

IICA-CIDIA

IICA
E70
407
c.2

1974

Centro Interamericano de
Documentación e
Información Científica
31 AGO 1987
IICA — CIDIA

IICA
E70
407
c.2



SECRET

Office of the
Director
Central Intelligence Agency

31 JUL 1967

SECRET - CIA

00006109



INSTITUT INTERAMÉRICAIN DE COOPERATION POUR L'AGRICULTURE

Représentation en Haïti

Projet: Analyse et Diagnostic du Système de Commercialisation Interne
des Produits Agricoles en Haïti
(Document No. 2)

IICA - UICIA

12 LH/74
Original: Anglais

Version Préliminaire

LE SYSTEME DE COMMERCIALISATION INTERNE DES PRODUITS AGRICOLES A PORT-AU-PRINCE

par

Uli Locher

Avril 1974

PREFACE

En 1973, l'Institut Interaméricain des Sciences Agricoles (IICA) inaugura un Programme Hémisphérique de Commercialisation dans le cadre de sa nouvelle conception de coopération technique pour renforcer les institutions nationales engagées dans le secteur agricole. Une des premières activités mises en train dans ce programme hémisphérique est un projet intégré pour l'Analyse et le Diagnostic du Système de Commercialisation Interne des Produits Agricoles en Haïti. Les institutions participant à ce projet intégré sont le Département de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural (ressources humaines), le Conseil National de Développement et de Planification (ressources financières), l'Institut de Développement Agricole et Industriel (ressources humaines et financières), le Département du Commerce et de l'Industrie (ressources humaines et financières), l'Ambassade du Canada (ressources financières) et l'Institut Interaméricain des Sciences Agricoles (ressources humaines et financières). Les objectifs de ce projet sont les suivants :

1. Coopérer avec les institutions nationales pour diagnostiquer les problèmes (goulots d'étranglement) de la commercialisation de produits agricoles.
2. Susciter une compréhension plus large du système de commercialisation agricole et montrer comment l'amélioration de ce système peut aider à accélérer le développement socio-économique.
3. Assurer un entraînement en service pour le développement des ressources humaines et des institutions dans le domaine de la commercialisation agricole.
4. Fournir une base d'information valable pour le secteur agricole.
5. Créer un comité national de commercialisation (CONACA) qui développera des stratégies, des programmes et des projets spécifiques afin d'améliorer le fonctionnement du système de commercialisation interne.

Le présent rapport est le deuxième ^{1/}d'une série résultant du Projet Intégré sus-mentionné. L'auteur de ce rapport, Uli Locher, était un candidat au PhD en Sociologie, de l'Université de Yale, effectuant des recherches en Haïti. U. Locher passa approximativement 18 mois en Haïti, collectant des données pour sa Thèse de Doctorat sur les modèles d'immigration à Port-au-Prince. Cette expérience et sa connaissance du créole ont fait de lui un excellent candidat pour continuer les recherches innovatrices commencées par Gerald F. Murray et Maria D. Alvarez et dirigées par l'IICA/PHC.

Les données présentées dans ce rapport furent recueillies par M. Locher, assisté de M. O. Bonnet, H. Dorismond, J.K. Jacob, A. Jocelyn, F. Pierre et Y.F. Pierre (étudiants universitaires), entre Juin et Août 1973. Le travail fourni par ces enquêteurs et leur persévérance peuvent être appréciés seulement après lecture de ce document.

1/ Le premier rapport est: "La Commercialisation des Haricots en Haïti: Une Etude Exploratoire", par Gerald F. Murray et Maria D. Alvarez.

LE SYSTEME DE COMMERCIALISATION INTERNE DES PRODUITS AGRICOLES A PORT-AU-PRINCE

Table des Matières

Avant -Propos	1
A. Le Rôle du Transport par Camion dans le Système de Commercialisation Interne	
1. Introduction	3
2. Nombre total de camions	5
3. Les conducteurs de camion	7
4. Transport de Gens et de Marchandises	9
5. Les arrêts de camions	13
B. Circuits de Distribution des Produits Agricoles à Port-au-Prince	16
1. Acheminement par les dépôts	16
2. Acheminement par les abords des dépôts	21
3. Flexibilité comme moyen de vivre	24
C. La Zone des Dépôts de Port-au-Prince: Une Description Préliminaire	27
1. Introduction	27
2. Méthode utilisée	30
3. Zone de concentration des dépôts	32
a. Concentration par blocs	32
b. Concentration de dépôts près des marchés	36
c. Concentration par produits	38
4. Spécialisation des Dépôts	40
5. Flexibilité des Dépôts	45
6. Recommandations pour des recherches plus approfondies	49
D. Les Marchés de Port au Prince	54
1. Introduction	54
2. Méthode utilisée	58
3. Position des Marchés de Port au Prince	61
4. Accessibilité des marchés	68
5. Caractéristiques des Marchés de Port-au-Prince	72
a. Apparence	72
b. Caractéristiques physiques	74
6. Les Principales Activités aux Marchés	77
7. La Multitude des Marchandises	81
8. Marchandes dans les rues	89
9. La Zone de Marché du Bas de la Ville	95
10. Observations sur les Marchés de Port au Prince	100
Postface	105

Liste des Annexes

Annexe	1. Questionnaire pour Enquêtes sur Chauffeurs de Camion	
	2. Questionnaire pour Observation de Marchés	
	3. Classification des Marchandes pour la vente des Produits	
	4. La Localisation des Marchés et leur Distance à la Zone Principale de Dépôts	

Liste des Tableaux

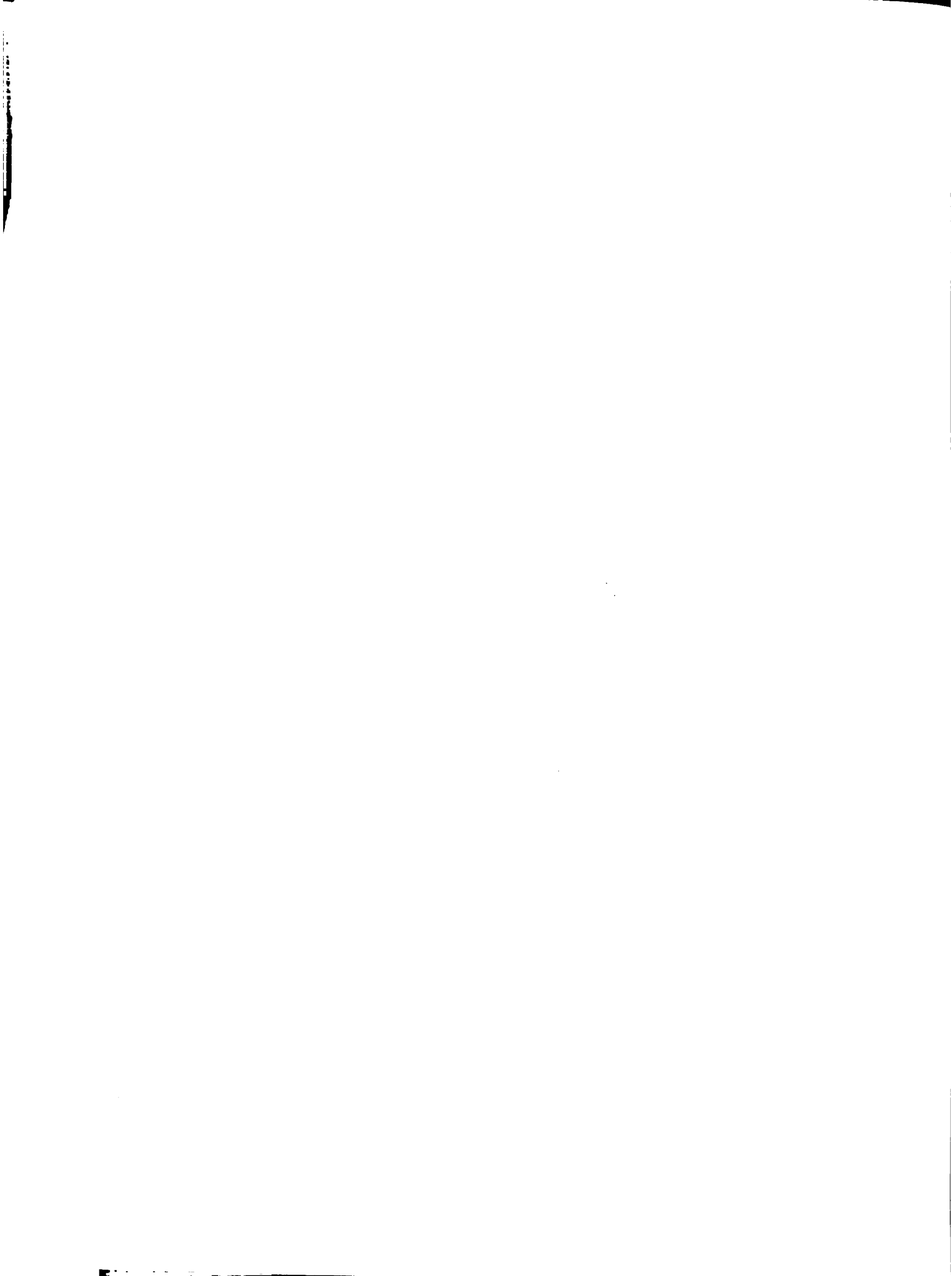
Tableau	1. Nombre de Camions possédés par les entrepreneurs haïtiens	8
	2. Nombre de véhicules selon leurs dimensions et nombre de passagers pour 141 voyages	11
	3. Concentration de Dépôts dans quelques Blocs de la Ville	34
	4. Distribution des Marchés dans 7 Zones de la Ville	63
	5. Ration Habitants/Marché à Port-au-Prince	64
	6. UNE Typologie Préliminaire des Marchés de Port-au-Prince	69
	7. Score Moyen d'Accessibilité par type de Marché	70
	8. Marchés par Dimension et Surface Couverte	76
	9. Spécialisation de Roles par Sexe dans les Marchés	82
	10. Nombre de Marchandes dans les Marchés et Extensions de Rue	83
	11. Fluctuation du nombre de marchandes dans 11 marchés	85
	12. La Densité des Marchandes dans 23 Marchés	87
	13. Marchandes Opérant dans les Rues pour 23 Marchés	90
	14. Comparaison des fluctuations du nombre de marchandes entre le carré de marché et les extensions de rue de deux marchés	94
	15. Densité de 3 Marchés et le Status Social de leurs Quartiers	103
	16. Dimension du Marché et Dimension du Quartier dans 3 Zones	103

Liste des Modèles

Modèle	1. Vivres alimentaires écoulés à travers les dépôts et les marchés	17
	2. Les consommateurs et les détaillants peuvent raccourcir la chaîne d'intermédiaires	18
	3. Le moyen d'épargner de l'argent aux abords des dépôts	23

Liste des Cartes

Carte	1. Stations de Départ des Camions dans la Zone du Bas de la Ville de Port au Prince	14
	2. La Zone de Concentration de Dépôts à Port-au-Prince	33 (bis)
	3. Concentration de Dépôts d'Aliments près des Marchés	36 (bis)
	4. La Stratification Géographique de Dépôts de Produits Alimentaires et non-Alimentaires	38-A
	5. Concentration de Dépôts Spécialisés dans 5 Denrées Alimentaires au cours de Juin 1973	41
	6. Les marchés de Port au prince	61 (bis)
	7. Marché Fort St-Clair	93
	8. Marché Ravine Pintade	93
	9. Marché 5^{ème} Avenue	93
	10. Densité de Marchandes dans la Zone de Marché du Bas de la Ville	98



Glossaire de termes

bêf chèn	aide du conducteur voyageant à bord du camion, sa principale tâche est de charger et décharger les marchandises.
bouèt	brouette
bourgeois	terme utilisé pour caractériser un membre de la haute classe
bourik	âne
boutik	petit magasin vendant des produits alimentaires
chofè	conducteur
dépo	local, ordinairement constitué d'une seule chambre où le produit est entreposé et où il est aussi souvent transformé et vendu. Il est fréquenté habituellement par les intermédiaires ambulants.
dépo mājé	dépôt de nourriture situé dans ou à coté du marché. D'ordinaire, il sert aux marchandes de ville pour le stockage de produits pendant la nuit
dépo piblik	dépôt où le propriétaire loue de l'espace pour l'emmagasiner sans s'y livrer à beaucoup d'affaires lui-même
dépo privé (dépo pèsonel)	dépôt où le propriétaire se livre beaucoup à des activités de vente et la marchandise stockée lui appartient ordinairement
élite	terme qui caractérise la haute classe sans beaucoup d'implications négatives
en détail	au détail
en gros	en gros
kamionèt	petit camion pourvu d'un toit et de bancs pour le transport d'une douzaine de passagers
kamion	camion
kinkay	petits articles ménagers qui sont fréquemment vendus ensemble sur le marché, tels que casseroles, fourchettes et cuillères, brosses, savons, etc.
machâd	marchande au marché, intermédiaires, vendeur de porte à porte

machâd pousô	marchande au marché vendant du poisson
madam sara	intermédiaires ambulantes
mât	propriétaire
mât bouêt	propriétaire ou conducteur de brouette
percepteurs	collecteurs de taxes
pratik	relation d'affaires basée sur la régularité, l'assurance d'être servi et un certain degré de confiance mutuelle
rapadou	sucre de canne sous forme crue
révâdès	vendeuse, marchande au marché (opérant en ville)
sékrété	aide du conducteur voyageant à bord du camion, son rôle principal est de contrôler les passagers et de percevoir le prix du voyage
shop	facilité de fabrication; ordinairement grand et appartenant à un étranger
taptap	camionnette servant au transport public; ce terme ne s'applique pas à la camionnette plus fine de la marque Peugeot faisant surtout le trafic Port-au-Prince-Pétionville
voudou	culte nègre antillais, d'origine animiste, utilisant certains éléments du rite catholique

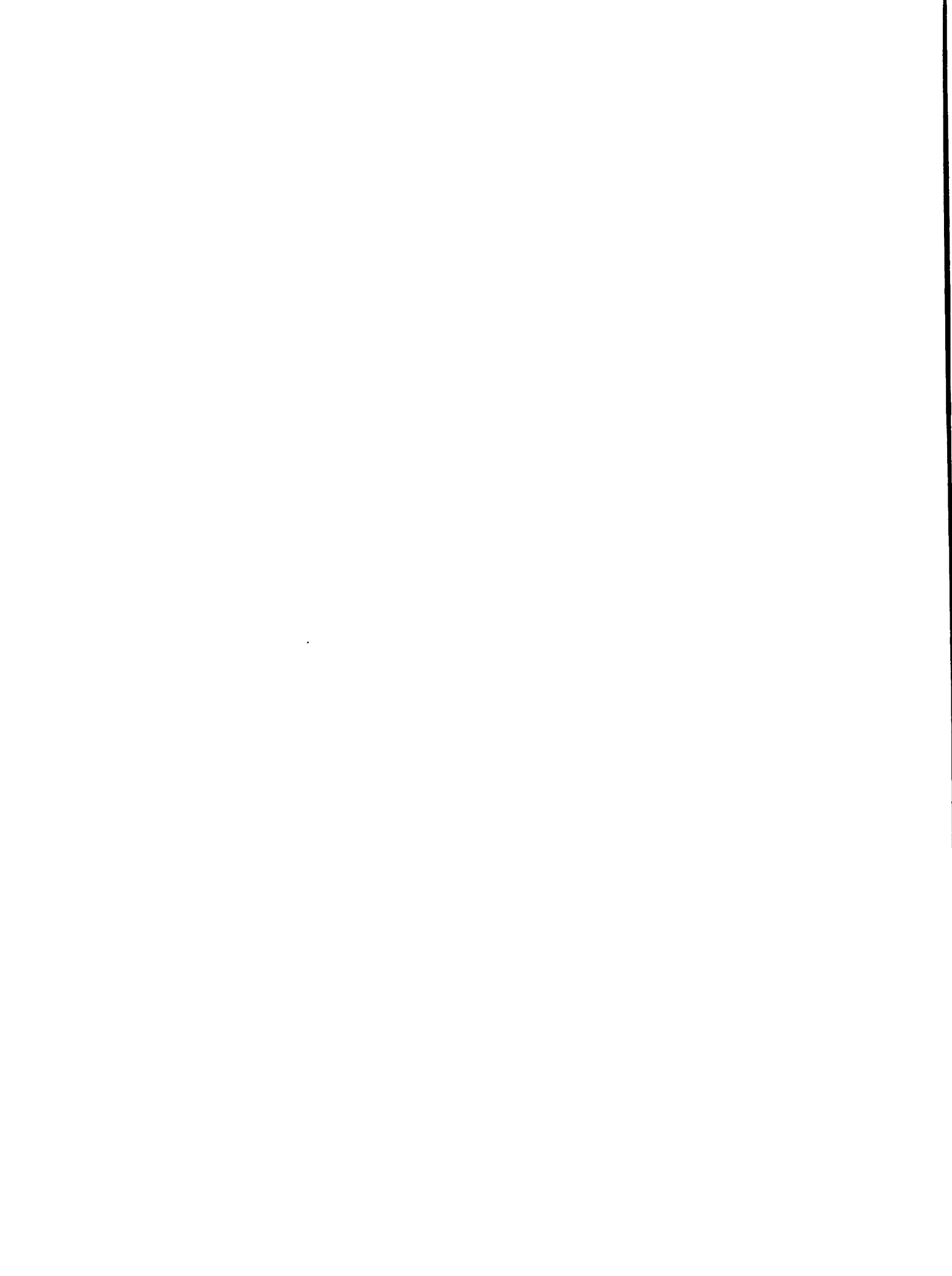
LE SYSTEME DE COMMERCIALISATION INTERNE DES PRODUITS AGRICOLES A PORT-AU-PRINCE

Avant-Propos

La finalité de ce document est de décrire le système de marché de Port-au-Prince et de fournir des données quantitatives sur les activités de commercialisation qui, à notre connaissance, n'ont pas été présentées avant. Après une première vue d'ensemble, le premier problème était celui de définition et de délimitation : Quels sont les marchés et les agents du système qui devaient être pris en considération? La vente des produits agricoles a lieu dans plusieurs endroits, seulement certains d'entre eux étant les marchés de la ville. On y trouve des dizaines de milliers de personnes engagées dans des activités de vente mais seulement quelques uns d'entre eux ont une place au marché

L'approche adoptée dans cette étude était celle qui consistait à suivre les produits dans leur mouvement vers le consommateur. La plupart d'entre eux passent par trois stations (goulots d'étranglement) qui ont été identifiées comme ayant une importance primordiale pour le système de commercialisation: les camions, les dépôts et les marchés. Chacune d'elles est devenue l'objet d'une étude empirique dont les résultats sont consignés dans les trois parties principales de ce document.

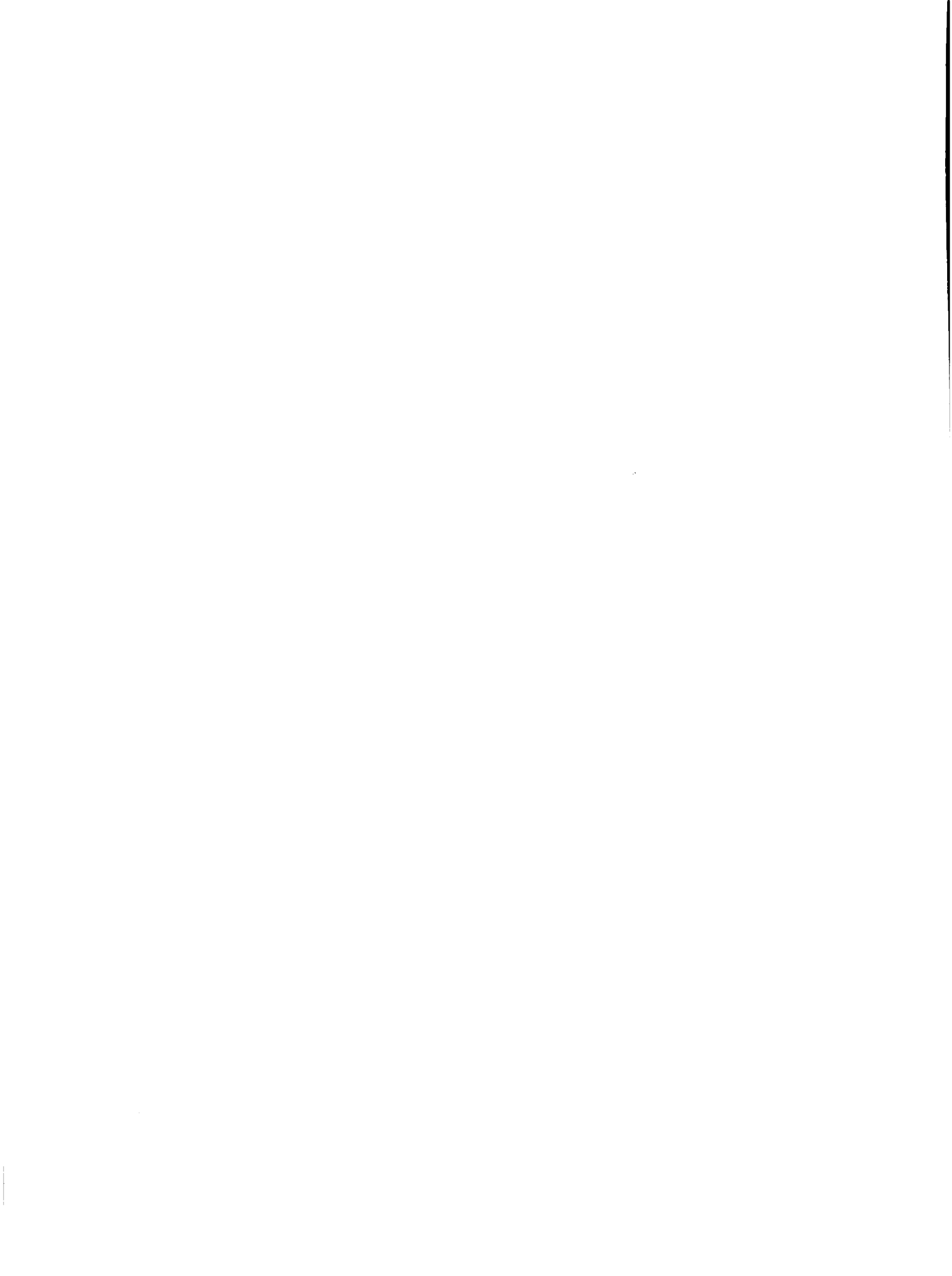
La petite envergure de ce projet reflète sa nature préliminaire. Moins de 200 entrevues étaient planifiées au début. Cependant, on désirait la plénitude en ce sens que toutes les principales parties structurales du système devaient être exposées et que toutes les principales classes d'agents devaient



être considérées. Cependant, deux exceptions devaient être faites. Premièrement, le système de taxation des produits agricoles était exclu et constituait le thème d'une étude séparée qui sera publiée dans la même série.

Deuxièmement, la vente de produits agricoles dans les supermarchés, épiceries de quartier, et "boutik" était déclarée de moindre importance et donc, réservée pour une étude ultérieure.

A cause des limitations de temps et du manque de matériel secondaire disponible, il était impossible de mettre cette étude du système de commercialisation de Port-au-Prince dans sa réelle perspective par comparaison internationale; même le matériel disponible concernant d'autres marchés haïtiens ne peut être que très peu utilisé. En plus, je veux exprimer ma gratitude aux auteurs dont les contributions à cette recherche ont été beaucoup plus grandes que les quelques notes présentées en bas de page dans ce texte pourraient l'exprimer. Les études de Sidney W. Mintz (4, 5, 6, 7, 8, 9 et 10), bien que basées sur le travail fait sur le lieu même il y a de cela plus de dix ans, continuent à être la principale source de références dans l'analyse des marchés haïtiens. Gerald F. Murray et Maria D. Alvarez ont, dans la première étude (11) réalisée dans cette série d'études de la commercialisation, donné le ton pour les recherches en commercialisation. Etant donné que leur contribution précéda ce travail, beaucoup des concepts et points mis en évidence ici bénéficient implicitement ou explicitement des propositions émises dans leur document. Je suis très obligé à ces trois auteurs.



A. Le Rôle du Transport par Camion dans le Système de Commercialisation Interne

1. Introduction

D'après les dernières données du recensement (2), la population rurale d'Haiti est de plus de 80% de la population totale. La Capitale contient seulement un dixième de la population totale, ce qui est extraordinairement bas, en comparaison des standards latino-américains. Néanmoins, la ville est d'une extrême importance pour le pays, car elle centralise l'administration gouvernementale, le négoce d'importation et d'exportation, les industries de fabrication, de transformation et de tourisme et les facilités éducationnelles, pour nommer seulement quelques-uns des secteurs qu'elle contrôle. Ainsi, bien qu'Haiti ne soit vraiment pas parmi les pays où la majeure partie des faubourgs sont le "hinterland" d'un grand centre urbain, le fait demeure que, dans un sens profond, "toutes les routes mènent à Port-au-Prince". Les cités provinciales sont en stagnation ou en nette régression et celui qui veut avancer doit émigrer à la capitale. La migration massive de la zone rurale à la zone urbaine est établie et on doit s'attendre à ce qu'elle continue. Le problème d'alimentation de la population urbaine a acquis de très grandes proportions.

Comment la nourriture parvient-elle à la ville? La majeure partie des vivres alimentaires arrive par l'une des trois principales voies ^{1/}:

^{1/} En plus du transport routier des produits agricoles, de petites quantités de tubercules, de noix de coco et de divers autres produits arrivent à Port-au-Prince par bateaux à moteur et à voile. Ce mode de transport constituera le thème d'une autre étude dans la même série.



La Route Nationale 200 venant de la péninsule du Sud, la route partant du Cap-Haïtien et des provinces du Centre et du Nord (RN 100 et RN 300 se joignent un peu avant Port-au-Prince), et la route venant de Kenscoff dans les montagnes à l'est de la ville. Les véhicules qui transportent la plus grande partie des produits sont des camions, de petite et de moyenne dimension d'après les standards USA, mais considérables en raison de leur importance pour la survie physique de la ville.

Ce qui frappe celui qui observe les "kamyô" haïtiens (les camions se distinguent des véhicules plus petits appelés "Kamionèt" et "taptap") c'est d'abord le fait qu'ils portent des noms. Quelques-uns ont des noms de saints de l'église catholique ou, peut-être, d'esprit voudouesques qui ont reçu ces noms : il y a "St-Christophe", "St- Pierre" et "St-Jacob et Ste-Rose". D'autres ont des noms séculaires comme "Franck et Francklin", "Roro" et "Clara et Jacky". Certains noms sont cryptiques et laissent à l'observateur le soin de deviner les intentions de l'auteur, comme le "L" transportant du maïs venant de Hinche alors que d'autres indiquent clairement les convictions et les espoirs de leurs propriétaires sur les routes rocheuses d'Haïti. On peut citer: "Au Nom de Jéhova", "Toujours à la Volonté de Dieu" et ce fameux "La Vie Drôle" qui est protégé des accidents du voyage vers Jacmel par deux "zôbi" qui sont constamment parmi les passagers (ces "non-morts" feront la volonté de leur maître même en son absence).

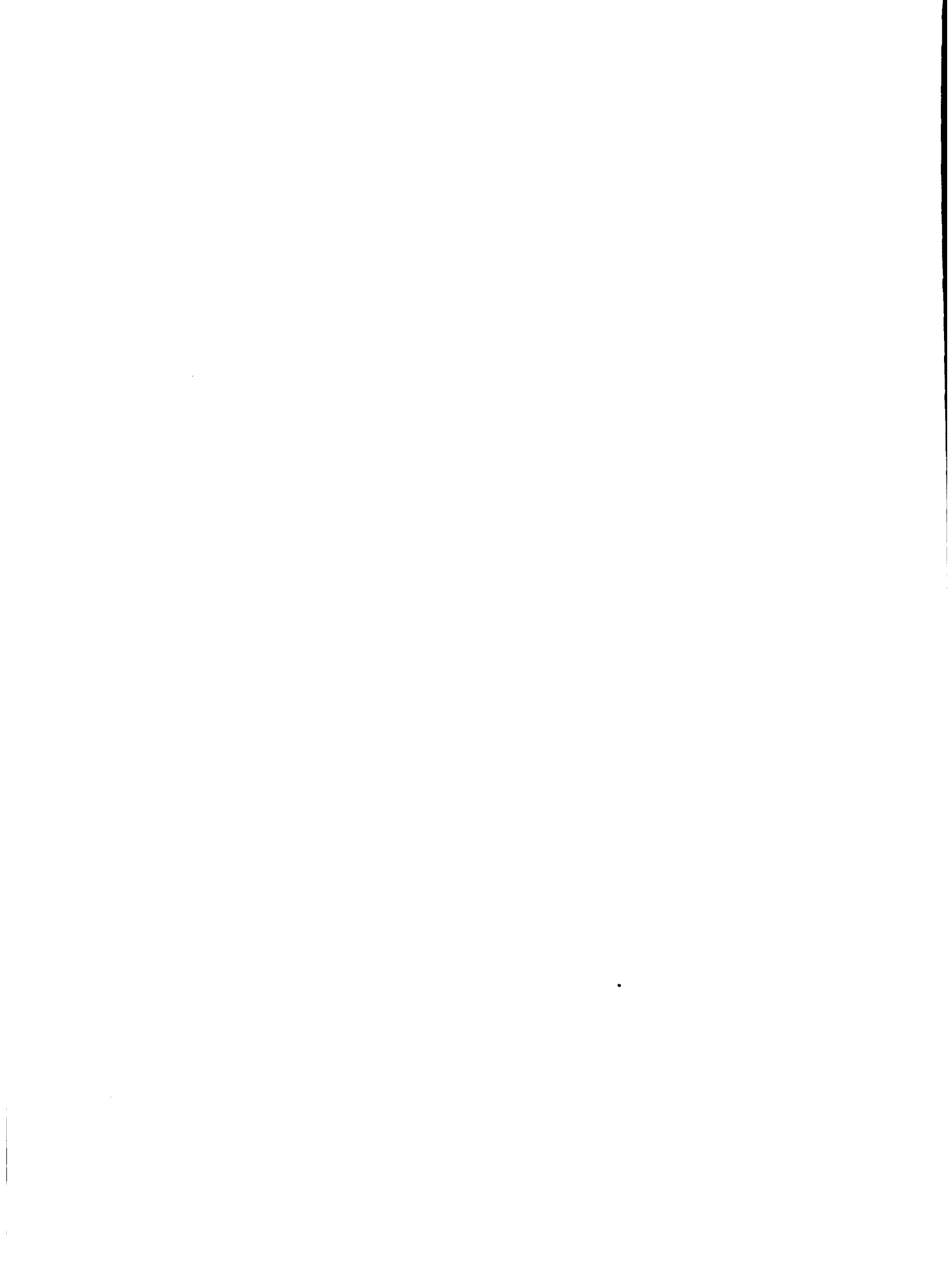


Il ne fait pas de doute que les camions haïtiens ont besoin de protection. L'état calamiteux des routes du pays est un fait mentionné dans tout document récent, haïtien ou autre, lorsqu'il s'agit d'établir des priorités pour l'aide au développement (12). En plus du prix élevé des pièces de rechange pour camion, l'absence des standards de sécurité généralement en vigueur et les effets dévastateurs des fortes pluies sur les routes nationales donnent lieu à un système de transport instable et dangereux.

Il n'entre pas dans le but de ce document de décrire le fonctionnement de ce système national. Cependant, il serait utile d'en caractériser brièvement les principaux agents, car ils jouent un rôle important dans la distribution de vivres alimentaires. Mais avant, nous essayerons d'estimer le nombre de camions qu'ils pilotent.

2. Nombre total de camions

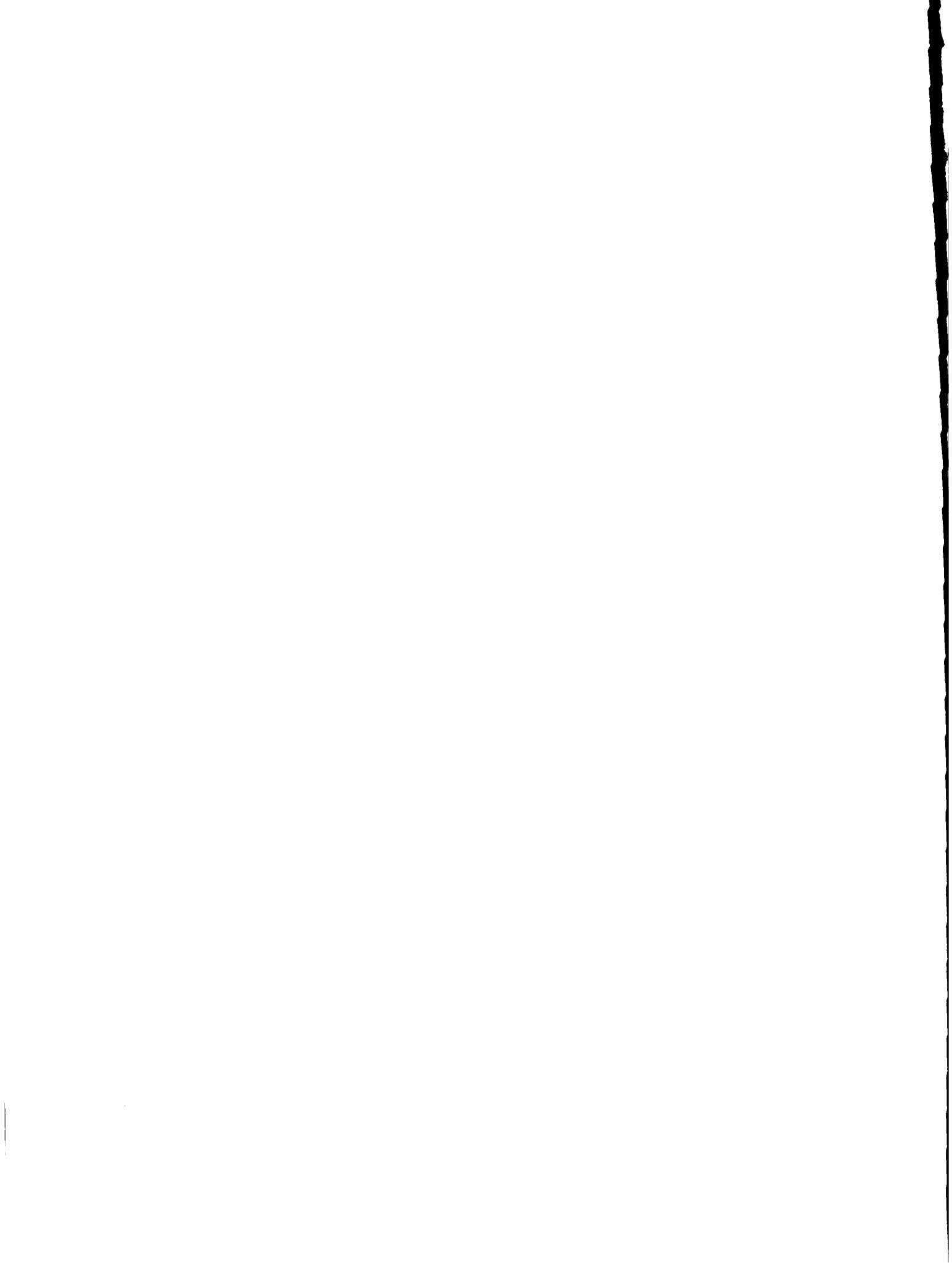
Les Forces Armées d'Haïti (FAD'H) contrôlent l'enregistrement des véhicules à moteur du pays. Les derniers chiffres publiés pour la période 1954-1968 (12) montrent qu'il y avait sur les routes d'Haïti 2346 camions et 226 bus en 1956 et 1185 camions et 40 bus en 1963. Les variations reflèteraient les tendances en investissement privé aussi bien que les différences annuelles dans les procédés d'enregistrement. Aujourd'hui, il y a environ 2500 camions et bus enregistrés, y compris les véhicules transportant le sable et le ciment



aux chantiers, la bauxite au port de Miragoâne et les touristes aux plages. Il est impossible de déterminer à l'aide des statistiques gouvernementales le pourcentage de ces véhicules qui est actuellement engagé dans le "transport public". A partir de l'observation du trafic dans la ville de Port-au-Prince, nous pourrions nous attendre à ce qu'il soit de 10 à 30%. Ce sont seulement ces camions privés pour "transport public" qui nous intéressent dans notre contexte.

En lisant les chiffres publiés sur le comptage concernant le trafic et réalisé en 1969, nous arrivons à un tableau plus précis (12). Abstraction faite du trafic dans la zone métropolitaine de Carrefour / Port-au-Prince / Pétionville, aucune des artères principales conduisant à la ville n'a plus d'une douzaine de camions et de bus par jour. Gonaïves, e.g., situé sur la plus importante des routes, avait seulement 25 camions et bus allant dans chaque direction chaque jour. Les chiffres pour l'Ouest étaient 30, pour le Sud 15 et pour Kenscoff 20 (12). Un camion fera, en moyenne, les plus courts voyages six à neuf fois par semaine et les plus longs une à trois fois par semaine. Avec une moyenne de 2,5 jours estimée par voyage (ce qui est une estimation large car beaucoup de voyages ne prennent pas plus d'une heure), nous arrivons alors pour 1969 à une moyenne de 225 camions, qui s'élèverait à 300 en 1973. ^{1/}

^{1/} Ces estimations seront actualisées dans un rapport séparé (qui sera présenté dans cette série) sur le transport national de produits agricoles.

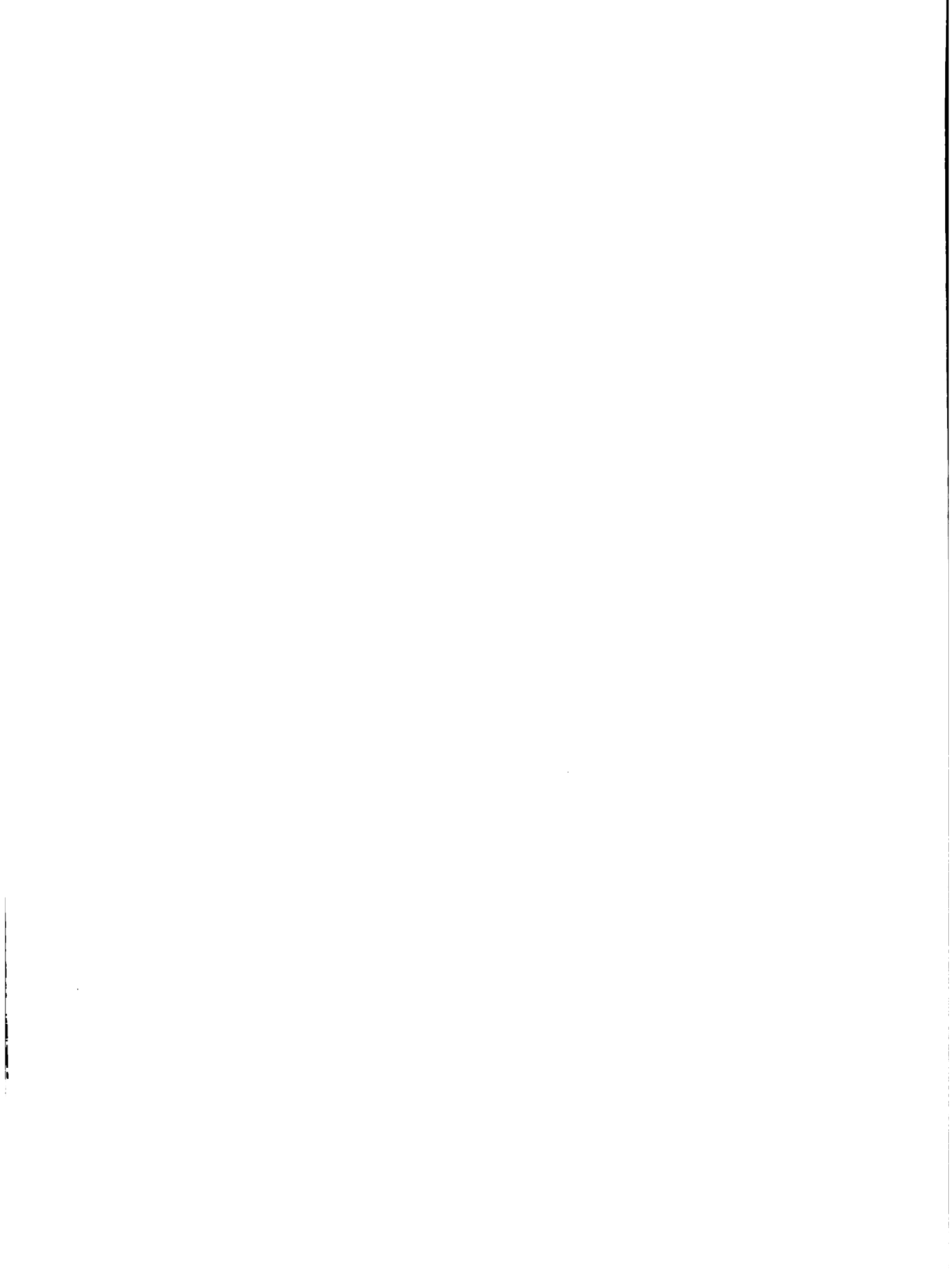


Notre propre comptage correspond approximativement avec une telle estimation. En Juillet 1973, nous avons trois enquêteurs qui localisaient tous les camions et bus utilisés pour le transport public, pendant leurs arrêts dans la ville, sur une période d'une semaine.¹ Travaillant à diverses époques du jour et de la nuit, nous avons pu relever 141 véhicules^{2/} que nous avons estimés à près de la moitié du total. Celui-ci se situerait, alors, aux environs de 300 camions et bus.

3. Les conducteurs de camion

Sur chaque camion nous sommes sûrs de trouver trois hommes indispensables à sa conduite régulière : le "chofè" (conducteur) est responsable du voyage mais il n'est jamais seul. Il a un "sékrètè" qui comptera et supervisera les passagers et percevra le coût du transport. En outre, il y a au moins un "bèf chèn" qui chargera et déchargera le camion, spécialement les articles qui iront sur le toit. Il est fréquent qu'un camion ait plusieurs "chofè", "sékrètè" et "bèf chèn", soit parce qu'ils sont nécessaires ou que le propriétaire veut les entraîner pour un meilleur travail qu'ils pourront avoir un jour : chaque "chofè" voudrait devenir propriétaire, tout "sékrètè" est un "chofè" en puissance et même le "bèf chèn" peut caresser des rêves.

-
1. L'instrument utilisé dans les recherches est présenté dans l'annexe I
 2. En dépit des précautions judicieuses prises pour prévenir le comptable double, 9 des 141 camions ont été comptés deux fois.



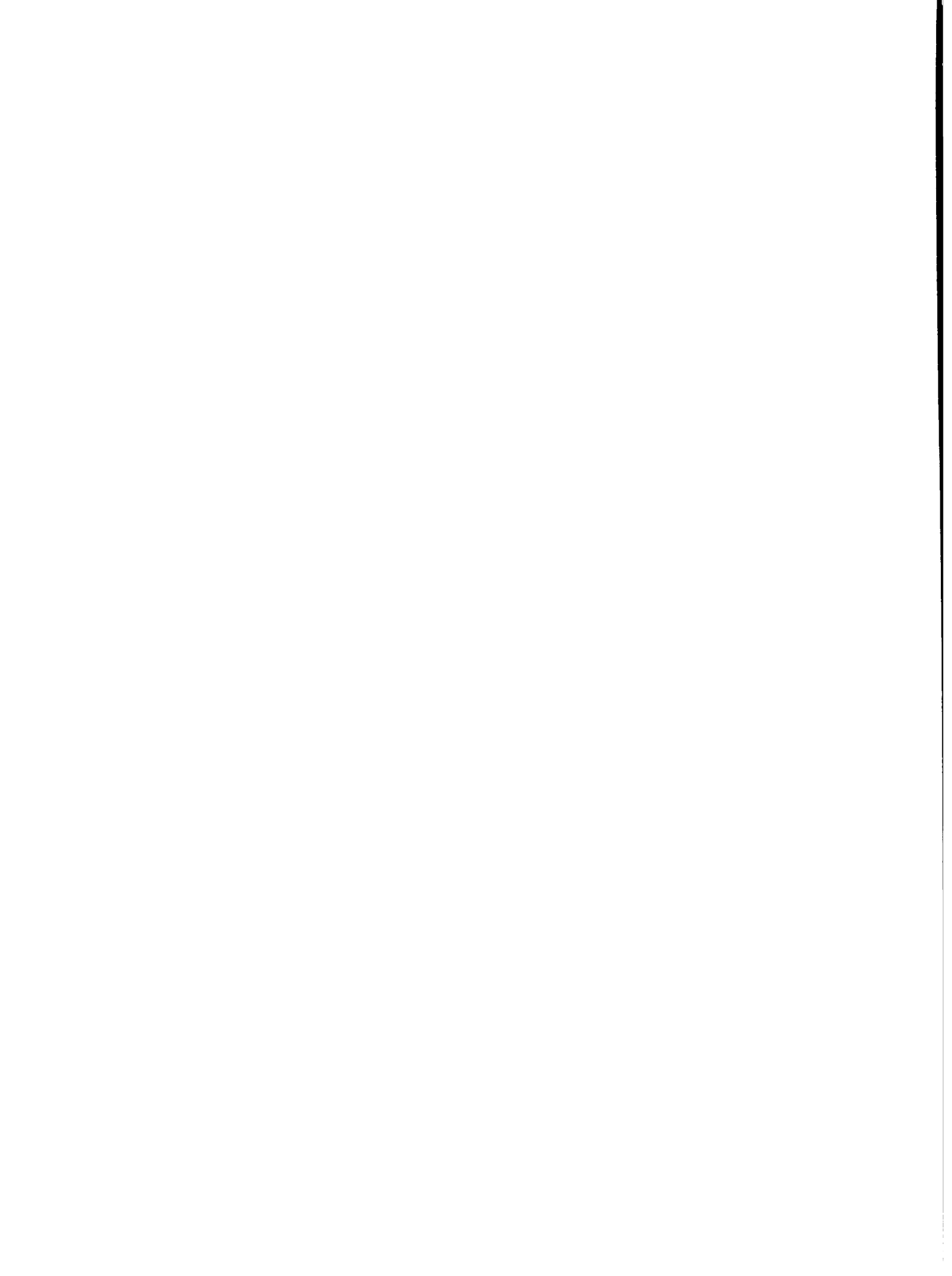
Qui sont les propriétaires des camions? Y en-a-t-il peu, contrôlant des douzaines de véhicules chacun et monopolisant le transport public à Port-au-Prince? Le contraire est vrai. Nos entrevues avec 150 chauffeurs ont montré que la plupart des camions appartiennent plutôt à de petits entrepreneurs qu'à de grandes firmes (Tableau 1).

