

Chapitre XVII

H. FRECHOU

LE COMMERCE

Les marchés - inventaire des courants commerciaux.

LES MARCHÉS

Bien que la population du nord du Cameroun soit surtout composée de paysans polyculteurs qui vivent essentiellement, et en particulier se nourrissent, de ce qu'ils produisent eux-mêmes, l'existence de petits surplus accidentels et de productions franchement spécialisées et destinées à la vente donne lieu à une activité commerciale importante, que l'on peut observer notamment sur les marchés. Il existe aussi, dans quelques gros villages et surtout dans les centres administratifs, des boutiquiers et des marchands de plein air, qui vendent au détail des produits manufacturés ; d'autre part, un peu partout, des transactions se font entre voisins (ventes de mil, de bétail) et quelques produits sont vendus au porte à porte ; mais l'essentiel du commerce a lieu sur les marchés hebdomadaires, dont le réseau couvre toute la région.

L'activité de ces marchés, déjà décrits par LEMBEZAT, obéit au rythme des saisons. Elle diminue pendant la saison des pluies, quand les déplacements sont malaisés et les ruraux occupés dans leurs champs ; d'ailleurs, la protection des marchés contre les intempéries est quasi nulle : il n'existe de hangars « en dur » (et la superficie qu'ils couvrent est minime) que sur les marchés les plus importants ; sur les autres, les installations des vendeurs, quand elles existent, se réduisent à de petits abris de branchages et de paille. L'activité augmente pendant la saison sèche, après les récoltes qui, notamment celle du coton, rapportent de l'argent aux cultivateurs ; les maxima correspondent aux journées qui précèdent les fêtes collectives, occasions de dépenses de toutes sortes. A propos de la région de Mora, A. HALLAIRE a noté que ce décalage saisonnier n'est pas seulement quantitatif ; les motivations des vendeurs et des acheteurs, et la nature des produits offerts et demandés, diffèrent : pendant la saison des pluies, les clients viennent principalement se procurer des denrées vivrières dont ils ont un besoin immédiat (mil, arachide, poisson...) ; pendant la saison sèche, les disponibilités monétaires sont plus élevées, et une grande part des transactions porte sur des objectifs de moindre nécessité (vêtements, bétail, produits artisanaux). Ces observations ont probablement une valeur générale.

L'importance économique des marchés hebdomadaires est réelle. Leur fréquentation n'est pas motivée seulement par le désir de sortir de chez soi, de savoir ce qui

se passe hors du cadre quotidien, de se distraire avec des amis ou des inconnus. Certes, ces motifs existent, mais ils se mêlent, en proportions évidemment variables d'un individu à l'autre, au désir ou au besoin de gagner un peu d'argent, d'acheter un objet utile, voire de faire des affaires.

Quels sont les facteurs de cette activité ? Il est certain que, dans une région où très peu de gens disposent de moyens de transport rapides et puissants, la forte densité de la population favorise les échanges. Grâce à elle, il existe à portée de chaque emplacement un nombre assez important de participants éventuels, et le réseau des marchés est assez serré pour rentabiliser l'activité de revendeurs ou commerçants non motorisés. Un autre facteur est le voisinage ou le mélange de groupes ethniques qui ont des économies différentes et parfois complémentaires. Comme on l'a vu dans les chapitres précédents, il ne s'agit pas seulement de la cohabitation de peuples agriculteurs, éleveurs et pêcheurs, mais aussi de la juxtaposition de multiples spécialisations locales.

Ces conditions favorables qui, seules, ne peuvent que créer des virtualités, ont été mises à profit tout d'abord, dès avant le vingtième siècle, non dans le secteur où elles atteignent leur maximum, c'est-à-dire à l'intérieur du massif montagneux, mais dans les parties de la plaine que peuplaient les Mandara et les Foulbé. L'aptitude de ces populations au commerce fait partie de tout un ensemble de traits qui font apparaître leurs structures sociales comme plus amples et plus ouvertes que celles des autres ethnies : forte organisation politique, habitat en partie rassemblé en gros villages, adhésion à l'Islam. De plus, le royaume mandara était en contact étroit avec le Bornou où le commerce jouait un rôle important depuis des siècles, et les Foulbé ont conservé, de leur ancienne vie nomade, l'habitude des déplacements, des contacts et des échanges. Aujourd'hui encore, le commerce est dominé par des Foulbé et, à un moindre degré, par des Mandara et des Haoussa et Bornouan immigrés ; c'est dans des villages foulbé, même isolés géographiquement dans des secteurs peuplés en majorité par d'autres ethnies, que se sont développés presque tous les marchés importants.

Avant la période coloniale, l'économie des autres ethnies, surtout dans les montagnes, était sans doute quasiment autarcique ; une exception probable doit cependant être notée : la vente probable de poisson séché par les populations de pêcheurs du Logone et de la Bénoué. Ailleurs ne devaient exister que des échanges entre voisins, notamment entre agriculteurs et éleveurs. Mais, au cours du vingtième siècle, le processus classique s'est déroulé ici comme dans l'ensemble de l'Afrique Noire : toute la population a été introduite bon gré mal gré dans l'économie d'échange par la nécessité de se procurer de l'argent pour payer l'impôt ; ensuite, le désir d'acquérir des objets manufacturés d'importation (vêtements, matériels de cuisine...) s'est généralisé. Les transactions portant sur des spécialisations locales ont pu se multiplier, s'organiser et dans quelques cas accéder au niveau du grand commerce. L'extension des cultures commerciales « encouragées » par les pouvoirs publics, arachide, riz et surtout coton, a provoqué une augmentation des ressources monétaires et activé la commercialisation des biens en général. Depuis deux ou trois décennies surtout, vendre et acheter deviennent de plus en plus, dans chaque famille, des actes courants ; à côté de ceux qui se contentent de vendre le produit de leur travail, le nombre des commerçants est élevé ; par exemple, un paysan vend son coton, et arrondit la somme ainsi gagnée en achetant et revendant deux ou trois moutons. Les femmes participent activement à cette évolution, et tiennent pour certains produits une grande place dans le commerce de détail.

