

Le Commerce Et Mobilité Dans Les Marchés Périphériques De Kananga (R.D. Congo)

Trade And Mobility In Peripheral Markets Of Kananga

MABIRA MAPOKO Pascal

Chef de Travaux à l'Université Pédagogique de Kananga
Département de Géographie et Sciences de l'Environnement
Adresse de l'auteur E-mail : pascalmabira2017@gmail.com
Tél : (+243) 816048948, 990748776



Résumé: Cet article met en évidence l'importance des marchés périphériques dans l'approvisionnement des ménages et des marchés urbains en produits de première nécessité. Les marchés périphériques de Kananga correspondent aux points de vente spontanés souvent situés à l'entrée de la ville. Il y a lieu de penser à l'aménagement du réseau viaire et des marchés afin de favoriser les échanges entre les marchés périphériques et urbains.

Mots clés : Commerce, mobilité, marchés périphériques, aménagement de l'espace et Kananga.

Abstract- This article highlights the importance of peripheral markets in supplying households and urban markets with essential goods. The peripheral markets of Kananga correspond to spontaneous sales points of located at the city's entrance. Consideration should be given to developing the network of local markets in order to promote trade between peripheral and urban markets.

Keywords: Commerce, mobility, peripheral market and Kananga.

INTRODUCTION

Notre article est centré sur les échanges et la mobilité des acteurs dans les marchés périphériques de Kananga. Cependant, plusieurs marchés sont nés de façon spontanée et leur aménagement n'est pas une mince affaire. Dans cette périphérie, il se développe une économie informelle répandue dans beaucoup de ménages pour lutter contre la pauvreté. Les vendeurs s'installent n'importe où, parfois le long des routes, soit autour de structures sanitaires et/ou éducatives pour vendre. Cette concentration de populations aux endroits précités a donné naissance aux marchés spontanés qui font l'objet de notre étude.

Une planification en équipements commerciaux s'impose en termes de la rénovation des structures commerciales sur les routes les plus fréquentées. Notre réflexion a tourné autour de la question suivante: quels sont les équipements commerciaux à aménager pour l'intégration, l'animation et le bon fonctionnement de la périphérie urbaine de Kananga ?

1. METHODOLOGIE UTILISEE

La démarche méthodologique s'articule autour de trois piliers principaux : la recherche documentaire, les travaux de terrain, le traitement et l'analyse de données. La documentation a été couplée de l'approche descriptive des marchés pour apprécier leur organisation. Une contribution quantitative a été insérée dans l'analyse et le traitement des données collectées.

Les travaux de terrain ont été notre pilier principal pour cette recherche. Pour B. Merenne-Schoumaker et S. Deprez (2016), « beaucoup de travaux de la géographie du commerce reposent sur une enquête de terrain ». Suite à l'insuffisance des informations et l'absence des statistiques pour beaucoup d'aspects tels que : la localisation des marchés spontanés, les types de produits vendus, les habitudes d'achat, la provenance des vendeurs et des clients, les modes de locomotion des acteurs, il a été mieux pour nous de descendre sur terrain et de collecter ces données recherchées. Ces données de l'enquête datent de 2022 et font partie des matériaux de notre mémoire de D.E.A. Notre échantillon d'étude était de 815 acteurs dont 390 vendeurs et 425 clients présentés dans le tableau 1. Les données ont été obtenues sur base d'un questionnaire d'enquête destinée aux vendeurs et aux clients de manière aléatoire.

