

MICHEL AGIER

Les fondements de la sociabilité chez les commerçants soudanais de Lomé (Togo) \*

*The basis of sociability among the Sudanic traders in Lomé (Togo)*

Mots-clés : Commerçants soudanais. Réseaux sociaux. Accueil des migrants. Stratification sociale. Idéologies et pratiques. Ethique. Intégration. Marginalité. Lomé (Togo)

*Key words : Sudanic traders. Social networks. Welcome of immigrants. Social strata. Ideologies and practices. Ethnics. Integration. Fringiness. Lomé (Togo)*

Extrait de Michel Agier, *Commerce et sociabilité. Les négociants soudanais du quartier zongo de Lomé*, Editions de l'ORSTOM, collection Mémoires, n° 99, Paris, 1983, pp. 274-297

\* Titre de la Rédaction

### *Éléments de glossaire*

*zongo* : campement, quartier haoussa

*mai gida* : propriétaire, chef de maisonnée, logeur, patron

*sadaka* : aumône

*dillali* : intermédiaire commercial

## L'esprit de la sociabilité

C'est dans un travail constant de sociabilité (investissements symboliques et sociologiques) que les commerçants soudanais de Lomé assurent la formation et la reproduction des réseaux sociaux du zongo.

Alors que les personnes qui bénéficient de la « sadaka » et de l'hospitalité peuvent aller et venir, l'existence de groupes diffus d'accueillis et d'assistés entourant les « mai gida » est une donnée stable et pérenne, un « fait social » à partir duquel s'opère le renouvellement des réseaux sociaux dans lesquels, au demeurant, les positions économiques et les statuts ne sont pas figés.

Une série, tirée de la généalogie d'une des plus anciennes familles commerçantes du zongo (Godjé), offre un exemple de reproduction des réseaux sociaux par la seule répétition de l'incorporation des nouveaux arrivants dans le tissu familial. Cette série, étalée sur cinquante ans, concerne trois commerçants et deux mariages ; mais son simple prolongement suggère un modèle de reproduction sociale ; il montre la place dominante qu'occupe la relation patron/client dans l'organisation de la vie sociale et familiale des commerçants soudanais et il explique — pour ainsi dire « par effet de structure » — la dominance pratique des références cognatiques au détriment de la stricte filiation patrilinéaire. La formation du statut d'une personne se fait autant en référence au beau-père « mai gida » qu'au père client (1).

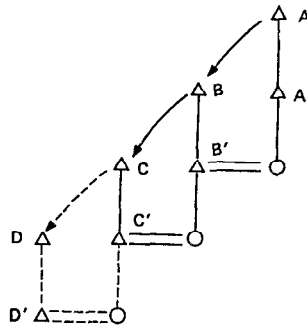
---

(1) C'est cette logique du clientélisme que manifeste le fait que les maisonnées (« gida ») du zongo ne regroupent plus seulement les hommes « appartenant à un même patrilignage », mais également des descendants d'alliés, des clients et des étrangers.

Ce modèle de reproduction des réseaux sociaux dépend de la mobilité géographique et sociale du milieu où il s'applique.

D'une part, il s'appuie sur le principe d'un flux permanent de nouveaux arrivants et de leur accueil au zongo, préliminaires à toute stratégie sociale, commerciale ou matrimoniale.

D'autre part, il suppose qu'un client soit un « mai gida » potentiel (dans la figure 15, B puis C sont d'abord accueillis et clients puis « mai gida » et logeurs).



- 1915 : Un commerçant A accueille et fait travailler B  
 1940 : Le fils de B épouse une fille du fils de A  
 B accueille et fait travailler C  
 1965 : Le fils de C épouse une fille du fils de B  
 C accueille et fait travailler D  
 etc.

FIG. 15

L'itinérance et la réussite sociale sont aussi bien deux notions centrales de l'idéologie et des pratiques du zongo.

Etrangers vivant en marge de la population loméenne, les commerçants soudanais — même installés dans leurs maisons à Lomé — gardent virtuellement la possibilité de partir. L'accueil des immigrants et des itinérants, comme les départs, sont pensables parce que le zongo, avant d'être un quartier de Lomé, est un élément d'une chaîne sociale et commerciale qui va de ville en ville depuis les pays du Soudan jusqu'à ceux de la côte. La répétition de la structure d'accueil des zongo sur une vaste étendue compose un réseau qui rend possible la mobilité géographique des personnes.

Pratiquement, le commerçant itinérant (« dan fatauci », littéralement : fils du commerce) est la manifestation tangible de l'idéologie de l'itinérance. On

le trouve pendant trois ou quatre mois chez son logeur de Lomé ; il peut parfois, avec son aide, commencer la construction d'une maison au quartier zongo ; puis il disparaît pendant les quelques mois suivants, retournant dans le nord auprès de son patron et de quelques parents, pour reparaître plus tard à Lomé où il vend ses marchandises et continue la construction de sa maison.

Cette figure d'itinérance est statistiquement rare mais elle donne l'exemple aux gens du zongo de leur départ possible et de l'efficacité de leur hospitalité.

D'autres commerçants, par leurs itinéraires sociaux, font la preuve de la possibilité des réussites individuelles.

Parmi les cinq « mai gida » patrons de bouchers de Lomé ayant les plus forts chiffres d'affaires (en 1978), quatre ont été les clients de commerçants avec lesquels ils n'avaient aucun lien de parenté (l'un de ces quatre fait aujourd'hui travailler son fils pour son compte) et le cinquième est un parent paternel d'un autre « mai gida » qui l'a accueilli il y a une vingtaine d'années.

Ces cinq commerçants sont arrivés à Lomé en 1940, 1947, 1956 et 1960 (pour deux d'entre eux).

Outre le négociant qui est le frère classificatoire de son ancien logeur, deux autres patrons actuels ont une alliance de mariage avec le « mai gida » qui les a pris en charge lors de leur arrivée.

De même, les logeurs-intermédiaires incarnent la réussite sociale et la dominance des rapports de clientèle.

On peut devenir « mai gida-dillali » par soi-même ou par succession.

Premièrement, la position du logeur prolonge celle de « mai gida » – patron de commerce ; elle repose sur la richesse économique (notamment foncière), la notoriété et le réseau de relations d'un grand commerçant ou d'un notable.

Soit le cas d'alhaji Zakari, le plus important logeur de Fada N'Gourma :

Il a commencé le commerce du bétail en 1946. Son père était patron de bouchers mais il s'est séparé de lui. Au début, il achetait des bœufs par groupe de deux ou trois et les faisait convoyer vers le Ghana dans le troupeau d'un commerçant auquel il était lié.

Actuellement, trois de ses frères (de même père) travaillent dans le commerce du bétail. Ils sont « dans le compte » d'alhaji Zakari. Ils exportent des troupeaux vers Lomé et vers le Bénin puis partagent les bénéfices avec leur frère.

Mais celui-ci confie la plupart de ses affaires commerciales à une autre personne, qui n'avait à l'origine aucun lien généalogique avec lui, et qu'il avait accueillie et prise en charge. Il a donné à ce « yaro » une de ses filles en mariage. Il a fait de même pour un autre client travaillant pour lui.

Par ailleurs, il aide en permanence de nombreux petits commerçants de Fada N'Gourma. Par l'argent qu'il prête, les garanties qu'il peut offrir, les contacts qu'il établit, il domine

le milieu commerçant de la ville, et quiconque veut faire du commerce à Fada N'Gourma passe nécessairement par lui.

Enfin, il est logeur-intermédiaire sur le marché du bétail.