De tout ceci a résulté une augmentation générale du nombre des marchés, qui forment actuellement un réseau serré couvrant toutes les parties de notre région ; chaque village, semble-t-il, veut avoir le sien. Bien entendu, la réussite de ces

créations est très inégale, et certaines n'ont qu'une existence éphémère. Même des marchés qui semblent bien établis peuvent péricliter, pour des raisons diverses et souvent difficiles à saisir ; ainsi, Djapay a cessé d'être un très important marché de bovins ; dans l'arrondissement de Kaélé, on peut noter, en comparant la situation actuelle à celle que décrivent des documents datant de vingt à trente ans, que les marchés de Garey, Djidoma, Doubane, Dziguilao, ont décliné, tandis que l'importance de ceux de Titin, Damay, Kaélé, grandissait.

Pour apprécier et comparer l'importance des différents marchés, il ne suffit pas de tenir compte d'éléments purement quantitatifs et globaux, tels que l'effectif des gens qui les fréquentent, la surface de leur zone d'attraction, le tonnage ou la valeur des marchandises présentées. Il faut aussi tenir compte de critères qui, tout en étant d'ailleurs liés aux précédents, permettent mieux de définir des niveaux : présence ou absence de certains produits (tissus et bétail par exemple) ; existence éventuelle d'une spécialité locale importante (par exemple, calebasses à Touloum) ; proportion des hommes et des femmes parmi les vendeurs ; présence ou absence de commerçants professionnels, de grossistes ; nature et importance des moyens de transport (ânes, camions). On perçoit alors l'existence de types de marchés dont les fonctions diffèrent en partie, et d'une hiérarchie fonctionnelle qui est d'ailleurs compliquée par la diversité des formes de commerce et l'enchevêtrement des flux propres aux divers produits.

Marchés d'intérêt local

Les plus petits marchés, assez nombreux dans les régions peuplées par des non-musulmans, sont ceux où le seul produit présenté est la bière de mil, préparée à la maison, apportée dans des calebasses et vendue par des femmes du voisinage. Il est clair que ces « marchés » sont avant tout des points de rencontre, où les consommateurs viennent boire et se distraire. Presque tous les autres marchés hebdomadaires, grands et petits, donnent d'ailleurs lieu à la fabrication de bière ; la vente et la consommation se font soit sur le marché lui-même, soit (certains chefs de village l'exigent pour éviter les rixes) à l'écart, dans les maisons des vendeuses.

Les « marchés de femmes », qui peuvent être aussi petits mais dont la fonction est très différente, sont partout très nombreux. Chaque vendeuse y apporte deux ou trois calebasses de produits agricoles (mil, haricots, arachide, légumes, citrons) ou de produits de cueillette, ou de l'huile, des tourteaux d'arachide, des beignets, du poisson séché. D'autres femmes viennent s'y procurer ce qui leur manque, toujours en petites quantités : les denrées sont mesurées avec une très petite cuvette, la « tasse », ou présentées en tas de quelques décigrammes. Les moins importants de ces marchés, installés comme ceux du type précédent à l'ombre d'un ou deux arbres, groupent une quinzaine de vendeuses assises en arc de cercle ; on y trouve presque toujours au moins un petit commerçant venu à bicyclette avec une caisse pleine de produits manufacturés très divers (allumettes, cigarettes, sucre, savon, colifichets) ; parfois aussi un boucher.

A partir de ce minimum, on passe insensiblement à ce qu'on peut peut-être appeler le marché moyen, qui groupe une centaine de vendeuses et une vingtaine de petits commerçants ambulants, dont certains présentent des pièces de tissus. De plus, quelques artisans viennent vendre des nattes, des poteries, des outils de fer, des armes. Tous ces vendeurs sont disposés en lignes parallèles, groupés selon leurs spécialités. Couramment, deux ou trois bouchers travaillent sur de tels marchés, où ils trouvent chaque semaine assez de clients pour pouvoir abattre un bœuf chacun, tout au moins pendant la saison sèche ; pendant les pluies, la clientèle étant moins

nombreuse, ils tuent seulement, comme sur les plus petits marchés, des chèvres ou des moutons.

Il existe plusieurs dizaines de marchés de ce type ; dans la plaine, on peut en compter à peu près un par canton. Entre eux et les petits « marchés de femmes », les différences qualitatives ne sont guère significatives : le rayon d'attraction reste de l'ordre de cinq à dix kilomètres : les produits exposés, si leur gamme est plus variée, sont des objets d'usage quotidien et de valeur unitaire généralement faible, et ne sont vendus qu'au détail ; sauf en ce qui concerne les produits manufacturés, les transactions mettent directement en présence producteurs et consommateurs.

Le passage aux marchés des catégories supérieures n'est pas marqué seulement par une augmentation du nombre des acteurs, mais encore et surtout par l'intervention massive de commerçants qui assurent le regroupement, le transfert de marché à marché et la diffusion de toutes sortes de produits. Fondés sur le voisinage d'ethnies aux comportements économiques différents et sur l'existence de spécialisations locales, des courants commerciaux actifs et variés sillonnent le nord du Cameroun et se mêlent, en ce qui concerne quelques produits, à un trafic à très longue portée auquel participent les populations du Sud et des États limitrophes.

Marchés de contacts inter-ethniques

Même au niveau des plus petits marchés, on peut noter l'existence d'échanges et d'activités spéculatives qu'engendrent, de façon assez systématique quoique à un stade embryonnaire, les contacts entre ethnies. Ainsi, dans certains secteurs, des femmes Mbororo apportent régulièrement du lait et du beurre au marché voisin, où elles se procurent des denrées agricoles. Souvent, des femmes foulbé achètent à des paysannes guiziga ou montagnardes de l'arachide qu'elles revendent quelques jours plus tard, sur le même marché, sous forme d'huile et de tourteaux ; elles ont pour principales clientes ces mêmes femmes guiziga ou montagnardes, qui déclarent ne pas savoir faire de l'huile. De même, les non-musulmanes qui fabriquent de la bière s'approvisionnent parfois en mil rouge auprès de paysannes foulbé.