Tableau 1. Nombre de Camions possédés par les entrepreneurs haitiens

89	camions appartenant à des propriétaires d'un camion seulement
27	" " " " " " de 2 camions
11	" " " " " " 3 camions
1	camion " " à un propriétaire de 4 camions
1	" " " " " " 5 camions
1	" " " " " " 6 camions
<u>1</u>	" " " " " " 7 camions
141	camions pour un minimum de 112 propriétaires <u>1/</u>

L'exactitude des chiffres présentés ici ne peut être toujours prise pour parole d'évangile. Les propriétaires, quand on leur demande s'ils possèdent d'autres camions, essayent parfois de le cacher. Dans 2 des 9 cas où un camion a été deux fois soumis à l'enquête, nous avons pu prouver que le propriétaire avait en fait dissimulé son droit de propriété. Un tel comportement confirme une règle qui est

1/ 10 chauffeurs n'ont pas répondu à cette question.

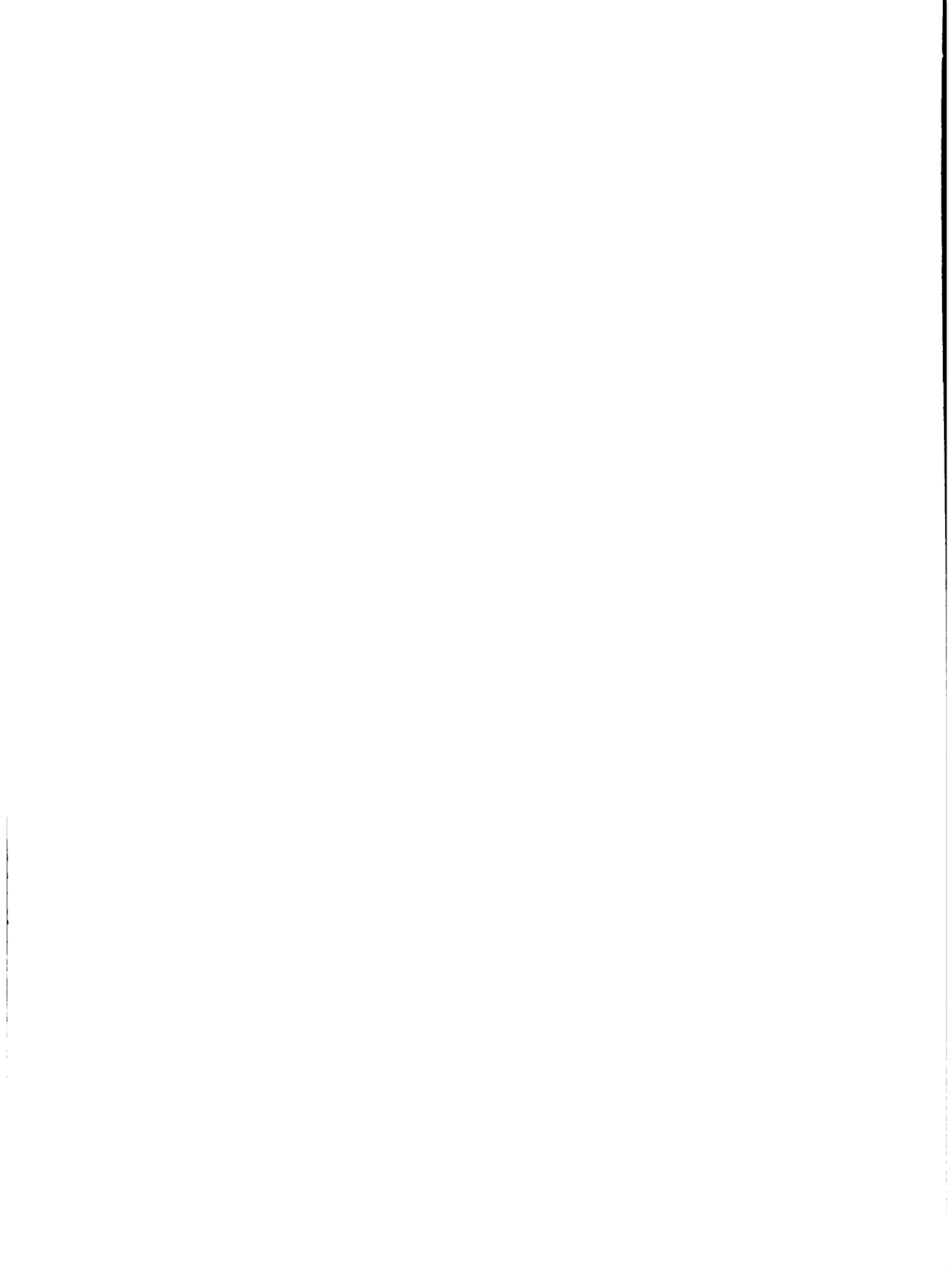


généralement appliquée en Haïti: ne jamais dire à un étranger ce que l'on possède. Se vanter de ses richesses ne peut qu'attirer la malchance.

Le fait demeure, néanmoins, que la plupart des camions sont possédés par de petits entrepreneurs. Beaucoup d'entre eux assurent eux-mêmes, en partie, la conduite de leurs camions. Ce qui a été constaté dans presque trente pour cent des entrevues, soit 42. Ces propriétaires-chauffeurs ont déclaré qu'ils conduisent durant la moitié du temps. Cependant, dans certains cas, il se peut bien qu'ils ne conduisent que pour un petit voyage par semaine. Pendant le temps qu'il passe à ne pas conduire, le propriétaire se repose, ou s'occupe de ses autres biens, ou opère comme "sékrète" sur son propre camion.

4. Transport de Gens et de Marchandises

Les camions haïtiens ont toujours paru très surchargés et, en fait, ils le sont vraiment. La charge consiste en marchandises et en personnes: il importe que les camionneurs prennent les deux. Les systèmes de collecte et de distribution sont si décentralisés à chaque niveau que l'accumulation et le transport efficient de tonnes d'un produit sont chose rare. Il arrive chaque jour que des milliers d'intermédiaires de petite envergure fassent le trajet vers la ville, accompagnant leurs produits qui, au total, pèsent ordinairement moins de 200 livres pour un déplacement.



Ceci ne veut pas dire qu'il n'y a pas d'intermédiaires de grande envergure qui transportent de grandes quantités de produits et qui occupent parfois la moitié d'un camion. Ceux-ci existent, et quelques bons exemples peuvent même se trouver dans la littérature anthropologique (9). Pourtant l'intermédiaire moyen ne transporte pas une grande quantité de produits au cours de ses voyages et, comme Mintz l'a estimé, "le mouvement d'êtres humains, en termes de poids, peut même excéder le mouvement de produits lui-même" (5).

D'autre part, il serait erroné de sous-estimer la quantité de produits transportés par les intermédiaires. Bien que pour le moment il n'y ait pas de données disponibles qui permettraient de répondre directement à la question du rapport gens/produits, les données présentées dans le Tableau 2 peuvent, néanmoins, fournir quelques indications sur l'efficacité du système de distribution. Pour tous les véhicules considérés dans l'enquête, nous avons recueilli des informations sur le dernier voyage qu'ils venaient d'achever. Comparons d'abord les nombres de personnes transportées.

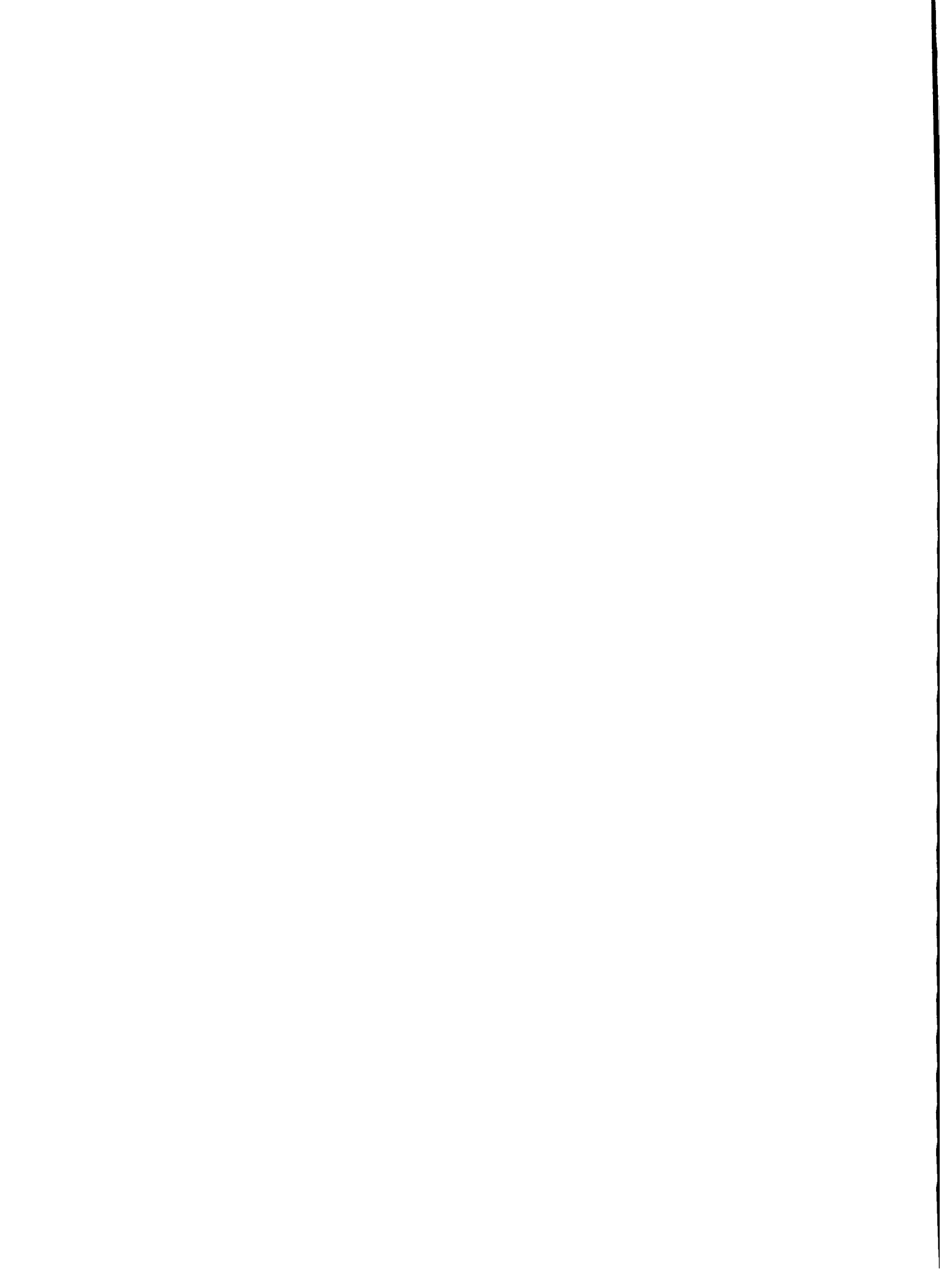
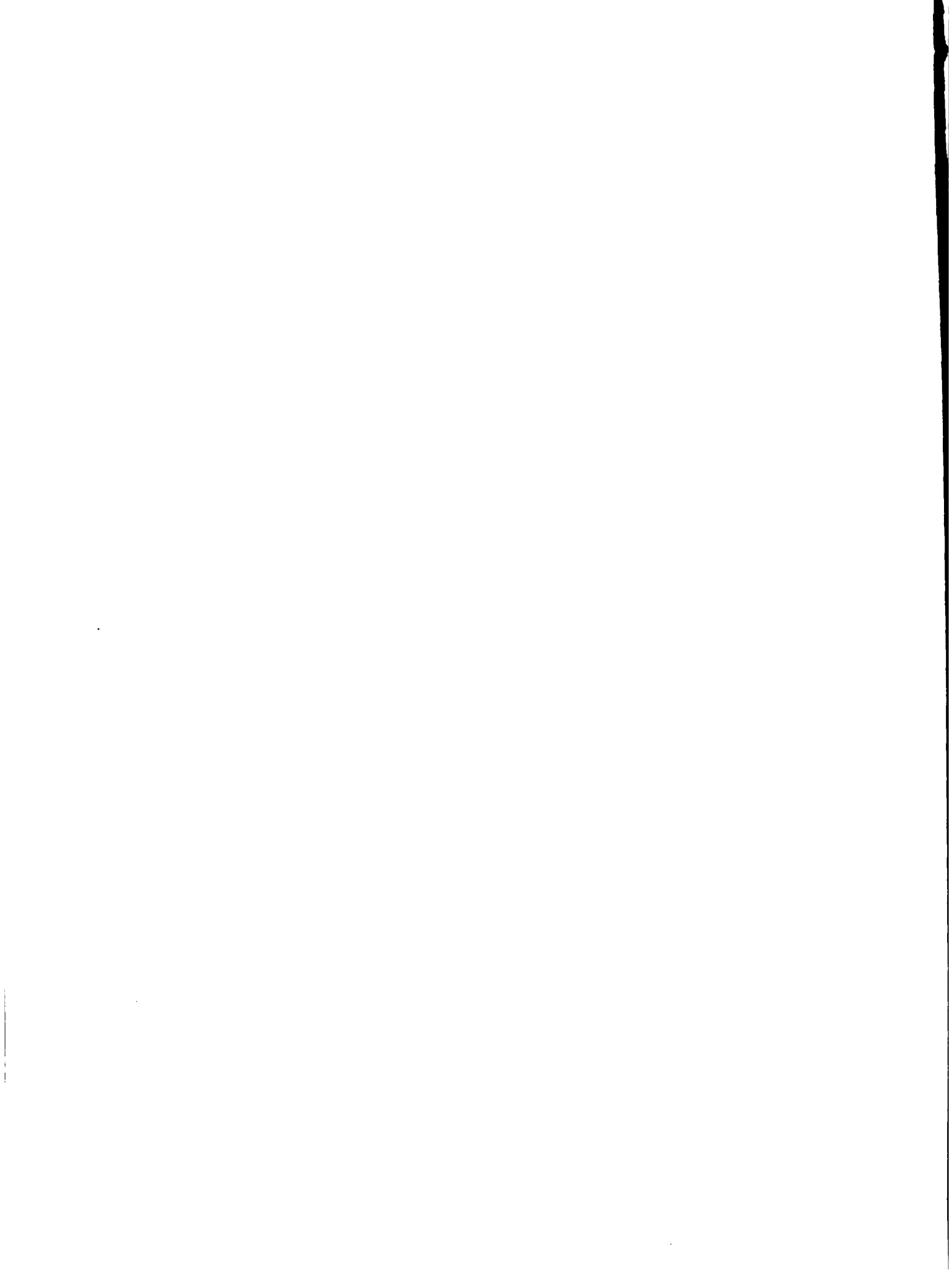


Tableau 2. Nombre de véhicules selon leurs dimensions et nombre de passagers pour 141 voyages.

Passagers au dernier voyage	Nombre de camions d'après la dimension (capacité maximum en passagers entre parenthèses)					Total
	grand camion (50-70)	camion normal (30-50)	petit camion (15-30)	camionnette (14)	bus (40)	
0 - 10	20	14	1	1	0	36
10 - 19	19	12	8	0	1	40
20 - 39	14	15	8	0	2	39
40 ou plus	7	2	0	0	2	11
pas de réponse	6	3	4	2	0	15
Total	67	46	21	3	5	141

Plusieurs conclusions peuvent être tirées du Tableau 2. La première est que la scène est dominée plutôt par les grands véhicules. Presque la moitié des camions auxquels s'est étendue notre recherche sont de grands camions, pourvus chacun de sièges (simples bancs en bois) pour plus de 50 personnes. Les petits camions et les "kamionèt" ne sont pas très utilisés pour les grandes distances, à l'exception des routes bien pavées qui mènent à Croix-des-Bouquets et à Léogâne. La capacité totale pour les 141 véhicules mis ensemble dépasse 7 100 sièges (sièges officiellement déclarés). Vu que la surcharge est communément pratiquée, la capacité actuelle doit être estimée à en-



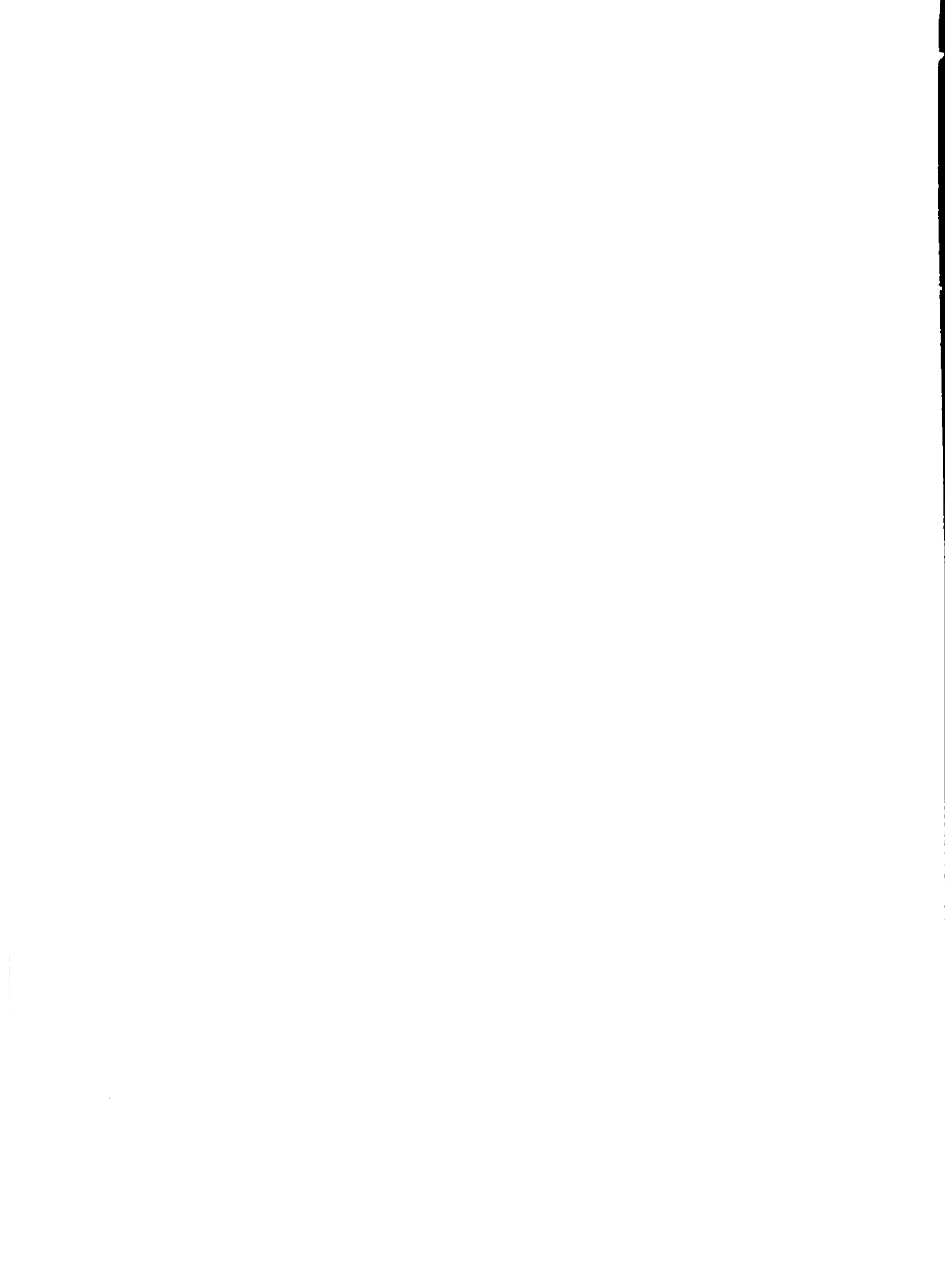
viron 8 500 sièges, ou 3 400 sièges au moins par jour ^{1/}.

La seconde conclusion à tirer est que les camions transportent beaucoup moins de gens que leur capacité le permet. Pas plus de 25% des véhicules considérés dans notre enquête étaient chargés de passagers selon leur capacité. Il y a même une étonnante corrélation entre la dimension et la charge en passagers: plus le camion est grand, moins il transporte de personnes, ceci proportionnellement à sa capacité.

La troisième conclusion à tirer du Tableau 2 est la suivante: étant donné que 50% des camions transportaient moins de 20 passagers chacun, le poids d'êtres humains peut n'avoir pas dépassé, en moyenne, 1,5 tonnes. La plupart des camions peuvent transporter entre 3 et 10 tonnes, avec la majorité probablement entre 5 et 7 tonnes. Nous déduisons, alors, que la marchandise doit avoir surpassé le poids d'êtres humains approximativement dans la proportion de 3 à 1.

Nous admettons volontiers que nos données à ce point sont encore incomplètes et ne permettent aucune réponse finale à la question du ratio gens/produits. Cependant, jusque là, il est évident que le système de distribution est moins dissipateur qu'il paraît ou

1/ Etant donné que les distances à Léogâne et à l'Arcahaie sont parcourues en une heure au plus, il y a des véhicules qui y voyagent des douzaines de fois par semaine. Il ne serait pas raisonnable, alors, d'établir une capacité de 5000 sièges par jour si l'on tient compte des nombreuses "Kamionèt". Il a été demandé aux enquêteurs de ne pas considérer les "Kamionèt" lors de la collecte des données.

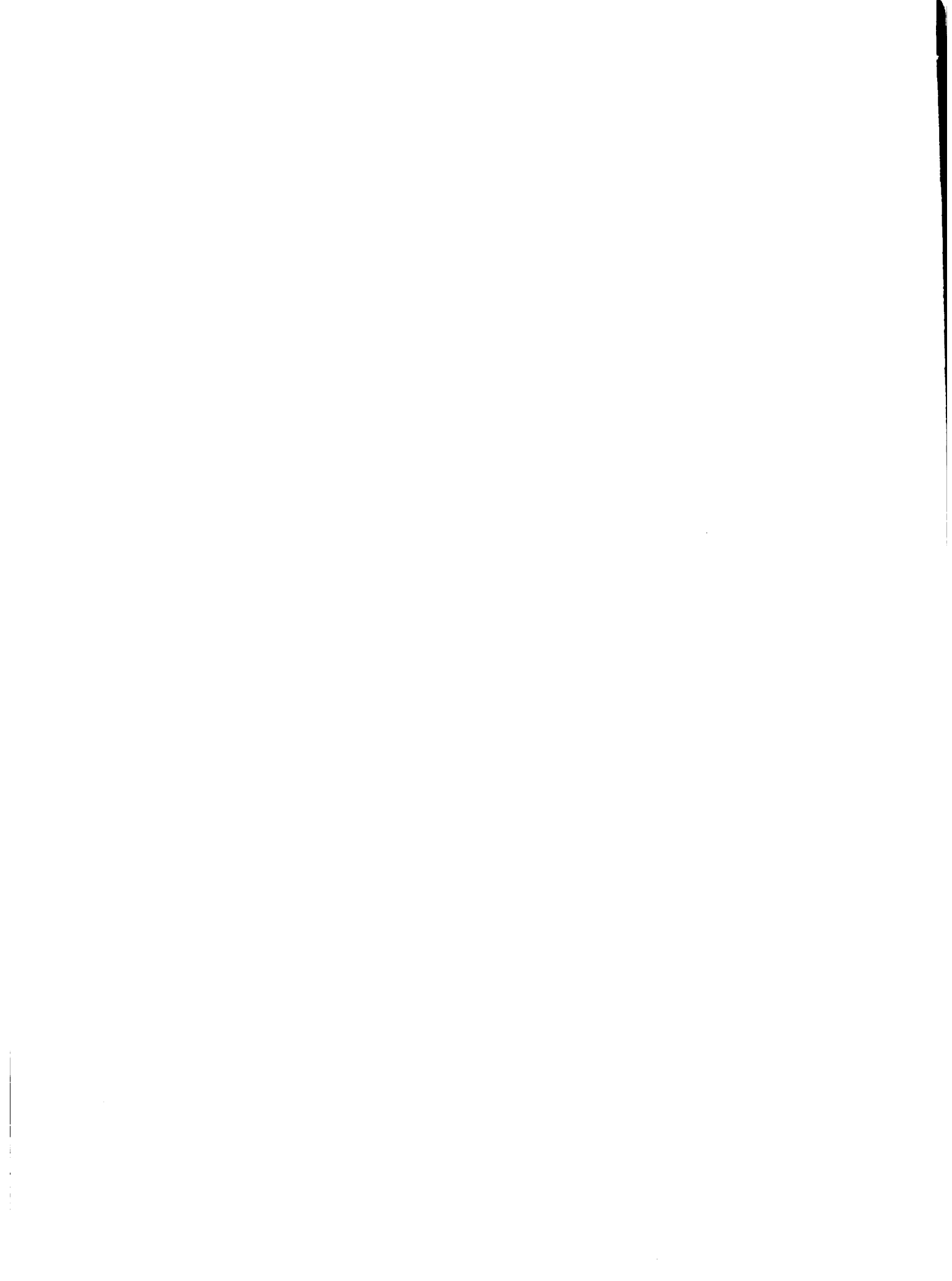


qu'il aurait pu paraître en d'autres temps. Même en ne comptant pas les quelques camions qui transportent des chargements de bois, la charge principale du "kamyô" paraît être des produits au lieu de gens. Ceci est fait pour plaire au "chofè": ils expriment toujours une préférence à transporter des produits au lieu de gens.

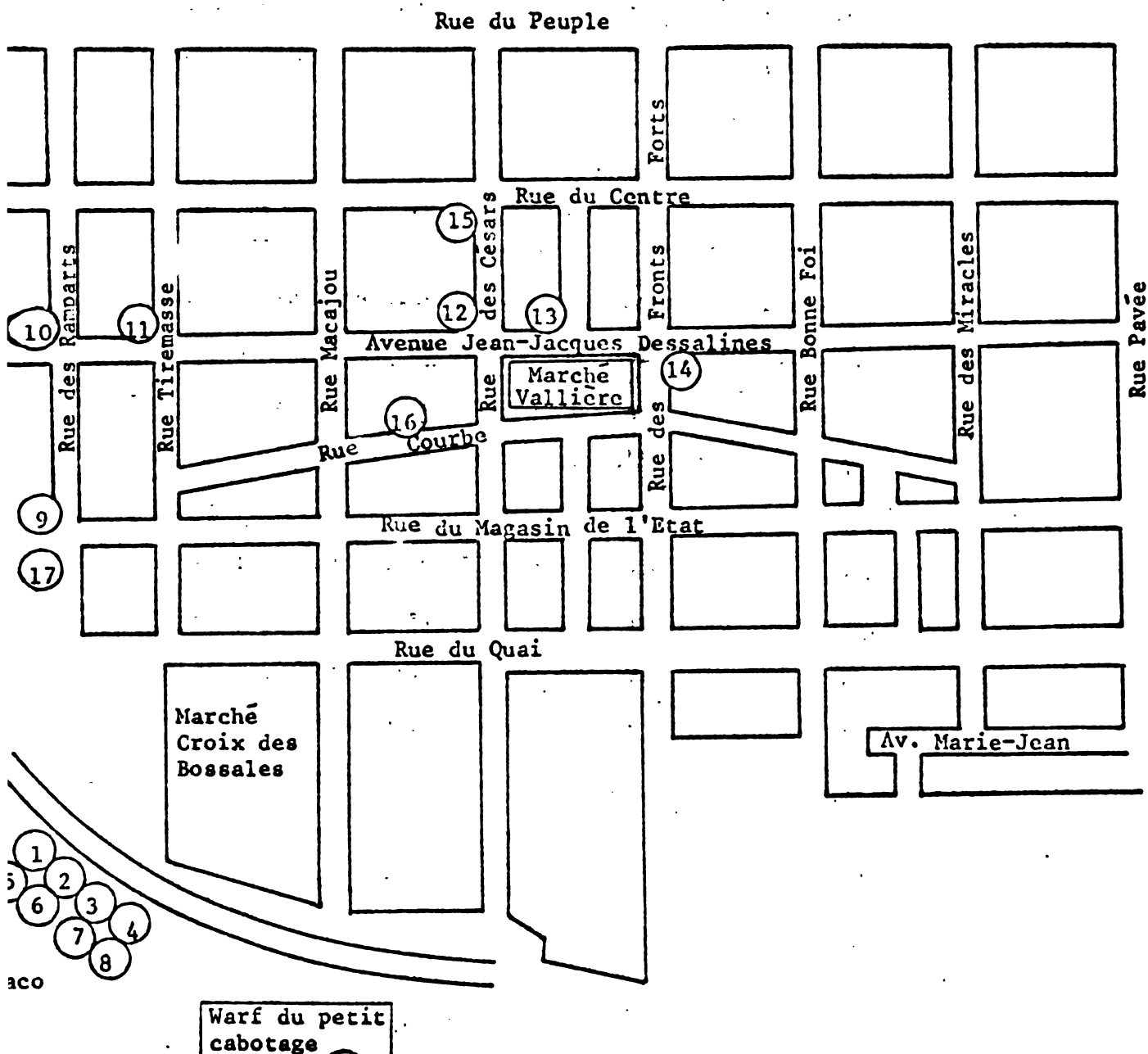
Une dernière remarque peut être faite au sujet de la composition des passagers. Combien d'entre eux sont actuellement des intermédiaires ambulants, autrement dit les fameuses "madam sara"? D'après nos chiffres, il y a une très grande variation. Quelques bus n'en transporteront pas; ils sont, d'après les révélations d'un enquêteur, réservés aux passagers d"élite". D'autre part, il y a le camion "St. François et St. Jacques" dont le chauffeur déclare que tous les 50 passagers qu'il venait d'apporter à la ville étaient des "madam sara". En moyenne, nous avons trouvé que seulement environ un tiers des passagers étaient identifiés comme intermédiaires ambulants, ou environ sept personnes par camion. Nos estimations d'un total de 300 camions et d'une moyenne de 2,5 jours par voyage nous mènent à la conclusion que environ 840 "madam sara" arrivent à Port-au-Prince chaque jour.

5. Les arrêts de camions

La ville a une grande station et approximativement une douzaine de petites stations de camion. La grande est la station TEXACO, à l'ouest du marché de la Croix-des-Bossales, qui offre une scène vivante



Carte 1. Stations de Départ des Camions dans la Zone du Bas de la Ville de Port-au-Prince



Destination des Camions

- | | | |
|---|-------------------------------------|---|
| 1. Arcahaie | 6. Las Cahobas/Mlinche | 12. Delmas/Pétionville |
| 2. Port-de-Paix | 7. Petit Trou de Nippes/Anse à Veau | 13. Carrefour |
| 3. Pte Rivière de l'Artibonite | 8. Aquin/Cayes | 14. Pétionville |
| 4. Gonaïves/Gros Morne | 9. Mirebalais/Las Cahobas | 15. Carrefour Feuille |
| 5. Miragoâne/Jacmel / Baint/Petit Goâve/Grand Goâve | 10. Carrefour-Bordes | 16. Cap-Haitien |
| | 11. Bon Repos/Croix des Bouquets | 17. Thomazeau |
| | | 18. Bateaux: Jérémie, Gonaïves, St Marc |



et colorée à tout moment de la journée. Les petites stations sont, pour la plupart, situées aux environs de la zone des dépôts. La carte 1 donne une vue d'ensemble de quelques-unes de ces stations.

A l'exception de la station TEXACO, ce qui est appelé une station ici est difficilement reconnaissable comme telle pour l'observateur étranger. Il n'y a aucun signe, aucune carte, aucune rampe de chargement. On n'en a pas besoin. Toute personne qui désire faire un voyage à sa ville natale saura où les camions allant vers sa destination, ont coutume de s'arrêter. Même l'étranger qui n'est pas renseigné trouvera vite son chemin.

Les arrivées de camion sont plus difficiles à savoir. Les chauffeurs se font la concurrence pour avoir les passagers et sont disposés à accorder des faveurs à leurs clients réguliers. Il n'est pas rare qu'un chauffeur, revenu de Jacmel après un voyage harassant de 6 heures, passe une heure entière à décharger trois sacs ici, des cabris là, quelques personnes au Portail Léogâne et d'autres au Marché Salomon. Quelques passagers prennent régulièrement des "taptaps" ou des taxis aux limites de la Ville pour éviter les longs retards, mais la plupart patientent dans le camion jusqu'à ce qu'ils arrivent chez eux. Le prix demeure le même de toute façon.



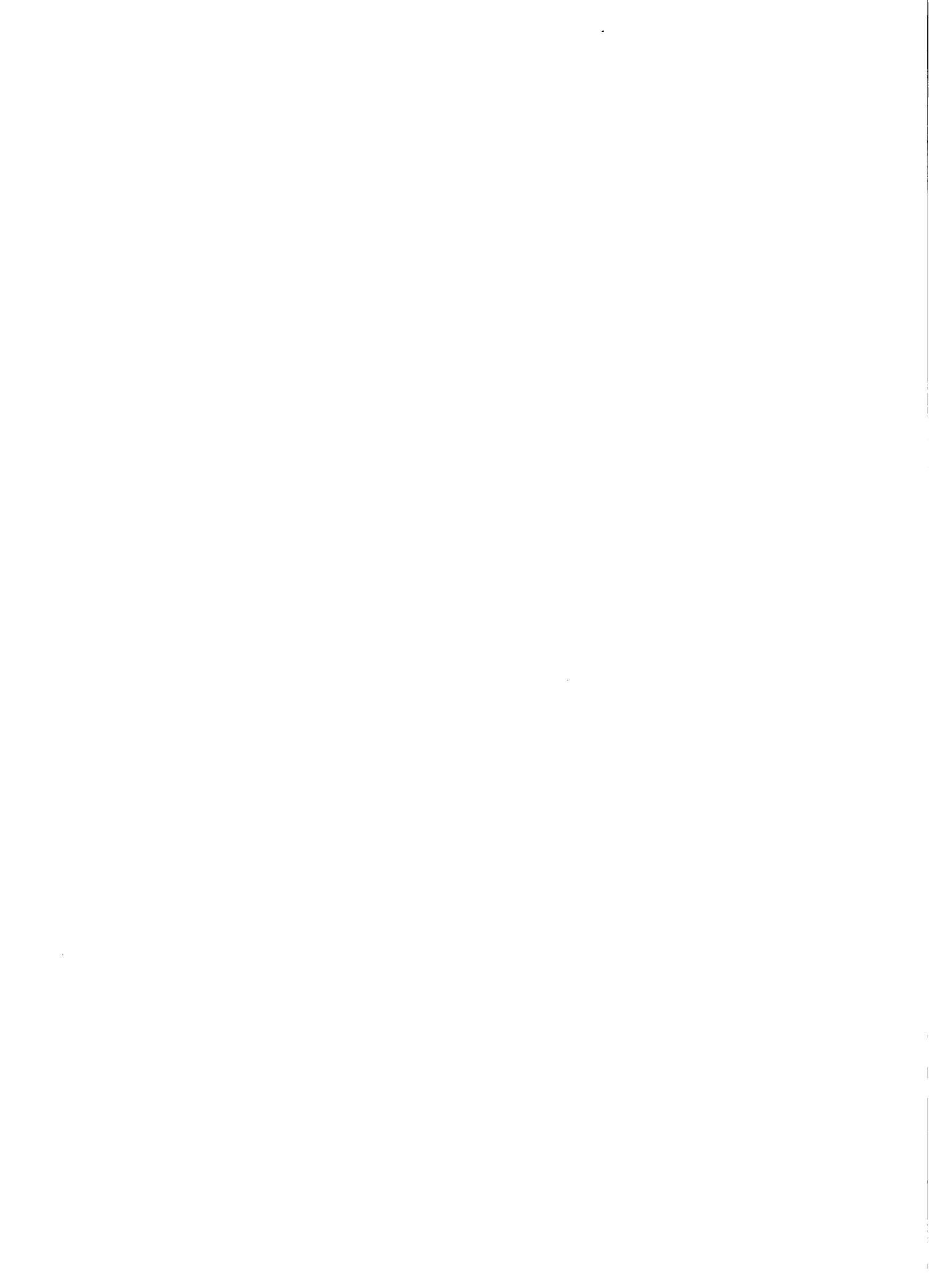
Les principales intersections, telles que les dépôts et les marchés, sont les principaux arrêts des camions arrivant en ville. A toutes ces stations, les porteurs sont prêts à se battre avec les "mèt boèt". (propriétaires des brouettes) pour avoir le droit de transporter des produits aux endroits où on doit les emmagasiner ou les vendre. Les produits aux endroits où on doit les emmagasiner ou les vendre. Les "madam sara" ne resteront pas longtemps dans la rue avec leurs marchandises. Le plus souvent, elles ont leurs contacts établis d'avance, spécialement dans la zone de dépôts. Ceci est, après tout, le secret de leur réussite: contacts entretenus avec soin à travers le temps.

Dans certains cas, on a trouvé des chauffeurs qui passent chercher quelques-uns de leurs clients à leur domicile.

B. Circuits de Distribution des Produits Agricoles à Port-au-Prince

1. Acheminement par les dépôts

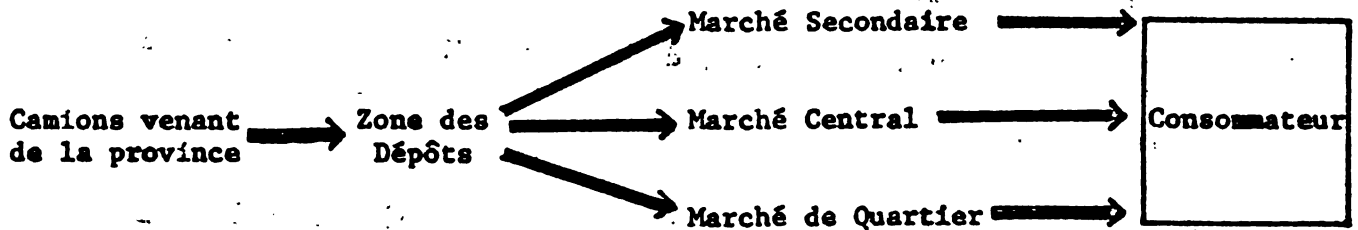
L'écoulement des marchandises, des provinces à Port-au-Prince, est relativement facile à observer. La plupart des marchandises sont transportés par camion sur l'une des trois principales voies d'accès, et ce qui est expédié par bateau arrive au "Wharf du petit cabotage". Cependant, une fois les produits arrivés en ville, ils peuvent prendre n'importe lequel des douzaines de chemins différents vers le consommateur. Ce terme du système de distribution est très complexe. Il est impossible et peut-être pas nécessaire, à ce point, de donner une description complète de toutes les routes alternatives et les raisons pour lesquelles elles sont choisies. Ce qui est proposé ici ne peut être, alors, qu'une série



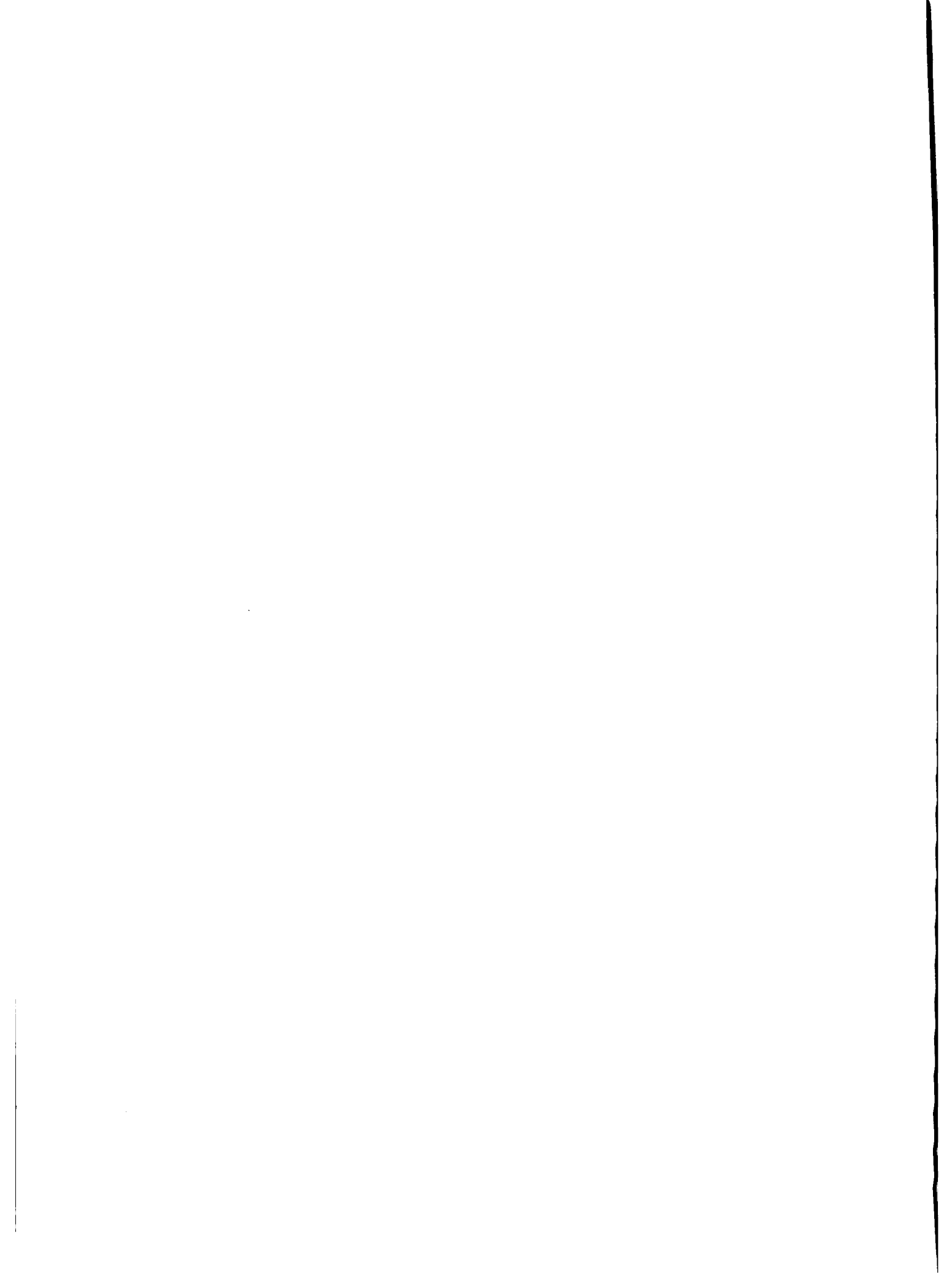
de modèles tentatifs susceptibles d'être corrigés par quiconque dont les données empiriques suggèrent des changements dans un ou tous les modèles.

Dans sa forme la plus essentielle, notre modèle du système de distribution dans la ville est présenté ci-après.

