



USAID
DU PEUPLE AMERICAIN

Cities Alliance
Cities Without Slums

PROFIL DU MARCHÉ PONT NEUF AU CAP HAÏTIEN

Rapport des résultats des études de diagnostic

Vue aérienne sur le Marché Pont Neuf (Cities Alliance 2023)





CONTENTS

Introduction.....4

5 dimensions thématiques:

Gouvernance.....6

Citoyenneté.....8

Économie.....12

Services.....14

Environnement.....20

Conclusion23

Publié pour la première fois en 2024

Cities Alliance UN House - Boulevard du Régent 37
1000 Bruxelles, Belgique

Cette étude a été rendue possible grâce au soutien du peuple américain par l'intermédiaire de l'Agence américaine pour le développement international (USAID). Le contenu de cette étude relève de la seule responsabilité des auteur-ric-e-s et ne reflète pas nécessairement les opinions de l'USAID ou du gouvernement des États-Unis.



INTRODUCTION

L'initiative de l'USAID 'Ansanm Ann Chanje Lavil', ou simplement **LAVIL**, soutient l'amélioration de la prestation de services municipaux dans certaines municipalités afin de parvenir à un développement économique local durable et à long terme en Haïti.

Dans sa phase initiale, LAVIL se concentre sur les marchés publics - des espaces multifonctionnels qui jouent un rôle vital dans l'économie locale et favorisent la cohésion sociale, mais qui sont difficiles à gérer efficacement pour les gouvernements locaux. LAVIL promeut la gestion durable des marchés publics, en stimulant les solutions locales pour les services de base, en mettant l'accent sur la gestion des déchets solides, la co-création d'espaces de dialogue multipartite et le renforcement des capacités au sein des gouvernements municipaux.

LAVIL est mis en œuvre par Cities Alliance en partenariat avec les municipalités du Cap-Haïtien et des Cayes, la Fondazione Associazione Volontari per il Servizio Internazionale (AVSI), Habitat pour l'Humanité Haïti, l'Institute for Housing and Urban Development Studies (IHS) et l'Institut de Formation et de Services (IFOS).

Au Cap Haïtien le **Marché Pont Neuf** a été choisi pour participer à la phase pilote du projet. Des études de diagnostic ont été menées afin de fournir une compréhension globale du marché et des capacités du gouvernement local à remplir son rôle dans la gestion de ces espaces. Les résultats de ces études sont l'objet de cette publication.

Une priorité centrale du projet LAVIL est **l'amélioration des marchés publics** pour stimuler l'emploi et les revenus municipaux, ainsi que la **gestion des déchets solides** pour protéger la santé publique et l'environnement, en particulier les espaces marins.

Sur la base des trouvailles de l'étude de diagnostic, des interventions spatiales et sur le renforcement des capacités pour la gestion du marché et des déchets solides seront mis en avant. Ce processus permet de s'assurer que les interventions menées par LAVIL sont bien coordonnées, qu'elles répondent efficacement aux défis identifiés et qu'elles s'alignent sur les objectifs de développement local.

ENCADRÉ 1 - MÉTHODOLOGIE ET APPROCHE SYSTÉMIQUE

Le travail de diagnostic a impliqué la **collecte de données** primaires et secondaires. Plusieurs méthodologies ont été utilisées : revue documentaire, observations, enquêtes et rencontres de différents acteurs, en particulier les commerçant·e·s, groupes de discussion, questionnaires, et entretiens avec des informateurs clés et la participation à des forums locaux sur les déchets solides, l'eau, et l'assainissement.

Afin de présenter aux mieux les résultats des études, une approche systémique axée sur cinq **dimensions interdépendantes** a été adoptée (Figure 1). Ces thématiques sont les suivantes:



Figure 1 - Cinq dimensions thématiques

Gouvernance - Un système de gouvernance efficace, efficient et responsable.

Environnement - Un système écologique qui assure la subsistance et la protection contre les risques environnementaux.

Citoyenneté - Un système de citoyenneté qui construit un capital humain et social solide.

Services - Un système de services qui garantit la dignité humaine et la santé publique et environnementale.

Économie - Un système économique qui fournit des emplois et des revenus.

GOUVERNANCE

Ce premier volet se focalise sur les trouvailles au sujet de la gestion du Marché Pont Neuf au Cap Haïtien et des déchets solides ainsi que sur l'agencement spatial et les modes de paiements pour son utilisation.

Le marché se situe au centre de la municipalité sur une presqu'île entre le littoral et la rivière Mapou (Figure 2). À la structure officielle du marché auquel s'ajoute l'espace communément appelée "Care", une zone à droits de propriété et utilisation incertaine mais qui, par coutume, est devenu une partie du marché lui-même.



Figure 2 - Site du Marché Pont Neuf (AVSI 2024)

On distingue dans le marché un total de 799 stands dont 75 non-occupés. En ce qui concerne la typologie de ces stands et de leurs matériaux de construction, les étals en bois (46%) et les bâches mises au sol (36%) sont majoritaires.

799 stands

identifiés au total dans le Marché Pont Neuf

La **gestion du Marché Pont Neuf** est caractérisée par un cadre réglementaire complexe, sans réglementation unique et gouverné par de nombreuses parties internes et externes. De plus, des

d'approvisionnement, tandis que des défis récurrents de sécurité, de raquette, d'hygiène, de sanitation et de gestion des déchets solides persistent. Les capacités et connaissances des fonctionnaires municipaux dans ce domaine sont faibles (Figure 3)¹.

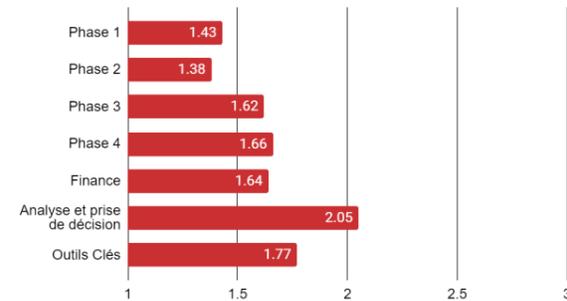


Figure 3 - Auto-évaluations des capacités en gestion des marchés (1-3, 3 étant le plus élevé)

Pour la **gestion des déchets solides** dans la municipalité, le cadre réglementaire national n'est pas aligné avec les efforts des municipalités et la régulation locale est souvent mal appliquée. De plus, les financements sont limités et imprévisibles, limitant la mise en place de services de collecte fiable et durable. Il est aussi important de noter qu'il n'existe pas de sites de décharge efficaces et qui suivent aux normes environnementales et donc de méthodes structurées d'élimination des déchets solides. Une auto-évaluation des capacités des membres des autorités locale démontre que les capacités et connaissances des fonctionnaires municipaux restent à améliorées (Figure 4)².