Il est gourma et il reçoit surtout des commerçants gourma venant de Dapaong pour s'approvisionner à Fada. Cela a commencé lorsqu'un commerçant de Dapaong, qu'alhaji avait connu à Lomé (ils étaient hébergés et pris en charge par le même logeur lorsqu'ils se rendaient dans cette ville pour vendre leur troupeau), est venu à Fada chercher du bétail. Il n'y avait, à l'époque, pas de marché dans la ville et il a aidé le commerçant de Dapaong à trouver du bétail en brousse. Celui-ci, satisfait de son séjour à Fada, en a parlé aux autres commerçants de Dapaong qui, maintenant, viennent régulièrement chez alhaji Zakari. Il leur offre, en plus du logement, tous les contacts nécessaires pour s'approvisionner rapidement et trouver sur place des gardiens.

Deuxièmement, l'accession d'un client à la position de logeur qu'occupe son patron est également possible.

C'est le cas du plus important « mai gida-dillali » du commerce du bétail à Lomé.

C'était un client de l'imam du zongo. Celui-ci fut d'abord, dans les années 1930-1940, un commerçant itinérant de kola allant du Sud-Ghana au Nord-Bénin. Il devint à partir de 1940 un des premiers logeurs du commerce du bétail.

Son « yaro » fit, pour le compte de l'imam, le commerce itinérant de la kola, pendant plus de dix ans. Puis, progressivement, l'imam abandonna ses activités commerciales pour ne se consacrer qu'à ses fonctions religieuses et confia l'accueil des étrangers et la fonction de « dillali » à son client. Dans l'ancien zongo, celui-ci hébergeait ses commerçants étrangers aussi bien dans sa propre maison que dans celles de l'imam. Actuellement, il gère lui-même ses propres affaires, emploie de nombreux clients et ne rend de compte à personne, mais il aide régulièrement l'imam qui compte par ailleurs de nombreux autres clients.

L'idéologie des commerçants soudanais de Lomé est celle de la réussite individuelle. Elle énonce que la promotion sociale de chacun est pensable, sans que cette réussite soit déterminée au départ par la « situation » généalogique de la personne.

Elle valorise expressément la relation dynamique patron/client. Domaine privilégié de l'improvisation sociale (les sujets se « choisissent »), la relation de clientèle est le principe de la ré-interprétation des références familiales et le moyen essentiel du renouvellement des réseaux sociaux.

Mais la stratification sociale du zongo est faite de mendiants autant que de « mai gida ».

Il existe dans le quartier de vieux hommes qui furent auparavant des petits revendeurs ou des clients d'un « mai gida » et qui vivent de bribes de redistribution interne en faisant parfois de menus travaux (par exemple, confec-

tionner des balais de paille, ou faire, à partir de quelques branches, des brochettes en bois).

Ceux qui vivent de l'aumône sont une composante de l'ordre social du zongo.

Ce faisant, la position de « mai gida » et celle de mendiant sont les deux pôles à la fois d'un ordre réel et du trajet social pensable (sinon toujours réalisable) pour chaque personne.

Entre ces deux pôles, qui sont statistiquement rarement atteints (parmi les hommes de quinze ans et plus du nouveau quartier zongo : 6% de patrons et 5,5% de mendiants attitrés), les trajets sociaux se conçoivent et se font.

Le « fatalisme musulman » sanctionne a posteriori ce que « Dieu a voulu » (leitmotiv de la causalité) : la réussite ou la mendicité. L'une et l'autre sont pensables.

Le zongo est une société hiérarchisée en « dominants » et « dominés », dont la stratification sociale est produite par une sociabilité qui est en même temps un mode de subsistance.

Pour l'essentiel, cette sociabilité fonctionne comme un « marché de libre concurrence », où tous les « coups » sont permis à condition toutefois de respecter certaines règles morales et sociales.

Pour pouvoir travailler librement pour son propre compte, un commerçant doit savoir ménager des alliances, entretenir des relations, en faisant pour cela les dépenses nécessaires.

Ainsi, un « mai gida » peut refuser de collaborer sur le plan commercial avec son ancien patron qui lui fait cette proposition. Personne ne vient lui reprocher ce refus car, par ailleurs, il paie honorablement sa « dette » sociale à son ancien « mai gida » : dons de nourriture, de marchandises, prise en charge de ses enfants, etc...

De même, un jeune manœuvre qui n'est qu'au quatrième rang dans la hiérarchie des « mahauci » d'un patron de bouchers peut devenir, avant ceux qui le précèdent, un revendeur et ainsi presque doubler ses revenus. La relation de clientèle qui le lie à son patron est plus forte que celle des autres. Il n'a d'autre activité que d'être à côté de son « mai gida », dans le commerce et dans sa vie de relations.

Comme on l'a vu plus haut, ceux qui ne réussissent pas à « s'installer » dans ce milieu (trouver des revenus, un logement, une épouse) n'ont pas d'autre recours que d'attendre en continuant à vivre d'aumônes ou de partir.

L'ambition de chaque personne, nouvel arrivant ou jeune sans emploi fixe, qui s'engage dans un système de relations sociales et commerciales au zongo est d'abord de trouver les moyens de sa survie.

De leur côté, les « mai gida » qui contrôlent le marché commercial et social cherchent à gagner le plus d'argent possible. Afin d'augmenter les marges bénéficiaires de chaque opération commerciale, ils dépensent le minimum pour la rétribution directe du travail de leurs employés. L'utilisation d'une main-d'œuvre à bon marché est le résultat d'un recours au « travail servile », en d'autres termes d'un enchantement des relations de travail dans le clientélisme et la parenté.

Mais cela ne suffit pas à faire des « mai gida » des entrepreneurs capitalistes. Au contraire. Max WEBER souligne qu'un des facteurs caractérisant le capitalisme est « la séparation du ménage et de l'entreprise » (1) (l'auteur parle plus loin « d'économie familiale »), séparation que fait l'entrepreneur en instituant le « travail libre ». De ce point de vue, les réseaux de parents et clients des commerçants soudanais sont assimilables au « ménage » dont parle WEBER.

Pour reprendre la distinction opérée par WEBER, la *forme* de l'activité économique des commerçants du zongo peut être capitaliste ; elle est, si l'on veut, « capitalistique » ; mais *l'esprit* dans lequel se font ces activités n'est pas un « esprit du capitalisme » (2).

Pour la forme : les commerçants du zongo sont des « spéculateurs à la recherche de toutes les occasions de réaliser un gain pécuniaire » (3). Comme on l'a vu plus haut, certains « mai gida » peuvent changer de commerce selon les occasions, ou se lancer dans plusieurs circuits commerciaux simultanément. N'importe quel jeune du zongo se « débrouillera » pour être le « dillali » (intermédiaire) de n'importe quel étranger de passage qui a toujours sur lui quelques produits commercialisables : fausses « pépites d'or » venant du Ghana, sculpture en bois volontairement patinée, chaîne Hi-Fi importée clandestinement du Nigeria, etc... Les commerçants soudanais ont l'habitude de la monnaie et savent jouer sur le change ; après les cauris et la livre anglaise, ils manipulent aussi bien le franc CFA, le naïra (monnaie nigérienne) et le cédi (monnaie ghanéenne). Mais comme le souligne encore Max WEBER, « la « soif d'acquérir », la « recherche du profit », de l'argent, de la plus grande quantité d'argent possible, n'ont en eux-mêmes rien à voir avec le capitalisme » (4).

---

(1) Max WEBER, 1947 (1967), p. 19.

(2) Nous reprenons mot pour mot les termes de WEBER bien qu'ils puissent paraître aujourd'hui dépassés. Le sens qu'on leur donne apparaîtra dans ce qui suit.

(3) Max WEBER, *op. cit.*, p. 18.

(4) Max WEBER, *op. cit.*, p. 14.



Pour l'esprit : les stratégies commerciales des négociants soudanais consistent, en dernière analyse, non pas à « faire de l'argent avec des hommes » (1) mais à « faire des hommes » avec de l'argent.