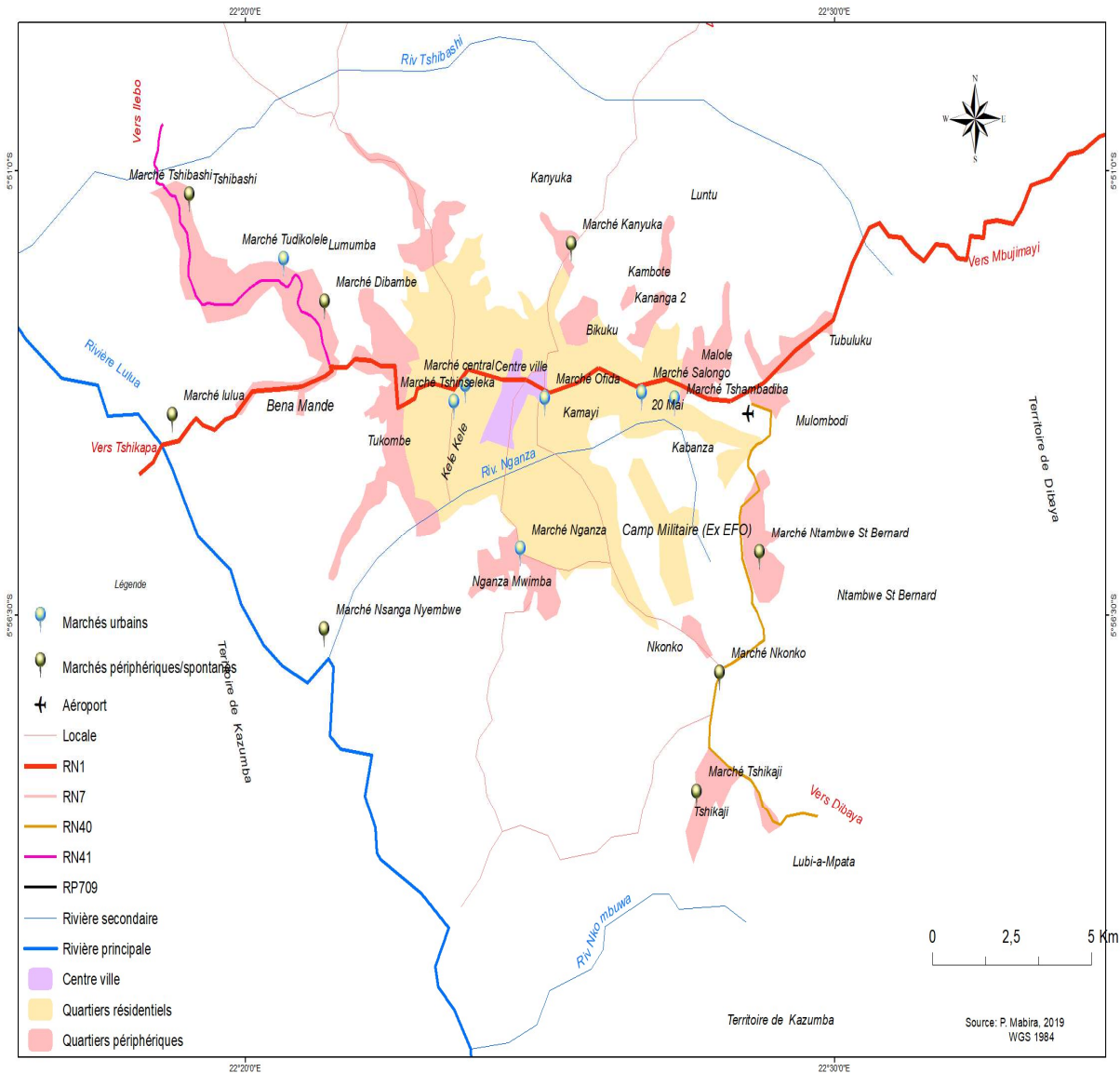
Tableau 1. Répartition des enquêtés par marchés périphériques étudiés

Localisation des marchés périphériques	Effectifs de vendeurs	Effectifs de clients
Nkonko	82	79
Tshikaji	61	74
Nsanga-Nyembwe	77	85
Kanyuka	89	95
Dibambe	81	92
Total	390	425

Notre échantillon aléatoire comprend 815 acteurs : 390 vendeurs et 425 clients dans les marchés périphériques de Nkonko, Tshikaji, Nsanga-Nyembwe, Kanyuka et Dibambe. Cet échantillonnage s'est heurté à deux problèmes majeurs : le non maitrise des effectifs dans les marchés suite à la vente sporadique de certains producteurs-vendeurs et la mobilité d'autres producteurs-vendeurs vers d'autres marchés périphériques et/ou urbains.

