



MICHEL AGIER

Étrangers, logeurs et patrons

L'improvisation sociale chez les commerçants soudanais de Lomé

Dès 1960, Aidan Southall notait l'importance des relations électives, des réseaux sociaux, des petits groupes « informels » et autres systèmes de relations inter-individuelles (*face-to-face relationships*) dans les villes africaines. Son approche visait à une « définition de situations perçues jusqu'ici comme présentant une fluidité a-structurée défiant l'analyse positive » (Southall 1961 : 25). Cette suggestion de programme est toujours actuelle. Les citadins sont amenés à improviser pour organiser leur vie de tous les jours et les modalités de cette improvisation sociale représentent un domaine de recherche pour une ethnologie nécessaire du milieu urbain.

Les réseaux sociaux sont le cadre quotidien du travail, de la solidarité et du contrôle social pour la majorité des citadins (particulièrement ceux qui sont censés faire partie du « secteur informel urbain »). Quelques individus apparaissent rapidement comme les points nodaux de ces réseaux. Grâce à leur position économique et à leurs pratiques de redistribution, ils sont au centre de la vie urbaine.

Cependant, Southall présente l'improvisation et les réseaux sociaux comme une réplique à l'absence ou à l'amputation des structures familiales en ville. On peut voir là une reprise des thèses développées dans l'entre-deux-guerres par l'école de Chicago, et notamment par Louis Wirth (1979 : 272-273) selon qui la ville est le lieu du « déclin de la signification sociale de la famille, [de] la disparition du voisinage et [de] l'érosion des bases traditionnelles de la solidarité sociale ».

Au contraire, comme on l'observera ici à propos des commerçants soudanais de Lomé, les citadins peuvent combiner leurs liens généalogiques et leurs relations extra-familiales pour organiser l'ensemble des relations pratiques qui constituent leurs réseaux sociaux.

I. *L'enchantement des relations de travail*

A l'image des autres villes africaines, Lomé a connu une très forte croissance démographique depuis la fin des années cinquante. La capitale du Togo est passée, en effet, de 90 000 habitants en 1960 à environ 350 000 en 1980. Apparemment, l'« intendance » ne suit pas ; les institu-

ORSTOM.
Fonds Documentaire

Cahiers d'Études africaines, 81-83, XXI-1-3, pp. 251-265.

N° : 2121
Cote : B.6.4 ex 1
Date : 28 DEC. 1982

tions officielles d'accueil (service de l'emploi, urbanisme, etc.) n'assurent que très partiellement l'incorporation des nombreux immigrés dans la ville. S'il existe bien un dynamisme urbain, attirant vers les capitales des migrants sans ressources et sans qualification professionnelle, cet attrait n'est pas le fait d'une demande économique officielle, bien inférieure à l'offre potentielle de main-d'œuvre qu'entraîne l'exode rural.

L'essentiel de l'économie urbaine est une économie souterraine, dont les mécanismes échappent au contrôle de l'État. Les notions et méthodes statistiques classiques (reprenant les « catégories socio-professionnelles » occidentales dans les recensements de la population) ne font que suggérer, « en creux », l'existence de ce fait urbain. A Lomé, d'après le recensement général de la population de 1970, 18 % des citadins de 12 ans et plus sont salariés. Plus de 80 % des Loméens pratiquent une économie de « débrouillardise » : ils sont répertoriés comme « personnes travaillant à leur compte » (25,6 %), « membres d'une coopérative de producteurs et travailleurs familiaux non rémunérés » (8,7 %), la position socio-économique du reste de la population de 12 ans et plus (48,2 %) n'étant pas indiquée¹.

Les activités économiques de ces citadins ont été regroupées par les techniciens du développement sous l'appellation de « secteur informel urbain » par laquelle sont désignés les milieux de l'artisanat moderne ou traditionnel, des services, des transports et du commerce. Les outils classiques de l'observation macrosociologique (enquêtes indirectes et extensives, catégories socio-professionnelles occidentales) en occultent d'eux-mêmes la réalité, faisant qualifier d'« informel » un secteur qui n'est en fait qu'inconnu ou incontrôlé. Au contraire, une approche ethnologique intensive et directe, portant sur des groupes restreints, permet de saisir la diversité des logiques à l'œuvre dans ces milieux urbains.

Ainsi, du point de vue économique, ce secteur englobe aussi bien la revente au « micro-détail » de morceaux de sucre ou de cigarettes à l'unité que l'importation de vastes troupeaux de bétail dont la valeur monétaire, à Lomé, atteint et peut dépasser — pour une centaine de têtes — huit millions de francs CFA².

Si l'on examine sa distribution ethnique, tous les groupes s'y trouvent plus ou moins représentés mais on peut repérer quelques tendances : à Lomé, les revendeuses de tissus importés et de produits vivriers locaux sont en grande majorité des autochtones de la région maritime (c'est-à-dire des Mina, des Ewe et des Ouatchi) (Cordonnier 1977) ; les allochtones, et plus particulièrement les Kotokolí du centre du Togo, sont nombreux parmi les transporteurs et les chauffeurs de taxis urbains, « taxis-brousse » et camions ; les étrangers soudanais (Hausa, Songhaï, Mosi, Peul) organisent principalement la revente de viande et l'approvisionnement de Lomé en bétail importé.

1. Les trois quarts de cette population « sans position dans l'entreprise » sont des ouvriers, des manœuvres, des chauffeurs, exerçant des métiers occasionnels peu ou pas rémunérés et vivant d'expédients divers.

