

SYLVIE BREDELOUP

AGRIPAC ET SES LENDEMAINS AU PAYS DE LA BANANE PLANTAIN

Dans quelle mesure le commerce peut-il permettre à une ville ivoirienne (Dimbokro) en déclin d'entrer en contact avec un nouvel espace et de rompre ainsi son isolement ? Peut-on envisager un renouveau économique par l'intensification des échanges ou l'ex « cité du bonheur » est-elle condamnée à vivre continuellement sous perfusion ? Quel impact peuvent avoir les initiatives locales des acteurs privés dans la dynamique économique à l'heure où les tendances lourdes de l'économie ivoirienne ne laissent entrevoir que peu d'espoir ? Telle était la problématique qui m'a conduite à m'intéresser à l'approvisionnement urbain en produits vivriers et plus particulièrement au négoce de la banane plantain. Mettre en lumière les capacités d'innovation et d'adaptation des populations autochtones et immigrées qui, profitant de la conjoncture créée par l'installation d'un complexe textile et le déplacement de l'économie de plantation, établissent de nouveaux circuits, élargissent leurs réseaux sans qu'aucun soutien efficace ne soit apporté par l'Etat, constituait un objectif à part entière. Dans cette perspective, il importait de reconstituer tout un pan de l'histoire de la ville et du négoce.

Signalons au préalable que cette tentative demeure partielle ; elle prend fin en 1987, de sorte que les interprétations, pour prendre tout leur sens, doivent être datées et situées géographiquement. Le 9 juillet 1987, la tonne de cacao se traitait à

1 400 livres sterling, le paysan ivoirien était payé 8 francs (français) le kilo. La Côte d'Ivoire occupait près de 40 % du marché mondial. Le 31 décembre 1989, la tonne ne valait plus que 650 livres sterling et le gouvernement décidait la baisse du prix au planteur. Le paysan ne vendait pas son produit plus de 3 francs le kilo et la Côte-d'Ivoire n'occupait plus que 20 % du marché. Les cultures d'exportation ne rapportent plus ni aux planteurs, ni à l'Etat (G. Courade, 1990). Houphouët Boigny a perdu la « guerre du cacao » (Gombeaud, Moutout, Smith, 1990). Aussi peut-on s'attendre à ce que les planteurs modifient au fil des années leurs pratiques pour assurer la vie quotidienne de leur famille. Demain peut-être, d'aucuns pourront montrer que de nouvelles pratiques commerciales ont émergé, s'adaptant à de nouvelles conditions de marché créées notamment par la chute des cours du café et du cacao. Si la banane plantain demeure un sous-produit de la cacaoculture, elle pourra s'imposer de plus en plus comme source principale de revenus pour le paysan et devenir une culture de rente, induisant, de fait, de nouvelles pratiques marchandes. Des travaux récents menés au CNEARC au Cameroun montrent depuis 2 ou 3 ans une forte extension de la culture du bananier hors association culturelle dans la province du sud-ouest qui traduit la volonté des paysans de commercialiser davantage de plantain. « Ce qui intéresse l'agriculteur n'est pas d'obtenir une grosse somme d'argent en une seule fois mais plutôt de petites sommes toute l'année » (Lendres, 1990). Condition que remplit la culture du plantain qui produit tout au long de l'année.

Parce que la banane-légume constitue la base de l'alimentation locale, au même titre que l'igname et le riz, sa commercialisation peut être révélatrice des comportements particuliers des négociants dans une région déficitaire en produits vivriers. Le plantain occupe la seconde position après le riz quant aux quantités achetées. Le foutou banane demeure le plat le plus courant et le plus apprécié par les populations forestières agni qui sont bien représentées à Dimbokro. Après l'igname, le plantain constitue la deuxième production vivrière en volume avec en 1984 un million de tonnes (soit un volume cinq fois supérieur à celui du cacao).

Une histoire de la commercialisation du plantain, « le pagne du cacao »

La banane plantain fut introduite dans la région de Dimbokro en association culturelle lors du développement des cultures arbustives de cacao. Selon un proverbe baoulé, « la banane plantain supporte les enfants des pauvres ». Elle avait pour fonction essentielle d'apporter ombrage aux plants et de satisfaire les besoins d'autoconsommation des manoeuvres.

