

**DU VIN DE PALME A LA BIÈRE  
CHANGEMENT DE TYPE DE CONSOMMATION ET MODE DE VIE A BRAZZAVILLE**

**Alain G. CODOU**

Université Marien N'Gouabi - Département de Géographie

Dans les premières années de la décennie 1950, époque à laquelle les premières élites congolaises s'ouvrirent de plus en plus largement à la consommation européenne, le port de Pointe-Noire importait quelques 5000 tonnes de bière par an. La brasserie Primus installée depuis 1923 à Léopoldville en faisait traverser quelques 5 à 10 000 hectolitres sur le Stanley Pool.

La première brasserie de Brazzaville (Brassibra) est ouverte en 1956 avec une capacité de production de 50 000 hl par an, toujours sous la marque Primus. Dix ans plus tard, alors que Pointe-Noire vient d'être dotée d'une brasserie Kronenbourg (S.C.B.K.), le Congo absorbe plus de 100 000 hl de bière par an.

En 1985, au Congo (et surtout ses 4 principales communes urbaines) quelques 750 000 hl de bière sont consommés par an, ce qui fait de ce pays avec ses voisins zairois et gabonais, un des plus forts consommateurs de bière en Afrique Noire ; et encore y a-t-il au moment des fêtes et des fins de mois de notables "ruptures de stock"... et les dernières estimations des brasseurs évaluent à un million d'hectolitres la production annuelle à atteindre pour les éviter. L'engouement pour la consommation de bière, et en particulier des bières locales, accompagne en fait la rapide urbanisation du pays. Brazzaville, en effet, passe de 100 000 habitants au moment de l'indépendance à 600 000 au recensement de 1984.

Dans le même temps, on peut se demander ce que devient la consommation traditionnelle du vin de palme qui préexiste à la colonisation. Inderdite, en même temps que les alcools de distillation, depuis la fin des années 1910 jusqu'à l'indépendance, la consommation de cette boisson n'a jamais cessé malgré les amendes et les jours d'emprisonnement que l'administration coloniale faisait peser sur les récolteurs, transporteurs, revendeurs et consommateurs. Il semble même que la consommation de vin de palme ait été quasiment assimilée à une forme de "résistance" à la colonisation en milieu urbain. Comment le vin de palme a-t-il

résisté aux "envahisseurs" extérieurs que sont la bière et le vin rouge ? Comment la production, la commercialisation et la consommation de vin de palme se sont-elles adaptées à la nécessité de vendre en ville ?

En quoi cette double transformation des types de consommation (engouement pour la bière locale et commercialisation vers la ville du vin de palme traditionnellement consommé sur place au village), liée à la rapide urbanisation du Congo, et à l'augmentation de la population de Brazzaville en particulier, influence-t-elle sur le mode de vie brazzavillois aussi bien du point de vue social que du point de vue économique ? C'est à cette question que nous essaierons de répondre, ou plutôt elle nous servira d'amorce pour une réflexion, une étude socio-géographique plus approfondie. Nous subdiviserons cette étude en trois points :

- la production de bière et de vin de palme : situation et influence dans la consommation urbaine et l'économie du pays ;
- La distribution, nouveaux circuits économiques et multiplication des points de vente, leurs conséquences ;
- Enfin, consommation, consommateurs et vie sociale.

## 1. LA PRODUCTION

Nous ne nous attarderons pas sur la production de bière qui, de produit d'importation passe désormais pour un "produit local" comme l'affirme notamment la publicité de Primus pour la "bière du pays". Il s'agit en fait de la plus prospère des branches industrielles d'import-substitution qui a créé dans les deux usines brazzavilloises (Primus et Kronenbourg) quelques 700 emplois directs.