Modèle 1. Vivres alimentaires écoulés à travers les dépôts et les marchés

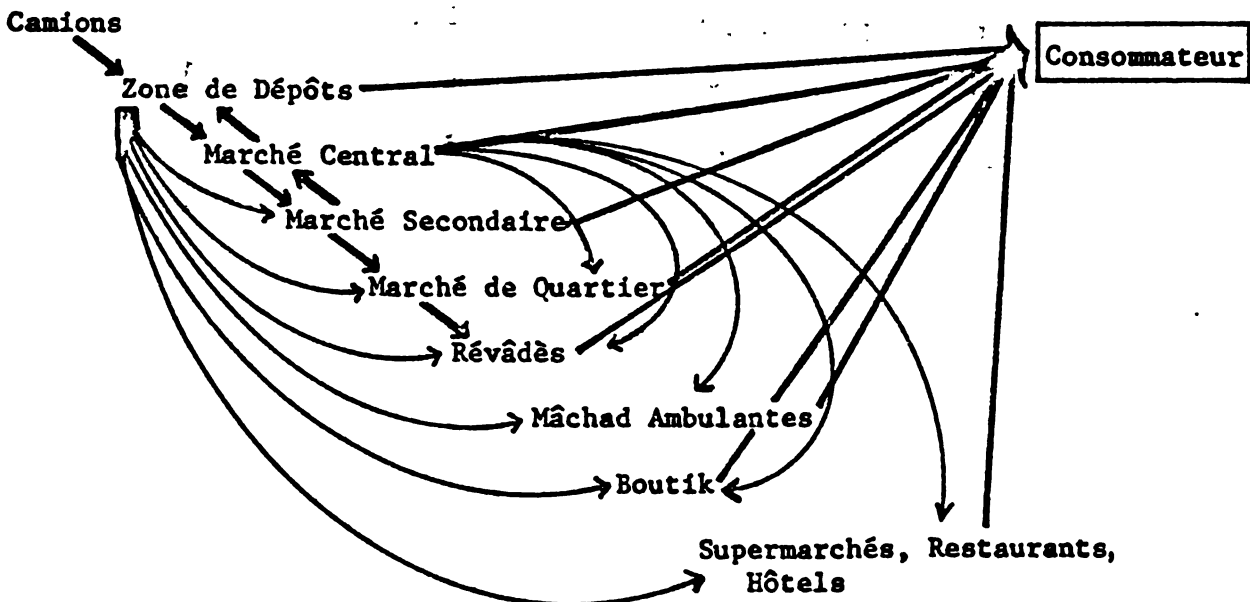


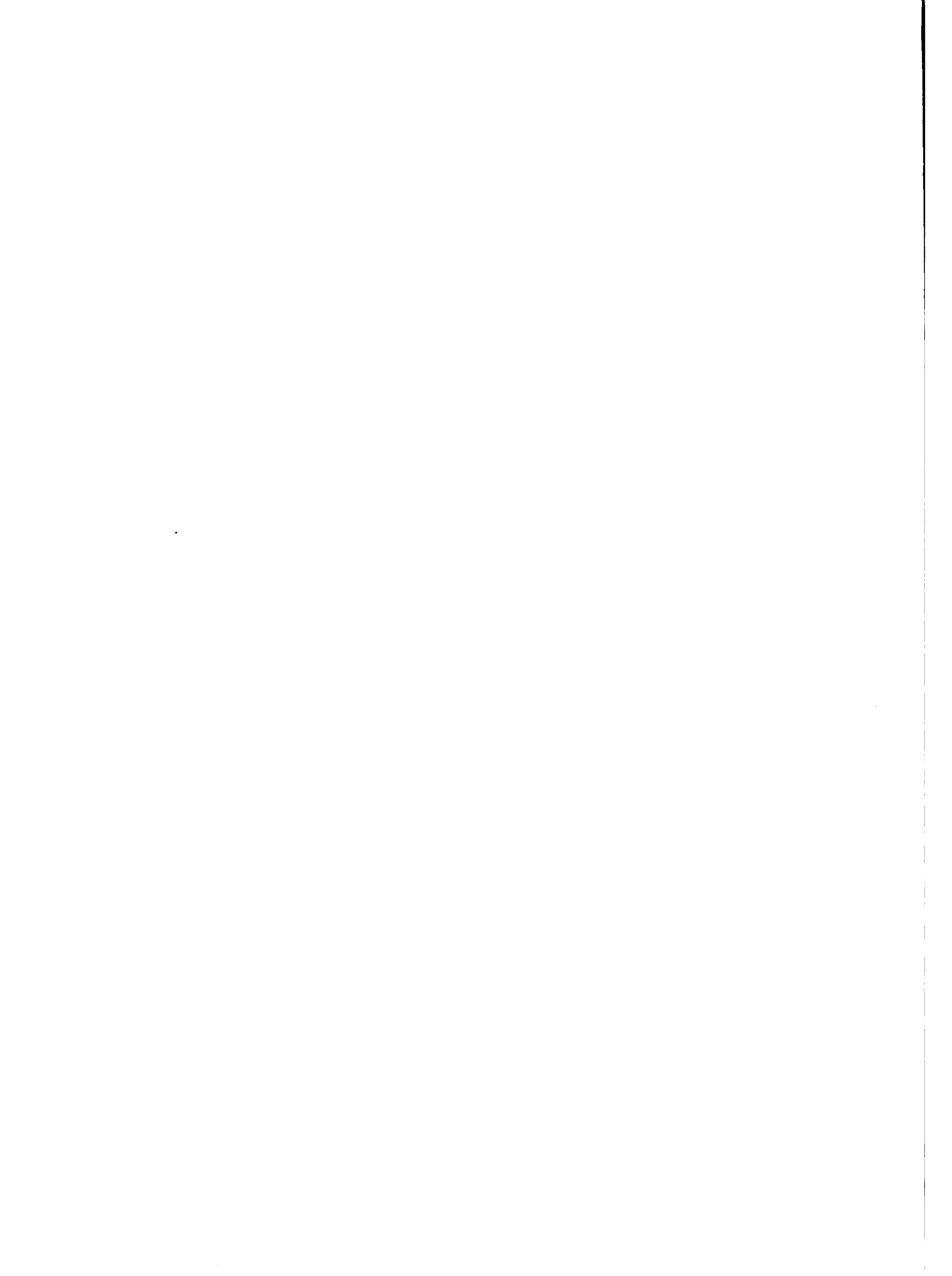
L'écoulement des produits, vu dans ce modèle, se fait dans une direction seulement. Les marchandises se meuvent à travers les trois parties structurales du système, l'une après l'autre: camions, dépôts et marchés. Nous avons divisé les 23 marchés de la ville en trois catégories sommaires qui seront justifiées plus loin dans un autre chapitre. Il y a une Zone de Marché Central prédominante (Croix-des-Bossales); il y a trois marchés secondaires (Marché Vallières, Marché Salomon et Marché Nirvana) qui remplissent à la fois certaines fonctions de lieu central d'échanges et de marchés de quartier et il



existe 19 marchés de quartier. Le Modèle 1 montre la zone de dépôts comme le lieu où les décisions sont prises au sujet des circuits possibles que les produits suivront. Tous échanges ayant lieu aux dépôts sont supposés s'effectuer entre intermédiaires (principalement les "madam sara") et les "révâdès" de la ville (les femmes qui transporteront la marchandise aux marchés ou dans les rues et l'y vendront). Le Modèle 1, sans doute, représente les circuits de distributions de la manière comme il se présente pour plusieurs produits dans diverses conditions. Il y a, cependant, d'autres possibilités, comme le montre le Modèle 2

Modèle 2. Les consommateurs et les détaillants peuvent raccourcir la chaîne d'intermédiaires



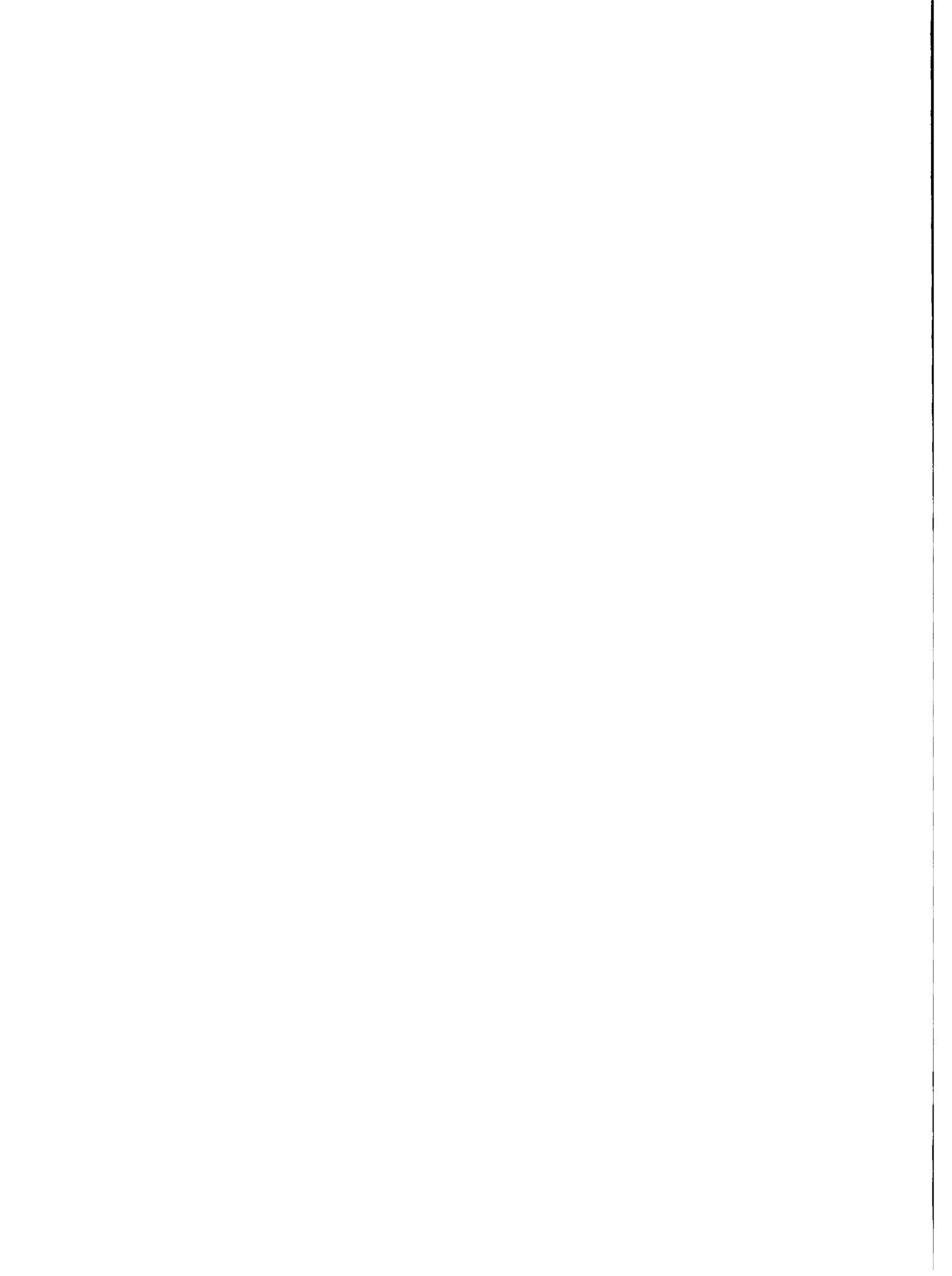


Les entrevues avec les vendeuses de tous niveaux ont révélé que la chaîne d'intermédiaires s'occupant d'un produit avant qu'il atteigne le consommateur peut être considérablement plus longue qu'elle paraît au Modèle¹. Le Modèle 2 montre qu'un produit peut se mouvoir jusqu'au bas de l'échelle, étape par étape et qu'il peut u avoir jusqu'à six étapes ^{1/}. Différents types de mobilité peuvent aussi être observés.

Les produits peuvent se mouvoir dans les deux sens entre certains types de marché. Nous avons trouvé des cas où les articles étaient vendus en gros dans un marché secondaire seulement pour être revendus au détail à la Croix-des-Bossales (marché central). C'est un renversement de l'écoulement de la plupart des produits. Le plus difficile à déterminer est la mobilité horizontale de produits à un niveau donné. On nous a raconté des histoires au sujet d'articles changeant de propriétaires jusqu'à dix fois avant même d'arriver à la zone des dépôts. On s'attendrait à ce que les prix payés par le consommateur montent au fur et à mesure que le produit change de mains. Asez étonnamment, ceci n'est pas souvent vrai.

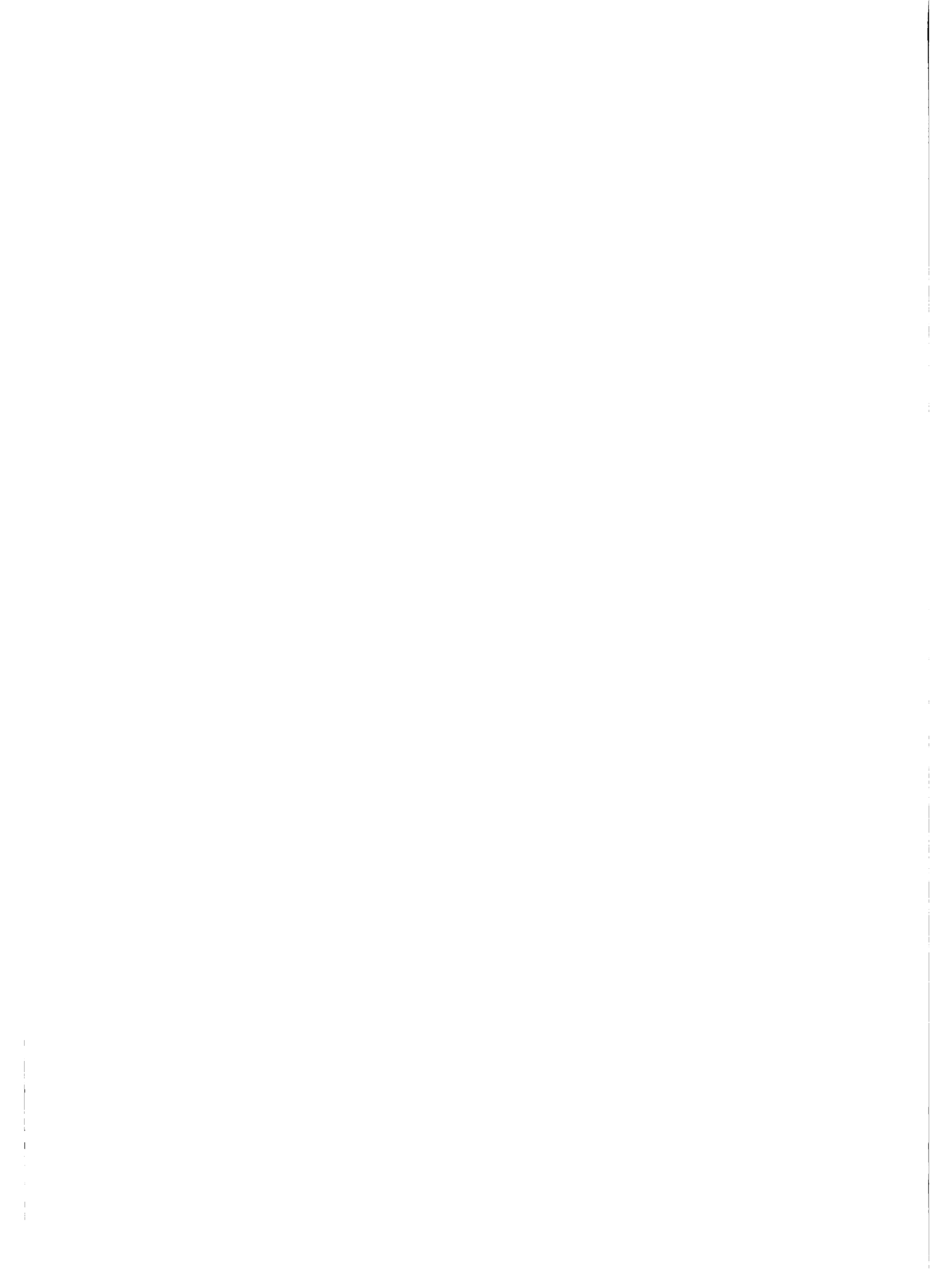
A cause d'une concurrence presque parfaite ou d'une situation où règne une conourrence extrêmement poussée à tous les niveaux de commercialisation entre les dépôts et les supermarchés, le consommateur peut entrer et acheter n'importe où. Les grandes différences de prix n'existent pas alors et la marge de profit allant aux intermédiaires

^{1/} "Rêvâdès" et "machâd" ambulante sont considérées comme une étape. "boutik" et Supermarchés sont aussi considérés comme une étape.



est maintenu à un minimum et souvent, elle est plutôt le résultat d'opérations ingénieuses que d'augmentations visibles de prix. Alors, quand il raccourcit la chaîne de commercialisation, tout ce que le consommateur peut espérer est une légère différence de prix, qui, le plus souvent, est le résultat de coûts réduits de transport et/ou de manutention.

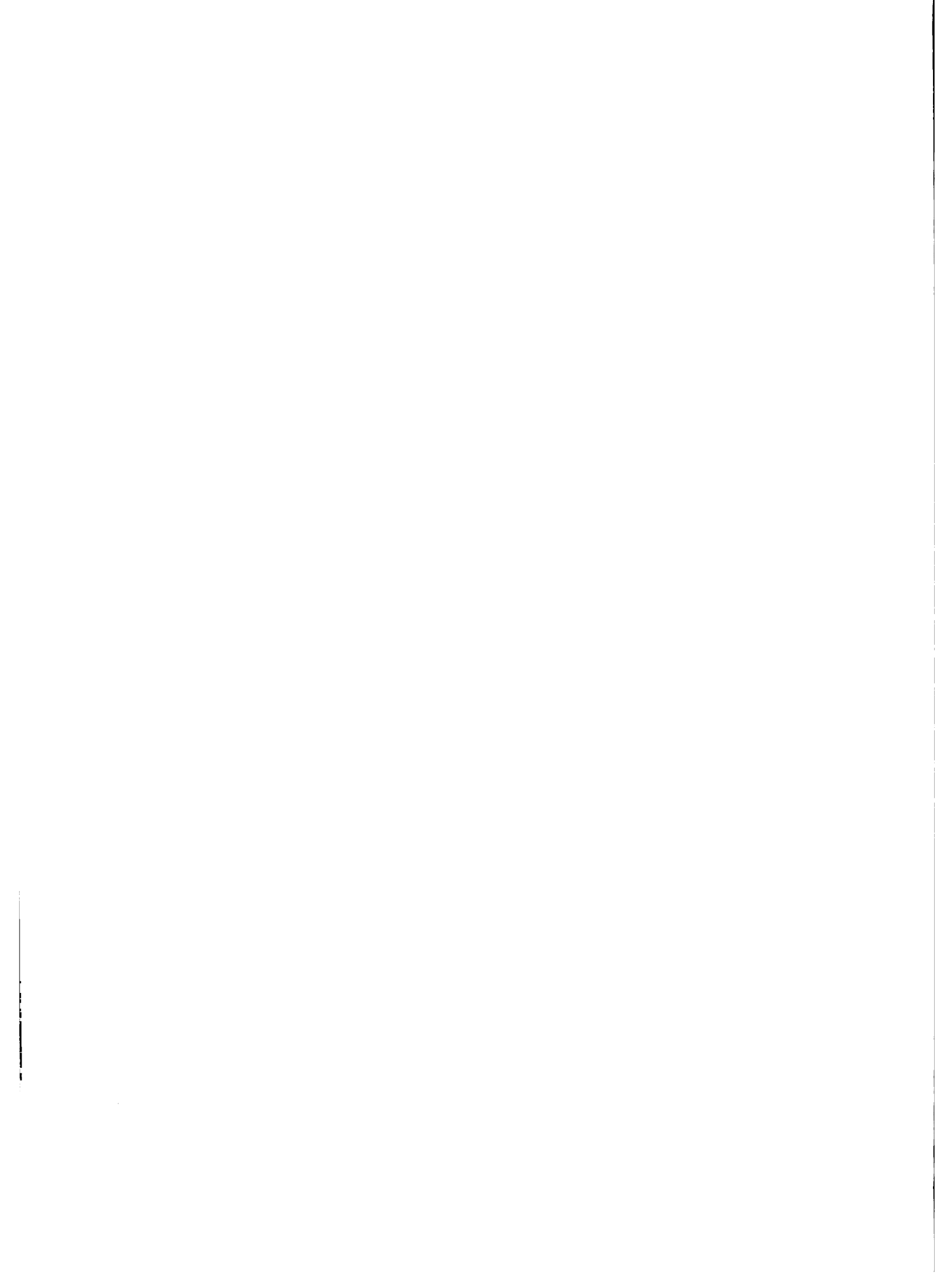
Alors que les produits ne deviennent pas nécessairement d'une façon significative plus chers pour le consommateur (ce qui serait le résultat d'un changement de prix à mesure qu'ils se meuvent à travers la chaîne d'intermédiaires) un processus significatif de sélection est continuellement en cours, à savoir une sélection en qualité et en prix. Des nombreuses et différentes qualités de fruits qui sont offertes à la Croix-des-Bossales, seulement la meilleure sera vendue plus tard aux restaurants, hôtels et supermarchés. Les marchés de quartier, aussi, reflètent le status économique de leurs environs et leur clientèle. Le choix d'un circuit particulier de distribution pour les produits agricoles est fréquemment déterminé par la qualité du produit. Quelques marchés de quartier ont toujours la meilleure qualité disponible alors que d'autres ont difficilement un produit de bonne qualité. Les flèches courbes du *Modele 2* nous montrent ce procédé de sélection.



A chaque niveau, il y a des intermédiaires spécialisées dans cette sorte de canalisation de produits vers une classe spécifique de consommateurs. Elles sont facilement reconnaissables par les "machâd" ambulantes. Elles n'ont aucun intérêt à apporter des laitues fanées à un quartier bourgeois ou des tomates de première qualité à un quartier très pauvre. Mintz a pensé que les systèmes de commercialisation interne fonctionnent comme des "mécanismes d'articulation sociale" (5). C'est précisément à ce point qu'une telle articulation a lieu: dans la prise de décision au sujet d'échange vertical ou horizontal d'articles. Le Modèle 2 montre que la plupart des décisions sont prises aux dépôts et au Marché Central (Croix-des-Bossales).

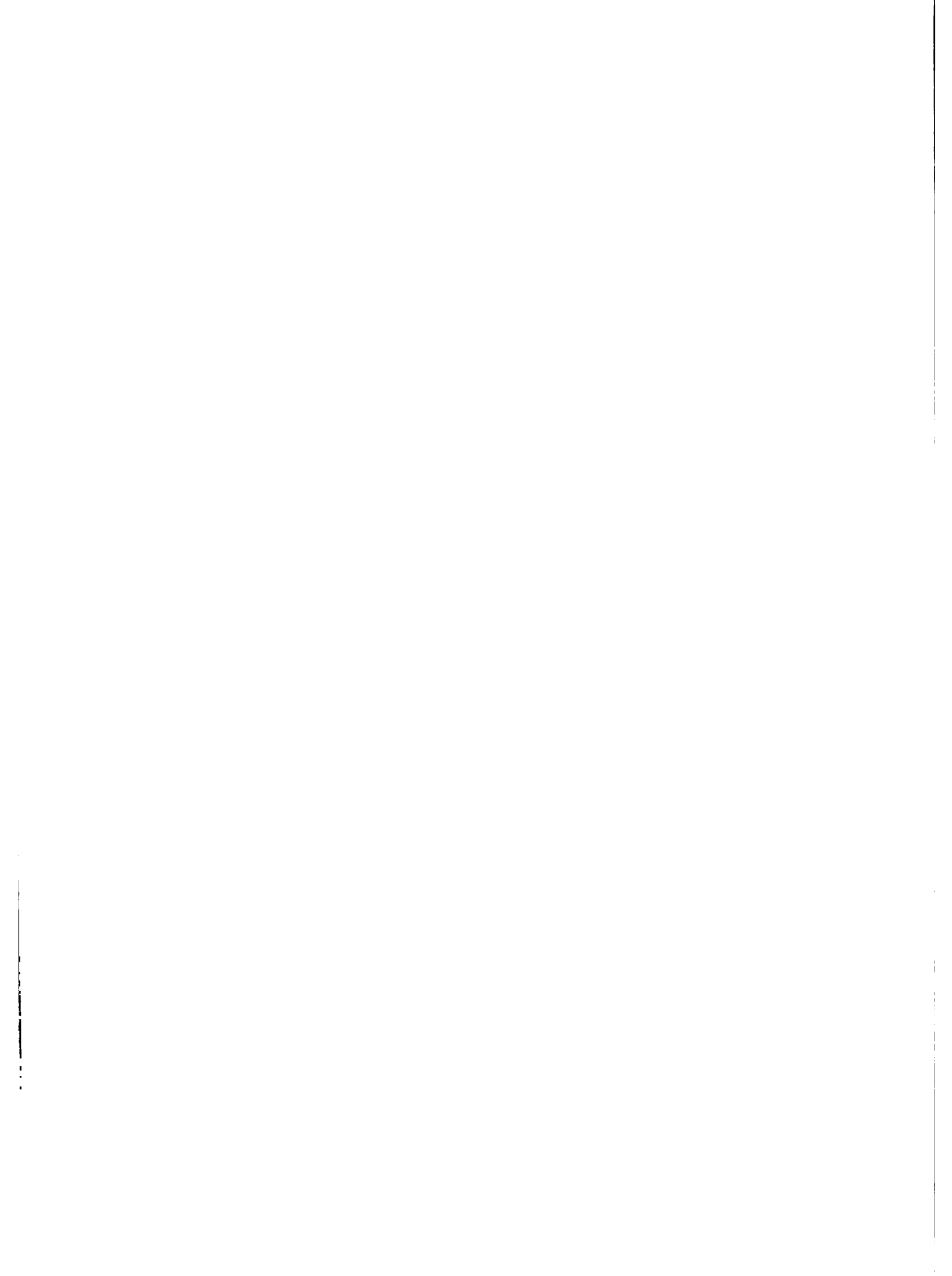
2. Acheminement par les abords des dépôts

Les deux modèles que nous avons utilisés ont présenté jusqu'à présent le dépôt comme un maillon crucial entre le camion et le marché. Beaucoup d'échanges n'auraient pas lieu et la caractéristique de "libre" concurrence du système de commercialisation à Port-au-Prince ne pourrait pas jouer si facilement s'il n'y avait ces dépôts. Cependant, il y a de bonnes raisons de les éviter. Les "révâdès" qui veulent acheter au dépôt se trouvent souvent en désavantage. Les dépôts sont pour les "madam sara", nous a-t-on dit. Dans d'autres occasions, les révâdès nous ont expliqué qu'elles achèteraient au dépôt seulement quand leur contact spécial, une "madam sara", avec qui elles ont établi une "pratik", était présente. En d'autres temps, elles préféreraient acheter au marché, c'est-à-dire à la Croix-des-Bossales.

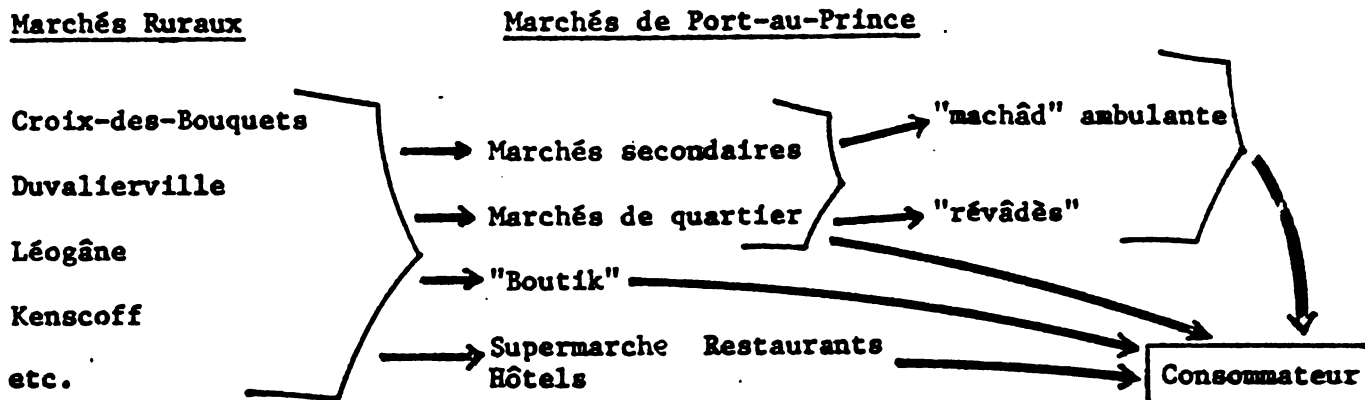


La raison la plus importante pour ne pas utiliser les dépôts est une raison d'ordre économique. L'usage d'un dépôt, en raison de tous ses avantages, coûte de l'argent,

1. les frais d'emmagasinage doivent être payés pour les produits qui y sont entreposés,
2. Pendant qu'ils sont au dépôt, le capital ne produit pas (à moins qu'on ait supputé habilement les perspectives de fluctuations de prix),
3. Il n'y a aucune façon d'éviter le paiement des taxes. Les dépôts sont supervisés et visités plusieurs fois par jour par des agents du gouvernement (percepteurs). Au contraire, une femme avec ses articles non taxés dans les rues, peut recourir à un stratagème pour éviter au moins une partie des taxes (9), et
4. Beaucoup de "révâdès" de la ville opèrent avec un capital si faible qu'elles ne peuvent tout simplement pas se permettre d'acheter au dépôt. "Au dépôt vous achetez par sac et vous avez besoin de plus d'argent", nous a-t-on dit en plusieurs occasions; ce qui signifie que la "machâd" de la ville trouve souvent qu'il est impossible d'acheter au plus bas prix de gros.



Modèle 3. Le moyen d'épargner de l'argent aux abords des dépôts

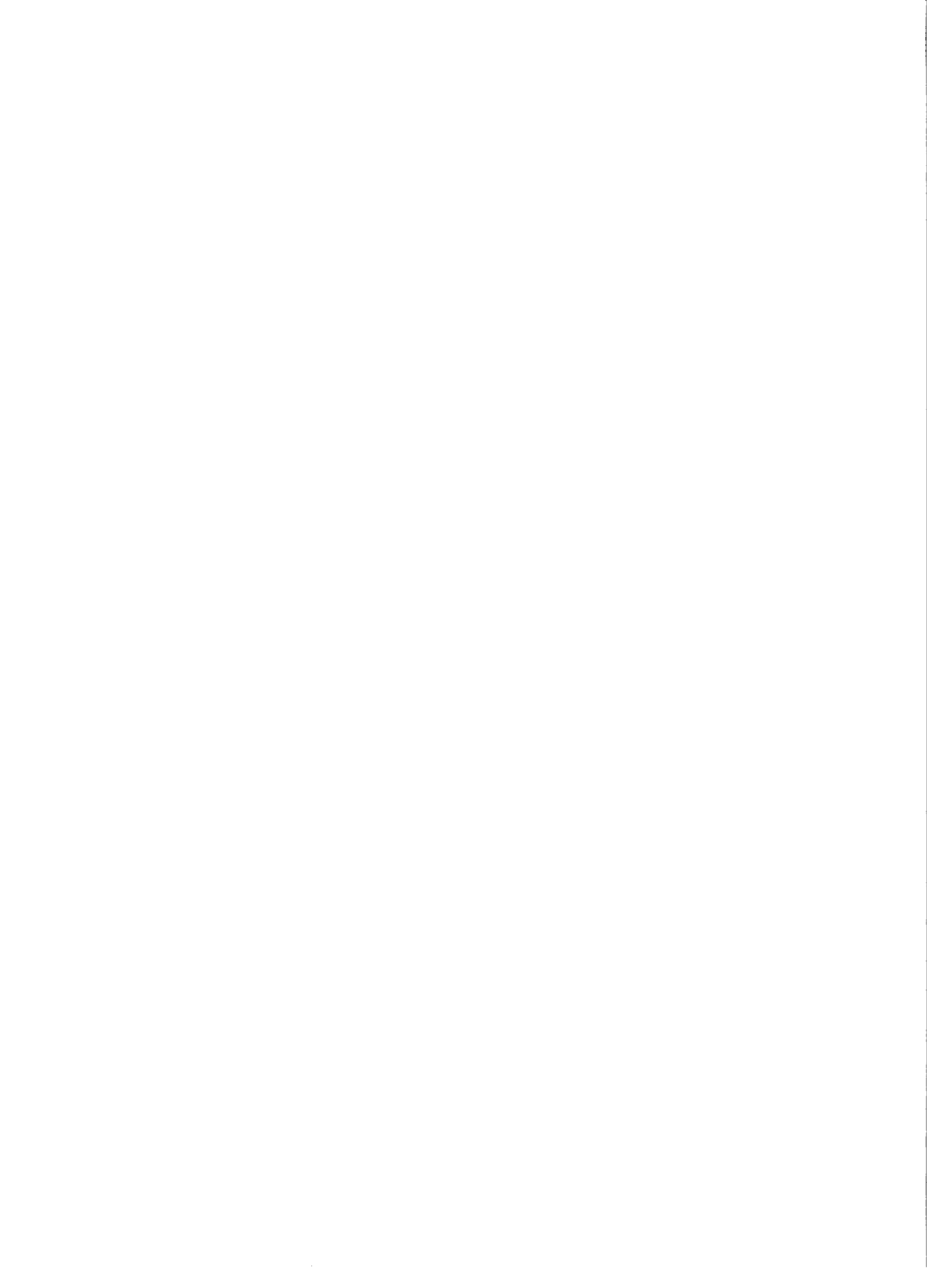


Le ~~Modèle~~ 3 présente un circuit alternatif de commercialisation. Beaucoup de "révâdès" de ville évitent les dépôts non par manque de capital mais plutôt parce qu'elles ont assez d'argent pour entrer, sur une petite échelle, en concurrence directe avec la "madam sara". Elles trouvent qu'il est plus avantageux d'acheter dans un des grands marchés ruraux à une faible distance de la ville et de vendre dans des marchés secondaires ou des marchés de quartier ou directement aux consommateurs. Le risque est plus grand ainsi que le profit. Un avantage additionnel réside dans le fait que les paysans recherchent fréquemment les moyens d'éviter les taxes de marché. La "zone grise" autour des deux marchés de Croix-des-Bouquets est remplie, nous a-t-on dit, de "révâdès" de la ville qui essayent, en même temps, de marchander avec les producteurs, d'échapper aux agents gouvernementaux et de s'assurer d'un moyen de retour à Port-au-Prince.

Les produits acheminés aux abords de la zone de dépôts atteignent fréquemment leur destination en passant par un seul intermédiaire intervenant entre le producteur et le consommateur. Néanmoins, un tel raccourci n'est pas utilisé dans la majeure partie de tous les échanges. Cela peut être dû au fait que de telles opérations ne peuvent être exécutées sur une grande échelle. Aussitôt qu'il y a beaucoup trop de "révâdès" essayant d'acheter de cette façon, les paysans ou les agents de taxation tireront parti de cette situation et l'opération ne sera plus profitable. D'autre part, aussitôt qu'une seule "révâdès" essaie d'opérer sur une trop grande échelle, elle se trouvera inévitablement en difficulté pour trouver un lieu sûr d'emmagasiner, et il vaudra mieux pour elle de se résigner à faire les frais de dépôt .

3. Flexibilité comme moyen de vivre

Résumons maintenant quelques-unes des caractéristiques de ce système de distribution. Il y a, à travers toutes ses parties, un manque de capital. A l'exception des propriétaires de camion, dont la plupart sont de petits entrepreneurs, il paraît qu'on trouverait difficilement quelqu'un disposé et capable d'investir de grandes sommes dans la distribution de produits. Le crédit est difficile à obtenir et les taux d'intérêts sont exorbitants (parmi les "machâd" ils sont fréquemment de 30% le mois). Une des règles du jeu est, alors, que le gaspillage peut être minimisé à tous les niveaux.

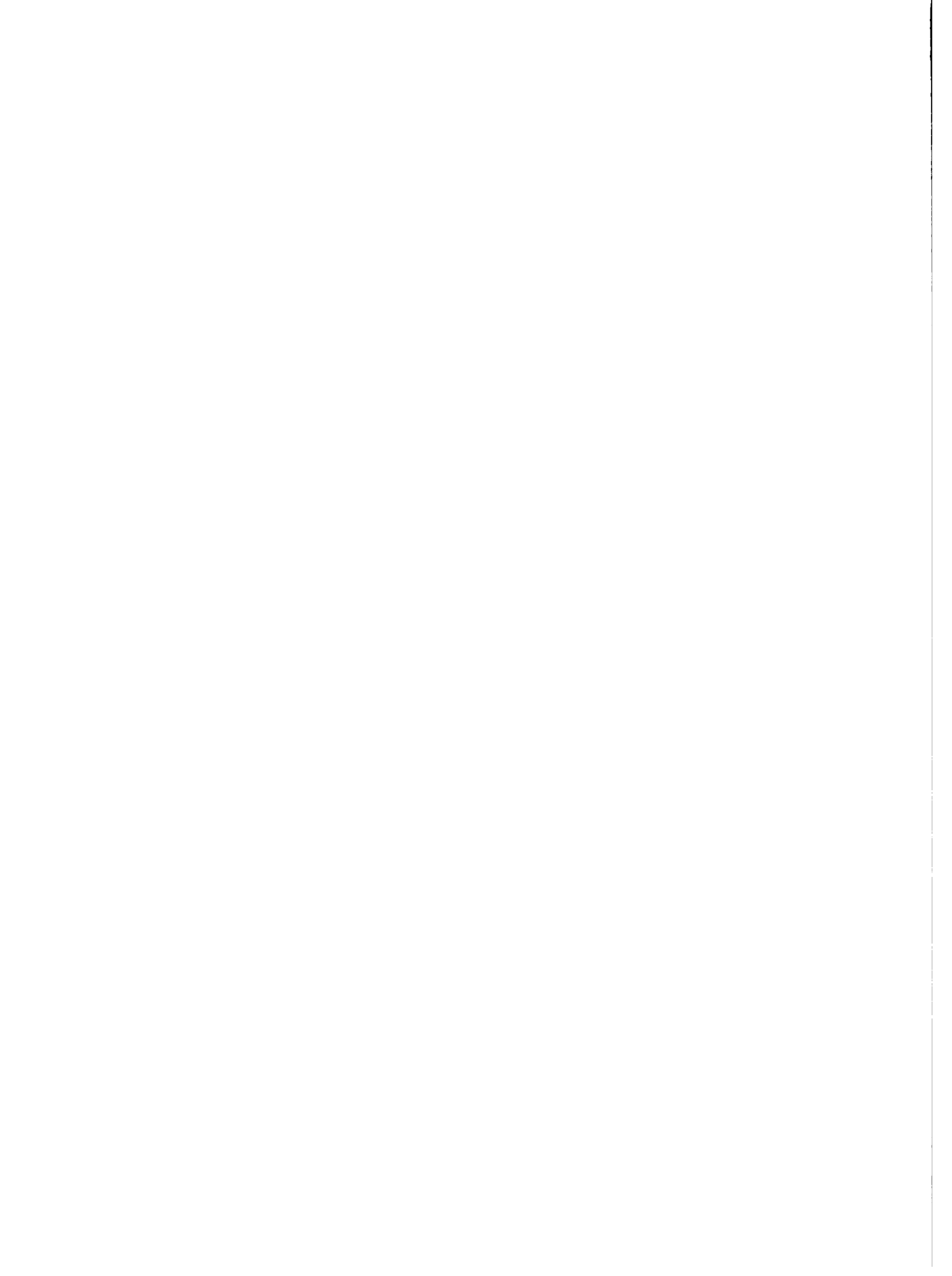


La seconde caractéristique est l'abondance de main-d'oeuvre à bon marché. A tous les niveaux du système, il y a des milliers de gens qui attendent de sauter sur l'opportunité qui se présente. La concurrence est donc à son point maximum. La bataille pour les ressources rares est féroce.

Une autre caractéristique est l'absence ou la faiblesse de contrôles centraux. Le gouvernement perçoit, en effet, des taxes à tous les niveaux et essaie d'influencer, à certain degré, et la production et les régulations de prix de certains produits. Actuellement la majeure partie de la prise de décision est laissée, cependant, à l'agent individuel. Dans l'ensemble, la marchandise peut être acheminée n'importe où, être emmagasinée n'importe où et vendue n'importe où. Les contrôles occasionnels de prix sur la production locale ne paraissent pas très effectifs et, en fait, ils font probablement plus de mal que de bien car ils provoquent souvent une réduction du volume de produits dans le circuit de commercialisation.

Comme tous les systèmes de commercialisation interne, celui-ci doit s'adapter aux fluctuations des rendements agricoles et de la demande du consommateur. Au cours des deux dernières années, la demande du consommateur de Port-au-Prince pour les produits agricoles s'est accrue significativement alors que l'offre est restée à peu près la même et a diminué dans certains cas ^{1/}.

1/ Le manque d'entretien des systèmes d'irrigation et d'autres infrastructures a sérieusement affecté la capacité du secteur agricole à satisfaire une demande croissante. En 1973, il en est résulté une augmentation significative dans les importations de riz, de maïs et de haricots.

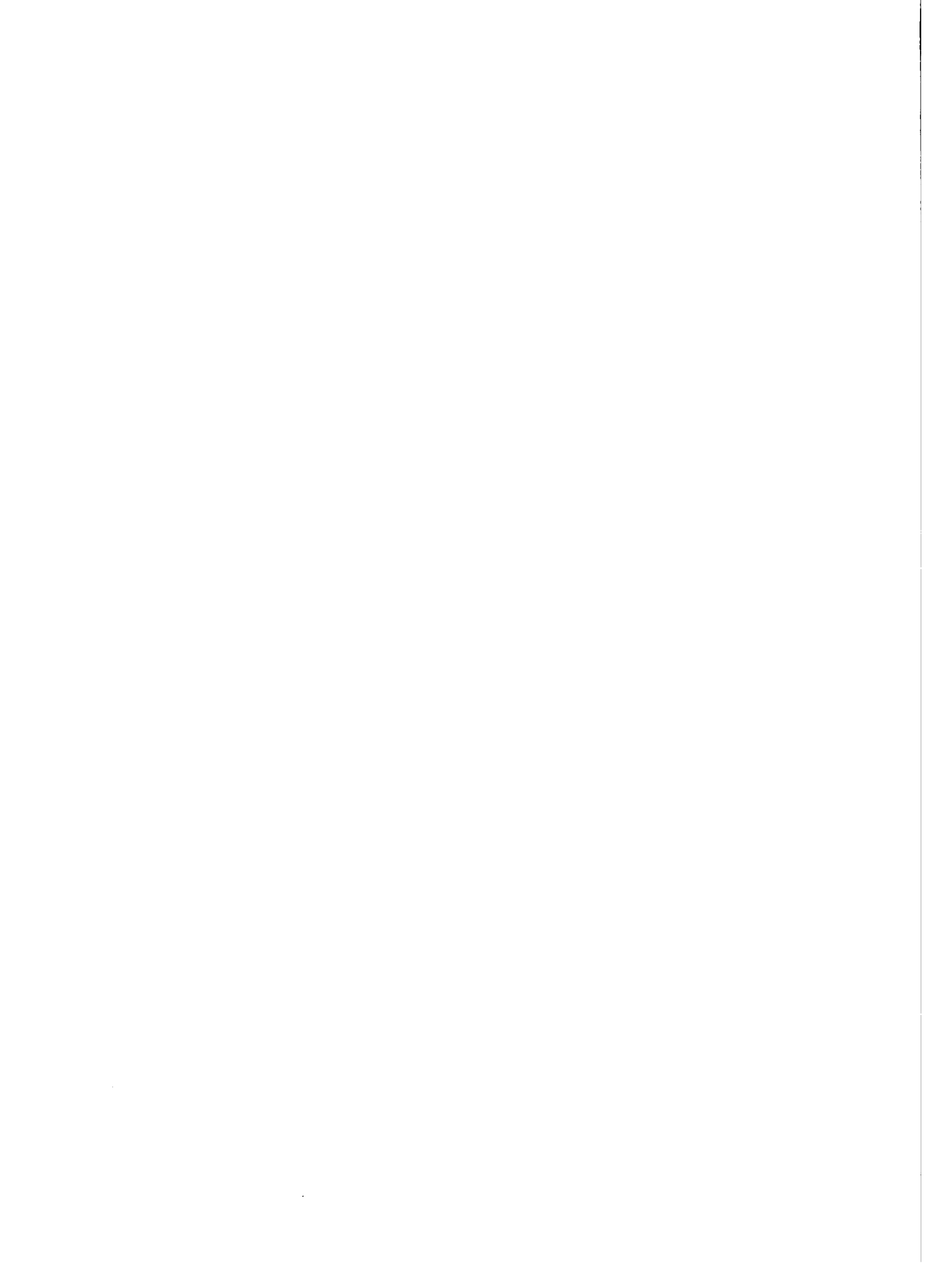


Eu égard à l'abondance de main-d'oeuvre à bon marché et, par voie de conséquence, l'afflux constant de nouveaux intermédiaires dans le système de commercialisation, compte tenu du désir des "machâd" de minimiser les pertes (en quantité si ce n'est en qualité), on est amené à supposer que le système de commercialisation interne est efficient ^{1/}. En raison des nombreux circuits de distribution d'aliments et de l'existence des milliers d'intermédiaires, l'adaptation aux fluctuations de l'offre et de la demande est ordinairement réalisée bien vite.

Il peut y avoir de sérieux retards dans la distribution à partir de certaines régions du pays étant donné que les routes en constituent le facteur limitant. Cependant, l'élément "peuple" assure le retour du système à son équilibre par la substitution de produits ou l'augmentation de la force de travail dans certains secteurs.

Cependant, cet équilibre n'est pas le résultat de contrôles impersonnels mais plutôt d'ajustements concernant les occupations d'individus. En d'autres termes, la plupart des ajustements s'effectuent à travers l'initiative et la souffrance humaines. En Haïti où les ressources sont chroniquement rares, les ajustements pour réduire les fluctuations du rendement agricole signifient souvent, en effet,

^{1/} Le mot "efficience" utilisé ici se réfère à la quantité de produits écoulés et non à leur qualité. A cause du grand nombre de fois où les produits changent de mains et en raison de facilités limitées d'emballage et d'emmagasinage, il est fort possible que la qualité du produit, et partant sa valeur nutritive, diminue substantiellement. Par exemple, il est rare que le maïs soit jeté même s'il est infesté de charençons. Au lieu de cela, le maïs de mauvaise qualité est mélangé à celui de meilleure qualité et introduit dans le circuit de commercialisation sans aucun contrôle.



que de nombreux gens mangeront encore moins que d'habitude, trouveront du travail encore plus difficilement qu'à l'ordinaire et combattront pour des travaux rétribués à moins de US \$0.60 (¢ 3,00) par jour.

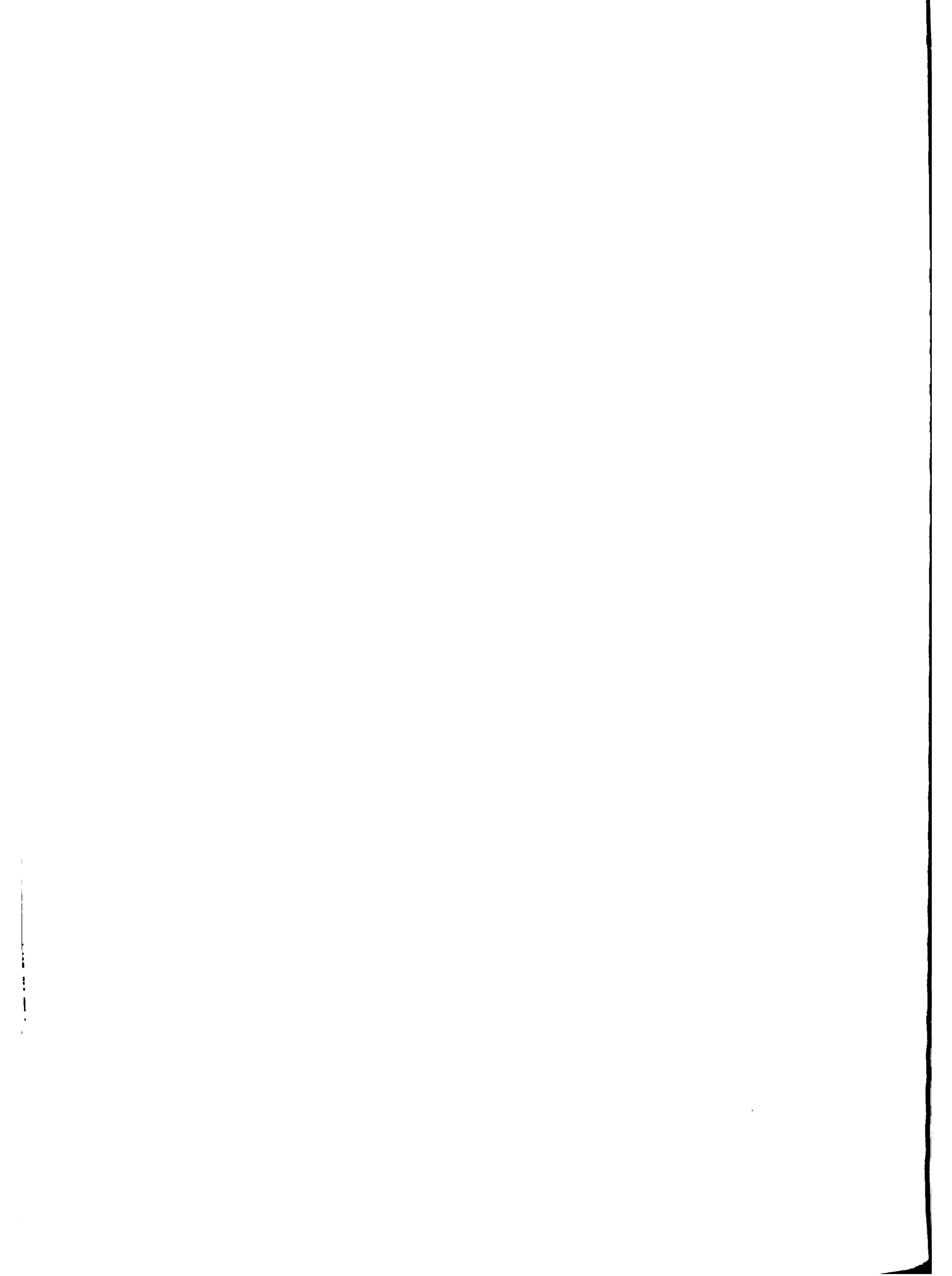
Mais le côté positif de la médaille ne devrait pas passer inaperçu. Les ressources et l'emploi à Port-au-Prince étant ce qu'ils sont, l'emploi d'un très grand nombre de personnes dans le système de distribution de vivres alimentaires dans la ville est un fait établi; ce point a été mis en relief aussi bien par Mintz (5) que par Murray et Alvarez (11). Dans un prochain chapitre de ce rapport, nous présenterons une estimation plus précise du nombre de gens actuellement engagés comme intermédiaires de ville. Mais avant, nous devons nous concentrer sur un autre maillon structural et crucial du système: les dépôts.

C. La Zone des Dépôts de Port-au-Prince : Une Description Préliminaire

1. Introduction

Il est généralement admis qu'une grande quantité des produits agricoles haïtiens, à un point de leur parcours entre le producteur et le consommateur, est emmagasinée dans les dépôts ^{1/} de Port-au-Prince.

