

---

## Actes de la deuxième conférence internationale sur la Francophonie économique

*L'ENTREPRENEURIAT ET L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES  
ET DES FEMMES EN AFRIQUE FRANCOPHONE*

Université Mohammed V de Rabat, 2-4 mars 2020

---

### LA CONSTRUCTION DES NOUVELLES PLATEFORMES DE COMMERCE DE PROXIMITÉ À CASABLANCA ET INSERTION DES MARCHANDS AMBULANTS : LE CAS DE SIDI BERNOUSSI

**Mohamed LAGRARI**

*Doctorant en sciences économiques à l'Université Mohamed V  
Souissi-Rabat  
[lagrari.mohamed@gmail.com](mailto:lagrari.mohamed@gmail.com)*

**Mounir ZOUTEN**

*Professeur d'Enseignement Supérieur à l'Université Mohamed V  
Souissi-Rabat  
[mounirzouten@gmail.com](mailto:mounirzouten@gmail.com)*

**RÉSUMÉ** – La recrudescence du nombre des marchands ambulants dans les espaces publics marocains après les émeutes de 2011 a soulevé un vrai défi pour la politique publique. En effet, l'ampleur du phénomène et la sensibilité du contexte a rendu désuète les actions d'éviction généralement retenues auparavant. Dans ces circonstances, les autorités publiques de la préfecture Sidi Bernoussi-Zenata à Casablanca, ont mis en œuvre, à partir de 2015, une nouvelle démarche de sédentarisation visant à inclure les commerçants dans des marchés appelés « plateforme de commerce de proximité ». L'objectif étant de libérer les espaces occupés, rétablir l'ordre mais également réussir l'insertion socioéconomique des marchands. Cependant, quelques mois après la généralisation de l'expérience, plusieurs cas de résistances sont reportés. Ainsi, sur la base de la méthodologie de l'étude de cas, ce travail essaye d'analyser l'apport de la nouvelle stratégie de sédentarisation dans la préfecture sidi Bernoussi en matière de l'insertion des vendeurs de rue. Par ailleurs, les résultats trouvés montrent que la stratégie de sédentarisation a eu des répercussions faibles sur l'insertion des marchands et les a conduits, plutôt, à développer de nouvelles tactiques de résistance.

**Mots clefs** : marchands ambulants, sédentarisation, résistance et régulation,

## Introduction

Après plusieurs années de leurs indépendances, une grande partie des pays africains demeurent confrontés à la prééminence du chômage, des inégalités, de l'exclusion et de la pauvreté. Selon **Beegle (2016)**, 40% de la population africaine reste dans l'extrême pauvreté. Les séquelles de la colonisation, l'évolution démographique et urbaine, la dissémination de la corruption, la mauvaise gouvernance sont parmi les facteurs traditionnellement avancés pour justifier l'état actuel du continent. Face à cette situation de manque d'opportunités et de vulnérabilité, une large couche de la population défavorisée choisit de se livrer aux activités

informelles pour subvenir à leurs besoins et à ceux de leurs proches. Pour cette population, l'emploi informel devient un filet de sécurité et une source d'insertion sociale et professionnelle. Selon **Vanek et al., (2014)**, l'emploi informel représente plus de la moitié des emplois non agricoles dans la plupart des pays en développement et plus de 66% en Afrique subsaharienne. Au sein de ces activités informelles, le commerce de rue constitue la forme la plus visible et la plus prépondérante (**Crossa, 2009 ; Bromley ; 2001, Cross, 1998**).

Le Maroc n'échappe pas à cette réalité, le commerce de rue qui représente l'ensemble des pratiques non déclarées et non enregistrées de vente dans les espaces publics ou dans les espaces ouverts aux publics selon **Monnet (2006)**, occupe une place importante dans le paysage urbain marocain. Selon une étude du Haut Commissariat au Plan (HCP) en 2008, le Maroc comprend 238 000 marchands ambulants qui squattent les rues, occupent les chaussées, les parkings, les trottoirs et les squares. Néanmoins, ce nombre sera multiplié lors des émeutes sociopolitiques qui ont frappé de plein fouet la région nord-africaine en 2011. À cette époque, la méfiance des autorités vis-à-vis l'évolution des événements a encouragé l'appropriation de l'espace public par les marchands ambulants. Partout dans le Maroc, et plus particulièrement dans la métropole économique, Casablanca, les images des marchands qui occupaient les chaussées et obstruaient la circulation, des ordures délaissées la nuit, des bruits sonores générés deviennent très agaçantes. Face à l'accentuation du phénomène, les autorités publiques de la préfecture Sidi Bernoussi-Zenata à Casablanca, conscientes qu'il est devenu très difficile de mener les actions d'éviction généralement retenues auparavant, mettent en œuvre une nouvelle démarche visant à procurer aux marchands ambulants une alternative à leur appropriation de l'espace public. Il s'agissait, en effet, de construire des marchés appelés « plateforme de commerce de proximité (PCP) », dans la zone Al firdaous pour accueillir les marchands ambulants. L'objectif étant d'améliorer les conditions de travail des vendeurs en leur permettant de profiter des emplacements adéquats pour le commerce, des infrastructures de base, de la sécurité, mais également de consolider leur insertion sociale et professionnelle par la revalorisation de leur image sociale. Parallèlement, la construction de telles plateformes permettra de libérer l'espace public et de remédier à l'anarchie précédemment constatée. L'expérience Sidi Bernoussi devient à partir de 2016 la base d'une stratégie nationale pour la sédentarisation et l'insertion des marchands ambulants. Cependant, quelques mois après la généralisation de l'expérience et la construction de plusieurs marchés de proximité à l'échelle nationale, plusieurs cas de résistance commencent à être reportés. Dans les PCP de Sidi Bernoussi des désertions, des refus de paiements des contributions financières, voire des refus de sédentarisation ont commencé à être notés. La nouvelle expérience destinée à assurer une meilleure insertion des marchands ambulants tout en organisant l'espace public commence à susciter plusieurs interrogations en matière de soutenabilité. À cet effet, la communication suivante vise à discuter, sur la base d'une étude de cas pratique et des entretiens avec les marchands de la zone Sidi Bernoussi à Casablanca, la contribution de la nouvelle politique de sédentarisation des marchands dans l'insertion et l'amélioration des conditions de vie de cette population.