Quant au vin de palme, la production de toute la région ouest de Brazzaville, en particulier les zones desservies par la R.N.1 jusqu'à Kinkala, et la route Linzolo-Boko, et accessoirement le chemin de fer et la route de Mayama, a fortement subi l'attrait de la commercialisation en ville. En devenant un produit à vocation commerciale, au lieu de n'être qu'auto-consommé, le vin de palme a vu son activité de production modifiée, créant une chaîne d'exploitation, des "emplois" et des valeurs ajoutées, inconnus auparavant. Le "métayage" de la récolte est apparue avec le vieillissement des populations dû au manque de main-d'oeuvre issue du lignage propriétaire de la terre et donc des palmiers. La tendance à l'abattage des palmiers s'accroît en raison des chutes possibles pour le récolteur. Du point de vue du renouvellement des forces de travail, cette activité est réservée à des villageois généralement assez âgés et dont le revenu est secondaire ou irrégulier, et de ce fait n'attire pas les jeunes.

Ainsi, il ne semble pas que le vin de palme, malgré sa commercialisation, puisse jouer le rôle de frein à l'exode rural. La récolte du vin de palme n'apporte qu'un revenu complémentaire à ceux qui acceptent de rester à la campagne. Ceux qui exercent le métier de "malafoutier" (récolteur de vin de palme) et les propriétaires apprécient ce "complément" mais il n'apparaît pas suffisant pour maintenir en zone rurale des jeunes à plein temps. Le vieillissement de la population des récolteurs et le système de culture des palmiers (laissé le plus souvent aux bons soins de la providence) ne permettent d'envisager que sa disparition progressive, surtout si l'abattage des palmiers, méthode de récolte pratiquée par peur des chutes, devient le principal moyen de production de vin, sans renouvellement des plants et sans initiation des jeunes à la récolte et aux circuits commerciaux. Qu'en est-il de l'impact économique en amont de ces deux activités : production industrielle de la bière d'une part, et d'autre part, commercialisation du vin de palme à partir d'un mode de production resté traditionnel ?

La bière, impliquant une technologie importée, reste sous la domination des groupes multinationaux qui la gouvernent ; au Congo, le groupe néerlandais Heineken pour la Primus et B.S.N. (Boussois, Souchon et Neuvesse), groupe multinational d'origine française, pour la Kronenbourg. Les matières premières de base (malt et houblon) et le savoir-faire des brasseurs restent des "produits" d'importation. Un effort pourrait être fait, pour qu'en plus de l'eau, le maïs et le sucre, ne soient plus importés.

Quant aux industries possibles en amont, elles concernent, pour la bière essentiellement, les emballages (bouteilles et casiers en plastique). Les trois brasseries congolaises sont de bons clients de SOVERCO (Verreries du Congo) et de SAVCONGO (casiers en plastique) installés tous deux à Pointe-Noire. Bouchons et étiquettes restent importés.

Pour le vin de palme, les "industries" possibles en amont sont vraiment peu nombreuses. Les récolteurs n'ont guère besoin que de "nkanku" (couteau-matchette à bout recourbé du malafoutier), de "ngori" (ceinture qui sert à grimper au palmier, fabriquée localement et que l'on pourrait renforcer artisanalement à l'aide de câble en acier pour en éviter la rupture), et éventuellement de chaussures à crampons (rarement utilisées jusqu'à présent). Les récipients (bidons en plastique, dames-jeannes, bouteilles diverses, boîtes de lait "Guigoz" dites "Quaker") sont le plus souvent des produits de récupération revendus sur les marchés locaux urbains ou ruraux.

En fait, la démultiplication économique n'est guère envisageable dans l'état actuel du mode de production du vin de palme, sauf si l'on en fait, comme on l'a essayé en Côte

d'Ivoire, un sous-produit des palmeraies industrielles, conservé et embouteillé, qui entrerait dans la gamme des produits agro-alimentaires modernes dont les contingences industrielles seraient les mêmes que celles de la bière. Mais serait-ce rentable étant donné la situation actuelle des palmeraies du Congo et la concurrence de la bière ?

Ainsi l'analyse de la production de nos deux produits, bière et vin de palme, nous présente deux modes de production antagonistes ; l'un, celui de la bière, qui engage le pays dans une économie dominée par les multinationales et dont la technologie et les produits de base restent essentiellement importés, renforçant ainsi l'extraversion et la dépendance "alimentaire" ; l'autre, celui du vin de palme, qui ne semble guère être capable de sortir de la simple reproduction traditionnelle, monétarisée, d'un mode de production ancestral, sans grande possibilité d'ouverture sur des circuits modernes de développement, et avec un risque énorme de vieillissement et des hommes et des palmiers!