1950-1970 : Alternance de deux circuits traditionnels

Dans les années soixante, deux circuits de distribution se succédaient au rythme des saisons : un circuit de vente direct du producteur au consommateur en période d'abondance (mai-février), intervention d'intermédiaires dans la vente en période de pénurie (mars-avril). La banane était commercialisée par les épouses des planteurs en fonction de leurs besoins de trésorerie. Elles quittaient leur village en groupe pour se rendre à pied sur le marché de Dimbokro ; leur mode de locomotion conditionnant la quantité écoulee. Ce commerce restait donc aléatoire, non spécialisé. Un jour, elles étaient au champ préparant le terrain pour enfouir les buttes d'ignames, le lendemain, elles vendaient le surplus de piments ou de gombos. Il arrivait parfois qu'elles écoulaient leur production en chemin, avant d'avoir rejoint l'aire marchande. A cette époque, quelques planteurs de café et cacao, en partance pour les hangars de stockage des gérants de maisons de commerce, complétaient leur chargement par une dizaine de régimes de bananes qu'ils écoulaient en cours de route. Opération fructueuse : le coût de transport était répercuté dans le prix de vente de la banane et refacturé à l'Etat. Autrement dit, la banane constituait à la fois un sous-produit agricole et commercial de la cacao-culture et Dimbokro devenait pendant la traite un centre de redistribution de la banane vers Abidjan. Trajet terminal par la route, trajet principal par la voie ferrée résumaient les modalités de transport nécessaires à cet acheminement.

En période de soudure, quand les planteurs avaient épuisé leurs propres réserves en les consommant ou en les diffusant

trop rapidement, ils venaient s'approvisionner sur le marché urbain. C'est dans ce contexte, semble-t-il, que la fonction d'intermédiaire s'est développée. Cependant, il n'a pas été possible de dater avec précision l'arrivée de ces nouveaux agents économiques. Si on sait que l'accroissement rapide de la population urbaine et des ressources dans le cercle de Dimbokro eut des conséquences sur l'émergence de nouveaux circuits commerciaux et sur l'évolution des styles alimentaires, il semblerait que ces changements s'opèrent plusieurs années après l'explosion démographique et économique de la région. Des négociantes interrogées lors d'entretiens racontent qu'elles ont commencé à commercer il y a vingt-cinq, trente ans, alors que la banane abondait. D'autres encore ont été initiées à la profession par leur mère qui la pratiquait déjà dans les années cinquante, cinquante-cinq. Mais l'analyse chronologique n'a pas permis de remonter plus loin auprès des planteurs dans l'histoire économique des échanges. Installées en zone urbaine, ces femmes achetaient une à deux tonnes de bananes qu'elles revendaient au détail auprès des consommatrices. Elles sillonnaient la forêt à bord de 404 Peugeot qu'elles avaient louées avec chauffeur à des propriétaires de véhicules domiciliés à Dimbokro. Un ou deux arrêts suffisaient pour réunir le chargement. La production de bananes resta très accessible par la route tout au long des années soixante, soixante-cinq. Ce nouveau dispositif commercial caractérisé par la prolifération des agents plutôt que par l'augmentation de la productivité de quelques-uns, prit un essor rapide.

Le circuit direct fut supplanté par cette nouvelle organisation marchande après y avoir été associé selon une alternance saisonnière. Certes, les femmes des planteurs continuèrent à écouler leur faible production en période de forte récolte sur le marché local. En revanche, les planteurs qui avaient intégré opportunément la vente de banane plantain dans leur parcours furent fortement concurrencés par ces nouvelles commerçantes. Celles-ci prirent l'initiative d'aller au devant des producteurs en visitant les villages et au devant des transporteurs en louant leurs services, contrôlant ainsi vente et transport et utilisant un capital plus important que celui possédé par le planteur ou son épouse dans l'affaire.

Paradoxalement, la création d'un circuit supplémentaire AGRIPAC, à caractère étatique, contribua au renforcement du circuit indirect alors qu'il était appelé à remplacer cette structure privée et dite « traditionnelle », à moyen terme.

1972-1982 : Un essai de rationalisation des circuits de distribution du vivrier avec AGRIPAC ⁽¹⁾

A l'issue d'une analyse effectuée en 1971 sur le système commercial en place qualifié d'« anarchique », de « totalement inorganisé », d'inefficace pour répondre à l'accroissement des besoins alimentaires urbains, incapable de mobiliser le surplus de production et supportant trop d'intermédiaires, une réforme commerciale fut engagée (réforme de la commercialisation des produits vivriers, Ministère de l'Economie et des Finances, avril 1971). Elle portait sur les vivriers locaux et les produits frais importés et devait assurer une juste confrontation de l'offre et de la demande selon les principes de l'économie libérale. Elle débuta le 10 mai 1972 avec la création d'AGRIPAC, société d'économie mixte dont le capital (600 millions de francs CFA) était réparti entre la SONAFI (Société Nationale de Financement Industriel) (60 %), l'Etat (34 %) et les chambres consulaires.