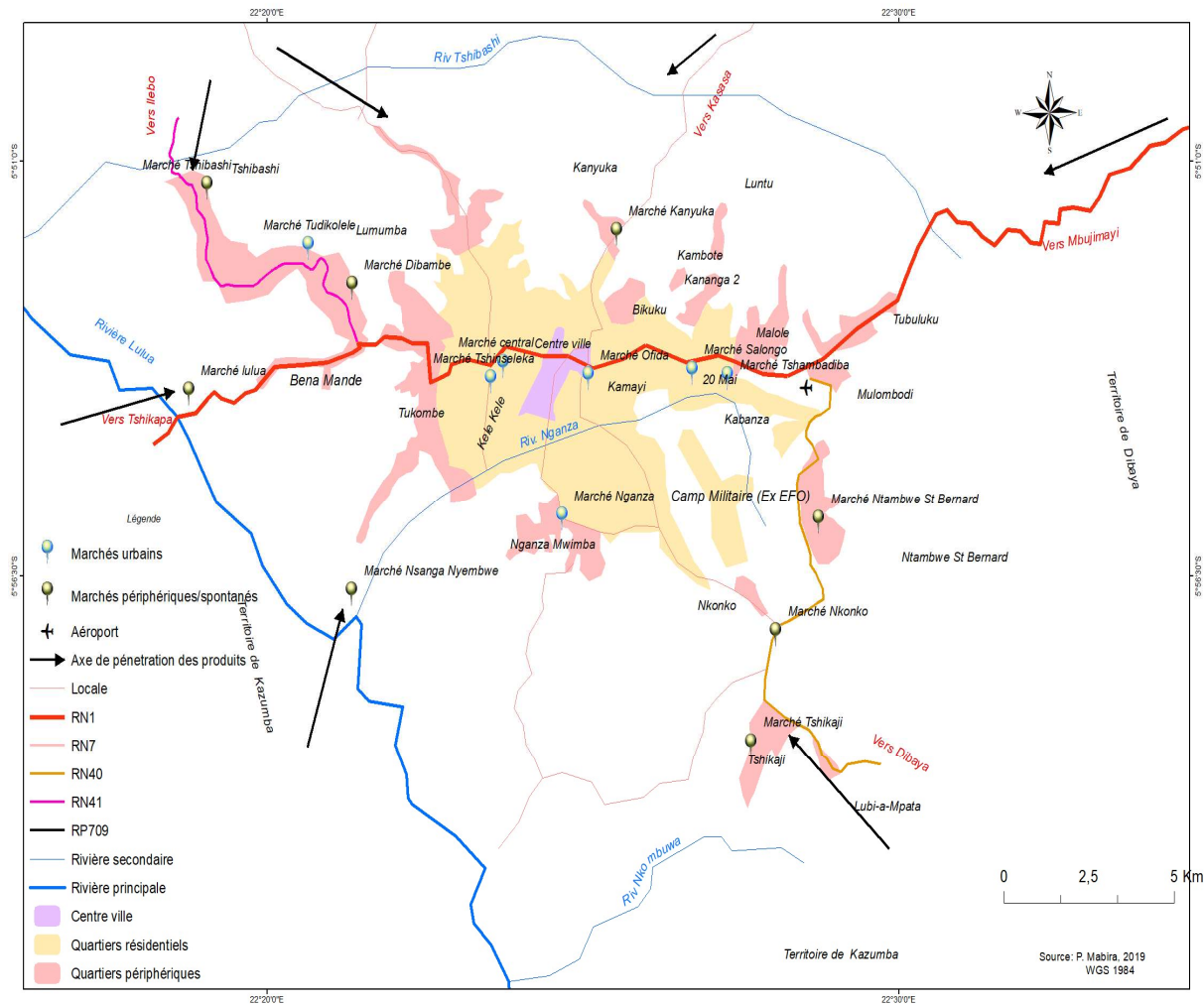
2. PRESENTATION ET LOCALISATION DES MARCHES PERIPHERIQUES

La carte 1 présente les marchés urbains en général dont les marchés périphériques qui font l'objet de notre étude. Le commerce dans les marchés périphériques de Kananga va jusqu'à l'aurole de 15 km. Se référant de l'étude de Kabamba Kabata et Nyoka Mupangila (1998), les marchés périphériques de Kananga tels que « Nkonko et Tshikaji sont situés sur la route provinciale Kananga-Tshimbulu. Certains marchés sont des points de vente ou de traversée des cours d'eau. Il s'agit du pont Lulua, au Sud-ouest de la ville sur la route de Tshikapa-Luebo ; du pont Tshibashi dans sa partie Nord-ouest sur la route provinciale Kananga-Demba-Mweka-Ilebo ; du confluent de Nganza sur Lulua à Nsanga-Nyembue où fonctionne un bac reliant Kananga à Mikalayi par la route qui passe par le village de Bena Kanku. Les carrefours sont l'aéroport à l'Est de la ville et l'usine Régideso située au Nord sur la route de Kasasa qui passe par le village de Kanyuka ». Pour Tshimanga Mulangala (2006), « c'est un commerce traditionnel qui vise la survie des vendeurs en procurant, jour après jour, le peu de rémunération indispensable dans une économie en crise ». Dans cette étude, les marchés étudiés sont Tshikaji, Nsanga-Nyembue, Nkonko, Kanyuka et Dibambe que nous présentons dans la carte 1.



La carte1 localisation des marchés périphériques dans la ville de Kananga

2.1. Accessibilité des marchés périphériques et portes d'entrée des produits vendus



Nous avons cinq portes d'entrées ou axes de pénétration des produits vendus à Kananga (lire la carte 2) :

- La porte d'entrée ouest : comprend le marché spontané du pont Lulua, dans la commune de Katoka, sur la RN1 vers le marché local de Matamba à l'extrême ouest.
- La porte sud-ouest : comporte le marché Nsanga Nyembue situé sur la traversée de la rivière Lulua, vers la mission catholique de Mikalayi, dans la commune de Katoka.