2. Prix en 1979.

Enfin, en ce qui concerne la morphologie sociale de ce secteur, les positions et les niveaux de vie y sont également variés. Dans la capitale togolaise, les « nanas Benz »³ (riches commerçantes autochtones), les *mailgida* (commerçants-patrons hausa) et autres *alhaji* étrangers ou kotokoli forment une classe supérieure disparate par laquelle passe toute la masse monétaire circulant dans l'ensemble du secteur « informel » et dont les membres détiennent un pouvoir de contrôle social sur les personnes qu'ils mettent au travail. Le style de consommation de ces patrons commerçants, artisans et transporteurs correspond à celui des cadres moyens ou supérieurs de l'administration tandis que, dans l'ensemble, la population du « secteur informel urbain » doit organiser au jour le jour sa survie avant d'envisager d'éventuels accumulations, investissements et promotions.

On retrouve dans les milieux sociaux des villes africaines vivant de cette économie souterraine toutes les caractéristiques par lesquelles Oscar Lewis (1963 : 31) définit « la culture de pauvreté » : une variété d'emplois non spécialisés, le travail des enfants, la pénurie chronique d'argent liquide, l'absence de réserve de nourriture dans les foyers, le recours à des prêteurs, etc. — en d'autres termes, « la lutte constante pour la vie ». Il faut nécessairement, souligne Oscar Lewis, que ces milieux soient doués « d'une structure, d'un système de rationalisation et d'auto-défense sans lesquels les pauvres ne pourraient guère survivre » (p. 29). Cette survie est, dans certains cas, les promotions individuelles sont l'enjeu particulier des systèmes de relations sociales des citoyens, qui fonctionnent ainsi comme des « systèmes d'auto-défense ».

L'économie urbaine souterraine est tout entière régie par les relations de parenté, d'alliance et de clientèle. Les prestations de travail d'une part, les redistributions — monétaires ou en nature — d'autre part sont les termes manifestes de relations instituées entre parents, entre alliés ou entre « clients » et « patrons ». Ce faisant, les individus détenant des positions économiques dominantes ont simultanément un statut de redistributeurs de numéraire, de logement et de nourriture, de travail et de faveurs auprès de leurs parents, « clients » ou dépendants.

Ce sont les mécanismes de cet « enchantement » (Bourdieu) des relations de travail dans les relations sociales, observées dans le milieu commerçant des étrangers musulmans de Lomé, que l'on va présenter dans ce texte⁴.

2. Le quartier « zongo » de Lomé

Dans toute la partie orientale de l'Afrique de l'Ouest, on trouve des quartiers *zongo*⁵ : Niamey, Kumasi, Accra, Lomé, Cotonou et les villes du

3. On désigne ainsi les commerçantes enrichies qu'on voit partout en ville, au volant de leur Mercedes Benz.

4. Les informations exposées dans cet article ont été recueillies à Lomé de juillet 1978 à décembre 1979, dans le cadre de l'ORSTOM. Elles sont reprises et développées in AGIER 1981.

5. Le terme *zongo* est un mot de la langue hausa désignant les constructions provisoires situées à la périphérie d'une ville, par opposition au terme *birni* qui s'applique aux habitations construites dans la cité.

Sud-Nigeria en ont un où s'agglomèrent les commerçants étrangers et les gens de passage.

Des commerçants hausa ont fondé un quartier *zongo* à Lomé vers 1870-1880. Ils venaient de Salaga, place marchande de l'époque précoloniale au bout des routes commerciales partant du pays Hausa (dans le Nord-Nigeria et le Niger actuels) et du pays Mosi (Haute-Volta), et à l'entrée du royaume ashanti (dans l'actuel Ghana). Au moment de la chute de l'empire ashanti et de la création des nouvelles capitales côtières — dont Lomé —, les commerçants hausa s'orientèrent vers la « Côte de l'Or » et la « Côte des Esclaves ». Depuis sa fondation, le quartier *zongo* de Lomé a été déplacé à quatre reprises. En 1977, sa population fut « déguerpie » au nord de la ville, à 15 km du centre. Détruit, déplacé et rebâti, le *zongo* était ainsi confirmé dans sa position marginale, de même que sa population. Celle-ci compte près de 80 % de membres d'ethnies étrangères (Hausa : 49 % ; Songhaï : 10 % ; Peul : 5 % ; Mosi : 4 %, etc.). Le reste de la population est composé d'allochtones togolais musulmans (dont 8 % de Kotokoli) et d'autochtones de la région de Lomé (6 %, principalement des femmes).

Dans ce quartier, 12 % des hommes travaillant dans le commerce, l'artisanat et les transports emploient en permanence de deux à dix personnes et des aides occasionnels ; 48 % sont des « apprentis », des manœuvres, des revendeurs, des convoyeurs et des assistants divers travaillant pour le compte d'un patron. Enfin, 40 % sont « indépendants », principalement revendeurs de tissus et de « bricoles », tailleurs, ou chauffeurs de taxi à leur compte⁶.

Les commerçants soudanais ont l'exclusivité de l'approvisionnement de Lomé en bétail importé de Haute-Volta, du travail de la boucherie et de la revente de viande. Ils participent à d'autres commerces moins importants pour eux : commerce de la kola, de planches, d'objets d'art, de produits importés d'Europe et de vivrier.

