



RAPPORT SUR LA CRÉATION D'UN MARCHÉ AU CAMP DE REFUGIÉS À ABALA

Contexte

Le conflit qui a éclaté dans le Nord du Mali au début de l'année 2012 a, entre autres, débouché sur l'auto proclamation d'indépendance de l'Azawad (régions correspondant à Gao, Tombouctou et Kidal). Les pillages et exactions qui ont accompagné ces événements ont conduit au déplacement massif d'une partie de la population. Au 6 novembre 2012, OCHA estimait à 209 888 personnes réfugiées dans les pays voisins. Selon l'UNHCR, 65 012 réfugiés maliens et retournés nigériens se sont rendus au Niger durant cette même période. Le gouvernement nigérien a immédiatement accordé le statut de réfugié *prima facie* et pris en charge l'arrivée et l'accueil de ces personnes, principalement à travers la mise en place de camps de réfugiés, dont celui d'Abala, à proximité de la ville d'Abala dont la gestion a été confiée à ACTED par le HCR.

Parmi cette population on compte beaucoup de commerçants qui ne pratiquent plus le commerce par faute de marché ou par manque de fonds. Ainsi, ACTED souhaite créer un espace de marché sur le même type que les marchés ruraux. Les bénéficiaires seraient associés dans la conception des plans du marché. Ce marché offrirait une meilleure visibilité ainsi qu'une source de revenus aux petits commerçants et permettrait aux réfugiés d'identifier un espace de marché sur le camp. La protection des réfugiés serait ainsi renforcée par cette activité, car les femmes n'auraient plus à se déplacer jusqu'à la ville d'Abala, ce qui occasionne de nombreux déplacements nocturnes où elles s'exposent aux risques de violences. L'organisation de cette enquête entre dans le cadre des enquêtes programmées par ACTED et a permis d'avoir une idée sur la faisabilité de création du marché du camp en interrogeant les réfugiés, les habitants d'Abala ainsi que les commerçants.

Présentation de l'enquête

Objectifs et résultats attendus

Cette enquête vise avant tout à évaluer l'impact de la création d'un marché supplémentaire à Abala sur la population hôte. D'autre part, nous cherchons à identifier les besoins de la population d'Abala en matière d'achats dans les marchés et nous nous assurons que les partenaires et les responsables chargés de la gestion du camp sont informés de la possibilité de création du marché du camp des réfugiés d'Abala.

Les principales thématiques abordées sont :

- les besoins des ménages,
- la capacité du marché d'Abala à répondre à ces besoins,
- la perception des divers groupes quant à l'ouverture d'un marché sur le camp ainsi que le type de marché désiré
- les problèmes liés aux déplacements des réfugiés pour se rendre au marché d'Abala.

Zone d'intervention

L'évaluation s'est déroulée au niveau de la ville et du camp d'Abala. La ville d'Abala se situe dans la région de Tillabéri plus particulièrement dans le département d'Abala à 75 km du Département de Filingué. Elle est essentiellement composée de populations Haoussa, Djerma, et



Touareg, d'Arabes et de Peulh. Cette population pratique le commerce et l'agriculture. Elle compte approximativement 10 000 habitants et couvre une superficie de 6000 km². Elle est subdivisée en six entités/quartiers : Abala Maidaji (4480 habitants), Abala Toudou (2534 habitants), Abala Mouléla (1326 habitants), Abala Guirnazen (931 habitants), Abala Arabe 1 (447 habitants) et Abala Arabe 2 (285 habitants). Le camp des réfugiés d'Abala se situe à 2,5km de la ville d'Abala. Il comptait, à la date du 1^{er} juillet 2013, 2742 ménages, soit 13 005 réfugiés repartis sur cinq quartiers (numérotés de 1 à 5). Les populations réfugiées sont composées de Touareg, de Haoussa, de Zarma/Sonrai, de Dabakar, de Daoussak, de Koira-boro et de Peulh.

Méthodologie d'enquête

Collecte des données

La collecte des données s'est effectuée auprès des réfugiés du camp d'Abala, des commerçants du marché d'Abala et des habitants des six quartiers de la ville d'Abala. Les informations furent collectées à partir de focus groups prenant en compte le facteur genre ainsi que l'occupation professionnelle des interrogés afin d'assurer une représentativité adéquate des groupes les plus à risque d'être affectés (positivement ou négativement) par la création d'un marché dans le camp¹.