^{1/} Le terme dépôt, tel qu'il est utilisé ici, se réfère aux aires d'entreposage sûr où l'espace est loué à des intermédiaires qui s'adonnent principalement au commerce de gros.

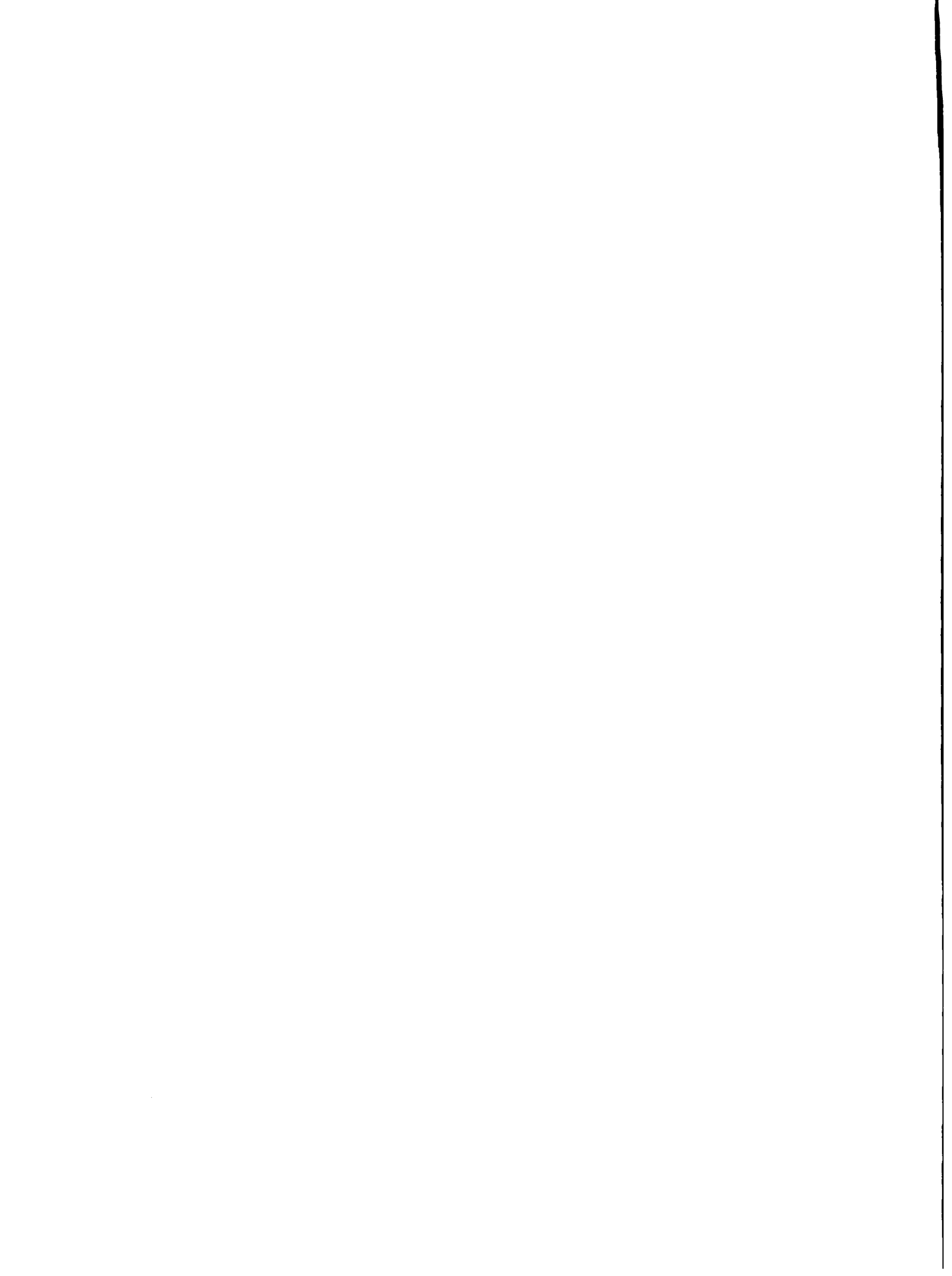


Pour l'observateur étranger, ces dépôts apparaissent comme l'endroit idéal pour le mesurage des quantités de différents produits amenés dans ou passant par Port-au-Prince et pour l'analyse du circuit à travers lequel des denrées spécifiques s'écoulent. Tout modèle analytique du système de commercialisation interne haïtien montrera les dépôts comme un des principaux maillons (11) reliant deux parties du système : l'intermédiaire ambulante (madam sara) et la marchande de la ville aussi bien que le producteur et le consommateur.

Producteur → "Madam Sara" → Dépôts → Marchande de Ville → Consommateur

Cependant, cette vue est très simplifiée. Avant de commencer la description de la zone des dépôts de Port-au-Prince, il est nécessaire de présenter un tableau plus réaliste de la situation, et d'attirer l'attention sur les limitations inhérentes au type d'analyse possible pour le moment.

D'abord, les produits ne s'écoulent pas toujours aussi simplement que le modèle présenté ci-dessus le laisse présumer. Il y a des douzaines de voies alternatives dont quelques-unes seulement nous sont connues à ce stade de notre enquête. Certaines d'entre elles évitent le dépôt et sont, alors, d'un intérêt spécial pour la présente étude; e.g. :



- La "madam sara" apportant des pois ou des bananes ou d'autres produits peut éviter les dépôts en vendant à la station du camion directement à la "révâdès" qui l'attend. Cependant, ceci est possible seulement si ces transactions peuvent être faites vite (comme dans les périodes de rareté du produit) et là où le produit peut être facilement contrôlé. Ceci a été observé dans le cas des bananes.
- La "madam sara" peut avoir ses produits débarqués avant que le camion n'arrive dans la zone des principaux dépôts. Ces stations de camion sont souvent considérées illégales (nous ne savons pas jusqu'à présent si elles le sont vraiment) et probablement causent des frais supplémentaires. Un des endroits les plus communs pour ces arrêts rapides des camions venant de la Péninsule méridionale est à mi-chemin entre Carrefour et Port-au-Prince. Un autre endroit utilisé chaque jour par quelques camions se trouve sur l'Avenue Jn-Jacques Dessalines, à mi-chemin environ entre la 1ère Avenue et le Portail Léogâne. De là, les produits sont transportés par camionnette ou taxi. Probablement, ils vont vers les "révâdès" et aux marchés.

Ces deux voies illustrées ont deux points communs: d'abord, elles évitent les dépôts et promettent, de ce fait, un profit légèrement plus élevé pour la "madam sara" parce qu'elle épargne le coût de l'emmagasinage et les taxes perçues dans les dépôts. D'autre part, elles peuvent être choisies seulement pour de petites quantités de produits et pour des produits qui peuvent être vendus très vite.

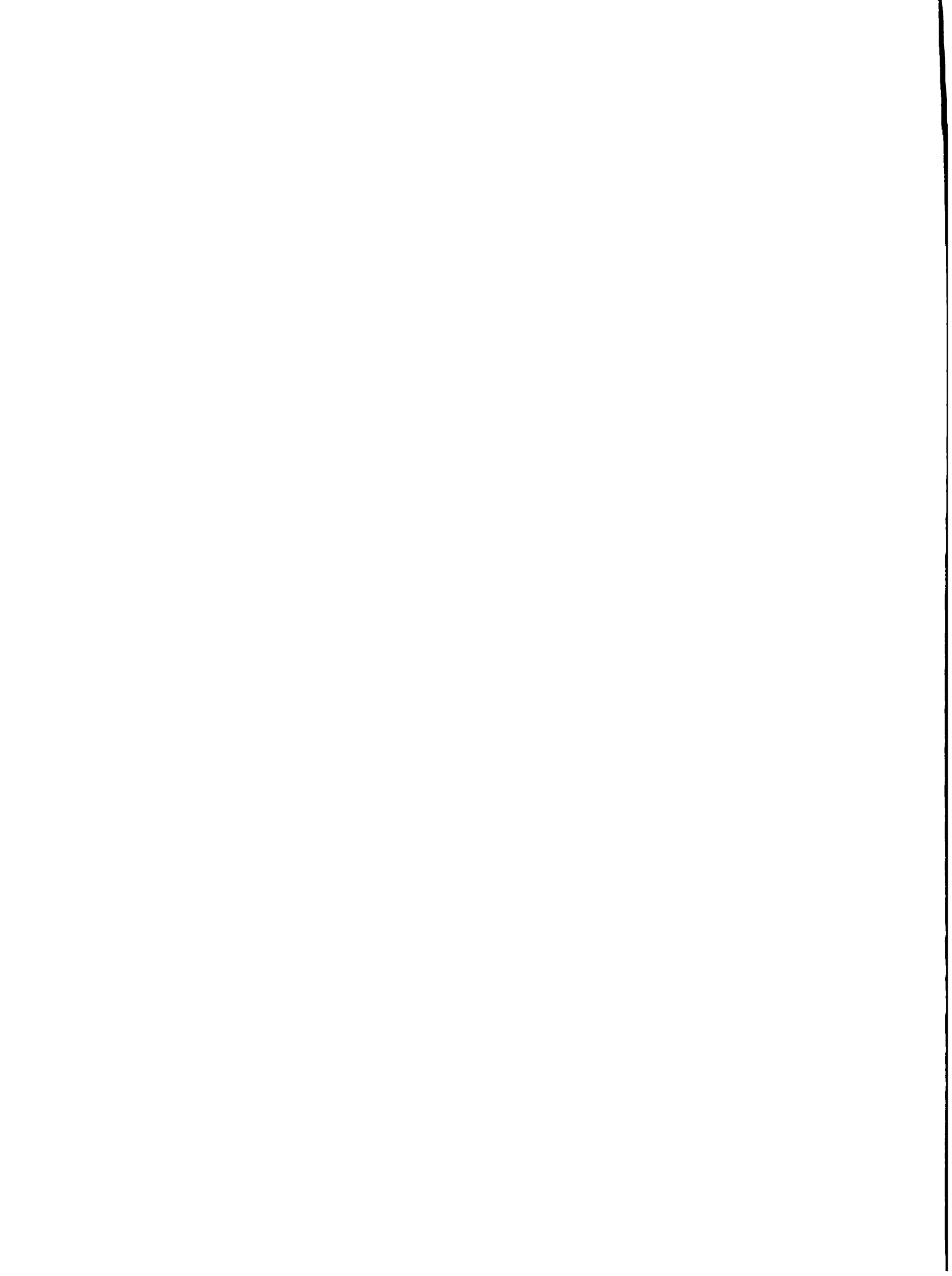


La seconde limitation de cette étude réside dans l'impossibilité de fournir, quant à présent, des données quantitatives sur l'écoulement des produits, à travers les dépôts ou aux abords des dépôts. Nous supposons que la majeure partie des produits agricoles est, dans une certaine mesure, emmagasinée dans les dépôts vu que ceci est le moyen le plus convenable pour l'intermédiaire ambulante de protéger son stock de la pluie, du vol, etc., jusqu'à ce qu'il soit vendu; Cependant, nous ne pouvons encore dire quels produits et quelle quantité de ces produits sont emmagasinés pour combien de temps. De plus, nous ne savons ni les quantités de ces mêmes produits qui par les dépôts ni le pourcentage de la quantité d'aliments écoulés dans la ville, qui y est actuellement consommé. à Port-au-Prince

Cependant, nous avons, au moins, des informations préliminaires quantitatives sur les zones de concentration des dépôts à Port-au-Prince. C'est le but de cette étude de localiser géographiquement les dépôts des produits agricoles haïtiens les plus communs et ainsi d'établir avec une certaine exactitude ce maillon important de la chaîne liant producteur et consommateur.

2. Méthode utilisée

La réalisation d'une carte montrant la disposition des principaux dépôts pour plusieurs des principaux produits pourrait être effectuée de différentes façons. Premièrement, on pourrait demander aux "révâdès" où elles obtiennent leur stock, e.g. pois, et aux "madam sara", où elles emmagasinent leur stock. Un nombre suffisant d'en -

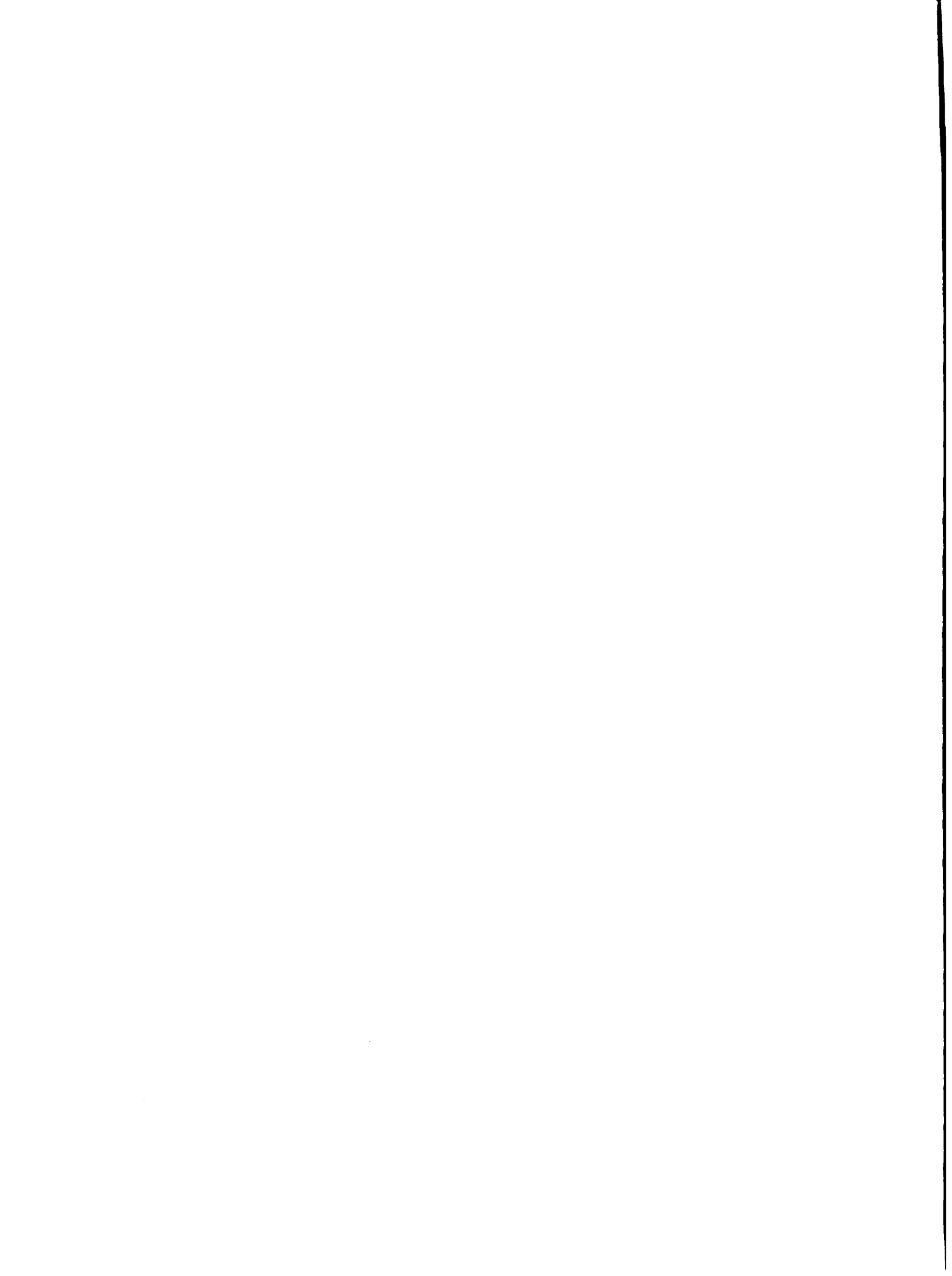


trevues avec chaque catégorie de femmes donnerait un tableau précis de l'endroit où le produit est emmagasiné. Maria Dolores Alvarez a accompli un premier pas important dans cette direction, dans son étude sur la commercialisation des haricots en Haïti (11).

A cause du caractère pilote du travail présenté, une approche différente a été choisie. Vu que rien n'est connu dans la littérature au sujet de la localisation des dépôts, il était nécessaire d'avoir, comme première étape, une carte préliminaire de toute la zone des dépôts, montrant les agglomérations principales de dépôts se spécialisant dans certains produits. Ce tableau d'ensemble pourrait alors nous conduire à l'analyse détaillée des dépôts d'une zone ou des dépôts se spécialisant dans un produit.

Des entrevues avec plusieurs "révâdès" ont établi que Port-au-Prince n'a qu'une zone de dépôts: celle bornée par la Grand Rue, le Marché de Croix-des-Bossales et le Wharf. Aucune des autres zones de marché de la ville, pas même celles éloignées comme le Marché de Carrefour ou le Marché de Pétionville, n'a des dépôts.

Une "révâdès" de la ville ayant plus de 40 ans d'expérience dans l'achat et la vente de beaucoup des principaux produits fut choisie comme guide pour une tournée à travers toute la zone de dépôts et les quartiers avoisinants de la ville. Pour chaque maison donnant face à la rue on déterminait si elle contenait un dépôt ou plus et quels étaient les principaux produits qui s'y trouvaient emmagasinés à ce moment.



(Le problème de la spécialisation des dépôts sera discuté plus loin dans ce document). Finalement, nous avons interviewé un total de 13 "mèt dépo" (propriétaires de dépôts) et 96 "révâdès". L'objectif était d'apprendre beaucoup plus au sujet de la spécialisation et la mesure dans laquelle les "révâdès" fréquentent un ou plusieurs dépôts.

Il est clair que la carte réalisée de cette façon est loin d'être complète. Les dépôts qui n'ont pas une façade de rue ont été systématiquement omis; il se peut bien qu'il existe en fait, un nombre considérable de dépôts, bien que ceci ait été contredit par le guide. Chaque rue était visitée deux fois, et quelques dépôts utilisés pour emmagasinage seulement (et non pour la vente) ont certainement échappé au criblage. Toutefois, ceux-ci furent considérés comme des inconvénients mineurs comparés à l'avantage d'avoir une vue d'ensemble de toute la zone de dépôts.

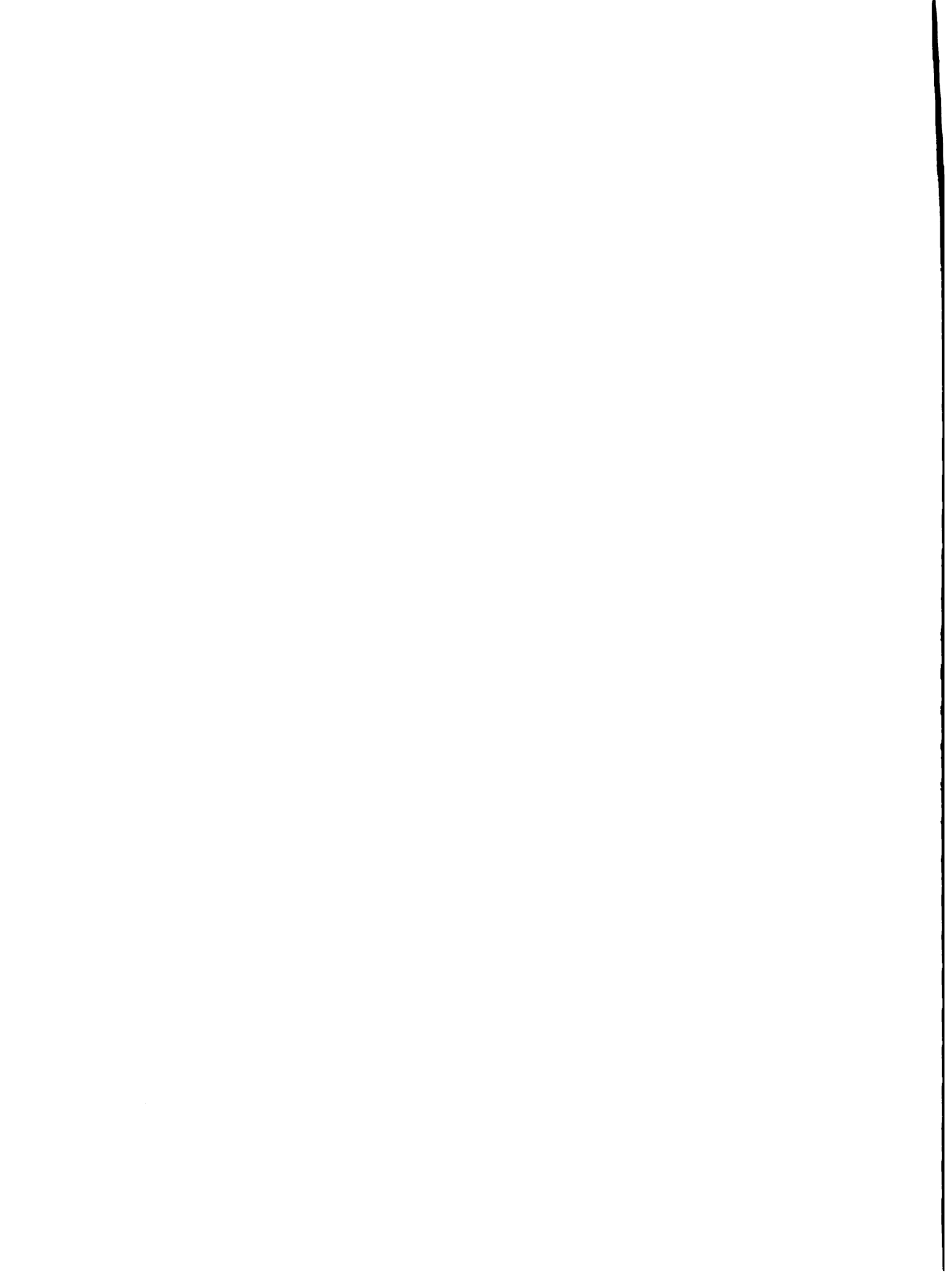
3. Zone de concentration des dépôts

a. Concentration par blocs (Tableau 3)

Des 25 quartiers de la ville portés sur la carte 2, 21 ^{1/} ont été étudiés d'après les éléments suivants :

1. Activité commerciale prédominante
2. Nombre de dépôts situés sur les côtés du bloc et dont la façade donne sur la rue

1/ Les quatre blocs restants, 1, 3, 7 et 21 n'ont pas été étudiés en raison du fait que les informateurs payés à cet effet ont déclaré qu'il n'y a pas de dépôts dans ces zones et des observations casuelles l'ont confirmé.



3. Principaux produits emmagasinés dans chaque dépôt
4. Ratio dépôts/magasins en nombres
5. Ratio dépôts/magasins en termes d'occupation de façade donnant sur la rue.
6. Ratio dépôts d'aliments/autres dépôts.

Comme le montre le Tableau 3, il y a une grande variation entre les 21 blocs étudiés. Dans quelques zones, e.g., bloc 18, il n'y a aucun dépôt alors que dans d'autres, tel que le bloc 24, les dépôts représentent l'activité économique la plus importante. En termes de façade de rue occupée nous pouvons distinguer 5 types de blocs de la ville.

Type 1

Les blocs 4, 5 et 24 sont des blocs où les dépôts sont les activités économiques prédominantes. Dans le bloc 4, ils occupent plus de la moitié des façades totales de rue; dans le bloc 24, ils sont si concentrés que les deux tiers de ce petit bloc sont constitués de 16 dépôts et seulement deux petits magasins. C'est cette zone qui peut être considérée comme le Marché de gros central de Port-au-Prince.

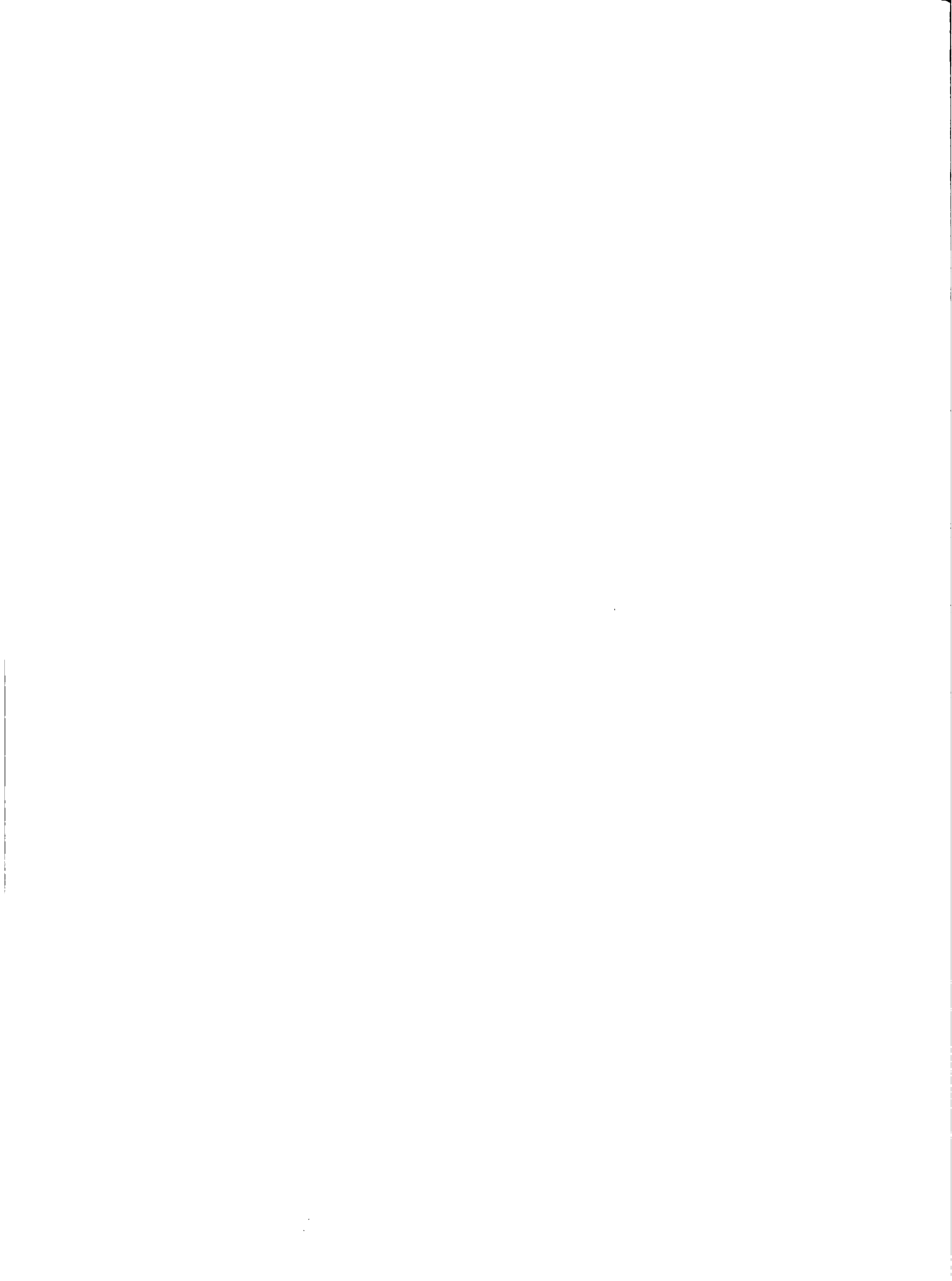
Type 2

Il y a quatre blocs dans lesquels les dépôts jouent un rôle important, occupant entre 10 et 20% du total des façades de rue.

Tableau 3. Concentration de Dépôts dans Quelques Blocs de la Ville

Blocs		Type d'Affaires				% Façade de rue occupée par dépôts	Observations
Type	No.	Dépôts d'aliments	Autres Dépôts	Total Dépôts	Magasins		
1	4	11	4	15	15	55	Usine de Glace
	5	4	0	4	11	40	Partiellement zone de marché
	24	14	2	16	16	50	
2	8	8	1	9	44	20	HANDAL exportation de Tabac
	9	8	0	8	40	10	Shop (Usine d'Assemblage de pièces électr.) Dépôt (mixte: pour emmagasinage seulement)
	12	9	0	9	16	(15)	Moitié du bloc étudié
	13	6	1	7	32	15	
3	6						Marché Croix-des-Bossales
	10	6 (30)	10	16 (30)	0	5 (20)	Marché Croix-des-Bossales avec les "dépo mâté" mêlés
	15	(30)	0	(30)	55	0	Marché Croix-des-Bossales (Extensions de rue de la Rue du Quai)
	17	0	0	0	0	0	Marché Vallières ("Marché en Fè" ou "Marché en bas")
	2	1	3	4	0	0	Mahogany Market; Egl. St. Joseph (moitié bloc étudié)
	14	5	3	8	0	5	Plusieurs firmes d'exportatn.
	16	1	0	1	20	5	Un quart de bloc étudié
	18	0	0	0	22	0	
	19	1	1	2	14	5	Matériel de Construction dans magasins et dépôts
	20	0	0	0	0	0	Douane
	22	0	0	0	24	0	
	23	0	0	0	15	0	
25	1	2	3	26	2		
	11	10	(150)	(160)	11	90	Wharf de Cabotage
Total		(145)	(177)	(322)	(361)		

) = estimé



Cependant, ils sont concentrés dans un angle ou seulement dans une rue du bloc. Les blocs 8, 9, 12 et 13 appartiennent à ce type. Ces zones peuvent être considérés comme des extensions du Marché Central.

Type 3

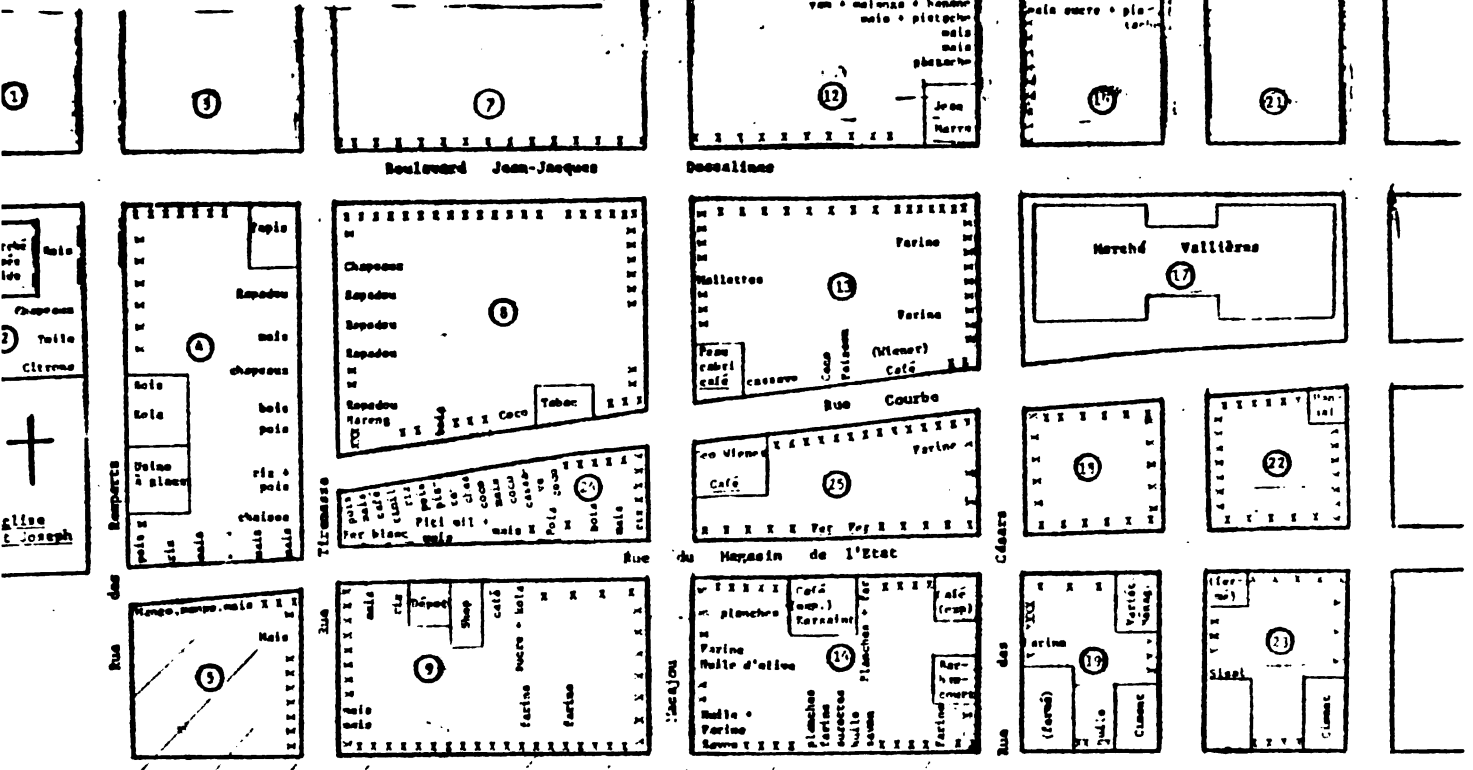
Un troisième type de bloc de ville est formé par les zones de marché incluant le Marché Vallières et le Marché Croix-des-Bossales. Il est difficile de trouver une spécialisation par produit parmi les dépôts de ces blocs. Ils semblent fonctionner comme zones d'emmagasinage où les "madam sara" et les "révâdès" louent de la place et y déposent tout ce qu'elles veulent. On en parle généralement comme s'il s'agit de "dépo mājé" (dépôts de nourriture). Dans ce type, nous trouvons les blocs 6, 10, 15 et 17.

Type 4

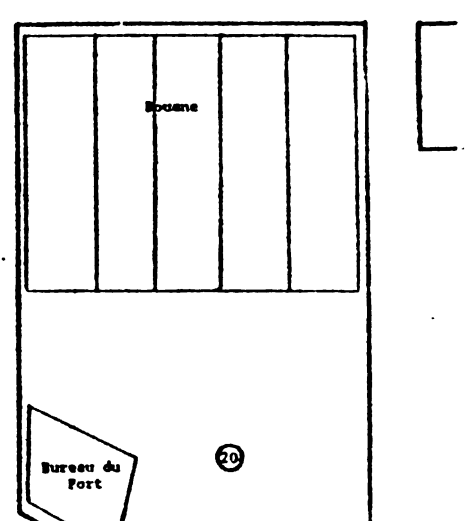
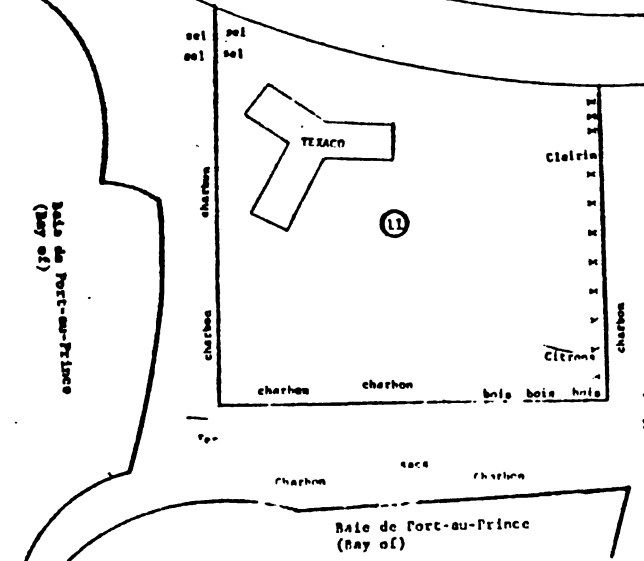
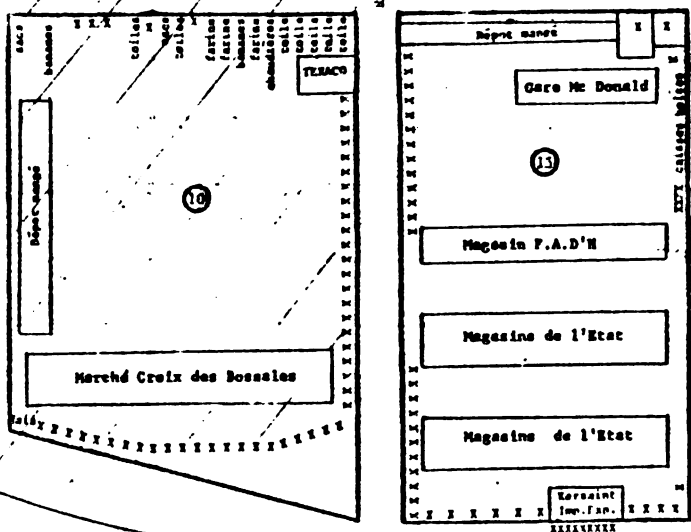
Les zones de ce type sont occupées par des boutiques et des entrepôts d'exportation. En termes de dépôts desservant le système de commercialisation interne, elles contiennent presque rien ou rien du tout. En font partie les blocs 2, 14, 16, 18, 19, 20, 22, 23 et 25.

Type 5

Un bloc de la ville ne correspond à aucun des 4 types présentés ci-dessus. Le bloc 11 est la zone de dépôts la plus grande de la ville mais il est très hautement spécialisé: bois et charbon sont pratiquement les seuls produits qui y sont emmagasinés. La raison de cette spécialisation est claire: le bloc 11 est la zone du port réservée à la plupart des produits expédiés par mer. Le plus grand volume d'entre eux, compte tenu du prix, par unité de volume, est constitué par le charbon et les bois. Ils sont entreposés et ven-

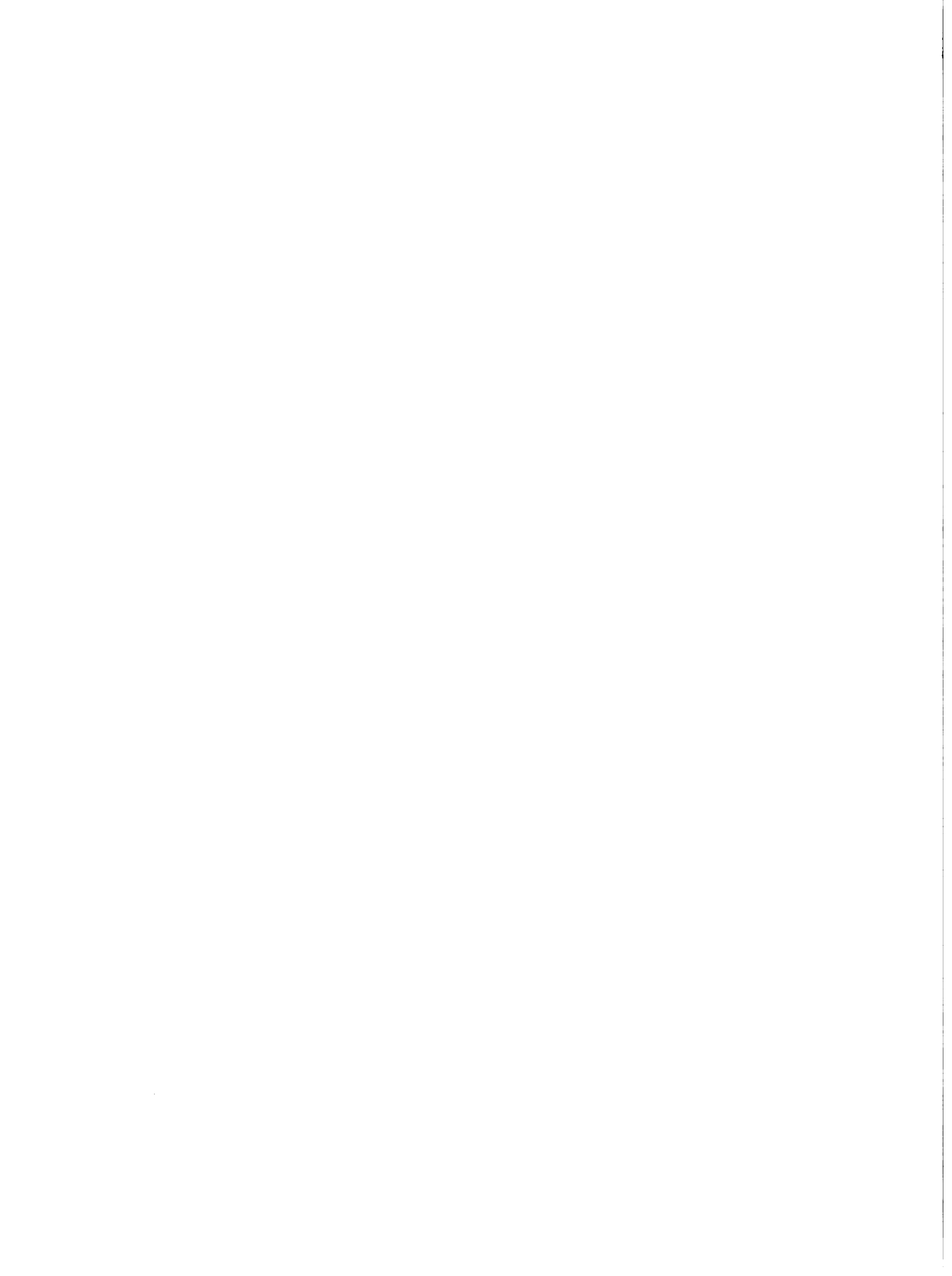


Marché Croix des Bossales

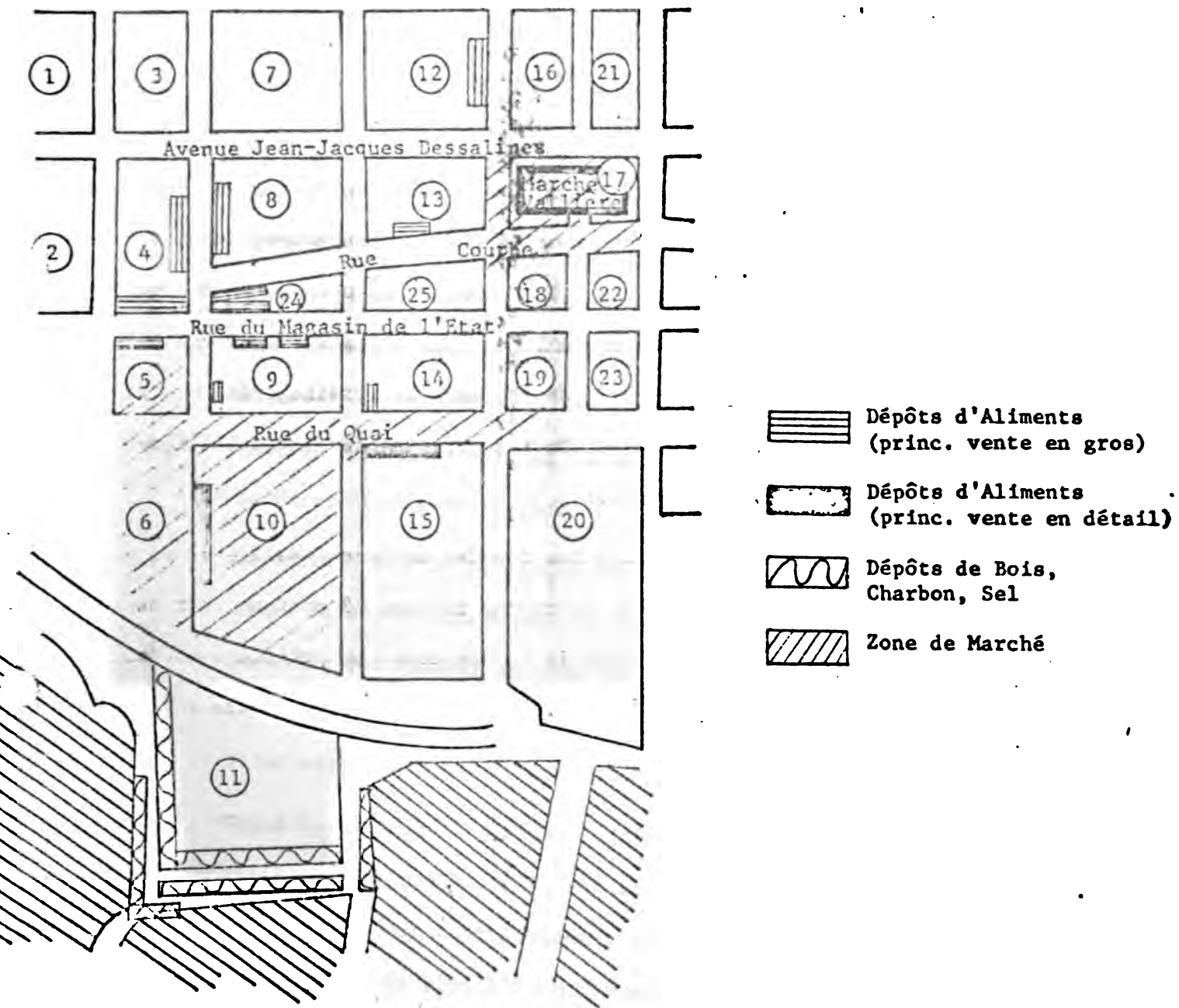


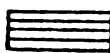
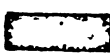
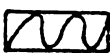

- Café
- Sucre
- Pois
- Maïs
- Van
- Banane
- Pâte de manioc
- Pâte de manioc
- Farine
- Bois
- Chapeau
- Toile
- Malette
- Citron
- Tapis
- Riz
- Chaise
- For-blanc
- Répandou
- Haricot
- Tabac
- Coco
- Poisson
- Manque
- Huile d'olive
- Sac
- Chaudières
- Planches
- ciment
- Sial
- Calise
- Boite
- Coiffe
- Sugar
- Bean
- Corn
- Van
- Plantain
- Peanut
- Flour
- Wood
- Hat
- Cloth
- Trunk
- Lemon
- Carpet
- Rice
- Chair
- Tin
- Brown sugar
- Haricot
- Tobacco
- Coconut
- Fish
- Mango
- Olive oil
- Bag
- Pots and pan
- Board
- Cement
- Sial
- Case
- Box

X = Magasin de Produits Non-Agricoles
 Noms de produits agricoles signifient le produit principal commercialisé dans ce dépôt
 P = Nombre du Rice

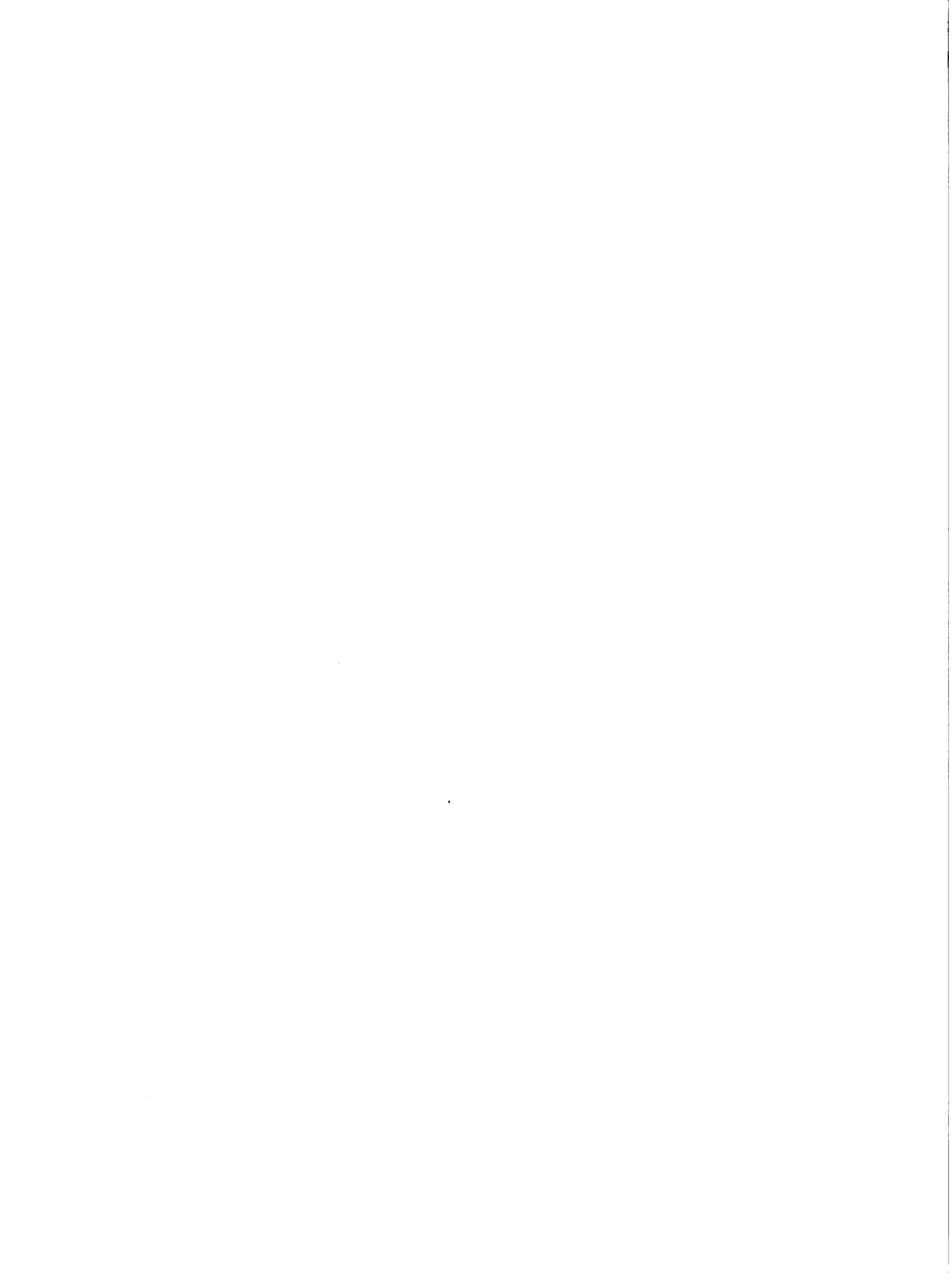


Carte 3. Concentration de Dépôts d'Aliments près des Marchés



-  Dépôts d'Aliments (princ. vente en gros)
-  Dépôts d'Aliments (princ. vente en détail)
-  Dépôts de Bois, Charbon, Sel
-  Zone de Marché

Baie de Port-au-Prince



du près du Wharf où ils sont débarqués, sur les terres pleines du bloc 11. Le sel de qualité inférieure qui y arrive aussi régulièrement par mer, est le seul "aliment" d'importance emmagasiné au bloc 11.

b. Concentration de dépôts près des marchés

Puisque la plus grande partie des produits emmagasinés dans les dépôts sont finalement vendus dans les marchés de Port-au-prince, nous devrions nous attendre à trouver les dépôts concentrés dans le voisinage immédiat des marchés. Etonnamment, il n'en est pas ainsi. Nos informateurs ont nié formellement (ce qui a été confirmé par des observations) l'existence de dépôts dans le voisinage de tous les marchés sauf deux marchés de Port-au-Prince: le Marché Vallières et le Marché Croix-des-Bossales.