La communication est organisée en trois parties, la première sera consacrée à une mise en évidence de la situation du commerce de rue au Maroc, particulièrement dans la ville de Casablanca. La deuxième partie sera réservée à la discussion des expériences de régulation de l'activité des marchands ambulants, notamment la politique de sédentarisation opérée dans la préfecture de Sidi Bernoussi et enfin, nous analyserons la contribution de cette politique dans l'insertion des marchands ambulants de la zone.

## **1. Le commerce de rue dans la ville de Casablanca : ampleur et caractéristiques**

Fortement intégré dans la culture marocaine, le commerce de rue constitue une composante essentielle du tissu urbain marocain. Au cours des dernières années, le phénomène n'a cessé de prendre de l'ampleur spécifiquement dans la métropole économique, Casablanca.

### **1.1. Le commerce de rue : la partie émergée de l'iceberg de l'économie informelle**

Le commerce de rue constitue la partie la plus visible du secteur informel au Maroc et occupe une place importante dans les activités économiques du pays. Cette importance peut être appréhendée indirectement à travers les conclusions des études ciblant la mesure du poids de l'économie informelle d'une manière générale, ou encore, par les enquêtes qui touchent spécifiquement l'activité des marchands ambulants. À cet effet, la dernière enquête sur le secteur informel menée par le HCP en 2014 montre qu'au Maroc, le secteur informel se situe à hauteur de 11,5% du PIB contre 11% en 2007. L'étude note qu'en 2013 les unités de production informelles (UPI) à l'échelle nationale étaient au nombre de 1,68 million, en progression annuelle moyenne de 19 000 unités par rapport à 2007 où leur nombre était de 1,55 million. En outre, l'étude ajoute que la sphère informelle est d'abord celle du petit commerce qui représente près de 70% du chiffre d'affaires total, suivi des activités de l'industrie (13,1%), des services (9%) et du BTP (8,1%).

Quant à l'activité spécifique, des marchands ambulants, les statistiques du HCP de 2008, énoncent que le Maroc compte 238 000 vendeurs de rue. 91% de ces vendeurs se situent dans le milieu urbain, 73% d'entre eux vendent des vêtements, des légumes et des fruits qui sont destinés principalement à la classe moyenne et à la classe défavorisée. De même, la plus grande partie de cette catégorie de population est constituée des hommes âgés de 41 ans et dont 60% exercent le commerce de rue d'une manière stable.

Au niveau géographique, la métropole économique, Casablanca, reste la région la plus concernée par l'expansion des activités informelles. L'enquête sur les marchands ambulants du HCP note que la ville compte plus de 128.572 marchands, soit plus de la moitié des marchands recensés à l'échelle nationale.

L'importance du poids du commerce de rue et des activités informelles en général, est expliquée par plusieurs facteurs interconnectés. Nous citons, par exemple, l'évolution démographique qu'a connue le Maroc et qui a été favorable à l'accroissement de la population active, le retard de l'industrialisation de l'économie marocaine, l'augmentation du rythme de l'urbanisation avec l'intensification de l'immigration rurale, l'amplification des échanges internationaux, l'immigration subsaharienne, la présence d'importants réseaux de contrebande, la crise économique dans les pays européens qui a poussé les Marocains résidents à l'étranger à se livrer à des activités de commerce informel dans le territoire marocain. Toutefois, si l'ensemble de ces facteurs ont pris part dans l'évolution de l'économie informelle au Maroc, les émeutes qui ont frappé la région nord-africaine à partir de 2011 ont été responsables d'une expansion spectaculaire du secteur informel et plus particulièrement du commerce de rue dans les dernières années. En effet, les vendeurs de rue ont exploité l'incertitude sécuritaire et la méfiance des autorités publiques, pour envahir les centre-villes, les rues et les chaussées et les boulevards les plus importants des villes marocaines, à tel point que certaines artères comme le boulevard Mohammed VI, le prince Moulay Abdellah et la rue Afghanistan à Hay Hassani à Casablanca se sont transformés en un grand marché à ciel ouvert. Cette occupation de l'espace public a entraîné de lourdes conséquences en matière de

congestion, d'obstruction de la circulation des véhicules, de la pollution, de la prolifération de la criminalité et des harcèlements, de la concurrence déloyale pour les magasins formels. Bref, la situation correspondait dans cette période à ce que **Rajagopal (2002)** a qualifié du chaos de l'espace métropolitain devenu hors contrôle.

Dans ces circonstances, l'action publique se trouve dans un grand embarras puisque les mesures classiques d'éviction et de coercition sont devenues très difficiles à mettre en œuvre dans un contexte d'incertitude politique.