La société AGRIPAC avait pour objectif principal de pallier les carences de la structure « traditionnelle », d'affronter avec efficacité le problème vivrier ivoirien :

- en mettant à disposition des agents économiques de nouvelles infrastructures de collecte, stockage, distribution (entrepôts, silos, marchés, magasins de stockage et de vente) et transport (flotte de 80 camions d'une capacité de 500 tonnes environ) ;
- en intervenant directement dans le circuit commercial par l'implantation de structures décisionnaires chargées d'organiser la collecte, d'assurer les échanges inter-régionaux, de prévoir un approvisionnement régulier des marchés urbains et de fixer les prix (production, commercialisation, consommation).

(1) Programme d'Actions pour l'Agriculture.

A ce stade, AGRIPAC cumulait les fonctions d'expéditeur, de grossiste, de transporteur, de détaillant et rivalisait pleinement avec les différents agents du système « traditionnel ». Son intervention fut malheureuse. La société devait assister, former, organiser les opérateurs déjà en place. En réalité, elle fut perçue par ces derniers comme un concurrent dangereux, bénéficiant de fonds publics, qu'il s'agissait de gruger.

Au stade de la production

Au niveau de la production, la déception fut grande. La société AGRIPAC avait entre autres missions celle de favoriser la paysannerie par des prix incitateurs, supérieurs aux coûts de production. Aussi, les planteurs avaient-ils espéré vendre le plantain à des conditions plus intéressantes que celles proposées par les négociants habituels. Or, AGRIPAC n'était pas en mesure, dans sa réforme, de fixer les prix à la production, ne pouvant s'appuyer sur des études de prix établies sur une longue période. Les fluctuations de production dans le temps (pénuries relatives) et dans l'espace (déséquilibre régional) n'avaient pas été minutieusement intégrées dans le calcul des prix qui ne variaient guère en fonction des conditions du marché. Ils étaient fixés en théorie en début de campagne ; cependant des variations « suspectes » étaient à signaler d'un paysan à l'autre au sein d'une même région : AGRIPAC n'était pas à l'abri de la corruption de ses agents. Le système de pesée (balance) par ailleurs mis en place pour les transactions n'était pas sans rappeler de mauvais souvenirs (abus de certains traitants européens et libanais dans la pesée des sacs de café-cacao avec balances faussées) à certains planteurs.

Au stade de la distribution

Les commerçantes quant à elles profitèrent de la structure AGRIPAC sur plusieurs tableaux. Dans un premier temps, elles firent affaire avec les producteurs hostiles à l'action AGRIPAC ou avec ceux qui en avaient fait les frais. Ces derniers n'étaient plus dans un rapport de force favorable pour poser leur conditions financières et les négociantes purent en profiter. Si bien qu'elles posèrent leurs conditions d'achat et acquirent la marchandise à bas prix. Dans un second temps, elles déjouèrent l'organisation

mise en place par la Société d'Etat au niveau de la vente. Observant que les stands de vente AGRIPAC disséminés dans les pays (une quarantaine) proposaient en faible quantité du plantain à un faible prix au détail, elles s'employèrent régulièrement à racheter la totalité de la marchandise. Cette opération leur permit ainsi de détenir le monopole du commerce et de fixer entre elles de nouveaux prix, plus élevés à la consommation.

Un autre élément joua un rôle décisif à l'encontre d'AGRIPAC : les consommatrices avaient l'habitude d'effectuer leurs achats sur les marchés publics ; même compétitifs, les prix dans les boutiques d'AGRIPAC avaient dans ce contexte peu d'incidences sur les prix à la consommation. C'est sur le marché que les agents AGRIPAC auraient dû s'installer pour attirer la clientèle. Dans une société où règnent le colportage et le démarchage à chaque coin de rue, il n'était pas pensable d'attendre le client dans son magasin. La réforme échoua ; elle devait alléger les circuits commerciaux en limitant notamment le nombre d'intermédiaires. C'était sans compter sur la capacité de réponse des « agents traditionnels » qui intégrèrent la société AGRIPAC comme intervenant supplémentaire dans leur filière de commercialisation.

Au stade du transport

De surcroît, les commerçantes firent jouer la concurrence au niveau des transports. Avant la création d'un parc automobile AGRIPAC, les conditions de négociation avec les transporteurs locaux s'étaient révélées délicates surtout en période de traite où ces derniers privilégiaient le transfert du café-cacao dans les entrepôts. L'arrivée sur le marché d'une flotte « d'Etat » modifia les données au profit des vendeuses qui s'appliquèrent à faire descendre les prix. Dans les entretiens, les commerçantes âgées insistent sur l'intérêt qu'il y avait à l'époque à utiliser les services d'AGRIPAC pour le transport de la banane. Les camions étaient neufs, en état de marche, révisés fréquemment, les chauffeurs en situation régulière. Les relations entre les contractants reposaient sur la confiance ; en cas de problème, il n'y avait pas de difficultés à trouver un interlocuteur. Et enfin, la vendeuse n'était pas autant sollicitée par les agents de la police et des Eaux et Forêts qu'aujourd'hui.