## 2. LA COMMERCIALISATION

Avec la commercialisation, en milieu urbain, de la bière et du vin de palme, nous touchons à l'un des aspects les plus frappants de la transformation de la mentalité économique et sociale du Congo, aussi bien quant à la réalisation d'un bénéfice permettant de vivre, qu'à la démultiplication d'emplois parfois plus ou moins "informels".

Un "circuit" original de distribution (non quantifié jusqu'à présent aussi bien en valeur ajoutée, qu'en nombre d'emplois) s'est constitué à partir du vin de palme. Il est en général constitué de deux intermédiaires entre le producteur et le consommateur : un acheteur/transporteur (ayant ou non son moyen de transport) et un(e) revendeur(se) installé (e) dans sa propre parcelle en ville.

Le circuit peut se limiter parfois à un seul intermédiaire à la fois acheteur-transporteur-revendeur, ou au contraire aller jusqu'à trois personnes avec un premier acheteur qui transporte sur une courte distance (du village à la gare, avec une partie revendue au détail au marché près de la gare) en supplément.

Il semble que du point de vue économique ce soit l'acheteur/transporteur qui réalise le maximum de profit par rapport au propriétaire, au récolteur, ou au revendeur. Une enquête plus précise reste à faire pour analyser ce circuit de distribution et la répartition des valeurs ajoutées entre la campagne et la ville. Mais, étant donné les quantités manipulées, et la différence de prix d'achat à la campagne et de vente à la ville, c'est l'intermédiaire assurant le transport qui doit s'approprier

l'essentiel du surplus provenant de la production du vin de palme (achat à plusieurs récolteurs, revente à divers lieux de consommation). Le prix du vin de palme est actuellement de 100 F. cfa le litre à l'achat (l'unité étant en général la dame-jeanne de 10 litres, vendue 1000 F. cfa et transvasée dans des récipients en plastique) à l'achat, et de 175 à 200 F le "Quaker" (boîte de lait Guigoz) pour le consommateur.

L'essentiel du vin de palme provient de deux axes, la R.N.1 et l'axe Linzolo-Boko, accessoirement par le C.F.C.O., renforçant ainsi les quantités de produits transportés du Pool vers Brazzaville, mais ne créant pas (du moins à notre connaissance) de système de transport spécialisé uniquement dans le vin de palme.

Pour la bière, le circuit de commercialisation est classique avec un système de grossistes ou demi-grossistes entre les brasseries et les buvettes, ou les magasins de vente aux consommateurs. Les brasseries ne peuvent pas vendre au détail et doivent exiger de leurs clients qu'ils aient une patente commerciale. Il y avait, d'après une enquête faite par un étudiant auprès des brasseries et des services du ministère du commerce, quelques 160 "grossistes" autorisés à se fournir auprès de Primus et de Kronenbourg en 1985.

La bière arrive aux consommateurs pour l'essentiel dans les bars et buvettes où on la consomme sur place. On peut également l'acheter au détail pour l'apporter à domicile dans les "grands" magasins (Score, Presto, SCKN) ; elle revient alors moins cher, mais il faut la réfrigérer.

C'est au niveau de la multiplication des points de vente aux consommateurs que la bière a sans doute très profondément modifié le mode de vie du brazzavillois. D'abord réservée à une élite et essentiellement importée, la bière a été consommée dans les "bars" du "centre-ville" (la ville des "Blancs") et s'est diffusée en même temps que la musique zairo-congolaise dans les quartiers populaires africains dans des établissements spécialisés : les bars-dancing. Avant l'indépendance, les quantités produites localement étant faibles, les prix (notamment des bières importées), et le petit nombre de personnes disposant de revenus adéquats, le nombre de points de vente ne pouvait qu'être limité, et la clientèle relativement restreinte.

