

**Organisation des réseaux de commercialisation des produits forestiers non
ligneux en région de piedmont : compétition entre débouchés et rôle des
proximités (Kerala, Inde du Sud)**

Lucie DEJOUHANET

Docteur en géographie
Laboratoire Mosaïques, UMR LAVUE (ex-GECKO)
Université Paris Ouest – Nanterre La Défense
Adresse personnelle : 2 rue des Favorites, 75015 Paris
lucie.dejouhanet@orange.fr - 06 20 71 63 29

Organisation des réseaux de commercialisation des produits forestiers non ligneux en région de piedmont : compétition entre débouchés et rôle des proximités (Kerala, Inde du Sud)

Résumé

Le secteur industriel de l'Ayurveda, en pleine croissance, est approvisionné principalement par le secteur privé, alors qu'une filière de commercialisation des produits forestiers non ligneux réglementée par l'État existe avec le monopole de la vente de ces produits. Le piedmont forestier, zone de transition entre forêt contrôlée et plaines agricoles où se trouvent les industries, est le lieu de départ de multiples flux de produits. C'est là que se positionne le secteur privé, détournant les flux des structures officielles vers ses propres réseaux. Cette étude explore l'organisation des réseaux, analyse leur constitution et la manière dont ils opèrent. À travers la géographie des flux de produits sont mises en évidence les stratégies de commercialisation adoptées par les cueilleurs, ainsi que celles des marchands privés pour obtenir des produits et s'approprier les produits de la filière officielle. Cheminant de l'analyse de l'organisation des réseaux de commercialisation à l'étude des choix des cueilleurs et des rapports de proximité entre les acteurs, ce travail propose une compréhension du fonctionnement d'un secteur informel en contexte de filière encadrée par l'État.

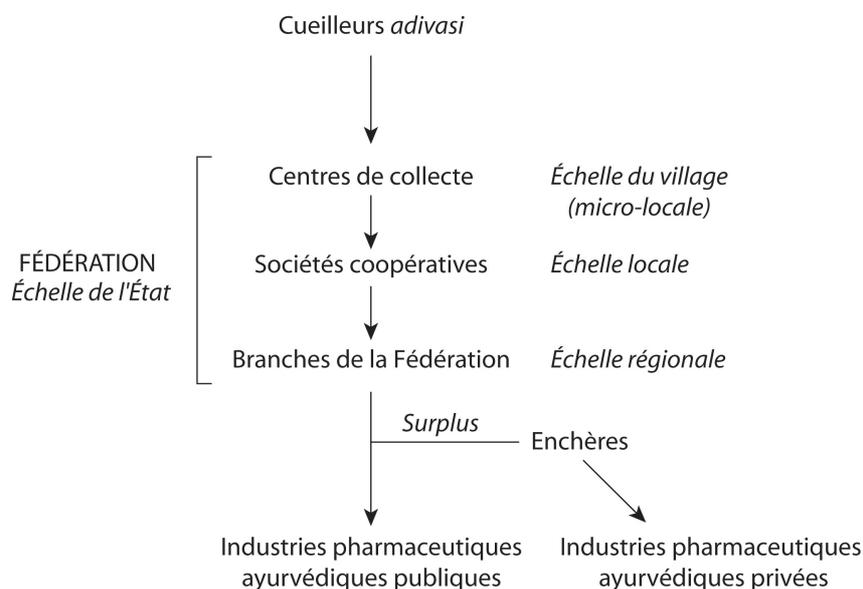
Mots-clés

Filière, produits forestiers non ligneux, Ayurveda, réseaux, secteur informel, Kerala

Organisation des réseaux de commercialisation des produits forestiers non ligneux en région de piedmont : compétition entre débouchés et rôle des proximités (Kérala, Inde du Sud)

Au Kérala, en Inde du Sud, la production de médecines ayurvédiques connaît un développement sans précédent et nécessite un approvisionnement en produits médicinaux constant. Ceux-ci proviennent principalement des forêts tropicales de l'État, ainsi que des lisières forestières et des espaces non exploités par l'agriculture sur les piedmonts. En 1978, l'État fédéré kéralais, dans un objectif d'encadrement de cet approvisionnement aussi bien que de contrôle de l'utilisation des ressources forestières et de soutien aux populations défavorisées, mit en place une filière de commercialisation pour les produits forestiers non ligneux (fig. 1). Il créa ainsi un ensemble de coopératives destinées à récupérer les produits auprès des *adivasi*. Ces groupes sociaux identifiés par la Constitution comme « Tribus répertoriées » et correspondant, de manière très simplificatrice, à des populations de chasseurs-cueilleurs, devinrent ainsi les seuls autorisés légalement à cueillir des produits en forêt et à les vendre. Ces coopératives furent rassemblées en 1981 sous une Fédération, en charge de commercialiser les produits et ayant le monopole de cette activité de vente. Outre un débouché stable et donc un revenu de la vente de leurs produits forestiers, les coopératives assuraient un rôle de service social auprès des cueilleurs *adivasi*, leur fournissant des produits de première nécessité à moindre coût, des aides sous forme d'avances financières ou de fourniture d'intrants agricoles, etc. Les coopératives devaient aussi constituer un organe participatif impliquant les cueilleurs.

Figure 1. Schéma de fonctionnement de la filière officielle de commercialisation des produits forestiers non ligneux au Kérala



Si les coopératives ont un fonctionnement régulier dans les zones forestières de montagne, leur rôle dans l'organisation de la cueillette sur les marges des espaces forestiers est plus difficile à définir. Les piedmonts représentent des régions de transition entre une montagne forestière où les activités d'exploitation sont encadrées par le département des Forêts et les plaines agricoles peuplées de populations variées et nombreuses. Ce sont des espaces difficiles à contrôler : la forêt toute proche attire des usagers divers, les flux de produits issus de cette forêt se multiplient et des réseaux se construisent pour capter les produits non ligneux. L'espace forestier étant généralement étroitement surveillé par le département des Forêts, c'est sur le piedmont que se positionne le secteur privé qui, malgré la filière officielle de commercialisation des produits forestiers non ligneux, approvisionne la majorité des industries pharmaceutiques.

L'étude de la région de Nemmara, piedmont nord de la chaîne des Ghâts occidentaux qui domine ici la trouée de Palakkad (fig. 2), permet d'analyser la constitution de ce réseau et la manière dont il opère. Y sont présents les centres de stockage de deux sociétés coopératives, ainsi que des marchands privés, qui se partagent les produits cueillis par les habitants des villages. Ceux-ci, *adivasi* ou non, se rendent en forêt depuis leurs villages et commercialisent leurs produits dans la région. À travers cet exemple, il s'agit de déterminer les facteurs qui influencent les pratiques commerciales des cueilleurs, de comprendre les modes d'organisation des réseaux, et en particulier le fonctionnement du secteur informel concurrent de la filière officielle. En abordant les réseaux par leur organisation spatiale, nous mettrons à jour les dynamiques locales de commercialisation et pourrons interroger les rapports de compétition entre les débouchés commerciaux et le rôle des proximités dans les stratégies des acteurs. Cette analyse apporte une contribution utile au champ des études sur le secteur informel qui se développe dans un contexte d'interventionnisme d'État.

Partant de la géographie locale des flux de produits, plusieurs pistes d'explication seront suivies qui mèneront de la compréhension du fonctionnement du secteur informel à l'étude des choix des cueilleurs et des modes de relation entre les acteurs, de la mise en évidence des proximités géographiques à la compréhension des proximités organisées et de leur incidence dans la formation des réseaux de commercialisation.