## **1.2. Les marchands ambulants de Sidi Bernoussi : des pratiques hétérogènes**

Grâce à sa zone industrielle, la préfecture de Sidi Bernoussi-Zenata représente la zone géographique la plus créatrice de richesse dans la région du grand Casablanca et conséquemment constitue une zone très attractive pour les vendeurs de rue. La zone industrielle de la préfecture abrite 700 unités industrielles, dont 10% des plus importantes du pays. À partir de 2011, l'arrondissement Sidi Bernoussi a vu le nombre de ses marchands de rue grandir d'une manière spectaculaire. Selon les chiffres accordés par la division des affaires sociales de la préfecture, 43 points noirs de rassemblement comprenant plus de 4000 commerçants de rue ont été identifiés en 2015. Les plus importants étaient la rue 39 appelée « l'Oued Lekibr » et la rue 28 « L'Oued Seghir ». Les marchands dans ces sites commercialisent des articles différents : des fruits et légumes, des articles en plastique, des produits vestimentaires, etc. En matière d'appropriation de l'espace, plusieurs profils de marchands peuvent être distingués dans la zone :

- **Les marchands ambulants fixes avec des installations en zinc, plastique ou en bois** : ces marchands occupent souvent un emplacement en permanence, travaillent le jour et délaissent leurs marchandises la nuit, soit dans leurs kiosques informels ou les stockent dans un endroit à proximité. Une grande partie des marchands qui occupaient les rues 28 et 39 appartenaient à cette catégorie de marchands.

- **Les marchands ambulants fixes sans installations ou « les ferrachas »** : ces marchands peuvent avoir des charrettes ou non, occupent souvent un emplacement fixe où ils étalent leurs marchandises en permanence. La faible quantité de leurs marchandises ne demande pas souvent des installations et choisissent souvent d'étaler leurs articles dans les axes périphériques ou dans les interstices caractérisés par une forte affluence des clients. L'entrée de la « Joutaya » de Sidi Bernoussi et de la mosquée Tarik représente des endroits très convoités pour ces marchands.

- **les marchands semi-fixes**: ces marchands disposent souvent des charrettes exploitées dans le déplacement. Ces marchands ont généralement un trajet fixe ou fréquent. Par exemple, les vendeurs de légumes et fruits dans la zone avaient l'habitude de squatter, avec leur charrette tirée par la main ou par des animaux, les ruelles à côté de la mosquée Tarik le matin, néanmoins vers la prière « d'addohar », l'après-midi, ils s'entassaient devant la mosquée pour vendre leurs produits. Le soir, ils se fixent dans les rues 28 et 39.

- **les marchands mobiles avec un moyen de locomotion** : ce type de marchands sont souvent en mobilité continue à la recherche de la clientèle. Ils peuvent disposer d'un moyen à locomotion motorisé, généralement des triporteurs, ou tiré par un animal. Ces vendeurs sont en mobilité continue à la recherche de la clientèle et n'ont pas souvent un trajet fixe.

- **Les itinérants ou les colporteurs** : sont des vendeurs généralement sans charrette et en mobilité permanente. Ils vendent des petites quantités d'articles souvent des vêtements ou des accessoires. Ces marchands squattent généralement les espaces ouverts au public, en l'occurrence les cafés, les jardins et les parkings.

Les marchands ambulants peuvent être également distingués par rapport à la relation qui les lie avec le capital de l'investissement. Ainsi nous pouvons distinguer des marchands ambulants propriétaires de leurs activités et des marchands ambulants salariés qui travaillent pour le compte d'autres personnes. Selon l'enquête nationale sur le secteur informel, le taux de salariat dans le secteur d'activité « commerce et réparation » est de l'ordre de 10,3%. Parfois, les propriétaires de l'activité sont des boutiques ou des entreprises formelles. **Monnet (2006)** note que l'activité de « l'ambulantage » constitue une pratique complexe où la formalité et l'informalité s'imbriquent et conséquemment rendent plus compliqué l'effort de la régulation publique.

## **2. La régulation du commerce : de la logique de l'éviction à l'insertion dans les plateformes de proximité**

Comme dans plusieurs pays où le phénomène de l'appropriation informelle de l'espace public est important, le Maroc a opté pour des politiques d'ambivalence en matière de régulation du commerce de rue (**Xue et Huang, 2015**) en alternant des périodes de répression et d'évacuation avec des périodes de tolérance justifiées par des calculs des coûts sociaux. Certes, certaines actions ont essayé de sortir de ce schéma, mais en général ils ont échoué. Ainsi, il faut attendre, la mise au point de l'expérience de la sédentarisation dans l'arrondissement Sidi Bernoussi et sa généralisation au niveau national pour parler d'un véritable changement de politique de régulation du commerce de rue au Maroc.

### **2.1. La régulation du commerce de rue, de la logique de l'éviction à la logique de la sédentarisation**

Pour longtemps, la régulation du commerce de rue dans l'espace urbain marocain était essentiellement basée sur des actions d'ambivalence temporelle et spatiale. En effet, selon la logique de l'ambivalence temporelle, les autorités réprimaient les activités dans certaines périodes pour ensuite les toléraient dans d'autres périodes. Quant à l'ambivalence spatiale, elle consiste à l'interdiction des marchands ambulants dans certaines zones géographiques jugées très sensibles pour l'autorité et leur tolérance dans d'autres zones. Ainsi, avant 2011, la régulation du commerce de rue dans la ville de Casablanca et d'ailleurs, partout dans le Maroc, reposait spécifiquement sur des actions de répression et de coercition (**Messaoudi, 2016**). Ces actions sont de temps en temps marquées par des périodes de tolérance surtout dans les périodes de fêtes religieuses comme « L'Aïd al-Adha », « Aïd el-Fitr », « Achoura » et pendant le mois sacré du Ramadan. L'ambivalence spatiale se manifeste pareillement par l'interdiction stricte des rassemblements des commerçants ambulants dans certains endroits comme dans le boulevard de Prince Moulay Abdellah, le quartier El Hobouss, dans le centre-ville et la place Mohamed V à Casablanca. À côté de cette interdiction, les autorités tolèrent l'activité dans d'autres zones comme à Derb Omar et à « Garage Allal ».