Les marchés où se font ces échanges inter-ethniques restent au niveau de l'intérêt local tant que vendeurs et acheteurs habitent, plus ou moins mêlés, dans les environs : la somme des transactions n'a pas pour résultante un courant bien défini ou même un faisceau d'itinéraires dans le sens duquel tel produit serait transféré. Mais ce stade tend à être dépassé partout où voisinent des secteurs géographiques relativement homogènes du point de vue ethnique ; là se développent des marchés de contact, qui ont à première vue la même apparence que les précédents mais qui jouent un rôle bien différent. Il existe tout un chapelet de marchés de ce type au pied des Monts du Mandara ; A. HALLAIRE a observé ceux de l'arrondissement de Mora, où voisinent des ethnies païennes montagnardes et des ethnies musulmanes installées dans la plaine. Sur l'ensemble de ces marchés, dont chacun correspond généralement au massif occupé par une ethnie, les Mafa sont les principaux vendeurs d'arachide, de patates, de taro ; les ressortissants des autres ethnies de la montagne apportent notamment du tabac, des haricots, du souchet, du gombo ; les uns et les autres offrent aussi des produits de cueillette, des poteries, des objets de bois taillé. Parmi les vendeurs originaires de la plaine, les Mandarâ l'emportent en ce qui concerne le mil et les bandes de coton tissé, les Bornouan en ce qui concerne les oignons, les piments, les tissus teints à l'indigo ; les uns et les autres vendent aussi des nattes, de même que les Arabes, qui apportent du petit bétail et du lait. Il est à noter que certaines productions, comme celle des haricots chez les Minéo, celle du gombo chez les Podokwo, ont été

développées en vue de la commercialisation. Les montagnards fabriquent spécialement à l'intention des gens de la plaine des objets de bois (mortiers et pilons, planchettes d'écoliers coraniques) qu'eux-mêmes n'utilisent pas.

L'aire d'attraction de ces marchés de contact est plus vaste et surtout beaucoup plus complexe que celle des marchés d'intérêt local : pour chaque produit, on peut distinguer une aire des vendeurs et une aire des acheteurs nettement décalées l'une par rapport à l'autre (par exemple, un ou deux massifs d'une part, un secteur de la plaine d'autre part). Ces décalages géographiques témoignent de l'existence de courants commerciaux de longueur réduite mais assez systématiques pour attirer de véritables commerçants qui par exemple apportent au marché des produits agricoles collectés chez les cultivateurs montagnards.

De petits courants semblables ont été observés par H. FRÉCHOU dans le sud du Diaramé. Ainsi, de petites quantités de mil rouge (destiné à la fabrication de bière), de patates, d'huile et tourteaux d'arachide, sont transférés de cantons à prédominance foubé (Gawel, Djapay, Salak) vers le pays guiziga ; les femmes foubé jouent un rôle actif dans ce trafic, notamment dans la collecte et la revente des patates. De même, de l'huile d'arachide et du manioc vont des cantons foubé de Guidiguis et Kalfou vers le pays toupouri.

• *Circuits commerciaux complexes*

Par suite de la variété des conditions naturelles et des comportements économiques, certaines activités ne sont pratiquées que localement. Plus généralement, il existe, en ce qui concerne des productions spatialement diffuses, des déséquilibres permanents entre l'offre et la demande locales qui ne peuvent être compensés par des échanges entre petites régions complémentaires voisines. D'où l'existence de courants commerciaux qui s'allongent sur des distances parfois considérables ; nous verrons que certains débordent largement du cadre régional étudié ici : un trafic à longue portée, actif et multiforme, lie le nord du Cameroun au sud du pays et aux états limitrophes. Ces courants matérialisent l'existence de circuits complexes, articulés sur les marchés importants, et où la succession des opérations classiques de regroupement, transport et diffusion fait apparaître une hiérarchie des commerçants.

Ces derniers, qui sont en général spécialisés dans une branche du commerce (par exemple le bétail, ou les produits manufacturés, ou quelques produits agricoles), forment une population extrêmement hétérogène, depuis le jeune garçon qui se promène dans un marché en vendant par paires des cigarettes, ou la femme qui revend quelques patates ou du poisson séché sur un ou deux marchés proches de son domicile, ou le commerçant occasionnel qui essaie de s'occuper pendant la saison sèche, de voyager tout en faisant fructifier un capital de quelques milliers de francs, jusqu'au notable dûment patenté, installé dans une ville, propriétaire de magasins et de camions. Les degrés de la hiérarchie sont marqués par les quantités commercialisées, par la nature des produits (il faut plus d'argent par exemple pour faire le commerce des bovins que pour celui du petit bétail), par le capital fixe employé (moyens de transport et de stockage), par l'importance de la main-d'œuvre éventuellement employée (porteurs, gardiens, prospecteurs-acheteurs, détaillants plus ou moins dépendants). D'une façon générale, bien que les femmes commerçantes soient nombreuses, les hommes jouent un rôle prépondérant : ils font tout le commerce du bétail et des produits manufacturés, et, en ce qui concerne les produits agricoles et le poisson séché, ils tiennent le commerce de gros. D'autre part, les gros commerçants sont le plus souvent des ressortissants des ethnies musulmanes ; les Mandara l'emportent dans l'arrondissement de Mora, les

Foulbé ailleurs ; quant aux membres des ethnies non-musulmanes, leur accès aux stades supérieurs du commerce est souvent concomitante de leur conversion à l'Islam.

On peut considérer comme « marchés importants » ceux sur lesquels ont lieu les opérations de regroupement et d'expédition en quantité relativement importante ou d'éclatement et de diffusion qui caractérisent le commerce de gros. Le regroupement des produits d'origine locale, apportés par les cultivateurs, éleveurs, pêcheurs ou artisans eux-mêmes, par des petits commerçants qui parcourent les villages ou par les agents des commerçants de gros, est parfois peu commode à observer parce que mêlé aux transactions locales de détail ; il en est ainsi notamment en ce qui concerne le bétail. Mais cette fonction est très caractéristique de certains marchés, notamment de celui de Touloum, où quelques commerçants expéditeurs rassemblent des Calebasses apportées par des dizaines de femmes toupouri, et qui, par ailleurs, est presque uniquement un marché « moyen » consacré au commerce de détail. La fonction de diffusion, au moins en ce qui concerne les produits manufacturés et la cola, existe peu ou prou sur tous les marchés importants, où viennent s'approvisionner les commerçants de détail qui vont ensuite revendre sur les marchés d'intérêt local des environs. Il existe aussi des marchés-relais, placés sur les courants commerciaux les plus longs. Le marché des bovins de Doumrou en est un bon exemple : les apports et les achats des éleveurs locaux ne constituent qu'une petite part des transactions : la majeure partie du bétail est amenée par des commerçants qui se sont approvisionnés vers le nord-est ; la plupart des achats sont le fait d'autres commerçants qui expédient plus loin vers le sud-ouest.