Marqué par les activités commerciales et par la position dominante qu'y occupent les grands commerçants (*mai gida*), le *zongo* est le milieu d'accueil des marchands itinérants venant du Nord et le point de chute des gens de passage sans parenté ni connaissance dans la ville⁷. La condition d'étranger qui caractérise la population du *zongo* de Lomé associe deux positions : l'une vis-à-vis du milieu autochtone d'accueil ; l'autre

6. Dans la plupart des cas, d'ailleurs, ces personnes « à leur compte » sont liées à quelque *mai gida* pour lequel elles ont travaillé auparavant ou qui leur a prêté de l'argent.

7. Avant sa destruction en 1977, le *zongo* de Lomé comptait 7 350 habitants, soit environ 3 % de la population de la capitale. Les pourcentages présentés ici portent sur les 1 400 personnes du nouveau lotissement du *zongo* en septembre 1979. Les autres résidents de l'ancien quartier étaient provisoirement dispersés dans Lomé en attendant la construction de leur maison dans le « nouveau *zongo* ». Les enquêtes ethnologiques ont été menées indifféremment dans le nouveau quartier et dans le reste de Lomé, auprès des commerçants soudanais (patrons et dépendants du commerce du bétail et de la boucherie principalement, puis d'autres commerces : planches, kola, etc.).

à l'égard de la société de départ, c'est-à-dire du pays d'origine et de la souche familiale.

Vis-à-vis de la population loméenne, les gens du *zongo* affirment méticuleusement et à chaque occasion leur particularisme. Ils ne partagent aucune des caractéristiques des autochtones (ancienneté du contact avec les Européens, habitude du fonctionnariat, importance économique et démographique des femmes, pratiques religieuses chrétiennes et « vaudou ») et expriment quotidiennement leur différence : la tenue vestimentaire (boubou et chéchia), la langue du *zongo* (le hausa), les rythmes quotidiens (ponctués par les cinq prières musulmanes) marquent une distinction très apparente entre les étrangers soudanais et les autochtones (appelés *arna* en hausa, le terme signifiant à la fois « autochtone » et « païen »).

Mais le particularisme du *zongo*, lié à la position marginale des commerçants étrangers, se manifeste et se renforce surtout à l'occasion des mariages. Sur un échantillon de 155 mariages contractés par 119 Soudanais (Hausa, Songhaï, Peul, Mosi, etc.), 83,4 % (128) l'ont été avec une femme soudanaise (dans cet ensemble, 87 mariages sont intra-ethniques), 9,7 % avec une allochtone et 7,7 % avec une autochtone de Lomé.

De plus, si les étrangères et les allochtones sont musulmanes, les femmes autochtones, à l'origine catholiques ou « animistes », sont islamisées au moment du mariage et reçoivent un nouveau prénom, musulman. L'endogamie religieuse ainsi réalisée prend un sens particulier dans le contexte loméen, où le *zongo* est un îlot musulman. L'islamisation des épouses autochtones est un mode d'incorporation dans le milieu étranger du *zongo*.

Le statut local d'étranger est enveloppé dans une ethnicité hausa laxiste, tant de la part des autochtones (selon lesquels le *zongo* est un quartier hausa et les commerçants musulmans sont des Hausa) que du point de vue des étrangers eux-mêmes : il existe un « prosélytisme » hausa. Être — ou « devenir » — hausa est, à Lomé, une certaine façon d'être étranger, commerçant et musulman. Ce laxisme préfigure une ethnicité urbaine se fondant non plus seulement sur des repères généalogiques, géographiques et culturels, mais aussi sur des positions économiques et des relations sociales locales. « Fondateurs » du *zongo* de Lomé et dépositaires de l'histoire des réseaux marchands précoloniaux de cette région d'Afrique, les Hausa fournissent aussi les principaux *mai gida* (commerçants patrons) qui font travailler et vivre de nombreux dépendants⁸.

Par rapport à leur pays d'origine, les étrangers sont des déracinés : plus de la moitié d'entre eux sont loméens à la deuxième ou troisième

8. La discussion d'une « ethnicité urbaine » recoupe celle de l'ethnicité hausa. Signalons brièvement qu'Abner COHEN (1969 : 47-50) note la présence, dans le quartier « hausa » d'Ibadan (Sud-Nigeria), de sujets « haoussa-isés ». De son côté Paul E. LOVEJOY (1973 : 634) fait une très intéressante étude historique d'un des nombreux groupes assimilés à l'ensemble hausa (les Kambarin' Beriberi) et montre le caractère dynamique de l'ethnicité hausa qu'il définit comme un « système des relations développées entre immigrants ».

génération⁹ ; les autres, immigrés eux-mêmes, venus seuls ou en famille, sont parfois nés hors du pays d'origine de leur ethnie ou sont arrivés à Lomé après diverses étapes (au Ghana ou au Sud-Nigeria). Dans tous les cas, les étrangers sont coupés de leur lointaine souche familiale, contrairement aux allochtones (Kotokoli notamment) qui gardent, pour la plupart, des contacts réguliers avec leur famille restée au village.

Lorsqu'ils ne rencontrent personne avec qui établir une quelconque connexion généalogique, les étrangers arrivant au *zongo* construisent leur statut et parfois leur identité à partir de leur propre itinéraire et de leur capacité à s'insérer dans le milieu en s'alliant aux personnes déjà installées. Le *zongo* « officialise » le déracinement familial des étrangers en produisant des patronymes originaux que prennent certains nouveaux arrivants et qu'hériteront leurs descendants. Ces noms font référence à la ville d'origine ou à l'appartenance ethnique de l'étranger qui, ce faisant, abandonne son nom de famille initial ; il en va ainsi des patronymes suivants : Tawa, Maradi, Salamey (localité proche de Sokoto), Kano, Gao ; également : Mossi, Foulani, Gourma, Wangara, etc.