Echantillonnage

12 focus groups ont été organisés pour la totalité du territoire enquêté. La distribution des focus groups a été faite comme suit :

LOCATION (ABALA)	NOMBRE DE PARTICIPANTS	CARACTÉRISQUES DU GROUPE
Camp (Quartier 3)	15	FEMMES
Camp (Quartier 2)	13	FEMMES
Camp (Quartiers 4-5)	15	HOMMES
Camp (Quartier 1)	12	HOMMES
Camp (Quartiers 1-2)	13	COMMERÇANTS
Camp (Quartiers 4-5)	19	COMMERÇANTS
Quartier Mouléla	9	HOMMES
Quartier Abala Toudou	13	FEMMES
Quartier Abala Maidadji	10	HOMMES
Quartier Guirnazen	15	FEMMES
Quartier Arabe 1	8	HOMMES
Quartier Arabe 2	9	FEMMES
Marché	7	COMMERÇANTS
Marché	7	COMMERÇANTS
Marché	7	COMMERÇANTS

Au total, 172 personnes ont participé aux discussions de groupe sur les différentes thématiques dans la ville d'Abala et dans le camp, dont 30% de femmes. Une emphase particulière a été placée sur le choix des participant(e)s au focus groups. Afin de s'assurer de la représentativité

¹ Ces groupes seront : les commerçants d'Abala puisque ceux-ci sont le groupe le plus susceptible d'être affectés négativement par l'ouverture d'un second marché à proximité de la ville; les femmes puisque ce sont les plus vulnérables lors de déplacements du camp à la ville afin de compléter les achats pour le ménage et aussi car ce sont souvent celles en charge des achats.



des groupes, les enquêté(e)s ont été sélectionnés de manière aléatoire et non selon des groupes déjà formés. Ainsi, le chef de chaque quartier a été sollicité afin de réunir un groupe d'individus hétérogènes pouvant représenter le plus fidèlement possible l'ensemble des individus de son quartier.² Ceci étant dit, chaque groupe regroupait des participant(e)s partageant au moins une caractéristique commune, tel le genre ou la profession.

Saisie des données

Les données une fois collectées ont été introduites dans une base de données à Abala et envoyées ensuite à Niamey pour analyse et interprétation.

Résultats de l'enquête

FOCUS GROUPS COMMERÇANTS DU MARCHÉ D'ABALA

Selon les commerçants interrogés lors de l'enquête :

- L'arrivée des réfugiés d'Abala a causé une augmentation de la population ainsi qu'un afflux des ONG et partenaires étatiques. Cela a entraîné les modifications suivantes sur le fonctionnement des marchés d'Abala:
 - Légère fluctuation des prix, à la hausse ou à la baisse selon le type de produits (non-spécifiés)
 - Baisse de la demande de certains produits alimentaires due à la distribution gratuite de vivres sur le camp
 - Hausse de la demande de certains produits (principalement viande, condiments et vêtements)
 - Certains commerçants ont affirmé que ni le prix ni la demande n'ont réellement changé depuis l'arrivée des réfugiés
- Le troc a été identifié comme une stratégie d'achat inhabituelle ou différente depuis l'installation du camp de réfugiés.³ De plus, certains réfugiés vendent du riz ou des haricots pour avoir de l'argent.
- Les principaux axes par lesquels les articles / denrées arrivent sont Niamey, le camp de réfugiés ainsi que les pays avoisinants (Algérie, Mali, Nigeria via Baleyara)
- Les moyens par lesquels les articles/denrées arrivent sont le camion pour le marché ainsi que les distributions gratuites de vivres dans le camp pour les réfugiés.
- Les commerçants affirment que les populations riveraines accèdent facilement au marché.

Opinion des commerçants interrogés sur la création d'un marché au camp de réfugiés :

- La nécessité de créer un second marché à Abala sera acceptée si c'est un marché moderne en matériaux définitifs (afin de sécuriser les boutiques et résister au climat de la zone) et qu'il est du même type que celui du marché d'Abala
- Ceci étant dit, les commerçants croient que ce n'est pas une bonne idée de créer un marché au camp de réfugiés d'Abala pour les raisons suivantes:
 - Aucun intérêt/avantage pour les commerçants d'Abala

² Avec une multiplicité des caractéristiques suivantes, dans la mesure du possible : origine ethnique, statut socioéconomique, âge, éducation, etc.