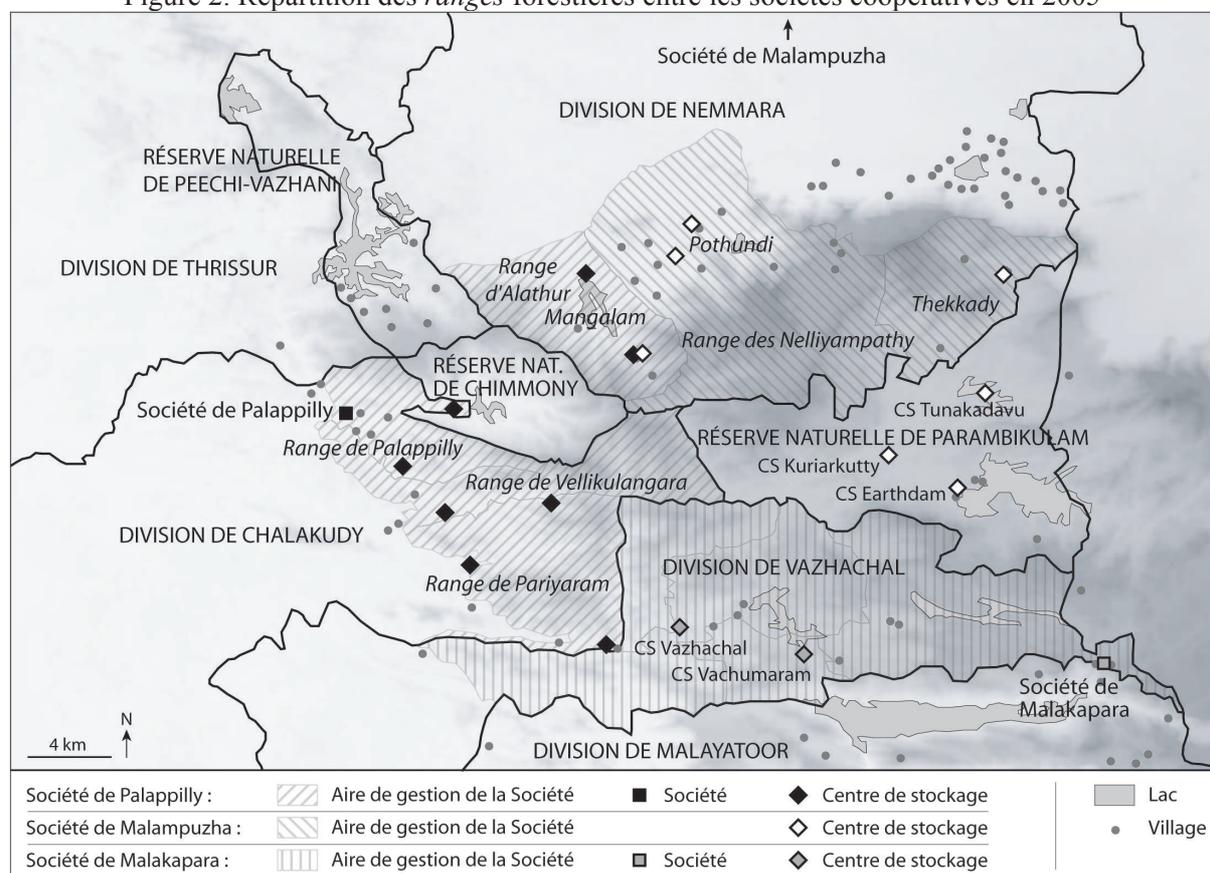
I. Géographie des réseaux : des débouchés plus ou moins attractifs

I.1. Organisation légale de la commercialisation des produits non ligneux sur le piedmont

Afin de comprendre la répartition des débouchés sur le piedmont, il faut revenir rapidement sur le mode d'attribution aux coopératives de cueilleurs des différents espaces forestiers. Le territoire du Kérala est divisé du point de vue du département des Forêts en une hiérarchie d'unités administratives,

même lorsque cet espace n'est pas couvert par la forêt. Le piedmont que nous étudions se trouve ainsi englobé dans la *division* forestière de Nemmara (fig. 2), qui couvre à la fois les hauts plateaux des Nelliampathy et les rizières et plantations de la plaine. Ces divisions forestières sont composées de *ranges* forestières, dont deux nous concernent ici : la *range* des Nelliampathy et celle d'Alathur. Dans le système réglementé, les coopératives de cueilleurs se font attribuer par un comité d'État, en fonction des résultats obtenus les années précédentes et de critères d'équilibrage, des *ranges* forestières qui délimitent leurs aires de gestion ; les cueilleurs des villages doivent pratiquer leur activité dans la *range* dans laquelle ils habitent. Cette stratégie de gestion de la ressource forestière vise à répartir la pression de l'activité de cueillette entre les *ranges* et l'approvisionnement en produits non ligneux entre coopératives.

Figure 2. Répartition des *ranges* forestières entre les sociétés coopératives en 2005



Réalisation : © L. Dejouhanet, 2011.

Dans la *division* de Nemmara, les sociétés coopératives se sont succédées sans parvenir à se maintenir plus de quelques années. Pendant notre travail de terrain (2005-2007), la *range* des Nelliampathy avait été perdue par la coopérative de Palappilly et transférée à celle de Malampuzha, mais la coopérative de Palappilly restait présente dans la *range* d'Alathur (fig. 2). Il existait auparavant une coopérative dans les Nelliampathy mais celle-ci avait fermé pour cause de mauvaise gestion. La région que nous étudions, que nous appellerons région de Nemmara, du nom de la ville principale,

s'étend du barrage de Pothundi aux alentours du barrage de Mangalam et croise donc les aires de gestion de deux coopératives.

Une des raisons de l'instabilité des coopératives dans la région est leur éloignement géographique : Malampuzha se trouve au nord de la trouée de Palakkad (30 km à vol d'oiseau) et, pour se rendre dans la *range* d'Alathur, le secrétaire de la coopérative de Palappilly doit contourner le massif depuis le versant occidental, soit dans les deux cas un trajet de près de deux heures. Si les coopératives devaient entretenir des centres de stockage officiels dans ces zones, elles dépenseraient beaucoup d'argent dans le déplacement de leurs employés. Ainsi engagent-elles des *collection agents* et des *stock keepers* privés¹. Seuls des *adivasi* peuvent être *collection agents* : ils ont le pouvoir d'organiser la cueillette dans leur région, ils pèsent les produits, les payent et délivrent des factures ; dans la *range* de Nelliampathy, ils se trouvent dans les hauteurs et non sur le piedmont. Les *stock keepers* sont des personnes privées qui disposent d'un lieu de stockage, ils récupèrent les produits mais ne peuvent pas délivrer de factures au nom de la coopérative ; ils obtiennent une commission sur les produits fournis à cette dernière. Ces « semi-privés » sont ici engagés par les coopératives, ils sont répartis le long du piedmont et ont la charge de récupérer les produits forestiers non ligneux dans un certain nombre de villages. Ils ont été choisis car ils ont une bonne connaissance des produits et une interaction privilégiée avec les cueilleurs. Il arrive donc souvent que les personnes nommées par les coopératives pour récupérer les produits en leurs noms soient d'anciens marchands privés.

Afin de bien comprendre le système d'acteurs et les dynamiques liées à la commercialisation des produits forestiers non ligneux sur le piedmont, nous avons mené de nombreuses enquêtes, séjournant dans la région en février 2006 et en juin 2007, habitant juste à côté du barrage de Pothundi, au pied des montagnes. Certains villages, sur le versant des Nelliampathy avaient déjà été visités en 2005. Pour rencontrer les cueilleurs et les marchands privés dont les activités sont *a priori* discrètes, nous avons choisi d'utiliser les réseaux sociaux locaux pour organiser nos enquêtes : réseaux d'amitiés, de connaissances, liens de travail ou de coopération, mais aussi rumeurs et récits d'expériences, qui nous permettaient d'identifier les cueilleurs d'un village à l'autre, d'obtenir des informations sur leur activité et la présence de marchands. L'intérêt d'une approche de village en village en fonction des informations obtenues des autres cueilleurs et des fermiers ou en fonction des rencontres au détour des chemins de villageois portant sur leur tête des fagots de plantes, est d'avoir pu rencontrer des cueilleurs aux profils divers, *adivasi*, *dalit* (intouchables) ou même musulmans et de ne pas s'être laissés enfermer par l'inadéquation du statut légal de cueilleur donné uniquement aux *adivasi* avec la réalité de l'activité de cueillette sur le piedmont. Parmi les villages visités, treize abritaient des

¹ La traduction des termes anglais est mal aisée, les *collection agents* seraient des « responsables de la récupération des produits non ligneux » et les *stock keepers*, des « gérants de centre de stockage ».

cueilleurs. Les résultats suivants reposent sur les entretiens semi-directifs menés auprès de ces derniers, des *stock keepers* et des marchands privés rencontrés.

I.2. Géographie des flux réels de produits forestiers non ligneux sur le piedmont

La figure 3 localise les différents débouchés commerciaux pour les produits forestiers non ligneux dans la région de Nemmara. La coopérative de Malampuzha a deux *stock keepers* dans la région du barrage de Pothundi (M1 et M2, le M signifiant Malampuzha) et un *stock keeper* à Kadapara (M3) ; la coopérative de Palapilly est présente par l'intermédiaire de ses deux *stock keepers* près du barrage de Mangalam et à Kadapara (P1 et P2, avec le P pour Palappilly). Ce dernier village est localisé à proximité de la frontière de plusieurs *ranges* forestières et de nombreux cueilleurs descendent le versant à cet endroit ; c'est un lieu stratégique et sa position frontalière justifie la présence des deux coopératives (fig. 2).