À noter également que, si à l'échelle nationale, les politiques d'éviction et de restriction constituaient l'essentiel de la politique de régulation des marchands ambulants, certaines expériences ont essayé de trouver une alternative à ces politiques répressives. Dans ce cadre nous citons par exemple, l'expérience du « Souk Namoudaji » (le marché exemplaire)

entamée à partir de 2004 par le ministère de l'Industrie et du Commerce. L'expérience a consisté à construire des marchés pour abriter les commerçants ambulants et donc leur fournir une alternative de l'occupation de l'espace public. À l'échelle nationale, 114 « souks Namoudaji » d'une capacité de 130 000 magasins ont été créés avec un budget de 105 MDH. À Casablanca, plus de 30 souks ont été créés. L'expérience s'est rapidement tournée en échec. Une grande partie des magasins construits dans ces souks ont été attribués à des bénéficiaires qui n'ont aucune relation avec le commerce de rue. Du surcroît, quelques mois après la réception des magasins, les bénéficiaires se sont lancés dans une grande opération de spéculation de leurs droits de jouissance revendus à des sommes allant de 20000 à 80000 (Tirari, 2014). Résultat, les espaces occupés par les vendeurs à la sauvette n'ont cessé de s'étendre. La deuxième expérience unique dans son genre est celle du marché privé d'Aïn Sebaâ. L'expérience est qualifiée d'unique, car elle a impliqué l'investissement privé dans la régulation de l'activité du commerce de rue. En effet, dans l'objectif de créer un espace commercial dynamique et rentable, un investisseur a eu l'idée de construire un marché spécifiquement destiné à accueillir les marchands ambulants. L'idée étant de fournir à ces commerçants des magasins dans un marché équipé pour exercer leurs activités commerciales, en contrepartie des redevances de locations. Ainsi, 172 stands ont été aménagés avec un coût de 1 million de DH. Néanmoins, après la sédentarisation dans la structure qui peut être considéré comme le premier marché pilote au Maroc, les commerçants commencent à désertir le local, au point que quelques mois après l'opération il ne restera que 50 marchands sur les 172 initialement installés. Malgré les efforts de l'investisseur en matière de la promotion de l'offre du marché, de la sensibilisation de la clientèle et des marchands, les vendeurs ont fini par désertir le marché. La faiblesse de l'engagement des autorités et les habitudes de consommation fortement attachées à l'achat dans la rue ont été avancées par le propriétaire du marché comme étant les principales raisons de l'échec de l'expérience.

Après le déclenchement des émeutes de 2011 et la conscience politique des menaces que peuvent présenter les actions de répression démesurée des marchands ambulants, une modernisation de l'action publique s'est avérée indispensable. Le lancement de l'expérience de la sédentarisation à Sidi Bernoussi en 2015 a fourni les ingrédients nécessaires pour cette modernisation.

## **2.2. L'expérience de sédentarisation des marchands ambulants dans la préfecture Bernoussi**

La recrudescence des nombres de marchands de rue dans la préfecture Sidi Bernoussi en 2011 a eu des répercussions conséquentes sur l'organisation de l'espace public dans le secteur. Les voies et les principales artères étaient bloquées. Les émanations pestilentielles, les odeurs désagréables, les cris des marchands et les pratiques criminelles rendaient la vie dans l'entourage de la zone de la mosquée Tarik, dans la rue 28, 39 et Abi Dor El Ghifari très désagréable. Les trottoirs devant les boutiques et les magasins étaient envahis par les marchands qui ont obligé certains magasins à fermer leurs portées ou à faire de même en étalant des marchandises devant leurs boutiques pour continuer à survivre ou encore pour profiter de cette ruée vers l'informalité.

Dans ces circonstances, la préfecture de Sidi Bernoussi lance son projet de PCP dans la perspective de libérer les espaces occupés et au sillage permettre aux riverains de retrouver la sérénité, l'organisation et la sécurité. En parallèle, offrir aux vendeurs un nouveau cadre de travail préservant leur dignité et les protégeant contre les aléas climatiques, l'anarchie et le harcèlement auxquels ils étaient confrontés. De plus, le projet visait à assurer une insertion

professionnelle des marchands via la formation et l'accompagnement de leurs activités commerciales. De même, l'accès au statut d'auto entrepreneur permettra ultérieurement aux marchands de bénéficier d'un accès au financement et à la protection sociale.

Dans ce schéma, l'association pour le développement des espaces publics (ADEP) a été créée par les autorités et le conseil de la ville pour chapeauter le projet et veiller à atteindre l'objectif de 4000 marchands ambulants bénéficiaires en 2019. Les membres de l'association sont constitués des acteurs associatifs et des professionnels, mais non pas de marchands ambulants. La raison pour laquelle les autorités ont confié le projet à une association non constituée des marchands réside dans la volonté d'éviter les risques de clientélisme et de spéculation constatés dans la première version « des Souks Namoudaji ». Ces risques, affirme un responsable dans la préfecture Sidi El Bernoussi, étaient les causes principales de l'échec de l'expérience.

Ainsi, pour l'opérationnalisation du projet, les autorités de la ville ont retenu 3 phases: la phase de recensement des marchands, la phase de préparation du cahier de charges et la phase de l'aménagement et de la sédentarisation des marchands ambulants.

- **La phase de recensement des marchands** : Le recensement a enfin de compte, listé plus de 4000 marchands ambulants dans la zone.

