
*Les marchés
ruraux du Sine*

Dans l'ensemble du Bassin arachidier se tiennent des marchés hebdomadaires. Ils ont tous le même aspect d'effervescence joyeuse. Tous hauts en couleurs, ils sont les lieux d'échanges des mêmes produits, et chaque communauté villageoise y est très attachée.

Dans le pays sereer, l'histoire des marchés ruraux est déjà assez ancienne. Présents à l'époque pré-coloniale, revivifiés aux grandes heures de la traite arachidière, les marchés d'aujourd'hui, tout en ayant des formes différentes d'autrefois, gardent les mêmes fonctions que précédemment. Ce sont d'abord des marchés de proximité, et d'échanges intra-régionaux des produits du Sine. À l'époque pré-coloniale comme aujourd'hui, ils n'ont jamais été et ne sont pas des marchés de base, des marchés de collecte des produits locaux à destination d'autres royaumes ou régions, de grands marchés urbains ou de la capitale du Sénégal. Pour certains produits, à certaines époques de l'année, ils jouent ce rôle, mais de façon assez marginale, tant par les quantités que par le nombre de personnes concernées ; paysans et commerçants.

Les finalités particulières de l'agriculture et de l'élevage sereer expliquent en partie que les marchés n'aient pas été des lieux d'échanges majeurs avec d'autres populations. Le rapport au commerce était également différent selon les catégories sociales sereer : aujourd'hui, on en retrouve certaines traces dans les comportements des producteurs. L'immersion du pays sereer dans l'économie coloniale, et après l'indépendance dans l'économie étatisée, a introduit de nouveaux circuits d'échanges, et lancé de nouveaux acteurs, en oubliant les marchés et en occultant les rapports très particuliers des Sereer au commerce.

HISTORIQUE DES MARCHÉS DU SINE

Les rappels historiques de M. MBODJ et C. BECKER (chap. 2) à propos des échanges commerciaux dans le Sine attestent l'ancienneté du commerce en Sénégambie, notamment dans les régions où les Sereer sont installés.

La période pré-coloniale

Dans le Sine de l'époque pré-coloniale, les marchés réputés se tenaient dans les capitales royales, Diakhao et Ndiongolor. Les échanges intra-régionaux étaient cependant modestes, les personnes commerçant avec d'autres royaumes étaient pour la plupart d'origine étrangère ou appartenaient à l'aristocratie sereer et au groupe des guerriers. Seuls, les lieux de contacts entre royaumes ou avec l'économie européenne ont vu se développer de nouveaux commerces. C'est avec le trafic d'esclaves, le commerce du sel ou du coton, que les producteurs de mil et les éleveurs trouvaient des acheteurs pour leurs produits et entraient dans le circuit.

Le développement de la culture de l'arachide a entraîné une promotion des paysans producteurs et vendeurs, notamment par le biais des relations d'échanges qu'ils nouèrent avec les représentants des maisons de commerce présents dans les petits ports du Sine. Fatick et Foundiougne émergèrent tandis que les marchés ruraux stagnaient, mis à l'écart par l'arachide et la nouvelle économie, même s'ils étaient toujours le lieu d'échanges intra-régionaux.

La période coloniale et l'économie de « traite »

Au début de la période coloniale vers 1890, le Sine était la première région productrice d'arachides, et Fatick la première place commerciale. D'autres lieux de commerce sont nés, appelés points de traite, liés au commerce des arachides : Niakhar autour de 1890, Patar et Toukar après la première guerre, Fissel et Tataguine dans les années trente. Le temps, à cette époque, était réglé par la « traite » et les marchés n'y échappaient pas : ils vivaient grâce à l'argent gagné par les paysans lors de la vente aux boutiquiers des arachides ; en hivernage, ils disparaissaient.

Dans les années cinquante, de nouveaux points de traite apparaissent dans l'est du Sine, et avec eux des marchés hebdomadaires nécessaires pour échanger durant toute l'année : Ndiob, Marout. Dans ces « escales » de brousse, les maisons de commerce des Libano-Syriens jouent un rôle important et s'impliquent dans les activités du marché, comme les boutiquiers maures très présents.

La période de l'indépendance

Autour de 1960, le Sine n'est déjà plus la grande région de production du début du siècle, avec des ports dynamiques, Fatick et Foundiougne. Sa part dans les productions agricoles ne cesse de décroître. Le Saloum, en revanche, est devenu la première région économique de l'intérieur, par ses productions d'arachide et de céréales.

Au même moment, l'État intervient massivement dans les campagnes. Progressivement, ce sont les coopératives qui recueillent la majorité des tonnages arachidiers qu'elles collectent pour l'organisme national, OCA¹ puis Oncad². Ce dernier, en retour, fournit les intrants agricoles, le matériel de culture, les vivres de soudure, les semences. Tout intermédiaire privé est court-circuité. L'essentiel des opérations marchandes s'effectue à l'écart des marchés ruraux.

Néanmoins, le marché hebdomadaire reste ancré dans les mœurs, notamment dans le Sine. Mis à l'écart de la commercialisation des arachides, de la fourniture des intrants, des vivres de soudure et des semences, délaissés rapidement par les commerçants libanais, les grands marchés de l'avant-indépendance retrouvent après 1960 une seconde jeunesse à partir d'une production oubliée par l'État et propre au pays sereer, le bétail. Les villageois commencent à en vendre et à en acheter, ce qui ne se faisait pas habituellement dans les escales. Le marché de Mbafaye, anciennement situé à Fissel, voit le jour en 1960 avec cette spéculation.