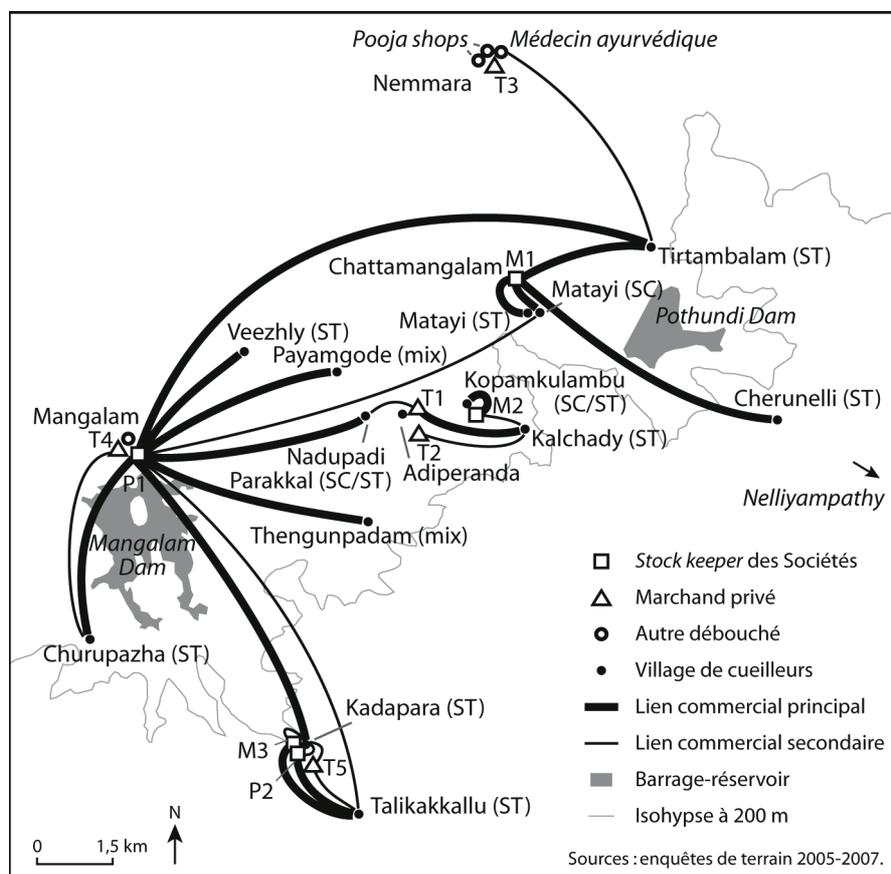
Les coopératives ont au fil du temps diminué la diversité des produits qu'elles ramassent dans la région ; en 2002-2003 la *range* d'Alathur se caractérisait par la variété des produits qui étaient envoyés à la coopérative de Palappilly, en 2005-2006 seuls trois produits étaient fournis à cette même coopératives. Mais ces produits sont toujours disponibles en forêt et les industries pharmaceutiques en ont toujours besoin, ils sont donc commercialisés par des filières parallèles qui impliquent d'autres acteurs. En sus des *stock keepers* des coopératives, se trouvent donc des marchands privés qui travaillent avec les habitants des villages et qui fournissent des industries pour leur propre compte. Les boutiques de matières premières ayurvédiques ou de produits forestiers de Palakkad et des petites villes, les praticiens ayurvédiques traditionnels, dont un se trouve à Nemmara, et les magasins spécialisés dans les produits utilisés pour les cérémonies religieuses (*pooja*) achètent aussi des produits directement aux cueilleurs de la région. Les quantités transitant vers ces débouchés étant moindres, ils ne sont pas représentés sur la figure 3, sauf les *pooja shops* ainsi que le praticien ayurvédique auprès desquels nous avons mené des enquêtes. Ils sont représentés sous la catégorie « autre débouché ».

Les marchands indépendants ou « privés » sont, sur la figure 3, identifiés par la lettre T de *traders* : T1 et T2 sont tous les deux à Adiperanda, ils ont été en charge de la collecte des produits pour les structures coopératives avant M2 : T1 était *stock keeper* de 1972 à 1984 et T2 de 1984 à 1999. T3 et T4 n'ont pas la même importance dans la région, ils commercialisent des produits dans les villes environnantes et auprès des industries locales². J'ai indiqué comme T5 les marchands privés de Kadapara, ils sont plusieurs mais pour simplifier, ils sont identifiés avec un seul figuré.

² T3 fait aussi différentes sortes de commerce en collaboration avec T1, pas forcément liées aux produits forestiers (par exemple, la commercialisation du gingembre cultivé).

Les treize villages où ont été identifiés des cueilleurs de produits forestiers en 2005-2007 sont représentés. Ils peuvent être des villages *adivasi* (ST pour *Scheduled Tribes*), des villages *dalit* (SC pour *Scheduled Castes*, Castes répertoriées) ou des villages mixtes, regroupant ces deux catégories de communautés (SC/ST) ou différentes castes (mix). Les lignes entre villages et débouchés figurent les choix de commercialisation, celles entre villages et débouchés « autres » sont sans doute plus nombreuses mais les quantités commercialisées sont faibles ; les liens représentés sont ceux qui ont été indiqués par les cueilleurs lors de nos enquêtes.

Figure 3. Flux de produits forestiers non ligneux entre villages de cueilleurs et débouchés commerciaux dans la région de Nemmara en 2006



Réalisation : © L. Dejouhanet, 2011.

Le schéma ainsi tracé montre une certaine complexité des réseaux de commercialisation, qui ne peut être liée uniquement à la présence et à l'activité des marchands privés. Le débouché qui semble attirer le plus de cueilleurs est celui de Mangalam (P1) : son aire d'attractivité s'étend aux villages aux alentours du barrage, mais aussi à des villages de la région de Pothundi, entrant en concurrence avec les autres débouchés. Au contraire, l'aire d'attractivité de M1 est limitée à la région de Pothundi. La situation autour d'Adiperanda est différente car M2 apparaît moins attractif que le marchand privé T1. T2 est aussi actif à cet endroit mais attire moins de cueilleurs. Le principal débouché du côté

d'Adiperanda semble être T1. Quant aux alentours du barrage de Mangalam, ils appartiennent certes à l'aire d'approvisionnement de P1, mais se trouvent aussi dans le village des petits marchands privés qui achètent des produits (T4). À Kadapara, les deux *stock keepers* des coopératives, M3 et P2, récupèrent des produits auprès des cueilleurs ; ils travaillaient pour leur propre compte jusqu'à récemment, comme les autres marchands (T5) ; désormais leur nouveau statut force les cueilleurs de Talikakkallu et Kadapara à leur confier leurs produits sans pour autant parvenir à changer leur habitude de vendre à Mangalam. Les deux endroits sont légitimes pour récupérer des produits et les *stock keepers* de Kadapara ne peuvent se plaindre du détournement des produits vers le débouché de Mangalam³.

Cette cartographie des choix de commercialisation des cueilleurs met en évidence plusieurs points. D'abord, la proximité géographique d'un débouché ne semble pas être un facteur suffisant pour lui assurer les produits des villages voisins. Ensuite, les différents débouchés sont en situation de concurrence. Enfin, les aires de gestion des coopératives ne semblent pas influencer la répartition des flux entre les débouchés. La partie suivante analysera les stratégies de ces derniers pour attirer les produits des cueilleurs et l'organisation du secteur informel.

II. Compétition entre structures officielles et secteur informel : une superposition des réseaux

II.1. La modulation des prix comme facteur d'attractivité et de différenciation des débouchés

Pour l'instant, la distance au débouché n'apparaît pas comme un facteur déterminant dans les stratégies de commercialisation des cueilleurs, la question des prix proposés pour les produits forestiers peut s'avérer plus utile pour comprendre les dynamiques de commercialisation dans la région. La comparaison des prix proposés par les Sociétés dans la région montre cependant la fragilité d'une interprétation du marché à travers la structure coopérative (tab. 1).

Tableau 1. Quantités, valeurs et prix à l'achat dans les centres de stockage des Sociétés dans la région de Nemmara en 2005-2006

Sociétés	Kopamkulambu (M2)			Pothundi (M1)			Padikutti (Alathur Range)(M3)			Alathur Range (P1, P2)		
	Quantité (kg)	Valeur à l'achat (Rs)	Prix à l'achat (Rs/kg)	Quantité (kg)	Valeur à l'achat (Rs)	Prix à l'achat (Rs/kg)	Quantité (kg)	Valeur à l'achat (Rs)	Prix à l'achat (Rs/kg)	Quantité (kg)	Valeur à l'achat (Rs)	Prix à l'achat (Rs/kg)
Orila séché	135	2025	15	117	1755	15				4277	25662	6
Moovila séché	129	2064	16	63	1328	21						
Kurundhotti séché				23	345	15						
Kattuthippali	160	2720	17	1400	23800	17						
Mulaguvali	119	1666	14									
Cheenikkai séché							1000	12000	12	16819	201826	12
Pattincha	247	3458	14	756	10584	14				940	11280	12

Source : Statistiques des Sociétés de Palappilly et de Malampuzha relevées sur place.