- La porte d'entrée Nord avec le marché Kanyuka, sur la route qui mène vers le marché local de Kasasa, dans la commune de Lukonga.
- La porte d'entrée Nord-Est où se localise le marché de Tshibashi sur la RN 41 dans la commune de Lukonga.
- Et enfin celle du Sud-Est positionnée sur la RN40 où nous situons les marchés de Nkonko et de Tshikaji dans la commune de Nganza.

Concernant l'accessibilité des marchés périphériques, nous disons avec J. Broomberg (2011) qu'elle est un outil clef pour évaluer le développement urbain des territoires. Quant à B. Ngoyi Kitwa Mafinge (2010), « l'accessibilité est un critère de la fréquentation d'une implantation commerciale et joue un rôle primordiale ».

Dans le cadre spatial comme Kananga, les marchés périphériques se localisent sur les axes très fréquentés et ils sont organisés sur des espaces non battus. Selon Kabamba Kabata (2001), les marchés accompagnent l'extension de la ville et jouent un rôle primordial dans la satisfaction des besoins primaires de la population. A. Bushabu Mbengele et alii (2008) démontrent comment « la vente des aliments prêts à consommer se pratique dans presque tous les marchés de Kananga : urbains et périurbains. Elle constitue une des formes de petit commerce qui se multiplie ces dernières années pour lutter contre la pauvreté et le chômage en milieu urbain ».

2.2. Fonctionnement des marchés spontanés à la périphérie de Kananga

Les marchés spontanés jouent un grand rôle dans l'animation des quartiers périphériques et constituent un appui important en termes de pôle de proximité à des prix favorables de vente en gros, demi-gros et en détail. Ils sont gérés par les chefs de quartiers ou parfois par les chefs des groupements. Dans tous ces marchés, la vente se fait en plein air, sous le bois et/ou sous les tentes déplaçables. « Dans l'approvisionnement local en vivres par son arrière-pays immédiat, les points de vente périphériques constituent, de par leur rôle, un maillon important de la chaîne d'approvisionnement de la ville de Kananga » (Kabamba Kabata et Nyoka Mupangila, 1998).