Si les gens du *zongo* emploient des termes hausa pour désigner leurs structures sociales, c'est en leur donnant un sens local différent de la tradition hausa à laquelle ils se réfèrent. *Gida* signifie maison au sens foncier, ou groupe résidentiel (maisonnée), mais ne renvoie pas à une unité économique. Rarement utilisé comme tel, le terme *gida* est généralement compris dans le composé *mai gida*, traditionnellement « chef de maisonnée », qui prend aussi, à Lomé, les sens de « patron » commerçant, de logeur ou de propriétaire, c'est-à-dire traduit des fonctions actuelles dans le milieu commerçant musulman loméen. La référence au terme *dangi* (« patrilignage ») est très rare. La parenté est généralement rendue par *dan wwananci* (de *dan uwa*, litt. « fils de même mère » et, plus souvent, « parent » au sens large) ; une connaissance d'enfance ou de voisinage sans lien de parenté ni de mariage peut être exprimée, dans certaines situations, par les mots *babba dan wwananci* (« grande parenté »). Le terme le plus fréquent est celui qui s'applique à la famille restreinte (père, mère et enfants) : *iyayi*. Cette structure regroupe 67 % des résidents des maisonnées du *zongo*.

3. La richesse en hommes

Pour la majorité des étrangers musulmans, la vie quotidienne est organisée autour d'une trentaine de grands négociants qui contrôlent l'essentiel de l'emploi, du logement et de la subsistance des gens du *zongo*. Plus de 70 % des hommes de plus de 15 ans recensés au nouveau quartier *zongo* font partie du secteur dit informel (commerce, artisanat, transports) ou sont maîtres coraniques, mendiants, griots, etc.

9. Tous âges et ethnies confondus, 65 % des habitants du *zongo* sont natifs de Lomé : 31 % des hommes de plus de 40 ans, mais 85 % des hommes et 81 % des femmes de moins de 15 ans sont nés dans la capitale togolaise.

La plupart des *mai gida* sont patrons-bouchers ou logeurs-intermédiaires dans le commerce du bétail ou des produits importés ; quelques-uns sont transporteurs ou font le commerce de plusieurs produits simultanément (planches, kola, etc.)¹⁰. Leur position commerciale est indissociée de leur statut de redistributeur pour lequel ils font de nombreuses dépenses. Outre l'aumône (*sadaka*) qu'ils sont tenus de verser régulièrement aux mendiants reconnus et aux maîtres coraniques, ils font — également au titre de l'aumône — divers dons que l'on peut qualifier d' « investissements symboliques ». Ainsi de l'hospitalité : pour accueillir des étrangers, ils réservent au minimum quelques pièces de leur propre maison, et souvent des maisons entières. Ils subventionnent une association d'entraide qu'ils ont eux-mêmes créée, le Zumunta Club, dont l'activité principale consiste à secourir des personnes malades, accidentées ou des voyageurs isolés. Chacun d'eux débourse plusieurs dizaines de milliers de francs CFA à l'occasion des fêtes du Ramadan et surtout de la Tabaski (*babban' salla*, en hausa « grande prière ») au cours de laquelle il fait distribuer dans le *zongo* différents morceaux des moutons qu'il a sacrifiés. Un *mai gida* est souvent appelé *alhaji* (« pèlerin ») et ce n'est pas seulement une formule de politesse. Il est fréquent qu'un commerçant « accumule » les pèlerinages à La Mecque en faisant le voyage par avion : deux, trois ou quatre pour un même *mai gida* alors que la lettre du Coran n'en demande pas tant¹¹.

Les étrangers de passage, les jeunes aides occasionnels, les maîtres coraniques, mendiants et inactifs sont les bénéficiaires des redistributions que les *mai gida* font pour s'acquitter de la *sadaka*. Ainsi, par leurs investissements symboliques, les principaux commerçants se constituent un entourage flou mais permanent de personnes accueillies et assistées. C'est sur ce fond de dépenses propitiatoires et de prestige que les *mai gida* bâtissent leur « richesse en hommes » (*arzikin' mutane*).

Les réseaux professionnels des commerçants sont en même temps des réseaux familiaux et de clientèle. Le travail commercial (achat, voyage, dédouanement, portage, manutention, revente, etc.) s'effectue selon trois registres de relations sociales nouées entre les *mai gida* et leurs employés :

- la famille (*iyayi*) du commerçant, et particulièrement le rapport père/fils ;
- la parenté cognatique (*dan uwançi*), dans laquelle les comportements privilégient les relations avec les parents utérins alors que les appellations ne distinguent pas les parents paternels des maternels ;
- les relations de clientèle (notamment le lien *zumunçi*) et d'alliance (la relation beau-père/gendre : *suruki*).

10. Le chiffre d'affaires annuel des *mai gida* varie de 30 à 80 millions de francs CFA environ. A titre de comparaison, notons qu'en 1975 trente commerçantes loméennes (les nanas Benz) firent, chacune, un chiffre d'affaires supérieur à 150 millions de francs CFA.

11. Une agence de voyages gérée par un maître coranique hausa affrète des charters permettant de faire l'aller-retour Lomé-Jeddah-Lomé pour 134 000 F CFA (prix en 1978).

Dans les deux premières situations, il existe à l'origine — c'est-à-dire avant l'instauration d'une relation de travail — une connexion généalogique plus ou moins étroite entre le commerçant et son employé.