Entre 1960 et 1980, les commerçants du zongo qui font les plus forts chiffres d'affaires ne sont plus les mêmes. Deux des patrons de bouchers qui furent les plus riches dans les années 1950 ne font actuellement que des affaires très limitées (ils sont aux 15<sup>e</sup> et 25<sup>e</sup> rangs des chiffres d'affaires de 1978). Mais ils ont une « richesse en hommes » qui leur assure un prestige acquis par une trentaine d'années de travail de sociabilité. Cette richesse leur garantit des rentrées monétaires, des dons en nature et de multiples services actuels. En même temps, les gens du zongo les présentent comme deux des plus grands « manya-manyà » (gens riches et influents) de leur milieu.

De même, un commerçant de planches qui avait auparavant une position économique dominante dans ce commerce n'a pratiquement plus d'activité marchande. Il s'occupe le plus souvent des affaires matrimoniales du zongo. Ce faisant, il habite une maison dans le nouveau quartier que lui a laissé un de ses clients alors que celui-ci reste à Lomé, en attendant que son ancien logeur ait lui-même construit sa propre maison et libéré celle de son client.

L'imam, qui fut entre 1930 et 1960 l'un des principaux commerçants et logeurs du zongo se consacre entièrement à son école coranique et à quelques affaires de la chefferie du zongo. Peu de gens travaillent directement pour lui, mais de nombreux revendeurs et même des « mai gida » actuels passent par son intermédiaire pour établir des contacts commerciaux avec des étrangers, pour avoir plus de crédit (moral et financier), etc... Ce faisant, ses anciens « employés » et les personnes qui bénéficient aujourd'hui de sa position sociale lui restituent régulièrement et à la demande ses prestations passées et présentes en dons d'argent, de produits, de services, etc...

En résumé, le capital social et symbolique constitué par un « mai gida » lui assure, sur le long terme, une restitution de ses dépenses de sociabilité, alors même que — et parce que — les relations patron/client peuvent n'être que d'éphémères relations commerciales. Cette logique permet à un « mai gida » de dire, à propos de quatre commerçants qui furent auparavant ses clients : « tout ce qu'ils font pour moi maintenant ne vaut pas ce que je leur ai fait ». Une situation contradictoire apparaît alors de toute évidence : si cette sociabilité/économie est le moteur du fonctionnement de la société « haoussa » de Lomé, elle est aussi ce qui met ce milieu en difficulté dans son environnement économique.

---

(1) Max WEBER, *op. cit.*, p. 48.

En effet, la transformation par les commerçants de leur richesse acquise dans le négoce en capital symbolique et social — l'interprétation de leur économie ne peut pas faire l'économie de la prise en compte de ces dépenses — réduit, voire empêche totalement sa transformation en capital économique. Parmi les commerçants soudanais de Lomé, on a vu très peu d'investissements systématiques dans le transport commercial, dans les moyens de production artisanale, et encore moins dans les logements de rapport.

Il n'y a pas de « vertu » particulière des commerçants soudanais à vouloir « faire des hommes avec de l'argent » plutôt que « de l'argent avec des hommes », pas plus qu'il n'y a de « conservatisme » ou de traditionnalisme délibéré les amenant à maintenir une structure de travail servile plutôt que d'« évoluer » vers le travail « libre » (modèle des rapports de travail fourni par le capitalisme dominant).

La situation des commerçants soudanais dans l'économie nationale n'est qu'un aboutissement visible d'une logique d'ensemble, qui a sa propre cohérence.

Cette logique est repérable dans un ensemble de termes, de règles qui apparaissent en ordre dispersé dans le déroulement de la vie quotidienne, mais qui font système.

On a essayé, tout au long des chapitres précédents, de les présenter et de les analyser séparément.

Bien qu'incomplète, cette information suggère une éthique, ensemble de notions et de valeurs inspirant l'organisation de la vie quotidienne, que l'on peut, par synthèse, tenter de reconstituer.

## **L'éthique du zongo**

Si un système de notions peut être induit à partir du recueil des « théories » particulières (celle de l'aumône, celle de la richesse, celle du rapport patron/client, etc) et de l'observation directe des comportements (rituels des fêtes, relations dans le travail commercial, rencontre sur les lieux de sociabilité, etc), cette théorie globale des pratiques n'est jamais formulée, par aucun informateur, comme une théorie ou une philosophie sociale dans sa globalité et pour soi. Ce sont les pratiques observables et des tranches de discours qui construisent cette théorie d'ensemble. C'est en les effectuant et les énonçant que les sujets « font de la théorie » en même temps qu'ils font de l'économie et ont des rapports sociaux.

L'observateur ne fait que de la re-construction, en accumulant et rassemblant les éléments d'une éthique qui lui sont présentés sous forme de pratiques et de discours particuliers, circonstanciés, et parfois amputés (1).

Ce point de vue synthétique — travail de synthèse de l'observateur en continuité, ici, avec la démarche inductive de l'ethnologie classique — a été exposé dans différents textes de Marc AUGÉ et mis à l'épreuve dans l'étude de faits et de sociétés différents de ceux que nous avons présentés (2).

Mais le point de vue adopté et les concepts proposés par cet auteur demeurent opératoires dans le cas étudié ici.

Marc AUGÉ propose d'appeler « idéo-logique » ou « logique des représentations » « ce système [cette théorie implicite] considéré dans sa totalité et dans sa cohérence relative » (3). Cette théorie se définit « comme le système non formulé auquel chacune des diverses théories recensables (...) doit sa cohérence propre et son rapport aux autres théories ». (4)

L'ensemble théorique local n'est jamais envisagé, par les acteurs sociaux, « indépendamment de l'occasion (de « l'occurrence ») qui exige qu'on y fasse référence ».

Cette théorie est donc bien le fait d'une re-construction, étant, dans la société étudiée, un « ordre virtuel », un système de références dans lequel les acteurs puisent pour inspirer, sous cette contrainte, leurs pratiques.

Ajoutons que l'ordre virtuel auquel se réfère chaque individu pour savoir quelle est sa position dans l'ordre réel (à tel moment et en tel lieu) et quel est

---

(1) Les silences eux-mêmes ont place dans cette théorie. Ainsi, un informateur nous dit un jour que ce serait « trahir un secret » de distinguer, parmi les membres de sa maisonnée, ses descendants par la filiation et ses « enfants » liés à lui par des rapports de clientèle, comme nous le lui demandions. A partir du moment qu'ils étaient avec lui (et chez lui), ses clients faisaient partie de sa richesse et de son « gida », comme ses propres enfants.

Ce comportement silencieux n'est d'ailleurs pas contradictoire avec le fait que le « mai gida » ait des attitudes distinctes avec ses « yara » selon qu'ils sont ses fils ou ses clients, dans la mesure où les rapports au père, au beau-père, et au patron sont réglés différemment (cf. chapitre 7).

(2) Marc AUGÉ, 1975.

(3) Marc AUGÉ, *op. cit.*, p. 120.

(4) *Ibid.*

son éventail d'attitudes possibles dans cette circonstance (mendier, travailler, partir, se marier avec la fille d'un oncle ou d'un « mai gida », etc), cet ordre virtuel définit le domaine de l'improvisation des relations économiques et sociales par les sujets plus qu'il ne prescrit rigoureusement telle ou telle attitude. Par exemple, parmi tous les clients d'un « mai gida », tous travaillent pour leur patron et sont pris en charge par lui. Mais certains sont logés chez lui, d'autres non. Certains peuvent accroître plus rapidement que d'autres leurs revenus monétaires. Le « mai gida » peut faire le mariage des uns et non des autres.

*L'improvisation sociale* est précisément cet arrangement par lequel les sujets, dans telle ou telle relation « de sujet à sujet » et telle ou telle circonstance, mettent à l'œuvre les différentes formules possibles de pratiques que leur offre une même théorie, commune et implicite. Ainsi, un étranger arrivant au zongo et un logeur « mai karban baki » (celui qui reçoit les étrangers) se réfèrent ensemble, l'un en se présentant chez le « mai gida » et celui-ci en logeant l'étranger, à la même théorie de l'aumône et de l'hospitalité qui fait obligation aux riches de sacrifier une part de leurs biens et de la mettre à la disposition d'autrui. L'hospitalité du logeur envers l'étranger est une improvisation composée à partir de la théorie de l'aumône, connue et comprise par les deux sujets, actualisée et formulée à l'occasion de leur rencontre.