L'émergence de transactions en bestiaux trouve une partie de son explication dans le programme de vulgarisation agricole que l'État lance en 1964 : la demande en animaux de traction croît alors et avec elle les échanges portant sur le bétail. Les marchés de la première génération subsistent donc, en dépit de la politique de l'État qui ne les favorise pas et des courants commerciaux qui restent faibles.

La réforme des Communautés rurales

La réforme administrative de 1972, instituant les Communautés rurales, est accompagnée par le souhait de voir tous les chefs-lieux de Communautés rurales se doter d'un marché hebdomadaire. C'est à partir de cette époque que le maillage des marchés dans le Bassin arachidier, et en particulier dans le Sine, se densifie.

Cependant, la volonté administrative ne suffit pas à faire d'un marché hebdomadaire une grande place commerciale : la concurrence a joué en défaveur des nouveaux marchés, et aujourd'hui plusieurs chefs-lieux de Communautés rurales disposent d'un marché qui vivote et dont l'histoire n'est que succession d'abandons et de redé-

1. OCA : Office de Commercialisation agricole.

2. Oncad : Office national de Coopération et d'Assistance au Développement.

marrages. Ainsi en est-il de Ngayokhem centre historique concurrencé par Toukar, et de Diaoulé pourtant un des premiers points de traite dans le Sine. À l'inverse, Tataguine et Diouroup situés, sur la route de Kaolack et anciennes escales, connaissent un nouvel essor.

L'évolution récente

Le maillage des lieux de commerce s'est encore un peu plus resserré au cours des années quatre-vingt, avec la création des marchés de la « troisième génération » (fig. 1). Ce ne sont pas des centres historiques, ni des chefs-lieux de Communautés rurales, mais des lieux de commerce très actifs. Diané, dans le nord-est du Sine, et créé récemment, reçoit chaque mercredi près de 300 vendeurs. Le meilleur exemple est celui de Dihine, village catholique de l'arrondissement de Tataguine, qui ne dispose d'aucune structure administrative et qui est situé en bout de piste carrossable : le marché qui a été judicieusement institué le dimanche est en pleine croissance. D'autres marchés, pourtant situés sur des pistes ou des routes importantes, végètent à proximité de grands marchés qui se tiennent le même jour.

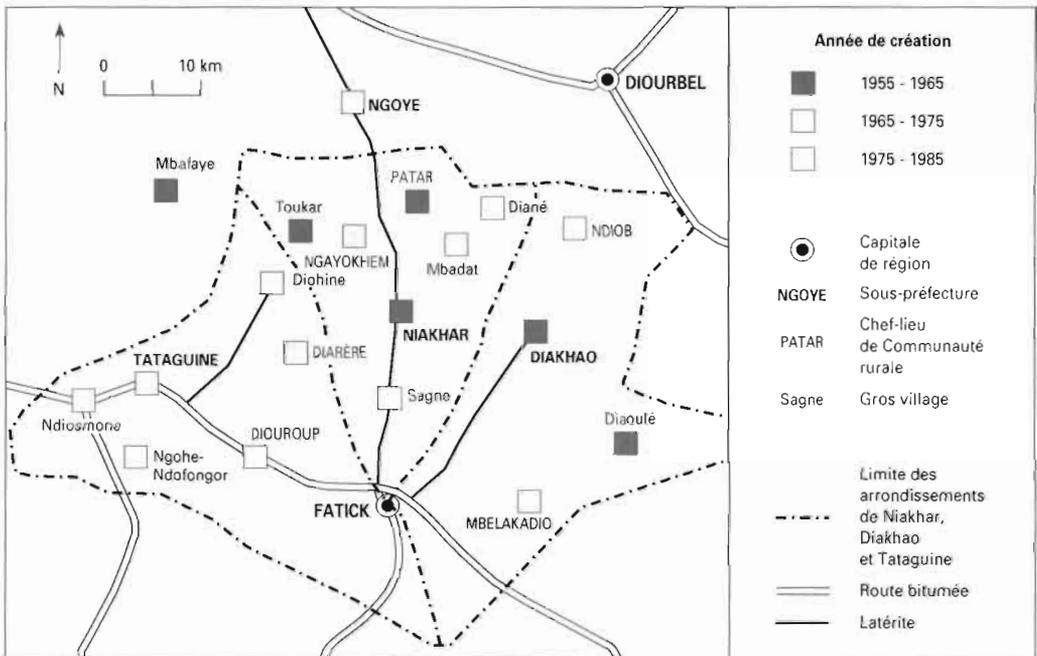


Figure 1

Les marchés hebdomadaires du Sine : année de création.

Devant le succès des marchés voisins, de nombreuses communautés villageoises du Sine ont souhaité créer leur marché hebdomadaire, parfois sans l'assentiment des autorités sous-préfectorales. C'est le cas de Sagne au sud de Niakhar, de Mbadat, de Ndiosmone sur la route de Mbour. Ces marchés de la « quatrième génération », presque spontanés, ne réussissent guère, soit parce qu'ils sont générés par des communautés villageoises trop petites, soit parce qu'ils sont trop proches d'un autre grand marché.

Aujourd'hui, dans les trois arrondissements du nord-ouest du Sine, on compte un marché pour 8 000 habitants. À la fin des années quatre-vingt, le Sine a même compté pas moins de 17 marchés (fig. 1). Il faudrait en plus ajouter les marchés importants de Mbafaye, Bambey, Ndiebel, Fatick et Gandiaye, dont l'aire d'influence empiète largement sur celle de Niakhar, Patar, Diakhao ou Toukar. Dans les années à venir, certains marchés existants disparaîtront probablement, en particulier ceux qui ne survivent que par une volonté administrative. Ils ne seront plus hebdomadaires, mais redeviendront sans doute de simples lieux d'approvisionnement quotidien pour quelques produits.