³ Le schéma représente la situation en février 2006 : l'année suivante certains flux dont ceux autour de Kadapara avaient changé.

Selon ce tableau, les quelques produits fournis aux coopératives dans la région obtiennent des prix supérieurs dans les centres de stockage gérés par la coopérative de Malampuzha, ce qui va à l'encontre du constat d'une attractivité élevée du centre de stockage de Mangalam. Notons que les quantités d'*orila* (*Desmodium gangeticum*) et *moovila* (*Pseudarthia viscida*) sont plus élevées dans le centre de stockage de Kopamkulambu (M2), pourtant sous concurrence apparente de T1, que dans celui de Pothundi (M1). C'est l'inverse pour *kattuthippali* (*Piper longum*) et *pattincha* (*Acacia caesia*), avec une différence bien plus importante entre ces deux stocks. Ces deux produits forestiers sont les plus importants en quantités pour la coopérative de Malampuzha dans la région. Le prix plus élevé pour *moovila* chez M1 ne semble étrangement pas augmenter l'attractivité de celui-ci pour ce produit. Padikutti, qui correspond au centre de stockage de Kadapara (M3), n'a fourni qu'une tonne de *cheenikkai* (*Acacia concinna*) à la coopérative de Malampuzha en 2005-2006. Ce produit est ramassé en grandes quantités dans la *range* d'Alathur (P1 et P2). Peu de produits sont ramassés dans cette *range* mais les quantités sont importantes.

Les entretiens menés dans la région ont montré qu'une multitude de produits circulent entre cueilleurs et marchands, diversité qui n'a rien à voir avec les sept produits notés comme transitant par les centres de stockage des Sociétés. Il est vraisemblable d'affirmer, selon les différents témoignages, que les *stock keepers* prennent une plus grande variété de produits que celle qui est livrée à la Société.

Les prix indiqués par les cueilleurs pour chaque débouché sont assez difficiles à comparer, car ils dépendent du moment dans la saison et de l'année de l'entretien avec le cueilleur, de la franchise de la personne interrogée (pouvant baisser les prix pour montrer sa difficulté, les surestimer pour justifier son choix de ne pas donner ses produits au débouché le plus proche, etc.), de sa réelle connaissance des prix pratiqués, de la réticence à donner des informations sur un débouché illégal ou à témoigner de son faible contrôle sur la commercialisation de ses produits, etc. Nous ne reproduisons pas ici les tableaux de prix ainsi obtenus mais indiquons uniquement les conclusions issues de leur comparaison.

Une comparaison entre les prix obtenus dans les villages et la carte de flux (fig. 3) permet de penser qu'il y a de la part de P1 une volonté d'attirer plus de cueilleurs. En effet, pour trois produits importants (*thippali*, *orila* et *moovila*), P1 propose des prix plus avantageux que M1 ou T1 dans les villages proches de ces derniers. Ces prix intéressants ne sont d'ailleurs pas proposés dans les villages à proximité de P1, dans lequel le marché est déjà acquis. À Matayi, les *dalit* qui avaient l'habitude de donner leurs produits à M1 ont été attirés par le meilleur prix de P1 ; une fois la première transaction réalisée, les cueilleurs ont continué de commercialiser leurs produits auprès de P1. Une hausse des prix peut donc détourner durablement les cueilleurs de leurs anciens débouchés qui ne sont sans doute pas indifférents à ce changement puisqu'ils sont payés à la commission sur les quantités de produits fournies.

La stratégie de P1 semble reposer sur une multiplication des lieux d’approvisionnement et sur une répartition des produits entre les villages. Plusieurs explications sont possibles à cette stratégie : la différence de prix de certains produits entraîne une fidélité des cueilleurs d’un même village pour les autres produits ; la qualité entre les produits varie entre les villages ; ou bien un partage s’effectue entre les débouchés, dans lesquels les « autres » jouent un rôle non négligeable. Les cueilleurs de Churupazha préfèrent en effet commercialiser *orila* et *moovila*, dont ils obtiennent un prix moindre de la part de P1, à d’autres marchands situés à Mangalam ou en aval du bourg.

Pour les gousses de *cheenikkai*, les prix sont les mêmes en 2006 entre P1, T1 et M1, mais ils varient à l’encontre des cueilleurs de Kadapara et Talikakkallu : la roupie supplémentaire obtenue par les habitants de Kadapara pour livrer leurs produits à Mangalam pérennise ce flux, tandis que les nouveaux *stock keepers* de Kadapara veulent s’assurer la production des cueilleurs de Talikakkallu par de bons prix⁴. Une baisse importante du prix du *cheenikkai* sur le marché, qui a conduit les coopératives à grossir leurs stocks de ce produit sans pouvoir l’écouler, ne se perçoit pas dans les prix indiqués par les cueilleurs, sauf pour M2 qui a répercuté cette baisse sur ses prix en 2006-2007, comme si la situation commerciale de la coopérative avait finalement peu d’influence dans les transactions locales.

Le prix semble ainsi être un élément essentiel de la stratégie des différents débouchés pour attirer les produits des cueilleurs. Le débouché qui paraît avoir le plus de marge de manœuvre dans sa régulation des prix est P1 qui détourne les flux de produits à son avantage. Cependant, les prix ne justifient pas toutes les quantités livrées et l’attractivité de chaque débouché. M2 reçoit plus de *moovila* que M1 alors que ce dernier propose des prix plus élevés, cette différence peut découler d’un manque de ce produit dans la zone gérée par M1 ou d’une moindre quantité enregistrée, et interroge le mode de fonctionnement du réseau des *stock keepers*.

II.2. Stock keepers : la construction d’un réseau alliant filière légale et intérêts privés

L’analyse précédente montre des effets de compétition, une flexibilité des prix et une intensité de commercialisation qui vont bien au-delà du cadre des structures coopératives ; elle appelle une meilleure compréhension de la filière organisée autour des *stock keepers*.

⁴ Cette interprétation doit être nuancée : les personnes interrogées à Talikakkallu en 2006 étaient favorables aux *stock keepers* des coopératives à Kadapara et tous les habitants du village leur donnèrent leurs produits cette année-là, les prix élevés peuvent donc être certes une réalité mais aussi une manière d’apporter leur soutien à la structure coopérative. En 2007, les habitants rencontrés étaient mécontents du fonctionnement des deux centres de stockage et ne souhaitaient plus leur donner tous leurs produits, les prix indiqués sont alors bien inférieurs.

Deux discours quelque peu contradictoires concernant le fonctionnement des centres de stockage se rencontrent. Selon les explications fournies par la coopérative de Malampuzha, celle-ci donne en début de saison une avance au *stock keeper* qui n'a pas le droit officiel de ramasser des produits pour son compte mais peut les stocker pour la coopérative. Si le produit vaut 100 Rs/kg (prix d'achat de la coopérative), il l'achète 70-80 Rs/kg aux cueilleurs. Une fois par semaine, l'employé de la coopérative se rend au centre de stockage, pèse les produits et paie directement le complément aux cueilleurs (communication personnelle du secrétaire de la coopérative, 28.02.06). Mais les témoignages des cueilleurs de la région de Pothundi montrent une relative inadéquation avec cette description du système : les cueilleurs ne rencontrent que très rarement les employés de la coopérative qui visitent les *stock keepers* et ils ne reçoivent pas un deuxième versement. La coopérative n'a pas de contact avec les cueilleurs. Les *stock keepers* servent d'intermédiaires et obtiennent la différence entre le prix d'achat officiel de la coopérative et le prix qu'ils donnent aux cueilleurs ; cette différence sert généralement au remboursement des sommes déjà versées aux cueilleurs par le *stock keeper* sans attendre le paiement de la Société. En effet, le système de paiement différé n'est pas adapté aux besoins des cueilleurs qui, pendant la saison de cueillette, descendent vendre leurs produits pour acheter de la nourriture et repartir immédiatement en forêt. Ce délai de paiement favorise les marchands privés qui payent le montant complet immédiatement et oblige consécutivement les autres *stock keepers* à verser la totalité de l'argent dès l'achat des produits. Ils ont alors besoin d'une assise financière qui leur permet de précéder les versements de la coopérative.