Au départ, se trouve l'opposition entre l'étranger et l'autochtone, « bako »/« arne ». Paradigme qui se ré-introduit dans de nombreuses autres oppositions : écologique (gens de la ville/gens de la terre), religieuse (musulmans/païens), économique (commerçants/non-commerçants), ethnique (« Haoussa »/autochtones) — On le retrouve dans le zongo même, à l'occasion de la distinction commerçants itinérants/commerçants sédentaires (et logeurs), ou dans le clivage Haoussa/non-Haoussa.

L'affirmation d'un particularisme haoussa (cf. chapitre 3), la volonté de se marginaliser et de se démarquer des autres Loméens, sont autant de mises en œuvre de ce premier terme de l'« idéo-logique » du zongo.

En sociologie urbaine, cette opposition inspire deux faits remarquables.

Premièrement, il est logique que l'on trouve au zongo une tendance à la « surtribalisation » pendant que d'autres ethnies dans la même ville peuvent tendre à la « détribalisation ».

A Lomé, le quartier zongo est désigné par les autochtones comme le quartier des Haoussa et les gens du zongo eux-mêmes se désignent face aux autochtones comme Haoussa. Bien que cette ethnie ne représente que la moitié de la population du nouveau quartier et 63% des ethnies étrangères, l'« haoussaïsme » touche tous les étrangers. D'une manière générale, les personnes appartenant aux ethnies soudanaises se disent Haoussa : on « devient » Haoussa selon certains ; pour d'autres, on est « comme Haoussa ». Même situation au

quartier Sabo d'Ibadan où COHEN note la présence de personnes « haoussa-isées » (1).

Les Haoussa font plus que de la « sur-tribalisation ». Il existe un prosélytisme haoussa, qui invite à donner de cette ethnicité une définition sociologique. Comme le note Paul E. LOVEJOY, l'haoussa-isme devient « un système de relations développées entre immigrants » (2) ; et il se définit en même temps par le rapport du groupe à son environnement. C'est ce que souligne Abner COHEN dans un texte postérieur à son étude du quartier haoussa d'Ibadan : « *L'ethnicité est essentiellement une forme d'interaction entre des groupes culturels opérant à l'intérieur d'un contexte social commun* » (3).

Les gens du zongo de Lomé participent à un réseau social et urbain formé par l'ensemble des milieux d'accueil de commerçants étrangers musulmans que sont les quartiers zongo (qu'ils soient appelés « zongo » ou « quartier haoussa »).

Cette chaîne reproduit, dans chaque ville où se trouve un zongo, l'opposition entre les étrangers musulmans (« baki ») et les autochtones « païens » (« arna »).

C'est à partir de cette opposition que s'« haoussa-ise » celui qui s'insère dans un système de relations sociales et commerciales du zongo.

Deuxièmement, traduction dans l'espace urbain de l'opposition « bako »/« arne », le zongo est une ville dans la ville, une unité dans laquelle les autochtones (de Lomé) deviennent étrangers (au zongo) et les étrangers (de Lomé) sont chez eux.

A l'intérieur du quartier zongo, le rapport étranger/autochtone s'inverse et les plus étrangers de la ville sont alors les plus urbanisés, les plus attachés au sol urbain. C'est cette forte intégration urbaine de ses habitants attirés que traduit la taille des maisonnées du zongo. Les maisonnées d'étrangers (Haoussa et autres soudanais) comptent en moyenne huit personnes alors que celles des autochtones de Lomé (Evhé, Mina, etc) n'en comptent que quatre.

Etrangers chez eux au zongo, les habitants du quartier prennent part à l'organisation de l'itinérance des commerçants de passage, autre notion centrale de la théorie du zongo, et reproduisent alors, en devenant des logeurs occasionnels, l'opposition étrangers/autochtones ; mais, une fois encore, leur rôle s'inverse dans l'opposition « bako »/« arne ».

---

(1) Abner COHEN, 1969 : 47-50.

(2) Paul E. LOVEJOY, 1973, p. 634.

(3) Abner COHEN, 1974, p. XI.

Celle-ci se retrouve donc toujours à l'œuvre, dans des circonstances diverses, et selon les circonstances les individus peuvent être dans l'une ou l'autre catégorie (ainsi encore, les « haoussa-isés » seront Haoussa hors du zongo, dans l'opposition Haoussa/autochtones, mais ils pourront être désignés non-Haoussa à l'intérieur du zongo, dans le clivage Haoussa/non-Haoussa).

L'éthique du zongo se construit sur un second terme essentiel : le couple « sadaka »/« alheri », l'aumône et la faveur (l'échange) (cf. chapitre 6).

La « sadaka » est une notion laxiste, avec laquelle les acteurs peuvent jouer. Jeu économique : la « sadaka » peut être une forme de salaire pour des prestations de travail occasionnelles. Jeu social : en différentes occasions, le domaine de l'aumône est investi par des prestations impliquant la réciprocité : hospitalité, fête du mouton, etc. Un glissement s'opère du don à Dieu au don à autrui.

Autant l'opposition « bako »/« arne » désigne les personnes acceptables au zongo et celles qui en sont à priori exclues, autant le couple « sadaka »/« alheri » inspire les pratiques de la sociabilité dans le zongo. La première joue sur la reconnaissance, le second sur l'inter-connaissance.

Pour fonctionner, le couple « sadaka »/« alheri » fait référence à la notion ambiguë de richesse.

Trois termes haoussa existent pour désigner la fortune (« albarka » ; ce mot sert aussi à surenchérir dans les transactions commerciales), la chance, la grâce ou la fortune (« sa'a »), et la richesse (« arziki »).

Chacun de ces termes joue sur le plan économique et sur le plan social. La richesse est un tout constitué par le patrimoine foncier (mais qui n'est pratiquement jamais utilisé pour des maisons de rapport), le capital économique — dont on a vu (cf. chapitre 4) qu'il pouvait difficilement se constituer et se reproduire en dehors d'un système (réseau marchand) qui est une unité sociale autant que commerciale — et la « richesse en hommes » (« arzikin mutane ») qui fournit la main d'œuvre commerciale mais constitue aussi la personne du commerçant, celui-ci se définissant par l'ensemble des personnes qui l'entourent et qu'il entretient.

Une traduction de l'ambiguïté de la notion de richesse est la polysémie du terme « mai gida » : chef de maisonnée, propriétaire, commerçant, patron, logeur. En désignant le logeur, le terme « mai gida » prend nécessairement les sens de patron, propriétaire et chef de maisonnée. Les logeurs sont les plus « grands » d'entre les « mai gida ». Or, on a vu qu'ils n'intervenaient dans les transactions commerciales non comme investisseurs, mais comme intermédiaires, hommes de confiance, garants des uns et des autres. La richesse des logeurs, c'est bien sûr leurs maisons. Mais c'est aussi, et d'une façon indispensable, leur prestige et leur notoriété. Leur pouvoir se constitue, aussi et principalement, sur ce capital symbolique et social.

On peut enfin isoler dans l'éthique du zongo un groupe de représentations qui a sa cohérence propre ; celui des relations de parenté, d'alliance et de clientèle, dont on a longuement traité (chapitre 7).

Trois notions recouvrent ce domaine : « dan uwanci »/« zumunci »/« suruki ». Si, contre les thèses affirmant la disparition de la famille en milieu urbain, la parenté (« dan uwanci », parenté cognatique) demeure opérante, c'est en étant re-pensée par les acteurs sociaux à partir de leur théorie du clientélisme.

Les maîtres-mots de ce système sont l'entente et le lien (« zumunci ») et l'alliance de mariage (« suruki »). Ils impliquent certaines dispositions morales telles que la confiance (« amana ») et la vérité (« gaskiya »).