LES FONCTIONS ACTUELLES DES MARCHÉS RURAUX

Des enquêtes ont été menées dans treize marchés du Sine, sept dans l'arrondissement de Niakhar - Diané, Mbadat, Niakhar, Ngayokhem, Patar, Sagne et Toukar - et six qui géographiquement entourent cet arrondissement - Diarère, Diakhao, Diohine, Mbafaye, Mbokhodane et Ndiob. Un relevé du nombre de vendeurs a été effectué dans les treize marchés au mois de mai 1988. Les ambulants ont été repérés dans la mesure du possible, mais pas les vendeurs de bétail, ni l'origine géographique des acheteurs et vendeurs. Seuls les produits vendus sont connus, et nos enquêtes menées par ailleurs dans les villages indiquent dans quelle mesure les agriculteurs sereer sont impliqués dans l'activité commerciale des marchés.

Deux marchés sont quasiment inexistants, Mbokhodane et Sagne (moins de 5 vendeurs), et ne sont pas pris en compte ; à l'inverse, Mbadat qui accueille chaque vendredi 15 à 20 vendeurs, dont certains viennent d'autres villages, reste dans notre échantillon. Celui de Ngayokhem reste peu fréquenté, il regroupe moins de 100 vendeurs. Tous les autres marchés en totalisent au minimum 150, et attirent la foule.

Le marché des paysans

La répartition des vendeurs par type de produits est explicite : les marchés dans le Sine, y compris Mbafaye, sont d'abord des lieux où les paysans sereer ont la possibilité d'écouler leurs productions : récoltes, cueillette, produits du bétail, produits maraîchers, produits transformés. En effet, 53% des vendeurs fixes - ni ambulants, ni commerçants de bétail - présents dans les onze marchés de l'échantillon proposent des produits dits « du terroir ». Ce chiffre est en partie sous-estimé à la suite de problèmes de comptage dans certains marchés. L'alimentaire brut domine largement les produits du terroir (92% des vendeurs), par contre le secteur de la production transformée représente le cinquième du secteur de ces produits.

DES PRODUITS VENDUS SOUS FORME BRUTE

L'agriculture sereer est avant tout nourricière. Seule la vente par les paysans de fagots de bois, des résidus de récoltes, et des plantes médicinales ne ressort pas de l'alimentaire. Il n'est pas surprenant de voir le mil et, dans une moindre mesure le sorgho, écoulés en moyenne par 25% des vendeurs de produits de terroir, présents sur les marchés. En deuxième position viennent les condiments et les légumes (près de 22% de ces vendeurs) qui sont cultivés dans les vallées sèches de la région : certains marchés comme Ndiob ou Diarère, situés près des talwegs, mobilisent 17 à 20% de la totalité de leurs vendeurs dans ces produits.

Troisième grosse affluence, celle des vendeurs de produits de cueillette, principalement les feuilles et fruits pour l'alimentation humaine (près de 22% des vendeurs) : les marchés de Niakhar, Toukar, Patar et Mbafaye sont massivement approvisionnés par les paysans - les femmes en particulier - qui, désormais, n'hésitent pas à cultiver en plein champ des espèces auparavant marginales (oseille de Guinée - bissap - par exemple). L'arachide enfin, que ce soit sous forme brute ou transformée en huile, ressort également de l'alimentaire (14% des vendeurs des produits du terroir).

PEU DE PRODUITS ALIMENTAIRES TRANSFORMÉS

Les produits du terroir commercialisés le sont la plupart du temps sous forme brute. La petitesse des surplus céréaliers comme la faiblesse des productions annexes - maraîchage en particulier - expliquent cet état de fait. La vente de ce type de produits répond également au même souci : celui de se procurer des liquidités pour acheter une autre marchandise qu'on ne possède pas.

Dans ces conditions, il est plus simple et plus rapide de vendre une production brute, directement issue des réserves de la basse-cour, ou de la cueillette de la veille, que d'attendre, alors qu'on est dans le besoin, et de vendre un sac de mil pilé ou du lait caillé, pourtant plus rentables. Cette pratique reste le fait des femmes, dont le souci est surtout de gagner un peu plus d'argent pour satisfaire des besoins personnels et éventuellement améliorer l'ordinaire du plat quotidien.

Le marché hebdomadaire est une occasion de rencontres et de palabres, les hommes y passent volontiers la journée et consomment sur place leur repas de midi. D'où un secteur « restauration et friandises » très développé qui concentre près de 80% des vendeurs de produits transformés. Les rares femmes vendeuses de couscous se déplacent uniquement vers les grands marchés de Mbafaye et de Niakhar, où elles ont le plus de chances de le vendre, soit à des commerçants des villes, soit à des consommateurs qui ne cultivent pas de mil.

Le marché des commerçants

Les activités proprement commerciales sur les marchés du Sine concernent en moyenne 43% des vendeurs, parmi lesquels ceux de l'alimentaire sont minoritaires.

LA PRÉSENCE DES PRODUITS D'AUTRES RÉGIONS

La plupart des produits alimentaires vendus par des commerçants, détaillants ou grossistes, proviennent d'autres régions du Sénégal ou d'Afrique de l'Ouest : le poisson frais ou fumé de la Petite Côte, les mangues de la région de Thiès, le sel des salines de Kaolack, le pain industriel de Bambey ou Fatick, la cola de Guinée. Seuls la viande des bouchers et le pain artisanal sont produits sur place, le jour du marché.