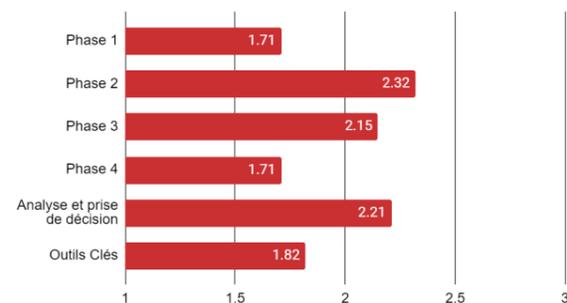


Figure 4 - Auto-évaluations des capacités en gestion des déchets solides (1-3, 3 étant le plus élevé)

La **gouvernance du marché** relève de la responsabilité de la Mairie et du Directeur des Travaux et Équipements Collectifs et Coordonnateur

des marchés publics de Cap Haïtien qui nomme une équipe, lors du diagnostic composée de 7 personnes, pour la gestion et la sécurité du marché.

La recherche indique que la gestion des places au marché ne suit pas un processus clair. Les informations obtenues révèlent que pour obtenir une place, un-e marchand-e doit contacter le directeur et payer un frais s'échelonnant de **3 500 à 15 000 HTG**, selon la durée que le ou la commerçant-e passe sur le marché. En plus, une collecte de **50 HTG hebdomadaire** par commerçant-e est prévue. Cependant, en moyenne, 2 000 HTG sont effectivement récoltées par semaine par la Mairie représentant seulement les frais de 40 commerçant-e-s. En effet, **71% des commerçant-e-s affirment payer leur place au marché**. Les paiements sont non seulement versés au personnel municipal: un total de 55% des paiements, mais aussi à d'autres acteurs tels que les racketteurs, les propriétaires d'espaces, et la sécurité du marché.

45 pour cent

des paiements de frais sont versés à des acteurs autres que la Mairie

Il arrive aussi que les commerçant-e-s paient plusieurs fois pour l'utilisation du marché sous l'autorisation de parties formelles et informelles.

D'autres frais sont aussi payés par les marchand-e-s pour l'utilisation des services spécifiques tels que le stockage de marchandise, la collecte des déchets solides et l'utilisation des toilettes.

En termes de **sécurité**, un examen plus détaillé des zones spécifiques du marché révèle que la perception de celle-ci est particulièrement faible près de l'entrée principale et de la proximité avec le quartier Shada 1 et de l'espace Care, zones où les activités de racket semblent être plus fréquentes (Figure 5).

En résumé, la gestion du Marché Pont Neuf au Cap Haïtien est compliquée par un cadre réglementaire fragmenté et des problèmes persistants de sécurité, d'hygiène et de gestion des déchets solides. La perception de l'insécurité est accentuée par le racket fréquent dans certaines zones, tandis que les systèmes de paiement sont incohérents et informels, ce qui entraîne une faible conformité des commerçant-e-s au paiement des frais de marché.



Figure 5 - Perception de sécurité par les commerçant-e-s du marché (AVSI 2024)

¹ L'évaluation est faite autour de 7 critères différents au sujet des quatre étapes du cycle de gestion de marché (Phase 1 "Où en sommes-nous ?", Phase 2 "Où voulons-nous aller ?", Phase 3 "Comment voulons-nous y parvenir ?", Phase 4 "Comment mettre en œuvre et savoir si nous sommes sur la bonne voie ?") ainsi que les finances, les compétences analytiques/décisionnaire et la familiarité à des outils clés. Le graphique ci-dessus présente la moyenne pour chaque catégorie de questionnement.

² Idem mais sans les finances

CITOYENNETÉ

Dans cette section, la thématique de la citoyenneté est explorée au travers l'analyse démographique des utilisateurs du marché, ainsi que par une analyse des différentes associations sociales.

Le Marché Pont Neuf est un **centre socio-économique et culturel** crucial, ancré dans l'histoire et l'identité de la communauté. Cependant, les commerçant-e-s sont peu impliqués dans la gestion du marché et manquent de confiance envers les autorités. Le Directeur de Marché a donc un rôle important servant de lien entre la communauté et la municipalité. Les organisations civiles locales soutiennent les commerçant-e-s malgré des contraintes financières et l'absence d'une association formelle de marchand-e-s. Le marché est aussi caractérisé par une forte cohésion communautaire parmi les commerçant-e-s, renforcé par des pratiques culturelles tel que le vaudou, et ce malgré le manque de sécurité.



Le Marché Pont Neuf est un centre socio-économique et culturel crucial, ancré dans l'histoire et l'identité de la communauté.

Les marchand-e-s du marché sont majoritairement des femmes entre **36 et 50 ans et à la tête d'un ménage monoparental** (Figure 6, 7 et 10). Le niveau d'éducation des marchand-e-s est faible, particulièrement chez les femmes avec 54% des femmes ayant terminé leurs études primaires et 18% n'ayant fait aucune études (Figure 8). De plus, même si la plupart des commerçant-e-s habitent la ville du Cap Haïtien, 80% d'entre eux ne sont pas originaires de la ville démontrant une tendance de migration.

En ce qui concerne la clientèle du marché, la plupart sont originaires du département du Nord, un total de 71% (Figure 9). La clientèle est constituée essentiellement de membres du public général, mais aussi d'autres marchand-e-s présents sur le marché (Figure 11).

Dans la sphère économique en Haïti, les femmes sont confrontées à un certain nombre d'obstacles complexes qui contribuent à perpétuer l'inégalité entre les sexes. L'accès limité des femmes à l'emploi formel, l'inégalité salariale et l'accès difficile au crédit sont des aspects critiques. En outre, l'entrepreneuriat féminin, bien que répandu, est souvent pénalisé par un manque d'accès aux ressources financières, à la formation entrepreneuriale et aux réseaux de soutien

ENCADRÉ 2 - LES MADAN SARA

En Haïti, les Madan Sara sont des femmes commerçantes qui jouent un rôle crucial dans l'économie informelle du pays. Elles achètent des produits agricoles en gros dans les zones rurales, les transportent vers les marchés urbains pour les revendre.

Au Marché Pont Neuf, elles sont principalement des femmes âgées de 30 à 60 ans originaires de Saint Raphaël. Elles se déplacent les lundis et jeudis, passant la nuit sur place pour être prêtes dès l'aube. Sans horaire fixe, leur arrivée dépend de leurs moyens économiques et elles retournent dans les zones rurales de Saint Raphaël une fois leurs stocks épuisés. Sans protections adéquates telles que des serrures ou des portes, les Madan Sara manquent de sécurité lorsqu'elles passent les nuits sur le marché, particulièrement dans l'espace Care.

Les Madan Sara paient une cotisation de 50 HTG pour l'espace utilisé et parfois 50 à 100 HTG additionnelles aux racketteurs. Elles occupent les stands de manière aléatoire et leur clientèle sont majoritairement des femmes. Il n'existe pas d'organisation solidaire de Madan Sara au Marché Pont Neuf.