Les *stock keepers* ne sont pas que des responsables de centre de stockage, contrairement à ce que leur appellation et leur statut laissent à penser. Si M1 et M2 se défendent de toute commercialisation de produits en dehors du circuit de la coopérative⁵, P1 et T2 (quand il était *stock keeper*) témoignent, eux, d'une spéculation des produits à destination du marché extérieur, leur activité n'étant ni viable ni profitable s'ils se contentent d'un approvisionnement des coopératives⁶. Leur capacité de stockage leur permet en effet de retarder la mise sur le marché de leurs produits pour obtenir de meilleurs prix. La commercialisation hors filière coopérative est illégale et ces marchands utilisent le couvert de la coopérative pour stocker des produits et les vendre directement à des industries pharmaceutiques ou des grossistes, sans passer par les enchères de la Fédération. P1 justifie cette méthode par la « nécessité du *business* » : il fournit à la coopérative les produits pour lesquels elle a donné une avance ; s'il investit son propre argent dans l'achat de produits supplémentaires, il n'a pas à les transférer immédiatement à la coopérative, il peut attendre que les prix augmentent ou vendre ses produits ailleurs, puisqu'il s'agit de son commerce. Cet investissement et sa marge de manœuvre lui apportent un profit, ce qui lui permet de proposer des prix plus élevés pour attirer plus de cueilleurs.

⁵ M1 admet cependant commercialiser directement le miel qu'il propose à des magasins (entretien, 16.02.06).

⁶ Ce mode de fonctionnement est comparable à la situation dans le *Public Distribution System* indien, réseau national de magasins d'État permettant aux foyers de s'approvisionner à moindre coût en denrées de première nécessité, voir les travaux à ce sujet de F. Landy : entre autres, B. Dorin et F. Landy (2002 : 136-137).

En tant que *stock keeper*, il a l'autorisation de stocker des produits et ne peut être inquiété pour cela. Si la coopérative est supposée vérifier les stocks et informer le département des Forêts des transferts de produits, cette vérification est, dans les faits, difficile.

La question du pouvoir des marchands privés sur la commercialisation des produits forestiers non ligneux est centrale dans l'organisation des filières ; dans la région de Nemmara, la complexité de ces filières est illustrée par le flou qui règne dans l'identification des débouchés et de leur nature. La succession des coopératives a en effet entraîné une certaine confusion dans l'esprit des cueilleurs, parfois entretenue par les *stock keepers*. Un certain nombre de cueilleurs affirmait ainsi que la coopérative de Palappilly était encore en charge de toute la région ; d'autres disaient avoir des cartes de membres de la coopérative de Malampuzha alors qu'aucune carte n'a été délivrée dans cette région. Plusieurs fois dans les entretiens et dans différents villages, il a été indiqué que la vraie coopérative était à Mangalam et qu'un homme, que j'appellerai par le pseudonyme Muhammad, localisé là-bas était la personne en charge de toute la région. L'idée que les produits récupérés par M1 et même M2 et T1 sont transférés à Muhammad se retrouve dans les témoignages de plusieurs cueilleurs.

Muhammad est le frère de P1, il fut très actif dans l'organisation de la cueillette des produits forestiers non ligneux dans la région, son frère ayant pris sa suite à Mangalam. Nous verrons par la suite comment les différents marchands ont structuré l'activité de cueillette et quels liens se sont mis en place entre eux et les cueilleurs, mais il est important de souligner maintenant l'influence de Muhammad dans la région. Celui-ci a ouvert deux boutiques, l'une à Thrissur, l'autre à Palakkad, vendant des produits forestiers non ligneux pour les industries ayurvédiques et dans lesquels travaillent ses fils. C'est le père de Muhammad et de P1 qui s'installa d'abord en aval de Mangalam et qui commença à commercialiser les produits des *adivasi*, mais Muhammad a développé cette activité et a acquis un rôle prépondérant dans ce secteur. En effet, ses deux magasins répondent à des appels d'offre de grosses compagnies ayurvédiques. Un autre frère de Muhammad et de P1 était d'ailleurs compté parmi les marchands privés officiant à Kadapara jusqu'à la mise en place des centres de stockage officiels des deux coopératives. Si P1 n'approvisionne pas systématiquement les boutiques de son frère et peut vendre des produits à d'autres grossistes ou à des industries directement, il a tout de même un accès privilégié au marché et donc une capacité de spéculation sur les prix plus importante que les autres marchands. L'indifférence apparente des autres marchands au détournement de flux de produits vers Mangalam est sans doute à lier à l'influence de Muhammad.

En effet, s'il est difficile de prouver cette influence autrement que par l'omniprésence de Muhammad dans les entretiens, par l'origine de son activité dans cette région et par les liens familiaux ou amicaux (avec T1) qui l'unissent à plusieurs marchands de la région, le témoignage du secrétaire de la coopérative de Palappilly concernant le déroulement des ventes aux enchères de la branche de Thrissur

de la Fédération (fig. 1) éclaire un peu plus les jeux relationnels dans la région (communication personnelle, 03.04.07). Selon lui, même si la liste des personnes invitées à participer aux enchères comprend quelques industries pharmaceutiques, seuls des grossistes et courtiers se déplacent. Groupe assez fermé, ils s'entendent à l'avance sur les prix et empêchent les enchères de monter au-delà du prix prévu. Le principal grossiste présent dans ces ventes est Muhammad, tandis que des marchands du Tamil Nadu participent aussi, occasionnellement, aux négociations sur certains produits. Le déroulement des enchères est étroitement lié à des relations d'influence et de pouvoir. Les participants peu nombreux s'assurent des prix bas et peuvent fournir ensuite les autres marchands⁷. Ces prix bas permettent aux bénéficiaires des enchères de répondre aux appels d'offre des grandes entreprises et de faire baisser aussi les prix des produits ne provenant pas des coopératives. Le système est ainsi détourné au profit d'un petit nombre de marchands qui contrôlent la commercialisation des produits et influencent les prix du marché⁸.

À partir du moment où l'enchère est prise, la coopérative délivre une facture et l'acheteur obtient un laissez-passer de la part du département des Forêts pour transporter les produits. Les acheteurs, souvent des marchands privés, détournent alors le système de certification officielle car dès lors qu'ils ont obtenu ces documents, ils sont autorisés à transporter et stocker les produits indiqués. S'ils obtiennent des produits de manière illégale – par exemple en allant eux-mêmes dans les villages des cueilleurs pour acheter des produits alors qu'ils ne sont pas habilités à le faire ou en ne déclarant pas ces stocks – mais qu'ils maintiennent les mêmes quantités dans leur lieu de stockage, ils ne peuvent être démasqués. Le transfert illégal des produits dans les régions couvertes par le réseau des structures coopératives se développe ainsi par une mainmise sur l'étape de commercialisation de la Fédération par les marchands privés et par une utilisation détournée des réglementations du système pour asseoir l'activité. Cela explique que les *stock keepers* et marchands privés insistent sur leur légitimité en justifiant leur activité par la demande de la coopérative, dont ils ont finalement intégré la structure à leurs propres filières.

Les *stock keepers* ont ainsi créé des réseaux hybrides reposant sur le système officiel des coopératives et déviant les produits à leur propre compte. Si les participants aux enchères bénéficient de relations de proximité organisée qui leur permettent d'agir sur les prix et les filières, au niveau local les rapports entre ces *stock keepers* et la place dans les filières des marchands privés non reconnus par les

⁷ Les travaux d'A Shankar et P.K. Muraleedharan (1996) montrent que durant les enchères, les acheteurs s'allient entre eux pour obtenir des prix bas, surtout dans le cas de produits périssables que la Fédération est pressée de vendre. Si la Fédération annule les enchères, cela retarde l'arrivée de fonds et augmente le problème de stockage et de manque d'argent dans les structures coopératives (Shankar & Muraleedharan, 1996).

⁸ P.K. Muraleedharan, N. Sasidharan et K.K. Seethalakshmi (1997) analysent le système des enchères sous l'angle de l'oligopsonie : le marché est géographiquement étroit, les producteurs dispersés, les participants aux enchères peu nombreux et le prix minimal fixé par la Fédération au début de l'enchère donne au facteur prix une place dominante dans le système de commercialisation. Ce système ainsi organisé entraînerait une hausse des marges commerciales (Muraleedharan et al., 1997).

Organisation des réseaux de commercialisation des produits forestiers non ligneux en région de piedmont : compétition entre débouchés et rôle des proximités (Kerala, Inde du Sud) – L. Dejouhanet

coopératives doivent être analysés. Pour cela, il faut s'intéresser aux stratégies des cueilleurs et à leurs critères de choix des débouchés.