L'analogie avec le domaine commercial est claire. Le rapport patron/client et le mariage sont des alliances, tout comme le commerce est une alliance. Et la sanction de cette alliance est une institution : c'est la commission (« la'ada »), comme le mariage a besoin d'un sceau, le « sadaki ». Le versement de la commission et la remise du « sadaki » sont les rituels obligés signifiant l'alliance, commerciale ou matrimoniale ; en termes de fonction, ils sont identiques.

A l'inverse, les gens du zongo puisent peu dans le registre haoussa « traditionnel » des termes de parenté plus stricts : « dangi » (patri-lignage) et même « iyayi » (famille) et « gida » (maison) n'ont pas l'ubiquité de la notion « dan uwanci », construction à partir de « dan uwa » (fils de mère) — référence à l'alliance — et signifiant « parent » au sens large.

Au système généalogique que construit la démarche « officielle » de l'ethnologue (et qui tend à « faire de la définition généalogique des groupes le seul principe du découpage des unités sociales et de l'attribution des agents à ces groupes, postulant ainsi implicitement que les agents sont définis sous tous les rapports et une fois pour toutes par leur appartenance au groupe et que (...) le groupe définit les agents et leurs intérêts plus que les agents ne définissent des groupes en fonction de leurs intérêts » (1), à cette représentation artificielle, les sujets opposent ce qu'avec Pierre BOURDIEU on peut nommer d'une part leur « parenté pratique », c'est-à-dire « l'ensemble des relations généalogiques maintenues en état de marche » (2), et d'autre part leurs « relations pratiques », « ensemble des relations non généalogiques qui peuvent être mobilisées pour les besoins ordinaires de l'existence » (3).

---

(1) Pierre BOURDIEU, 1980, p. 273.

(2) *Op. cit.*, p. 282.

(3) *Ibid.*

La connaissance généalogique est d'ailleurs fonction de la situation particulière des déracinés du zongo. Les généalogies qu'ont pu présenter nos informateurs étaient généralement peu profondes (rarement plus de deux générations au-dessus d'Ego) et les collatéraux étaient souvent oubliés, à peine nommés, sans que les informateurs sachent rien de leurs alliances ou de leur descendance.

Cette situation renvoie évidemment à la position d'étrangers que l'on a abordée par ailleurs.

La distinction opérée par Pierre BOURDIEU entre la « parenté de représentation » (au sens d'un système clos construit à la demande de l'ethnologue) et la « parenté pratique » (efficace) nous semble tout à fait adéquate dans le cas présent. Mais il convient alors de préciser que, dans l'éthique du zongo, cet ajustement est fonction du statut d'étranger, et avec lui des valeurs de l'itinérance et de l'individualisme. En d'autres termes, le statut d'étranger « domine » la théorie des relations de parenté du zongo.

Finalement, le système englobant la parenté, l'alliance et le clientélisme en tant qu'élément de la théorie des pratiques du zongo, se distingue du système de parenté haoussa « traditionnel » dont il s'inspire, en opérant des « sélections », notamment dans sa terminologie et dans ses prescriptions quant aux attitudes.

Comme on l'a souligné plus haut (cf. chapitre 7, p. 254), ce n'est pas tant dans leur généalogie que les « mai gida » trouvent les fondements de leur pouvoir, mais dans l'ensemble de leurs relations (généalogiques et non généalogiques) entretenues par leur travail de sociabilité. Ce système de relations se réfère donc aux notions de « sadaka » et « alheri » qui donnent leur sens aux pratiques de redistribution, moteur économique de la sociabilité.

Le clientélisme se réfère en permanence au glissement de la « sadaka » à l'« alheri », qui fait d'un étranger un « yaro » et plus tard un gendre (« suruki »). D'un autre côté, le clientélisme et l'alliance font fonctionner et se reproduire la parenté au sens large (un client appelle déjà son patron « baba », père, papa ; et en devenant son « suruki », il entre dans le domaine généalogique) ; enfin, ils composent la richesse au sens social (« arzikin mutane »).

Ainsi, il apparaît que si l'efficacité de cet ensemble parenté/alliance/clientélisme est, entre autres, de structurer les rapports de travail et d'inspirer les relations dans les échanges commerciaux, son bon fonctionnement implique qu'il soit en permanence référé à d'autres composantes de l'éthique du zongo : l'opposition étrangers/autochtones, le glissement aumône/échange, l'ambiguïté de la richesse.

Cette éthique constitue un tout, un ensemble cohérent.

Nous nous en sommes tenus ici aux représentations des domaines économi-



que et social, mais il conviendrait, pour tendre vers une nécessaire exhaustivité, de réserver une étude plus approfondie au domaine religieux (1).

Mentionnons seulement la possibilité d'agencements entre l'islam et certaines pratiques animistes, non forcément contradictoires dans la mesure où ce « syncrétisme » recoupe une division sexuelle du travail religieux. A l'affirmation masculine d'un islam rigoureux, répliquent les consultations de devins animistes menées à l'instigation des femmes et d'alliés autochtones. Le domaine religieux croise ainsi les domaines de l'alliance et des rapports étrangers/autochtones.

L'éthique du zongo (dont la re-construction présentée ici reste incomplète) n'existe que dans les pratiques où elle est mise en œuvre et formulée. En ce sens, elle est le « social » et l'« économique » vécus et pensés simultanément.

L'ensemble des notions ainsi re-composé n'est pas un « artefact ».

Ce n'est pas davantage une idéologie, au sens d'un système de valeurs clos et isolé de ses occasions de réalisation comme l'est par exemple l'idéologie religieuse formulée par les spécialistes locaux de l'islam.

Cette éthique est un référent permanent des pratiques isolées et apparemment autonomes les unes des autres qui scandent la vie quotidienne.

Finalement, la « société » zongo ne se définit pas tant par son quartier qui la déborde, ni par les découpages ethniques qu'elle englobe et dépasse, ni seulement par l'importance des activités commerciales qu'on y pratique.

Le milieu social du zongo se définit par cette théorie commune et implicite, ou plutôt par la référence à cette théorie implicite, c'est-à-dire par le fait que tous ses membres parlent et comprennent le même « langage » social et agissent en fonction de lui.

Les actes reconnus comme déviants (vols, « trahisons ») et leur condamnation signifient bien que la référence à cette théorie implicite commune est la condition d'appartenance au groupe.

Cela pose d'emblée la question de l'objet de l'ethnologie en ville.

Il faut admettre que « la ville » est pour l'ethnologue un « trompe-l'œil ». Derrière la diversité ethnique et socio-économique des villes créées par les histoires ethniques et coloniales, l'ethnologue doit tenter de repérer les groupes

---

(1) Bien qu'il n'y ait pas de coupures entre ces « domaines ». Ainsi, par exemple, la « sadaka » est une prestation à la fois religieuse, économique et sociale. De même, les notables religieux sont souvent des patrons de commerce importants.

sociaux réels qui les habitent. Or, dans la mosaïque des quartiers, des ethnies et des statuts économiques, c'est essentiellement par la référence à une même éthique que les individus se regroupent et se distinguent d'autres groupes dans la même ville. Les différentes logiques sociales — déterminant les comportements des citoyens — que l'on peut repérer dans une ville sont fonction de ces théories « locales » différentes qu'il s'agit de re-construire à partir de l'observation directe.

Aussi la procédure par laquelle l'ethnologue peut arriver à identifier une théorie et un groupe parmi d'autres dans la ville se référera-t-elle au quartier (et à ses rapports avec le reste de la ville), aux rapports ethniques et aux activités économiques comme autant de « lieux » où se donne à voir une logique sociale et se formulent les différents termes d'une théorie particulière des pratiques.

## Marginalités et intégration

Reprenons maintenant l'analyse de la situation du zongo dans son environnement, laissée plus haut.

En examinant son insertion dans l'économie globale et sa position dans le tissu urbain, on verra que le zongo représente un « pôle marginal ».