Tous les autres produits proposés sur les marchés sont manufacturés et fabriqués à Dakar ou importés. Il s'agit principalement des tissus, des prêts-à-porter, des fripes (33% des vendeurs de produits manufacturés); des produits de bazar : piles, bics, savons, cahiers,... (24% des vendeurs); des produits d'équipement des cases et des concessions : quincaillerie, cordes, bassines, objets divers,... (19% des vendeurs); des produits de beauté et de la verroterie pour femmes (11% des vendeurs).

DE RARES SEREER COMMERÇANTS

Les agriculteurs sereer sont faiblement impliqués dans les activités commerciales du marché, ils sont avant tout clients et n'achètent aux commerçants de produits manufacturés que si, auparavant, ils ont vendu un peu de leur production. Les échanges sont très rigoureusement réglés. Les prix sont fixés à l'avance et il sera difficile de marchander. Le marché est alors l'expression des choix offerts au paysan, des contradictions que ce dernier véhicule : à la fois profiter du marché par l'exercice de son activité, mais aussi subir les rigueurs du commerce régional et national. La majorité des commerçants de métier sont soit d'une autre ethnie, en particulier toucouleur pour les tissus, soit sereer d'origine « urbaine », c'est-à-dire habitant Niakhar, Fatick ou Bambey.

Les agriculteurs sereer interviennent dans le commerce de détail, seulement dans certains secteurs, comme revendeurs ou détaillants - en particulier les femmes et les jeunes hommes. Sur les marchés du Sine, le pain artisanal, les fruits, le poisson séché ou fumé, la cola, les feuilles de tabac, le sel et, dans une moindre mesure, les produits de bazar et la verroterie sont vendus par des paysans sereer qui en font une activité de saison sèche. Ils achètent à des grossistes de Fatick ou Bambey, conservent leur marchandise dans leur case et la revendent le jour du marché, soit à un étal fixe, soit en déambulant dans les allées.

La vente de produits maraîchers représente sans doute le seul secteur qui se rapproche du commerce à part entière. Certains paysans disposent dans les fonds de vallées sèches de grandes superficies qu'ils vouent aux cultures maraîchères. Et chaque jour de marché, ils écoulent une partie de leur production. Eux seuls peuvent être considérés comme proches de la double activité, mais ils sont rares, car les problèmes de nappe phréatique salée sont dans la région quasiment insurmontables.

Les Sereer qui ont un rôle important et peut-être grandissant à jouer sur les marchés sont les forgerons, les tisserands, les tailleurs, et dans une moindre mesure les artisans du bois et du cuir. Si les tailleurs peuvent être concurrencés par l'arrivée massive sur tous les marchés des vendeurs de fripes ou de prêt-à-porter en provenance des pays industrialisés, les forgerons par contre connaissent un regain d'activité depuis la disparition du Programme agricole et de l'équipement des campagnes en matériel. Ce dernier très usé nécessite aujourd'hui de nombreuses réparations que seuls les forgerons sont à même d'effectuer. Ce sont eux, entre autres, qui fournissent également les pièces de rechange que le passant voit éparpillées à même le sol le jour du marché.

Les vendeurs de pièces détachées associés aux forgerons représentent en moyenne 3 à 4% des vendeurs présents sur les marchés, soit le pourcentage de gens de caste forgerons dans les arrondissements de Niakhar, Diakhao et Tataguine (BECKER, 1982 a et b). Cette simple comparaison montre combien actuellement cette catégorie d'artisans s'adapte à la demande des agriculteurs et profite du marché hebdomadaire pour écouler ses productions.

DES SEREER PLUS PRÉSENTS À L'AVENIR DANS LE COMMERCE ?

Tous les marchés du Sine sont d'abord des lieux d'écoulement des productions sereer. La démarche de la plupart des paysans ne consiste pas à rentabiliser leurs productions, mais à les échanger, selon le système traditionnel du troc. L'importance des échanges sur les marchés est le signe manifeste d'un déficit monétaire dans de nombreuses exploitations agricoles.

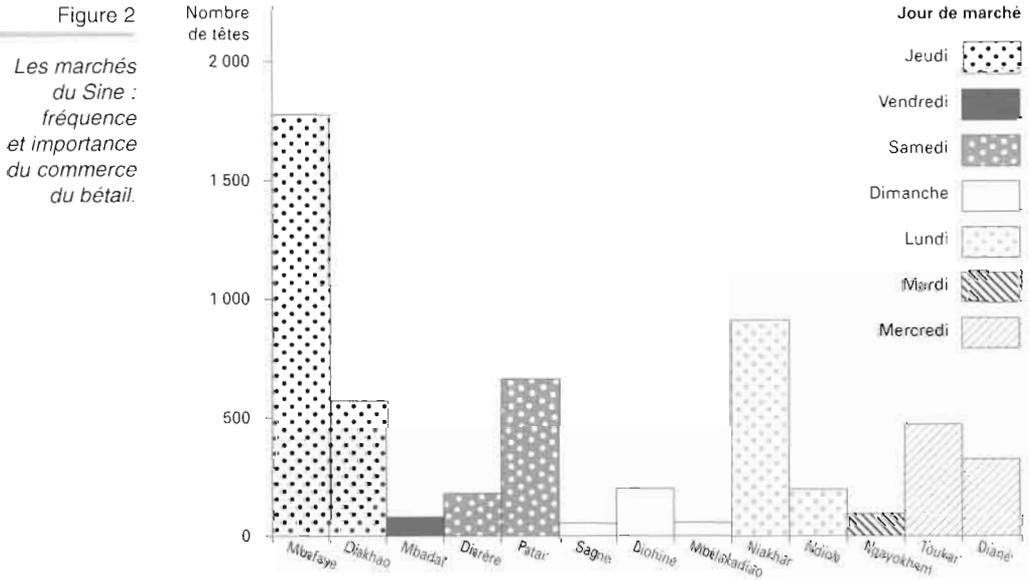
À long terme, la faible implication des agriculteurs sereer dans la transformation et la vente de leurs productions ainsi que dans le commerce et le transport des denrées peut-elle se muer en une volonté de prendre à leur compte ce secteur d'activités? Ce sera possible si les politiques alimentaires nationales commencent à favoriser les productions locales par une harmonisation des structures commerciales et des prix des céréales de toutes origines. Les marchés y gagneront en dynamisme commercial et les producteurs en rentabilité.