De plus, les Madan Sara sont dépendantes des récoltes des cultivateurs et de l'achat de produits à crédits auprès des agriculteurs de Saint Raphaël ou avec de l'argent emprunté à diverses sources. Elles sont donc particulièrement exposées à des pertes économiques si elles ne vendent pas leurs produits avant que ceux-ci ne périssent.

CARACTÉRISTIQUES DES MARCHAND-E-S ET DE LA CLIENTÈLE

MARCHAND-E-S



Figure 6 - Genre des marchand-e-s

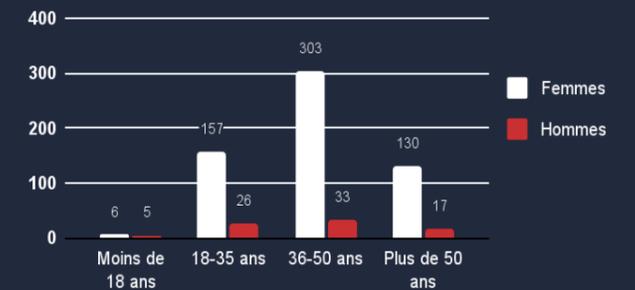


Figure 7 - Âge réparti par genre des marchand-e-s

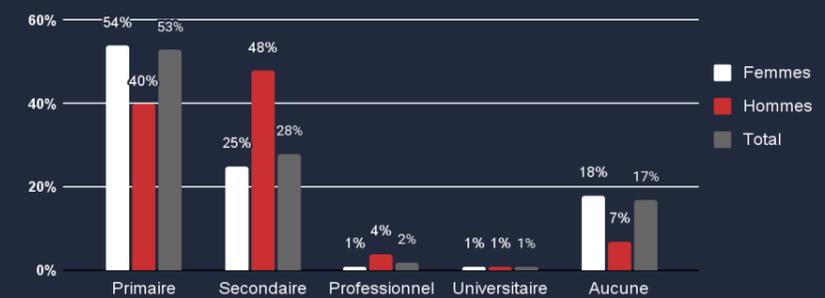


Figure 8 - Niveau d'éducation des marchand-e-s réparti par genre

CLIENTÈLE

88% des marchand-e-s vivent au Cap Haïtien

71% de la clientèle est originaire du même département (Nord)

80% des marchand-e-s ne sont pas originaires de la ville et parmi eux un tiers viennent du même département

27% de la clientèle est originaire du département du Nord-Ouest, et 2% viennent d'autre part

Figure 9 - Origines et lieu d'habitation des marchand-e-s et de la clientèle

76 pour cent

des marchand-e-s sont chef de leur ménage qui sont à 90% composés de 1 à 3 personnes

32 pour cent

des ménages ne comptent qu'un seul adulte, en majorité une femme seule.

78 pour cent

des ménages comptent des enfants: en moyenne 2,4 par ménages. certain-e-s marchand-e-s (10%) apportent leurs enfants au marché.

Figure 10 - Composition des ménages des marchand-e-s

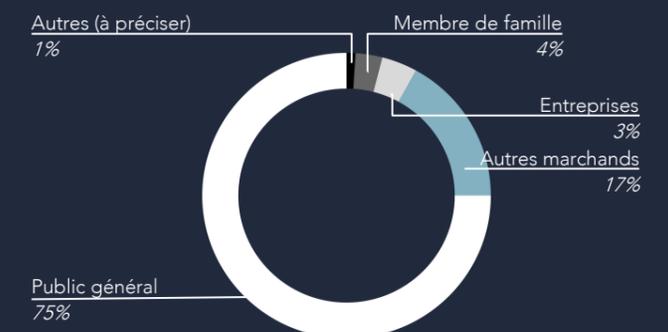


Figure 11 - Groupes principaux de clientèle

femmes entrepreneurs, malgré leur rôle clé dans la dynamique économique, peuvent ainsi être confrontées à des défis importants dans la consolidation et la croissance de leurs entreprises.

Des groupes de discussion sur la communauté du Marché Pont Neuf à Haïti ont révélé des perceptions importantes sur les rôles de genre et les dynamiques du marché:

- Les femmes sont considérées comme des "piliers" essentiels de la société haïtienne, indispensables à son bon fonctionnement.
- Dans le cadre familial, les femmes sont considérées comme responsables des soins et des tâches ménagères.
- Dans les opportunités économiques, des inégalités entre hommes et femmes ont été soulignées.
- La gestion du marché est perçue comme étant équilibrée entre les genres.
- Cependant, il existe des perceptions d'inégalités dans le processus décisionnel du marché: selon le focus groupe réservé aux hommes, les femmes sont vues comme ayant un rôle actif dans le processus. À l'inverse, le groupe des femmes estime que les hommes sont les principaux décideurs.

La présente étude a recensé 9 **organisations communautaires** actives aux alentours du Marché Pont Neuf dont quatre sont des organisations des femmes, quatre sont des organisations mixtes et une est une organisation des jeunes (Figure 12).

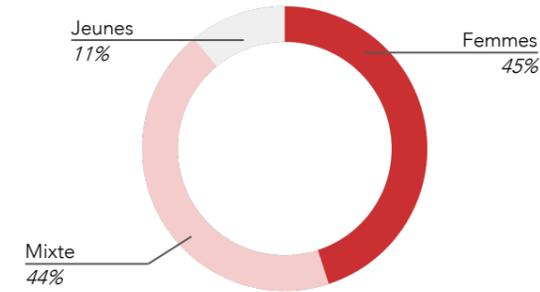


Figure 12 - Typologie d'organisation

Ces organisations interviennent dans une multitude de domaines, majoritairement l'environnement et l'éducation (Figure 13).

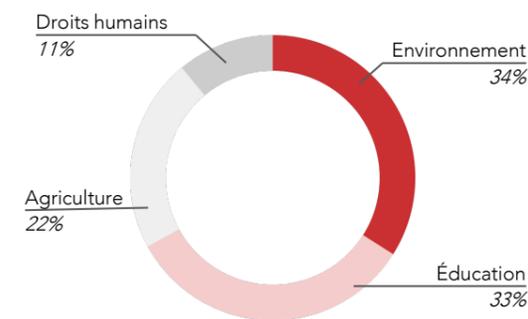


Figure 13 - Groupes principaux de clients



ENCADRÉ 3 - LES ENFANTS DE RUE

Les enfants de rue sont des habitués du Marché Pont Neuf et de ses alentours. La plupart d'entre eux viennent des quartiers environnants, souvent issus de familles monoparentales où les mères sont seules pour gérer les responsabilités familiales. Ces enfants représentent une population vulnérable, exposés à de nombreux défis et une privation de droits fondamentaux tels que l'accès à l'éducation et à la nourriture.

La destruction de certains espaces des zones environnantes et l'interruption des activités d'organisations locales pour les jeunes exacerbent les défis auxquels ces enfants font face.