Les systèmes familiaux des Hausa et, plus généralement, des Soudanais du *zongo* sont patrilinéaires. La parenté paternelle est un cadre théoriquement rigoureux. Le rapport père/fils implique une relation de travail fréquente mais peu durable chez les commerçants soudanais de Lomé. Il repose sur les deux énoncés traditionnels de la soumission et de la « honte » (*kumya*) du fils à l'égard de son père, et de la transmission de l'héritage du père au fils aîné qui en redistribue une part à ses cadets. Mais deux éléments actuels viennent rendre moins opérante cette relation. D'une part, la compétence technique : si un fils n'est pas assidu au travail, ou s'il ne sait pas comment ruser pour ramener à son père plus d'argent que celui-ci ne lui en a donné au départ, le *mai gida* ne le fera pas travailler. D'autre part, l'habitude commerçante de la mobilité, la légitimité des réussites individuelles — mais aussi l'importance des charges des *mai gida* et la possibilité de trouver hors de la parenté d'autres travailleurs — incitent les commerçants, dans l'ensemble, à laisser leurs fils libres de les quitter.

A l'égard des parents utérins, il peut être formulé des « préférences » propices à l'établissement d'alliances englobant des relations de travail. Les relations du type oncle maternel/neveu utérin (simples : fils de la sœur du commerçant, ou assimilées : fils du fils de la sœur du père du commerçant, par exemple) sont un cadre d'accueil, d'entraide et de travail auquel recourent les *mai gida* quand ils le peuvent et où se conclut parfois une alliance matrimoniale. Des liens du côté maternel sont aussi le cadre de relations économiques : certains commerçants font travailler pour leur compte leur cousin parallèle matrilatéral. Cette parenté maternelle est parfois diffuse, imprécise : un *mai gida* du commerce du bétail est ainsi le bailleur de fonds d'un chauffeur de taxi qui l'appelle *rafani* (« oncle ») et dont la mère a une parenté non définie avec la mère du commerçant.

Outre la mise au travail de personnes généalogiquement identifiables, les *mai gida* improvisent diverses alliances avec des sujets n'ayant aucune parenté avec eux. Ils instituent alors un autre cadre pour des relations de travail.

4. La relation patron-client

Un des modes de formation des réseaux sociaux des *mai gida* est une alliance qui s'établit entre un commerçant et l'étranger (*bako* en hausa) qu'il accueille. L'hospitalité des *mai gida* est au principe de cette relation. Comme on l'a souligné plus haut, les gens de passage sont nombreux dans le *zongo* : d'après le recensement opéré dans le nouveau lotissement, ils étaient une centaine sur 1 400, soit un taux d'environ 7 % d'étrangers venus à Lomé pour des affaires commerciales ponctuelles (vente de bétail, notamment) ou sans but précis, et reçus par des logeurs du *zongo*.

L'accueil des étrangers est une des composantes des réseaux marchands, en particulier celui du bétail. Les logeurs-intermédiaires (*mai gida dillali*) en sont les pivots. A Lomé, ils mettent les vendeurs étrangers qui sont leurs hôtes en contact avec les acheteurs locaux, dont ils sont les garants. Ce rôle essentiel est l'expression d'un mode de fonctionnement traditionnel des réseaux marchands qu'on ne retrouve pas tel quel dans des commerces plus récents (celui des planches, par exemple).

Mais le sens de l'hospitalité dépasse le cadre d'une structure commerciale précise ; l'accueil des étrangers est, au même titre que l'aumône, un rituel propitiatoire et de prestige. Quels que soient le commerce qu'il pratique et la fonction qu'il y exerce, un *mai gida* doit aussi être un *mai karban' baki* (« celui qui reçoit les étrangers »)¹², ce qui va lui permettre d'instituer un rapport particulier avec ceux qu'il loge.

Au départ, un *mai gida* et l'étranger qui pourra devenir plus tard son dépendant sont souvent liés par un réseau d'inter-connaissance. Ce peut être une relation antérieure précise qui permet d'en amorcer une nouvelle ; par exemple, un commerçant de Lomé reçoit chez lui le fils d'un ami qu'il connaît « depuis le pays Hausa », sans autre précision. L'accueilli deviendra le manoeuvre puis le revendeur de son *mai gida* (patron-boucher et commerçant en peaux) qui est devenu son « patron » après avoir été son logeur. Un autre étranger est le fils d'un homme originaire de la même ville nigérienne que le commerçant loméen chez qui il se rend ; de plus, il introduit auprès de son logeur trois autres personnes que celui-ci ne connaît pas mais qu'il hébergera et, plus tard, fera travailler pour son compte pendant cinq ans.

L'accueil est souvent intra-ethnique, voire intra-villageois, mais le réseau marchand du bétail est aussi un cadre d'inter-connaissance. Un *mai gida* hausa de Lomé (logeur-intermédiaire dans le commerce du bétail) reçoit ainsi puis emploie un jeune Gurma ; celui-ci, venu de Haute-Volta, a été présenté au commerçant par un marchand de bétail qui fait régulièrement des allées et venues entre Lomé et Fada N'Gourma. Un étranger peut également recourir aux institutions professionnelles liées au réseau marchand, notamment à la corporation des bouchers, à partir de laquelle il sera conduit chez un commerçant susceptible de le loger et avec qui il pourra établir une relation durable.