3. L'ANALYSE DES RESULTATS

3.1. Les principaux produits vendus dans les marchés périphériques

Tableau 2. Produits courants dans les marchés périphériques de Kananga

Produits vendus	Nkonko	Tshikaji	Nsanga-Nyembue	Kanyuka	Dibambe	Total
Manioc, maïs et légumes	28	21	34	40	36	159
Huile de palme	17	13	18	12	21	81
Sucre, lait, thé, sel et savon	14	3	7	9	11	44
Fretins et boissons salés	6	9	5	10	8	38
Braise	10	6	5	7	3	31
Divers (habit et autres produits)	7	9	8	11	2	37
Total	82	61	77	89	81	390

Les légumes, le maïs et le manioc comptent parmi les produits les plus approvisionnés quotidiennement et représentent 40,7 %, suivi de l'huile de palme (20,7 %) et de sucre, thé, sel et savon (11 %). Les autres produits n'atteignent même pas 10 % chacun, il s'agit de fretins et poissons salés, de braise et de divers. Les légumes, maïs et manioc constituent la base du régime alimentaire de nombreux ménages démunis et de l'activité commerciale à la périphérie de Kananga. Souvent, ce sont les épouses des paysans ou des maraîchers qui s'en occupent de la commercialisation des produits de leurs maris. Tous ces marchés sont réputés en commerce des produits locaux de type agricole.

Selon la carte 2 et le tableau 2, les produits les plus vendus proviennent des axes de pénétration ci-après :

- Axe Kasasa-Kanyuka via Luandanda : ravitaille le marché urbain de Tudikolele et le marché spontané de Dibambe dans la commune de Lukonga en légumes, manioc, maïs, braises, mfumbua, les planches et bois ;
- Axe Nsanga-Nyembue-Tshilumba : il approvisionne en riz, légumes, manioc, l'huile de palme, braise provenant de Mikalayi et de Kabue ;
- Axe Bunkonde approvisionne les marchés de Tshikaji-Nkonko avec l'huile de palme, les légumes, braise, taro, manioc, aubergine et tomate ;
- Axe Pont Tshibashi-Lukonga : ramène à la ville la braise, le riz, les légumes, le taro et l'huile de palme ;
- Axe Matamba- Ilunga Tshimbanku via Pont Lulua : ramène à la ville la braise, les légumes, le manioc, le riz.

3.2. Provenance des clients des marchés périphériques

Tableau 3. Lieux de provenance des clients

Marchés périphériques étudiés	Marchés urbains	%	Quartiers périphériques	%	Quartiers centraux	%
Nkonko	41	9,6	20	4,7	18	4,2
Tshikaji	34	8	27	6,3	13	3
Nsanga-Nyembue	38	8,9	19	4,4	28	6,5
Kanyuka	29	6,8	42	19,7	24	5,6
Dibambe	46	10,8	31	7,2	15	3,5
Total	188	44,2	139	32,7	98	28

Le tableau 3 visualise les lieux de provenance des clients. Pour sélectionner les lieux de provenance, nous avons utilisé un principe selon lequel tout lieu de provenance qui serait pris en compte pouvait au moins atteindre 05 clients pendant la période de l'enquête sur terrain. En comparant les lieux de provenance des clients, les domiciles des acheteurs sont dispersés dans l'espace urbain et périurbain. Les clients des marchés urbains représentent à eux seuls 44,2 %. Ceux qui proviennent des quartiers centraux représentent 23 % par rapport aux clients des quartiers périphériques (32,7 %). La plupart de clients des quartiers périphériques viennent de Tshikaji, Ntambwe Saint Bernard, Bena-Mukangala et Muimba.

