableaux .....	v
Liste des figures.....	vi
Liste des photographies.....	vii
Planches photographiques .....	vii
Sigles et acronymes .....	viii
INTRODUCTION GENERALE.....	1
INTRODUCTION GENERALE.....	2
PROBLEMATIQUE .....	3
QUESTION PRINCIPALE DE LA RECHERCHE.....	5
QUESTIONS SPECIFIQUES .....	5
CONTEXTE SCIENTIFIQUE.....	5
OBJECTIF PRINCIPAL DE LA RECHERCHE.....	9
OBJECTIFS SPECIFIQUES.....	9
HYPOTHESE PRINCIPALE DE LA RECHERCHE .....	9
HYPOTHESES SPECIFIQUES.....	10
PLAN DU TRAVAIL .....	10
I <sup>ère</sup> PARTIE: CONTEXTE D’ETUDE ET ACTEURS DU COMMERCE INFORMEL.....	12
INTRODUCTION DE LA PREMIERE PARTIE .....	13
CHAPITRE 1. CADRE GÉOGRAPHIQUE, CONCEPTUEL ET MÉTHODOLOGIQUE .....	14
INTRODUCTION .....	14
1.1. CADRE GEOGRAPHIQUE .....	14
1.1.1. SITUATION GEOGRAPHIQUE .....	14
1.1.2. CADRE PHYSIQUE.....	16
1.1.3. DONNEES DE LA POPULATION LOCALE .....	18
1.2. CADRES CONCEPTUEL ET THEORIQUE.....	20
1.2.1. CADRE CONCEPTUEL.....	20
1.2.2. CADRE THEORIQUE.....	25

1.3. LA METHODOLOGIE DE LA RECHERCHE .....	26
1.3.1 METHODES DE COLLECTE DE DONNEES.....	26
1.3.2. OUTILS DE COLLECTE .....	28
1.3.3. ANALYSE DES DONNEES ET POPULATION CIBLE.....	30
1.4. VARIABLES ET INDICATEURS .....	33
1.4.1. VARIABLES.....	33
1.4.2. INDICATEURS .....	34
CONCLUSION .....	35
CHAPITRE 2. ETAT DE LIEU ET ACTEURS DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE ...	36
INTRODUCTION.....	36
2.1. PRESENTATION DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE.....	36
2.1.1. ETAT ET NATURE DES PRODUITS DANS LE COMMERCE DE RUE.....	36
2.1.2. ETAT DES ACTIVITES COMMERCIALES A NGAOUNDERE .....	39
2.2. ACTEURS CLES DU COMMERCE DE RUE .....	43
2.2.1. LES ACTEURS DU COMMERCE DE RUE.....	43
2.2.2. NATURE DES RELATIONS ENTRE LES DIFFERENTS ACTEURS .....	45
2.2.3. CHOIX D'UNE ACTIVITE COMMERCIALE .....	48
2.3. COMMERCE DE RUE ET L'ADMINISTRATION.....	50
2.3.1. L'INFORMEL ET L'ETAT .....	51
2.3.2. GESTION DES MARCHES A NGAOUNDERE.....	52
2.3.3. LE ROLE DES ESPACES PUBLICS.....	53
2.3.4. L'OCCUPATION DES TROTTOIRS.....	55
CONCLUSION .....	57
CONCLUSION DE LA PREMIERE PARTIE .....	58
II <sup>e</sup> PARTIE: PROCESSUS SOCIOECONOMIQUE ET IMPACT DU COMMERCE DE RUE AU DEVELOPPEMENT DES COLLECTIVITES LOCALES.....	59
INTRODUCTION DE LA DEUXIEME PARTIE .....	60
CHAPITRE 3. PROCESSUS SOCIOECONOMIQUE DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE .....	61
INTRODUCTION.....	61
3.1. PROFIL DES PRINCIPAUX ACTEURS.....	61
3.1.1. PROFILS DES ACTEURS DU COMMERCE DE RUE.....	61
3.1.2. DIVERSITE GEOGRAPHIQUES DES ACTEURS .....	63
3.1.3. CONDITION SOCIALE DANS LE COMMERCE DE RUE .....	64
3.2. ANALYSE DE LA STRATEGIE DE VENTE.....	66

3.2.1. ANALYSE DU FONCIER DANS LE COMMERCE INFORMEL.....	66
3.2.2. LA MOBILITE SPATIO-TEMPORELLE DES ACTEURS.....	67
3.2.3. ANALYSE DU RAPPORT VENDEUR/CLIENT .....	70
3.3. CARACTERISTIQUE SPECIFIQUE DU COMMERCE DE RUE.....	73
3.3.1. DEVELOPPEMENT DU COMMERCE DANS LES RUES .....	73
3.3.2. PROCESSUS COMMERCIAL.....	75
3.3.3. CARACTEIRTIQUE DU COMMERCE DE RUE.....	76
3.3.4. TRANSACTIONS COMMERCIALES .....	78
CONCLUSION .....	79
CHAPITRE 4. IMPACT SOCIOECONOMIQUE DU COMMERCE DE RUE AU DEVELOPPEMENT DES COLLECTIVITES LOCALES.....	81
INTRODUCTION.....	81
4.1. APPORT ECONOMIQUE DU COMMERCE DE RUE A NGAOUNDERE .....	81
4.1.1. LE ROLE DES COLLECTIVITES LOCALES.....	81
4.1.2. RECOUVREMENT COMMUNAL ET EVALUATION DU COMMERCE DE RUE....	84
4.1.3. FISCALITE DANS LE COMMERCE DE RUE .....	86
4.1.4. CONTRIBUTION DU COMMERCE DE RUE DANS L'ASSIETTE FISCALE DES COLLECTIVITES .....	87
4.2. INTERET DU COMMERCE DE RUE .....	89
4.2.1. L'EPANOUISSEMENT DES ACTEURS .....	89
4.2.2. COMMERCE DE RUE COMME ECOLE DE COMMERCE.....	92
4.3. NECESSITE DU COMMERCE DE RUE.....	93
4.3.1. PROCESSUS DE CREATION D'EMPLOIS ET DE RICHESSE.....	94
4.3.2. SUIVI DES ACTIVITES ET ENCADREMENT DES ACTEURS.....	94
4.3.3. AVANTAGES DU COMMERCE DE RUE.....	96
4.4. VERIFICATION DES HYPOTHESES .....	96
4.5. SUGGESTIONS.....	97
4.5.1. L'ETAT .....	98
4.5.2. AUX COLLECTIVITES LOCALES.....	98
4.5.3. AUX COMMERÇANTS.....	98
CONCLUSION .....	99
CONCLUSION GENERALE .....	100
CONCLUSION GENERALE .....	101
BIBLIOGRAPHIE .....	103
ANNEXES .....	109

ANNEXE 1. LISTE DES TABLEAUX.....	110
ANNEXE 2. QUESTIONNAIRE ADRESSE AUX COMMERÇANTS DE RUE.....	114
ANNEXE 3. GUIDE D'ENTRETIEN POUR LES SPECIALISTES ET LES PERSONNES RESSOURCES.....	118
ANNEXE 4. GUIDE D'ENTRETIEN AVEC LES COMMERÇANT GROSISTES DE NGAOUNDERE .....	119
ANNEXE 5. ATTESTATION DE RECHERCHE .....	120
TABLE DES MATIERES.....	121