Enfin, un musulman arrivant à Lomé et ne connaissant personne se rend habituellement chez le chef du quartier (*sarkin' zongo*). Celui-ci dispose de plusieurs abris en tôle et planches où logent les étrangers. Il peut aussi envoyer le nouvel arrivant chez le chef de l'ethnie à laquelle il appartient ou chez l'un de ses quatre assistants. Ces notables étant

12. Que ce soit à des fins directement commerciales ou comme investissements sociologiques, les maisons sont les principaux biens durables pour lesquels les commerçants dépensent leurs profits marchands, au détriment d'autres investissements plus évidemment rentables, tels que l'artisanat ou les transports. Servant à l'hébergement des commerçants du Nord, des étrangers de passage, des « clients » et dépendants, ces habitations ne sont que très rarement louées.

directement liés aux commerces et aux commerçants, c'est le plus souvent chez un *mai gida* qu'aboutit l'arrivant qui veut rester à Lomé.

De plus, la seule référence à l'islam — commune aux *mai gida* et à leurs hôtes — est un cadre virtuel d'inter-connaissance. Un important commerçant hausa dit qu'il « reçoit n'importe qui à cause de l'islam », l'étranger étant un « don » ou un « envoyé de Dieu ». Et, comme pour donner l'exemple, l'imam est l'un des plus anciens et des plus notoires logeurs du *zongo* de Lomé.

En établissant une relation durable avec leur logeur, certains étrangers viennent augmenter la « richesse en hommes » des *mai gida*. Celle-ci se constitue également — outre les parents que l'on a mentionnés plus haut — de jeunes gens du *zongo* n'ayant aucun lien de parenté avec les commerçants. Il s'agit de fils de marchands indépendants moins aisés, de *malam* (maîtres coraniques), de « plantons » ou de retraités de l'administration (dans le *zongo*, les salariés et retraités représentent 14 % des hommes de 15 ans et plus), et souvent de jeunes déscolarisés sans emploi. Ils fournissent des prestations de travail occasionnelles aux *mai gida* : portage, manutention, courses, écritures ; les commerçants leur versent l'aumône (*sadaka*), ce don impersonnel fait « à Dieu » les laissant dans l'anonymat. Certains pourront cependant, de la même façon que les étrangers accueillis chez les *mai gida*, établir progressivement avec l'un d'eux une relation « de sujet à sujet » durable qui se concrétisera progressivement par divers échanges : le dépendant fournit du travail permanent à son *mai gida* ; celui-ci le loge chez lui ou paie la location de son logement ; il le nourrit et lui verse de l'argent (sous forme de « cadeau », de part sur les ventes, d'octroi de marchandise revendable, de commission).

Lorsque les commerçants passent ainsi de là seule hospitalité ou du versement de l'aumône à une alliance plus consistante et stable, c'est que leur prestation a changé de registre ; elle est devenue *alheri*, « faveur » faite non plus à Dieu (*sadaka*) mais à une personne identifiée qui est ainsi mise dans une situation d'allégeance à l'égard de son bienfaiteur.

Le commerçant devient le « tuteur » de son dépendant. Ancien étranger (*bako*) ou ancien aide occasionnel recevant l'aumône (et appelé *bara*¹³), celui-ci acquiert un statut référé à son *mai gida*. La terminologie de la relation indique clairement cette nouvelle position.

Le lien entre un commerçant et son dépendant est souvent appelé *zumunci*, terme traditionnellement ambigu dont la signification oscille, selon les traducteurs, entre « lien de consanguinité ou de mariage », « quasi-parenté » et « relation avec une personne de même pays ou de même village ». Les gens du *zongo* de Lomé opposent le terme à la parenté au sens large : *dan uwanci*. Il s'agit d'une relation élective en ce sens que son amorce et les comportements qu'elle implique ne sont dictés par aucune connexion généalogique antérieure. De plus, différenciée de

13. Le terme *bara* signifie d'une part : « celui qui reçoit l'aumône » et, d'autre part (prononcé différemment) : « serviteur », ce second terme pouvant être parfois utilisé pour désigner le dépendant d'un *mai gida*.

l'amitié (*aminici*), *zumunci* est une relation d'allégeance dans laquelle une personne a « comme une dette » envers son bienfaiteur (selon les termes employés en français par nos informateurs).

Lorsque le dépendant interpelle son « patron » et logeur, il lui dit *mai gida* ou *alhazi*, comme le font toutes les personnes qui saluent un commerçant, mais aussi *baba* (« père, papa »). Celui-ci s'adresse à son dépendant en lui disant parfois *yaro* (« enfant »). Lorsque d'autres personnes parlent du dépendant, ils disent : « untel, fils de (*dan*) untel » ou : « untel, l'enfant (*yaro*) d'untel ». Cette « filiation » donne au *yaro* son statut social. Les termes de parenté et d'enfance utilisés dans la relation ont un sens en tant qu'ils désignent une allégeance directe. Cette quasi-parenté, sans être biologique, n'est pas non plus mythique : c'est une parenté sociale. Elle ne renvoie pas à une filiation imaginaire père/fils, mais elle est plutôt une préfiguration de l'aboutissement de cette relation : l'organisation du mariage du *yaro* par son *mai gida*, l'alliance beau-père/gendre. Le *mai gida* donnera une fille de sa descendance ou prendra une fille dans une famille alliée (une sœur de son épouse, par exemple) ou amie et la donnera en mariage à son dépendant¹⁴. Dans tous les cas, le *yaro* n'aura pas à payer les dépenses matrimoniales ; celles-ci sont élevées, variant de 50 000 à 250 000 F CFA (bien que la seule obligation officielle, le *sadaki*, don remis publiquement par les représentants du prétendant à ceux de l'épouse, soit d'un faible montant, de 1 000 à 10 000 F CFA). Devenant le gendre de son *mai gida*, il aura alors l'attitude prodigue qu'il doit traditionnellement à son beau-père (*suruki*) en lui faisant souvent des cadeaux (notamment à l'occasion des fêtes religieuses) et en lui venant régulièrement en aide, même si, par ailleurs, il s'est détaché de lui sur le plan strictement commercial. Des différents cas que l'on a pu observer, il ressort qu'après son mariage, le *yaro* devient indépendant sur le plan résidentiel ; par ailleurs, il peut travailler pour son propre compte ou avec un autre commerçant, ou rester sous la dépendance financière de son patron-beau-père. Mais, dans tous les cas, il garde la liberté, s'il le veut, de travailler à son compte, son *mai gida* pouvant l'aider à installer son propre commerce. Même indépendant sur le plan commercial, il restera cependant l'obligé de son ancien *mai gida*.