La notion de marginalité, particulièrement de marginalité urbaine, a fait l'objet de nombreux débats depuis près d'une vingtaine d'années parmi les économistes et sociologues étudiant les villes d'Amérique latine, où les recherches urbaines ont connu une ampleur sans commune mesure avec celles, plus récentes, menées en Afrique (1).

Le phénomène lui-même de sous-emploi, de non-insertion dans les structures professionnelles modernes et de concentration dans des lieux de peuplement marginaux (favelas de Rio, barridas de Lima et autres « bidonvilles » immenses) d'une part croissante de la population citadine imposait la recherche d'un concept rendant compte de cette situation.

---

(1) Le caractère massif avec lequel s'est imposé le phénomène urbain en Amérique latine autour des années 60 n'est évidemment pas étranger à ce décalage au niveau de la recherche. La population urbaine d'Amérique latine représentait plus de 19% de la population totale en 1940 et 31,5% en 1960, alors qu'en Afrique cette part était de 13% en 1960 et elle est en 1980 de 20% environ.

Selon certains auteurs, les populations marginales urbaines représenteraient trente millions d'individus en Amérique latine (1), soit environ le tiers de la population urbaine totale.

Dans une étude sur les « *barriadas* » de Lima, Sabine HARGOUS note que la population marginale représente un million de personnes, c'est-à-dire près de la moitié de la population totale de la capitale péruvienne. L'auteur montre comment « ces populations marginales vivent dans des communautés à l'écart de la société urbaine qui cependant les englobe » (2).

Ce problème de l'exclusion ou de l'intégration de la population marginale à la société globale est la principale question qui divise les théories de la marginalité.

Rodolfo STAVENHAGEN reprend la notion de « masse marginale » utilisée par José NUN (3). La « masse marginale » d'Amérique latine se constitue par le double mouvement « d'un des taux de croissance démographique les plus élevés du monde » et de l'utilisation dans le secteur industriel de techniques modernes permettant d'employer moins de main-d'œuvre. Une part croissante de la population ne peut pas être intégrée au processus d'industrialisation. « C'est pourquoi, poursuit cet auteur, des masses importantes de travailleurs non-qualifiés ou semi-qualifiés sont cantonnés dans les activités les moins productives du secteur tertiaire de l'économie » (4).

Inemployable compte tenu des progrès actuels de la technologie, la masse marginale constitue, selon STAVENHAGEN, une « population non participante » sur le plan économique et la situation ainsi créée « contribue au maintien de la structure « dualiste » de la société » (société traditionnelle/société moderne) dans laquelle quelques « pôles de croissance » exercent un « colonialisme interne » sur le reste du pays.

La notion de « masse marginale » peut être utilement transposée sur le cas de l'économie africaine actuelle.

En termes absolus comme en termes relatifs, l'exclusion de la population des structures économiques modernes est un phénomène massif. Comme le mon-

---

(1) R. VEKEMANS, I.S.L. FUENZALIDA : « El concepto de marginalidad », DESAL, 1969, p. 44, cités dans Rodolfo STAVENHAGEN, 1970, p. 78.

(2) Sabine HARGOUS, 1972, p. 56.

(3) Rodolfo STAVENHAGEN, 1970, et José NUN : « Superpoblación relativa, ejercito industrial de reserva y masa marginal », *Revista latino-americana de sociología*, n° 2, 1969.

(4) Rodolfo STAVENHAGEN, 1970, p. 79.

trent les chiffres ci-dessous, les trois quarts de la population active non agricole du Togo vivent en marge de l'économie officielle (1) :

Population active du Togo (estimation 1976)	892 000
Population active non agricole	200 000
dont :	
« secteur public et para-public »	32 000
« secteur moderne »	18 000
« secteur traditionnel »	150 000
dont : — commerçants	70 000
— artisans	56 000
— transporteurs	3 000
— divers	21 000

Ce qui pose problème dans le texte de STAVENHAGEN, c'est le caractère de « population non participante » au niveau économique qu'il attribue à la « masse marginale ». De la sorte, il ne contredit pas les conceptions dont il essaie d'abord de se démarquer et qui considèrent les marginaux comme des « exclus », sans existence sociale ni économique, qui ne feraient que « *peupler un coin de terre qui n'est qu'un no man's land* » (2).

La notion de « pôle marginal », telle que l'emploie Anibal QUIJANO (3), permet à l'analyse de dépasser ce dualisme inopérant et de penser ensemble les milieux « marginaux » et leur environnement.

QUIJANO voit, dans le système économique de l'Amérique latine, « deux niveaux d'activité et de rapports économiques » : un « noyau central hégémonique » et un « pôle marginal » : « *Dans la mesure où les marginaux sont absents des niveaux plus productifs où se fonde l'existence même du système et ne remplissent pas une fonction centrale, on peut caractériser comme « pôle marginal » de l'économie globale les activités et les relations économiques auxquelles ils participent* » (4). Ces deux niveaux sont inséparables, « *chacun isolément ne peut suffire à définir le système d'ensemble* » (5).

Ce que suggère le cas des commerçants soudanais, c'est la nécessité du « pôle marginal » pour le système économique global et son dynamisme.

Le milieu commerçant, par définition, est un secteur économique dépendant.

(1) *Marchés nouveaux*, n° 6, 1977-78.

(2) R. VEKEMANS et I.S.L. FUENZALIDA, *op. cit.*, cités dans R. STAVENHAGEN, 1970, p. 77.

(3) Anibal QUIJANO, 1971.

(4) *Op. cit.*, p. 72.

(5) *Ibid.*

Les marchands ne produisent rien ; ils permettent la transformation des produits en marchandises en les rendant disponibles et consommables (par leur convoyage, leur transformation, leur conditionnement).

A ce titre, leur économie est dominée par ce que QUIJANO nomme « les niveaux plus productifs où se fonde l'existence même du système » (agriculture et industrie dont la production, dans le cas africain, dépend essentiellement des investissements du capitalisme occidental, lorsque les produits ne sont pas tout simplement importés).

De plus, il est aisé d'établir les lieux précis de la dépendance des commerçants soudanais de Lomé : ici, une demande coloniale d'importation du bétail, là une production européenne des tissus, ou des commandes publiques ou privées de planches, ailleurs le contrôle de l'Etat sur la collecte de certains produits agricoles ; et, dans tous ces domaines, les commerçants dépendent des conditions de transport qu'ils ne contrôlent pas, comme des moyens de communication postale. Enfin, l'argent qui fait vivre le milieu commerçant dépend de la masse monétaire dont disposent les citoyens consommateurs de leurs marchandises.

Mais en investissant la frange laissée inoccupée par la politique économique de développement des secteurs industriel et bureaucratique, de l'agriculture pour l'exportation et du gros commerce d'importation contrôlé par l'Etat, les milieux « marginaux » répondent à une nécessité impérative d'approvisionnement urbain organisé à moindre frais. A Lomé, c'est le cas de l'approvisionnement en viande et en produits vivriers, et de la diffusion de produits importés ; c'est également le cas d'un important secteur du petit artisanat et des services (tailleurs, petits mécaniciens, restauration, etc).

Pour occuper cet espace économique laissé disponible, les différents groupes urbains doivent recourir à leur propre dynamisme. Or, les exemples sont nombreux, dans l'ensemble des villes africaines, montrant que tous les groupes ethniques ne sont pas égaux face aux nécessités de l'auto-défense et de la survie en ville.

De ce point de vue, la capacité d'adaptation des groupes marchands traditionnels aux situations nouvelles est un fait connu, et vérifiable dans le cas des commerçants soudanais de Lomé. Plusieurs reconversions historiques ont fait passer ces marchands du commerce des captifs et de la kola à ceux des produits locaux vivriers et manufacturés, puis au commerce international du bétail, pour esquisser, plus récemment, une percée dans les commerces des planches, des tissus, de quelques produits européens de luxe, etc...