3.3. Locomotion des vendeurs et des clients par marché

Tableau 4. Locomotion des marchands

Marchés	Dibambe		Nkonko		Tshikaji		Nsanga-Nyembue		Kanyuka		Total
	vendeurs	clients	vendeurs	clients	vendeurs	clients	vendeurs	clients	vendeurs	clients	
à pied	49	44	43	38	28	29	40	41	37	35	384
à vélo	23	26	30	21	16	26	29	35	25	24	255
à moto	7	10	6	12	10	14	8	9	17	19	112
à véhicule	2	12	3	8	7	5	-	-	10	17	64
Total	81	92	82	79	61	74	77	85	89	95	815

Selon le tableau 4, la majorité des vendeurs comme des clients se déplacent souvent à pied et représentent 47,1 %. Ils sont suivis par ceux qui se déplacent à vélo 31,2 %, de ceux qui se déplacent à moto avec 13,7 % et enfin 8 % qui ont utilisé le véhicule. La moto et le véhicule sont des engins de transport de luxe dans la ville de Kananga. Pour A. Bushabu Mbengele-Ming, Mabira Mapoko et Kapend Muyet (2002), le vélo et le véhicule sont deux modes de transport les plus utilisés dans le transport de gros colis tandis que le portage dont le rôle est joué par les femmes est presque insignifiant.

3.4. Relation entre les marchés périphériques et les marchés urbains

Il y a une relation entre commerce dans les marchés périphériques et les marchés urbains. Il existe la différence considérable tant dans la nature des produits que dans la qualité de l'équipement. Les marchés urbains sont couverts, bien organisés et ils sont sous la gestion de la mairie. C'est le cas du marché central, Tudikolele, Nganza, Salongo, Ofida et Tshiambadiba. La vente se fait sur les étals pour les marchés urbains. Cependant à la périphérie, les marchés ne sont pas aménagés. La vente se fait en plein air. C'est le commerce flottant essentiellement alimentaire et bon marché qui domine. Ce type de commerce attire plus des ménages des quartiers planifiés et des vendeurs des marchés urbains. Les échanges par route entre marchés urbains et périphériques se caractérisent par un nombre important des produits alimentaires (principalement agricoles destinés aux citadins) et non alimentaires (produits manufacturés) destinés aux semi-ruraux.

3.5. Avis des enquêtés sur l'amélioration des conditions des marchands en périphérie

Tableau 5. Avis d'aménagement des marchés périphériques par les enquêtés

Avis d'aménagement des marchés périphériques	Effectifs	%
Participation des populations à l'auto-prise en charge	217	27
Construction par l'Etat des marchés modernes	469	57
Construction des marchés par les privés	129	16
Total	815	100

Il ressort dans le tableau 5 que la majorité de la population préfère voir l'Etat aménager des marchés périphériques pour l'amélioration des conditions de vie des acteurs de commerce. Cette catégorie de personnes représente 57 %, viennent en deuxième

position ceux qui pensent que la population pouvait aussi se prendre en charge (27 %) et enfin une minorité pense pour l'intervention des privés (soit 16 %).

L'implication de la population et des acteurs privés pour la modernisation des marchés périphériques est une nouvelle approche que l'on peut développer au lieu d'attendre l'intervention de l'Etat qui n'arrive qu'en retard. Pour Tshisuaka Ngalula Kanyinda (2022), « la démarche participative ne doit pas être ni une copie ni même le modèle occidental qui a toujours présidé la conception de l'urbanisme en Afrique. Pour lui, la fabrique participative est une nouvelle expérience qui mérite d'être tentée, car c'est une voie obligée qui pourrait apporter du neuf dans l'organisation spatiale des lieux de vie».

4. PROPOSITIONS DES EQUIPEMENTS COMMERCIAUX A LA PERIPHERIE DE KANANGA

Le marché doit être considéré comme le premier équipement public dans l'aménagement de la périphérie de Kananga. Le marché comme espace public est une super structure et mérite un aménagement particulier pour répondre aux attentes des populations. Pour J. Damon et T. Paquot (2014), cette expression de l'espace public est récente et elle regroupe avec son pluriel le réseau viaire (rue, avenues et boulevards), les places et les parvis, les parcs et jardins.