Aujourd'hui, au contraire, avec l'accroissement de la population urbaine et la multiplication de salaires ou revenus, certes modestes mais touchant un plus grand nombre de personnes, la bière produite sur place à un prix abordable a permis la prolifération d'un grand nombre de lieux de consommation. Les bars-dancing subsistent mais ont été largement dépassés par les "buvettes" en nombre et en clientèle consommatrice de bière. La gamme des lieux de consommation s'est complétée : aux bars,

buvettes ordinaires, bars-dancing se sont ajoutés des restaurants populaires qui servent à boire en même temps qu'un "plat", des mini-hôtels, des "ngandas" (1), des "boîtes de nuit", et à l'autre extrême la vente de bière par des particuliers à leur domicile, les multiples cantines d'entreprises et d'administration, sans compter les "pharmacies de garde" (2).

Une première estimation (à contrôler) nous a fait admettre le chiffre de 3000 à 3500 débits de boisson au détail dans le périmètre de Brazzaville de 1986 (c'est-à-dire y compris Mfilou et l'extension ouest de Makélékélé jusqu'à la Dzoumouna). Beaucoup sont des "entreprises" familiales mais de nombreuses buvettes emploient des serveurs (ou des serveuses notamment zairoises) ce qui représente un nombre d'emplois et des revenus pour l'instant non estimés, sans aucun doute avec une valeur ajoutée (le plus souvent incontrôlée) très importante par rapport à d'autres secteurs économiques de la ville.

En dehors des emplois et revenus créés par les grossistes, les livreurs-transporteurs, les débits de boissons, quel est l'impact économique induit en aval de ces activités et leurs répercussions sociales ?

Il y a tout d'abord les "consommations intermédiaires" obligatoirement induites par les buvettes et bars ; ainsi la consommation d'électricité et même sa production à l'aide de groupes électrogènes dans les quartiers qui ne sont pas encore desservis par la S.N.E. (Société Nationale d'Electricité). Les bars peuvent d'ailleurs avoir un effet d'entraînement pour "attirer" fils et poteaux, comme ils l'ont eu à une certaine époque pour la diffusion des toitures en tôles, et l'ont encore pour la musique. Un lieu de consommation de boisson consomme des appareils frigorifiques (réfrigérateurs, congélateurs), des verres (si on ne les supprime pas à force de les voir se casser ou disparaître dans les bars à haute fréquentation populaire), des disques, des bandes magnétiques et bien sûr des chaînes de musique. Le lieu de consommation ajoute à la bière d'autres consommations : les bières importées (d'Europe, du Cameroun, légalement par le port de Pointe-Noire, ou "clandestinement" du Zaïre proche), les "jus" produits par Kronenbourg et B.A.B. (Boissons Africaines de Brazzaville sous la marque "Canada Dry") et le vin rouge (Sovinco mis en bouteille à Pointe-Noire et Brazzaville après importation en vrac, divers vins espagnols et portugais en dames-jeannes) qui semble en régression avec reprise en saison sèche. Il faut ajouter aussi la multitude de petits commerces accompagnant le bar, soit à l'intérieur même de la buvette, soit dans son environnement immédiat : le "buveur" a besoin de manger, de fumer, d'où l'apparition d'étalages de nourritures diverses (des arachides aux brochettes ou poissons grillés...) et de cigarettes.

Je laisserai à mes collègues sociologues le soin d'approfondir la question de l'environnement humain et les problèmes socio-psychologiques engendrés par la fréquentation des buvettes, bars et autres "ngandas" ! Qu'en est-il des nuisances ? Bruit lié à la musique, urinoirs plus ou moins hygiéniques, épanchements d'urine vers les clôtures voisines ! Le prélèvement pour la consommation alcoolique sur des salaires modestes en général, l'ambiance "sexualisée" à tendance proto-prostitutionnelle (notamment dans les "ngandas" ou certaines "boîtes de nuit" de Poto-Poto et du centre-ville), et... bien sûr les effets sur la santé et la circulation sanguine ou routière.

Ainsi la bière, et les autres boissons moins consommées comme le vin rouge, les jus ou le vin de palme, ont donc créé par leur nécessaire consommation en ville, des circuits de distribution, des lieux de consommation, des emplois et des revenus, une ambiance, qui contribuent à faire vivre Brazzaville et ses habitants sur un rythme et dans des relations sociales, accompagnées d'une circulation monétaire, qui étaient inconnus auparavant.