Les enfants de rue sont aussi perçus comme des délinquants par les utilisateurs du marché. Ce serait un nouveau phénomène exacerbé par les difficultés économiques d'Haïti. Le marché pourrait être une source de revenus pour certains jeunes qui tireraient profit de la collecte de frais auprès des commerçant-e-s et du vol de marchandises.

ÉCONOMIE

Le Marché Pont Neuf joue un rôle crucial non seulement pour les opérateurs internes mais il stimule aussi l'économie locale en favorisant la circulation des ressources financières, encourageant ainsi la croissance des petites entreprises et créant de nouvelles opportunités d'emploi. Le marché est aussi vital pour la subsistance des familles, répondant à des besoins essentiels tels que le loyer, l'éducation et la nourriture.

Cependant, des défis subsistent, notamment autour des paiements des frais d'utilisation des espaces. De plus, il n'existe pas de système de soutien structuré pour les commerçant-e-s en difficulté financière. La résolution de ces problèmes contribuerait à cultiver la confiance et la participation active des commerçant-e-s et assurerait la viabilité et la croissance de leurs activités, par exemple à travers un système de gestion financière durable et plus équitable et d'un accès amélioré aux ressources financières.

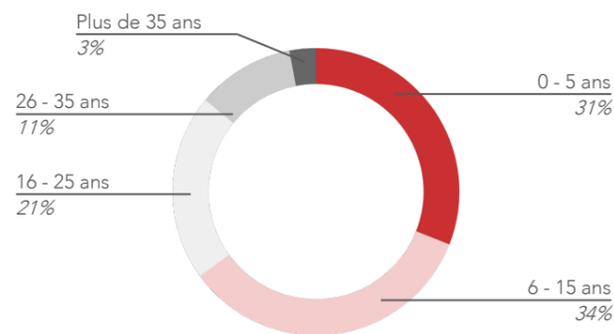


Figure 14 - Années d'activité sur le marché

Le marché est actif toute la semaine, la quasi-totalité des marchand-e-s (96%) occupant leurs espaces au moins 5 jours par semaine, avec un pic d'activité les mardis et samedis. Le taux de roulement des commerçant-e-s reste stable avec plus de deux tiers de ceux-ci étant actifs sur le marché pour plus de 6 ans (Figure 14).

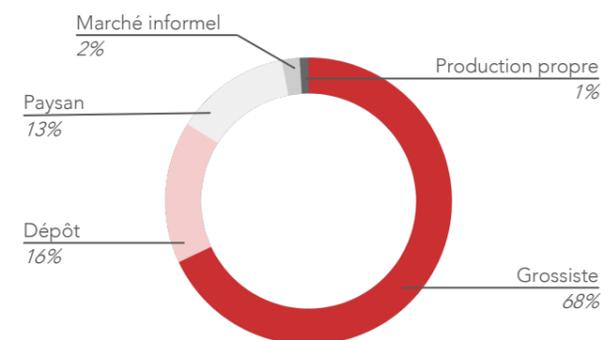


Figure 15 - Origine des produits vendus sur le marché

En ce qui concerne les produits vendus au marché, les commerçant-e-s du marché mettent en avant des produits majoritairement locaux (89% proviennent d'Haïti) qui sont souvent acheminés sans plastique, contribuant à la réduction des déchets. La marchandise est souvent achetée chez un grossiste avant d'arriver dans le marché (Figure 15).

Il existe une grande variété de produits vendus sur le Marché Pont Neuf. Les catégories les plus vendues sont les produits agricoles frais et les produits alimentaires secs (Tableau 1).

Conscients de la difficulté d'obtenir des données précises et fiables sur les revenus ou les bénéfices des personnes interrogées, des informations ont été demandées aux commerçant-e-s sur la valeur de leurs ventes pour le jour précédant l'entretien et leurs perceptions sur des bonnes et mauvaises journées de ventes. La plupart des commerçant-e-s affirment avoir réalisé des ventes jusqu'à 1 500 HTG le jour avant l'enquête, montant considéré comme qualifiant une mauvaise journée. Pour ce qui est d'une bonne journée de vente, la plupart des réponses se concentrent entre les valeurs de 3 000 HTG et 10 000 HTG.

69 pour cent
des commerçant-e-s sont
endettés

L'accès au crédit permet aux commerçant-e-s de renforcer leur pouvoir d'achat et accroître leur commerce. 55% des marchand-e-s bénéficient d'un crédit qui provient majoritairement de la part de grossiste (Figure 16). En revanche, 69% des commerçant-e-s sont aussi endettés démontrant le besoin d'instaurer un système de gestion des finances plus durable.

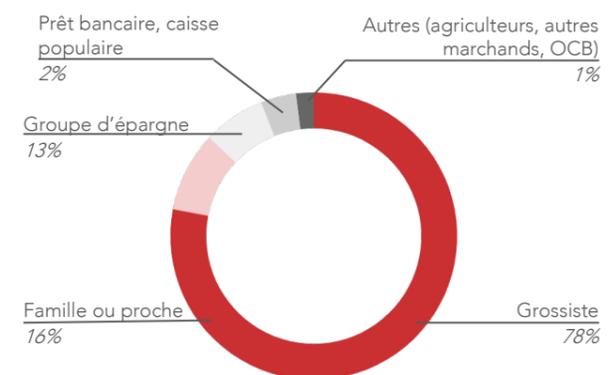


Figure 16 - Sources des crédits

ENCADRÉ 4 - LES GROUPES D'ÉPARGNE

Les groupes d'épargne sont une forme de collaboration communautaire qui permettent à leurs membres de se soutenir mutuellement pour l'achat de biens et de poursuites personnelles et économiques. Un total de 6 groupes d'épargne ont été enquêtés dans le cadre du projet LAVIL au Cap Haïtien. Leurs membres sont majoritairement des femmes (Figure 17) et ces groupes ont un capital social entre 500 000 et 1 000 000 HTG. Le plus grand de ces groupes atteignant même 3 000 000 HTG (Figure 18).