- **La phase de préparation du cahier de charges** : L'ADEP s'est chargée de concevoir un cahier de charge pour l'aménagement et la gestion des plates formes de proximité. Le cahier de charges s'articule autour de 8 principes :

- **La non-gratuité** : les marchands sont tenus de payer un ticket d'entrée de 6000 DH et un loyer de 1200 dh par mois.
- **La non-appropriation des stands** : les marchands ne peuvent céder leurs chapiteaux, car ils ne sont pas dans leur propriété.
- **La délégation de la gestion** : la gestion quotidienne en matière de sécurité, d'organisation, de contrôle et de propreté est assurée par une entreprise privée ;
- **La non-transférabilité des droits de l'exploitation** : l'exploitation des stands ne peut faire objet d'un transfert pour un autre vendeur
- **La spatialité** : les bénéficiaires devraient être résidents dans le territoire de la préfecture de Sidi Bernoussi-Zenata.
- **La responsabilité** : le bénéficiaire devrait se conformer aux règles générales de conduites dans le marché ;
- **La proximité** : la pérennité d'un marché de proximité suppose sa proximité des grandes agglomérations urbaines chose qui assure aux vendeurs une clientèle régulière.
- **L'égalité des chances** : un système de rotation des stands entre les marchands au sein du même marché et entre les marchés est prévu pour permettre à tous les marchands de profiter des emplacements les plus convoités.

À côté de ces principes, d'autres points ont été prévus, notamment, l'accès des marchands ambulants au statut auto entrepreneur.

**La phase de l'aménagement et de la sédentarisation des marchands ambulants** : la première PCP construite est celle située dans la rue Abi Dir El Ghifari en 2015 et qui devrait recaser 314 marchands. Six mois après, une deuxième plateforme a été ouverte au quartier Al Firdaous. La nouvelle structure, dont le coût s'est élevé à 3,6 millions de DH, a accueilli 174 bénéficiaires. Les deux marchés devraient comprendre des activités diversifiées notamment la vente des vêtements et chaussures, des accessoires, des articles ménagers en plastiques, etc.

Le marché Abi Dor El Ghifari comprend de plus, un espace de fruits et légumes, et un espace pour les poissonniers. Quant au marché Elferdouasse, un espace de 20 places a été consacré spécifiquement à l'activité de la restauration intitulée « maklati ». En matière de la gestion, la société « Park Zine » a été chargée d'assurer les services de la sécurité, de la propreté et du contrôle de l'occupation des stands par les marchands.

L'inauguration du premier marché de proximité s'est accompagnée par un rasage des installations insalubres des vendeurs dans la rue 28 et la rue 39 et une présence des forces de l'ordre pour empêcher toute réoccupation éventuelle.

En janvier 2016, un autre marché d'Anassi d'une capacité de 300 marchands s'ajoute aux deux marchés déjà existants. Les trois structures auraient accueilli au total 800 vendeurs de rue.

À partir d'avril 2016, l'expérience a été généralisée à toutes les préfectures et provinces du Royaume et devient la pierre angulaire de la stratégie nationale de la sédentarisation des marchands ambulants. Un budget global de 1,6 milliard de dh a été mobilisé pour sédentariser presque 65078 bénéficiaires dans 338 plateformes de proximité à l'échelle nationale.

Par ailleurs et malgré les moyens déployés, la sédentarisation des marchands ambulants dans les PCP de Sidi Bernoussi n'était pas exempte de limites. En effet, l'analyse du déroulement des opérations de sédentarisation nous a permis de déceler plusieurs insuffisances que nous allons discuter dans la partie suivante.

### **3. La sédentarisation des marchands à Sidi Bernoussi : résultats mitigés et persistance des facteurs de la résistance**

L'expérience des PCP de Sidi Bernoussi a montré que les promesses d'insertion socio professionnelle dans les marchés de proximité se sont heurtées à plusieurs contraintes. En effet, l'évolution des faits dans notre cas pratique a montré clairement que les effets positifs attendus de la sédentarisation ne sont pas totalement réalisés. La défaillance de l'action publique, et la forte capacité des marchands à se reconstruire dans l'espace public ont amplement remis en cause la soutenabilité du modèle de la sédentarisation.

#### **3.1. L'expérience Bernoussi : 4 ans après le lancement des projets de la sédentarisation des marchands ambulants**

Après plusieurs visites et entretiens menés avec les marchands de rue dans la zone Sidi Bernoussi, particulièrement, dans la rue 28 et 39, il s'avère que la construction des PCP n'a pas constitué une solution permettant de limiter les conflits autour de l'appropriation de l'espace dans la zone. Les tensions entre les autorités et les marchands ambulants ne se sont pas estompées quatre ans après le lancement du premier projet. Nous évoquons trois manifestations de ces conflits :

##### **- Baisse des revenus et abandon des stands dans le marché Al firdaous**

La dernière visite au marché Al firdaous qui date de 09/01/2020, vers 18 h considérée comme une heure de pointe pour le commerce. Plusieurs stands sont fermés, hormis quelques rares passagers, les clients sont presque absents. Nous profitons de ce vide pour entamer un débat avec quelques jeunes présents dans le site dans le but de se renseigner sur l'évolution du

contexte général par rapport avec la dernière visite faite en septembre 2019. Au cours de cet échange qui a duré environ 30 minutes, les mêmes conclusions sont tirées.