LES MARCHÉS : UN DÉBOUCHÉ POUR LES PRODUCTIONS NOBLES DE L'AGRICULTURE SEREER ?

Les céréales et le bétail sont sur les marchés sereer des productions comme les autres, parfois même dépassées par les produits maraîchers ou de cueillette. Quel que soit le critère retenu (vendeurs, fréquentation des points de vente, localisation géographique dans l'espace du marché), ces productions n'ont pas la place qui devrait leur revenir au regard de leur importance économique et sociale dans la paysannerie sereer. Cette relative marginalisation est d'autant plus remarquable que l'avenir des campagnes du Sine devrait passer par le développement de la commercialisation de tels produits à commencer par le marché et se poursuivre dans des filières appropriées.

Les ventes de bétail sur les marchés hebdomadaires

Le commerce du bétail se tient dans quelques places du Sine, auxquelles il convient d'ajouter deux marchés de première importance, Mbafaye à l'ouest et Bambey au nord. Hormis ces deux-là, seuls les marchés de Niakhar, Patar et Diakhao accueillent du bétail chaque semaine, Toukar et Diohine offrant très irrégulièrement quelques têtes (fig. 2 et 3).



Dans chaque marché, le bétail est regroupé selon l'espèce dans des lieux spécifiques, identiques d'une semaine à l'autre. Cette dispersion géographique du bétail traduit d'ailleurs une véritable spécialisation des commerçants de métier. Ainsi les Mauritaniens, jusqu'au mois d'avril 1989, étaient attachés au commerce des chèvres et des moutons, et ne s'intéressaient guère aux bovins, du moins dans le Sine.

LE MARCHÉ AUX BESTIAUX DE NIAKHAR

Le marché du bétail de Niakhar a été suivi chaque semaine du 27 janvier 1986 au 2 mai 1988, mais l'identification des partenaires des transactions ainsi que le relevé des prix après marchandage

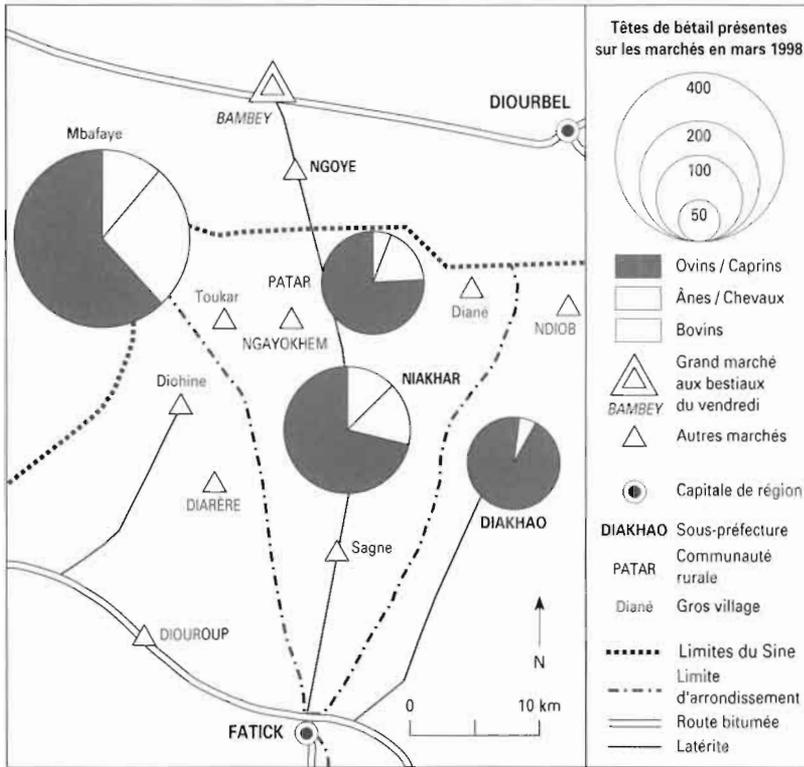


Figure 3

Les marchés hebdomadaires du Sine : les ventes de bétail.

n'ont été réalisés systématiquement qu'à partir du 9 mars 1987. D'autres marchés ont été visités, mais aucune série de données n'y a été relevée. Les échanges portant sur le gros bétail se déroulent aussi en dehors des marchés, dans les villages même. Ces transactions évidemment non recensées dans les enquêtes sur les marchés peuvent porter sur de nombreuses têtes.

Le prélèvement dans le cheptel sereer varie selon la saison. Il augmente en hivernage quand les chefs d'exploitation ont des problèmes de trésorerie et cherchent à vendre (LOMBARD, 1989). En saison sèche, ces derniers sont plutôt demandeurs notamment lorsqu'il faut faire face à des obligations, lors des cérémonies nécessitant des sacrifices par exemple. De même, durant la période qui précède les cultures, les paysans cherchent à se procurer des chevaux ou des ânes.