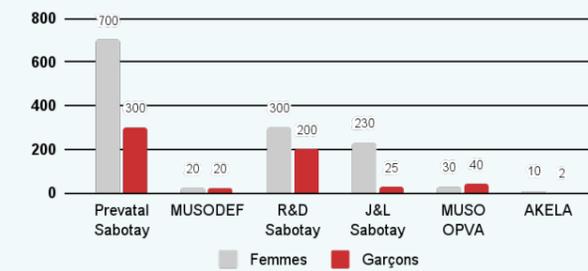


Figure 17 - Composition genrée des groupes d'épargnes

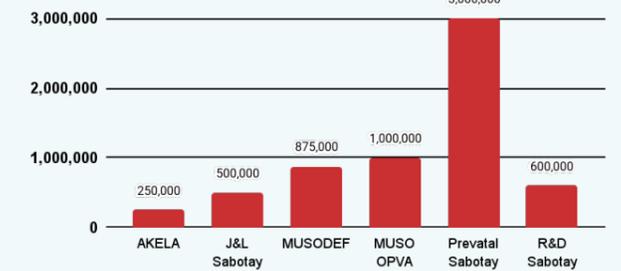


Figure 18 - Capital social des groupes d'épargnes en HTG

CATÉGORIE	EXEMPLES DE PRODUITS	PRÉSENCE SUR LES STANDS
Produits agricoles frais	Principalement des produits locaux, en particulier des légumes frais de saison, des tubercules, parfois des fruits	34%
Produits alimentaires secs	Spaghetti, huile, farine de maïs et de blé, pâtes, haricots, poisson séché, céréales (millet, riz, maïs, blé), café, sucre, pain	28%
Épices	Préparation prête à l'emploi pour mariner des aliments (viande, poisson, légumes) dont les principaux ingrédients sont les suivants : poireaux ou ciboulettes, ail, poivrons verts, oignons, thym, persil, piment, citron, poivre, clous de girofle, huile, sel.	14%
Viande locale + viande congelé	Du bœuf, du porc, de la chèvre locale. Viande congelée importée en morceaux de poulet, de dinde, de porc et de hot-dog.	8%
Aleken	Plats cuisinés sur place à emporter, généralement un plat unique composé de riz avec des haricots, de la viande ou du poisson et des légumes variés.	7%
Autres	Plantes médicinales, clerin (distillat artisanal de canne à sucre), artisanat, cigarettes, médicaments, chaussures, pneus	5%
Fruits de mer/poissons	Poissons, crustacés et fruits de mer frais locaux	4%
Boissons	Bière locale (Prestige), boissons gazeuses locales et importées	3%
Produits cosmétiques	Cosmétiques pour la peau et les cheveux, maquillage, produits d'hygiène	2%
Quincailleries et produits pour la magie	Produits ménagers, articles de cuisine et de salle de bains, quincaillerie (tôle, peinture, fer, etc.) Parfums, bougies de différentes couleurs, cruche, ficelles et lacets, poudre de craie colorée, ensemble de cérémonie (composé d'une gobelet, d'un seau et d'un bassin en émail blanc), bouteilles avec paillettes, pilon, tambours, poupées de chiffon, chapeaux de paille, robes de cérémonie et mouchoir en satin, sacs de paille (djakout), clerin et autres	2%
Poulets vivants + abattoir	Poules pays et une petite quantité de pintade, de dinde et de canard	1%
Vêtement neuf et de 2ème main	Vêtements neufs et vêtements d'occasion importés	1%
Produits électronique	Téléphones portables, chargeurs de batterie, écouteurs, cartes Sim, chargeurs de téléphone, radios, etc.	1%

Tableau 1 - Catégories de produits vendus sur le marché

SERVICES

La livraison de services est essentielle au bon fonctionnement de la ville et des marchés. Cette section présente les trouvailles à leur sujet, en particulier sur la **gestion des déchets solides** qui est un objectif crucial du projet LAVIL surtout pour sa relation avec la santé publique et l'environnement, en particulier les espaces marins.

L'accumulation de déchets solides, ou «fatras» comme on les appelle localement, constitue un risque pour la santé publique et l'environnement physique. Les efforts des autorités sont entravés par le manque de ressources financières et d'équipements adéquats, ainsi qu'une approche fragmentaire en l'absence de prestataires de services officiels ce qui conduit à une gestion individuelle des déchets solides par les commerçant-e-s.



Nous vivons, marchons, mangeons sur les fatras. Ce qui nous dérange c'est que nous respirons des mauvaises odeurs, surtout quand il pleut. Les déchets pourris empirent la situation. Les cartons, les déchets, les mauvaises odeurs produisent des moustiques.

Au Cap Haïtien, il a été estimé que **185 000 tonnes** de déchets solides étaient produits en 2015, une valeur qui augmente beaucoup en raison de la forte croissance démographique de la ville.¹ La production de fatras varie aussi en fonction du niveau socio-économique de la population (Tableau 2).

Les types de déchets solides, produits à l'échelle de la ville et du marché diffèrent, en particulier la proportion de déchets plastiques dus aux emballages et contenants des produits vendus. Dans les deux cas, la proportion de **déchets putrescibles ou biodégradables** est similaire et constitue occupe la plus grande part des déchets solides (Figure 19 et 20).

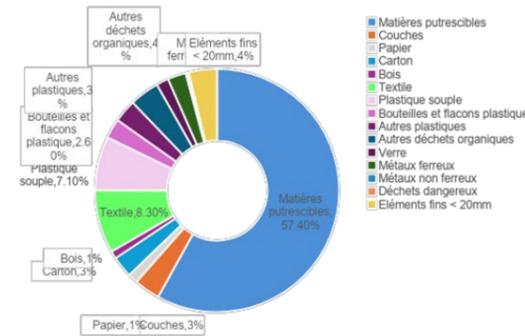


Figure 19 - Composition moyenne des déchets au Cap Haïtien (Naquin 2016)³

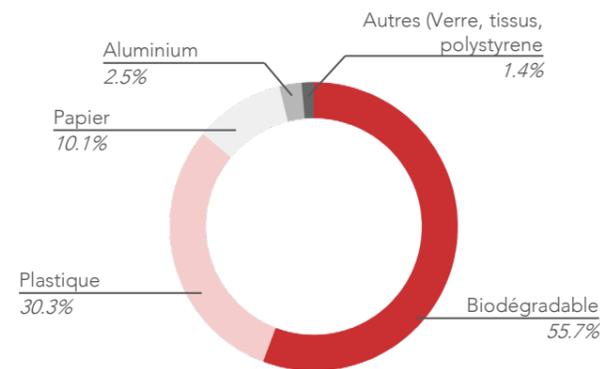


Figure 20 - Types de déchets produits au Marché Pont Neuf

En ce qui concerne les autres déchets solides, ce sont principalement des sachets d'eau, des boîtes en carton et des bidons plastiques utilisés pour les boissons gazeuses. Dans le quartier avoisinant, les fatras sont constitués surtout de **plastique** (45%) et de débris **biodégradables** (45%) (Figure 21).

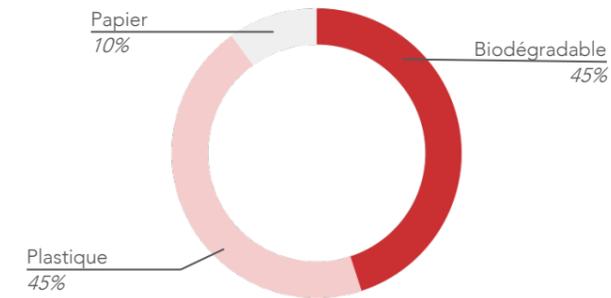


Figure 21 - Types de fatras avoisinant le Marché Pont Neuf

Les enquêtes menées révèlent que les déchets solides autour du Marché Pont Neuf proviennent essentiellement des commerçant-e-s (96%) et en particulier les Madan Sara. Celles-ci achètent en grande quantité des produits agricoles pour les revendre et jettent les déchets qui les accompagnent. De plus, elles abandonnent dans le marché les denrées alimentaires **invendues ou périmées** dans le marché pour éviter les coûts associés à leur traitement. Les ménages, les restaurants de rue et les marchand-e-s de boissons gazeuses produisent aussi des déchets en grande quantité en utilisant des bouteilles et des assiettes en plastique.