La tentative d'étatisation de la distribution du plantain et des autres vivriers se solda par un échec. La société AGRIPAC n'avait pas su aménager une collaboration effective avec les agents économiques en place, producteurs ou négociants. Or, pour mettre à disposition des consommateurs, des produits moins onéreux que les marchandises diffusées par les filières habituelles, des modifications radicales s'imposaient au stade de la production. Les actions visant à développer une production régulière, abondante, bref industrielle échouèrent. Et il fut impossible de « moderniser » la distribution. AGRIPAC n'avait pas apprécié à sa juste valeur la force de réaction, la souplesse de fonctionnement des opérateurs dits traditionnels. Grande structure commerciale rigide, elle s'était révélée incapable de faire face à cette hostilité. Déjà en son sein, elle rencontrait des difficultés d'organisation et de gestion financière liées à son organisation, ses charges (nombreux agents, salaires élevés, décentralisation des décisions, équipements onéreux et sophistiqués nécessitant une maintenance importante). Un système moderne ayant pour cible le marché intérieur avec des structures lourdes et devant supporter des charges de fonctionnement ne pouvait pas tenir le coup. En effet, déjà le fonctionnement des chambres froides, pour la conservation des vivriers, entraînait des prix de revient hors de portée des ménagères ivoiriennes. La société fut dissoute en juin 1980 dans le cadre de la réforme des Sociétés d'Etat, qui dénonça la déviation enregistrée entre la politique et les réalités commerciales.

Il a été reconnu que l'intervention directe de l'Etat dans les échanges commerciaux avait perturbé le fonctionnement du marché en faussant la formation des prix, en paralysant les différents partenaires économiques et en entraînant l'Etat dans des dépenses inconsidérées eu égard au service rendu. Dès lors, la politique du Ministère du Commerce en matière de commercialisation des produits vivriers a évolué. Au cours du VII^e congrès du PDCI-RDA, le chef de l'Etat rappelait que « l'Etat n'était ni entrepreneur, ni commerçant », la politique commerciale devant reposer sur les règles de l'économie libérale. Dorénavant seront mises en place les conditions nécessaires à une plus grande participation des opérateurs privés dans ce secteur. L'objectif est d'assurer une bonne circulation de l'infor-

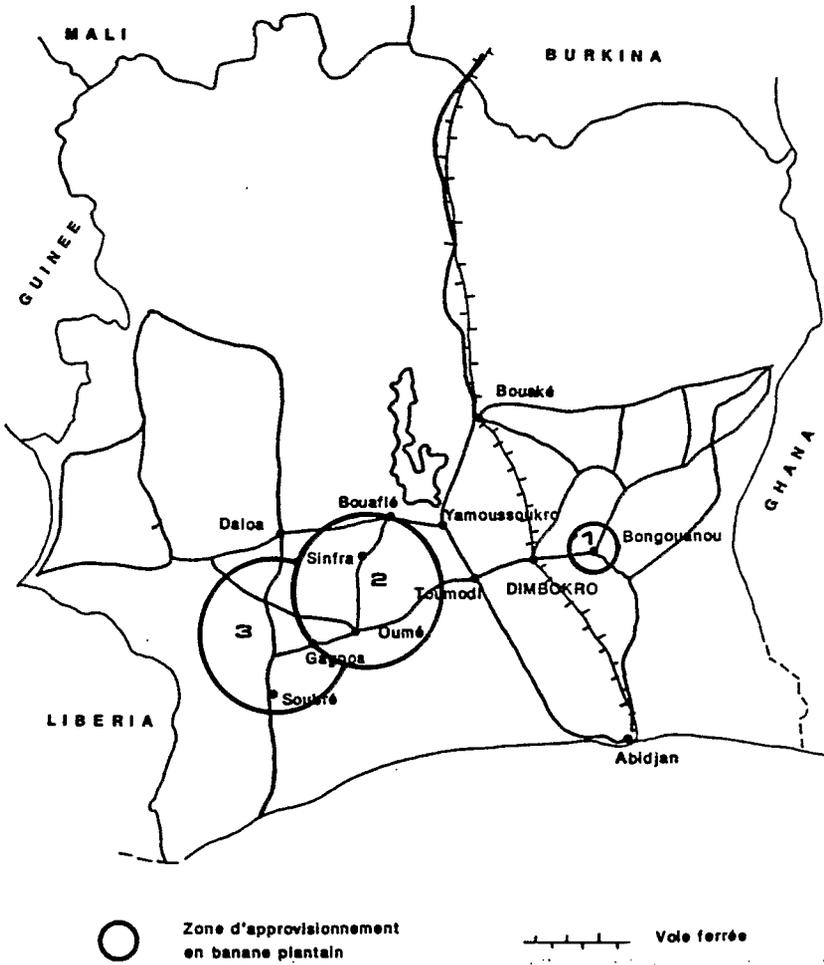
mation entre les différents agents économiques de manière à rééquilibrer les rapports de force et d'équiper le territoire national en marchés et postes de collecte afin d'activer les flux de marchandises. L'Etat cantonnera son rôle à l'animation du secteur commercial.