La carte 2 montre qu'aucune des façades du Marché Vallières ne contient de dépôt (les dépôts de farine du bloc 13 sont en fait des magasins qui vendent en gros la farine comme un article secondaire). Le Marché Vallières est complètement entouré de boutiques et est situé en plein centre d'affaires de la capitale.

Comme la Carte 3 le montre, il semble que Marché Vallières, bien qu'il ne soit pas éloigné, est isolé des dépôts. Une étude détaillée montrerait probablement que les seuls dépôts proches de ce marché (ceux du bloc 12) contiennent des produits qui ne parviendront jamais aux comptoirs de ce "Marché en Fer" très coûteux.

Le Marché Croix-des-Bossales offre un tableau différent : il contient de larges zones de dépôts (les dépôts mājé des blocs 10



et 15). Cependant, ces dépôts sont généralement très différents en apparence des dépôts dont la façade donne sur la rue et se trouvant dans le reste de la zone. Ils consistent en de petites pièces construites l'une après l'autre sur une seule ligne, environ 30 pour chacune des deux lignes de dépôts. Hormis ces lignes de dépôts, la situation à Croix-des-Bossales est similaire à celle du Marché Vallières : les façades de rue environnant le marché ne contiennent certainement pas de dépôts. Les dépôts de farine du bloc 10 sont semblables à ceux du bloc 13; ce sont aussi des magasins vendant en gros la farine comme article secondaire.

Nous arrivons ainsi à la conclusion que les dépôts ne sont pas intentionnellement placés près des marchés ou vice versa. Mais cette affirmation mérite une explication. Chaque grand marché qui est ouvert toute la semaine a besoin d'un endroit où les "révâdès" peuvent emmagasiner le stock qu'elles n'ont pas pu vendre au cours de la journée. Dans beaucoup de cas, cet emmagasinage a lieu juste au-dessous des comptoirs du marché, et beaucoup de marchandises passeront la nuit à dormir sous le comptoir ou table, sur ses sacs. Mais maintes fois l'emmagasinage s'effectue aussi dans les dépôts de détail au marché ou dans sa périphérie. Le local du Marché Vallières (fermé et surveillé) sert la nuit de facilité d'emmagasinage. Le marché le plus moderne des zones, le Marché

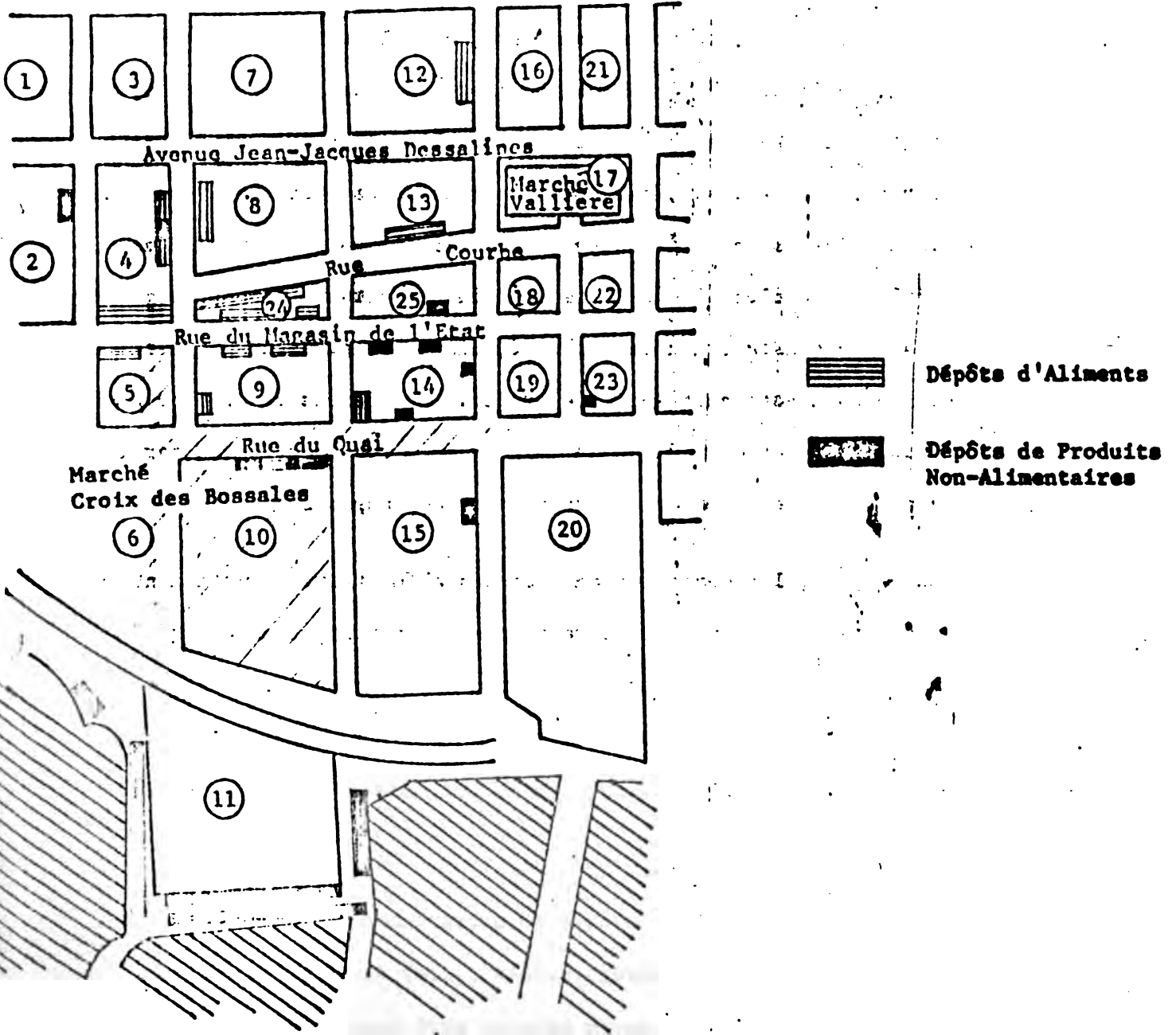
Simone O. Duvalier à Pétionville, est partiellement limité par des dépôts d'emmagasiner.

Sans pouvoir donner aucune preuve, nous pouvons avancer que les dépôts bornant les rues des zones principales de dépôts (marché central) ont une fonction bien distincte de celle des dépôts au détail (dépo mājé) situés dans ou près des marchés: tout ce passe alors comme si les premiers remplissaient surtout des fonctions de vente en gros et de transformation tandis que les derniers principalement des fonctions d'emmagasiner. Il semblerait aussi que les premiers sont plus spécialisés par produit que les derniers, et que les premiers sont le plus souvent fermés durant, au moins, une partie de la nuit alors que les derniers restent ouverts, servant fréquemment de dortoirs aux marchandes qui louent l'espace d'emmagasiner. Evidemment, il est nécessaire d'avoir plus d'information pour étoffer ou modifier cette description des dépôts.

c. Concentration par produits

Si nous laissons, pour le moment, les dépôts d'emmagasiner d'aliments (pour la vente au détail) dans les marchés, en dehors de nos considérations, la zone réputée "chaotique" et "anarchique" (1) paraît beaucoup plus ordonnée. Les dépôts de vivres alimentaires et les autres types de dépôts sont plus nettement séparés que nous ne l'aurions cru tout d'abord. La Carte 4 montre cette séparation

Carte 4. La Stratification Géographique de Dépôts de Produits Alimentaires et non-Alimentaires



Baie de Port-au-Prince

très clairement. Excluant les dépôts qui sont l'unique cas de leur espèce dans le bloc, nous trouvons une concentration de dépôts de vivres alimentaires dans et autour du bloc 24.

Les dépôts de denrées non alimentaires sont difficiles à trouver en grande concentration en dehors du bloc 11 qui constitue le grand dépôt de bois et de charbon situé au quai. Ils sont importants seulement dans deux autres des blocs figurant sur la carte: les blocs 10 et 14. Même dans ces deux blocs, nous trouvons de la spécialisation, et non pas une distribution accidentelle des dépôts. Le bloc 14 est l'une des plus importantes zones de matériaux de construction de la ville, contenant plusieurs affaires de moyenne envergure de cette espèce. Les dépôts de ce bloc sont principalement des dépôts de matériaux de construction et paraissent comme les petites soeurs pauvres des magasins voisins.

Au bloc 10, les dépôts de denrées non alimentaires contiennent des articles qui peuvent être trouvés dans tout grand marché d'aliments en Haïti: tissus, sacs usagés, pots, casseroles, etc.. Il n'est donc pas étonnant de trouver ces articles emmagasinés au bloc 10, le plus grand marché du pays (Croix-des-Bossales).

La même concentration de dépôts qui existe pour les produits non alimentaires (e.g., tissus, matériaux de construction, charbon et bois) peut être trouvée parmi les dépôts de vivres alimentaires. Il y a des zones principales de vente clairement définies



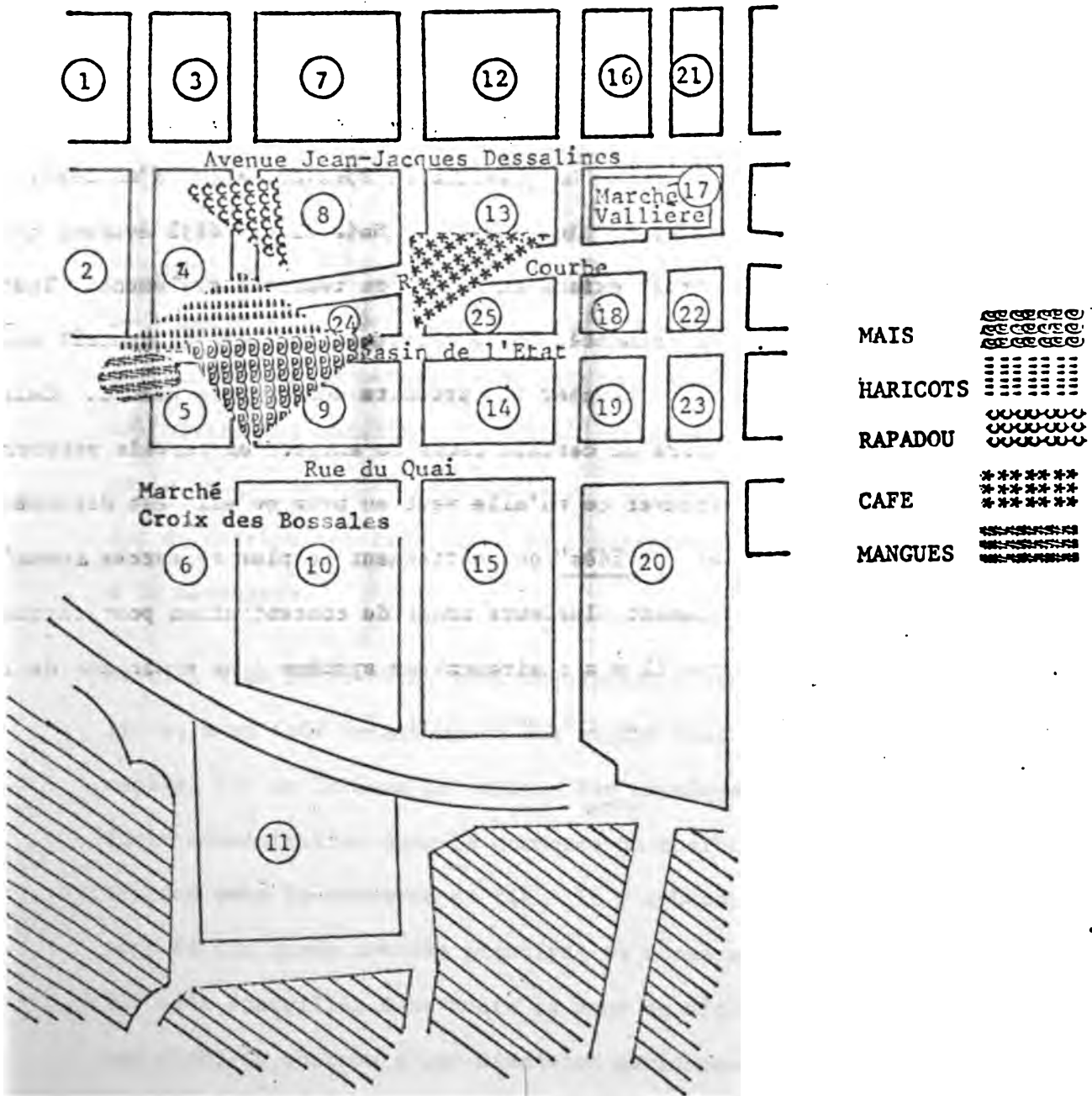
pour beaucoup des principaux produits agricoles vendus à travers le système de commercialisation interne. Il y a une zone de haricots, une zone de maïs, une de rapadou, etc.. (Carte 5). Ceci ne signifie pas, bien entendu, qu'il n'y a pas moyen d'acheter du maïs dans la zone de haricots, et vice versa. Cela veut dire seulement que plusieurs dépôts avec la même ligne principale de produits emmagasinés sont fréquemment concentrés dans la même rue ou coin de rue. La question de spécialisation d'un dépôt nécessite une étude plus poussée. Mais il est déjà évident que le fameux "chaos" existe aux yeux du touriste seulement. Tout commerçant expérimenté, toute marchande intéressée, connaît exactement où aller chercher les produits dont elle a besoin. Cela peut lui prendre un certain temps ou exigera un certain parcours des lieux pour trouver ce qu'elle veut au prix qu'elle est disposée à payer. Les "révâdès" qui obtiennent le plus de succès connaîtront probablement plusieurs zones de concentration pour chaque produit. Mais il y a clairement un système (pas seulement de la confusion) comme le montre la Carte 5.

4. Spécialisation des Dépôts

Le lecteur doit être encore mis en garde contre l'usage non approprié du matériel présenté dans la Carte 5. Il y a, à n'en pas douter, beaucoup plus d'endroits où le maïs, les haricots, le rapadou, le café et les mangues sont vendus. La carte montre seulement les dépôts où



Carte 5. La Concentration de Dépôts Spécialisés dans Cinq Denrées Alimentaires au cours de Juin 1973



Baie de Port-au-Prince



l'un de ces produits était le principal article en Juin 1973. Il pourrait être vrai que durant le reste de l'année, le "mèt dépo" se spécialise intentionnellement dans plus ou moins de produits qu'on n'a pu l'observer au cours de cette étude. Mais la tendance à concentrer certains produits dans certaines zones est susceptible de prévaloir pour toutes les saisons. Les dépôts avec façade de rue que nous trouvons dans la zone de dépôts sont très souvent spécialisés par dépôt et par zone.

Pourquoi cette spécialisation? Il n'y a pas une seule réponse pour tous les dépôts. Dans quelques cas d'articles en gros, comme le charbon, c'est la nécessité de maintenir les coûts de transport à un bas niveau qui entraîne la spécialisation d'une zone. Le pourcentage de la valeur de vente représenté par le coût du transport pour chaque sac de charbon est très élevé en comparaison de la marge qui revient à la marchande.

Le riz, d'un autre côté, avec un capital d'investissement élevé par livre, a un coût relativement bas engagé dans le transport de ce capital ici et là dans la ville. Par conséquent, nous trouvons une forte concentration dans le commerce du charbon et une faible concentration dans le commerce du riz. Il y a beaucoup de dépôts s'occupant de riz comme article principal ou comme article secondaire, et ils sont éparpillés dans toute la zone de dépôts. Mais il n'y a aucun dépôt de charbon d'une dimension quelconque en dehors du bloc 11 (Carte 2).

Dans d'autres cas, la spécialisation des dépôts est imposée par les fonctions qu'ils remplissent. Les dépôts de maïs, e.g. paraissent avoir comme fonction principale la transformation du maïs (maïs moulu). Les moulins à maïs électriques de la Rue du Magasin de l'Etat représentent un investissement considérable pour leurs propriétaires. Il ne serait pas logique de les laisser inoccupés pour diversifier les dépôts avec des mangues, du rapadou, etc.. Le moulin électrique doit être utilisé le plus possible. Le temps et l'espace consacrés aux autres articles résulteraient souvent en une perte.

Le plus haut degré de spécialisation sera trouvé parmi les denrées d'exportation entreposées dans cette zone : café, tabac, huiles essentielles et peaux d'animaux. Dans un seul cas nous avons trouvé deux de ces produits stockés simultanément dans un entrepôt (café et peaux d'animaux au bloc 13). Dans la plupart des cas, il y a des dépôts séparés pour chaque denrée d'exportation.

Si la spécialisation des dépôts est sensée dans tant de cas, nous devons répondre aussi à la question inverse : Pourquoi n'y a-t-il pas plus de spécialisation parmi les dépôts et les zones? Encore il y a plusieurs réponses possibles à donner et elles ne sont pas nécessairement les mêmes pour tous les produits :

Premièrement : Les différences de prix par région et par époque sont l'une des principales sources de profits et risques pour plusieurs



des acteurs engagés dans le système de commercialisation interne. Si le "mèt dépo" entre en concurrence directe avec la marchande, il est sujet à des risques semblables. Il fait face au risque de perte résultant des fluctuations de prix en employant la même stratégie que le producteur et les autres intermédiaires à savoir la diversification. Nous nous attendrions donc à ce que la diversification des dépôts soit plus grande pour les produits qui ont :

1. de grandes fluctuations de prix et de demande
2. un faible investissement de capital pour la transformation.

La spécialisation dans n'importe lequel de ces produits sujets à de telles conditions serait risquée pour le "mèt dépo".

Deuxièmement : L'une des caractéristiques de l'économie haïtienne et de son système de commercialisation interne est la disponibilité abondante de main-d'oeuvre à bon marché. Les coûts de transport dans les limites de la ville sont bas. Mintz (5) a très souvent fait remarquer le va-et-vient et les nombreux déplacements qu'une marchande est disposée à faire avec son stock pour réaliser un profit souvent dérisoire. Tant que le transport sera aussi bon marché, beaucoup de produits seront invraisemblablement emmagasinés dans une seule zone à moins qu'une raison spéciale, comme le besoin de transformation à bon marché, ne les y retienne.

Troisièmement : Murray et Alvarez (11) ont trouvé que beaucoup de dépôts de haricots portent le nom de régions, e.g., dépo Gonaives, dépo Mirebalais, etc. En termes de spécialisation par produit, ceci

ne paraît pas sensé du tout: les mangues, le café, le maïs, etc., sont produits dans plusieurs parties du pays et il n'y a aucune raison pour laquelle ils devraient être emmagasinés ou vendus selon la zone d'origine. Si nous les trouvions vendus séparément, ce serait logique de rechercher des différences de qualité comme la raison majeure de cette spécialisation par région.

Il y a, cependant, une façon plus plausible d'expliquer l'existence de cette "spécialisation régionale" parmi certains dépôts. Mintz (8) a été le premier à souligner le rôle important joué par les relations de "pratik" dans le système haïtien de commercialisation interne. "Mèt Dépo", "madam sara", et "révâdès" ne peuvent avoir de succès sans développer ces relations d'affaires entre eux. Le principal composant de "pratik" (la loyauté éprouvée qui conduit aux avantages réciproques dans l'échange commercial) est susceptible d'être trouvé plus fréquemment parmi les gens qui se connaissent; et les gens qui se connaissent à Port-au-Prince sont souvent ceux qui sont originaires de la même ville ou province. Nous supposons alors que "la spécialisation régionale" des dépôts est causée par le fait que les rapports de "pratik" tendent à se développer plus facilement et plus fréquemment entre gens venant de la même province.

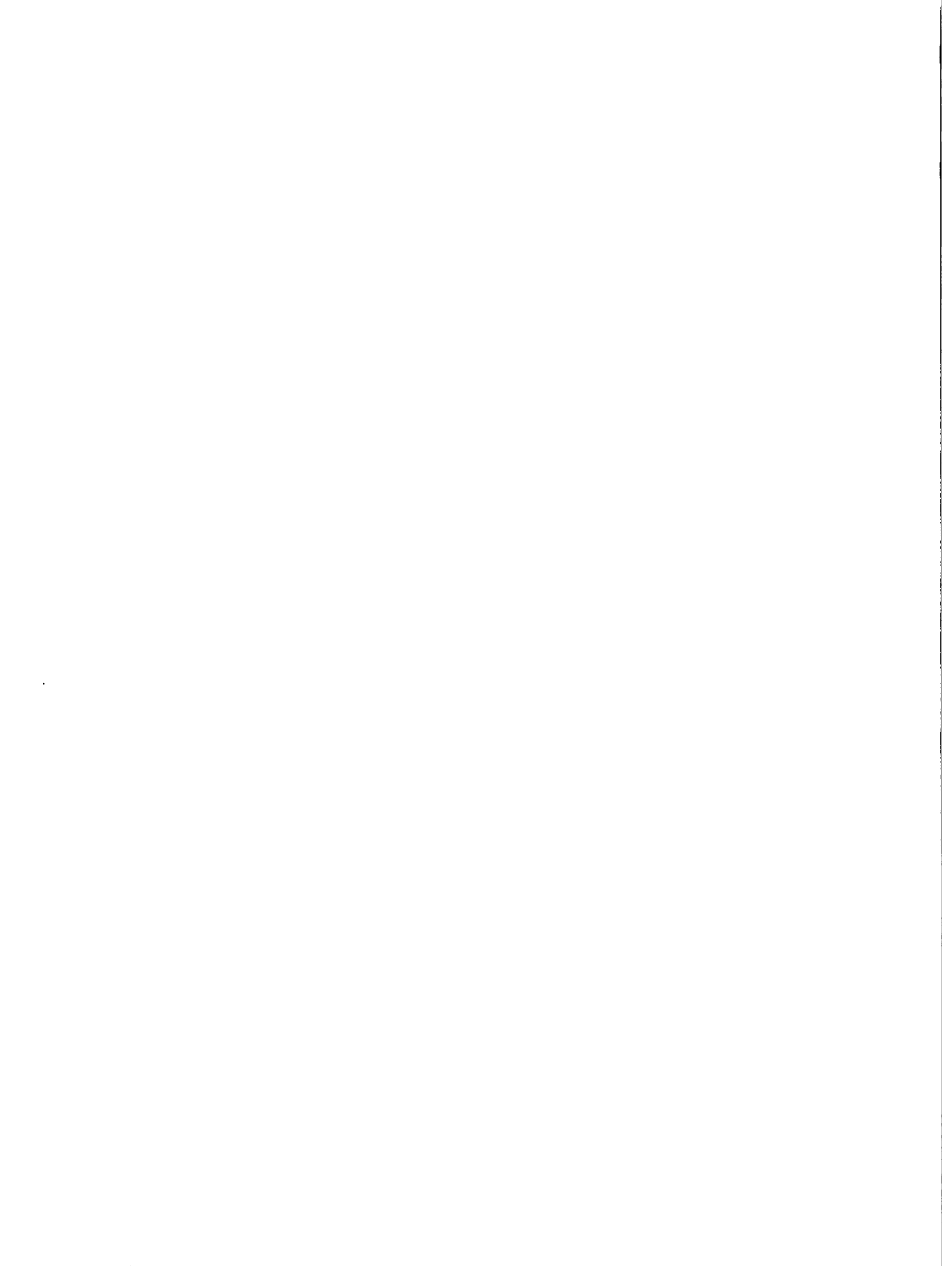
Si un dépôt est spécialisé selon le lieu d'origine de son propriétaire et de sa clientèle, il est difficile d'y trouver une spécialisation d'après les produits; chaque zone est l'origine de plusieurs produits agricoles aboutissant au marché de Port-au-Prince. Il n'y

a pas de raison à ce que le "mèt dépo" permettrait à un de ses bons clients d'emmagasiner certains produits et non d'autres, tant que les produits ne nuisent pas les uns aux autres.

Pour résumer, nous pouvons dire que beaucoup de gens parlent de spécialisation des dépôts d'après les produits principaux. En fait, nous trouvons beaucoup de dépôts qui sont très spécialisés, et beaucoup d'autres qui sont au moins semi-spécialisés, ayant un ou deux produits principaux et laissant seulement un espace limité pour les autres produits. De plus, nous trouvons des agglomérations de dépôts spécialisés dans plusieurs des principaux produits. Parmi les raisons empêchant jusqu'ici une spécialisation plus poussée des dépôts se trouvent le besoin de diversification à cause des fluctuations de prix, le coût réduit du transport et le rôle important joué par les "pratik" dans le système haïtien de commercialisation interne.

5. Flexibilité des Dépôts

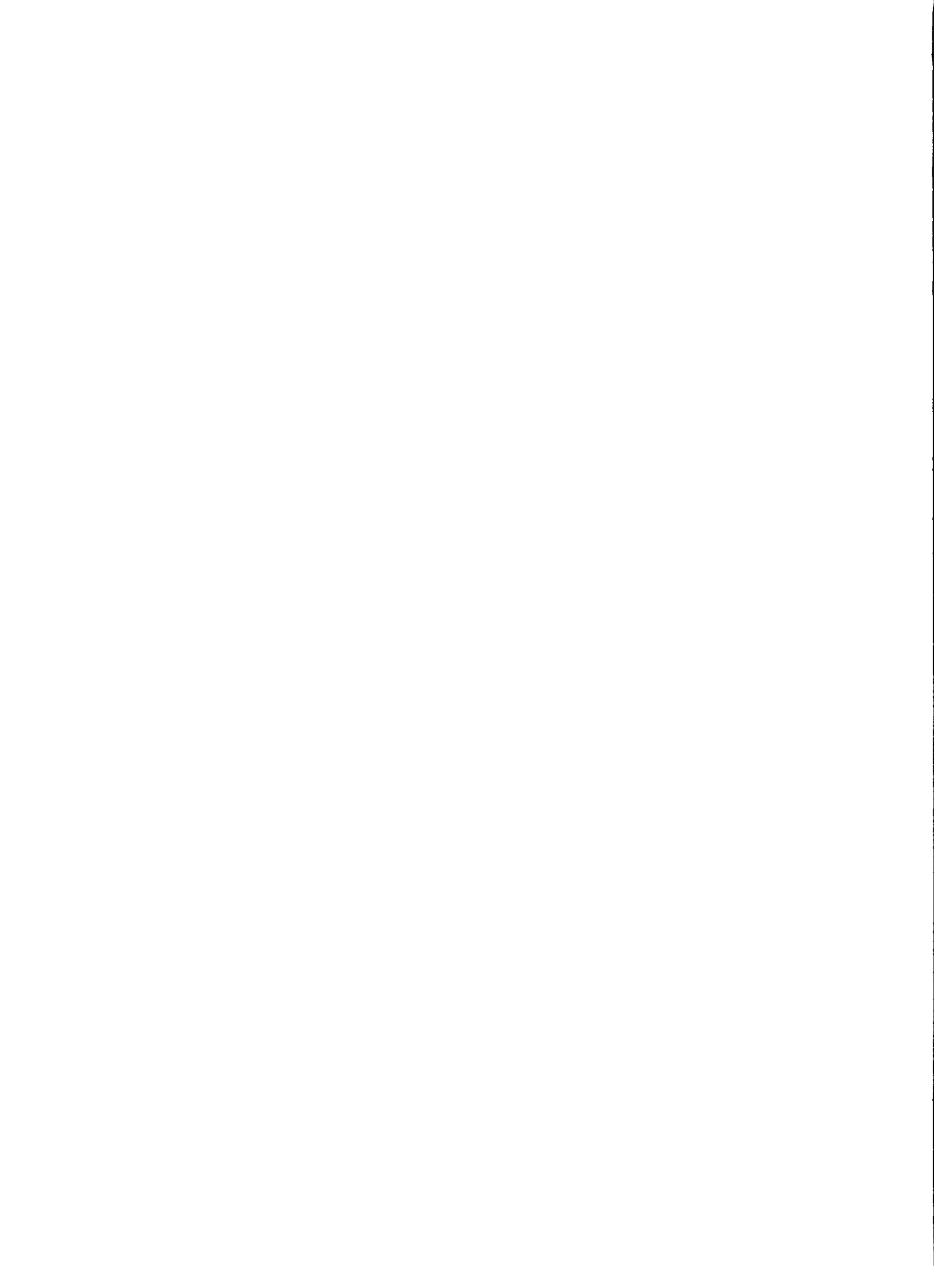
Comme tous ceux qui font partie de la chaîne d'intermédiaires, les propriétaires de dépôts sont exposés aux fluctuations de marché. A l'époque prospère, les produits arrivent en grande quantité et s'écoulent très vite. Le "mèt dépo" a son entrepôt rempli. Dans les temps de rareté, les stocks sont petits et s'écoulent lentement. En raison de l'arrangement particulier pour le coût de l'emmagasi -



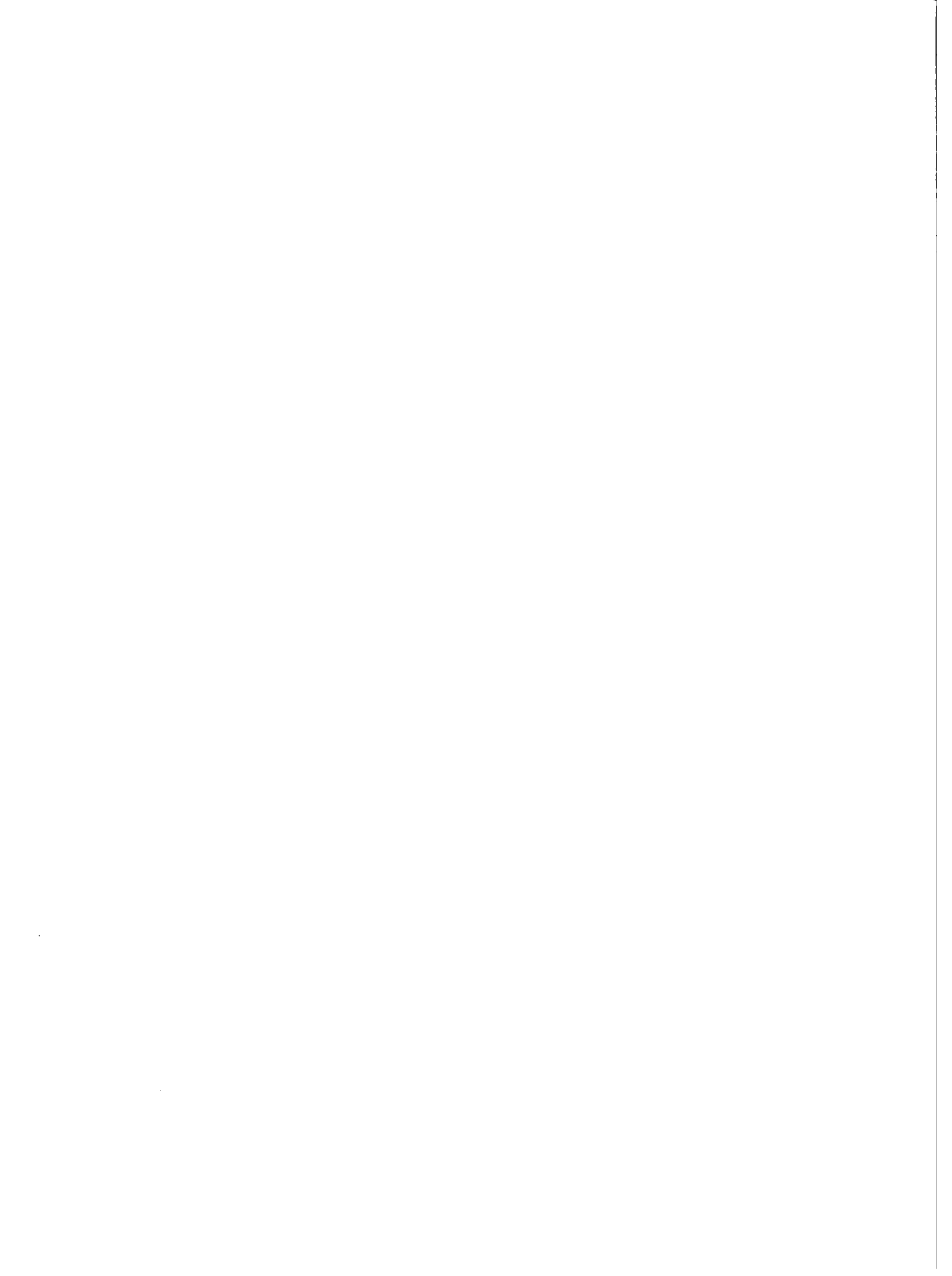
nage en Haïti, le "mèt dépo" est très lié à la chance de ses clients. On ne lui paie pas par sac et par jour mais par sac déplacé. Chaque fois qu'une "madam sara" apporte un sac ou l'enlève de son stock, le "mèt dépo" perçoit le montant du coût de l'emmagasinage. Si elle attend plus qu'elle ne vend, il s'en ressent économiquement.

Si un "mèt dépo" ne faisait rien qu'attendre et percevoir les coûts d'emmagasinage, il connaîtrait vraiment des temps très durs. Mais il peut faire plus. Dans les prochains paragraphes nous établirons une liste des mesures protectrices que le "mèt dépo" peut prendre. Elles tombent toutes sous la même rubrique : diversification de fonctions. Au lieu d'avoir un petit entrepôt seulement, l'ingénieur "mèt dépo" transforme son dépôt en "plate-forme tournante" fournissant à ses clients tout une série de différents services.

- 1) La plupart des dépôts fournissent de l'espace non seulement pour la marchandise, mais aussi pour les marchandes qui veulent y passer la nuit. Quand la vente est lente et que la "madam sara" doit rester en ville pour quelques jours, le propriétaire de dépôt reçoit au moins de l'argent de ses clients pour la nuit.
- 2) Bien que les prix de l'emmagasinage soient sensés être fixes, et le même partout, le "mèt dépo" est flexible sur ce point. Il consentira des rabais spéciaux à ses clients réguliers et plus importants, les encourageant ainsi à utiliser son dépôt.



- 3) Certaines "madam sara" sont de si bonnes "pratik" pour un "mèt dépo" qu'il vendra la marchandise pour elles. Tout ce qu'elles nécessitent est d'entretenir aussi de bons rapports avec un "chofè" qui délivrera la marchandise sans profiter de l'absence du propriétaire. Ceci peut épargner à ces marchandes un voyage et leur permettra de mener simultanément plusieurs affaires.
- 4) Pour la "révâdès" cantonnée à la ville, le dépôt est le plus souvent l'endroit où elle peut recevoir un crédit. Nous avons trouvé une "révâdès" qui, durant plusieurs années, s'est approvisionnée au même dépôt de temps à autre et qui réglait son compte quand le stock était vendu (et elle n'était pas un cas isolé). C'est la mort du "mèt dépo" qui mit fin à son arrangement permanent de crédit et qui la ruina comme "révâdès".
- 5) Certains "mèt dépo" deviennent des vendeurs et des spéculateurs sur une base irrégulière. Quand le marché le permet, ils s'y immiscent; quand le filon est épuisé, ils se rabattent sur leurs fonctions antérieures.
- 6) Sur une base plus régulière, un arrangement similaire peut être fait si le propriétaire d'un dépôt est disposé à être "révâdè" en même temps. Nous avons trouvé une gemme "mèt dépo" qui laissait son dépôt aux soins des membres de sa famille durant le jour, pendant qu'elle est au marché, et qui prenait la relève le soir.



7) Une autre façon de faire quelque chose de semblable était choisie par un propriétaire de dépôt qui menait deux affaires en même temps : un dépôt d'emmagasinage et un dépôt privé ("dépô pèsonèl") où il vend lui-même le café en concurrence directe avec ses clients.

Tout ceci laisse supposer que le "mèt dépo" a une existence plus sûre que la plupart des intermédiaires avec lesquels il a affaire. Il a un flux constant de profit, même s'il est très faible durant les mauvais temps. Il occupe un centre important d'échanges qui lui permet d'agir vite en mettant à profit des conditions particulières de marché. Un "mèt dépo" expérimenté est un maître dans l'art de choisir quand jouer l'un de ses différents rôles.

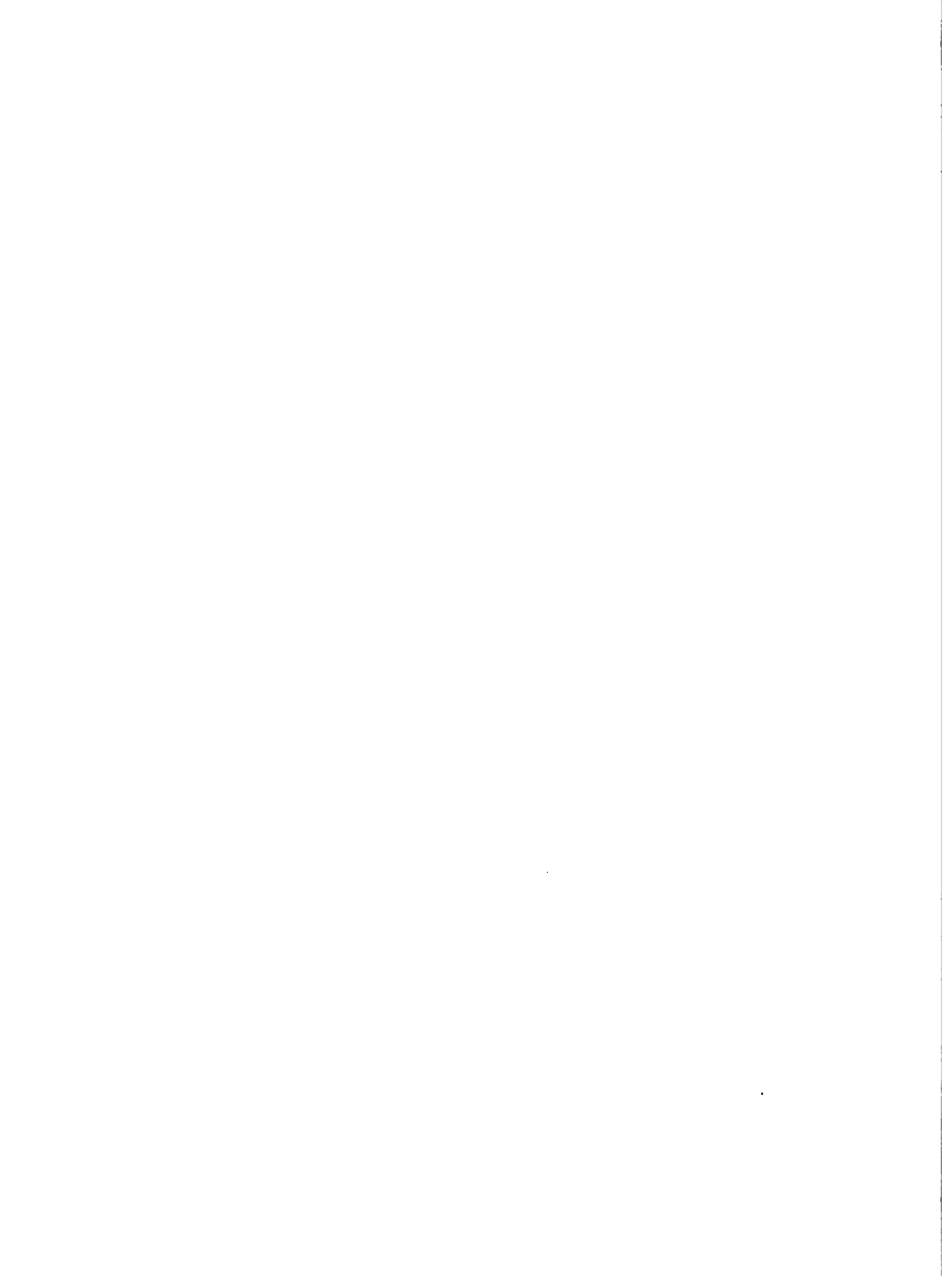
On espère que des études futures permettent éventuellement la formulation d'une typologie de dépôts qui conduira à une plus profonde compréhension des activités de dépôt. Moderniser les facilités hautement individualisées et fragmentées de l'emmagasinage de vivres alimentaires sera l'une des premières étapes dans la modernisation du système de commercialisation. Nous avons été étonné par la multitude de choses qu'un "mèt dépo" fait en même temps. Ils peuvent bien être les premiers qui, dans les prochaines années, auront à poser la question : Comment faire moins de choses à la fois - mais les faire mieux? Nous sommes sûr qu'ils y trouveront une réponse ingénieuse.

6. Recommandations pour des recherches plus approfondies

Une classification des dépôts peut être entreprise de différentes façons. Vu que notre connaissance des dépôts est alors tout à fait limitée, il serait certainement important de connaître leur nombre, leurs dimensions et le volume de chaque produit qui y est emmagasiné. Des données exactes au sujet du temps pendant lequel certains produits sont emmagasinés et du pourcentage du prix de détail final attribuable aux taxes et aux frais d'emmagasinage au dépôts nous aideraient à mieux comprendre le rôle joué par les dépôts.

Pourtant une analyse détaillée des dépôts irait probablement beaucoup plus loin. Murray et Alvarez (11) ont proposé une distinction entre les "dépo piblik" (emmagasinage seulement) d'un côté et les "dépo pèsonèl", subdivisés en ceux réservés principalement à la vente en gros et ceux affectés à la vente au détail, d'un autre côté. Leur position paraît être bien assise: une typologie significative des dépôts doit être établie en se basant sur les fonctions qu'ils remplissent dans le système de commercialisation interne.

Cependant, on peut s'attendre à trouver ces fonctions en corrélation avec d'autres variables, comme la position géographique. Bien qu'ils ne soient pas complètement compris jusqu'ici, les "dépo mājé" à Croix des-Bossales sont un cas à souligner. Nous nous attendons à ce que leur fonction non spécialisée d'emmagasinage de vivres alimentaires soit en corrélation avec leur position géographique: ils paraissent



avoir beaucoup de points communs avec les lieux d'emmagasinage au Marché Vallières et de beaucoup d'autres marchés et semblent fonctionner très différemment des dépôts ayant leur façade donnant sur la rue et situés dans la zone principale des dépôts sur laquelle nous nous sommes concentré, jusque-là.