Pendant leurs activités commerciales 40% des marchand-e-s jettent leurs déchets par terre à proximité de leur stand, 31% dans des seaux, et les autres utilisent des sacs (29%) (Figure 22).

Dans un deuxième temps, 80% des marchand-e-s affirment évacuer leur déchets **une fois par jour** en majorité par eux-mêmes (47%) ou par le service des brouettiers (41%) (Figure 23). Une majorité quasi absolue (98%) de ces déchets termine dans les piles déjà existantes de fatras tandis que 2% sont brûlés.

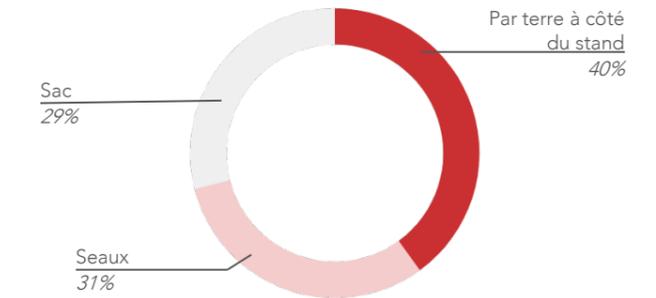


Figure 22 - Où sont mis les déchets lorsque les commerçant-e-s travaillent

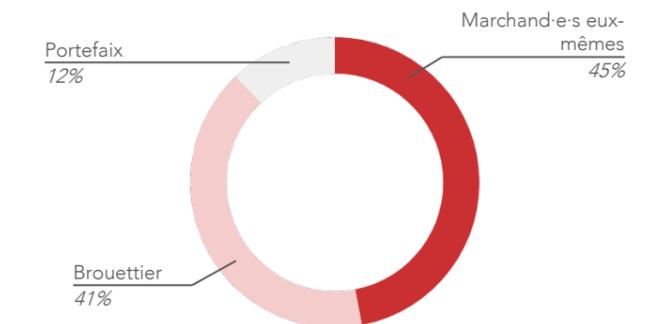


Figure 23 - Responsables de l'élimination des déchets de votre stand

De plus, 9% des marchand-e-s interviewés au Marché Pont Neuf **paient des frais de services** pour la collecte de déchets solides. **Les entreprises privées sont quasiment absentes** et seuls les **brouettiers**,

Niveau socio-économique du quartier	Nombre moyen d'habitants par ménage (sans prendre la proportion réelle d'habitants dans chaque quartier)	Quantité moyenne de déchets par habitant et par jour (kg/hab.jour)
Niveau moyen	4.74	0.52
Niveau précaire	5.09	0.32
Niveau mêlé (élevé, moyen, précaire)	5.47	0.38

Tableau 2 - Catégories de produits vendus sur le marché (Naquin 2016)²

¹ Burgeap, 2015, cité dans BRL Ingénierie. (2020). Etude d'impact environnemental et social (EIES) ; Projet de Développement Municipal et de Résilience Urbaine au Cap-Haïtien (MDUR) ; Version Finale. Cap Haïtien: République d'Haïti - Ministère des Travaux Publics Transports et Communications.

² Naquin, P. (2016). Conception et Réalisation d'une Campagne de Quantification et de Caractérisation de Déchets Ménagers sur le Territoire de l'AITOM le Marien (Cap-Haïtien - Limonade - Quartier Morin). Institut National des Sciences Appliquées (INSA) de Lyon, CEFREPADE. Lyon: Banque Interaméricaine de Développement (BID).

³ idem



dans une démarche débrouillardise, s'arrangent avec certains marchand·e·s et résident·e·s pour ramasser et jeter leurs déchets contre une petite rémunération.

La plupart marchand·e·s de Pont Neuf considèrent que la propreté est un atout très important dans leur

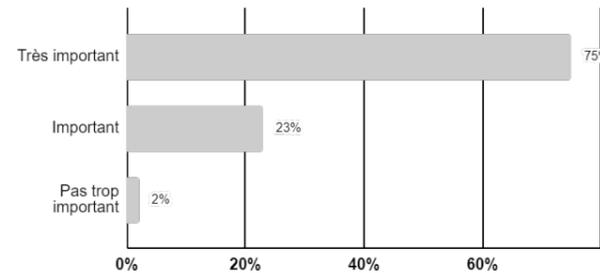


Figure 24 - Importance accordée à la propreté dans l'aire du Marché Pont Neuf

lieu de travail (Figure 24). En revanche, leurs attentes ne sont pas comblées car une large majorité des marchand·e·s sont **non ou peu satisfaits** de la gestion des déchets solides au sein du Marché Pont Neuf (Figure 25).

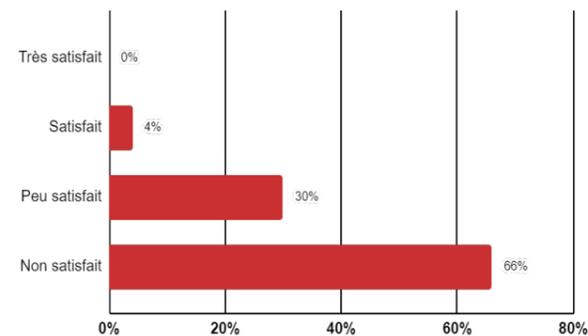


Figure 25 - Degré de satisfaction sur la gestion des déchets solides à Pont Neuf

ENCADRÉ 4 - PARCOURS DES DÉCHETS SOLIDES DU MARCHÉ PONT NEUF

Les déchets produits au Marché Pont Neuf suivent un parcours prédéterminé. En premier lieu, ils sont accumulés en petits lots par les ménages et marchand·e·s locaux dans leur environnement immédiat. Ensuite, ces petits lots sont regroupés en gros tas dans divers coins du marché, principalement transportés par des brouettiers. Cependant, les personnes interviewées jugent que seuls 10% des déchets solides sont enlevés par la mairie ou par des particuliers vers des sites de dépôts informels dans les quartiers avoisinants.