Parmi les 174 marchands qui ont bénéficié des emplacements, une dizaine ont préféré fermer leurs stands pour se donner à d'autres activités génératrices de revenus. Selon ces jeunes l'emplacement du marché est non adapté au commerce. *« Au cours de ces 4 ans de patience, le marché n'a pas pu fidéliser une clientèle régulière susceptible d'assurer notre survie. Notre situation financière ne s'est pas améliorée, au contraire, elle s'est détériorée », « Certains marchands se sont endettés pour payer les 6000 dh d'intégration. Cependant, l'activité dans le marché ne leur a même pas permis de rembourser cette dette ».* Par rapport aux promesses des autorités, *« ils nous ont promis un accompagnement en matière de financement, de formation et de protection sociale dans un contrat que nous avons signé au départ, mais sur le terrain, aucune concrétisation n'est faite ».* De même, *« l'association qui devrait assurer la promotion de l'espace et l'accompagnement des marchands et jouer le rôle d'intermédiaire entre les vendeurs et les autorités est totalement absente ».* *« Nous étions obligés de reconstituer des représentants pour renégocier avec les pouvoirs publics »*, ajoute un interviewé. La cause de la situation selon ces marchands se résume essentiellement, dans le choix de l'emplacement éloigné des agglomérations urbaines les plus importantes, de l'absence d'un réseau de transport liant le marché avec le reste de la métropole, le non-respect du cahier de charges élaboré par l'association en matière d'accompagnement.

À signaler que ces remarques ne s'appliquent pas à l'espace « Maklati » dans la mesure où l'espace a connu un essor remarquable permettant à plusieurs restaurateurs ambulants d'améliorer leurs revenus et leur insertion socio-économique. L'effet positif de cet espace reste cependant limité du fait qu'il ne concerne que 20 emplacements.

### **- Gentrification et développement du profil « vendeur entrepreneur » dans le marché Abi Dor El Ghifari**

Contrairement au marché Al firdaous, celui d'Abi Dor El Ghifari connaît un dynamisme marquant. Une visite la même journée du 09 janvier 2020 vers 19h 15, dénote de la présence d'une clientèle assez importante. Néanmoins, les entretiens avec les marchands ont montré que derrière ce dynamisme avéré, il y avait un phénomène de gentrification qui a caractérisé l'opération de la sédentarisation dans cette plateforme. Selon les marchands plusieurs stands dans le marché ont été octroyés à des personnes qui ne pratiquaient pas auparavant, l'activité de la vente dans la rue. Et ce, au détriment des marchands ambulants. Un marchand explique : *« Après la construction de la première PCP, plusieurs marchands attributaires de la première liste avaient résisté à la relocalisation; leurs revendications en matière de superficie, de somme à payer et d'organisation générale du marché n'ont pas été prises en compte. Néanmoins, pour faire réussir cette première opération, les autorités ont réinscrit de nouveaux bénéficiaires dont des personnes qui n'ont jamais exercé le commerce de rue dans la zone ».* Un interviewé ajoute *« qu'avant même le début du recensement nous avons constaté la présence de nouveaux marchands qui n'exerçaient pas auparavant dans la zone. Certains administrateurs auraient informé leurs proches du démarrage de l'opération pour faire sortir une « ferracha » (étalage) et s'inscrire dans les listes des bénéficiaires ».* Dans ce contexte, une partie des marchands ambulants qui devraient bénéficier des stands ont été évincés au profit de nouveaux commerçants ayant les ressources et plutôt, le profil d'entrepreneur. La gentrification et le manque de la transparence dans les opérations de distribution des emplacements ont failli créer un soulèvement populaire à sidi Bernoussi lors

de l'auto immolation d'un jeune marchand ambulant, en mars 2018 (**Cherii, 2018**). Le jeune s'est auto-immolé suite à son exclusion de la liste des bénéficiaires d'une nouvelle PCP.

### **- Retour à la rue et développement de nouvelles tactiques de résistance**

Face aux résultats mitigés de la sédentarisation dans le marché Al firdaous et les contraintes de la disponibilité des ressources financières et foncières pour la construction de nouvelles PCP. Les espaces libérés initialement lors des opérations de relocalisation commencent à être réinvestis par les vendeurs de rue. L'observation sur le terrain a montré que les vendeurs ont développé plusieurs tactiques pour se réapproprier l'espace public. Parmi les tactiques que nous avons observées, la mobilité constitue la plus importante. En effet, dotés de triporteurs, les marchands ambulants localisent l'emplacement des forces de l'autorité et tentent de se positionner dans des endroits qui leur donnent la marge de fuite en cas de poursuite. Ainsi, dans notre dernière visite, nous avons constaté qu'en dépit de la présence d'une patrouille à côté de la mosquée Tarik à l'entrée de la rue 28, environ 42 marchands ambulants étaient situés dans l'autre bout de la rue et se livraient, avec leurs triporteurs, à la vente, surtout des légumes et fruits. Également, le choix du temps de l'étalage représente une tactique de résistance très importante. « *Dans certains jours, nous attendons jusqu'à 22h pour exposer notre marchandise, à cette heure, la probabilité de retour des forces de l'autorité est faible* » déclare une femme avec un triporteur dans la zone. De même, la connaissance de l'espace et ses ramifications aide les marchands à se camoufler dans les rues les moins accessibles aux autorités. Parfois, même dans le cas de l'avènement des forces de l'autorité, les marchands exploitent leur propre réseau social dans la dissimulation. En outre, la complicité des forces de l'ordre sur place représente une autre tactique de résistance. Plusieurs marchands nous ont affirmé que l'intensité et la cadence des interventions des forces publiques dans le contrôle des espaces publics et l'évacuation dans la zone ont commencé à s'affaiblir et devenir moins agressives. Les longues durées de travail des forces, le développement des relations avec les marchands, l'intervention des connaissances ou la corruption ont contribué dans le relâchement de l'intensité du contrôle. En effet, « *un compromis implicite se fait entre nous et les agents de l'autorité, tant que la zone ne fait pas objet d'une visite d'un haut responsable, nous pouvons exercer, notre commerce dans certains temps précis. Mais dans le cas contraire, l'action des agents de l'autorité devient plus agressive et donc, il vaut mieux quitter sinon, nous risquons la saisie de notre marchandise, notre matériel de pesage, voire l'emprisonnement* ».