En définitive, les tentatives de restructuration du commerce vivrier furent un échec. Les « circuits modernes » mis en place se sont révélés incapables d'ajuster l'offre à la demande, de s'adapter au coup par coup aux nouvelles conditions d'échange, de réagir efficacement à une diffusion irrégulière des moyens et des revenus dans l'espace et le temps sans créer une situation de monopole. Le système commercial en place n'a pas cessé, quant à lui, de fonctionner. Ce dernier a trouvé une certaine stabilité et efficacité en optant pour la multiplicité des agents et des échelles d'activités, ce qui a permis aux mécanismes de concurrence de jouer effectivement. Dans ce système, l'entraide préside aux rapports entre partenaires commerciaux qui s'insèrent dans des réseaux sociaux plus vastes. Les phénomènes de concurrence sont en partie freinés, modulés du fait des liens privilégiés qui les unissent.

Disponibilité, souplesse sont les deux atouts du système dit « traditionnel » qui supporte largement une demande atomisée et ponctuelle. Son fonctionnement est basé cependant sur un fort coefficient de travail pour un coefficient de capital plus faible par travailleur. Le niveau des investissements reste d'autant plus limité que les moyens financiers mis en oeuvre par l'Etat demeurent contraignants et ne favorisent pas la pratique des crédits. Malgré la menace qu'il représente pour « la santé économique et sociale du pays », le secteur commercial privé s'est maintenu. Certains circuits périclitent, d'autres se renforcent ou se développent. Des ménagères saisissent une opportunité et s'improvisent commerçantes pendant que d'autres se reconvertissent. En l'absence d'une stratégie d'ensemble bien souvent, les circuits commerciaux se structurent au gré des besoins de la clientèle, des opportunités des négociants et des emplois du temps.

1975-1985 : éloignement des zones de production et réorganisation du circuit commercial traditionnel

Les vendeuses ne s'approvisionnent plus dans les départements voisins ni n'écoulent leur production domestique. Le déplacement des zones de plantation vers l'Ouest a bouleversé les circuits existants. Ceux-ci se sont allongés en temps et dans l'espace intégrant de nouveaux intervenants et des catégories professionnelles supplémentaires comme les grossistes et les détaillantes. En affirmant leur fonction de grossiste, les acheteuses-revendeuses d'antan ont dû s'adapter à la nouvelle distribution géographique des zones de production. Cette reconversion fut largement facilitée par le développement accru des débouchés alimentaires. La ville de Dimbokro, avec un taux de croissance moyen annuel de 6,2 % sur la période 1963-1975, devint un pôle de consommation urbaine des plus exigeants. De nouveaux campements furent visités dans la région ouest alors que ceux situés plus au sud-est étaient progressivement délaissés. Mais ces rencontres avec des pourvoyeurs sont rarement le fruit du hasard d'autant que la décision de mise en marché n'est quasiment jamais prise par le paysan. L'acheteuse doit être introduite auprès du planteur par un consœur ou un parent afin que les échanges puissent être inaugurés sous le signe de la confiance. Acquérir un « portefeuille » de fournisseurs suppose patience et détermination de la part des négociantes qui s'investissent à long terme dans l'activité. Les grossistes connaissent en moyenne dix à quinze campements qu'elles exploitent alternativement. Pour un chargement de six tonnes de marchandises, trois à cinq campements peuvent être visités contre un à deux avant 1970, ce qui conduit les négociantes à rester une semaine en brousse. Ce temps passé à la prospection, à la collecte, au groupage a quintuplé en l'espace d'une dizaine d'années et il n'est pas complètement répercuté dans les prix de vente. Ce temps passé à tisser des liens durables avec des partenaires explique en partie le décalage constaté entre la restructuration de l'économie de plantation et la réaction des réseaux marchands. Une troisième déviation s'est opérée à partir de 1980 ; l'aire d'approvisionnement s'en est trouvée élargie en saison des pluies. Les négociantes installées à Dimbokro traitèrent de



Extension des zones d'approvisionnement en banane plantain de 1960 à 1986 à partir de Dimbokro

préférence avec les planteurs du sud-ouest de la région de Soubré, plus éloignés que ceux de la région ouest mais implantés à proximité des artères goudronnées.