De par ces fonctions de regroupement, de relais et surtout de diffusion, les marchés se classent selon une hiérarchie fonctionnelle qui ne tient pas compte seulement des effectifs de participants, mais surtout du fait que l'aire d'influence d'un marché de gros englobe celles de plusieurs marchés d'intérêt local qui en sont les satellites. Cette hiérarchie est complexe et enchevêtrée. Elle diffère selon les produits. Elle peut comporter plus de deux degrés, car les marchés de gros eux-mêmes sont d'importance très inégale ; ainsi, des marchés importants comme ceux de Guidiguis, Lara, Mindif, Djapay, dépendent des marchés beaucoup plus importants de Maroua et Doumrou qui à certains égards dépendent eux-mêmes de Garoua. D'autre part, même en ce qui concerne un produit donné, un petit marché peut dépendre de deux ou trois marchés de gros dont les aires d'influence se chevauchent et parfois s'étendent aux dépens l'une de l'autre. L'aire d'influence d'un marché, en ce qui concerne un produit donné, est souvent décentrée par rapport à ce marché ; autour des marchés-relais notamment, par suite de la croissance des prix observable le long des courants commerciaux, il y a une aire des provenances (vendeurs) décentrée vers l'amont, et une aire des destinations (acheteurs) décentrée vers l'aval.

Les marchés sur lesquels ont lieu des opérations de gros sont toujours, en même temps, des marchés de détail au moins « moyens ». Plusieurs dizaines de marchands de produits manufacturés y travaillent ; parmi eux, beaucoup sont spécialisés dans la vente des tissus imprimés. La gamme des produits de l'artisanat est variée : outils, nattes, chapeaux, bandes de coton tissé, et comporte des articles coûteux : vêtements et bonnets brodés, chaussures de cuir, bijoux d'argent. Un secteur du marché, parfois très étendu, est réservé au bétail. L'importance du marché est souvent consacrée officiellement par la construction d'un hangar métallique, et d'un abattoir où plusieurs bœufs sont débités chaque semaine sous la surveillance d'un agent du Service de l'Élevage. Des camions employés le matin et le soir par les commerçants peuvent aller, entre temps, chercher dans des villages plus ou moins distants des clients attirés par la grande variété des

marchandises offertes et par l'ambiance si différente de la vie calme de tous les jours.

INVENTAIRE DES COURANTS COMMERCIAUX

La diffusion des produits de l'extérieur

Il s'agit principalement d'*articles manufacturés*, fabriqués dans le sud du Cameroun (savon, cigarettes, chaussures, parfums...), ou importés. Ils pénètrent dans le nord du Cameroun soit par Garoua où se rejoignent l'axe routier Yaoundé-Ngaoundéré et la Bénoué navigable quelques mois par an, soit par divers points de la frontière proches des centres commerciaux nigériens de Moubi, Kerawa et Banki. La proportion de produits importés du Nigeria semble particulièrement forte en ce qui concerne les tissus et la vaisselle émaillée. Depuis quelques années, les tissus fabriqués à Garoua s'introduisent dans ce commerce.

Le commerce de gros est dominé par quelques entreprises de type capitaliste, qui appartenaient naguère à des compagnies européennes (King Limited Corporation, Société du Haut-Ogoué, Hollando...) ou à des Grecs et Levantins, et qui, de plus en plus, passent aux mains de Camerounais, généralement foubé. Ces entreprises sont installées dans les centres urbains, Garoua et Maroua surtout, mais aussi Guider, Mokolo, Mora, Kaélé, Yagoua. Leurs magasins ont en pratique le monopole de la vente des produits qu'achètent exclusivement les administrations et services publics et la clientèle privée riche : matériaux de construction tels que ciment, bois débité, tôles, automobiles, essence, produits alimentaires coûteux.

Les articles dont l'usage est à présent généralisé sont vendus dans les mêmes magasins soit au détail aux consommateurs, soit en quantités très variables aux commerçants locaux qui opèrent sur les marchés. Certains de ces commerçants sont très spécialisés dans un groupe de produits (par exemple les chaussures, les bicyclettes et pièces de rechange, les récipients émaillés, les tissus imprimés) ; à la fois demi-grossistes et détaillants, ils revendent sur les marchés très importants tels que Mémé, Bogo, Moulvouday, Doukoula, Doumrou ; parmi eux, quelques-uns court-circuitent les maisons de commerce locales en allant directement s'approvisionner à Yaoundé, à Douala ou au Nigeria. Les commerçants moins spécialisés renouvellent leurs stocks dans les maisons de commerce ou auprès de ces demi-grossistes ; ceux qui opèrent dans la plaine de Mora achètent aussi sur les très importants marchés de Kerawa et Banki. Entre les demi-grossistes spécialisés et les petits détaillants dont tout le stock entre dans une malle et que l'on trouve sur tous les marchés, il existe tous les échelons intermédiaires imaginables ; ainsi, sur des marchés moyens ou assez importants tels que Kongon, Titin, Gazawa, Djapay, Guidiguis, des commerçants à demi-spécialisés vendent à des petits détaillants.

La *cola*, originaire des zones forestières du Cameroun et du Nigeria est diffusée selon les mêmes directions que les produits manufacturés, mais sans qu'interviennent les firmes de style européen ; tout se passe sur les marchés. Ce commerce important n'est guère pratiqué que par des hommes, sauf parfois au stade du détail. Les marchés de gros, où la cola est apportée par sacs, sont les mêmes que dans le cas des produits manufacturés ; les Foubé y jouent un rôle prépondérant.

Le *natron* provient des carrières situées au nord-ouest du lac Tchad. Ses usages sont multiples : on en donne au bétail, mais les hommes en consomment aussi

dans la cuisine à la place du sel, ou comme laxatif, ou pour accompagner le tabac à chiquer ; d'autre part, il entre dans la composition des mixtures qu'emploient tanneurs et teinturiers. On distingue deux variétés. Le natron « noir », qui est le plus estimé, est expédié vers le Nigeria, par l'intermédiaire duquel le Cameroun en importe un peu. Le natron « blanc » est diffusé dans la République Tchadienne ; une partie pénètre au Cameroun, surtout par Bongor et Yagoua. Les commerçants sont presque tous des Foulbé, hommes et femmes ; ces dernières se cantonnent dans la vente au détail.