Le marché aménagé serait le seul équipement commercial pour assurer l'accessibilité aux biens et services, et une distribution efficace de masse des produits agricoles pour les habitants de la périphérie. Nous pensons qu'il y a lieu de construire des dépôts des produits énergétiques (braise et bois de chauffage), des magasins ou des entrepôts des produits vivriers, l'installation des minoteries ou moulins à maïs et à manioc. De cette manière, le marché périphérique deviendra accueillant et attractif.

La création des arrêts et des parkings pour taxis et taxis-bus tout près des marchés permettra aux passagers d'acheter quelque chose avant d'arriver chez eux. L'aménagement de la périphérie par les activités commerciales comme les marchés doit tenir compte de la réhabilitation des routes à partir des pôles d'approvisionnement qui sont « des marchés locaux » aménagés.

CONCLUSION

Le commerce à la périphérie de Kananga s'organise autour des lieux attractifs tels que les carrefours des axes routiers, la traversée des cours d'eau et des ponts, des structures éducatives et sanitaires devenus des marchés spontanés. Ces marchés jouent un rôle primordial dans l'animation des localités/quartiers et dans la chaîne d'approvisionnement locale de la ville de Kananga.

Il y a l'urgence et l'opportunité d'un aménagement participatif des acteurs engagés au développement y compris les habitants de la périphérie. Pour que la périphérie devienne attrayante et qu'elle puisse contribuer à la dynamique urbaine, il serait nécessaire d'investir dans les équipements commerciaux tels que les marchés modernes, des dépôts et entrepôts des produits énergétiques et agricoles, réhabiliter les axes routiers où les marchés périphériques sont implantés.

REFERENCES

- [1]. Bushabu M-M., Mabira M. et Pieme M., Stratégie de survie et risques sanitaires liés aux aliments prêts à consommer des marchés urbains de Kananga (RDC), in *CRUPN*, n°036, 2008.
- [2]. Bushabu M-M., Mabira M. et Kapend M., Les besoins énergétiques des ménages de Kananga, in *Bulletin de la société géographique de Liège*, 2002, pp 50-60.
- [3]. Broomberg J., L'accessibilité des centres commerciaux de périphérie par les transports publics : un enjeu de la ville durable, in *Bulletin de la Société Géographique de Liège*, n° 56, 2011, pp 51-68.
- [4]. Damon, J. et Paquot. T., Les 100 mots de la ville, édition QSJ, PUF, Paris, 2014.
- [5]. Kabamba K., *Relations à la ville et territorialité dans la campagne environnante de Kananga*, (RD. Congo), Thèse de Doctorat, Université de Liège, 2001, 179p.
- [6]. Kabamba K. et Nyoka M., 1998, les points de ventre périphériques de Kananga. Spécificité, fonctions et activités, in *Bulletin de la société géographique de Liège*, 1998, pp 103 – 11.
- [7]. Mabira M. P., *Le commerce à la périphérie de Kananga. Contribution à l'analyse de la dynamique urbaine*, Mémoire de DEA, Département de Géographie-Sciences de l'Environnement, Université Pédagogique de Nationale, 2022, 158 p.
- [8]. Merenne-Schoumaker B. et Deprez S., La géographie du commerce de détail : outils et méthodes, in *Bulletin de la société géographique de Liège*, vol. 66, 2016, pp 13-17.
- [9]. Ngoyi K. M. B., *Les marchés de Kamina : Spécialisation commerciale et provenance des produit vendus*, Mémoire de DEA, Faculté des Sciences, Département de Géographie, Université de Lubumbashi, 2010, 142 p.
- [10]. Tshimanga M., *Commerce en milieu diamantaire kasaïen, mutations récentes : cas de Boya au Kasai Oriental (R.D.C)*, Mémoire de DEA, 2006.
- [11]. Tshisuaka N. K., Urbanisme participatif. Quelle option pour le développement des villes congolaises ? In *Revue de l'U.KA*, vol.10, 2022, pp 5-27.