Seuls subsistent aujourd'hui des circuits indirects sur longue distance où le transport est assuré en deux, voire trois, temps. Pour se rendre sur le lieu de production, la commerçante effectue le voyage en taxi-brousse. Ensuite, en saison des pluies, il arrive qu'un camion de faible tonnage soit affrété pour assurer les déplacements du lieu de collecte à la route. Ce trajet reste à la charge du planteur alors que le coût du transport principal est imputé à l'acheteuse. A défaut de véhicule à moteur, la commerçante fait appel aux apprentis ou enfants des planteurs pour acheminer les régimes par portage. Un second camion de 5 à 10 tonnes est loué avec chauffeur à la journée à proximité du lieu de production. Il s'agit de charger en vrac en une vingtaine d'heures la marchandise regroupée en trois à cinq points au bord de la route puis de l'acheminer vers Dimbokro. Le parc routier recensé à Dimbokro se limite de plus en plus aux *pick-up* et ne peut satisfaire l'ensemble de la clientèle. Il ne faut pas oublier qu'un certain nombre de transporteurs ont accompagné le front pionnier et sont partis faire fortune à l'ouest. D'ailleurs quelques grossistes ont prospecté de nouveaux campements en fonction du lieu de migration d'anciens transporteurs avec lesquels elles continuent de collaborer. Quelques grossistes organisent encore la chaîne de transport selon l'ancienne formule ; autrement dit, elles louent un 1 500 kg à Dimbokro et effectuent un aller et retour dans la journée, du lieu de production au lieu de consommation. Ce choix s'explique en partie par les rapports privilégiés qu'elles entretiennent avec les transporteurs ou planteurs.

Mais qui sont les négociantes à l'initiative de cette restructuration commerciale ? La permanence des circuits commerciaux « traditionnels » en période de récession économique, leur compétitivité présupposent une solide organisation des agents de distribution et d'évidentes capacités d'adaptation pour apporter une réponse rapide même si différée dans un contexte géographique mouvant. Elles doivent faire face aux aléas climatiques et s'adapter à une demande fluctuante. Ces femmes ont été interrogées sur le marché urbain, baromètre de la vie économique et politique et poste d'observation. Impliquées dans

la vente et l'achat de banane plantain, elles représentent un maillon décisif dans l'acheminement des produits. Il a fallu les suivre dans leurs pérégrinations et dérouler des fils vers l'amont et l'aval pour déceler leurs pratiques au-delà du marché, au-delà de la ville et donc tout au long de leurs parcours. Les actrices de la commercialisation, « usagers » de la ville mais aussi membres de communautés dispersées sur un large espace, devenaient des objets d'étude.

Portraits de dames migrantes

Une étude réalisée en 1986 par le CIREs (Perrault, Tano, 1986) montrait que la vente en gros du plantain sur les marchés d'Abidjan était dominée par des hommes *dioula* qui réceptionnaient la marchandise sur leur stand sans qu'ils aient besoin de se déplacer en brousse. A Dimbokro, le paysage commercial est radicalement différent. La vente de la banane relève du domaine des femmes du groupe *Akan* (*baoulé* et *agni*). Organisatrices de transport, elles s'approvisionnent directement en brousse sans recourir à des intermédiaires dans les régions dominées par les *Baoulé* et *Dida* de l'ouest forestier ⁽²⁾. Si la plupart des vendeuses de Dimbokro prospectent de plus en plus loin, la région d'Oumé reste le pôle prioritaire. C'est enfin un des bassins d'approvisionnement les plus proches de Dimbokro où l'on ne rencontre pas autant qu'à Sinfra les vendeuses de Yamoussoukro, pas autant qu'à Gagnoa les commissionnaires abidjanais. Migrantes pour la majorité et originaires principalement des départements de Dimbokro ou de Bongouanou, ces femmes se sont installées pour plus de la moitié d'entre elles dans les années soixante-quinze, attirées par les fêtes de l'indépendance et l'activité économique que ces dernières devaient susciter. Vingt sont mariées, quinze célibataires.

(2) Résultats établis sur la base d'une enquête réalisée en mars 1986 auprès de l'ensemble des grossistes rencontrées sur les marchés de la ville, soient 35 femmes.

Les unes, créatrices d'une nouvelle dynamique sociale et culturelle

Les célibataires correspondent paradoxalement aux sujets les plus âgés (3). Certaines ont quitté leur village pour se soustraire un temps aux contraintes du milieu rural et notamment à celles entraînées par le mariage. Leur migration vers la ville renvoie de surcroît au désir de gagner de l'argent plus facilement qu'en zone rurale, au souci d'asseoir une indépendance économique. Ces femmes sont arrivées dans la métropole du cacao lorsqu'elles avaient 17 à 25 ans. A l'exception de deux d'entre elles pour lesquelles Abidjan et M'Batto constituèrent la première étape migratoire vers la vie citadine, Dimbokro représenta la ville-refuge. Difficile d'obtenir des informations relatives à leurs premiers pas dans la vie active. Beaucoup de non-dits. Ont-elles obtenu une aide financière d'un parent, ont-elles échangé dans un premier temps des services sexuels et des services domestiques contre du numéraire et ceci en dehors de l'institution matrimoniale comme les *blodé* ou les *téklé* dont parlent P. et M. Etienne ? Dans un article sur l'émigration *baoulé*, les auteurs expliquent que dans la société traditionnelle, une femme *baoulé* non mariée demeurait libre de choisir et de changer de partenaire sexuel et pouvait refuser d'intégrer des systèmes d'obligations réciproques propres aux alliances officielles.