Le commerce des produits locaux : courants secondaires

On peut appeler courants secondaires des flux qui concernent des quantités relativement faibles de produits, agricoles en général, et sur lesquels on dispose seulement d'observations fragmentaires faites notamment dans le nord du Margui-Wandala et le sud du Diamaré.

Le commerce de quelques denrées agricoles produites par les femmes dans le nord des Monts du Mandara dépasse à peine le stade du petit commerce observable sur les marchés d'intérêt local ou de contact. Ainsi, du *voandzou* est acheté sur les marchés du piémont par des femmes mandara, qui vont le revendre à Maroua. De même, du *gombo*, commercialisé notamment par des femmes podokwo, est expédié vers Maroua et vers Kerawa, marché-frontière nigérian. De l'*éleusine*, originaire du massif des Hidé, va de Mora à Kousséri, où elle est revendue à des Tchadiens. Dans ces trois cas, le lieu de regroupement et le lieu de revente sont séparés par des distances de plusieurs dizaines de kilomètres, et le transport est fait par camion ; il s'agit donc de véritables courants. Mais les quantités en jeu sont peu importantes, et les commerçants restent des commerçants de détail. Il en est de même semble-t-il des *cordes* que les hommes toupouri fabriquent avec des fibres de « da », et qu'ils apportent notamment à Dziguilao et à Doumrou, où les principaux acheteurs sont des commerçants qui vont revendre dans toutes les directions (Bogo, Maroua, Garoua, Léré, Pala).

D'autres produits paraissent accéder plus franchement au stade du commerce de gros. Tel est le cas du *tabac* ; des commerçants mandara en achètent aux producteurs montagnards, notamment mouktélé et oudémé, soit à domicile soit sur les marchés de piémont comme Kouyapé et Mbrémé ; ils en expédient la majeure partie vers le Nigeria ; ce trafic semble porter sur des sommes assez importantes, étant donné la valeur spécifique du tabac. Un courant de moindre importance, animé par des commerçants foulbé, va des marchés de Mbrémé et Tokombéré vers Maroua et Bogo.

A propos des haricots et des patates, des circuits qui paraissent de faible importance quantitative, mais comportent des opérations au stade de gros, ont été repérés. Les femmes des Monts du Mandara, appartenant notamment à l'ethnie Minéo, viennent vendre leur production de *haricots* à Gaboua et à Mora. De là, des commerçants en transportent vers Maroua, où des expéditions sont faites vers le Sud. D'autre part, à Doumrou et Kaélé, des commerçants foulbé vendent des haricots de provenances diverses (Mora, Guider, pays toupouri) ; parmi leurs clients figurent des femmes moundang qui vont revendre au détail sur les marchés des cantons voisins ; d'autres détaillantes du pays moundang vont elles-mêmes s'approvisionner plus près des aires de production, à Mokolo, Gazawa, Djapay, Mindif, Horlon, ou à Garoua et Maroua ; divers petits courants s'entrecroisent de façon apparemment confuse.

Un certain enchevêtrement de petits courants semble également exister dans le commerce des *patates*. Mokolo est un point de regroupement, d'où des expéditions

ont lieu vers Mora, Maroua et le marché-relais de Gazawa. A Doumrou et à Kaélé s'observe le même processus qu'à propos des haricots : vente par des commerçants foubé qui s'approvisionnent à Guider et à Garoua ; achat par des femmes moundang qui revendent dans les environs.

Quelques courants commerciaux, qui restent secondaires du point de vue des quantités transportées, sont remarquables par leur longueur. Tel est le cas des *nattes* fabriquées le long du Logone. Des commerçants, foubé en général, vont en acheter, souvent par centaines, sur les marchés proches des lieux de production : Bourkoumandji, Guirvidig, et même N'Djamena. Ils les revendent sur les gros marchés de la plaine, Bogo, Maroua, Doumrou, qui sont à cet égard à la fois des marchés de diffusion locale et des marchés-relais, où d'autres commerçants s'approvisionnent pour revendre à Guider et Badadji.

Des *calebasses* sont produites en quantités largement excédentaires par les femmes toupouri, qui les apportent sur un petit nombre de marchés proches de leur domicile. Les plus gros acheteurs, des commerçants foubé, massa et sara, opèrent sur le marché de Touloum qui est de loin le plus important ; ils vont revendre au Tchad, de Bongor à Moundou. A Touloum, mais aussi à Dziguilao et à Guidiguis, des lots moins importants sont achetés par des femmes foubé qui vont revendre ces calebasses, parfois après les avoir fait teindre et pyrograver, à Yagoua, Maroua, Doumrou, Binder, Guider.

La commercialisation du *piment* est assez diffuse en général. Il existe cependant un courant qui naît en Nigeria, passe par Mora où il est renforcé par une partie de la production locale, puis se dirige vers Maroua et Garoua. Quelques expéditions sont faites vers le sud du Cameroun. Les quantités ainsi transportées sont faibles, mais ce produit a une valeur spécifique très élevée.

Deux produits, le mil et les oignons, semblent être commercialisés en quantités nettement plus importantes que tous les produits précédents.

Le commerce des *oignons* présente deux aspects. Il s'agit d'une part d'un commerce de diffusion fait surtout par des détaillants, à partir d'aires de production strictement localisées, notamment, dans l'ouest de la plaine de Mora, à Maroua et dans les environs de Doumrou. D'autre part, et surtout, un grand courant commercial, né au Nigeria, se dirige vers le Sud en passant par les marchés-relais de Mora et Maroua, où il est grossi par une partie des productions locales. De Maroua, de même que de Doumrou, des expéditions ont lieu soit vers Garoua, Ngaoundéré et le sud du Cameroun, soit vers Pala, Moundou et la Centrafrique. Pendant la période qui suit la récolte, au milieu de la saison sèche, plusieurs camions chargés uniquement d'oignons sortent, chaque lundi, du seul marché de Doumrou.