Pour la phase prochaine de l'analyse des dépôts, il est suggéré que les 9 variables suivantes (les catégories établies sont sujettes à être changées après un pré-test) soient utilisées :

Variable 1. Position du Dépôt

1. Au marché ou dans sa périphérie
2. Pas au marché, mais pas à une distance de plus d'un bloc
3. A une distance de plus d'un bloc du marché

Variable 2. Dimension du Dépôt

1. Petit dépôt ($< 10 \text{ m}^3$)
2. Dépôt de dimension moyenne ($10 \text{ m}^3 - 30 \text{ m}^3$)
3. Grand dépôt ($> 30 \text{ m}^3$)

Variable 3. Fonction Dominante du Dépôt

1. Emmagasinage
2. Transformation
3. Vente en Gros
4. Vente au Détail
5. Apparemment pas de fonction dominante

Variable 4. Facilités de Transformation

1. Investissement important (e.g., moulin électrique)
2. Investissement insignifiant, mais on y effectue la transformation du produit.
3. Pas de transformation

Variable 5. Type de Vente Opérée par le "Mèt Dépo"

1. Vente en gros seulement
2. Vente en gros et au détail
3. Vente au détail seulement.
4. Pas de vente

Variable 6. Type de Produit Principal Emmagasiné

1. Mais
2. Riz, Haricot, Petit-Mil
3. Fruits et Légumes
4. Café
5. Huile
6. Sucre, Rapadou
7. Autres

Variable 7. Spécialisation par Produit

1. Pas de spécialisation (3 produits ou plus)
2. Spécialisation moyenne (2-3 produits principaux)
3. Haute spécialisation (un produit principal; pas plus d'un tiers du dépôt pour d'autres produits)

Variable 8. Origine du "Mèt Dépo"

(Code des Communes)

Variable 9. Origine des Clients

1. Même commune que le "Mèt Dépo"
2. Même département mais commune différente
3. Différent du "mèt dépo"

Il y a une dixième variable qui pourrait être de grande importance pour une étude des opérations de dépôts: c'est le volume de produits écoulés. Elle n'a pas été portée sur la liste précédente à cause des difficultés d'application et de mesurage qu'elle implique. Les variables 1 - 8 peuvent être incluses dans un questionnaire ou portées sur une feuille de données à remplir au cours d'une seule visite au dépôt. La variable 9 peut être traitée dans une partie non-structurée de l'entrevue, à moins que l'on préfère la combiner avec la Variable 10. Cependant, celle-ci demande une surveillance continue des dépôts. En plus des problèmes inhérents à la collecte de données complémentaires, il y a la dissimulation consciente de la vérité par le "mèt dépo" avec lequel on a affaire. Parce qu'il est souvent en concurrence directe avec les marchandes, il a autant d'intérêt qu'elles à dissimuler le volume écoulé. Un travail en profondeur et une constante observation sur une période de temps sont certainement les seuls moyens d'obtenir de bonnes données au sujet de cet aspect de ses activités.

Une onzième variable qui ne peut être négligée est représentée par les taxes payées pour les produits emmagasinés aux dépôts. Les recherches jusqu'ici ont montré que les intermédiaires doivent verser aux agents de taxation (percepteurs) une taxe chaque jour que leurs produits passent aux dépôts. Cette taxe tend à varier avec le volume du produit, sa valeur, le dépôt, l'influence et la fantaisie. Etant donné que le système de taxation dans les marchés et dépôts constitue le thème d'une étude séparée dans cette série et à cause de la difficulté d'obtenir du "mèt dépo" une information exacte, cette variable n'a pas été considérée.

Le chemin paraît maintenant déblayé pour une analyse profonde du fonctionnement des dépôts à Port-au-Prince. Ils ont tous en commun la fonction d'emmagasinage, mais il y a d'importantes différences quand il s'agit des autres fonctions. C'est ce qu'une analyse plus poussée doit approfondir. La détermination de la corrélation entre les 11 variables décrites permettra de définir les types de dépôts qui sont les plus importants pour le fonctionnement du système de commercialisation interne.

Cependant, il ne faudrait pas oublier que de grandes quantités de produits n'arrivent jamais à la zone de dépôts. Quelques-uns des circuits du système de commercialisation interne ne nécessitent pas de dépôts et d'autres peuvent être imaginés pour les éviter. De même, on ne peut exclure la possibilité qu'il y a des facteurs ex-

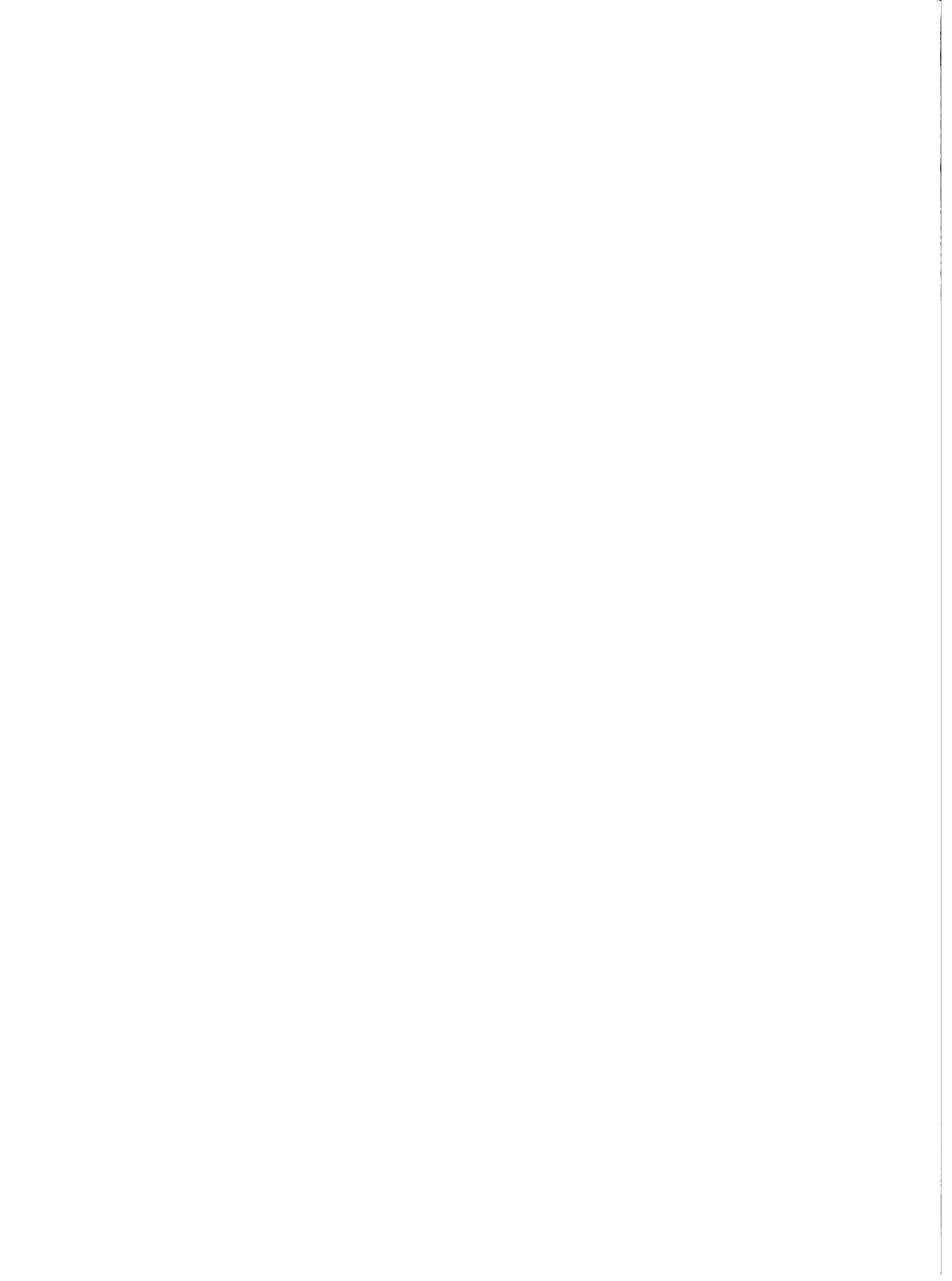
ternes influençant le fonctionnement des dépôts, qui ont été jusqu'ici délibérément laissés de côté. On pourrait citer comme exemple les fluctuations dans les interventions du gouvernement (e.g., contrôles de prix, importations, etc.), les fluctuations saisonnières dans l'écoulement des produits, les sécheresses et autres facteurs qui influent sur la production agricole en général. A n'importe quel moment, les dépôts peuvent changer rapidement leurs fonctions. En dépit de leur apparence statique dans des constructions en ciment (la plupart) ils peuvent en fait, montrer la même flexibilité qui a été observée dans d'autres parties du système de commercialisation interne.

D. Les Marchés de Port-au-Prince ^{1/}

1. Introduction

Une grande partie des produits agricoles consommés par la population de Port-au-Prince est achetée régulièrement dans l'un des marchés de la ville, ou directement par le consommateur ou par le propriétaire d'une boutique, restaurant, hôtel ou quelques autres intermédiaires. La quantité exacte des produits vendus dans ces marchés est, malheureusement, inconnue; il en est de même de la consommation totale de la population de la ville. Il est, alors, impossible de déterminer exactement et en termes de tonnage de produits écoulés, l'importance relative des marchés à l'intérieur du réseau de distribution d'aliments dans la ville.

^{1/} Une analyse quantitative préliminaires des vingt trois marchés situés dans l'aire métropolitaine de Port-au-Prince.



Cependant, il s'agit probablement d'une question académique. Qui - conque a observé même occasionnellement les marchés de Port-au-Prince admettra qu'ils doivent être de première importance pour le système de distribution d'aliments et pour l'économie de la ville. La grandeur réelle des marchés, en termes de surface et nombre de marchandises, est impressionnante. De plus, il est évident que beaucoup de produits qui peuvent être souvent trouvés en abondance dans les marchés sont effectivement absents des boutiques et supermarchés. Ainsi, en attendant que l'importance relative des marchés soit déterminée avec précision plus loin dans cette étude, nous n'allons certainement pas trop loin si nous estimons que 85% des produits agricoles consommés dans la ville ont été achetés dans les marchés formels ou dans les marchés de rues.

Dans cette ville de moins d'un demi-million d'habitants, les marchés couvrent une surface de près de 4 ha, non compris les extensions de rue qui ont une longueur totale ^{1/} de plus de 6 kilomètres. Dans les principales zones de marché seulement, nous avons compté un samedi plus de 20.000 marchandises. Elles représentent l'un des plus grands groupes ayant une occupation à Port-au-Prince.

1/ S'il y a des marchandises des deux côtés d'une section de rue, la longueur de cette section est comptée deux fois.

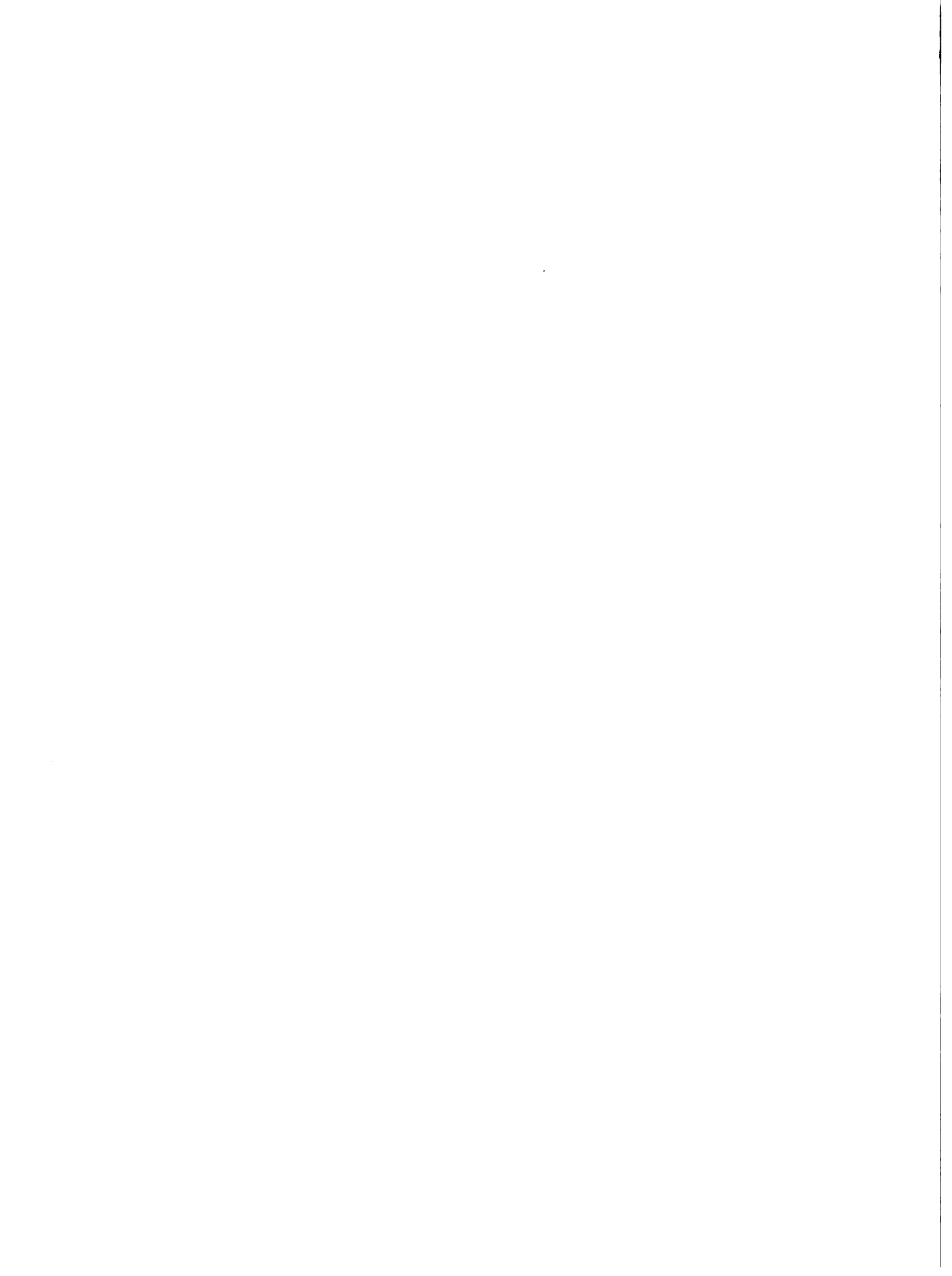
D'après les chiffres officiels de recensement ^{1/}, la population urbaine de l'arrondissement de Port-au-Prince s'est accrue de près de 233 % entre 1950 et 1971. La demande du consommateur, s'élevant proportionnellement, a amené la création de beaucoup de marchés formés "librement" en plus de ceux officiellement "reconnus". Seulement 20 % de la surface des marchés sont couverts par un toit d'une grandeur quelconque; la majorité des marchandes de la ville ne peuvent bénéficier d'un marché organisé, mais s'assoient ou circulent dans les rues.

Les fluctuations hebdomadaires et saisonnières de l'offre et de la demande compliquent d'avantage le tableau. Des agglomérations d'acheteurs et de vendeurs surgissent la veille et peuvent durer quelques heures seulement; cependant, il n'y a aucune raison pour que ces conglomérations ne soient pas considérées comme marchés temporaires comme elles peuvent l'être.

Ceci nous amène alors à définir ce que nous entendons par marché.

si nous utilisons la définition de S. Mintz : "Les marchés sont des mécanismes pour faciliter l'échange de produits et de services"(5), le facteur déterminant n'est pas l'emplacement du marché mais la situation du marché. Un marché qui est complet, avec des voies d'accès et des toits de chaume, devient un marché seulement les jours de marché. A part l'activité d'acheteurs et de vendeurs, quelques autres

^{1/} IHS, Résultats Préliminaires du Recensement Général, Port-au-Prince. Mars 1973. p. 33



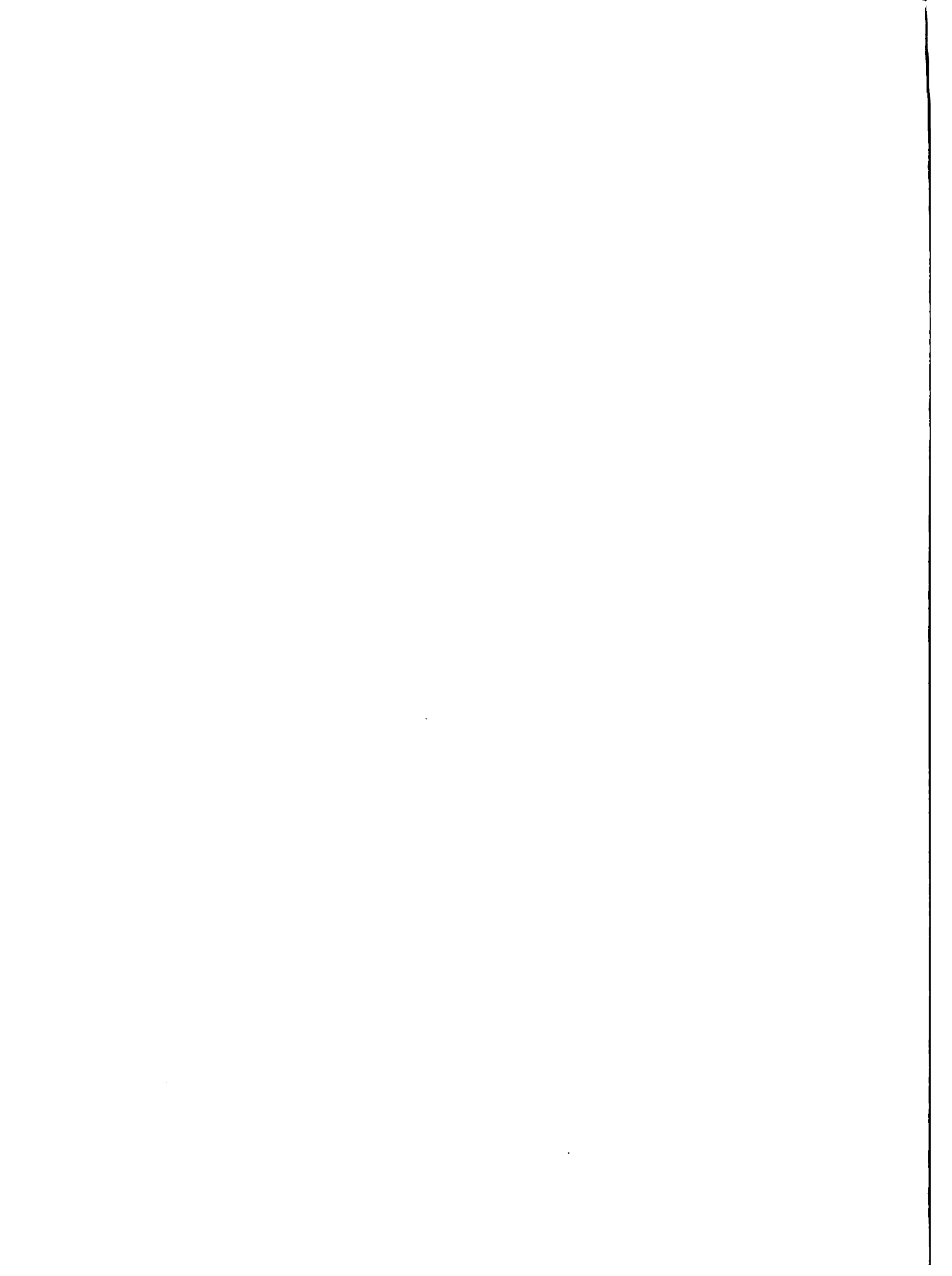
éléments entrent dans notre définition du marché. La régularité de dates et d'emplacement a été signalée (5). Dans nos marchés de Port-au-Prince, elle prend la forme spéciale de permanence: la plupart des marchés fonctionnent 7 jours par semaine et, avec une exception, toujours à la même place.

La reconnaissance de la part du public et du gouvernement est un autre élément constitutif. Elle s'exprime dans sa forme la plus simple: des clients viennent et achètent et le gouvernement par l'intermédiaire du Bureau des Contributions impose des taxes ^{1/}.

Des tentatives pour empêcher des activités de commercialisation ont été remarquées dans trois cas. Après l'incendie de La Saline ^{2/}, les marchandes ont été forcées de laisser la place. Elles ont été à approximativement 100 m de la rue et peuvent être trouvées maintenant à Ruelle Neuf. Le marché aux poissons de Martissant a été officiellement ouvert depuis plusieurs mois, mais il est défendu à la "mar - chande pouasso" d'y entrer. Leur marché fonctionne de toute façon à côté de la nouvelle construction, six après-midi par semaine. Dans le cas du marché Céradot à Carrefour, les activités de marché ont été supprimées avec succès: le propriétaire privé, espérant tirer plus de profit de sa terre, chassa les marchandes. On dit qu'elles ont été toutes au marché de Carrefour, à environ 1 km plus loin,

1/ De récentes données sur le système de taxation montrent que toutes les marchandes sont sujettes aux taxes gouvernementales dans leurs activités de vente. Cependant, dans certains marchés les taxes sont perçues d'une façon très désorganisée, ce qui, dans le passé, a conduit à cette conclusion que les taxes n'étaient pas perçues dans certains marchés.

2/ Une grande partie d'une zone pauvre et fortement peuplée du bas de la ville fut détruite par un incendie en 1972.

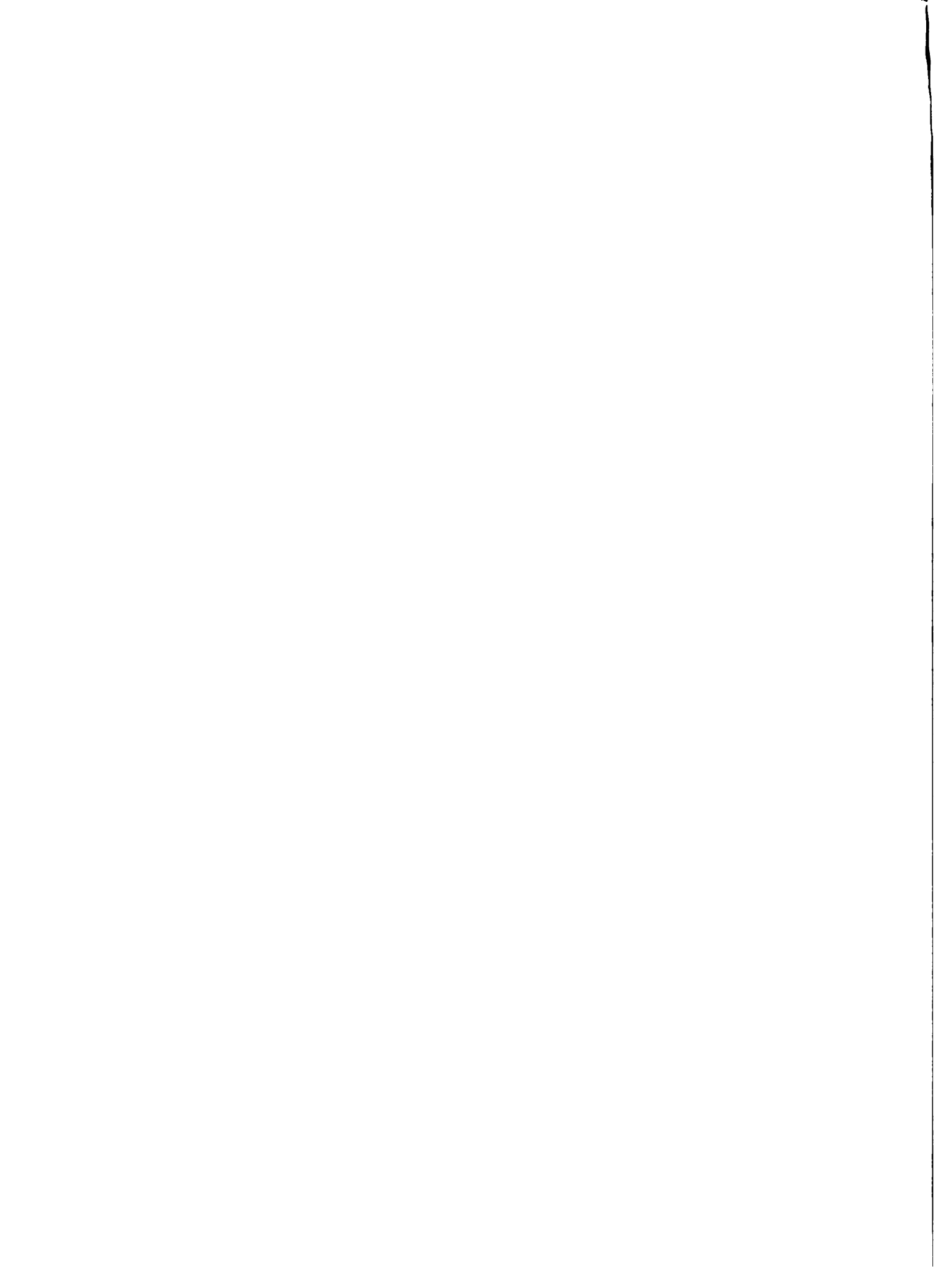


Cependant, ce dernier cas est une exception. En général, un marché de quartier naîtra là où le besoin se fait sentir. Les marchés ne peuvent être créés ou supprimés par décret, sans respecter les conditions locales, e.g., densité de population.

2. Méthode Utilisée

La collecte d'informations quantitatives de base sur tous les marchés de Port-au-Prince a été réalisée en trois étapes. Premièrement une carte, contenant tous les marchés, fut dessinée. Deuxièmement, une inspection visuelle des marchés permit de prendre des décisions pour savoir quels marchés exclure de la carte et comment schématiser un instrument court mais pratique pour la collecte de données. Troisièmement, tous les marchés furent visités pendant la matinée d'un jour de faible activité: quelques-uns le mercredi, d'autres le jeudi (11-12/7/73). Un échantillon de 11 marchés fut visité à nouveau un jour d'intense activité, le samedi de la semaine suivante (21/7/73), afin d'avoir une idée de l'accroissement de l'activité du marché par comparaison entre les deux situations.

La liste des marchés fut établie de la façon suivante : les femmes vivant et achetant et/ou vendant dans les différentes zones de la ville furent questionnées pour savoir le nom et la localité où se trouvent les marchés qu'elles fréquentent. Ce procédé fut appliqué jusqu'à ce qu'il n'y ait pas de nouveaux marchés mentionnés. La liste complète résultant de ce procédé contenait 26 marchés qui furent visités. Deux d'entre eux ont été éliminés parce que le nombre de



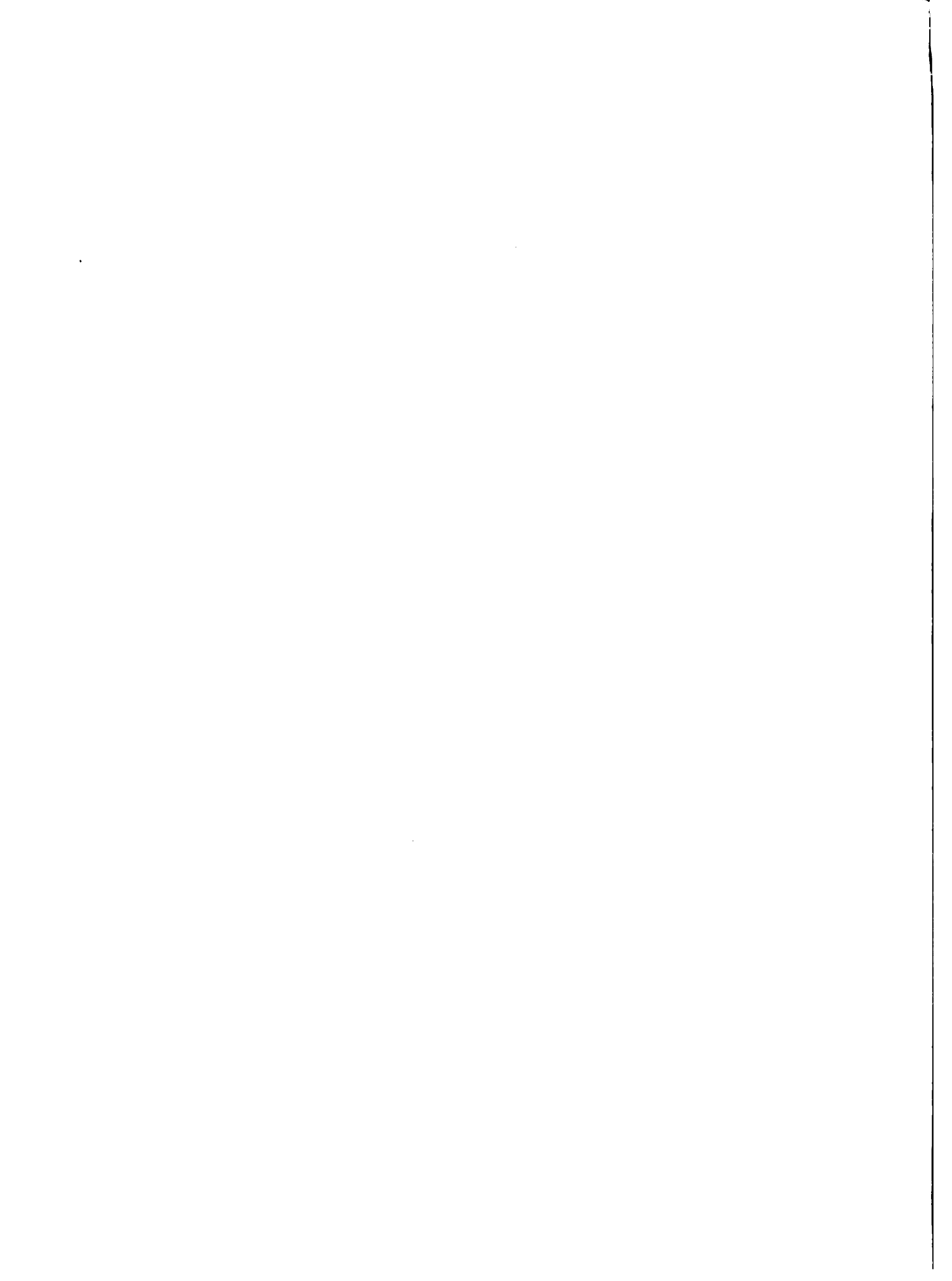
marchandes se révéla trop bas. Dans un autre cas, deux marchés se joignaient. La liste finale contient donc 23 marchés.

La collecte systématique des données tirées d'observations a été brève et standardisée pour deux raisons : le désir de réduire l'influence des fluctuations de marché, et la limitation de temps et de ressources. Six enquêteurs entraînés visitèrent les marchés et remplirent un court questionnaire contenant 19 rubriques, pour chaque marché. Les rubriques les plus importantes furent :

- nom et position du marché
- caractéristiques physiques (dimension du marché, extensions de rue et surface couverte)
- nombre total de marchandes (non compris les marchandes ambulantes dans les extensions de rue)
- produits spéciaux vendus.

L'instrument utilisé dans la collecte de ces informations se trouve à l'Annexe 2. Une attention spéciale a été portée à la délimitation exacte de chaque marché afin d'assurer la comparaison des données avec celles recueillies durant la seconde visite (un échantillon de 47%). Pour y arriver, les enquêteurs tracèrent une carte de chaque marché au dos du questionnaire en y indiquant exactement l'endroit où le comptage a eu lieu.

Une décision arbitraire a dû être prise d'après la dimension du marché. La ville contient des douzaines d'aggrégats composés de peu de



marchandes dont le nombre, occasionnellement, surtout le samedi, peut s'accroître jusqu'à plus de 50. Cependant, il n'entre pas dans le but de cette étude de tracer et de compter tous les petits marchés de quartier. Nous avons décidé de nous arrêter à une limite plus basse, soit 40 marchandes (comptage effectué un jour de faible densité), ce qui est la dimension du plus petit marché fonctionnant régulièrement toute la semaine (Marché La Rochelle).

Deux des marchés du bas de la ville sont difficiles à séparer de leurs extensions de rue: le Marché Vallières (Marché en bas ou Marché en Fer) et le Marché Croix-des-Bossales. Dans ce cas aussi, une décision arbitraire a été prise, pour compter seulement comme extensions de rues ^{1/} celles bornant immédiatement le marché. Une vue d'ensemble plus complète de la zone de marché du bas de la ville sera présentée plus loin dans une autre section.

Un court commentaire devrait être fait sur l'exactitude des données présentées ici. Un entraînement systématique des enquêteurs, des vérifications occasionnelles et des comparaisons détaillées des sections comptées deux fois par différents enquêteurs, ont montré que les nombres de marchandes comptées ^{2/} devraient être très sûrs. Dans aucun cas, il a été trouvé une marge d'erreur de plus de 3%, et il n'y a aucune raison de croire qu'elle devrait être plus élevée.

1/ Ce sont: Ave. Jn-Jacques Dessalines, Rue des Césars, Rue Courbe et Rue des Fronts Forts pour le Marché Vallières et Rue du Quai, Rue Macajou, Rue Tiremasse et une petite portion de la Rue du Magasin de l'Etat pour le Marché Croix-des-Bossales.

2/ Les marchandes vendant toutes sortes de produits furent comptées. Pour une distribution des marchandes par catégorie de produit vendu, voir Annexe 3.

Cependant, le mesurage des caractères physiques du marché était beaucoup plus difficile à faire dans le peu de temps disponible. Les marchés sont rarement bien délimités et rectangulaires, et la seule unité de mesure disponible et pratique était les pas des enquêteurs. Ils ont été comptés, mesurés et convertis en mètres. Cependant, les chiffres de surface, de longueur d'extension et densité de marchandises sur une surface déterminée sont sujets à une marge d'erreur pouvant aller jusqu'à 25%. Mais ceci ne devrait en aucune façon affecter le tableau d'ensemble; la localisation et le comptage des principaux agrégats ayant des activités de marché, présentés ici, demeurent les mêmes.

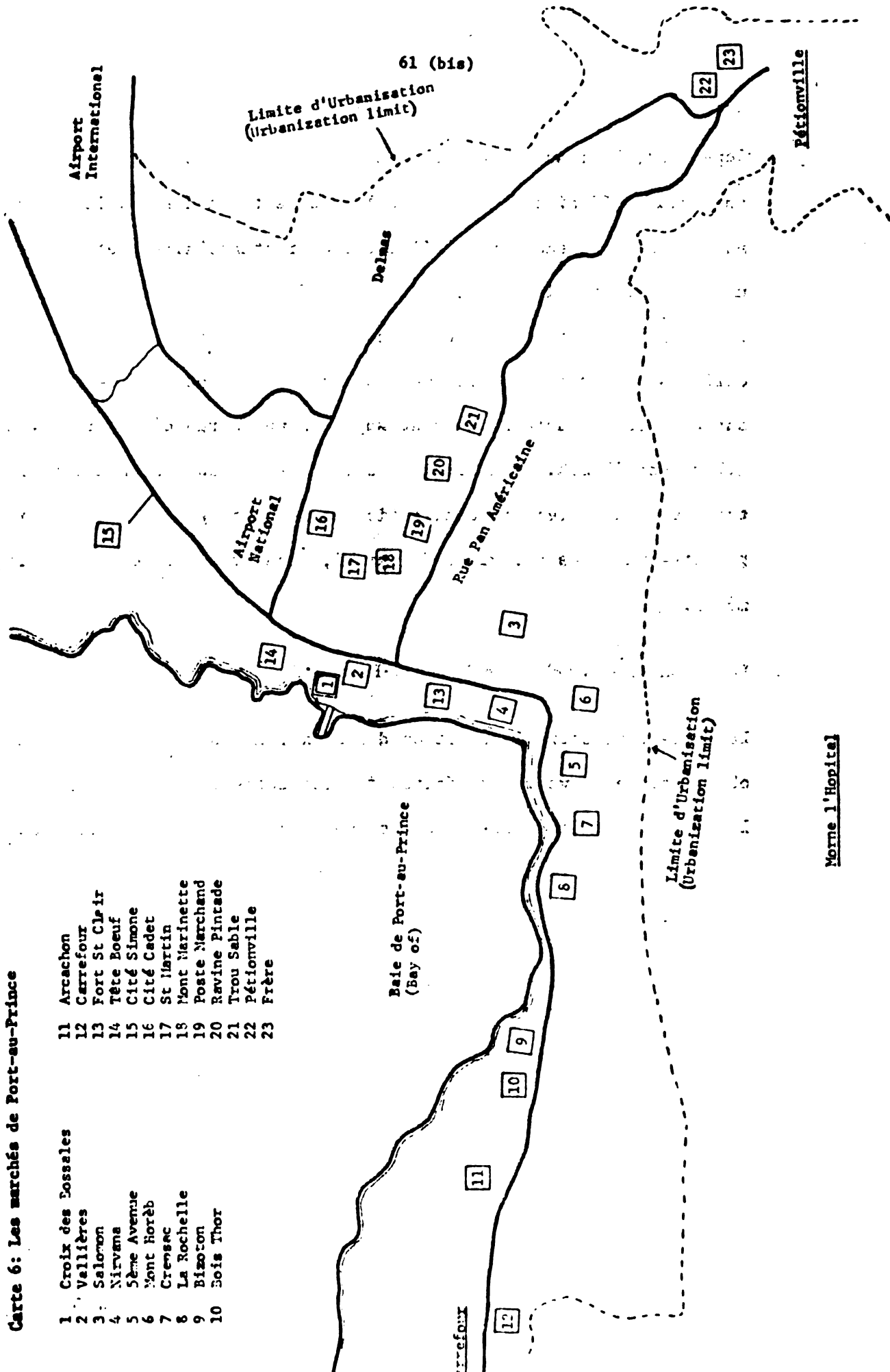
3. Position des Marchés de Port-au-Prince

La carte 6 illustre la position des 23 marchés dénombrés. Plusieurs observations peuvent être faites d'après cette carte :

1. La plupart des marchés sont situés sur ou à proximité des quatre routes principales menant à Port-au-Prince. La seule grande exception est le Marché Salomon.
2. Quelques zones de la ville ont plusieurs marchés proches les uns des autres tandis que d'autres, même très grandes, n'ont pas de marché du tout.
3. La zone de marché la plus importante de la ville est "décentrée" en termes de zones peuplées mais très bien située en termes de transport, avec accès facile aux principales routes et au port.

Carte 6: Les marchés de Port-au-Prince

- | | |
|----|--------------------|
| 1 | Croix des Bossales |
| 2 | Vallières |
| 3 | Salomon |
| 4 | Nirvana |
| 5 | 5ème Avenue |
| 6 | Mont Horèb |
| 7 | Cressac |
| 8 | La Rochelle |
| 9 | Bizoton |
| 10 | Bois Thor |
| 11 | Arcachon |
| 12 | Carrefour |
| 13 | Fort St Clair |
| 14 | Tête Boeuf |
| 15 | Cité Simone |
| 16 | Cité Cadet |
| 17 | St Martin |
| 18 | Mont Marinette |
| 19 | Poste Marchand |
| 20 | Ravine Pintade |
| 21 | Trou Sable |
| 22 | Pétionville |
| 23 | Frère |



Morne l'Hopital

Cette carte confirme donc ce qui est généralement vrai pour les marchés: vu qu'ils sont des mécanismes d'échange, leur localisation^{1/} dépend d'un système de communication rendant l'échange possible et pratique. Le transport à bon marché de produits paraît être la principale déterminante pour la localisation des marchés du point de vue de vente puisque les intermédiaires cherchent à minimiser les coûts du transport. Cependant, dans le cas de beaucoup de marchés de la ville, un second élément entre en jeu: la densité de population. Les marchés surgiront là où il y a un nombre suffisant de consommateurs désirant acheter. Le tableau 4 montre la distribution des marchés dans 7 zones^{2/} de Port-au-Prince. La majorité des marchés de Port-au Prince sont relativement de petits marchés de quartier. Du total des 23 marchés figurant sur la liste, seulement 5 ont plus que quelques centaines de marchandes en un jour de faible activité, et seulement 2 de ceux-ci (Croix-des-Bossales et Vallières) ne desservent pas uniquement un quartier ou une zone spécifique de la ville.

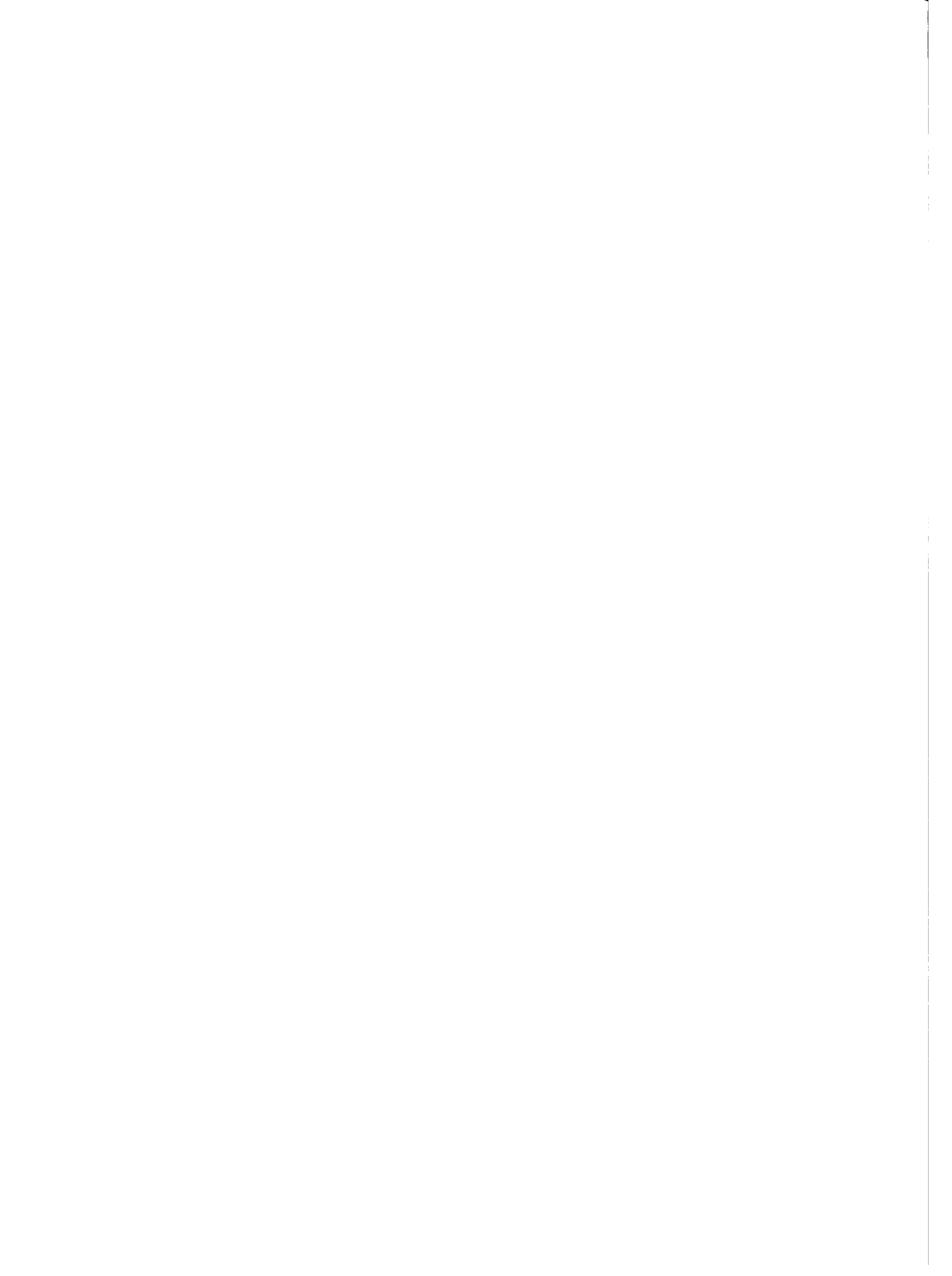
1/ Voir Annexe 4, la position des marchés et leur distance à la zone principale de dépôts

2/ Zone, tel qu'elle est définie par l'Institut Haitien de Statistiques "Résultats Préliminaires du Recensement " (carte) avec de légères modifications

Tableau 4. Distribution des Marchés dans 7 Zones de la Ville

Zone	Habitants	Marchés	Nombre de marchandises	
			par marché	Total
Port-au-Prince EST	51 141	Trou Sable Ravine Pintade	126 101	227
Port-au-Prince CENTRE	101 121	Vallières Mirvana Fort St-Clair Salomon	1 032 694 248 860	2 834
Port-au-Prince NORD	152 551	Croix-des-Bossales Cité Simone Tête Boeuf Marinette St-Martin Cité Cadet Poste Marchand	5 713 276 44 157 93 131 140	6 554
Port-au-Prince SUD	77 391	5ème Avenue Crepsac Mont Horeb	516 120 78	714
Martissant & Bizoton	34 316	La Rochelle Bizoton Bois Thor	40 119 122	281
Carrefour	40 618	Arcachon Carrefour	79 196	275
Pétionville	35 257	Frère Pétionville	46 * 352	398
Total	492 395	23		11 283

* Ce marché est situé tout près du Marché Simone O. Duvalier à Pétion-Ville et il vaudrait mieux le considérer comme une extension de rue de ce dernier.



Statistiquement, il est évident que les marchés surgissent là où vivent les consommateurs. Laissant de côté la grande place centrale d'échange (Croix-des-Bossales) et les zones suburbaines, le nombre d'habitants par marché est le suivant (Tableau 5).

Tableau 5. Ratio Habitants/Marché à Port-au-Prince (15 marchés)

Zone	Habitants	Marchés	Nbre Moyen d'habitants par marché
P-au-P EST	51 141	2	25 571
P-au-P CENTRE	101 121	4	25 280
P-au-P NORD	152 551	6	25 425
P-au-P SUD	77 391	3	25 797

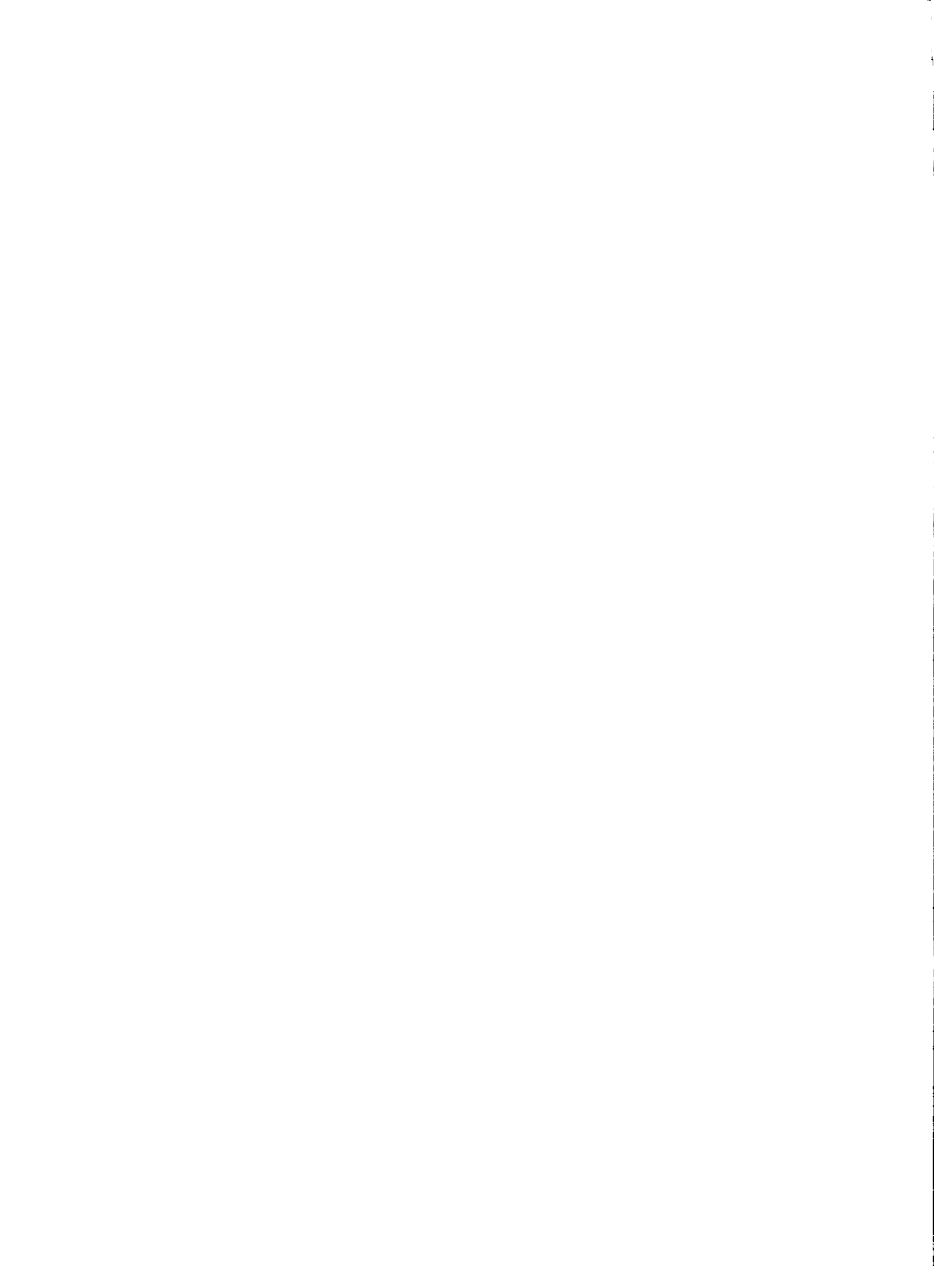
Le modèle apparent montré dans ce tableau est étonnamment clair : pour environ chaque 25 mille habitants de la ville, il y a un marché. Le modèle est si exact pour chacune des quatre zones qu'il fait soupçonner un plan de la part des autorités de la ville pour créer un nouveau marché pour chaque 25 000 personnes. Cependant, il n'existe pas un tel plan. Seulement dans de rares cas la ville a une influence sur la création de marchés ou sur leur amélioration physique et jusqu'en 1973 l'Administration Communale n'avait qu'une estimation sommaire de la population de la ville.