III. Commercialiser ses produits : choix et non choix des cueilleurs

III.1. Stratégies économiques et contraintes dans la première commercialisation des produits

Plusieurs études, réalisées à partir de l'analyse des résultats des coopératives et constatant l'importance du marché privé, concluent à une exploitation par les marchands privés de cueilleurs que la méconnaissance du marché ou l'endettement rendrait vulnérables⁹ (Shankar, 1999 ; Harilal, 2008) ; l'exclusivité du droit de cueillette pour les groupes *adivasi* répondait aussi à l'objectif de soustraire ces populations au pouvoir des marchands privés. Mais les cueilleurs rencontrés sur le piedmont sont majoritairement informés, leurs choix de commercialisation répondent généralement à des critères économiques que nous allons présenter.

Les prix, nous l'avons vu, peuvent déterminer l'attractivité de certains débouchés aux dépens d'autres. Un cueilleur rencontré à Tirtambalam, près du barrage de Pothundi, choisissait ainsi le lieu de commercialisation de ses produits en fonction, entre autres, de sa connaissance précise des *prix pratiqués* dans les débouchés de la région, principalement par M1, P1, le praticien traditionnel et même les marchands venant du Tamil Nadu pour demander des produits dans la région¹⁰. L'influence des prix dans la commercialisation des produits est évidemment importante mais elle ne suffit pas à expliquer les choix de commercialisation des cueilleurs.

La *distance*, bien qu'elle ne soit pas apparue comme un facteur limitant au premier abord, joue aussi sur la commercialisation des produits : le même cueilleur âgé de Tirtambalam préférerait donner ses produits à M1 ou à Nemmara plutôt qu'à Mangalam, trop loin pour lui et sa femme ; mais dans la maison voisine, les cueilleurs étaient convaincus du bénéfice qu'ils obtenaient de la vente de leurs produits à Mangalam plutôt qu'à M1. La distance est perçue différemment par les acteurs, en fonction de leur capacité à se déplacer ou du risque pris pendant le trajet, ce phénomène illustrant la variabilité subjective de la proximité géographique telle qu'elle est présentée par J.-E. Beuret et A. Torre (2012 : 10).

Les stratégies de commercialisation des produits forestiers sont fondées à la fois sur le *prix de vente des produits* et sur un *équilibre entre profit et coûts de transport*. Ces coûts de transport incluent le

⁹ Sur la complexité d'une définition de l'exploitation dans les sociétés rurales, voir James C. Scott (1976 : 157-192).

¹⁰ Ces personnes venant de l'extérieur de la région, du Tamil Nadu ou des villes environnantes, constituent des débouchés importants pour quelques produits précis, mais je ne peux les prendre en considération ici car leur venue concerne la plupart des villages et est irrégulière.

prix du bus ou du véhicule loué pour transporter les produits, mais aussi des éléments moins économiques comme la pénibilité et la durée du voyage, l'exposition à des remontrances de la part du *stock keeper* délaissé, la moindre connaissance d'un débouché et un plus faible pouvoir de négociation, etc. La participation aux coûts financiers de transport par l'acheteur des produits peut aussi faire la différence : à Kalchady, T1 se rend dans le village pour ramasser les produits de la cueillette quelle que soit la saison avec une jeep ou une camionnette, alors que M2 n'envoie un véhicule que pendant la saison principale de cueillette, attendant des villageois qu'ils apportent leurs produits à son centre de stockage. Ce facteur est décisif dans le fait que ceux-ci livrent de grandes quantités à T1 et de petites quantités à M2. Cette participation aux coûts transforme les rapports de proximité géographique en minimisant le facteur de la distance grâce à la diminution des coûts de transport pour les cueilleurs.

Un autre facteur à prendre en considération est la *transformation du produit* nécessaire avant la commercialisation : pour la plante *thippali*, M1 et P1 prennent le produit au même prix (10 Rs/kg) mais P1 accepte la plante fraîche de la part des cueilleurs de Matayi, tandis que M1 la demande sèche, coupée en morceaux et mise en sac. On a vu que cette demande servait sans doute à P1 pour attirer de nouveaux cueilleurs, car ceux de Churupazha n'obtenaient de P1 que 5 Rs/kg pour la plante fraîche et 10 Rs/kg pour le produit sec¹¹. Conscients des différences de prix entre les débouchés, les cueilleurs sont capables d'user de cette concurrence pour faire monter les prix, à la condition que d'autres facteurs ne diminuent pas leurs capacités de négociation.

Par exemple, à Nadupadi Parakkal, la plupart des produits sont vendus à P1 mais dans le cas d'un *besoin urgent d'argent*, les cueilleurs donnent à T1, plus proche de leur village, même si ses prix sont inférieurs : pour *cheenikkai*, ils obtiennent 12 Rs/kg de P1 mais seulement 8 Rs/kg de T1. Les cueilleurs ont peu de moyens financiers et les opportunités d'emploi sont limitées et concentrées dans le temps. Ainsi préféreront-ils parfois les débouchés qui leur proposent des crédits, remboursables avec des produits non ligneux, ou qui leur assurent un achat immédiat de leurs produits.

À Mattayi nous avons été en février 2006 les témoins de deux altercations entre les cueilleurs et M1. Ces deux disputes font la lumière sur le genre de relations existant entre les *stock keepers* et les cueilleurs et sur l'inadéquation du système légal. Les cueilleurs *dalit* de Mattayi n'ont aucun droit au sein de la coopérative puisqu'ils ne sont pas reconnus comme cueilleurs, ce qu'ils vivent comme une injustice car ils ne peuvent bénéficier des services proposés par la coopérative. Les cueilleurs reprochaient à M1 de vouloir récupérer leurs produits comme remboursement du crédit qu'il leur avait

¹¹ Pour d'autres produits, P1 donne des prix plus élevés aux habitants de Churupazha (8 Rs/kg pour *kurundhotti*, 20 Rs/kg pour *incha*) qui profitent de la concurrence de P1 avec les petits commerçants de Mangalam, aussi bien que de leur accès au marché de la région de Peechi à l'ouest, les villages de cette région étant liés par des relations de parenté.

octroyé, en leur promettant de leur donner le complément du prix des produits plus tard. Ils décidèrent alors d'aller vendre leur *thippali* à P1 et de rendre ensuite à M1 l'argent qu'ils lui devaient. Outre le prix plus élevé proposé par P1 pour un produit non transformé, les cueilleurs insistaient sur la compréhension de P1 vis-à-vis de leurs difficultés, de sa tolérance par rapport aux remboursements effectués en plusieurs fois, de son empathie (« *il connaît les émotions de ceux qui travaillent* ») et des avances qu'il leur accorderait (entretiens, 17.02.06). Un an après cet événement, les *dalit* de ce village continuaient à donner leurs produits à P1, ayant semble-t-il complètement délaissé M1. Nous interprétons ce qui s'est passé comme une tentative de la part des cueilleurs d'équilibrer les pouvoirs en jeu : en prenant une avance monétaire de la part de M1, les cueilleurs s'étaient engagés à lui donner leurs produits ; en ne remplissant par leur « contrat », ils entraient dans un rapport de force, montraient leur insatisfaction et leur volonté de changer leur position dans la relation. Ils n'ont aucun droit légal à cueillir des produits en forêt et à les vendre ; par leur contestation, ils refusaient leur dépendance par rapport au *stock keeper*, montraient leur capacité de rébellion et affirmaient que l'absence de possibilité de négociation de leur côté devait s'accompagner d'une absence d'obligation¹².

Si ce refus de rembourser l'avance faite par M1 était en quelque sorte une rébellion, il est fréquent d'entendre des plaintes de la part des *stock keepers* et des coopératives qui reprochent aux cueilleurs de ne pas rembourser leurs avances ou de ne pas donner les produits promis. M2 exprimait ainsi sa réticence à distribuer des avances aux cueilleurs qui lui donnaient alors de petites quantités de produits pour rembourser leurs dettes mais vendaient des quantités beaucoup plus importantes aux marchands privés pour obtenir de l'argent. L'avance sur un salaire ou une production est toujours une prise de risque, même minime, de la part de l'employeur ou de l'acheteur ; on peut aussi se référer à l'exemple des travailleurs temporaires fuyant les chantiers de travaux publics avec leurs avances développées par F. Landy (1994 : 269-270). L'employeur doit assurer son remboursement face au pouvoir de fuite ou d'évitement de son employé par d'autres formes de relations et d'incitations¹³.