Les échanges de gros bétail sur le marché de Niakhar sont monopolisés par des Sereer : 87% des intervenants actifs - ceux ayant réalisé au moins une transaction et donc étant enregistrés dans l'enquête - sont sereer. 73% des intervenants sont cultivateurs, et parmi eux 76% habitent à moins de 10 kilomètres du marché. Les

agriculteurs sont répertoriés comme des personnes qui ne sont intervenues de façon active qu'une seule fois au cours des 57 jours de marché. Compte tenu de leur faible implication dans le commerce, et de leurs origines géographiques, nous en déduisons que la plupart sont paysans.

Les autres 27%, qui ne sont pas agriculteurs, sont des commerçants ou intermédiaires appelés souvent *téfanké*; ils sont intervenus au moins deux fois sur le marché. 57% d'entre eux sont sereer (40 sur 70) et 63% habitent à moins de 10 kilomètres de Niakhar. À quelques exceptions près, tous habitent dans un rayon de 20 kilomètres autour de Niakhar. Hormis les quelques commerçants d'une autre ethnie en provenance de Bambey, Fatick, Diakhao ou Kaolack, et qui ne viennent qu'une fois par an, le commerce de bétail, au départ de Niakhar, est presque entièrement aux mains des Sereer. Globalement, ces commerçants sont présents dans 84% des transactions de gros bétail. Dans 37% des transactions, ils échangent entre eux, contre seulement 16% entre paysans. De même, parmi les transactions effectuées entre paysans et commerçants, 67% se font dans le sens paysans-commerçants.

DES ÉCHANGES FAVORABLES AUX COMMERÇANTS

Le prix moyen d'un bœuf de quatre ans, en bon état, est en 1987-88 de 70 à 80 000 francs C.F.A. Si le producteur propose une bête en mauvais état, son prix peut diminuer d'au moins 20 000 francs. Cette baisse du prix ne s'opère pas aux dépens des seuls paysans. Il n'y a pas un prix-paysan et un prix-commerçant, le bétail est payé au prix réel, qui est fixé selon l'état et l'âge de la bête, quel que soit l'acheteur ou le vendeur. Les commerçants sereer, également agriculteurs, sont en fait confrontés aux mêmes difficultés en période de soudure.

Si un double marché du bétail se met en place, c'est surtout la conséquence d'un accès inégal à l'information sur les prix. Les commerçants et intermédiaires connaissent par habitude les différences de prix d'un marché à l'autre et jouent dessus. Ainsi peuvent-ils payer une bête à un prix jugé rémunérateur pour le paysan qu'ils revendront en fait plus cher à Mbafaye ou à Bambey.

Les paysans ne sont pas toujours au courant de toutes les variations et de toutes les subtilités; certains n'osent même pas se rendre sur les grands marchés, de peur de ne pas parfaitement maîtriser les conditions du marchandage. Sur le marché de Niakhar, ils se contentent de vendre ou de faire vendre leur bétail, qui dans la même journée peut être échangé entre commerçants plusieurs fois de suite.

LE MARCHÉ DE PETIT BÉTAIL

Le commerce du petit bétail regroupe de loin les échanges les plus nombreux, à Niakhar comme à Diakhao ou à Patar. On peut y voir au cours de la saison sèche entre 100 et 200 petits ruminants. Il est très difficile de distinguer les vendeurs des acheteurs, cela d'autant plus que le marchandage s'opère au milieu des bêtes.

À la différence des marchés de gros bestiaux, celui des petits ruminants est fréquenté par de nombreux paysans. Les chèvres et les moutons sont achetés ou vendus par les chefs de cuisine et les jeunes hommes dépendants, rarement par les femmes qui passent plutôt leurs commandes. Les sommes échangées sont moins élevées que pour le gros bétail, on discute entre paysans, et le marchandage y est plus aisé.

Les Mauritaniens étaient jusqu'en 1989 très présents dans ce commerce, souvent avec de belles bêtes et des troupeaux importants. En fait, ces commerçants de métier rachetaient et revendaient en fonction du marché dakarais. Il existe aussi des commerçants sereer de petit bétail, dont le rôle s'est accru après le retrait massif des Maures en 1989. La plupart d'entre eux écoulent le bétail de leur village contre une commission.

Le commerce de bétail sur le marché de Niakhar montre que la société sereer est en économie de semi-subsistance : les échanges de petit bétail correspondent avant tout au souci de se procurer de l'argent, pour la satisfaction de besoins impérieux. Rares sont ceux, comme le faisaient les Maures, qui profitent de la fête de la *Tabaski* (fête du mouton) pour engraisser des béliers et les revendre en ville. La vente de gros bétail est plus rare, mais le marché offre à ceux qui pratiquent l'embouche bovine un débouché très rémunérateur.

Les ventes de mil et d'arachide sur les marchés : la dépendance paysanne

À l'instar du commerce de bétail, celui du mil sur le marché de Niakhar atteste une économie de subsistance en train d'évoluer vers une économie de marché : les paysans produisent un peu plus que le nécessaire et se trouvent ainsi disposer occasionnellement d'un surplus échangeable (COURTY, 1965). Des agriculteurs sereer qui cherchent délibérément et régulièrement à obtenir un excédent pour vendre se rencontrent, mais ne sont pas nombreux. Les femmes se comportent comme de perpétuelles vendeuses de mil, alors qu'elles n'écoulent bien souvent que quelques kilos de la récolte du chef de famille.

LE MIL, UNE PRODUCTION PEU VENDUE

En pays sereer, le mil est encore et avant tout destiné à la consommation, même si son commerce semble important sur les marchés. Dans ces conditions, les échanges sur le mil ne procurent pas tous les avantages aux producteurs qu'ils pourraient en retirer. Ils s'exposent aux variations très fortes du marché, sur lesquelles ils n'ont aucun contrôle.