Ce qu'il y a d'étonnant dans le Tableau 5 ce n'est pas que les chiffres moyens d'habitants par marché soient rapprochés (avec une déviation standard de 191 seulement) mais parce qu'ils ne devraient pas l'être du tout. Les zones incluent, après tout, des variations considérables en status économiques et en degré d'homogénéité sociale. Il y a également une variation considérable de la dimension des marchés et la quantité de produits en circulation. Nos données ne nous permettent pas d'expliquer pourquoi il y a une telle régularité dans la distribution des marchés à Port-au-Prince. Tout ce que nous pouvons dire jusqu'ici c'est que la régularité existe et qu'il y a une différence marquée entre la ville et ses faubourgs : Carrefour a un marché pour chaque 20 309 habitants, Pétionville un marché pour chaque 35 257^{1/} habitants et Martissant-Bizoton un marché pour chaque 11 538.

La localisation des marchés de Port-au-Prince est déterminée, alors, par deux conditions : la proximité des principales artères de transport et la densité de consommateurs. Une demande suffisante de la part du consommateur semble être créée par une population d'une moyenne de 25 000 habitants environ dans la ville et légèrement plus faible dans les faubourgs.

Bien que la plupart des marchés soient des marchés de quartier, il y en a qui fonctionnent apparemment sur une plus grande échelle. Ceux-ci incluent la zone de marché central : Croix-des-Bossales et ses extensions de rue d'une part et les marchés secondaires : Marché

Le Marché Simone Duvalier et Frères sont considérés comme un seul marché



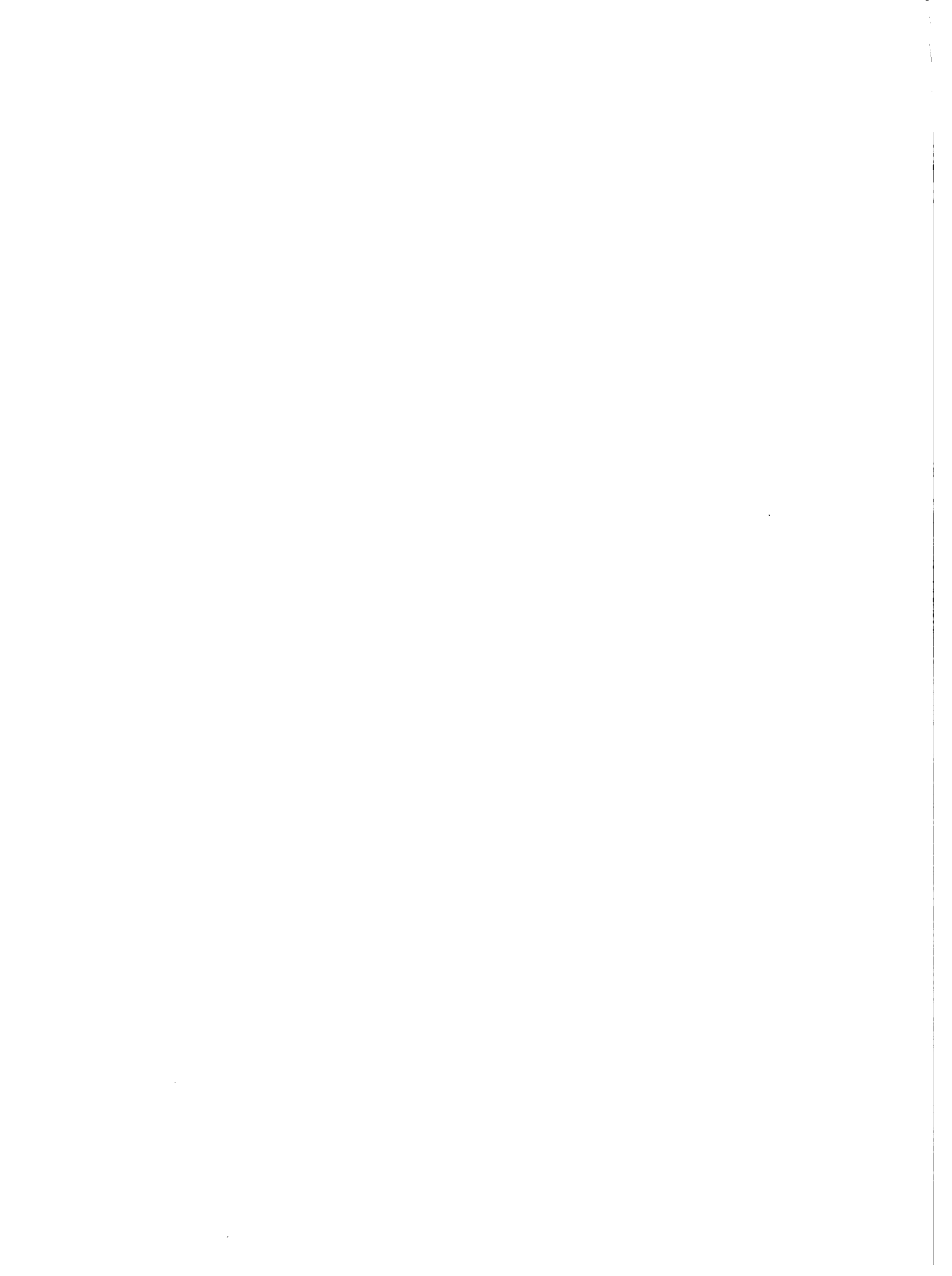
Vallières, Marché Salomon et Marché Nirvana d'autre part.

Le marché Croix-des-Bossales est un marché central à plusieurs points de vue: il occupe une position centrale en termes de communication par route et par mer. C'est le plus grand marché de vente au détail à Port-au-Prince. C'est le centre où la plupart des échanges entre intermédiaires sont réalisés en gros (zone de dépôts). Il est aussi adjacent au centre de la plupart des dépôts de produits agricoles de la ville (voir: "La Zone des Dépôts de Port-au-Prince"). La plus grande partie des produits avant de parvenir aux marchés de quartier passent d'abord à Croix-des-Bossales ou dans la zone de dépôts où ils peuvent être emmagasinés ou vendus en gros ou les deux à la fois. C'est ce qui a lieu ordinairement même si cela veut dire en passant par le marché de quartier où a lieu la destination finale. Naturellement, ceci occasionne une augmentation des coûts de transport et de manutention. En termes de vente au détail, la zone de marché central dessert toute la ville. Les acheteurs de toute zone iront là aussitôt que la quantité de produits à acheter justifie le coût du déplacement.

Les marchés secondaires ont ceci en commun avec les marchés de quartier qu'ils ne desservent qu'une zone, cette zone étant, cependant, plus grande et moins homogène qu'un quartier. Le Marché Nirvana attire des acheteurs venant de la partie méridionale de la ville, le

Marché Salomon ceux du sud-est de la ville. Le Marché Vallières est un marché secondaire dans le sens qu'il dessert seulement une clientèle sélectionnée : les clients disposés à payer de plus hauts prix. Ce sont généralement les acheteurs pour les étrangers et les hôtels de la partie est de la ville. Les marchés secondaires reçoivent une partie des produits directement, sans passer par la zone de marché central. Et même pour beaucoup de produits, ils dépendent du procédé de vente en masse et de facilités d'emmagasiner de la zone de marché central.

La présente classification des marchés en marché central, marchés secondaires et marchés de quartier, est seulement une classification tentative. Elle paraît convaincante en termes de dimension. Croix-des-Bossales est le plus grand marché, donc le premier; Vallières, Salomon et Nirvana sont respectivement les deuxième, troisième et quatrième. Cependant, il pourrait avoir une discussion considérable quand il s'agit de placer tous les 19 marchés restants dans la catégorie de marché de quartier. Le marché de Carrefour et celui de Pétionville desservent respectivement toute une ville et non uniquement des quartiers; ce dernier a même une position de monopole presque complète. Les deux aussi reçoivent beaucoup de produits directement sans passer par Croix-des-Bossales. Cependant, au regard de notre typologie sommaire, ils ont même plus de points communs avec les marchés de quartier: ils desservent seulement une zone géographique relativement petite avec une population plus homogène que le reste de la ville. Il arrivera rarement que quelqu'un d'une autre



zone y vienne faire ses achats. Les clients s'approvisionneront ou au marché de leur propre quartier ou iront à l'un des marchés secondaires ou directement à Croix-des-Bossales. Le Tableau 6 donne un résumé des éléments utilisés dans la construction de notre typologie.

4. Accessibilité des marchés

La plupart des produits dans la majeure partie de ces marchés ayant été écoulés à travers la zone de dépôts de la Croix-des-Bossales, la distance d'un marché à la zone de dépôts peut influencer le prix final payé par le consommateur pour un produit déterminé. C'est en effet le cas. Cependant, ce n'est pas la distance géographique qui justifie le prix légèrement plus élevé dans les marchés de quartier, mais plutôt le prix que l'on doit payer pour transporter le produit sur cette distance.

Il y a plusieurs modes de transport pour le produit : par camion, brouette, "taptap" (camionnette), taxi, bourrique, ou simplement sur la tête. Le mode qui coûte le moins est le transport du produit par camion et la "madam sara s'arrête en chemin entre les provinces et la zone de dépôts. Ces arrêts pratiques sont souvent gratuits ou réclament peu de frais. Le transport du dépôt aux marchés coûte très peu si le marché est situé sur une route régulière des "taptaps" (camionnettes) n'importe où sur la Grand'Rue ou sur la

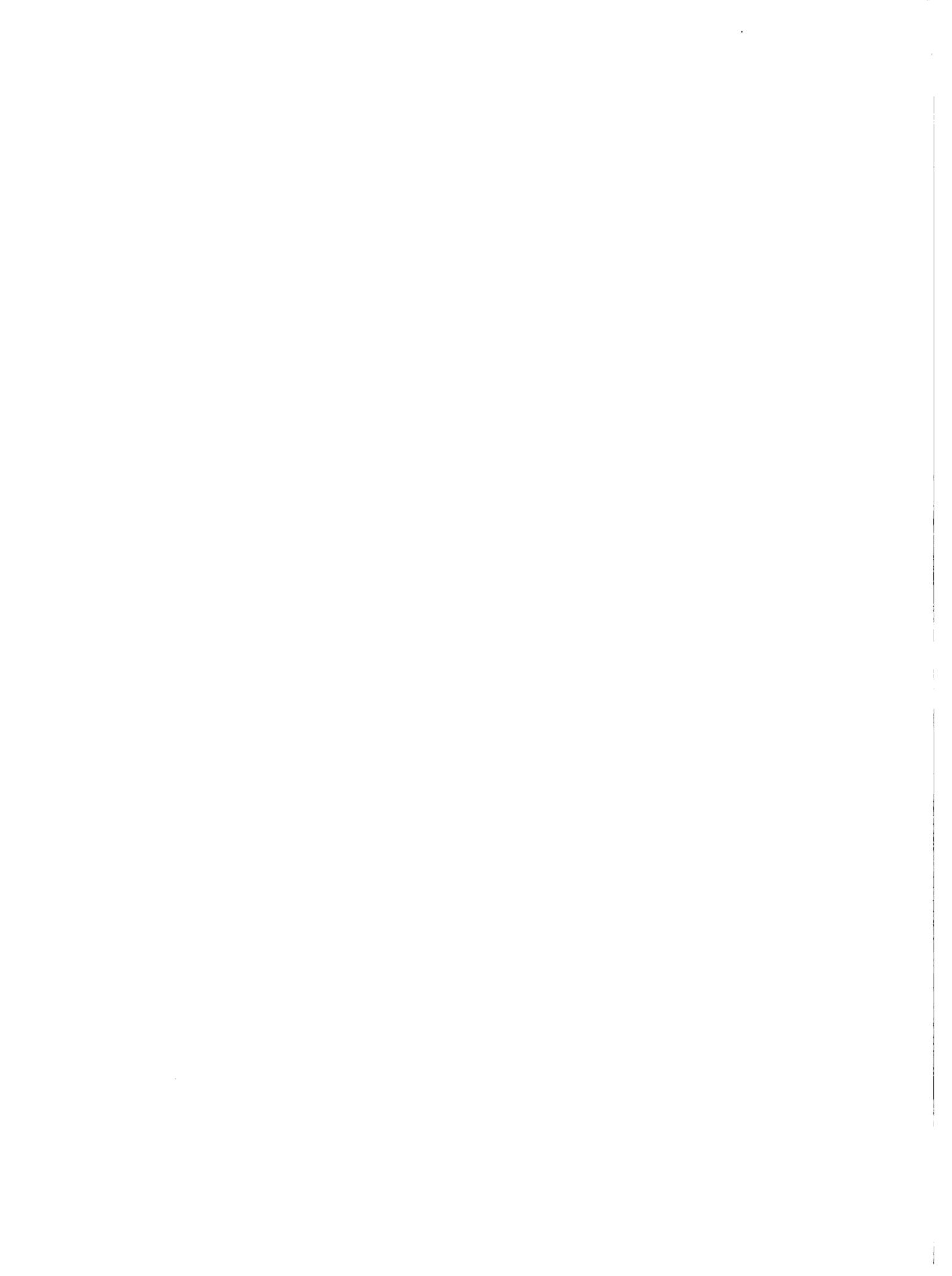


Tableau 6. Une Typologie Préliminaire des Marchés de Port-au-Prince

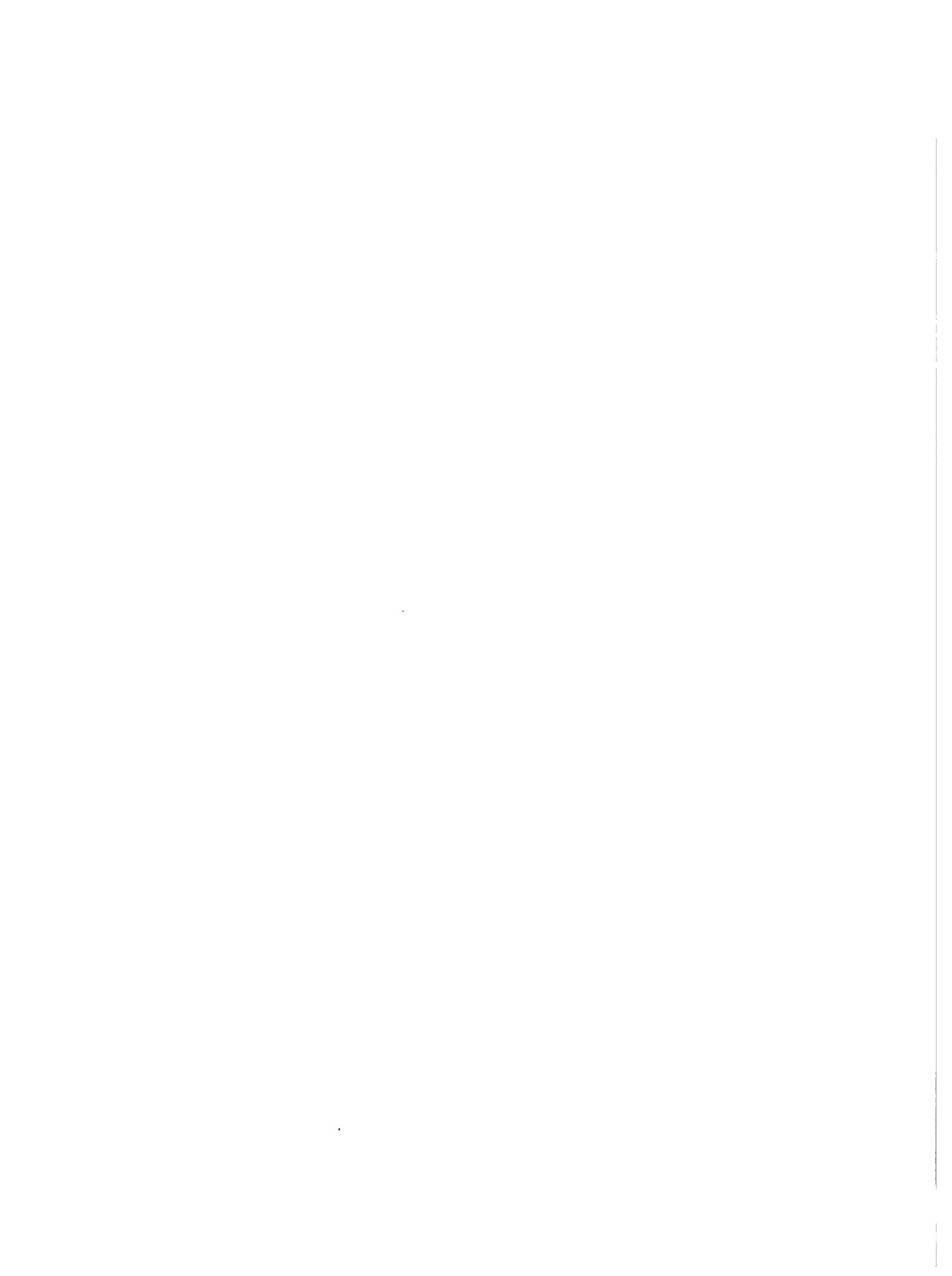
Marchés classés selon leur dimension	Type de marché	Moyens d'accès	Résidence des clients	Facilités d'emmagasinement (dépôts)	Facilités de transformation	Activités de vente en gros	Produits ne passant pas par Croix-des Bossales	Dimension (Nbre de marchandises)
Croix-des-Bossales	Central	terre & mer	toute la ville	beaucoup	beaucoup	beaucoup	-	plus de 5 000
Vallières	Secondaire	terre	grande zone	quelques	aucune	aucune	quelques	500 à 5 000
Salomon	"	"	"	"	"	un peu	"	"
Nirvana	"	"	"	"	"	un peu	"	"
5ème Avenue	de quartier	terre	petite zone	aucune	très peu	aucune	quelques	516
Pétionville	"	"	ville	quelques	"	"	beaucoup	moins de 500
Cité Simone	"	"	petite zone	aucune	"	"	aucun	"
Ft. St-Clair	"	"	"	"	"	"	aucun	"
Carrefour	"	"	ville	"	"	"	quelques	"
Marinette	"	"	petite zone	"	"	"	aucun	"
Poste Marchand	"	"	"	"	"	"	"	"
Cité Cadet	"	"	"	"	"	"	"	"
Trou Sable	"	"	"	"	"	"	"	"
Bois Thor	"	"	"	"	"	"	"	"
Crepsac	"	"	"	"	"	"	"	"
Bizoton	"	"	"	"	"	"	"	"
Ravine Pintade	"	"	"	"	"	"	"	"
St-Martin	"	"	"	"	"	"	"	"
Arcachon	"	"	"	"	"	"	"	"
Mont Horeb	"	"	"	"	"	"	"	"
Frère	"	"	"	"	"	"	"	"
Tête Boeuf	"	"	"	"	"	"	quelques	"
La Rochelle	"	"	"	"	"	"	aucun	"

route de Delmas, mais peut être très cher si on doit payer un taxi ou une camionnette de Pétionville. Souvent, l'intermédiaire utilise une combinaison de plusieurs moyens de transport. Par exemple, si une "révâdès" veut transporter un grand sac de haricots de Thomazeau au marché de la 5ème Avenue, elle le fera vraisemblablement de la façon suivante : elle achètera les haricots dans un dépôt près de l'Eglise St-Joseph et emploiera un "mèt brouèt" qui transportera le sac jusqu'à un "taptap". Le "taptap" la transportera avec son sac de haricots à l'intersection du Blvd Jn-Jacques Dessalines et de la 5ème Avenue où un porteur prendra en charge ledit sac et l'apportera au marché. Faire face à ces trois dépenses est moins coûteux qu'utiliser un taxi, mais une "révâdès" qui est pressée peut pourtant préférer ce dernier moyen de transport car un sac de haricots représente un investissement de capital plutôt grand.

L'accessibilité de tous les marchés de la zone de dépôts a été calculé en supposant que l'intermédiaire voyagera seul et utilisera le moyen de transport motorisé le moins cher disponible. Chaque marché a obtenu un score entre 1 (moins de \$0,25 par personne) et 4 (plus de \$0,50). Les scores moyens d'accessibilité sont les suivants :

Tableau 7. Score Moyens d'Accessibilité par Type de Marché

Type de Marché	Score moyen
Zone de Marché Central	1
Marchés Secondaires	1.7
Marchés de Quartier	3.7



Comme le Tableau 7 l'indique, il y a une variation significative parmi les marchés en termes de dépenses de transport engagées pour rendre les produits disponibles pour la vente. Il y a, en plus, une forte corrélation entre cette variation de coûts de transport et le type de marché; les marchés secondaires peuvent être trouvés seulement dans des endroits où l'accès à partir de la zone principale de dépôt n'est pas coûteux. Même les marchés de quartier ne peuvent jamais se trouver à plus de cent mètres d'une route principale offrant un transport à bon marché. Ceci explique le surprenant vide qui peut être observé sur la Carte 6: il y a une très grande zone de la ville où il n'existe aucun marché. Toute la partie dans la zone du Sud-Est, approximativement entre Bolosse, Poste Marchand et Canapé Vert, n'a même pas un marché quoiqu'elle soit bien peuplée. Ceci peut être dû à une combinaison de facteurs, le plus important étant le coût élevé du transport de produits dans cette zone. L'accès motorisé est possible par taxi seulement, et une grande partie de cette zone est même en dehors de la limite de \$0,70 fixée pour une course (un passager). D'après quelques entrevues avec des marchandes, il paraît qu'une grande portion de leur marge de profit serait dépensée en transport si elles essayaient de vendre dans le sud-est de la ville. A cause de ces coûts élevés de transport, les produits agricoles auraient dû être vendus à des prix plus élevés (pour les produits de même qualité ou de qualité inférieure) dans les marchés de quartier, ce qui diminuerait donc la probabilité que des acheteurs potentiels y feraient actuellement leurs achats.

5. Caractéristiques des Marchés de Port-au-Prince

a. Apparence

La plupart des marchés de Port-au-Prince laissent à l'étranger une impression de confusion, d'improvisation et de manque de planification. Fréquemment, nous ne trouvons pas un lieu de marché formel mais juste des coins de rue et des rues entières envahies par des marchandes. Vendeurs et acheteurs, percepteurs de taxe et mendiants, animaux, camions et brouettes sont tous en concurrence pour une petite place et il faut beaucoup de talent de part et d'autre pour éviter les collisions possibles et les petites catastrophes qui pourraient suffire pour compromettre les revenus journaliers de quelqu'un ou même toute son affaire.

Si l'étranger entend évaluer les marchés haïtiens en termes de ce qui est considéré bon et indispensable ailleurs, il sera désappointé. A part quelques rares exceptions, il n'y a pas de séparation de zones de commerce de gros et de détail, des zones de commercialisation interne et d'exportation. Il n'y a pas de nettoyage, de balayage des rues et d'enlèvement d'ordures. Il n'y a pas d'alimentation en eau potable ni de supervision des normes d'hygiène. Et la plupart des transactions est faite, sous le soleil, par des marchandes qui ne sont protégées que par leurs grands chapeaux.

Toutefois, il y a quelques qualifications de cette situation qui doivent être faites. D'abord, il est à noter que sept des 23 marchés ont un toit qui protège au moins une partie des acheteurs des vendeurs et leurs produits. Trois d'entre eux, Vallières, Salomon et Pétionville ont même des murs solides. Ces toits de tôle et des murs en acier ou blocs donnent une impression d'ordre qui atteste qu'à un certain moment dans le passé, les gouvernements avaient considéré que les marchés constituaient une partie importante de la vie de la cité.

La seconde qualification concerne l'ordre fondamental et évident des activités de plusieurs marchés principaux. Bien que la situation semble confuse au prime abord, un ordre considérable peut être actuellement détecté, ordre qui paraît fonctionnellement plus important que la séparation des zones de commerce de gros et de détail.

La plupart des produits sont concentrés dans leur zone spéciale, comme les légumes périssables, les grains, la viande, le poisson, les vêtements et la quincaillerie. De petits ateliers de confection et de réparation sont fréquemment établis aux abords d'un marché. Les articles qui peuvent être vendus aux touristes sont étalés dans les zones les plus visibles pour le passant. La raison de cette concentration semble résider partiellement dans les habitudes du consommateur et en partie dans le système lui-même. Les consommateurs aiment acheter là où ils peuvent choisir parmi une grande quantité de produits. Quiconque veut vendre un article

tel que des souliers, fait bien de s'installer dans la partie du marché où il y a déjà beaucoup d'autres faisant la même chose. Il a été suggéré ^{1/} cette autre raison de la concentration de vendeurs par produit en Haïti, à savoir qu'elle offre aux vendeurs de meilleures opportunités pour comparer les informations de prix. Les deux raisons sont complémentaires. Les produits qui demandent des prix stables et relativement élevés (e.g. chaussures) peuvent être trouvés concentrés parce que l'acheteur le veut ainsi; les produits qui sont sujets à de rapides et continues fluctuations de prix, comme la plupart des produits agricoles, sont concentrés parce que le vendeur le veut ainsi. Vu que le travail humain et l'ingéniosité abondent, nous nous attendons à trouver dans les deux catégories quelques vendeurs aventureux qui essayeront de se débarrasser de leurs concurrents directs. Tout marché a, donc, des zones de concentrations de produits aussi bien que des zones de vente mélangée. Le mélange de divers articles dans une zone paraît être plus significatif quand le même produit peut être acquis en plusieurs qualités et/ou dimensions à divers prix, ce qui est essentiellement vrai pour les produits périssables.

b. Caractéristiques physiques

Il y a une grande variation de dimension parmi les marchés de Port-au-Prince. Le plus petit marché (La Rochelle) occupe seulement 160 mètres carrés alors que le plus grand (Croix-des-

^{1/} S. Mintz, 1973, verbalement

Bossales) couvre presque cent fois plus, environ 15 000 mètres carrés. Le Tableau 8 contient l'estimation de la surface couverte par chaque marché et le pourcentage pourvu d'un toit. Ainsi qu'il est à noter, seulement 20% (8 946 m²) environ de la surface totale (45 331 m²) occupée, sont couvertes. Comme on pourrait s'y attendre, seuls les plus grands marchés ont un toit et seulement deux d'entre eux ont plus que 50% de leur surface pourvue d'un toit. Pour quelques-uns des marchés couverts, il semble que le toit devait originairement couvrir tout le marché (le Marché Salomon est un exemple) alors que dans d'autres cas seulement une couverture partielle paraît avoir été envisagée dès le début (le Marché de Carrefour en est une illustration).

Quelle qu'ait été l'intention première des gens intéressés à la construction des toits et à la délimitation des marchés, il est tout-à-fait évident qu'aucun des marchés ne peut répondre aux activités en cours, pas même les jours de faible activité. Dans le cas du marché de Carrefour, le problème apparent est un problème de plan de base. Le local couvert était construit trop près de la route principale, laissant un espace considérable derrière lui pour les activités de marché. Cependant, les marchandes préfèrent être aussi près que possible de la route principale (clients potentiels). Ainsi, elles occupent les fossés et les trottoirs en face du marché et laissent de très grandes sections vides derrière le local. Dans tous les autres cas, les

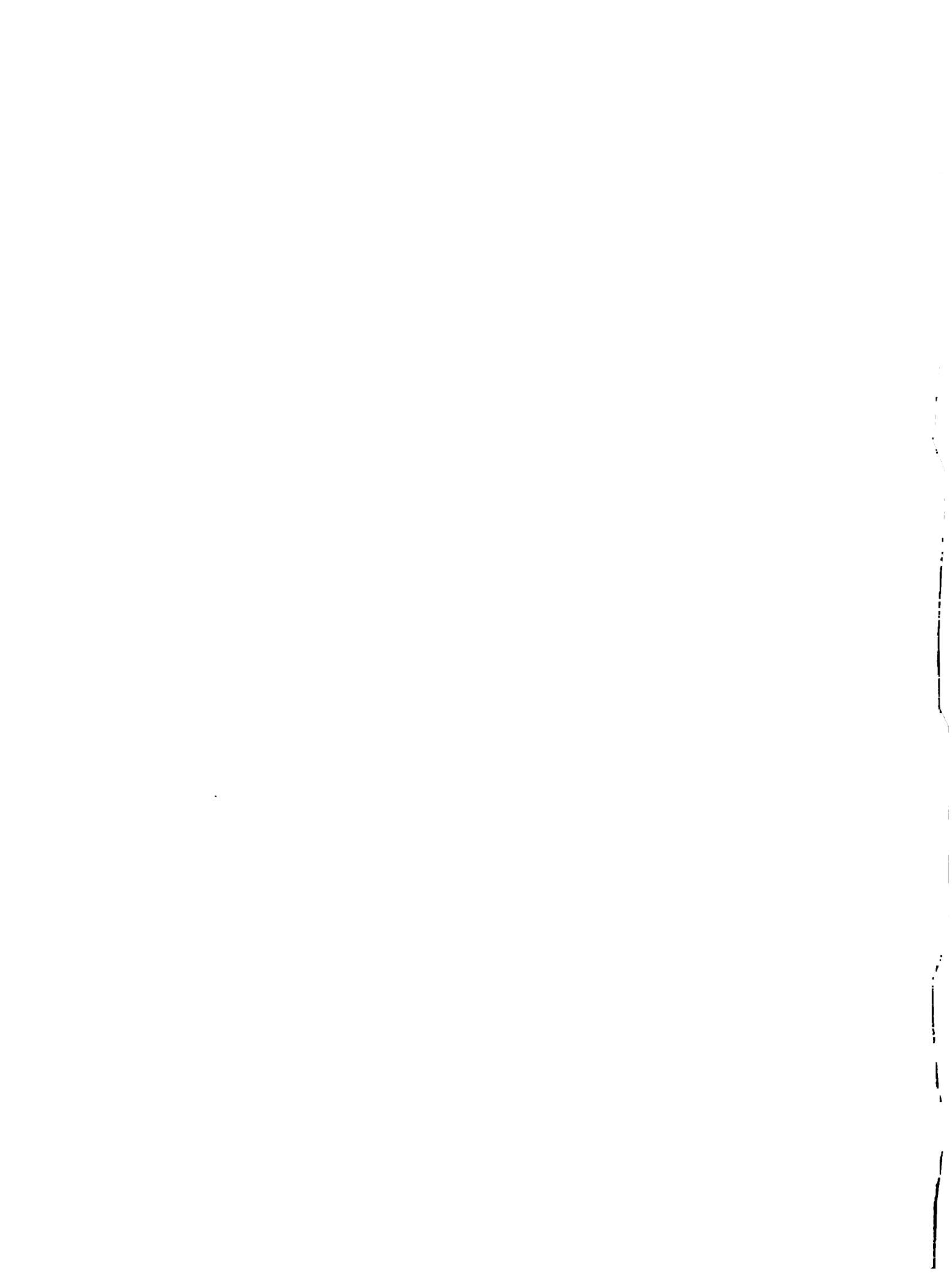


Tableau 8. Marchés par Dimension et Surface Couverte

Rangés par Dimension	Marchés	Surface totale (m ²)	Surface Couverte (m ²)	% Surface totale couverte
1	Croix-des-Bossales	15 342	-	-
2	Vallières	6 860	3 600	61 %
3	Salomon	5 408	2 420	54 %
4	Pétionville	4 652	1 453	34 %
5	Carrefour	2 000	460	23 %
6	Cité Simone	1 540	-	-
7	Nirvana	1 026	424	41 %
8	Cité Cadet	975	-	-
9	Bizoton	916	322	38 %
10	Bois Thor	734	-	-
11	St-Martin	706	267	41 %
12	5ème Avenue	650	-	-
13	Poste Marchand	581	-	-
14	Ravine Pintade	576	-	-
15	Marinette	560	-	-
16	Fort St-Clair	458	-	-
17	Trou Sable	444	-	-
18	Crepsac	368	-	-
19	Mont Horeb	362	-	-
20	Frère	231	-	-
21	Arcachon	224	-	-
22	Tête Boeuf	174	-	-
23	La Rochelle	160	-	-
Surface Totale		45 331	8 946	20 %

Note:

La surface occupée comprend le marché proprement dit et les extensions de rue. La surface d'une extension de rue a été calculée en multipliant la longueur de la rue occupée par les marchandes (en mètres) par deux mètres, la moyenne de profondeur utilisée par une marchande pour elle-même, ses aides et l'étalage de ses produits.

activités de marché ont simplement débordé les limites existantes. En ne comptant pas les marchés de rue entre le marché Vallières et la Croix-des-Bossales, presque le tiers des marchandes vendent dans les rues plutôt que dans les marchés. Pour toute la ville, il y a actuellement plus de marchandes vendant dans les rues que dans des marchés désignés (non compris les milliers de marchandes ambulantes).

6 . Les Principales Activités aux Marchés

Il a déjà été signalé qu'il y a une très grande quantité de différentes activités ayant cours à n'importe quelle heure et dans n'importe lequel des principaux marchés. Ces activités peuvent être approximativement classées en six catégories: transport, emmagasinage, fabrication, transformation, vente et achat. Ces catégories bien qu'apparemment et mutuellement exclusives, ne sont pas toujours faciles à appliquer dans la pratique. Beaucoup d'activités spécifiques peuvent être classées dans plusieurs de ces catégories et la plupart des gens de marché sont engagées dans plusieurs activités en même temps. Néanmoins, il peut être utile de donner une description rapide de quelques-unes des principales activités qui rentrent dans les catégories pré-citées car elles peuvent éclairer la multiplicité des fonctions remplies par les gens de marché.

Le Transport est la catégorie dans laquelle on trouve le plus de spécialisation. Le transport aux et entre les marchés urbains et entre le dépôt et le marché est plus régulièrement fait par des spécialistes. Les chauffeurs (chofè) de camions, camionnettes et taxis sont des professionnels. Les porteurs et les "mèt bouèt" peuvent être des travailleurs à temps partiel. Ils ont tous ceci en commun qu'ils sont payés pour les services rendus et n'ont pas de droit sur les produits.

L'Emmagasinage de produits peut avoir lieu dans des dépôts. D'une manière caractéristique, les dépôts d'emmagasinage (vente en gros) ne sont pas situés dans les marchés, sauf deux exceptions : la zone de commercialisation de Croix-des-Bossales s'étend partiellement sur la zone des principaux dépôts de la ville, et le marché de Pétionville a des structures en béton bien tenues qui font partie des murs extérieurs du marché et fournissent de l'espace pour l'emmagasinage de courte durée. Le stockage des produits étant effectué au détail dans les marchés, les détaillants en sont responsables. Ce type de stockage peut avoir lieu sous les tables utilisées pour l'étalage des produits ou sous des feuilles de plastic ou dans de petits compartiments loués près des marchés.

La Fabrication est difficile à observer dans les petits marchés mais a lieu régulièrement dans les plus grands. Les produits fabriqués à Croix-des-Bossales, par exemple, incluent presque tout ce que la

population pauvre, de la plus basse classe peut avoir besoin d'acheter: des souliers et lits jusqu'aux pots et casseroles, à l'exception de paniers, chaises en paille et nattes, qui viennent des campagnes.

La Transformation de produits peut être faite ou non dans les marchés. Tout ce qui est pratique à faire par la marchande pendant ses moments d'attente entre les ventes peut être observé. Des activités telles que la vente de noix et le triage de haricots sont parmi les activités de transformation les plus fréquemment observées.

Vente et Achat: ces activités ont été très bien décrites par Mintz (9) et Murray (11). Pour nos besoins ici, il peut être suffisant de rappeler que les ventes en gros et au détail peuvent avoir lieu en même temps et que notre nette distinction entre les deux tend fréquemment à voiler le fait qu'il n'y a pas réellement une dichotomie mais plutôt un continuum dans les quantités et les prix à la fois. Il est possible que le même produit change de mains plusieurs fois à divers niveaux intermédiaires entre la première vente en gros au dépôt et la vente finale au détail au consommateur.

En plus des activités déjà mentionnées il y a d'autres qui peuvent être moins discernables mais qui sont certainement tout aussi importantes. L'achat et l'emmagasinage impliquent souvent des fonctions de groupage alors que le transport et la vente requièrent fréquemment la division de plus grandes quantités en de plus petites (11)

La vente et l'achat peuvent reposer sur une certaine sorte d'arrangement de crédit qui, à son tour, peut être suivi du non respect des termes du crédit ou de la poursuite de ceux qui violent les arrangements.

La présente étude ne fournit aucune nouvelle information au sujet des diverses activités des marchandes. Cependant, elle nous donne quelques informations quantitatives originales concernant les marchés. Dans ce contexte, il est important de toujours garder à l'esprit que n'importe laquelle des personnes dont nous parlons peuvent exercer plusieurs activités simultanément. Une juste compréhension de l'information quantitative est acquise si le lecteur voit dans les chiffres non les milliers de femmes offrant des marchandises, mais plutôt leur participation dans une trame étonnamment complexe d'interactions et d'activités.

La spécialisation fonctionnelle prévaut dans certaines catégories d'activités, mais n'est pas générale. De même, la distribution des sexes n'est pas absolue. Le transport par véhicules motorisés est une activité masculine, mais les porteurs sont parfois des femmes. La vente de légumes est régulièrement faite par des femmes, mais des hommes le font en de rares occasions. La fabrication est ordinairement le domaine des hommes, mais il y a des articles qui sont confectionnés par des femmes, e.g. sacs en papier. Toute généralisation au sujet des rôles de sexe devrait être très spécifique en ce qui con -

concerne les produits particuliers ou les circonstances pour les tenir. Avoir à l'esprit les généralisations du Tableau 9 peut aider à visualiser la distribution de rôles par sexe dans les marchés.

7. La Multitude des Marchandes

Il n'est pas possible jusqu'ici de déterminer avec précision un indicateur relatif à l'importance de l'ensemble de l'économie des marchés. Cependant, il y a une mesure qui, à la rigueur, peut être un tel indicateur : le nombre d'intermédiaires opérant dans les marchés. Le Tableau 10 montre le nombre de marchandes dans 23 marchés (8 453) et dans leurs extensions de rue (2 830) un mercredi (7 juillet 1973). Ce total de 11 283 marchandes n'inclut pas les marchandes ambulantes ni les 4 000 à 6 000 marchandes opérant dans les extensions de rue entre Marché Vallières et Marché Croix-des-Bossales (voir Section D-9)

Il y a une telle abondance d'intermédiaires prêtes à exploiter toute possibilité prometteuse du système de marché que la présence de marchandes dans n'importe quelle position géographique de la ville indiquera très bien la demande dans cette zone. Si la demande augmente significativement dans un marché nous pouvons nous attendre à ce que le nombre de marchandes s'y ajuste le lendemain au plus tard. Ce qui ne veut pas dire que toutes les marchandes sont adroites ou qu'elles vendent une égale quantité de produits; le contraire paraît vrai. Nous sommes plutôt enclin à penser que l'existence d'une concurrence

Tableau 9. Spécialisation de Rôles par Sexe dans les Marchés

Fonction	Sexe du Participant			
	Homme	Prédominance		Femme
		Homme	Femme	
<u>Transport</u>				
par véhicule motorisé	x			
par brouette	x			
par porteur		x		
sur la tête			x	
<u>Emmagasinage</u>				
dans les dépôts		x		
au marché			x	
à domicile				x
<u>Fabrication</u>				
d'objets métalliques	x			
de meubles	x			
de souliers	x			
de vêtements		x		
de sachets, en papier et grosse toile			x	
<u>Transformation</u>				
de produits agricoles			x	
de viande	x			
de charbon			x	
<u>Vente</u>				
de produits agricoles				x
de viande (en gros)		x		
de viande (au détail)			x	
de produits importés			x	
<u>Achat</u>				
d'aliments (pour la revente)				x
d'aliments (pour la consommation)			x	
de tous autres produits			x	
<u>Administration et Police</u>				
dans les petits marchés	x			
dans les grands marchés	x			

186

187

188

189

190

191

192

193

194

195

196

197

198

199

200

201

202

203

204

205

206

207

208

209

210

Tableau 10. Nombre de Marchandes dans les Marchés et Extensions de Rue ^{1/}
(Comptage de Mercredi)

Marchés	Marché Pro - prement dit	Extensions de rue	Total
Croix-des-Bossales	5 099	614	5 713
Vallières	747	285	1 032
Salomon	650	210	860
Nirvana	471	223	694
5ème Avenue	-	516	516
Pétionville	263	89	352
Cité Simone	276	-	276
Fort St-Clair	239	9	248
Carrefour	196	-	196
Marinette	-	157	157
Poste Marchand	-	140	140
Cité Cadet	131	-	131
Trou Sable	34	92	126
Bois Thor	99	23	122
Crepsac	-	120	120
Bizoton	99	20	119
Ravine Pintade	42	59	101
St-Martin	73	20	93
Arcachon	-	79	79
Mont Horeb	-	78	78
Frère	34	12	46
Tête Boeuf	-	44	44
La Rochelle	-	40	40
Total	8 453	2 830	11 283

^{1/} Les marchandes incluent les personnes qui vendent les produits non-agricoles. Seulement, dans le cas du Marché Vallières, le pourcentage de marchandes vendant des produits non-agricoles est très fort (68%). La moyenne dans les 23 marchés pour les marchandes vendant des produits non-agricoles est de 32%. Voir Annexe 3 pour les détails des types de produits vendus.

presque parfaite parmi les marchandes tendra à égaliser les prix et les profits à travers la ville, une fois les différences d'accessibilité prises en considération.

La preuve de la capacité du système à s'ajuster rapidement aux fluctuations de la demande du consommateur est donnée par le fait que les prix ne tendent pas à s'élever en fin de semaine (alors que la demande augmente) pour la plupart des produits agricoles ^{1/}. Il arrive plutôt que la demande plus grande prévue mobilise des milliers de marchandes à temps partiel et les porte à se rendre aux dépôts, et dans les marchés où elles commencent à vendre au détail à côté des marchandes à plein temps. Des ajustements ont aussi été faits par les intermédiaires ambulantes, les "madam sara", qui tendent à planifier leurs voyages en province de telle sorte qu'elles retournent à la ville le Vendredi ou le Samedi. Donc, durant les fins de semaine, il y a une tendance vers l'augmentation de l'offre de produits agricoles aussi bien que du nombre des vendeurs de ces produits. Le Tableau 11 renseigne sur l'accroissement du nombre de marchandes dans 11 des marchés de la ville ^{2/}.

^{1/} Si l'offre ne s'accroît pas en fin de semaine, les prix augmenteront. Par exemple, étant donné que l'offre de poisson n'augmente pas significativement en fin de semaine, le prix double presque, en raison de l'accroissement de la demande. On peut se référer également à Murray-Alvarez (11) pour une discussion de la variation des prix des haricots.

^{2/} Un échantillon de 50% des marchés secondaires et de quartier indiqué au Tableau 10 est considéré comme représentatif de tous les types de marchés et de toutes les zones de la ville.

Tableau 11. Fluctuations du nombre de marchandes dans 11 marchés

Marchés	Nombre de marchandes		% d'accroissement par rapport à mercredi
	Mercredi	Samedi	
St-Martin	93	169	82 %
Tête Boeuf	44	70	59 %
Pétionville	352	552	57 %
Poste Marchand	140	214	53 %
Vallières	1 032	1 346	30 %
Mont Horeb	78	93	19 %
Nirvana	694	776	12 %
Bois Thor	122	135	11 %
Carrefour	196	205	5 %
Cité Cadet	131	134	2 %
Fort St-Clair	248	216	-13 %
Total	3 130	3 910	25 %

Selon ces données, il y a un accroissement moyen de 25% du nombre de marchandes dans les 11 marchés, le Samedi par rapport à Mercredi: Il s'agit d'une variation significative entre Marchés (augmentation de 82% à St-Martin contre -13% à Fort St-Clair). Cependant, cet échantillon est censé être représentatif de tous les marchés. Etendu aux 23 marchés présentés dans le Tableau 10, l'accroissement pour l'ensemble des marchandes, le Samedi comparé à Mercredi, est de l'ordre de 2 840. Il résulte donc que le nombre de marchandes actives dans les 23 marchés le Samedi dépasse 14 000. Ce nombre n'inclue pas les 4 000 - 6 000 marchandes qui opèrent dans les rues entre le marché Vallières et le Marché Croix-des-Bossales (voir Section D-9).

L'accroissement des activités de marché le Samedi entraîne deux conséquences notables pour les marchés: Premièrement, l'augmentation du nombre des marchandes signifie qu'il y a moins d'espace par marchande (forte densité) et deuxièmement, les marchés tendent à déborder sur les rues avoisinantes (extensions de rue). Nous traiterons la question de densité d'abord et les extensions de rue ensuite.

A première vue, la plupart des marchés de Port-au-Prince paraissent remplis au delà de leur capacité à n'importe quel jour de la semaine. Cependant, il y a entre eux d'importantes différences que cette étude essaie de mettre à jour en calculant le coefficient de densité pour chaque marché. Ce coefficient de densité est le résultat de la division de la surface totale d'un marché (les extensions d'une profondeur de 2 mètres y compris) par le nombre de marchandes qui s'y trouvent. C'est donc l'espace moyen occupé par une marchande (ma), exprimé en mètres carrés, le plus petit espace qu'une marchande occupe pour ses affaires, le plus bas coefficient et par conséquent la plus forte densité de marchandes dans ce marché. Les coefficients de densité pour les 23 marchés sont présentés dans le Tableau 12.