Il est important d'adopter une approche analytique compréhensive sur la gestion des déchets solides, il est possible d'identifier les besoins d'adaptation dans toutes les étapes pour favoriser une gestion des déchets solides plus durable. Le tableau ci-dessous organise ces différentes trouvailles:

ÉTAPE	TROUVAILLES
Pré-collecte	<ul style="list-style-type: none"> ● Implication informelle des marchand·e·s, évacuant déchets vers l'extérieur du Marché Pont Neuf ● Absence de poubelles publiques
Rassemblement	<ul style="list-style-type: none"> ● Apport en déchets solides des marchand·e·s et autres venant du dehors du Marché Pont Neuf ● Déchets éparpillés en face du marché et sur littoral
Collecte	<ul style="list-style-type: none"> ● Irrégulière et insuffisante par la Mairie à travers tout la ville et zone de Marché Pont Neuf. ● Entrepreneurs ont commencé à tester l'utilisation de bennes dans la ville du Cap, ce qui leur permet de tester des modèles opérationnels et financiers
Traitement et Décharge	<ul style="list-style-type: none"> ● Principalement brûlés sur place à Pont Neuf ● Dépôt inapproprié dans zones de mangroves ● Entrepreneurs ont commencé à tester l'utilisation de bennes dans la ville du Cap, ce qui leur permet de tester des modèles opérationnels et financiers
Gestion des Ressources	<ul style="list-style-type: none"> ● Quelques marchand·e·s et PME pratiquent le tri de déchets solides pour l'alimentation des animaux ou le compostage

	<ul style="list-style-type: none"> ● La majorité des déchets solides est empilée sans tri, ni valorisation. ● Il y a des collecteurs informels de matériau plastique et métaux dans la ville mais la demande et marché de matières recyclables a baissé vue que les industries sont basées à PAP ● Il existe une entreprise avec plus de 2 000 clients et collectant les excréta au niveau de résidences et un marché pour préparation de compost avec mélange de bagasse de canne à sucre ● Certaines matières organiques tels que noix de coco, l'écorce ou les grappes de bananiers sont moins prisées que d'autres
Inclusivité	<ul style="list-style-type: none"> ● Il y a une bonne expérience et pratique régulière de table sectorielle déchets solides eau et assainissement. ● Il y a risque de tensions sociales / violence / mauvaise perception en cas de déguerpissement de marchand·e·s du littoral, sans proposer aussi bien aux marchand·e·s que la population des alternatives viables
Viabilité financière	<ul style="list-style-type: none"> ● Manque de clarté sur ce qui est inclus comme service dans redevances perçues au niveau du marché. ● Les brouettiers ne savent pas ce qu'ils devront payer aux transporteurs autorisés vers Mouchinette ● Les détails des prix de décharge à Mouchinette ne sont pas connus, ni l'impact de hausses de prix de carburant. ● Proportion importante de la population fait face à crise alimentaire. <ul style="list-style-type: none"> - Inflation de plus de 22%
Institutions solides et politiques proactives	<ul style="list-style-type: none"> ● La municipalité encourage la participation du secteur privé dans des solutions innovantes. ● Plusieurs projets structurants sont en cours ou bientôt en implementation: <ul style="list-style-type: none"> - Projet de gestion et traitement de déchets (Mouchinette) par Propublic SAM - MDUR/Dragage Rivière Mapou avec déplacement possible des riverains - Parking dans zone Pont Neuf / Gare Routière / Drainage routier - Changement éventuel de l'accès principal ● Il existe un manque de compréhension des détails d'implémentation ● Il y a des incertitudes concernant les espaces disponibles pour la GDS, le trafic, la gestion de marchandises et l'évacuation

Tableau 3 - Divers trouvailles sur la gestion des déchets au Marché Pont Neuf

ENCADRÉ 5 - RÉFLEXIONS SUR LA GESTION DES DÉCHETS SOLIDES

- Pour réduire les volumes de déchets solides municipaux qui devraient être transportés vers les décharges, il est possible de valoriser les matériaux biodégradables et les plastiques.
- Chaque kilogramme "traité" par l'utilisation des matières biodégradables ou le recyclage des plastiques réduit les déchets résiduels qui devraient être éliminés dans la décharge.
- Pour faciliter le processus de valorisation, le tri des déchets solides sera nécessaire.



En dehors de la gestion des déchets solides, le marché du Pont Neuf fait aussi face à des problèmes importants liés à l'accès à l'eau, l'assainissement, et l'électricité. Le marché bénéficie d'un puits artésien et d'un point d'eau mais la qualité de celle-ci est incertaine et doit donc être vérifiée pour garantir qu'elle soit utilisable (Figure 26).

En ce qui concerne l'assainissement, les installations existantes sont dysfonctionnelles et insuffisantes, avec seulement 2 deux blocs sanitaires en mauvais état. Les toilettes informelles à proximité des plans d'eau avoisinants exacerbe la situation sanitaire (Figure 27).

L'absence d'électricité impacte les activités entreprises dans le marché et l'approvisionnement de services de base. Le marché souffre aussi d'une lacune importante dans les services de santé, mettant en évidence un besoin d'intervention des entités de santé publique pour traiter les conditions environnementales qui affectent les marchand-e-s et la clientèle.

De plus, les infrastructures du marché, qu'elles soient intérieures ou extérieures, révèlent des signes différents états de détérioration et de dommages structurels, par exemple aux toits (Figure 28 et 29).

En ce qui concerne les transports, la majorité des commerçant-e-s se rendent au marché à pied, tandis que d'autres utilisent principalement les transports publics, les tap-taps, ou les voitures communales (Figure 30). Environ 30 % des personnes interrogées combinent deux ou plusieurs de ces moyens de transport.

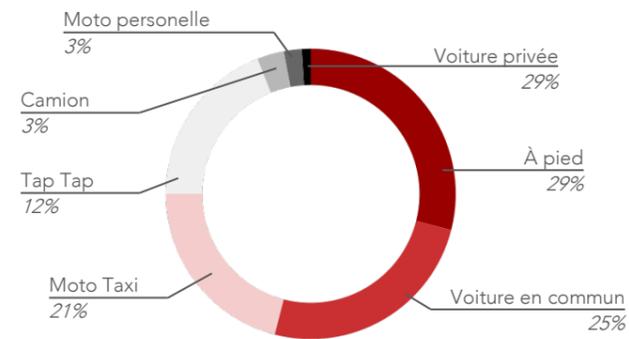


Figure 30 - Moyens de transports pour rejoindre le marché



Figure 26 - Point d'eau



Figure 28 - Dégâts structurels du toit



Figure 27 - Toilettes informelles sur la rivière Mapou



Figure 29 - Dégâts aux infrastructures marchandes



ENVIRONNEMENT

Dans cette dernière section, la dimension environnementale du marché est analysée avec un regard particulier sur les impacts néfastes sur ses utilisateurs.

Le Marché Pont Neuf fait face à d'importants défis environnementaux et de santé publique dus à une infrastructure inadéquate, une mauvaise gestion des déchets solides et des installations sanitaires insatisfaisantes. Par exemple, **l'humidité** résultant de problèmes structurels et de drainage met en péril la durabilité des structures et crée un environnement insalubre et inconfortable. Cette situation est aggravée par la présence d'eaux usées qui dégagent des odeurs désagréables et des risques supplémentaires pour la santé.