Le coût élevé des dépenses nécessaires à l'acquisition d'une épouse dans le *zongo* fait des alliances matrimoniales un enjeu de la vie économique des commerçants soudanais, et particulièrement de la relation patron/client. Lorsqu'un *mai gida* donne une de ses filles ou une fille de son entourage à son *yaro*, il fait un don de *sadaka* et pratique un type de mariage appelé, en pays Hausa, « mariage d'aumône » (*armen' sadaka*) (Nicolas 1975 : 213 ; Piault [s.d.] : 96). Cette référence permet l'improvisation d'alliances de la part des commerçants soudanais de Lomé. Elle autorise notamment l'artifice suivant, « secret » mais notoire dans le

14. Ce don concerne la première épouse. L'ancien dépendant trouvera ensuite lui-même, s'il le veut ou s'il le peut, d'autres épouses. Le mariage peut être différé, le *mai gida* donnant une fille, ou une fille de son fils, au fils de l'étranger accueilli.

zongo : le *sadaki* lui-même — seule prestation obligatoire et publique — pourra être remis par le père de l'épouse au prétendant ou à ses représentants qui le lui redonneront au cours du rituel de l' « attachement du mariage » (*darmen aure*).

L'alliance matrimoniale opère finalement une mise en perspective de la relation *zumunci* qui lie un commerçant et un étranger : d'une part, le *yaro*, déchargé des dépenses matrimoniales, les compense par son allégeance et ses prestations de travail antérieures ; d'autre part, la relation beau-père/gendre, caractérisée par la générosité du second envers le premier, apparaît déjà en filigrane dans les prestations quotidiennes, les égards, le respect et la prodigalité du dépendant à l'égard de son « patron ». Par ce mariage, l'ancien étranger ou jeune chômeur réalise une double insertion : il entre dans le circuit matrimonial du *zongo* ; il est introduit, par la parenté, dans le milieu commerçant. Ce faisant, les étrangers et les travailleurs occasionnels devenus les proches dépendants d'un *mai gida* représentent les marges d'une communauté à la fois commerçante et sociale organisée autour d'un négociant.

Pour terminer cette brève description on fera deux remarques :

1) Les *mai gida*, qui sont au centre du « marché » de la relation sociale et de l'emploi parmi les étrangers musulmans, ne sont pas pour autant maîtres de tous les moyens économiques de leur pouvoir. Ils dépendent de la demande externe de commercialisation, à laquelle ils peuvent répondre mais qu'ils ne contrôlent pas.

La capacité d'adaptation des milieux marchands traditionnels est d'abord une capacité à recourir — selon les situations — à leurs réseaux familiaux et sociaux pour répondre à des demandes de commercialisation. Ce dynamisme a permis aux commerçants musulmans de Lomé de prendre en charge et de contrôler entièrement, à partir des années 1940, à la demande de l'administration coloniale, l'importation, la répartition, l'abattage et la commercialisation du bétail, et de s'introduire dans des marchés ouverts plus récents : planches, objets d'art, tissus, etc. Ces commerces ont succédé, après diverses reconversions, à ceux des captifs, de la kola, des produits vivriers et manufacturés de l'époque précoloniale et du début de la période coloniale.

Mais, dans la compétition actuelle pour l'accès à la masse monétaire circulant en ville, les commerçants du *zongo* doivent affronter tout à la fois la concurrence d'autres groupes sociaux de marchands (commerçants autochtones, Libanais, etc.), les mesures administratives de limitation des prix de vente, la pénurie de numéraire chez la plupart des citoyens, et l'absence de nouvelle demande de commercialisation susceptible de recréer l' « occasion » que fut l'ouverture du commerce du bétail importé. Cela réduit d'autant la quantité de numéraire réintroduite dans un milieu organisé autour de quelques grands commerçants.

Les *mai gida* incluent cette présence permanente de l' « extérieur » dans l'économie, de leurs investissements symboliques et sociologiques

dans le *zongo* qui permettent à leurs dépendants (au sens large : parents, alliés, « clients », *malam* et mendiants) de vivre, en même temps qu'ils fondent leur pouvoir local. D'où cette seconde remarque :

2) Tous les étrangers et tous les jeunes aides occasionnels ne peuvent réaliser une alliance *zumunci* avec un *mai gida*. Les dépendants en puissance doivent savoir profiter de la disponibilité (objective et subjective) d'un *mai gida* prêt à les « choisir » comme *yaro*. A défaut, ils restent à l'écart. Cela se manifeste particulièrement dans les rapports d'âges dans le nouveau *zongo* ; les difficultés de s'assurer des revenus dans le milieu des commerçants soudanais y sont amplifiées par les conséquences, du déguerpissement du quartier à 15 km du centre-ville et incitent de nombreux jeunes gens à quitter le *zongo*¹⁵.