³ Il semblerait que certains réfugiés utilisent leurs vivres comme monnaie d'échange (voir focus groups réfugiés)



- Inutilité du marché après le départ de réfugiés
- Faible pouvoir d'achat des réfugiés
- Baisse potentielle du chiffre d'affaire des commerçants d'Abala
- Présence de plusieurs boutiques inutilisées dans le marché
- Les commerçants accepteraient de fréquenter un marché créé dans le camp de Abala si des d'opportunités d'affaires s'offrent à eux.
- Les commerçants croient que l'idée d'installer un espace le jour du marché d'Abala pour permettre aux réfugiés d'étaler leurs marchandises pourrait être possible puisque c'est un espace public, mais potentiellement complexe car ces espaces sont situés sur des propriétés privées.

FOCUS GROUPS HABITANTS D'ABALA

Selon les habitants d'Abala interrogés durant l'enquête :

- Outre le marché d'Abala, les marchés les plus fréquentés sont ceux de Filingué, Tanchiley, Wala, Ikerfan, Chinbarkawane, Tigzeffane, Tamatché, Tamalowlow, Maitoka, Niamey, et les marchés maliens situés le long de la frontière.
- Les raisons de cette fréquentation sont
 - Indisponibilité de certains produits à Abala
 - Cherté d'autres articles
 - Opportunités d'achat et vente
- Les avis sont partagés sur la disponibilité des produits pour les habitants d'Abala ainsi que pour les réfugiés: certains pensent que le marché d'Abala est suffisamment fourni pour répondre aux besoins des communautés locales et/ou réfugiés ; d'autres pensent le contraire. Ceux qui croient que certains produits manquent nomment :
 - Chez les femmes : pagne, habillements, légumes, fruits, tubercules, farine de manioc, produit pharmacopées traditionnels.
 - Chez les hommes : habillement, quincailleries, et marmite
- Selon la majorité des répondants, les populations environnantes ne peuvent pas se rendre facilement à tout moment au marché d'Abala en raison de la distance et du mauvais état des voies d'accès à ce marché. Ceci étant dit, les avis restent partagés et certains affirment que ce n'est pas problématique⁴.

Opinion sur la création d'un marché au camp de réfugiés :

- Par rapport à la nécessité d'avoir un second marché, les opinions sont généralement favorables, mais pour des raisons différentes :
 - Les femmes pensent qu'il y a une discrimination des prix des commerçants de Abala vis-à-vis des réfugiés donc elles pensent qu'il est nécessaire d'avoir un second marché à Abala.
 - Les hommes quant à eux pensent que cela permettra d'avoir un marché de proximité et d'accroître la disponibilité des produits ainsi que le développement des activités commerciales.

⁴ N.B. Le marché d'Abala est situé à 2 km du camp de réfugiés.



- Les gens en faveur d'un marché à Abala affirment que la création d'un marché permettra
 - de combler les besoins insatisfaits
 - de baisser des prix sur le marché
 - de faciliter les transactions ainsi que le développement d'Abala
- Pour les personnes opposées à l'ouverture d'un second marché, les raisons invoquées sont que :
 - Abala est une petite ville
 - La population est peu nombreuse et le marché actuel comble les besoins des communautés
 - La création d'un marché dans le camp des réfugiés d'Abala pourrait baisser les chiffres d'affaires et créer un problème de rentabilité
- En ce qui concerne les matériaux de construction, les habitants d'Abala pensent qu'il faut faire des boutiques en matériaux définitifs pour des raisons de sécurité. Ils proposent aussi qu'on y vende tous types de produits.
- Les habitants d'Abala accepteraient que l'on construise des boutiques dans leurs champs mais affirment que c'est à la mairie/la municipalité de discuter avec les propriétaires terriens pour arriver à une entente.
- Les habitants croient que les commerçants du camp devraient avoir un espace le jour du marché d'Abala pour étaler leurs articles.

FOCUS GROUPS REFUGIES DU CAMP D'ABALA

Selon les réfugiés du camp d'Abala interrogés durant l'enquête :