Cette capacité d'adaptation résulte d'une part de méthodes « capitalistiques » datant de la période pré-coloniale (techniques qui proviennent essentiellement de la professionnalisation des marchands dans les anciens Etats du Soudan : Haoussa, Songhaï, Mossi), et d'autre part de la permanence d'un ordre social articulant le clientélisme et la parenté et fournissant, « à la demande », une main-d'œuvre dans le cadre du travail servile.

Dans le contexte loméen actuel, ces dispositions formées par les histoires ethniques représentent « un système de rationalisation et d'auto-défense », selon les termes d'Oscar LEWIS (1), rendant possible la survie en ville d'un groupe social développant ses activités en marge de l'économie officielle.

Anibal QUIJANO propose des hypothèses complémentaires quant à la stratification sociale interne à l'« univers marginal ». Il distingue deux types principaux de regroupement de la population : la « petite bourgeoisie marginale » et les « salariés marginaux ». Le premier groupe est composé de « ceux que le système marginalise en marginalisant leurs activités mais qui font partie intégrante de l'existence de la petite bourgeoisie : artisanat, petites entreprises, petit commerce. On ne peut les confondre, du point de vue économique, avec les groupes de salariés moyens même si socialement on les désigne par le même terme » (2). Anciens salariés du secteur productif mis en chômage, anciens agriculteurs ou travailleurs arrivant pour la première fois sur le marché de l'emploi, les salariés marginaux « prolongent le reste du prolétariat industriel des villes » (3).

A cette stratification sociale, correspond une autre différenciation quant aux revenus : QUIJANO distingue en effet le « salaire marginal » et le « profit marginal ». Ces deux types de revenus « ont en commun l'instabilité, l'irrégularité et la faiblesse par comparaison à leurs équivalents respectifs non-marginaux » (4).

On peut faire, à partir du texte de QUIJANO, trois observations :

1 — Par ses hypothèses sur la structure économique et sociale du « pôle marginal », QUIJANO contribue, d'une manière plus convaincante qu'il n'apparaît dans le texte cité de STAVENHAGEN, à démasquer la vision nostalgique petite-bourgeoise de la marginalité : comme l'homme « moderne » confronté aux super-marchés et à l'Etat a la nostalgie du « bon sauvage », la société moderne industrielle se fabrique un « bon marginal » dont la construction idéologique en fait un homme « sans foi ni loi » exilé dans un univers sans classe ni pouvoir !

De ce point de vue, le cas loméen confirme les hypothèses de QUIJANO.

Il émane des milieux marginaux une classe dominante dont les principaux « mai gida » du zongo (les « manya-manyà ») représentent un élément, pendant que les commerçantes autochtones de produits vivriers et de tissus (les « nana Benz » évhé et mina de Lomé) en forment une autre partie. Et l'Etat est obligé de composer en divers domaines essentiels (politique des prix, approvisionnement urbain, etc...) avec cette classe de négociants formée en marge, dans la frange qu'il ne contrôle pas.

---

(1) Oscar LEWIS, 1963, p. 29, et plus généralement pp. 27-37.

(2) Anibal QUIJANO, 1971, p. 73.

(3) *Ibid.*

(4) *Op. cit.*, p. 75.

Réciproquement, les rapports réels (qu'ils soient de collaboration ou conflictuels) qu'entretient cette classe de négociants avec le pouvoir politique renforce sa position dans les milieux marginaux. Leur proximité du pouvoir central devient une légitimation de leur pouvoir marginal.

2 — On ne peut suivre entièrement QUIJANO dans l'opposition tranchée en termes de classes sociales qu'il fait entre « petite bourgeoisie marginale » et « salariés marginaux ».

Ce serait ne pas voir que les rapports économiques qui fonderaient ce clivage sont — à tout le moins dans le milieu du zongo (mais les quelques informations que donne QUIJANO sur les relations sociales dans l'univers marginal des villes d'Amérique latine — tout en soulignant d'ailleurs « l'absence d'information systématique » de caractère anthropologique sur ces milieux — n'infirmant pas notre proposition) (1) — ces rapports économiques sont « enchantés », c'est-à-dire dominés par le système des relations familiales et de clientèle qui les organise (2).

---

(1) Il semble qu'à l'image d'une enquête portant sur la migration et la marginalité à Mexico (H. MUNOZ GARCIA, O. DE OLIVEIRA, C. STERN, 1971), les enquêtes de terrain sur ces milieux aient un caractère le plus souvent macro-sociologique, recourant à une information statistique globale ou portant sur des grands nombres.

(2) Ce texte a été écrit avant la publication d'un article d'Alain MARIE faisant un remarquable bilan critique de l'emploi de la notion de marginalité. En renvoyant le lecteur à ce texte, j'en citerai un court extrait qui éclaire directement la discussion présentée ici : « *Est marginale toute activité (et toute couche sociale) que le mode de production capitaliste n'intègre pas directement, mais qu'il exploite indirectement, en laissant l'exploitation directe s'y réaliser à travers différents types internes de processus et de relations sociales historiques et culturelles spécifiques, tout en s'appropriant la plus grande part de la plus-value qu'ils produisent, soit directement (par les offices étatiques de commercialisation, les caisses de stabilisation, par exemple), soit, le plus souvent, indirectement (elles produisent et reproduisent pour lui une force de travail bon marché et contribuent donc à abaisser le prix du capital variable).* » (Alain MARIE, 1981-83, p. 370).

La structuration des rapports économiques des milieux marginaux par les systèmes de parenté, d'alliance et de clientèle ne conteste en rien leur « sur-détermination » et leur intégration (indirecte) par le mode de production capitaliste dominant. Elle montre (seulement) que, dans ce cas, « la relation capital/travail est médiatisée » (*op. cit.*, p. 371). A cela, il convient d'ajouter deux remarques : 1 — Les relations *dialectiques* entre les milieux marginaux et leur environnement (économique, social, culturel, etc.) se traduisent notamment, dans le cas étudié ici, par l'existence d'un ensemble de référents économiques et sociaux que le groupe des commerçants soudanais puise dans ses « traditions » en les *ré-interprétant* dans le contexte loméen actuel, *ré-agencement* permanent que l'on a désigné plus haut par le terme d'improvisation sociale et qui est un des éléments montrant la possibilité, dans les milieux marginaux, d'un dynamisme dans la dépendance. 2 — Ce caractère dynamique et attractif intéresse le sociologue parce qu'en dépendent la formation et la reproduction des milieux sociaux marginaux (voir pages suivantes, un cas de « concurrence » entre les deux secteurs économiques pour ce qui concerne l'accaparement de la main-d'œuvre).

Il y a une différence profonde entre les milieux ouvriers industriels et les travailleurs dépendants des milieux marginaux, qui se fonde sur la distinction aussi bien wéberienne que marxiste entre le travail libre et le travail privé (ou « servile », pour WEBER). C'est, à mon sens, cette opposition qui fonde, sur le plan sociologique, l'emploi de la notion de « pôle marginal » et qui permet de comprendre les rapports du pôle marginal au secteur économique moderne dominant comme la confrontation de deux types différents de mode de subsistance et de sociabilité.

3 — Ces rapports peuvent être antagonistes. Inséparables sur le plan économique, les deux secteurs se trouvent en concurrence pour l'accaparement de la main d'œuvre.

C'est ce que montre une enquête menée auprès d'une dizaine d'ouvriers salariés de l'Office National des Abattoirs et Frigorifiques de Lomé (Société d'Etat).

En 1977, l'ONAF a recruté treize ouvriers-abatteurs. Neuf d'entre eux venaient du milieu des zongo (six de Lomé, un d'Atakpamé, un de Sokodé, un de Dapaong). Parmi ces neuf « zongolais », on compte quatre Dendi-Bariba, deux Haoussa, un Djerma, un Gourma et un Kotokoli. Par ailleurs, quatre autres personnes furent recrutées dans des milieux différents ; il s'agit d'un Mina, d'un Kabyé, d'un Moba et d'un Tchokossi.