La variation de densité va de "très fortement dense" ($1.3 \text{ m}^2/ma$) à "très confortable" ($13.2 \text{ m}^2/ma$), ces deux chiffres étant respectivement les coefficients du marché de la 5ème Avenue et de celui de Pétionville, les deux évalués un mercredi, jour de faible activité. Le chiffre de forte densité, bien que paraissant extrême, n'est pas du tout non-typique: les marchés de Fort St-Clair, Nirvana et Croix-

Tableau 12. La Densité des Marchandes dans 23 Marchés

Densité d'ensemble	Marchés	Coefficient de Densité	
		Mercredi	Samedi
<u>Forte Densité</u>	5ème Avenue	1.3 m ² /ma	
	Fort St-Clair	1.8	2.1 m ² /ma
	Nirvana	2.0	1.8
	Croix-des-Bossales	2.7	
	Arcachon	2.8	
	Crepsac	3.1	
	Trou Sable	3.5	
	Marinette	3.6	
	Tête Boeuf	4.0	2.5
	La Rochelle	4.0	
	Frère	4.1	
	Poste Marchand	4.2	2.7
<u>Faible Densité</u>	Mont Horeb	5.0	3.9
	Cité Simone	5.6	
	Ravine Pintade	5.7	
	Bois Thor	6.0	5.4
	Salomon	6.3	
	Vallières	6.6	5.1
	Cité Cadet	7.4	7.3
	St-Martin	7.6	4.2
	Bizoton	7.7	
	Carrefour	10.2	9.8
	Pétionville	13.2	8.4

des-Bossales se rangent tous entre 1.8 et 2.7 m²/ma. Pour 50% des marchés, la marchande moyenne a seulement 4.2 m² pour s'asseoir et étaler sa marchandise. Néanmoins, les chiffres de faible densité méritent une explication, vu qu'ils sont très typiques.

Le marché de Carrefour avait un coefficient de densité de 10.2 le mercredi et 9.8 le samedi. La raison de ceci nous paraît évidente après inspection. Contrairement à la plupart des autres marchés, la distribution est le résultat d'un plan et le plan était généreux bien qu'il ne fût pas nécessairement bien conçu. Le problème semble être celui d'une mauvaise distribution de l'aire disponible, ce qui donne lieu à de grands espaces non utilisés.^{1/} Il peut y avoir des fluctuations saisonnières qui ont pu à un moment donné justifier un grand marché à la limite de Carrefour. Cependant, au moment de notre comptage, le lieu n'était que partiellement occupé. L'actuel marché était de dimension moyenne et de densité moyenne, occupant seulement une partie du grand marché.

Pétionville a le plus élevé des coefficients, 13.2 m²/ma, un mercredi un jour de très peu d'affaires. Mais même le samedi, avec beaucoup d'affaires en cours, la marchande moyenne a toujours à peu près 8.4 m² pour opérer. Ceci est très vraisemblablement le résultat d'un plan. Les tables du marché sont très espacées, et à l'intérieur du local principal, on ne permet pas aux marchandes de vendre si elles ne louent pas une place à l'une des tables en béton. Ceci, joint à la disponibilité d'eau courante et au nettoyage régulier par un per-

^{1/} Le coefficient de densité se trouve donc augmenté.

sonnel employé à cet effet, donne au marché une apparence d'ordre.

Deux autres marchés ont un niveau de densité qui est artificiellement maintenu bas au moyen du contrôle gouvernemental de l'espace disponible: le Marché Salomon a un coefficient de densité de $6.3 \text{ m}^2/\text{ma}$ et le Marché Vallières un coefficient de $6.6 \text{ m}^2/\text{ma}$, les deux mesurés un mercredi. Pour le dernier, le comptage fut refait un samedi et accusa un coefficient de $5.1 \text{ m}^2/\text{ma}$.

8. Marchandes dans les rues

On doit faire attention à ne pas sous-estimer l'importance des marchandes opérant dans les rues. De ces marchandes de rue, il y a trois types de base : celles opérant comme marchandes régulières dans les huit marchés de rue inclus dans cette étude ^{1/}, celles opérant comme marchandes dans les extensions de rue des marchés réguliers, et les marchandes ambulantes qui vendent leurs produits dans la rue, au marché, ou n'importe où elles peuvent trouver un acheteur, tout en évitant les percepteurs de taxe.

Le nombre total des marchandes opérant dans les rues (non compris les marchandes ambulantes non quantifiées) figure au Tableau 13.

Comme on peut le noter, seulement trois des 23 marchés n'ont pas encore débordé sur les rues avoisinantes. La raison est une simple

^{1/} Marinette, 5^{ème} Avenue, Poste Marchand, Crepsac, Arcachon, Mont Horeb, Tête Boeuf et La Rochelle.

Tableau 13. Marchandes Opérant dans les Rues pour 23 Marchés

Catégorie	Marchés	% de toutes les marchandes	Nombre de Marchandes	
Marchés sans Marchandes dans les rues	Cité Simone	0	0	
	Carrefour	0	0	
	Cité Cadet	0	0	
Marchés de rue	5ème Avenue	100	516	
	Marinette	100	157	
	Poste Marchand	100	140	
	Crepsac	100	120	
	Arcachon	100	79	
	Mont Horeb	100	78	
	Tête Boeuf	100	44	
	La Rochelle	100	40	
				<u>1 174</u>
	Marchés avec Extensions de rue	Fort St-Clair	4	10
Croix-des-Bossales		11	628	
Vallières		28	289	
Salomon		24	206	
Nirvana		32	222	
Pétionville		25	88	
Bois Thor		19	23	
Bizoton		17	20	
St-Martin		22	21	
Frère		26	12	
Trou Sable		73	92	
Ravine Pintade		58	59	
				<u>1 670</u>
Total Marchandes Opérant dans les Rues pour 23 Marchés			2 844	

question d'emplacement. Ces marchés sont situés aux abords de la ville de Port-au-Prince (Cité Simone et Carrefour) ou ailleurs où l'espace disponible dépasse la demande d'espace de marché.

A l'extrémité opposée, nous avons les huit marchés de rue qui ont pris naissance dans leurs emplacements particuliers parce que la demande pour un marché dépasse la demande pour des usages alternatifs de cet espace. Un cas à signaler est le marché de la 5ème Ave. qui est situé là où il semble réellement qu'il n'y a pas de place pour un marché. Il est coincé dans la rue parce que tous les autres espaces ont été utilisés pour les constructions. Le voisinage (Sous Dalles - 5ème Avenue - Bolosse) est devenu l'un des principaux points d'arrêts de la ville pour les personnes nouvellement arrivées, venant de la péninsule méridionale. Qu'il y ait ou non de l'espace, un marché très actif s'y est développé.

Les 12 marchés restants ont des extensions de rue. Du nombre total de marchandes, le pourcentage opérant dans les rues varie de 4% à Fort St-Clair à 73% à Trou Sable. La moyenne pour ces 12 marchés est 18%.

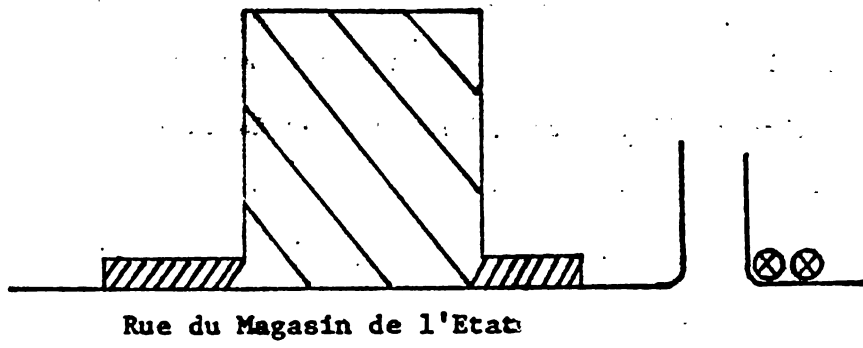
Le nombre de marchandes opérant dans les marchés de rue ou extensions de rue pour les 23 marchés s'élève à 2 844, soit 25% des 11 283 marchandes comptées dans cette étude.

Les Cartes 7, 8 et 9 montrent trois situations typiques de marché avec divers degrés d'activité de marchandes dans les rues. La Carte 7 montre le Marché Fort St-Clair qui est bien contenu dans le carré du marché avec seulement 4% de ses 248 marchandes installées dans les rues. Ravine Pintade (Carte 8) présente un cas intermédiaire avec 58% de ses 101 marchandes opérant dans la rue. Le Marché de 5^{ème} Avenue (Carte 9) est strictement un marché de rue. Les marchandes ont créé comme un "fait accompli", un marché dans les rues et l'ont étendu en réponse à l'accroissement de la population de la zone.

En comparant le Tableau 11 au Tableau 13, on peut noter que les trois marchés qui ont le plus faible accroissement du nombre de marchandes entre le mercredi et le samedi sont les mêmes marchés avec le plus faible pourcentage d'extensions de rue (Fort St-Clair) ou sans extensions de rue (Carrefour et Cité Cadet).

Si nous comparons les fluctuations du nombre de marchandes du mercredi au samedi, entre les principaux marchés et leurs extensions (Tableau 14) nous verrons que l'accroissement du pourcentage dans les extensions du marché est le double (46%) de l'accroissement du pourcentage dans le local du Marché Vallières et 11 fois plus élevé (290%) à St-Martin.

Carte 7. Marché Fort St-Clair



terrain vacant
utilisé pour marché

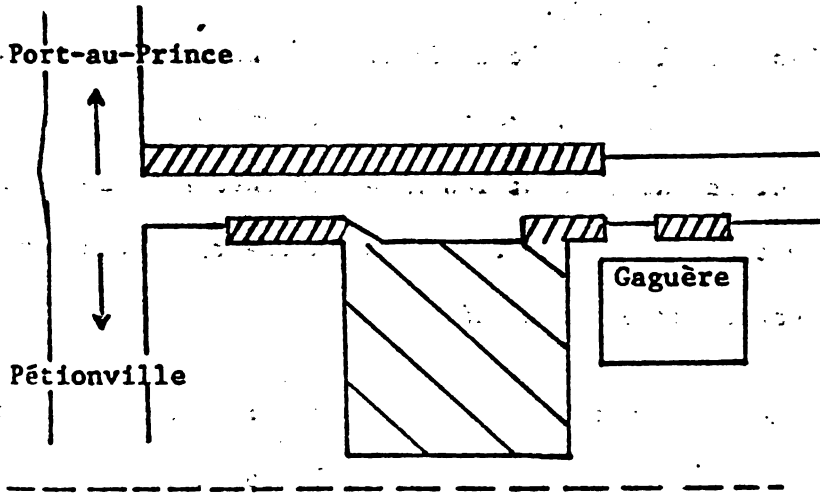


Marchandes ambulantes



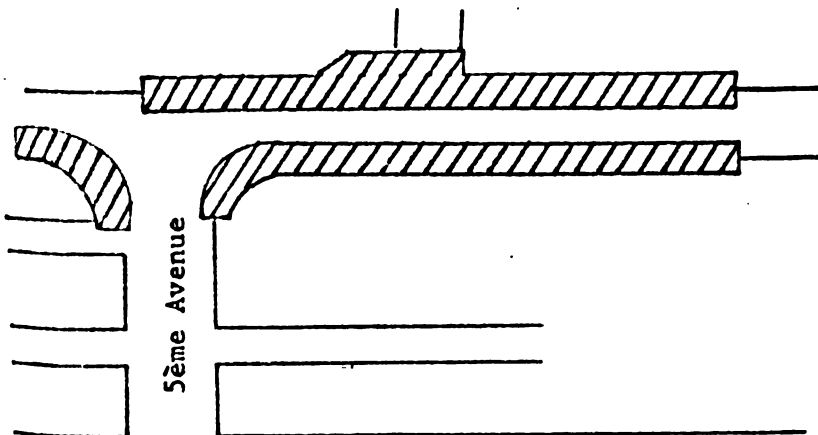
Extensions de rue

Carte 8. Marché Ravine Pintade



Note: Nous considérons comme extensions de rue de marchés la présence de marchandes vendant leurs produits dans les rues à côté d'un marché. Une extension a ses limites là où une distance de plus de dix mètres sépare la dernière marchande dans l'extension de rue de la prochaine marchande. Les marchandes ambulantes dans ou à côté des extensions de rue n'étaient pas incluses dans ce relevé.

Carte 9. Marché 5ème Avenue



Route de Carrefour

Martissant

Tableau 14. Comparaison des fluctuations du nombre de marchandises entre le carré de marché et les extensions de rue de deux marchés

Marchés	Nombre de marchandises		Pourcentage d'accroissement
	Mercredi	Samedi	
Vallières :			
marché	747	929	24
extensions	285	417	46
St-Martin :			
marché	73	91	25
extensions	20	78	290

Ce que toutes ces données semblent montrer est que, quand les marchés sont bien planifiés, ou au moins bien situés, l'espace disponible sera occupé d'abord et après les activités de marché s'étendront dans les rues et utiliseront l'espace nécessaire pour répondre aux demandes pour l'échange de biens. Quand les marchés sont très mal planifiés (mal situés) les facilités ne seront pas utilisées au maximum (les gens n'iront pas là simplement pour utiliser le local ou l'espace). Quand il n'existe pas de place pour un marché dans les zones où il existe une demande pour de tels services, les marchés surgiront d'eux-mêmes. En raison de l'importance de l'accessibilité, ces conglomérations spontanées d'acheteurs et de vendeurs se développeront ordinairement dans les rues de la ville.

Les marchés ne sont pas définis par des espaces ouverts ou par quatre murs et un toit. A mesure que Port-au-Prince continue à s'accroître, les marchés et les extensions de rue deviendront plus importants (en

termes de surface et de nombre de marchandes), rendant alors le contrôle de qualité d'un produit, la standardisation, l'hygiène et la taxation beaucoup plus difficiles.

9. La Zone de Marché du Bas de la Ville

Le plus grand marché de Port-au-Prince n'a encore été présenté sur aucune carte ou discuté dans ce rapport. Il ne répond à aucune définition de marché et n'a reçu qu'une faible attention dans les publications du gouvernement. La zone de référence est ce marché de rue situé approximativement, entre la Croix-des-Bossales et le Marché Vallières.

Nous traitons cette zone de marché comme une entité séparée pour des raisons purement pratiques. Le considérer comme un marché à l'instar des 23 autres est impossible; il n'a pas de limites définies et il borde deux marchés. Au lieu de penser à un marché, nous devrions le considérer plutôt comme une gigantesque extension de rue des deux plus grands marchés. Cependant, ce ne serait pas lui faire justice, non plus, en raison d'une différence importante: dans les extensions de rue, les marchandes occupent les rues parce qu'il n'y a pas d'espace suffisant pour elles dans les marchés. Ceci n'est pas vrai pour une grande partie de la zone de marché du bas de la ville. Sa qualité spéciale est qu'il déborde sur la zone de dépôts. Les marchandes sont là parce qu'elles veulent rester près des dépôts. Beaucoup d'entre elles refuse de vendre ailleurs mais juste en face du dépôt qu'elles fréquentent.

Encore une comparaison entre les Cartes 2 et 10 montre que l'imbrication de dépôts et de marchandes dans les rues n'est nullement parfaite.

Nous trouvons de grandes concentrations de marchandes beaucoup plus loin au sud et à l'est que nous ne trouvons de dépôts. Elles s'établissent le long du Boulevard Jn-Jacques Dessalines aussi bien que le long de la Rue des Fronts Forts et de la Rue Traversière, même aussi loin que la Rue Bonne Foi. En d'autres termes, nous trouvons des marchandes à travers tout le principal quartier commercial du bas de Port-au-Prince.

Il y a, alors au moins, trois types de marchandes opérant dans cette zone de marché du bas de la ville :

- Premièrement, celles qui forment le chevauchement des deux plus grands marchés. Pour elles, la zone est un réseau d'extensions de rue.
- Deuxièmement, il y a les femmes qui travaillent dans le proche voisinage des dépôts et en échange continuels avec ces dépôts.
- Finalement, il y a celles qui approvisionnent les clients du quartier commercial central. Parmi elles, nous trouvons beaucoup qui, de facto, opèrent comme vendeuses pour les magasins de la zone, étendant l'aire d'action du propriétaire du magasin loin dans les rues. Elles reçoivent leur stock de textiles ou de casseroles ou de brosses, à crédit du maître du magasin. Dans l'après-midi, elles retournent le stock invendu et l'argent au propriétaire du magasin.

Très peu de marchandes de ce type, qui représentent un fort pourcentage du total, vendent des produits agricoles.

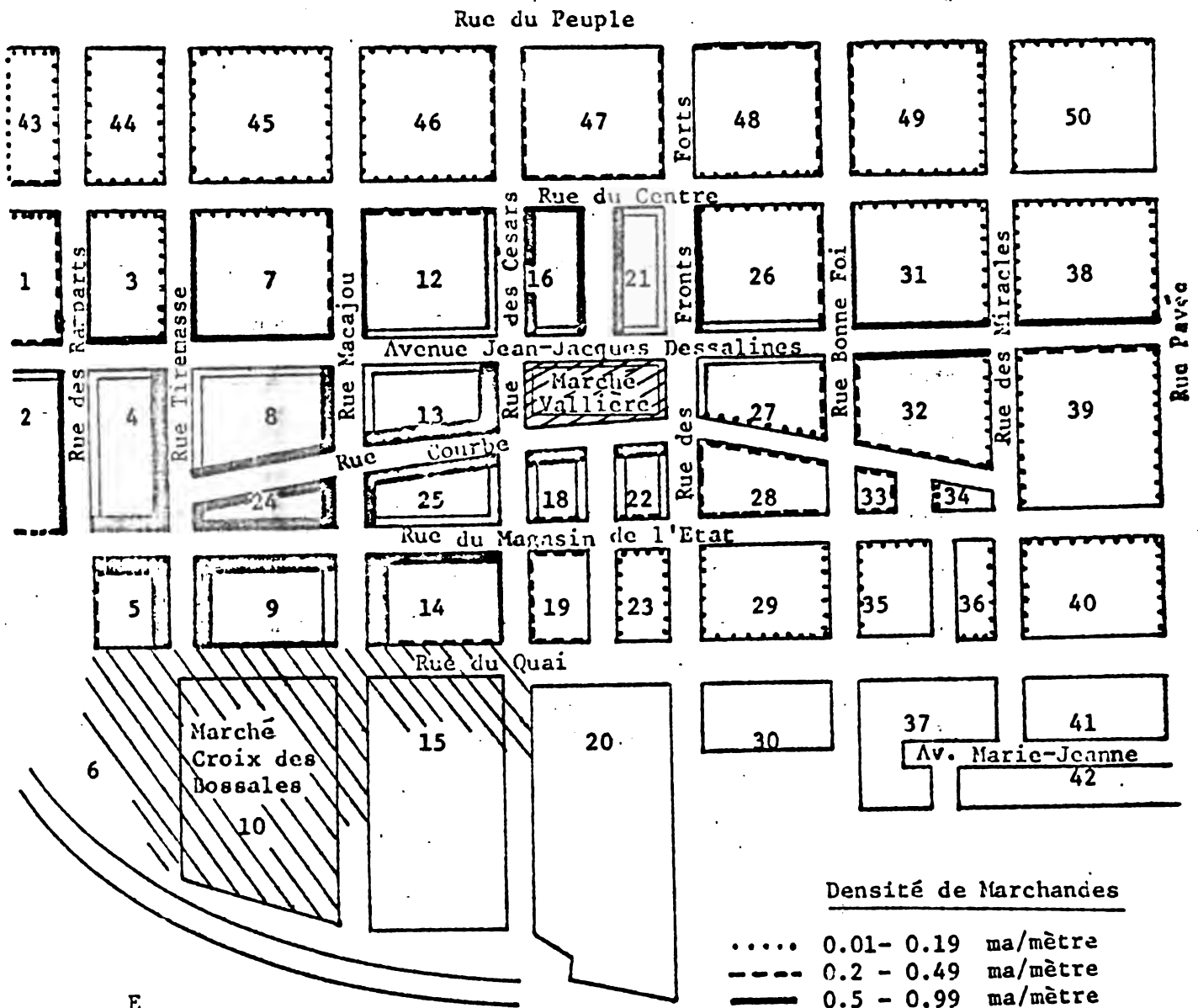
En plus des marchandes il y a plusieurs types d'artisans et de réparateurs qui établissent leurs tables, chaises, machines à coudre, cabinets d'exposition et étagères, etc., aux mêmes endroits chaque jour. Il y a beaucoup d'atours qui préfèrent être mobiles, marchant et essayant de vendre leurs produits et habilités. Comme beaucoup de marchandes, les artisans se groupent souvent suivant leurs spécialités.

Cette zone est l'une des plus impressionnantes de tous les marchés. En ne comptant pas les milliers de marchandes ambulantes, on a identifié un mercredi près de 4 212 marchandes. Donc, en termes de nombre, ce marché vient après le marché de Croix-des-Bossales seulement. La Carte 10 montre la distribution des marchandes dans cette zone.

Les chiffres de densité de la Carte 10 ont été calculés en marchande par mètre ^{1/}. Là où il y a plus d'une marchande par mètre, nous pouvons supposer qu'elles se tiennent debout ou s'asseyent sur plusieurs rangs. Nous avons trouvé, dans certaines rues, jusqu'à cinq rangées de vendeurs de chaque côté, les obstruant à un point tel que le passage de véhicules motorisés paraît impossible.


^{1/} contrairement à m²/ma, utilisé en calculant les coefficients de densité.

Carte 10. Densité de Marchandes dans la Zone de Marché du Bas de la Ville



Densité de Marchandes

.....	0.01- 0.19	ma/mètre
----	0.2 - 0.49	ma/mètre
—	0.5 - 0.99	ma/mètre
==	1.0 - 1.99	ma/mètre
≡	2.0 - 3.99	ma/mètre
▬	4.0 - 6.5	ma/mètre

 Marché Croix-des-Bossales

 Marché Vallières

L'accroissement de la demande des consommateurs fait augmenter le nombre de marchandes de cette zone dans des proportions incroyables. Pour toute la zone, nous avons compté le samedi 6 605 marchandes, d'où une augmentation de 57% par rapport à mercredi. Les deux blocs de Rue Courbe entre le Marché Vallières et la Rue Tiremasse seulement sont passés de 523 à 1 204 (augmentation de 103%). Pour les 23 marchés ensemble nous avons estimé précédemment une augmentation de quelques 2 700 marchandes le samedi, la zone de marché du bas de la ville seulement a une augmentation de près de 2 400. Si nous combinons le nombre total de marchandes des 23 marchés avec le total pour la zone de marché du bas de la ville, nous arrivons à un grand total de 15 495 le mercredi et de 20 666 le samedi.

Si nous considérons toute la commercialisation dans le centre de Port-au-Prince (y compris Vallières, Croix-des-Bossales et la zone de marché du bas de la ville), nous arrivons à une estimation de 10 957 marchandes le mercredi et 15 092 le samedi, soit une augmentation de 4 135 (38%) par rapport à mercredi. Il devient alors évident que cette zone est beaucoup plus affectée par les fluctuations de marché, au cours de la semaine, que les 21 autres marchés de la ville. C'est là que plusieurs des parties structurales du système de commercialisation se chevauchent géographiquement; et c'est là que les changements dans ce système sont les plus ressentis.

Les implications de ce fait pour le développement futur du système de commercialisation paraissent clairement reconnaissables.

10. Observations sur les Marchés de Port-au-Prince.

La dernière section présentera quelques observations qui ont pu être faites à partir du matériel présenté dans ce document. Elle soulèvera aussi quelques questions au sujet de l'importance différentielle des marchés dans les quartiers ayant des standings socio-économiques variés.

En général, les plus grands marchés, en ce qui a trait à l'activité d'ensemble, occupent plus de place, ont un plus grand carré et plus d'extensions de rue et sont plus susceptibles d'avoir des surfaces partiellement couvertes. Ils ont aussi tendance à être situés plus près de la zone principale de dépôts en termes de distance et d'accessibilité. En plus, ils ont tendance à avoir une plus forte densité de marchandes (donc moins de place à la marchande individuelle) que les plus petits marchés, excepté dans les cas (Vallières, Salomon, Pétionville) où les contrôles gouvernementaux ont réussi à maintenir la densité à un faible niveau.

Que les marchandes vendent leur marchandise dans un marché bien délimité ou dans les rue, cela n'a pas grande importance. Il n'y a aucune raison de faire une différence entre les marchés de rue et les marchés délimités. Les marchés de rue et les extensions de rue sont créés en réponse à la demande du consommateur, même si cette demande existe seulement pour une très courte période. Il est possible de trouver un marché de quartier bien achalandé avec près

d'une centaine de marchandes un samedi dans une rue où personne n'aurait supposé qu'il y ait un marché pour le reste de la semaine.

La non-importance de la distinction entre la commercialisation qui a lieu dans un marché bien délimité et la commercialisation qui se fait dans les rues dérive d'une vue organique du système de commercialisation. Comme un organisme qui s'adapte aux changements des conditions d'environnement, le système changera, s'étendra et se rétrécira en réponse aux changements de densité de population, de croissance économique, de saison, de production agricole, de contrôles gouvernementaux, etc... La disponibilité de main-d'oeuvre abondante à bon marché et l'existence d'une concurrence presque parfaite entre les intermédiaires font que ces changements dans le système se produisent ordinairement très vite, reflétant même les moindres altérations dans les variables mentionnées. La comparaison de prix reçus par le producteur avec ceux payés par le consommateur montrera probablement que le système est même assez efficient en maintenant les prix bas. Cela est à l'avantage du consommateur et, en même temps, donne du travail à un grand nombre de gens qui, autrement, seraient sans emploi.

Des allusions fréquentes à la facilité d'adaptation du présent système de commercialisation interne n'indiquent en aucune façon la croyance que le système devrait rester comme il est, ou qu'il ne pourrait être amélioré. Cela signifie simplement que le système a

démontré son habileté à "prendre soin de lui-même" et qu'il continuera probablement à s'adapter à l'accroissement démographique. De nouveaux marchés de quartier seront formés de la même façon que Ravine Pintade et Mont Horeb, c'est-à-dire sans plan préalable. Le marché de 5ème Avenue deviendra certainement un marché secondaire, et Croix-des-Bossales s'étendra indubitablement plus loin (Il y a, à sa limite ouest, assez d'espace pour d'autres milliers de marchandes). Cependant, sans une planification et des dépenses adéquates de la part du gouvernement, l'emmagasiner, le transport, la standardisation des produits, l'hygiène, etc., continueront à être inadéquats ou inexistantes et empireront certainement avec l'accroissement de la population.

La majeure partie des produits vendus dans les marchés vont à la masse des consommateurs de la basse classe. Bien que l'initiative gouvernementale ait, dans le passé, amélioré quelques-uns des marchés, elle n'a pas changé du tout - mais a plutôt renforcé - la façon dont les marchés de Port-au-Prince expriment le status social de leurs clients. Les marchés fréquentés par la plus basse classe demeurent encombrés et mal équipés. La plupart des marchés améliorés approvisionnent les consommateurs de la classe moyenne et de la haute classe. Le Tableau 15 le montre en utilisant comme exemple les marchés de Cité Simone (basse classe), Cité Cadet (classe moyenne) et Pétionville (haute classe).

Tableau 15. La Densité de 3 Marchés et le Status Social de leurs Quartiers

Marchés	Status du Quartier	Coefficient de Densité
Cité Simone	basse classe	5.6 m ² /ma
Cité Cadet	classe moyenne	7.4 m ² /ma
Pétionville	haute classe	16.2 m ² /ma

Pétionville a le luxe d'avoir beaucoup d'espace et des installations adéquates dans au moins une partie de son marché alors que Cité Simone est encombré et n'a pas d'installations du tout. Cela signifie-t-il que le marché est beaucoup plus important pour la vie économique de Pétionville et l'approvisionnement de sa population en aliments? Le contraire est vrai, comme le montre le Tableau 16.

Tableau 16. Dimension du Marché et Dimension du Quartier dans 3 Zones

Quartier	"machâd" dans tout le marché	Habitants	Habitants par "machâd"
Cité Simone	276	6 000	21.4
Cité Cadet	131	6 214	47
Pétionville	398	35 257	89

Plus le status du quartier est haut, moins de marchandes il supporte. A Pétionville, il faut au-delà de quatre fois plus d'habitants qu'à Cité Simone pour supporter une "machâd", malgré le fait que l'habitant moyen dépense beaucoup plus d'argent en aliment. Plus

le status d'un quartier est élevé, mieux équipé et moins encombré est son marché et, paradoxalement, moins important est le marché pour le quartier. Nous voyons donc ces marchés comme une partie intégrante et une expression classique de leur milieu social, s'adaptant au pouvoir d'achat et aux habitudes d'achat de leur environnement.

La population aisée peut se permettre d'acheter au supermarché et d'envoyer des servantes acheter en ville. Elle a moins besoin du marché de quartier que la population plus pauvre. Mais il y a au moins une autre façon d'expliquer le paradoxe: la flexibilité de la "machâd". Pour vendre dans un quartier riche, il ne s'agit pas de s'asseoir et attendre que le client vienne, mais il faut plutôt aller vers le client. Alors, il arrive qu'un résident de Pétionville soit visité chez lui par des vendeurs, plusieurs fois par jour, alors que le client dans les zones pauvres doit faire lui-même le parcours. Les deux finiront par acheter presque au plus bas prix possible. Et les deux continueront à supporter un système qui paraît pré-moderne et irrationnel à première vue, pourtant qui continue à fonctionner efficacement de ses propres moyens et avec sa propre logique: un miroir du peuple qu'il alimente.

POSTFACE

Le précédent rapport était originairement destiné à être trois rapports séparés (Transport, Dépôts et Marchés), lesquels ont été préparés séparément. Cependant, vu leur nature complémentaire, ils ont été réunis en un seul rapport sur le système de commercialisation interne de Port-au-Prince. Présenté de cette façon, on peut en tirer diverses conclusions valables pour des fins de développement de la Municipalité de Port-au-Prince. Quelques-unes de ces conclusions avec les recommandations y relatives sont présentées ci-après.

1. Plus les camions sont grands, moins de passagers ils transportent. C'est parce que les plus grands camions sont spécialisés dans le transport de chargement de vétiver, sisal, coton, etc.. Ces camions traversent souvent la ville, entravant la circulation.
2. La plupart des grands camions qui arrivent à Port-au-Prince, venant de l'intérieur, se meuvent lentement à travers la ville et s'arrêtent plusieurs fois sur la route, leur destination étant la station TEXACO près de la Croix-des-Bossales. Ces camions ralentissent la circulation de la ville, particulièrement entre Carrefour et Port-au-Prince.
3. La plupart des produits agricoles arrivant à Port-au-Prince par camion, à des fins de consommation, est distribuée ou emmagasinée dans cette zone délimitée sur la Carte 2 par les blocs numéros 24, 9, 5, 4, et 8. Cette zone remplit les fonctions d'emmagasinage, de vente en masse et de transformation.

4. Les dépôts ne sont pas nécessairement situés près des marchés secondaires ou des marchés de quartier.
5. Les dépôts paraissent être les points centraux pour les marchandes, leur offrant des facilités de dortoir et des contacts sociaux en plus des facilités d'emmagasinage et d'échange économique.
6. Une étude additionnelle de la zone centrale de dépôts est nécessaire pour déterminer l'efficacité de ces dépôts et estimer les pertes des produits (particulièrement maïs et farine) emmagasinés. Il est aussi nécessaire de comprendre la signification de l'emplacement de ces dépôts et leur dépendance du Marché de Croix-des-Bossales et du Wharf.
7. Les taux d'intérêt sur les prêts aux intermédiaires sont très élevés. Des tentatives doivent être faites pour identifier les différentes sources de crédit et quantifier les taux d'intérêt.
8. Une étude additionnelle sur les "mèt dépo" et leurs relations de "pratik" est nécessaire.
9. Les marchés sont situés près des routes ou dans des zones d'accès facile à bon marché. Les zones sans accès à bon marché n'ont pas de marché. Vu que les marges de commercialisation sont si petites, les coûts élevés de transport empêcheront le développement d'un marché spontané et le succès d'un marché planifié dans ces zones.

10. Un marché secondaire réussi exigera une population de quartier de l'ordre de 25.000.
11. Les dépôts sont une expression des besoins des marchandes, les marchés sont une expression de leur entourage social (à un certain degré); les deux aspects doivent être prises en considération pour la planification du développement de Port-au-Prince.
12. La planification de marché dans le passé n'a pas optimisé l'utilisation de l'espace disponible.
13. Un accroissement non-contrôlé de la zone de marché du bas de la ville fera empirer une situation déjà grave.
14. La nécessité de considérer une décentralisation de la zone centrale de marché se fait sentir.
15. Etant donné les conditions de commercialisation existantes, le système interne de commercialisation répartit ses ressources le mieux possible. Cependant, ces ressources sont insuffisantes pour améliorer la qualité des produits ou pour écouler de plus grandes quantités plus efficacement. Toute expansion de la production entraînera probablement un accroissement des activités de commercialisation avec les aspects négatifs que cette activité accrue impliquera (plus forte densité de marchandes provoquant l'engorgement de circulation, conditions plus pauvres d'hygiène et de santé, etc..).

16. Un système interne de commercialisation des produits agricoles existe en fait. Ce système s'est développé au cours des 200 dernières années. Des tentatives pour changer le système seront vaines. Des tentatives pratiques pour améliorer le système peuvent être couronnées de succès.

Questionnaire pour Enquêtes sur Chauffeurs de Camion

Nom du Camion: Couleur: Immatriculation:

Dimension du Camion: 1 camionnette
 2 petit camion
 3 camion normal
 4 grand camion

Destination la plus éloignée:

-
1. A qui appartient ce camion?
 1 au chauffeur Combien de camions possédez-vous en plus?
 2 à quelqu'un d'autre Combien de camions possède-t-il en plus?
2. Combien de personnes ce camion peut-il transporter? personnes
3. Combien de fois voyagez-vous (aller-retour) quand le temps est beau?
 fois chaque semaine
4. Et quand le temps est mauvais?fois par semaine
 fois par mois
5. Combien de jours passez-vous à Port-au-Prince avant de retourner d'où vous venez?jours
6. Et quand vous y arrivez- combien de jours y passez-vous avant de revenir à Port-au-Prince? jours
7. Combien de personnes ont voyagé avec vous dans le dernier voyage que vous venez de faire?personnes
8. Combien de "madam sará" environ étaient parmi ces gens? "madam sara"
9. Quels sont les produits que portaient les "madam sará"?
10. Quelles sont les autres choses que vous transportiez sur votre camion?
11. Pourriez-vous me dire tous les arrêts que vous avez faits pour décharger votre camion à votre arrivée à Port-au-Prince?
- | <u>Endroit</u> | <u>Qu'avez-vous déchargé?</u> |
|----------------|-------------------------------|
| | |
| | |
| | |
12. A quels dépôts déchargez-vous le plus souvent en ville?
- | <u>Dépôt</u> | <u>Qu'y déchargez-vous?</u> |
|--------------|-----------------------------|
| | |
13. De tous les dépôts que vous avez mentionnés, quel est celui où vous déchargez le plus de produits?
14. (ENQUETEUR: NOTEZ TOUS LES ARRETS SUR LA CARTE QUI SE TROUVE AU DOS DE CE QUESTIONNAIRE)

BIBLIOGRAPHIE

1. BARTKOWIAK, C.S. Rapport au Gouvernement de la République d'Haiti sur la commercialisation des produits agricoles et l'artisanat en Haiti et l'établissement d'un centre d'études de commercialisation. Port-au-Prince, Programme des Nations Unies pour le Développement, 1967. 40 p.
2. HAITI, Institut Haitien de Statistiques. Résultats Préliminaires du recensement général de la population, du logement et de l'agriculture. Port-au-Prince, IHS, 1973. 50 p.
3. LEGERMAN, C.S. Kin groups in haitian market. Man 62 (233): 145-149. 1962.
4. MINTZ, S.W. The role of the middleman in the internal distribution system of a caribbean peasant economy. Human Organization 15 (2): 18-23. 1956.
5. _____ Internal market systems as mechanisms of social articulation. In: Ray, V.F. (Ed) Intermediate societies, social mobility and communication. Annual Spring Meeting of the American Ethnological Society, Proceedings. Seattle, University of Washington Press, 1959. 20-28 pp.
6. _____ A tentative typology of eight haitian market places. Revista de Ciencias Sociales (Porto Rico) 4 (1): 15-58. 1960.
7. _____ Standards of value and units of measure in the Fonds-des-Nègres market place, Haiti. Journal of the Royal Anthropological Institute 91 (1): 23-38. 1961.
8. _____ Pratik: haitian personal economic relationship. In: American Ethnological Society, Annual Spring Meeting, Proceeding, 1961. 54-63 pp.
9. _____ The employment of capital by market women in Haiti. In: Firth, R. and Yamey, B.S. (eds) Capital, saving and credit in peasant societies. Chicago, Aldine, 1964. 256-286 pp.
10. _____ Men, women and trade. Comparative Studies in Societies and History (U.K.) 13 (3): 247-267. 1971.
11. MURRAY, G.F. et ALVEREZ M.D. The marketing of beans in Haiti: an exploratory study. Port-au-Prince, Institut Interaméricain des Sciences Agricoles, 1973. 58 p.
12. ORGANISATION DES ETATS AMERICAINS. Haiti, integrated technical assistance mission. Washington, OEA, 1972. (3 vol).

ANNEXE II

Questionnaire pour Observation de Marchés

Nom du Marché :

Localisation:

Superficie Totale

a) local du marché: longueurm; largeurm; surfacem²

b) extensions de rues

	marchandes sur les <u>deux</u> côtés	marchandes sur <u>un</u> seul côté
1.mmarchandesmmarchandes
2.mmarchandesmmarchandes
3.mmarchandesmmarchandes
4.mmarchandesmmarchandes
5.mmarchandesmmarchandes
6.mmarchandesmmarchandes
7.mmarchandesmmarchandes
	<hr/>	<hr/>
Totalmmarchandesmmarchandes

Longueur totale de toutes extensions de rue ayant un seul côté:
.....m

Superficie couverte: longueurm; largeurm; surfacem²

Marchandes (dans les marchés; sans extensions de rue)

avec des tables: assises, sans table

ambulantes total de marchandes

Spécialités Vendues

1. 3.

2. 4.

Autres Observations:

(Tracez la carte du marché et des extensions de rue au dos de la page)

ANNEXE III

Classification des Vendeuses pour la vente des Produits

Dans la Section D, quand il est question de marchandes, le terme est utilisé dans son sens le plus large, incluant celles vendant des produits agricoles et des produits non-agricoles aussi bien que celles assises et celles ambulantes. Pour clarifier cette généralisation, huit observateurs (y compris 5 qui avaient participé à l'étude originale de marché) furent mobilisés pour visiter à nouveau les 23 marchés considérés dans cette étude et compter les marchandes vendant des produits agricoles et celles vendant des produits non-agricoles, faisant la différence entre celles qui étaient assises et celles qui étaient ambulantes. Cette étude eut lieu les mercredi 6 et jeudi 7 Mars 1974.

Les résultats de cette investigation sont consignés dans les trois tableaux suivants.

ANNEXE IV

La Localisation des Marchés et leur Distance à la Zone Principale de Dépôts

Marchés	District de Recensement	Catégorie par Distance Aérienne	Catégorie d'Accessibilité
Croix-des-Bossales	8-B	1	1
Vallières	23-A	1	1
Salomon	18-B	2	2
Nirvana	21-A	2	2
5ème Avenue	25-A	3	4
Pétionville	36-A	4	4
Cité Simone	7-B	4	3
Fort St-Clair	21-A	2	4
Carrefour	33-B	4	3
Marinette	12-A	1	4
Poste Marchand	16-B	2	3
Cité Cadet	15-B	3	2
Trou Sable	1-A	3	3
Bois Thor	29-B	4	2
Crepsac	26-B	3	4
Bizoton	29-A	4	2
Ravine Pintade	1-B	2	3
St-Martin	13-B	1	4
Arcachon	32-A	4	3
Mont Horeb	25-A	3	2
Frère	35-B	4	3
Tête Boeuf	10-A	1	2
La Rochelle	28-A	3	2

Catégories par "Distance Aérienne et Accessibilité"Distance Aérienne

1	< 1500 m
2	1500 - 3000 m
3	3000 - 4500 m
4	> 4500 m

Accessibilité (Coût du Transport)

1	0 centime (kob)
2	25 - 30 centimes
3	30 - 50 centimes
4	> 50 centimes

5 centimes = US\$0.01

Tableau 1. Nombre de Marchandes Vendant des Produits Agricoles et des Produits Non-Agricoles dans 23 Marchés (par Produit Vendu)

Marchés	Type de Produits Vendus										Total
	Essentiel- lement Agricoles	Produits Forestiers	Viande	Fruits de Mer	Marchandes Ambu - lantes avec pro- duits agricoles	Produits Non-Agricoles		Total			
						Ambulantes	Assises				
Trou Sable	60	10	3	0	0	3	25	101			
Ravine Pintade	158	6	6	2	2	10	53	237			
Vallières	456	0	24	0	13	159	881	1 533			
Nirvana	343	68	34	0	3	18	69	535			
Fort St-Clair	147	17	16	5	0	2	21	208			
Salomon	787	0	22	28	7	80	238	1 162			
Croix-des-Bossales	3 753	219	219	146	22	404	1 820	6 583			
Cité Simone	184	44	12	10	0	0	55	305			
Tête Boeuf	40	12	0	0	0	2	6	60			
Marinette	133	26	12	2	3	11	55	242			
St-Martin	179	20	17	4	0	17	27	264			
Cité Cadet	154	26	12	2	0	2	37	233			
Poste Marchand	256	41	27	6	2	18	87	437			
5ème Avenue	244	3	39	9	0	8	26	329			
Crepsac	63	6	5	0	0	0	11	85			
Mont Horeb	61	18	0	0	0	3	5	87			
La Rochelle	26	0	4	0	4	0	14	48			
Bizoton	128	6	7	2	0	2	20	165			
Bois Thor	85	0	5	0	0	2	8	100			
Arcachon	113	8	4	0	0	2	4	131			
Carrefour	222	30	16	2	2	8	41	321			
Frère	20	22	2	1	0	0	17	62			
Pétionville	306	0	29	11	5	25	133	509			
Total	7 918	582	515	230	63	776	3 653	13 737			
Z	57,7	4,2	3,7	1,7	0,5	5,6	26,6	100			

Tableau 2. Nombre et Pourcentage de Marchandes Vendant des Produits Agricoles et des Produits Non-Agricoles dans 23 Marchés

Marchés	Nombre Total de Marchandes	Marchandes avec ^{1/} Produits Agricoles	%	Marchandes avec Prod. Non-Agric.	%
Trou Sable	101	73	72,3	28	27,7
Ravine Pintade	237	174	73,4	63	26,6
Vallières	1 533	493	32,2	1 040	67,8
Nirvana	535	448	83,7	87	16,3
Fort St-Clair	208	185	88,9	23	11,1
Salomon	1 162	844	72,6	318	27,4
Croix-des-Bossales	6 583	4 359	66,2	2 224	33,8
Cité Simone	305	250	81,9	55	18,1
Tête Boeuf	60	52	86,7	8	13,3
Marinette	242	176	72,7	66	27,3
St-Martin	264	220	87,1	44	12,9
Cité Cadet	233	194	83,3	39	16,7
Poste Marchand	437	332	75,9	105	24,1
5ème Avenue	329	295	89,7	34	10,3
Crepsac	85	74	87,1	11	12,9
Mont Moreb	87	79	90,8	8	9,2
La Pochelle	48	34	70,8	14	29,2
Bizoton	165	143	86,7	22	13,3
Bois Thor	100	90	90,0	10	10,0
Arcachon	131	125	95,4	6	4,6
Carrefour	321	272	84,7	49	15,3
Frère	62	45	73,0	17	27,0
Pétionville	571	396	69,0	175	31,0
Total	13 737	9 308	67,8	4 429	32,2

^{1/} voir l'anglais version

Tableau 3. Nombre et Pourcentage de Marchandes Assises et Ambulantes dans 23 Marchés

Marchés	Nombre Total de Marchandes	Marchandes Assises	%	Marchandes Ambulantes	%
Trou Sable	101	98	97,03	3	2,97
Devine Pintade	237	225	94,94	12	5,06
Mailières	1 533	1 361	88,78	172	11,22
Arvana	535	514	96,07	21	3,93
Fort St-Clair	208	206	99,04	2	0,96
Salomon	1 162	1 075	92,51	87	7,49
Croix-des-Bossales	6 583	6 157	93,53	426	6,47
Cité Simone	305	305	100,0	0	0,00
Tête Boeuf	60	58	96,67	2	3,33
Marinette	242	228	94,21	14	5,79
St-Martin	264	247	93,56	17	6,44
Cité Cadet	233	231	99,14	2	0,86
Poste Marchand	437	417	95,42	20	4,58
5ème Avenue	329	321	97,3	8	2,7
Crepsac	85	85	100,0	0	0,0
Mont Horeb	87	84	96,55	3	3,45
La Rochelle	48	44	91,67	4	8,33
Bizoton	165	163	98,79	2	1,21
Bois Thor	100	98	98,0	2	2,0
Arcachon	131	129	98,47	2	1,53
Carrefour	321	311	96,88	10	3,12
Frère	62	62	100,0	0	0,0
Pétionville	509	479	94,1	30	5,9
Total	13 737	12 898	93,9	839	6,1

Comme le montre le Tableau 1, 58,2% (57,7 + 0,5) des marchandes vendent des produits agricoles (grains, fruits légumes, etc..) alors que 4,2% vendent des produits forestiers (charbon, "pois pin", petits bois secs), 3,7% vendent de la viande ou des produits frais de charcuterie et 1,7% vendent des poissons, principalement des poissons séchés. Si nous incluons toutes ces dernières catégories dans la rubrique "produits agricoles", nous trouvons en tout 9 308 marchandes (67,8% du total) vendant ce genre de produits (Tableau 2). Les produits non-agricoles comprennent les conserves en boîtes, les articles en métal et en matière plastique, les souliers, les boutons, les malles, le savon, les chandelles et autres quincailleries. Des 4 429 marchandes qui vendaient des produits non-agricoles 26,6% étaient stationnaires et 5,6% étaient ambulantes.

Le fait que le comptage ait eu lieu pendant deux jours pourraient nous conduire à un double comptage, cependant, vu que le total des marchandes ambulantes était seulement de 6,1% (0,5 + 5,6), la marge de comptage double ne peut pas être très grande.

On devrait souligner que bien que l'étude ait eu lieu le même jour de la semaine que le 1er comptage de marchandes reporté dans la Section D, le total de marchandes pour le comptage des 6 et 7 Mars (13 737) dépasse de 21% (2 454) le total du comptage des 11 et 12 Juillet (11 283). Ceci est apparemment le résultat d'un accroissement du volume des produits agricoles sur le marché dû aux fluctuations saisonnières (élevé Octobre-Mars, bas Avril-Septembre).