Les motivations et la provenance des vendeurs démontrent que la vente de mil est très conjoncturelle. Mises à part les femmes qui déclarent peu leurs ventes, les grosses ventes sont le fait des hommes et surtout des chefs de cuisine. En 1985-86, 17% des cuisines de notre échantillon ont vendu du mil : 60% des vendeurs provenaient des deux villages les plus sinistrés. Pour compenser leur déficit monétaire cette année-là, les paysans ont dû vendre du mil. Les plus grosses ventes représentent entre le quart et le tiers de la récolte, ce qui est énorme et contribue à entretenir le cycle ventes-soudure (LOMBARD, 1993). Dans les trois autres villages, les ventes de mil ont été faibles, et les besoins en numéraire couverts par d'autres revenus.

Selon P. COURTY (1965), une production marchande infime garde un caractère analogue à celui de la production de subsistance : le fruit de la vente de quelques sacs est affecté à un besoin précis, les quantités vendues sont fixées à l'avance et en fonction des prix des biens désirés, et le moment de la vente coïncide avec celui où le besoin est ressenti. Ce qui compte, ce n'est pas de vendre au meilleur prix, dans un des marchés environnants, mais de vendre, à un prix proche de celui dont le vendeur a entendu parler, la quantité qui permettra de satisfaire un besoin sur le marché le plus proche.

DES COURS DIFFÉRENTS D'UN MARCHÉ À L'AUTRE

Chaque marché a un cours du mil propre et différent du marché voisin, même si les écarts ne sont pas très importants. Ainsi, le cours du mil au marché de Toukar est toujours inférieur de quelques francs à celui de Niakhar. Ces variations de prix d'un marché à l'autre sont entretenues par les pratiques des producteurs qui écoulent irrégulièrement leur mil sur le même marché, et qui ne tirent pas profit des différences de prix. Le paysan ne perçoit pas l'intérêt de faire des kilomètres pour vendre sa production, et par là-même il fixe des limites étroites à la production et à la consommation.

Au niveau supérieur, les commerçants - et plus rarement quelques agriculteurs - vendent et achètent sur plusieurs marchés. Ils connaissent les différences de prix - ils disposent de l'information, de moyens pour se déplacer avec leurs stocks - et en profitent.

Eux aussi contribuent à faire varier les prix des céréales sur les marchés. P. Couty parle d'un véritable dualisme des échanges qui voit se superposer aux petites zones juxtaposées de commercialisation des céréales, des mouvements de grande ampleur reliant les marchés ruraux et les marchés urbains.

DE TRÈS FORTES VARIATIONS DES PRIX SUR UN MÊME MARCHÉ

À ces disparités dans l'espace des cours du mil, s'ajoute une variation du prix du mil dans le temps sur le même marché. L'unité de mesure de mil est le pot de 500 grammes, ancienne boîte de conserve à tomates reconvertie. Le prix du mil a été systématiquement relevé sur le marché de Niakhar du 27 janvier 1986 au 2 mai 1988. À Toukar, le cours du mil n'a été enregistré que du 10 février au 30 mars 1988. Pour les autres marchés, nous ne disposons que de données éparses issues de relevés irréguliers.

Sur le marché de Niakhar, la tendance générale se caractérise par une hausse du prix du mil en fin de saison sèche et pendant l'hivernage, et par une baisse soudaine après la récolte. L'offre et la demande sont fonction de plusieurs données :

- le niveau de la production vivrière ;
- les besoins en numéraire des paysans ;
- le niveau des emprunts réalisés auprès des commerçants et agriculteurs revendeurs.

En 1985-86, les agriculteurs du nord de l'arrondissement de Niakhar ont vendu leur mil plus que de coutume. Par manque de semences, la commercialisation des arachides a peu rapporté. L'offre en céréales s'est alors maintenue à un bon niveau jusqu'au mois de juin, où le prix du kilo n'atteignait que 65 francs CFA. La récolte de 1986 a été moyenne, mais les emprunts contractés par les paysans n'ont pas été trop lourds : en octobre et novembre, le prix du mil était encore élevé pour la saison (70 francs par kilo). La demande s'est par contre accrue au cours de la saison sèche, au moment de la « traite » en particulier, par suite de l'interdiction des marchés pour cause de choléra. Le prix est alors monté jusqu'à 120-130 francs par kilo. Durant l'hivernage 1986, il est supérieur de 33 % à celui de l'année précédente (100 francs en 1985-86). La récolte de 1987 a été d'un très bon niveau : les ventes après la récolte se sont multipliées et le prix du mil est descendu à 35 francs, pour remonter dans les mois qui ont suivi à 65-70 francs.

L'instabilité des cours est entretenue par les interventions d'acteurs très variés. Ainsi en 1986, la perspective d'une récolte vivrière d'un bon niveau a obligé les agriculteurs-revendeurs à écouler à perte

leurs stocks dans les jours qui ont précédé la récolte : en une journée, le cours du mil a perdu plusieurs dizaines de francs.

D'autres événements retentissent sur le prix du mil. Les fêtes religieuses sont l'occasion de préparatifs intenses et coûteux. Le mil est très demandé en ville, mais son prix n'évolue guère dans les campagnes. Les vrais bénéficiaires sont les commerçants informés qui ont la possibilité d'acheminer en ville de grosses quantités de mil au moment opportun. Les mêmes évitent également de se retrouver avec leurs stocks invendus, quand les camions remplis d'aide alimentaire viennent déverser leur marchandise dans les bourgs ruraux.