Le commerce du *mil*, étudié en 1963 par P. COURT dans la plaine du Diamaré, progresse depuis deux décennies. Bien que la culture du mil soit partout la préoccupation essentielle des paysans, il existe des secteurs déficitaires qui tendent à susciter des mouvements locaux, par exemple de la plaine de Mora vers le nord des Monts du Mandara, ou de Gawel et Djapay vers le pays guiziga. L'inventaire de tels courants serait difficile à réaliser : ils varient probablement d'une année à l'autre au moins quantitativement, selon les aléas climatiques ; ils servent en partie à permettre la fabrication de bière, dont l'intensité doit aussi varier, en fonction des ressources monétaires. De plus, une certaine confusion résulte du caractère spéculatif de nombreuses transactions : beaucoup de commerçants achètent après les récoltes et réalisent un bénéfice substantiel en revendant quelques mois plus tard ; certains même s'approvisionnent à un tarif très avantageux en se faisant rembourser des avances sur récolte. Contrairement à ce qu'on pourrait penser, la circulation ne s'établit pas systématiquement en direction des aires de forte densité de la population. Il n'en est ainsi que lorsque le

surpeuplement est très net, comme dans le nord des Monts du Mandara. A l'inverse, des régions peu peuplées sont déficitaires et reçoivent du mil, probablement parce que leur population vit surtout de l'élevage : tel semble être le cas du secteur peuplé par des Arabes au nord de la plaine de Mora, et des cantons foulbé situés autour de Garoua.

A l'échelle de l'ensemble régional décrit ici, le fait de circulation le plus important est le faisceau de courants qui unit le centre de la plaine du Diamaré à la région tchadienne du Mayo-Kebbi. A Maroua et surtout sur le marché voisin de Kodek, des commerçants achètent les excédents de production apportés notamment par les habitants du secteur situé au nord-est de Maroua (Kodek, Malam-Petel, Bogo). A Maroua arrive aussi du mil, en partie d'origine nigériane, que des commerçants vont chercher à Mora et à Mémé. De Maroua, des expéditions sont faites, par camion, vers Badadji d'une part, Kaélé et Doumrou d'autre part. Le premier courant grossit le long de la route, notamment entre Maroua et Moutouroua : des producteurs viennent vendre au bord de la route ; son point d'aboutissement au Cameroun, Badadji, est un gros marché situé tout près de la frontière ; des Tchadiens viennent s'y approvisionner. C'est également en grande partie au Tchad qu'est destiné le mil transporté vers Kaélé et Doumrou ; en ces deux points, surtout à Kaélé, ce courant est renforcé par des apports originaires notamment des cantons situés au sud et au sud-est de Maroua (de Yakan à Mindif et Ouro-Zangui) ; de plus, des producteurs du même secteur vont eux-mêmes, par divers itinéraires, livrer leurs excédents au Tchad.

Ce commerce d'exportation s'est créé par suite du déficit en mil qu'a provoqué, dans la partie du Tchad axée sur le Mayo-Kebbi, le développement de la culture du coton. Comme il concerne une ressource d'importance primordiale, il n'a pas manqué d'attirer l'attention des autorités camerounaises, qui prennent, selon les années, des mesures de contrôle ou d'interdiction destinées à empêcher l'épuisement des stocks nécessaires à la population du Diamaré.

Le grand commerce : poisson et bétail

Le commerce du *poisson* a été étudié en 1960-61 par P. COURT. Il s'agit de poisson séché ou fumé, utilisé en petites quantités dans la confection de sauces destinées à accompagner les « boules » de mil qui forment la base de l'alimentation. Le poisson est ainsi consommé par toutes les populations du nord du Cameroun, mais en quantités inégales : en moyenne, les montagnards, faute d'argent, en achètent moins que les habitants de la plaine du Diamaré, ou se contentent de variétés moins estimées et moins chères.

Les aires de production sont situées sur les bordures est et sud de l'ensemble régional étudié ici. A l'est, le long du Logone, la pêche est pratiquée par les Kotoko, les Mousgoum et les Massa ; certains de ces derniers, de même que des Kim tchadiens, migrent chaque année vers Mazera, Logone-Birni, Kousséri (Fort-Foureau), c'est-à-dire vers un secteur où le poisson est beaucoup plus abondant que chez eux. Les techniques de pêche sont variées et adaptées aux conditions offertes, selon les périodes de l'année (étiage, crue, décrue) par le fleuve lui-même, ses défluent et la plaine inondée : on emploie des sennes, des filets triangulaires, des nasses, des claies, des barrages de terre, des foënes, des harpons. La plus grande partie du poisson est séchée.

Dans le sud, les zones de production sont, au Tchad, le Mayo-Kébbi, et notamment le lac de Léré, et, au Cameroun, la Bénoué à l'aval de Riao. La pêche est pratiquée à l'aide de sennes, de carrelets et de lignes, par les populations locales

(Moundang, Foulbé, Bata) et par des migrants bata, djoukoun et kabawa qui viennent chaque année du Nigeria. Ici, le poisson est surtout fumé.

Le commerce du poisson séché originaire du secteur du bas-Logone est fortement centré sur la place de Maroua. Les commerçants en gros de cette ville, pour la plupart foulbé ou bornouan, vont l'acheter sur des marchés où les pêcheurs apportent leur production par pirogue ou à dos d'âne. De là à Maroua, le transport se fait par camion, les commerçants cherchent à s'approcher le plus possible des lieux de pêche et de séchage réguliers ; mais les pluies et l'inondation bloquent les routes pendant une partie de l'année. Au cœur de la saison des pluies, les camions ne dépassent pas Bogo ; d'octobre à janvier, ils peuvent atteindre Ndiguina, Zagare et Guirvidig ; le marché de ce dernier village est alors le grand centre de regroupement et d'expédition. De janvier à avril, les marchés situés plus au nord, Zina, Ngodeni, Logone-Birni, Kousséri, deviennent tour à tour accessibles, et Guirvidig perd sa prééminence. D'avril à juin, c'est-à-dire au moment où le commerce est le plus actif, le poisson qui entre dans Maroua vient surtout de Logone-Birni et Kousséri ; à cette époque, des pêcheurs et commerçants kotoko viennent eux-mêmes en vendre sur le marché de Maroua.