### 3. CONSOMMATION, CONSOMMATEURS, ET VIE SOCIALE

Je ne reviendrai que brièvement sur ce qui a été dit par mes collègues sociologues lors de leur conférence sur la "sociologie des bars".

Je soulignerai d'abord que la consommation de bière, comme de vin de palme, et accessoirement du vin rouge, a créé dans les divers quartiers de la capitale et dans sa périphérie une multitude de lieux de consommation, dont la typologie reste à mettre au point. Ces lieux sont d'une part parfaitement hiérarchisés, notamment en fonction du prix de la consommation, mais sont aussi le reflet d'un choix social, de la volonté de trouver telle ou telle ambiance.

Les lieux de consommation de la bière et du vin de palme sont d'abord des lieux conviviaux où l'on se rend régulièrement, où l'on rencontre les mêmes personnes : il y a des buvettes de "vieux", de jeunes (sinon les bars servant à l'exhibitionnisme de ceux que Bacongo a appelé les "Parisiens") ; il y a des bars-dancing ou des buvettes appréciées pour la qualité de leur musique (renouvellement de la musique, quelquefois pour les "merveilles du passé", ou - moins souvent que par le passé - présence régulière d'un orchestre) ; il y a enfin les buvettes favorisant les regroupements d'originaires d'un même pays, d'une même ethnie, ou d'un même groupe professionnel. Les bars et buvettes sont aussi un lieu de réception et parfois d'émission de "radio-trottoir", des nouvelles ou ragots politiques et sociaux qui

émaillent la vie sociale et politique du Congo et de leurs commentaires plus ou moins subversifs, mensongers ou clandestins, hors des journaux et des médias officiels.

On notera que les lieux de consommation de la bière sont, à de rares exceptions près (le bar de papa Ndala à Madibou par exemple), totalement séparés des lieux de consommation du vin de palme. Le vin de palme se consomme soit sur les marchés généralement sous un arbre avec quelques bancs ou sièges-"piroguiers", ou dans des parcelles peu équipées, généralement à l'air libre. En général, étant donné, notamment jusqu'à une époque récente, le moindre prix du vin de palme par rapport à la bière, mais aussi l'attachement au "goût" du village, la clientèle qui consomme le vin de palme est plus modeste et plus âgée, plus récemment détachée du village, que celle qui boit de la bière. Il n'y a généralement pas de musique.

Mais dans les deux cas les lieux de consommation de la bière comme du vin de palme sont des endroits fortement conviviaux que les clients s'approprient littéralement. Les patrons et parfois les serveurs (les serveuses) sont "accaparés" par les clients. Ils ne doivent pas être "défaillants" quant à l'heure d'ouverture, la mise en place de la musique et surtout l'approvisionnement en boisson correspondant au goût de la clientèle des habitués. Qu'il manque de la Primus ou de la Kronenbourg "cravatée", les clients réguliers s'en plaignent et parfois changent de buvette. Le patron doit être "disponible", le plus souvent présent (ne serait-ce que pour surveiller l'entrée des recettes); il doit aussi souvent, en dehors des heures d'ouverture, "courir" après les grossistes pour se faire livrer les boissons en quantité et en qualité suffisantes. Si le patron est "occupé", de même les clients, les habitués ont leur rôle. Certains clients très réguliers font quasiment "partie des meubles", qu'ils soient absents, en retard par rapport à leur heure habituelle de consommation, qu'ils changent de "goût" ou de partenaires se remarque et se commente.

Les mêmes exigences de goût existent aussi pour le vin de palme. Certains clients en attendent l'arrivage de tel ou tel lieu, préfèrent consommer l'après-midi par exemple du vin venu de plus loin et plus "pur". On évite la consommation du matin car le vin peut-être "coupé" avec de l'invendu de la veille, ou bien du sucre, de la nivaquine (ou de l'aspirine) y ont été ajoutés. Les vrais connaisseurs surveillent la qualité, détestent le coupage trop flagrant avec de l'eau, savent distinguer les diverses qualités et le degré de fermentation, etc.