Les cueilleurs ont acquis progressivement des capacités plus grandes de négociation et de choix dans leurs stratégies de commercialisation, il n'en demeure pas moins que la nécessité de commercialiser rapidement leurs produits peut les rendre vulnérables. Les cueilleurs de la région de Nemmara ne constituent pas un groupe homogène, ils ne sont pas représentés au sein d'une coopérative et leurs stratégies sont surtout individuelles. Dans certains villages, au-delà des besoins économiques, d'autres liens de dépendance entrent aussi en ligne de compte dans les choix des cueilleurs.

¹² Malgré leur statut, je ne remarquais pas de différence entre les prix qu'ils obtenaient de leurs produits de M1 et les prix donnés par celui-ci aux cueilleurs *adivasi*.

¹³ Voir aussi la réflexion sur la « résistance de tous les jours » développée par James C. Scott (1985, 1989).

III.2. Modes de domination dans les rapports sociaux : une autre facette du secteur informel

L'histoire des marchands et *stocks keepers* permet de mieux comprendre leurs relations et leurs rôles dans l'organisation de la commercialisation des produits. Muhammad prit la suite de son père qui s'occupait du commerce des produits forestiers dans la région de Kadapara-Mangalam. Parallèlement, le père de M1 s'occupait de la région de Pothundi. T1 vint peu de temps après le début d'activité de Muhammad et M1.

Ces marchands musulmans structurèrent la cueillette dans la région¹⁴. D'autres marchands vinrent après mais ne réussirent pas à s'implanter de la même manière. En effet, les premiers organisaient les groupes de cueilleurs, planifiaient leurs séjours en forêt et géraient le stockage des produits et l'approvisionnement en nourriture des cueilleurs, dans une optique d'optimisation de l'effort de cueillette, d'efficacité dans la sortie des produits et, aussi, de contrôle de l'activité ; aujourd'hui, ils ont arrêté cette pratique mais l'héritage de cette collaboration entre marchands et cueilleurs marque encore les relations sociales.

T1, qui était autrefois actif dans la région de Kadapara, concentre désormais son activité de récupération des produits forestiers sur Adiperanda et ses environs, surtout le village de Kalchady. Le *stock keeper* de Kopamkulambu M2 qui subit sa concurrence est un hindou de la caste des Nayar ; même s'il a été désigné par les cueilleurs pour succéder à T2¹⁵, il n'a pas l'expérience de ses prédécesseurs. T2 explique d'ailleurs le manque de succès de M2 dans son activité par l'obstacle de la caste : M2 ne pourrait pas devenir proche des *adivasi* et des *dalit*, alors que les musulmans, eux, peuvent « boire du toddy¹⁶ avec eux, dormir et manger dans leurs maisons » car « les adivasi espèrent toujours de bonnes relations avec les marchands, une sorte de camaraderie, comme des membres de leur famille qui prendraient soin d'eux quand ils vont mal » (entretien avec T2, 21.02.06). Certainement, la distribution d'alcool aux cueilleurs par les marchands favorise autant leur coopération que cette « camaraderie ». Dans la critique des méthodes de travail de l'hindou M2 se révèle une « logique de similitude », même artificielle, qui assure une proximité organisée entre les cueilleurs et les marchands privés et *stock keepers* musulmans et isolent M2 (Beuret & Torre, 2012 : 12-13).

¹⁴ Muhammad, P1, M1, T1, T2 et M3 sont tous musulmans ; M2 et T3 sont hindous, P2 et T4 sont chrétiens. La connexion entre *adivasi* et commerçants musulmans pour la vente des produits forestiers non ligneux est fréquente au Kérala, voir l'exemple des Cholanaikkan et des marchands Mappila développé par P.R.G. Mathur (1977 : 25-26).

¹⁵ La raison de l'évincement de T2 par la Société serait liée à un procès en cours pour un incendie dans le village de Kalchady.

¹⁶ Le *toddy* est un alcool de palme commun dans cette région du Kérala. Cette phrase sur la consommation d'alcool des musulmans comme facteur distinctif par rapport au *stock keeper* hindou peut sembler paradoxale. Pourtant, elle me semble bien représenter les rapports entre cueilleurs et marchands privés. Si les distances entre castes sont encore prégnantes dans les relations sociales, la religion musulmane telle qu'elle est pratiquée par les hommes dans la région ne s'embarrasse pas des interdits sur l'alcool et ces marchands privés intègrent bien volontiers celui-ci dans leurs stratégies de *leadership*.

Si M2 dénonce le pouvoir des marchands privés sur les *adivasi* et leur emprise sur les habitants de la région, il avoue aussi son impuissance à contrer un système dans lequel les cueilleurs trouvent leur avantage et au maintien duquel ils participent. Selon des informateurs non *adivasi* qui se trouvaient avec nous lors de nos deux visites à Kalchady, l'ensemble du village serait sous le contrôle de T1 : celui-ci prendrait les produits forestiers en échange d'une liste de biens de consommation que les cueilleurs pourraient récupérer à une boutique voisine tenue par un musulman. Il ne donnerait pas d'argent, sauf pour les jeunes gens qui voudraient aller au cinéma à Nemmara et pour lesquels il louerait même une jeep pour qu'ils puissent se rendre à la ville. Il aurait aussi en sa possession les documents de propriété concernant des terres près de Mangalam aux noms des habitants de Kalchady et sur lesquelles sont plantés des hévéas. L'argent de l'exploitation de ces arbres serait sur un compte en banque géré par T1¹⁷. Au moment de notre visite, l'institutrice du village était elle-même de la famille de T1. L'absence d'argent dans les transactions économiques est une pratique courante héritée des premiers centres de stockage dans les montagnes : les cueilleurs achetaient alors leurs biens de consommation à une boutique contre des produits non ligneux. Même si cette solution peut apparaître plus pratique pour les cueilleurs, cette absence d'argent est un facteur d'exploitation forte puisque ces derniers n'ont alors aucun contrôle sur la valeur de leurs produits et des biens achetés, sur l'usage de leur argent ou sur leurs choix d'investissement. Cependant, l'absence totale d'échanges monétaires entre cueilleurs et T1 n'a pas pu être confirmée avec certitude par nos enquêtes. Les prix indiqués par les habitants de Kalchady lors de notre première visite semblaient beaucoup trop élevés ou trop bas comparés aux prix du marché, ce qui peut montrer aussi bien une méconnaissance des prix réels qu'un refus indirect de donner l'information.

En 2006, un habitant de Kalchady nous expliqua leur relation avec T1 :

« Seul T1 nous donne de la nourriture et des objets quand nous n'avons pas d'argent. (...) Nous sommes satisfaits parce qu'il nous aide dans les situations difficiles, dès que nous avons des problèmes chez nous. Nous aimons tous T1 ; il est le seul à venir nous aider. Depuis notre enfance, nous le connaissons. Maintenant il est vieux et riche mais entre nous c'est le même accord que quand il était jeune. Dans le passé, il était le seul à prendre des produits régulièrement. T1 a grandi avec nous. À chaque fois que nous sommes désespérés, il est le seul à venir nous aider. »

Extrait d'un entretien à Kalchady, le 16.02.06.

Les marchands privés envoient des jeeps pour ramener de grandes quantités de produits forestiers directement depuis l'intérieur de la forêt, simplifiant le transport pour les cueilleurs et permettant aux produits d'échapper au contrôle du département des Forêts. Mais la confiance des cueilleurs de Kalchady envers T1 est liée à des relations personnelles qui vont bien au-delà d'une simple camaraderie : il s'agit d'une aide et d'une protection, en échange d'une collaboration et d'une dépendance. Ce système est comparable à l'« économie morale de la paysannerie » décrite pour les

¹⁷ Cette situation de contrôle sur la commercialisation des produits non ligneux aussi bien que sur le bénéfice des plantations d'hévéas dont les groupes Kadar de cette région sont propriétaires, est aussi dénoncée dans le rapport de S. Zacharias (2003).

Organisation des réseaux de commercialisation des produits forestiers non ligneux en région de piedmont : compétition entre débouchés et rôle des proximités (Kérala, Inde du Sud) – L. Dejouhanet

sociétés dites « précapitalistes » par James C. Scott (1976)¹⁸, dans laquelle le clientélisme opéré par les propriétaires terriens à l'égard des petits paysans est une « sécurité » pour ces derniers : le « maître » fournit une assistance en nourriture et en argent à ses « clients » dans le besoin, il participe aux frais de production agricole, peut prêter de l'argent ou s'occuper des dépenses de santé, de cérémonies, de logement, etc. (Scott, 1976 : 50-51). En échange de sa protection et de son attitude paternaliste, ses « clients » sont disponibles pour des travaux ou services quand il le souhaite, lui sont redevables et fidèles¹⁹.