En somme, quatre ans après la construction de la première PCP à Sidi Bernoussi, nous avons observé un taux de désertion élevé dans la PCP d'Al Firdaous, une gentrification dans le marché Abi Dor El Ghifari et une réapparition des vendeurs dans la célèbre rue 28.

### **3.2. Les facteurs déterminants de la résistance des commerçants de rue**

Les trois constats discutés précédemment peuvent ainsi mettre en cause, la réussite de la nouvelle stratégie de la sédentarisation des marchands ambulants qui commence à afficher les mêmes failles que l'ancienne politique du « Souk Namoudaji ». Ces failles peuvent être associées à trois facteurs essentiels :

#### **- La défaillance de l'action publique**

La nature de l'action publique et les outils mobilisés dans sa concrétisation ont été souvent évoqués quand il s'agissait de porter un jugement critique sur l'opération de la

sédentarisation. Ainsi, quatre points sont à mentionner. Premièrement, le montage des projets de sédentarisation entamés en 2015 était certes en coordination avec plusieurs parties prenantes, selon la déclaration des responsables de l'autorité, mais a exclu la population concernée, les marchands de rue. Selon les marchands, leurs positions sur plusieurs points : emplacement, somme à payer, formes d'accompagnement, rôle de l'association, n'ont pas été prises en considération. Deuxièmement, la phase de recensement des bénéficiaires a été marquée par plusieurs manœuvres qui ont soulevé le problème de la transparence et donc de l'exclusion d'une part importante des marchands. Troisièmement, l'opérationnalisation du projet s'est accompagnée par des mesures répressives de libération des espaces, alors que, les structures édifiées n'ont accueilli qu'une population réduite des commerçants chose qui a légitimé la résistance des commerçants non bénéficiaires. Enfin, la régulation du commerce constitue une tâche administrative difficile et risquée. Difficile, car il demande des efforts continus en matière de surveillance et de mobilisation. Risquée, car son caractère conflictuel peut sortir du contrôle et induire des incidences graves. Ces contraintes expliquent souvent le relâchement de l'action publique après une période de contrôle actif de l'activité des marchands de rue (Messaoudi, 2016).

### - La fragilité de la population

Le programme de la sédentarisation des marchands dans la région Sidi Bernoussi s'est basé sur l'hypothèse selon laquelle les marchands de rue ont la capacité de payer les droits d'exploitation d'un emplacement en contrepartie des conditions de commerce meilleures. Cette vision, néglige une variable importante, les marchands, s'ils sont capables effectivement de dégager des ressources de leurs activités, la situation d'exclusion économique et de pauvreté qui caractérisent leur entourage absorbe une grande partie de leurs revenus. Selon une étude faite par le ministère de commerce et d'industrie au Maroc en 2011, le commerce de rue constitue la seule source de subsistance de 1,38 million de Marocains. Cette situation de dépendance, si elle n'est pas prise en considération dans les efforts de sédentarisation, rendra amplement difficile l'implication des marchands. En effet, les PCP construites nécessitent souvent du temps pour l'attraction de la clientèle. Au cours de cette période, les ressources des marchands diminuent remarquablement, chose qui les incite à retourner à la rue ou à changer d'activité. Cependant, au regard de leur faible qualification, les marchands s'orientent particulièrement vers la première solution. « *Je suis responsable de 5 personnes, 3 enfants, ma femme et ma mère qui habite avec moi(...) Depuis que j'ai intégré le marché (Al Firdouass), je ne cesse de m'appauvrir, j'en peux plus supporter cette situation, alors je suis retourné à la rue, c'est la seule chose que je maîtrise* ».

Ainsi, en l'absence des mécanismes de financement et d'accompagnement, les chances d'adaptation des marchands ambulants dans les structures de sédentarisation deviennent très faibles.

### - La capacité d'appropriation de l'espace : un déterminant essentiel de la résistance des marchands dans la rue

Les commerçants de rue disposent d'une grande capacité à s'approprier l'espace public, voire à le produire. Selon la théorie de « la production de l'espace » de Lefebvre, certains agents peuvent transformer l'utilité sociale d'un espace en l'exploitant comme un actif financièrement rentable. Dans ce sens, grâce aux relations sociales et économiques avec leur voisinage, les marchands ambulants peuvent créer un écosystème dans lequel ils deviennent incontournables. Dans nos entretiens avec les riverains commerciaux des marchands

ambulants de la rue 28, nous avons constaté que les commerçants formels n'étaient pas tous contre la présence des marchands ambulants, mais contre l'absence de leur organisation. En effet, ces vendeurs créent un dynamisme commercial particulier dans la rue et conséquemment, aident les magasins dans l'écoulement de leurs marchandises. Pour les habitants, le commerce de rue constitue une source importante d'approvisionnement dans la zone. La proximité des marchands ambulants, les prix jugés bas et la qualité perçue comme étant supérieure, surtout dans le cas des fruits et des légumes, contribuent dans la fidélisation de leur clientèle. Aussi, l'activité du commerce de rue constitue une source de revenus pour les habitants dans la mesure où la valeur vénale des propriétés dans la rue 28 et 39 a augmenté grâce, d'une part, au dynamisme économique essentiellement créé par les marchands, et d'autre part, aux pratiques de location des garages aux marchands à laquelle se livrent les habitants.

À cet effet, la liaison avec l'ensemble des parties prenantes d'un espace aide les commerçants de rue dans « la fabrique d'un espace » où ils deviennent incontournables. Et même face, à l'intervention publique, l'écosystème joue un rôle prépondérant dans le soutien des tactiques de la résistance des marchands.