La **qualité de l'air** dans le marché est négativement impactée par multiples facteurs tels que l'incinération incontrôlée des déchets dans le quartier qui libère des substances toxiques, la congestion des routes et les feux de cuisine. De plus, la **contamination des eaux** souterraines et de surface, exacerbée par les inondations et les déchets plastiques, pose de graves risques pour la santé, en particulier pour les populations vulnérables. En effet, le marché est situé en étroite proximité du littoral et de la rivière Mapou (Figure 31).



Figure 31 - Littoral en proximité du marché

Le marché fait aussi face à divers risques de séismes et d'inondations, notamment en raison de sa proximité avec la mer (Figure 32).

La vulnérabilité du canal de drainage au risque de pollution et d'obstruction par des déchets solides, ce qui peut entraîner des inondations supplémentaires (Figure 33 et 34). Il est crucial de prendre en compte ces facteurs pour améliorer la gestion des risques, en particulier en ce qui concerne la planification des sorties d'urgence, les points de collecte des déchets et les infrastructures de drainage.

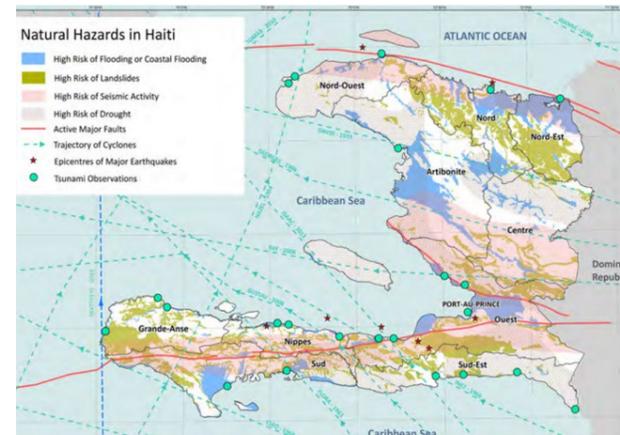
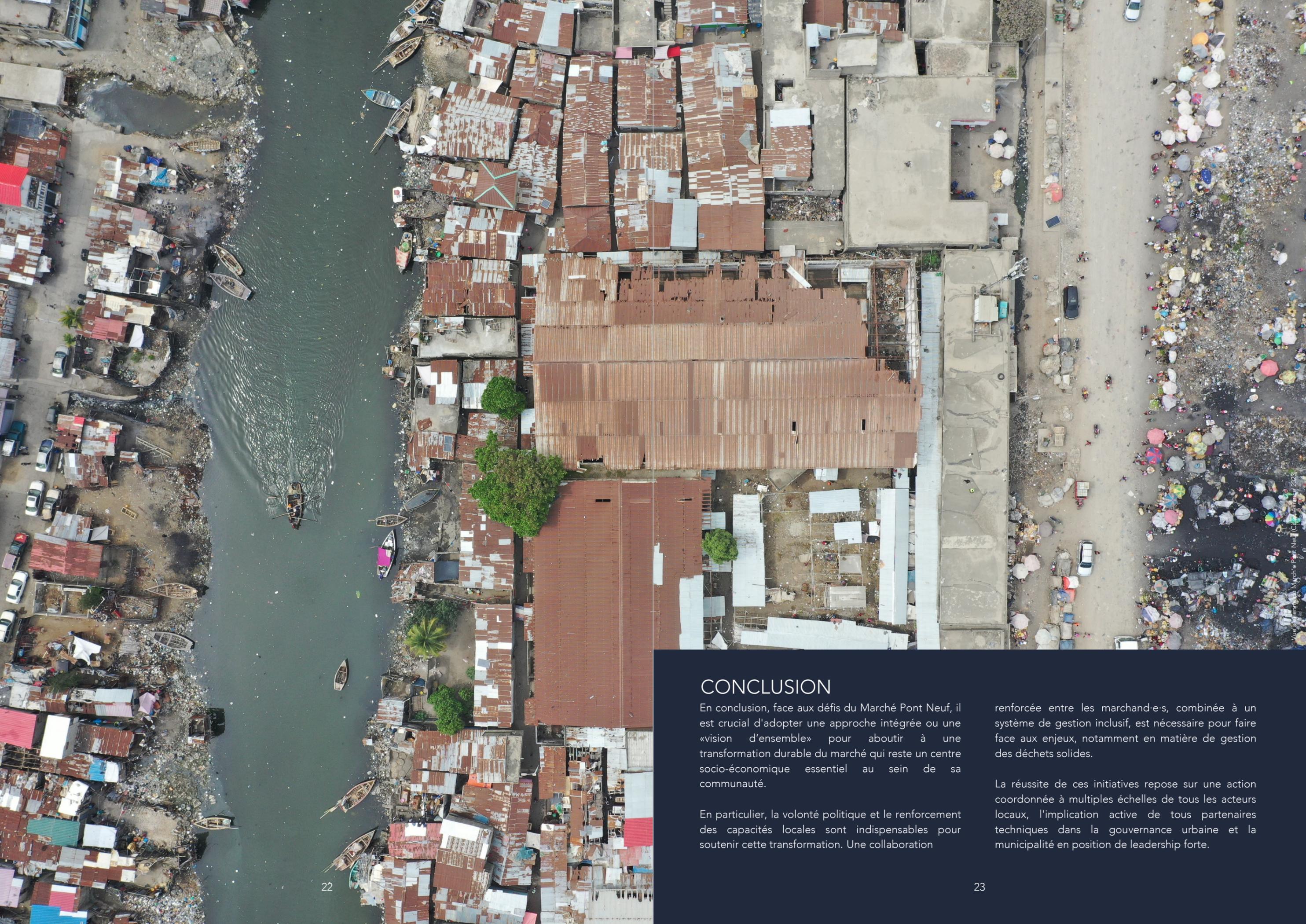


Figure 32 - Menaces naturelles en Haïti (Atlas des menaces naturelles en Haïti, 2015)



Figure 33 et 34 - Blocage des drainage et risques d'inondation



CONCLUSION

En conclusion, face aux défis du Marché Pont Neuf, il est crucial d'adopter une approche intégrée ou une «vision d'ensemble» pour aboutir à une transformation durable du marché qui reste un centre socio-économique essentiel au sein de sa communauté.

En particulier, la volonté politique et le renforcement des capacités locales sont indispensables pour soutenir cette transformation. Une collaboration

renforcée entre les marchand-e-s, combinée à un système de gestion inclusif, est nécessaire pour faire face aux enjeux, notamment en matière de gestion des déchets solides.

La réussite de ces initiatives repose sur une action coordonnée à multiples échelles de tous les acteurs locaux, l'implication active de tous partenaires techniques dans la gouvernance urbaine et la municipalité en position de leadership forte.

Cities Alliance

Cities Without Slums

Cities Alliance - Bureau Local en Haïti
Rue 24 B
Cap-Haïtien, Haïti
www.citiesalliance.org

Contact us

Twitter 

LinkedIn 

info@citiesalliance.org 