Mais, même en rétrécissant le volume de leur « richesse en hommes », les *mai gida* — et leurs dépendants — maintiennent les principes et les structures des relations sociales organisant leurs activités commerciales : hospitalité, aumône et faveurs pour les uns, allégeance et prestations de travail pour les autres. Le cadre de vie reste la communauté des parents, des dépendants sans parenté et des alliés matrimoniaux, organisés autour des *mai gida*. Si cette structure sociale n'a pas partout l'efficacité économique qui se manifeste dans le commerce du bétail, elle représente cependant le maintien d'une capacité à réenclencher un processus de mise au travail auquel ce groupe marchand est habitué. Et la relation *zumunci* reste virtuellement possible pour tous, étrangers, jeunes déscolarisés et aides occasionnels.

Ces règles et structures sociales des commerçants soudanais représentent un « système d'auto-défense » pour une partie de la population du « secteur informel urbain » de Lomé.

5. *L'improvisation sociale*

D'une manière générale, les citadins n'ont pas auprès d'eux tout l'éventail de leur parenté ; en pratique, tous les liens généalogiques ne peuvent donc être à l'œuvre dans la vie d'un citadin. Cela est vrai chez les étrangers musulmans de Lomé ; ça l'est également chez les ruraux urbanisés et chez les citadins de la seconde génération parmi lesquels tous les observateurs constatent le développement de la famille « nucléaire ».

Mais l'exemple des commerçants soudanais de Lomé suggère qu'une articulation est possible entre les différents registres de relations sociales ; le groupe de filiation, la parenté paternelle et maternelle, les alliés matrimoniaux et les dépendants sans lien généalogique forment un ensemble structuré. Dans l'improvisation des relations sociales — qui sont aussi des

15. Dans la tranche d'âge des 15-30 ans, le taux de masculinité n'est que de 86 hommes pour 100 femmes alors qu'il est, pour l'ensemble du *zongo*, de 105 hommes pour 100 femmes. Le nombre d'hommes entre 15 et 39 ans représente 15,4 % de la population totale du quartier, alors que le même ensemble représente 21 % de la population loméenne.

relations commerciales et de travail —, il n'y a pas nécessairement de contradiction entre la famille et la ville.

Par ailleurs — et ceci n'est pas propre aux commerçants soudanais de Lomé mais se retrouve régulièrement dans tous les milieux du « secteur informel urbain » —, le langage de la parenté s'introduit dans des relations extra-familiales, comme pour leur donner hâtivement un sens ; et celui-ci renvoie précisément à la « signification sociale de la famille », selon les termes de Louis Wirth.

Il y a une permanence possible des références familiales — comme règles, comme structures ou comme langage — dans les diverses formes de l'improvisation des relations sociales chez les citadins. Mais il y a aussi — au moins dans le cas qui nous occupe ici — un changement d'échelle : les commerçants soudanais, et en particulier les Hausa, passent d'une référence au *gida* (« maisonnée ») à une référence au *mai gida* (« chef de la maisonnée », réinterprété en commerçant, patron, logeur). La vie quotidienne urbaine se joue autour de positions actuelles, celles qu'occupent par exemple une trentaine de ces commerçants sur lesquels sont polarisés des réseaux sociaux et qui en même temps appartiennent à une classe supérieure détenant une part du contrôle économique et social urbain.

Partant, les règles (de parenté, de clientélisme, etc.) qu'un groupe puise dans son propre langage traditionnel prennent un sens différent en trouvant, en ville, une nouvelle efficacité.

BIBLIOGRAPHIE

AGIER, M.

1981 *Réseaux marchands, réseaux sociaux. Les commerçants soudanais du quartier zongo de Lomé*, Paris, École des hautes études en sciences sociales, thèse de 3^e cycle, 324-x p. multigr.

COHEN, A.

1969 *Custom and Politics in Urban Africa. A Study of Hausa Migrants in Yoruba Towns*, Londres, Routledge & Kegan Paul, 252 p.

CORDONNIER, R.

1977 *Femmes africaines et commerce. Les revendeuses de tissu de la ville de Lomé*, Lomé, Office de la recherche scientifique et technique outre-mer, 147 p. multigr.

LEWIS, O.

1963 *Les enfants de Sanchez. Autobiographie d'une famille mexicaine*, Paris, Gallimard, 640 p. (« Du monde entier »).

LOVEJOY, P. E.

1973 « The Kambarin' Beriberi : The Formation of a Specialized Group of Hausa

Kola Traders in the Nineteenth Century », *The Journal of African History*, XIV (4) : 633-651.

NICOLAS, G.

1975 *Dynamique sociale et appréhension du monde au sein d'une société haoussa*, Paris, Institut d'ethnologie, 661 p. (« Travaux et mémoires de l'Institut d'ethnologie » 78).

PIAULT, C.

[s.d.] *Contribution à l'étude de la vie quotidienne de la femme mawri*, Paris, Copedith, 133 p. (« Études nigériennes » 10).

SOUTHALL, A. W., ed.

1961 *Social Change in Modern Africa*, Londres, Oxford University Press, 337 p.

TOGO. Direction de la statistique

1975 *Recensement général de la population du Togo (mars-avril 1970)*, vol. 1.

WIRTH, L.

1979 « Le phénomène urbain comme mode de vie », in Y. GRAFMEYER & I. JOSEPH, eds., *L'école de Chicago. Naissance de l'écologie urbaine*, Paris, Éditions du Champ urbain : 251-277 (1^{re} éd. 1938, *Urbanism as a Way of Life*).