Accessoirement, les grossistes de Maroua s'approvisionnent aussi à partir de marchés du département du Mayo-Danay (Pouss, Bourkoumandji, Doreissou). D'autre part, alors que dans l'extrême-nord la forte production du secteur camerounais du bas-Chari et du lac Tchad (arrondissement du Serbewel) est exportée au Nigeria, une petite partie, en sens inverse, en revient au Cameroun par Banki et Kérawa et arrive aussi à Maroua.

Le poisson ainsi centralisé et stocké à Maroua est ensuite réexpédié sur les marchés importants, dans toutes les directions : le rayonnement de Maroua atteint directement Bogo, Mora, Mokolo, Moubi (Nigeria), Garoua, Badadji, Doumrou, Yagoua, parfois même Pala et Fianga au Tchad. Il passe aux mains de détaillants, généralement des femmes, et par leur intermédiaire atteint les petits marchés. Le rôle de Maroua est tel que, même à Guirvidig, une partie du poisson mis en vente au détail en vient. Cependant, des commerçants itinérants, qui sont à la fois petits grossistes et détaillants, vont directement des marchés de regroupement du Logone vers les marchés du centre et du sud du Diamaré, et vers Garoua ; il s'agit généralement de Foulbé ou de Bornouan, qui transportent leur stock à dos d'âne. De même, la plaine de Mora est en partie approvisionnée directement à partir de Kousséri ou par le Nigeria. Mais ces courants sont très secondaires par rapport à ceux qui ont Maroua pour plaque tournante.

Dans le département de la Bénoué toutefois, le poisson séché venu du Logone, directement ou par Maroua, se heurte à la concurrence du poisson fumé originaire des pêcheries du Mayo-Kebbi et de la Bénoué. Ce poisson fumé domine largement, par exemple, sur le marché de Garoua. Le principal marché de regroupement est Badadji, que ravitaillent les pêcheries du Mayo-Kebbi. Il n'existe aucun marché de ce genre à proximité de la Bénoué, dont la production est en grande partie emportée vers le Nigeria par les pêcheurs eux-mêmes. Les petits marchés du département sont ravitaillés directement à partir des lieux de pêche, ou par l'intermédiaire de Badadji et des marchés-relais de Guider, Pitoa et Garoua qui servent aussi à la diffusion du poisson séché du Logone ; de petites quantités de ce dernier parviennent ainsi jusqu'à Tcholliré et Poli. D'autre part, des commerçants bamiléké installés à Garoua expédient vers Yaoundé du poisson fumé qu'ils achètent à Badadji, à Pitoa ou sur les lieux de pêche. Les courants commerciaux sont donc, dans ce département, assez enchevêtrés.

Le commerce du *bétail*, étudié en 1961-62 par H. FRÉCHOU est également très actif. Selon les dénombrements du Service de l'Élevage, une centaine de milliers de bovins, davantage d'ovins et deux fois plus de caprins sont présentés chaque année

sur les marchés ; sans doute, tous ne sont pas vendus, et un animal peut ainsi être compté plusieurs fois, mais des transactions ont également lieu en dehors des marchés.

A l'échelon local, le contact est généralement direct entre l'éleveur-vendeur et l'acheteur final qui peut être un autre éleveur, ou un boucher, ou un particulier qui veut abattre et consommer un animal en famille, en général à l'occasion d'une fête. Mais les véritables circuits commerciaux sont suffisamment importants, aux échelons régional et international, pour qu'interviennent un grand nombre de commerçants, occasionnels pour la plupart mais dont quelques-uns font des affaires importantes (ce sont en général des Arabes tchadiens, des Foulbé, des Bornouan et des Haoussa), pour lesquelles ils emploient plusieurs rabatteurs et gardiens-convoyeurs. L'organisation des marchés dépend de dignitaires traditionnels, les Sarkin-Sanou, qui assistent le Service de l'Élevage, notamment pour dépister les maladies, et qui à l'occasion règlent les litiges. Sur les marchés importants, vendeurs et acheteurs peuvent utiliser les services de courtiers qui sont à la fois experts et interprètes.

L'activité du commerce du bétail est due en grande partie à la variété des conditions naturelles, des densités de population et des comportements économiques traditionnels, d'où résultent des déséquilibres locaux parfois très accusés entre l'offre et la demande. Globalement, les Foulbé et les Arabes vendent plus de bétail qu'ils n'en achètent. L'inverse est vrai pour les ethnies non-musulmanes, dont les membres doivent souvent acheter des animaux soit pour les abattre à l'occasion des fêtes, soit pour constituer des cadeaux de mariage ; les achats faits dans ces buts sont devenus de plus en plus nombreux depuis deux décennies (PODLEWSKI). De là le caractère assez systématique des transactions opérées sur les marchés de contact. Ainsi, des Mafa vont acheter sur les marchés de l'ouest du Diamaré, notamment à Maroua et à Gazawa, des taurillons qu'ils engraisent pour la fête du Maray. De même, dans le sud et le sud-est du Diamaré, notamment à Moulvouday, Kalfou, Guidiguï, Doumrou, des bovins passent aux mains de Moundang et de Toupouri. Les montagnards, dans leur ensemble, achètent des caprins et, plus rarement, des ovins sur tous les marchés de quelque importance situés au pied des Monts du Mandara ; ils ont pourtant eux-mêmes l'habitude d'élever des caprins, mais en nombre insuffisant pour faire face à leurs besoins, sans doute parce que l'espace nécessaire manque dans beaucoup de massifs, à cause de la forte densité de population. C'est pour la même raison, et aussi parce que sa production est en grande partie absorbée par les montagnards et par la ville de Maroua, que le centre-ouest du Diamaré, où le bétail de toutes espèces est pourtant nombreux, reçoit un nombre important d'animaux destinés aux abattages familiaux et à la boucherie, et qui viennent du centre et de l'est de la plaine par les marchés de Bogo, Guirvidig et Bourkoumandji.