Durant la colonisation, les femmes s'intégrèrent plus facilement que les hommes au milieu urbain, trouvant dans la migration un moyen d'acquérir autorité et argent qui leur étaient refusés au village où elles restaient tributaires de la gent masculine. Craignant de s'aventurer en ville, fief des militaires, les *Baoulé* furent impuissants à faire revenir leurs sœurs ou leurs filles d'autant qu'ils observaient un grand respect du libre arbitre individuel. Ces éléments historiques peuvent éclairer pour partie la situation d'un certain nombre de grossistes célibataires installées définitivement à Dimbokro. Elles se sont élevées au rang de chef de famille et se retrouvent à la tête d'unités domestiques importantes, propriétaires de concessions, initiant leurs filles au commerce du plantain et entourées d'une large clientèle.

(3) Les trois quarts des femmes célibataires recensées ont 35 ans ou plus.

Les autres, gardiennes de la cohésion familiale

A l'exception de celles qui ont été guidées dans la profession par une parente, les grossistes se sont établies sans une expérience préalable dans le commerce de banane au détail. Couturière, restauratrice, vendeuse de plats préparés ou cultivatrice par le passé, elles ont pu épargner avant de se lancer dans la vente en gros. Prêts ou dons attribuables pour moitié à la famille constituent les autres modalités de l'investissement initial. C'est ainsi que des contrats familiaux se développent, s'inscrivant dans des rapports de clientélisme. Des planteurs ayant déjà investi dans les valeurs foncières ou immobilières semblent vouloir s'intéresser au négoce par l'entremise de leur fille et intègrent la commercialisation de la banane plantain dans leurs activités. Si cette structure de distribution ne peut être passée sous silence, rappelons qu'elle demeure assez exceptionnelle et ne saurait être représentative des échanges commerciaux. Sur l'ensemble des grossistes interrogées, une sur cinq a débuté dans le négoce grâce au soutien financier paternel ; dans plus de la moitié des cas, le père, planteur originaire de la région de Dimbokro, a migré en zone pionnière (Sinfra, Oumé) et approvisionne sa fille commerçante en bananes plantain, prenant ainsi le contrôle des activités familiales sur un espace bipolaire. Bien qu'insuffisante à terme pour assurer des chargements complets, cette production familiale achetée à crédit dégage la négociante de plus lourdes prospections. En dépit ou à cause d'une dispersion géographique de la parentèle, ces relations d'interdépendance semblent perpétuer l'unité sociale et façonner une nouvelle socialité. Chef d'orchestre, le planteur délègue à sa fille un rôle de médiateur maintenant ce système d'échange dans le cadre de la production domestique. Il apporte le capital argent ; elle offre son capital temps et doit restituer les trois quarts du numéraire au groupe familial émigré en zone pionnière. Il est sédentaire ; elle véhicule au cours de ses voyages autant l'information, l'argent que la marchandise et ceci dans les deux sens. Au travers du commerce du plantain se dessine une nouvelle manière de vivre et de contracter les distances. Ces transactions commerciales participent à la fois à une réactualisation des structures lignagères et au décloisonnement de la ville de Dimbokro dans un réseau trans-régional d'échanges.

De quelle façon ces « négociantes au long cours » gèrent-elles leur temps de travail ? Si plus des deux tiers d'entre elles consacrent le plus clair de leur temps à l'activité commerciale, quelques-unes cependant restent au foyer ou regagnent le village pour les travaux des champs entre juin et juillet, période où s'accumulent les handicaps. Il pleut et les campements sont difficilement accessibles ; les enfants, principaux consommateurs de banane frite sont partis en vacances au village. Les plus téméraires sont conduites à intégrer dans leurs chargements de nouveaux produits comme le taro, l'igname, les condiments. Plus rares sont encore celles qui, pour un moment, se reconvertissent dans la vente en gros de l'igname. Les vendeuses partagent leur journée entre l'approvisionnement et la distribution de la marchandise. En période faste, elles peuvent effectuer trois à quatre voyages par mois. Une femme sur deux partage avec une consœur les frais de transport, de marchandises et de douane ; les femmes les plus âgées qui ont le plus d'ancienneté dans la profession recourent, quant à elles, à une tierce personne pour assurer le convoyage de la marchandise, opération éprouvante physiquement. Loin de partager la recette avec leurs jeunes remplaçantes, elles les indemnisent timidement de leurs prestations. Dans la grande majorité, les négociantes paient comptant la marchandise à la livraison ou à la prospection ; rares sont celles qui anticipent en partie le paiement pour le chargement suivant. Cette pratique est considérée par la majorité des vendeuses comme trop contraignante ; le temps nécessaire à l'écoulement de la première cargaison ne dépend pas de la vendeuse mais bien de la clientèle. Or les grossistes supportent déjà les reports d'encaisse en aval du circuit, accordant aux détaillantes des crédits de trois à dix jours.