Au terme, la résistance des marchands face à la stratégie de la sédentarisation est à notre avis, n'est pas seulement un facteur culturel associé avec l'enracinement de l'activité dans la représentation collective, mais il est également associé avec la formulation de l'action publique qui peut au lieu de favoriser l'insertion des marchands ambulants, engendrer une amplification de l'exclusion d'une population dotée d'une forte capacité de résistance.

## **Conclusion**

Au regard de la recrudescence du nombre des marchands ambulants dans les espaces publics marocains après les émeutes de 2011. Les autorités marocaines se sont livrées à une nouvelle stratégie de sédentarisation de ces marchands dans la région Sidi Bernoussi à partir de 2015. Le but était de fournir aux marchands une alternative soutenable de leur appropriation du domaine public. Des constructions appelées PCP ont été présentées comme des solutions susceptibles de garantir l'insertion professionnelle, économique et sociale des marchands. Cependant, quatre ans après la construction de la première plateforme, les entretiens avec les marchands ambulants, sédentarisés ou non, n'ont pas affiché une satisfaction évidente de l'expérience. Les marchands ont pointé du doigt l'emplacement inapproprié de la PCP Al firdaous, la gentrification dans le marché Abi Dor El Ghifari, la non-réalisation des promesses énoncées au départ des projets comme les causes principales de la détérioration de leur situation socio-économique depuis leur sédentarisation. En outre, l'observation dans la zone a révélé le retour des marchands ambulants dans la rue 28 alors que l'objectif initial et principal était la libération définitive de ces espaces de toutes les manifestations de l'informalité. Le retour des marchands se fait grâce à plusieurs tactiques de résistance infrapolitique<sup>1</sup> (**Scott, 1976**) en l'occurrence, la mobilité grâce à des triporteurs, l'étalage temporellement programmé après le départ des patrouilles, la surveillance des agents de l'autorité et parfois même avec la complicité des forces en présence. De ce fait, l'exclusion sociale, spatiale, financière et professionnelle des marchands et leur grande capacité à s'approprier l'espace peuvent être avancées comme des facteurs déterminants de leur résistance à l'action publique. Ce dernier constat soulève un paradoxe important dans la mesure où la finalité associée avec la sédentarisation était principalement l'insertion des marchands, néanmoins, le constat

---

<sup>1</sup> Scott qualifie les actions de résistance non déclarée et indirectes « d'infrapolitique »

montre qu'au contraire, la sédentarisation renforce l'exclusion à laquelle est confrontée cette catégorie de la population. Alors ne faut-il pas inverser la problématique, pour parler d'une insertion pour la sédentarisation au lieu de la sédentarisation pour l'insertion ?

### **Bibliographie :**

- Beegle, Kathleen, 2016. « Poverty in a Rising Africa », 167.
- Belouas, Aziza. 2013. « Comment sera réorganisé le commerce ambulants ». *La Vie éco* (blog). 24 mars 2013. <https://www.lavieeco.com/economie/comment-sera-reorganise-le-commerce-ambulant-24989/>.
- Bromley, Ray. 2000. « Street Vending and Public Policy: A Global Review ». *International Journal of Sociology and Social Policy* 20 (1/2): 1-28. <https://doi.org/10.1108/01443330010789052>.
- Cherii, 2018. Le reporter N° 987.
- Cross, John C. 1998. « Co-Optation, Competition, and Resistance: State and Street Vendors in Mexico City ». *Latin American Perspectives* 25 (2): 41-61.
- Crossa, Veronica. 2009. « Resisting the Entrepreneurial City: Street Vendors' Struggle in Mexico City's Historic Center ». *International Journal of Urban and Regional Research* 33 (1): 43-63. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2008.00823.x>.
- Haut commissariat au Plan. 2014. « Enquête nationale sur le secteur informel 2013/2014 ».
- Haut commissariat au Plan. 2008. « Enquête nationale sur le secteur informel 2007/2008 ».
- Lefebvre, Henri. 1991. *The Production of Space*. Malden, Mass.: Wiley-Blackwell.
- Messaoudi, Abdelouahed. 2016. « le commerce non sédentaire au Maroc : un problème de gouvernance ». *Revue Economie, Gestion et Société* . <https://revues.imist.ma/index.php?journal=REGS&page=article&op=view&path%5B%5D=5507>.
- Monnet, Jérôme. 2006b. « L'ambulantage : Représentations du commerce ambulants ou informel et métropolisation ». *Cybergeo : European Journal of Geography*, octobre. <https://doi.org/10.4000/cybergeo.2683>.
- Rajagopal, Arvind. 2002. « Violence of Commodity Aesthetics: Hawkers, Demolition Raids and a New Regime of Consumption ». *Economic and Political Weekly* 37 (1): 65-67+69-76.
- Scott, James C. 1990. *Domination and the Arts of Resistance: Hidden Transcripts*. New Haven: Yale University Press.
- Tirari, Imane. 2014. « Casablanca, l'eldorado des marchands ambulants... » *La Vie éco* (blog). 2014. <https://www.lavieeco.com/economie/casablanca-leldorado-des-marchands-ambulants-31683/>.
- Vanek, Joann, Martha Alter Chen, Françoise Carré, James Heintz, et Ralf Hussmans. s. d. « Statistics on the Informal Economy: Definitions, Regional Estimates & Challenges », n° 2: 48.
- Xue, Desheng, et Gengzhi Huang. 2015. « Informality and the State's Ambivalence in the Regulation of Street Vending in Transforming Guangzhou, China ». *Geoforum* 62 (juin): 156-65. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2015.04.012>.