COURT-CIRCUITER LES COMMERÇANTS ?

Pour les producteurs, la seule possibilité de profiter quelque peu du différentiel de prix entre la campagne et la ville est de court-circuiter les échelons inférieurs ou supérieurs de la filière de commercialisation (YUNG, 1984). Les femmes qui vendent du couscous dans les villes proches, les hommes qui écoulent leurs surplus à Dakar par l'intermédiaire de la famille installée en ville, voilà autant de tactiques à court terme qui permettent de gagner de l'argent, mais qui ne répondent pas toujours à un souci d'étalement dans le temps son intervention sur le marché.

LE COMMERCE DE L'ARACHIDE

Pour les ventes d'arachides, le même constat que pour celles de mil s'impose. Les cours varient fortement d'une semaine sur l'autre. Dans le contexte de désengagement de l'État et de diminution des quantités de semences distribuées dans le cadre du Programme agricole, les paysans et en particulier les dépendants et les femmes doivent compenser la baisse de ces fournitures par des achats. La demande est permanente, car les producteurs ont constamment le souci, avant les premières pluies, de s'approvisionner en semences. Parfois, ils le font le jour même de la première pluie. La meilleure solution pour le petit producteur serait de s'approvisionner au moment de la récolte, lorsque les prix proposés sont bas : par manque de numéraire, c'est tout le contraire qui se produit, tous les producteurs procédant alors à des ventes d'arachide.

Sur les marchés de Niakhar, Patar, Diakhao et Mbafaye, les vendeurs d'arachide sont toujours nombreux et représentent en moyenne entre 7 et 10% des vendeurs installés, soit la troisième plus grosse affluence. L'arachide constitue un moyen de se procurer, en toutes saisons, des ressources monétaires, notamment par le biais de la vente de l'huile artisanale.

L'AVENIR DES MARCHÉS RURAUX DANS L'ÉCONOMIE SÉNÉGALAISE

Il n'y a pas vraiment de réseaux de marchés au sein du Bassin arachidier, comme le souligne R. VAN CUI-BONNARDEL (1977), de marchés dominateurs qui regroupent les produits collectés dans d'autres marchés, à l'égal des marchés du Togo (LEBRIS, 1984).

Dans le Sine, chaque marché étend son influence sur les environs immédiats. Pour les communautés villageoises qui disposent d'un marché relativement actif, la tenue du marché permet à des villageois de vendre des produits ou leurs prestations (forge, tissage), et *in fine* apporte de l'argent dans le village. Dans les gros bourgs, des paysans viennent de loin, des commerçants arrivent des villes voisines (Bambey, Fatick, Kaolack), une activité de transport se développe, et une partie des retombées de cette activité bénéficie à la communauté villageoise.

Dans cette logique toute territoriale, chaque village, chaque chef de village souhaite avoir son marché, d'où le développement sans précédent des marchés dans les années quatre-vingt. La concurrence est cependant trop forte, et les jours encore libres dans la semaine n'existent plus. Les communautés villageoises sont trop petites et la demande trop faible. En termes de développement régional du Sine, les autorités devraient veiller à limiter les marchés hebdomadaires à un par Communauté rurale peut-être. Pour pallier le manque à gagner de certains villages voisins, faut-il imaginer un reversement à ces communautés villageoises d'une partie des taxes prélevées auprès des commerçants le jour du marché? D'autres actions plus macro-économiques devraient être conduites pour stabiliser les cours des céréales, esquisser l'amorce d'un réseau de collecte des céréales sur les marchés ruraux. Pour cela, il est nécessaire de dynamiser le commerce des céréales, d'aider les producteurs et les commerçants, de valoriser les céréales locales en ville.

Les échanges portant sur le bétail sont les seuls qui, aujourd'hui, fonctionnent selon une hiérarchisation des marchés et un réseau (fig. 3), dont Mbafaye et plus encore Bambey représentent les pôles moteurs. Mbafaye regroupe chaque semaine en moyenne 400 à 500 têtes de bétail, alors qu'à Niakhar, Patar et Diakhao, il n'y en a en moyenne que 200 à 250.

Deux niveaux de marchés à bétail sont repérables :

d'une part, les marchés de collecte primaire qui concentrent le bétail des villages environnants - Niakhar, Patar et Diakhao ;

d'autre part, le marché de regroupement des bestiaux achetés sur les marchés du premier niveau, en particulier pour les bovins - Mbafaye et surtout Bambey.

Tous les autres petits marchés ne s'insèrent pas dans ce réseau, hormis peut-être Toukar, et ne constituent que des lieux d'échanges villageois traditionnels.

Progressivement, les marchés sont devenus des lieux d'activités anciennement dévolues aux organismes d'État, notamment l'approvisionnement des paysans en semences d'arachide, le commerce de céréales, les ventes de matériel agricole. Ces échanges de produits se règlent désormais selon la loi de l'offre et de la demande qui contribue d'une certaine façon à accroître les disparités entre producteurs.

Incontestablement, les marchés y ont gagné en affluence et en activité. Compte tenu des besoins des populations en argent et en produits de toutes sortes, le rôle des marchés ne devrait que s'accroître. À terme, des filières de produits vont sans doute apparaître, au départ informelles, puis peu à peu organisées et maîtrisées. Le retour de l'État dans les campagnes du Bassin arachidier, et particulièrement en pays sereer, passera par l'aide aux producteurs et aux commerçants, par la mise en ordre de l'anarchie géographique des lieux de marchés, par la stimulation de filières hiérarchisées.

Paysans sereer

Dynamiques agraires et mobilités au Sénégal