Qu'une buvette ou un coin de vin de palme disparaisse, un patron de bar meure, et c'est une partie de l'âme du quartier, de l'histoire de la ville même, qui s'évanouit.



Le lieu de consommation quel qu'il soit, même, et c'est souvent le cas, s'il est peu luxueux et même peu confortable et peu propre, répond à un besoin de rencontre, d'être au même endroit avec les mêmes gens ; dans ce sens il est un substitut urbain au "mbongui" du village. C'est un lieu où l'on se montre, où l'on montre que l'on a et que l'on "est capable" de gaspiller de l'argent, où l'on discute de tout et de rien (des "problèmes du pays", du dernier match de football, des femmes, des "maladies", et même parfois de son travail). Il y a certes des lieux nocturnes, des lieux cachés ou discrets de consommation, où l'on va pour rencontrer une femme ou pour entraîner une compagne dans un quartier où l'on n'est pas connu. Mais généralement la buvette classique est un lieu ouvert, public, ostensiblement fréquenté.

Comme l'histoire des rues, l'histoire des bars seraient certainement très révélatrice de l'évolution de la ville. Une "socio-géographie" des bars et des lieux de consommation de bière, et du vin de palme reste à faire.

En conclusion, on peut avancer que bière comme vin de palme doivent être le point de départ d'une étude multidisciplinaire qui permettra d'approfondir notre connaissance de la ville dans toutes ses dimensions historiques, économiques, géographiques, psychologiques... disons humaines en général. Je n'ai fait qu'effleurer le sujet, j'espère que d'autres l'approfondiront.

#### Notes

- (1) "Nganda" = bar et/ou restaurant, généralement non déclaré, tenu à l'intérieur de sa propre maison.
- (2) Pharmacie de garde : buvette "clandestine" située à l'intérieur d'un domicile privé, ouverte en dehors des heures officielles d'ouverture des bars et buvettes connus.

# Journées d'Etude sur Brazzaville.

**Actes du colloque**

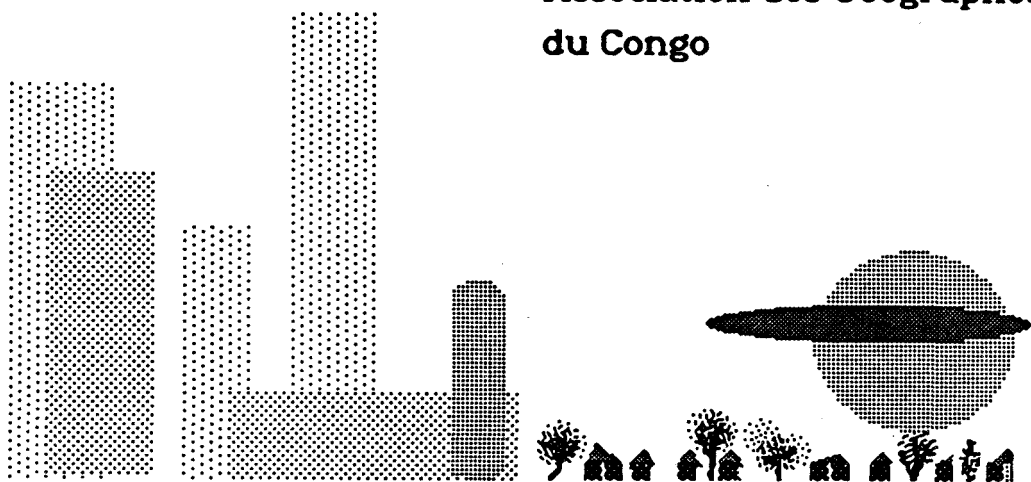
**Brazzaville, 25-28 avril 1986.**

**ORSTOM**

**Santé Urbanisation**

**AGECO**

**Association des Géographes  
du Congo**



**Publié avec le concours de la Mission Française  
de Coopération et d'Action Culturelle.**

**Brazzaville. R. P. Congo.**