Mais ici intervient aussi, du moins en ce qui concerne les bovins, le fait que le nord du Cameroun forme, avec le centre du Tchad et le nord du Nigeria, une vaste zone d'élevage d'où convergent vers le sud du Nigeria des courants commerciaux de deux ou trois mille kilomètres de long, qui dessinent un réseau anastomosé articulé sur de gros marchés. Quelques-uns de ces courants traversent d'est en ouest le nord du Cameroun, où ils se mêlent en partie au commerce local. En effet, si certains exportateurs tchadiens expédient directement dans le sud du Nigeria, de façon à profiter entièrement du décalage des prix, d'autres reculent devant les difficultés d'un voyage de plusieurs semaines et les risques (vols, pertes, épouement, maladies) qu'il fait courir au bétail et préfèrent présenter leur troupeau sur les marchés qui jalonnent leur itinéraire (par exemple à Bongor, puis à Moulvouday, à Doumrou, à Guider, à Moubi...) jusqu'à ce qu'ils aient vendu tous leurs animaux. Ou bien ils vont et viennent à travers la plaine du Diamaré, de

Bogo à Maroua, Doumrou, Moulvouday, fréquentant aussi à l'occasion des marchés moins importants comme Djapay et Doukoula. Une partie des bovins que les Tchadiens vendent sur ces divers marchés passe aux mains d'éleveurs ou de bouchers locaux. Les autres sont achetés par des commerçants camerounais ou nigériens, qui les réexpédient vers le Nigeria, en même temps que des bovins camerounais présentés sur les mêmes marchés. En outre, des éleveurs camerounais, notamment ceux du nord du Diamaré, de la plaine de Mora, de l'ouest de la Bénoué, vont vendre directement sur les marchés nigériens de Banki, Kerawa, Moubi, Sorao, qui sont parfois les plus proches de leur domicile, et où ils peuvent espérer des prix plus avantageux qu'au Cameroun.

Un autre circuit, plus court et moins important, concerne les ovins. Il s'agit de moutons et béliers de race « woyla » que des éleveurs et commerçants tchadiens viennent vendre notamment dans les centres urbains ; ces animaux, appréciés pour leur grande taille et le poids qu'ils peuvent atteindre, sont achetés par des musulmans aisés qui les engraisent en vue de la Fête du Mouton.

Les pouvoirs publics, qui ne se sont intéressés à ces courants commerciaux traditionnels que pour les contrôler (surveillance sanitaire, droits de douane), ont essayé d'ouvrir à l'élevage du nord du Cameroun des débouchés dans le sud du pays. C'est dans ce but qu'ils ont suscité la création, près de l'aérodrome de Salak, d'un abattoir frigorifique chargé d'expédier des carcasses de bovins vers Yaoundé et Douala, et d'une usine de conserve de viande de bœufs. L'abattoir frigorifique, ouvert en 1954, est loin d'avoir atteint l'objectif proposé ; l'entreprise s'est orientée vers l'expédition de viande de veau, de mouton et de porc. La conserverie, construite en 1965, a fermé ses portes après une dizaine d'années d'activité.

Parmi les autres produits de l'élevage, le lait et le beurre ne sont vendus qu'au détail, par des femmes d'éleveurs. De même, on prépare un peu partout, quand la vente de viande fraîche est impossible, de la viande séchée, avec la chair des animaux malades ou blessés (ou avec celle d'animaux sauvages) ; ce produit, succédané peu estimé du poisson séché, et en général vendu au marché voisin ; mais les yaéré fournissent pendant la saison sèche un excédent de production qui est apporté par des bergers, des chasseurs ou des commerçants-prospecteurs sur les marchés de Guirvidig et Mazera ; à partir de là, cette viande est diffusée sur les marchés du Diamaré. Plus important est le commerce des cuirs qui, orienté lui aussi d'est en ouest, donne lieu à des exportations vers le Nigeria qui atteignent plusieurs centaines de tonnes par an. Ce produit est malheureusement, en général, de mauvaise qualité.

CONCLUSION

L'animation des marchés, le grand nombre et le volume global des transactions, la complexité des circuits et l'enchevêtrement des flux illustrent la diversité et la vigueur de l'activité commerciale dans le nord du Cameroun. Non seulement la pêche et l'artisanat, mais, localement, certaines productions agricoles – oignons, tabac, Calebasses – ont été développées systématiquement en vue de la commercialisation. Dans le cas d'autres cultures, celle du mil notamment, les petits excédents locaux de production, marginaux par rapport à l'autoconsommation au niveau de chaque agriculteur, finissent par former des volumes assez considérables pour amorcer la formation de véritables circuits commerciaux. Ce que P. Courty a appelé « secteur intermédiaire » tient donc une place importante dans l'économie du nord du Cameroun.

Ce secteur intermédiaire, créé et développé spontanément par accumulation d'initiatives individuelles (pendant très longtemps, les pouvoirs publics l'ont ignoré ou sous-estimé), présente des interférences avec le « secteur moderne » suscité par les organismes officiels et les contacts avec les sociétés industrielles : ainsi, l'argent rapporté par la livraison du coton à la CFDT sert à acheter du bétail ; les camions transportent des nattes et des oignons aussi bien que des produits manufacturés importés, ces derniers sont finalement présentés sur des marchés, à côté d'éventaires de poisson séché ou de fruits cueillis dans la brousse... Cependant, ce secteur intermédiaire reste pour l'essentiel autonome et original : les motivations des acheteurs et vendeurs sont souvent liées au milieu social traditionnel (fêtes, cadeaux de mariage) ; le commerce reste en grande partie une activité de complément, pratiquée par des paysans pendant la morte-saison agricole ; les transactions ont un style local (procédés de mesure, marchandages, « cadeaux ») ; la comptabilité, même quand elle est compliquée (remboursement progressif d'avances multiples faites par un gros commerçant à des détaillants), est non-écrite. La spontanéité et l'empirisme du secteur intermédiaire apparaissent aussi dans le développement de plusieurs marchés très importants, Doumrou, Moulvouday, Mémé, Pitoa, en dehors des centres administratifs où s'installent les maisons de commerce de style européen, et dans l'existence des courants commerciaux de grand intérêt économique qui lient le nord du Cameroun au Tchad et surtout au Nigeria.

On peut considérer comme des faiblesses certains caractères du secteur intermédiaire : « amateurisme » de nombreux commerçants, prolifération des petits marchands de produits manufacturés, absence quasi-complète de capital fixe, déficience des procédés et moyens de stockage. Mais, tel qu'il est, il s'ajuste aux besoins et aux possibilités de populations essentiellement rurales, et joue un rôle très positif tant sur le plan économique, en donnant aux producteurs de multiples occasions de sortir du cadre de l'autoconsommation et de bénéficier de la division du travail, que sur le plan social, en favorisant les contacts entre ethnies et leur interpénétration.