- le marché d'Abala n'est pas suffisamment fourni pour répondre à leurs besoins, il manque des produits de qualité et ceux-ci sont trop dispendieux.
 - Selon les hommes, il manque les articles suivants : vestimentaires, produits phito-sanitaires, blé, semoule de blé, carottes, pomme de terre, fruits
 - Les femmes affirment que les articles suivants manquent: habillements, légumes, colliers, fruits, poissons, viande, bois d'échauffe, charbon, moulins, riz, farine de manioc, matelas, meubles, objet de décoration, tubercules
 - Les commerçants réfugiés affirment qu'il manque du tabac, des condiments, des cartes SIM, des cartes de recharge, du thé, des meubles et du carburant
- En ce qui concerne la création d'un marché dans le camp
 - Pour les hommes, la création d'un marché permet d'avoir des prix concurrentiels et de garantir la sécurité et la proximité de ce dernier
 - Les femmes et les commerçants pensent qu'en dehors de l'aspect sécuritaire la création d'un marché permettra de développer des activités génératrices de revenus et facilite l'accessibilité et la stabilité du camp.
- Type de marché
 - Tous pensent qu'il faut un marché mixte, alimentaire et non alimentaire
 - Les hommes et les commerçants croient aussi qu'il faudrait un marché à bétail
- Type de boutiques
 - Les populations réfugiées pensent qu'elles peuvent se contenter des boutiques en matériaux non-définitifs ou bien même d'un simple hangar



- Types de marchandises dans le marché
 - Les hommes souhaitent avoir accès à des produits alimentaires, des nattes, des lits, des bidons, des tasses, des matelas, des draps, des tapis et du bétail
 - Les femmes nomment : habillements, légumes, colliers, fruits, poissons, viande, bois d'échauffe, charbon, moulins, riz, farine de manioc, matelas, meubles, objet de décoration, ustensile de cuisine, des animaux
- Sur le plan sécuritaire
 - Tous affirment qu'ils sont exposés aux risques d'accidents, d'agression et de vols (de porte-feuilles et/ou de marchandises) et donc qu'ils craignent l'insécurité physique liée au déplacement vers la ville d'Abala ainsi que dans la ville elle-même.
- Les autres problèmes rencontrés au marché d'Abala
 - Les réfugiés soulignent principalement le long trajet ainsi que le manque de respect des commerçants
 - Les femmes soulignent aussi la hausse discriminatoire des prix par les commerçants, ainsi que les problèmes de communication,

Autres commentaires de la part des réfugiés:

- Les hommes souhaitent beaucoup avoir un marché et sont très préoccupés par le problème sécuritaire. Ils souhaitent aussi avoir une grande mosquée pour les prières de vendredi et de fêtes.
- Plusieurs réfugiés ont mentionné utiliser leurs vivres comme monnaie d'échange.
- Les réfugiés commerçants ont besoin d'un appui financier pour restaurer leur AGR et souhaitent aussi avoir une mosquée et des latrines à côté du potentiel marché

CONCLUSION

Commerçants d'Abala

Les commerçants sont intéressés par la **création d'un marché moderne en matériaux définitifs dans la ville d'Abala**, ils pensent que le marché d'Abala n'est pas moderne et manque cruellement d'articles, ce qui explique sans doute la fermeture de certaines boutiques. Par contre, ils **rejetent catégoriquement l'idée de la création d'un nouveau marché dans le camp des réfugiés de Abala** sous prétexte que les réfugiés sont pauvres, que ce marché va entraîner une baisse de leur chiffre d'affaire et qu'il deviendra désuet après le départ des réfugiés.

Opinions des habitants d'Abala

Les avis sont partagés sur l'idée de créer un marché au camp d'Abala : bien qu'ils pensent que le marché est suffisamment fourni pour répondre aux besoins des communautés et des réfugiés, ils reconnaissent que les populations riveraines ont des difficultés à se rendre au marché d'Abala. Ces difficultés sont surtout liées à la distance très longue et au mauvais état de la voie. Aussi, les habitants d'Abala reconnaissent que les réfugiés sont généralement victimes de discrimination des prix de la part des commerçants d'Abala et **comprennent le bien fondé d'avoir un second marché à Abala, plus précisément dans le camp de réfugiés**. Les habitants pensent que la création d'un marché relève de la compétence de la municipalité à résoudre le problème foncier avec les propriétaires terriens et que sans cet accord il sera très difficile de créer le marché ou de trouver un espace pour les réfugiés dans le marché d'Abala.



ACTED



Opinion des réfugiés du camp d'Abala

Les réfugiés du camp d'Abala pensent que le marché d'Abala n'est pas assez fourni puisqu'il manque certains articles considérés comme indispensables pour le ménage. A cela vient s'ajouter le problème d'insécurité sur la route menant au marché d'Abala la nuit, alors que plusieurs affirment avoir été victimes d'agression sur la route, sans assistance ni secours. **La création d'un marché dans le camp d'Abala est vivement acceptée par les réfugiés** et cela, même si les boutiques étaient de simples hangars en paille. **Il faut aussi noter que tout semble indiquer que les réfugiés utilisent leurs vivres comme monnaie d'échange et font du troc avec ces dernières.**