Les neuf jeunes gens du zongo recrutés à l'ONAF ont entre 19 et 29 ans.

Ils travaillaient tous auparavant dans le commerce du bétail et de la viande, comme manœuvres ou revendeurs.

Six étaient employés par leur père, par un oncle paternel, un par un patron sans lien de parenté ; le dernier travaillait pour son compte.

On peut considérer ce départ vers le travail « libre » comme une perte de huit serviteurs pour les « mai gida » et comme une remise en cause de leur organisation du travail. Il est d'ailleurs intéressant de noter que la plupart de ces ouvriers ont, par leur départ, mis fin à une relation permanente de travail père/fils.

Cependant, plusieurs faits attestent de la persistance des liens qui attachent ces ouvriers à leur milieu.

Sept d'entre eux exercent une activité complémentaire à leur travail à l'ONAF (qui les occupe de six à huit heures par jour). Ils sont six à avoir cette activité dans le commerce du bétail et de la viande. Parmi ces derniers, deux continuent à travailler comme manœuvre pour le même patron (l'un pour son père, l'autre pour son oncle) ; quatre sont revendeurs indépendants (un de ces quatre emploie lui-même deux revendeurs). Cependant, le septième apprend la mécanique après son travail à l'ONAF. Son père lui a demandé de continuer à travailler pour lui mais il a refusé.

Par ailleurs, six des neuf ouvriers issus du zongo sont mariés.

Tous ces mariages (récents, ils ont été faits pour la plupart après l'entrée à l'ONAF) ont été contractés avec des familles du zongo. Les épouses des six ouvriers mariés sont trois Haoussa, une Yorouba, une Dendi-Bariba et une Kotokoli.



Les mariages ont été « négociés » selon les règles du zongo. Ainsi, pendant un an, un des ouvriers a dû déposer chaque mois à la banque l'essentiel de son salaire de l'ONAF (20 000 CFA) pour rassembler les 185 000 CFA qui furent nécessaires à son mariage. Pendant ce temps, il vivait grâce à son travail complémentaire.

Enfin, sur le plan résidentiel, six ouvriers sont locataires de leur logement. Les trois autres sont hébergés gratuitement chez leur père (deux) ou chez leur oncle paternel (un).

Le salaire mensuel des ouvriers est de 20 000 CFA. Pour les jeunes issus du zongo, les revenus qu'ils touchaient auparavant étaient certes plus aléatoires, mais ils pouvaient aussi être plus élevés. Un des ouvriers a volontairement quitté l'ONAF pour retourner travailler au marché. Comme revendeur, il peut gagner jusqu'à 50 000 CFA par mois, soit plus du double qu'à l'ONAF.

Dans une discussion que nous avons eue avec les treize ouvriers ensemble, un clivage s'est fait très nettement entre les ouvriers issus du milieu zongo et les autres (mina, moba, kabyé, tchokossi). Les premiers étaient disposés, si la proposition leur était faite, à quitter leur emploi à l'ONAF pour aller travailler avec un « mai gida », à condition toutefois que celui-ci leur offre toutes les garanties de succès de ses affaires. En effet, puisqu'ils ont maintenant une autre possibilité à faire valoir face à celle-ci, ils peuvent être plus exigeants. La situation de salarié, et la sécurité qu'elle offre, renforce leur position dans le milieu des commerçants dont ils sont issus et où ils continuent de vivre. Ils peuvent se référer (pour eux-mêmes et pour les autres) à la possibilité de quitter ce milieu, mais sans le faire vraiment. Pour les seconds, mina, moba, kabyé, tchokossi, ne participant pas à cette société, l'éventualité de quitter l'ONAF où ils sont « fonctionnaires » (salariés d'un organisme public) pour partir auprès d'un commerçant indépendant n'était pas même envisagée.

Pour caractériser la relation du zongo à son environnement économique et social, on peut donc parler d'une « intégration à la marge », en soulignant à la fois la nécessité et le dynamisme du pôle marginal.

Cette position se retrouve dans l'écologie urbaine. L'ancien quartier zongo était officiellement jugé insalubre et trop dense. Ici et là, on peut entendre qu'il était peuplé d'étrangers « qui n'étaient même pas propriétaires de leurs terrains ».

La destruction du zongo et l'expulsion du centre ville de sa population a mis à l'écart et stigmatisé un « pôle négatif » de la société urbaine : celui des étrangers vivant en économie marginale. Ce caractère de « pôle négatif » est le prolongement, dans l'idéologie urbaine, de la position marginale des Soudanais à Lomé.

Cependant, pour l'histoire du zongo, ce déguerpissement signifie la création d'un cinquième emplacement du quartier des commerçants soudanais.

Si l'on ré-examine les localisations successives du quartier à Lomé (voir carte 5, p. 66), on s'aperçoit qu'il s'est déplacé d'une marge à une autre, au fur et à mesure des agrandissements de la capitale. Dans les années 1870-1880, il se trouve à la limite des maisons de commerce européennes et en dehors du village d'« Alomé » ; puis il se déplace vers le nord sur le périmètre

du « quartier commercial » qui est une extension partant des maisons de commerce du bord de mer ; il se retrouve enfin, à l'époque coloniale, à côté du « boulevard circulaire » créé par l'administration allemande. En 1977, cet emplacement se trouve au centre de Lomé agrandie. Les gens du zongo sont alors envoyés vers la nouvelle marge de la ville ; le nouveau lotissement est très précisément contigu au nouveau « périmètre urbain » de Lomé tracé par les techniciens de l'urbanisme.

Cette continuité donne son sens global au déguerpissement : le zongo est confirmé dans sa position marginale vis-à-vis de la société autochtone. Sa marginalité économique et sociale se double, à *nouveau*, d'une marginalisation urbaine.

L'opération urbaine a provisoirement désorganisé la population du quartier (par son éparpillement dans la ville en attendant la construction des nouvelles habitations ou par la transformation du cadre des relations de voisinage dans le nouveau lotissement), mais elle n'a pas détruit le milieu social du zongo.

Celui-ci trouve les fondements de son existence actuelle dans sa nécessité économique locale et dans sa relation à la chaîne commerciale et sociale traversant les quartiers zongo (ou « haoussa ») qui vont de la zone soudanaise à la côte.

Dans ces conditions, malgré — ou grâce à — sa marginalité économique, sociale et urbaine, le zongo reste, pour les étrangers natifs de Lomé et nouveaux arrivants, un repaire où l'on peut trouver les moyens de survivre en ville (1).

---

(1) En septembre 1979, le nouveau quartier zongo comptait 1 354 habitants répartis sur 136 concessions. Un comptage effectué trois ans plus tard révélait une forte croissance de la population et un développement important du bâti.

D'une part, à l'intérieur des limites administratives du lotissement, la population s'était accrue de 25%. D'autre part, hors des limites du zongo mais sur les terrains jouxtant le quartier au nord et au sud, 56 parcelles étaient habitées alors qu'on n'en comptait que 5 en 1979. 65% de ces terrains habités limitrophes du nouveau quartier avaient été achetés par des résidents de l'ancien zongo qui n'avaient pas pu obtenir de parcelle dans le nouveau lotissement après le « déguerpissement ».

Au total, la population du zongo « intra » et « extra muros » était de 2 133 habitants en septembre 1982 (+ 57,5% par rapport à septembre 1979), le nombre de concessions habitées passant de 136 à 238 (+ 75%).

En marge du nouveau périmètre urbain de Lomé, un zongo « réel » se développe, débordant les limites fixées à l'origine par l'administration. Il rejoint, au nord, le village autochtone de Dziledji et s'approche, vers le sud, de la petite ville d'Agouévè dont la croissance rapide (triplément de population de 1970 à 1981) est en partie due à l'afflux, depuis 1977, de « déguerpis » de l'ancien zongo attendant leur relogement dans le nouveau quartier.