De quelle manière enfin ces négociantes utilisent-elles les structures de crédit et d'épargne en place ? Sur l'ensemble des femmes, trois seulement recourent aux structures bancaires, les titulaires se recrutent chez les célibataires âgées. L'ouverture d'un compte est ancienne (supérieure à 5 ans). De par ses contraintes excessives, l'institution bancaire officielle ne favorise guère les implantations privées. Il est fort compréhensible que dans ces conditions, les commerçantes, rejetées parce que non solvables selon les critères officiels, recourent à des instances

parallèles pour épargner ou pour emprunter. Six négociantes font appel aux banquiers ambulants. A Dimbokro, deux banquiers d'origine nigériane visitent chaque jour à mobylette leurs clients sur leur lieu de travail. Ce système se situe à l'interface entre l'association traditionnelle d'épargne à base de crédit rotatif ou tontine et la caisse d'épargne des banques modernes. Il n'est pas réservé à ceux qui « connaissent papier » ou qui détiennent des ressources importantes ; il repose sur la confiance en un individu. Les épargnants entretiennent avec les « banquiers à deux roues » des relations professionnelles amicales éloignées des rapports de dépendance que tissent entre eux les membres d'une tontine et éloignées des rapports d'infériorité dans lesquels peuvent les mettre les institutions bancaires. Il semblerait néanmoins que la proportion d'épargnantes soit sous-estimée : certaines grossistes demeurent très discrètes sur les mouvements financiers générés par leur activité. Pourtant, elles arrivent à avoir en projet la construction d'une villa quand elles ne sont pas déjà propriétaires.

En conclusion, à l'exemple d'autres négoces, le commerce de la banane plantain participe au décroissement d'une région en déclin, en la maintenant dans un réseau trans-régional d'échanges. S'il permet l'approvisionnement d'une zone déficitaire par la mise en oeuvre de circuits marchands de plus en plus longs au fur et à mesure du changement de localisation des zones de production vers le sud-ouest, s'il assure à des commerçantes l'élargissement de leur espace de relations par la négociation, il ne peut cependant constituer une base solide pour le développement économique de cette région. La ville demeure une halte passagère pour ces négociantes qui ont rarement investi dans les activités locales de production et qui poursuivront assurément leur trajectoire migratoire quand elles ne seront plus en mesure de s'adapter à la demande. En définitive, la cité *baoulé* est sortie de son isolement grâce aux commerçants mais demeure trop dépendante de leurs initiatives. Sans stimulation de la production locale, sans reconquête du marché urbain, il ne pourra y avoir complémentarité régionale des échanges. Fin 1987, les flux de retour se limitaient à de l'information sur les conditions de vie à Dimbokro et ne pouvaient remplacer les flux de produits. Les potentialités agricoles existent pourtant dans

cette région qui vit actuellement « sous perfusion » ; il s'agit de les mobiliser. L'agriculteur se trouve marginalisé, son activité dépréciée. Revaloriser la profession en associant directement les paysans aux projets agricoles, la motiver en leur assurant des débouchés réguliers et des prix rémunérateurs, autant de moyens qui pourraient vraisemblablement contribuer à la reconquête de l'arrière-pays.

Bibliographie

- Courade G., 1990. « Peut-il y avoir des politiques d'auto-suffisance alimentaire ? » *Politique Africaine* n° 39, p. 79-97.
- Etienne P. et M., 1968. « L'émigration Baoulé actuelle », *Cahiers d'Outre-Mer*, Tome XXI, n° 82, p. 155-195.
- Gombeaud J.-L., Moutout C., Smith S., 1990. *La guerre du cacao, histoire secrète d'un embargo*, Paris, Calmann-Lévy, 218 p.
- Lendres P., 1990. Analyse de la filière de commercialisation du plantain au Cameroun, Montpellier, mémoire ESAT (CRBP/CNEARC).
- Perrault P.-T., Tano K., 1986. « La commercialisation des vivriers à Abidjan », *Rapport préliminaire*, CIRES.