Le mode de fonctionnement des marchands privés dans la région est fondé sur :

- des relations intimes : contacts sur le long terme, camaraderie, distribution d'alcool et consommation en commun
- un investissement personnel du marchand dans l'activité de cueillette
- des relations de protection, paternalisme et clientélisme
- une participation des cueilleurs à des pratiques illégales avec partage du profit²⁰
- un contrôle des sources de revenus et possessions des villageois.

Les situations à Kalchady et Cherunelli peuvent être comparées. Tous deux sont habités par le groupe « ethnique » des Kadar dont le mode de vie diffère des autres villages, qui sont mixtes ou habités par des Malayan. Les Malayan sur le piedmont sont à la fois cueilleurs de produits forestiers et ouvriers agricoles, ils travaillaient avant la réforme foncière des années 1960 sous l'autorité de propriétaires terriens. Les Kadar habitaient à l'intérieur de la forêt, le village de Kalchady ayant été construit récemment ; Cherunelli n'est pas vraiment un village, juste quelques maisons dispersées parmi les arbres près de la plantation où les habitants travaillent. Les Kadar de la région n'ont pas pris part aux luttes pour la réforme foncière ; ils n'ont pas participé non plus aux occupations de terres récentes par les *adivasi* de la région. En septembre 2005, lors de notre première visite à Cherunelli, c'était la première année où les habitants avaient la possibilité de voter pour les élections cantonales. De fait, ils sont moins politisés que les autres *adivasi* et par conséquent plus isolés.

Les habitants de Cherunelli sont rarement vus à Pothundi. Ils ne sont pas en bonne santé, des rumeurs de prostitution circulent et l'image de « primitif » qui leur est attachée par les autres habitants de la région rend les interrelations difficiles. Dans les entretiens que nous avons menés auprès d'eux, leur filière de commercialisation des produits forestiers n'était pas claire ; la position de M1 était

¹⁸ Voir aussi J. Breman, 1985. Le terme de « précapitaliste » est contesté parce qu'il intègre le capitalisme à une perspective évolutionniste et parce que ce système de clientélisme émerge aussi dans des contextes récents, comme dans les situations actuelles d'asservissement pour dettes et les migrations de travail (Picherit, 2009 ; Guérin et al, 2007).

¹⁹ Voir aussi F. Landy (1992).

²⁰ En 2005, un teck avait été coupé aux alentours du village de Kalchady et les villageois étaient soupçonnés ; la commercialisation des produits non ligneux en-dehors du circuit des *stock keepers* est aussi illégale.

imprécise, parfois identifié comme marchand privé, jamais désigné clairement comme *stock keeper*. T1 a vraisemblablement un rôle dans cette commercialisation sans qu'il ait été possible de l'identifier. Il est intéressant de noter que les documents concernant l'enregistrement des terres aux noms des habitants de Cherunelli sont aux mains de T1 qui leur aurait pris pour demander leur renouvellement. L'ambiguïté entre mainmise sur les documents officiels des villageois et assistance à des groupes défavorisés par les marchands est là encore à souligner.

Talikakkallu est aussi un village Kadar, cependant la situation de ses habitants est différente. Muhammad et T1 ont débuté dans cette région, mais leur influence semblait moindre au moment de nos visites. De nombreux marchands privés étaient actifs à Kadapara avant que la commercialisation ne devienne très contrôlée en 2006. Les cueilleurs sont bien informés des prix de leurs produits sur le marché mais leur marge de négociation est faible du fait de l'urgence de leurs besoins d'argent et de nourriture pendant la saison. Le grand nombre de marchands privés à Kadapara et à Mangalam a multiplié les débouchés disponibles et même s'il est difficile pour les cueilleurs de commercialiser leurs produits ailleurs, ils sont parvenus dans une certaine mesure à mettre les marchands en concurrence et à leur faire augmenter leurs prix. Les Kadar de Talikakkallu n'étaient donc ni dans une situation d'isolement par rapport au marché ni de dépendance par rapport à un marchand. Le soutien du département des Forêts au développement de leur économie est sans doute pour beaucoup dans leur autonomie. En proposant des sources de revenus alternatives pour les cueilleurs et en autorisant une réflexion collective sur des projets de développement à l'échelle du village, dans le cadre de la gestion participative, le département des Forêts a apparemment les moyens de diminuer l'influence des marchands privés sur les cueilleurs *adivasi*.

Dans la région de Nemmara, les groupes *adivasi* se distinguent dans leur interaction avec le marché et avec le secteur privé. Alors que la majorité des cueilleurs évaluent leurs stratégies de vente en fonction de rationalités économiques et de facilités pratiques, les Kadar sont dépendants de marchands privés, *stock keepers* passés ou présents, qui contrôlent leurs villages et profitent de leur isolement. On pourrait alors parler d'une proximité « subie ».

IV. Conclusion : (Dé)construction des réseaux

Par l'analyse de l'activité des *stock keepers*, des voies de commercialisation des produits et des relations entre marchands et cueilleurs, cette étude de la région de Nemmara a mis en évidence plusieurs éléments intéressants pour comprendre l'organisation des filières de commercialisation des produits forestiers non ligneux en amont :

- le mode de fonctionnement de la filière légale dans des régions éloignées des sociétés coopératives permet son appropriation par le secteur privé qui lui superpose son activité,

- les cueilleurs font des choix de commercialisation en fonction de différents critères liés au ratio coût / profit de leur activité et aux relations entretenues avec les débouchés commerciaux,
- ces relations entre cueilleurs et marchands varient selon les groupes sociaux, en fonction de leur dépendance économique vis-à-vis des marchands, de leur évaluation des avantages socio-économiques d'une fidélité à un débouché, de l'empathie du marchand ou de sa domination dans le cas de groupes isolés géographiquement ou socialement.

Les cueilleurs choisissent leurs débouchés en fonction de plusieurs facteurs :

- la disponibilité des débouchés : lorsque plusieurs débouchés commerciaux s'offrent à eux, les cueilleurs peuvent faire jouer la concurrence.
- les prix : ils doivent couvrir les frais des cueilleurs et apporter un profit qui justifie une journée de travail. P1 propose des prix plus avantageux que les *stock keepers* de la coopérative de Malampuzha, du fait de sa connexion avec les filières privées et de sa capacité de stockage qui lui permettent de spéculer sur le prix des plantes. Dans la région orientale de la trouée de Palakkad (non étudiée ici) au contraire, un seul marchand prend les produits, il pratique des prix inférieurs vu l'absence de concurrence. Quand une coopérative assure un débouché, elle force la pratique de prix minimum par le secteur privé. Les marchands peuvent aussi proposer des prix plus élevés à des villages éloignés pour attirer les produits.
- la distance et son coût : les marchands privés vont chercher les produits cueillis dans les villages, évitant aux cueilleurs de louer une camionnette pour les transporter. En termes de coût social, il peut aussi être compliqué pour un cueilleur d'aller vendre directement ses produits aux grossistes de la ville, car il n'a pas de rapports privilégiés avec eux, est isolé dans un milieu qu'il ne connaît pas, a fait un trajet plus long et doit le rentabiliser et son appartenance à un groupe *adivasi* ou une communauté *dalit* pèse dans les rapports sociaux ; tout cela diminue son pouvoir de négociation des prix. C'est la raison pour laquelle les agents locaux sont préférés aux grossistes.
- La transformation du produit : des projets de développement préconisent souvent la transformation des produits pour en augmenter la valeur. Cependant, les enquêtes montrent que la transformation des produits est une corvée pour les cueilleurs qui ne sont pas forcément bien équipés pour stocker et sécher les produits, qui ne trouvent pas dans la différence de prix une motivation suffisante et qui ont souvent un besoin immédiat d'argent. L'absence de transformation d'un produit peut être un critère vu comme positif dans le choix des débouchés.
- Le besoin immédiat d'argent de la part des cueilleurs reste un facteur essentiel d'organisation de la filière. Les cueilleurs, en demandant des avances, se mettent dans des situations d'endettement qui les lient aux marchands, souvent selon un système de réciprocité complexe.

Ce lien dépend du degré d'indépendance du cueilleur : rappelons les deux disputes entre les cueilleurs *dalit* de Matayi et le *stock keeper* car ceux-ci ne voulaient pas lui donner leurs produits en remboursement de leur dette. Les cueilleurs ont finalement fait ce que bon leur semblait et le *stock keeper* a dû attendre pour être remboursé, preuve d'un pouvoir de décision de la part des cueilleurs. Les marchands qui paient en biens de consommation ou qui sont associés à des boutiques ont un pouvoir supplémentaire sur les cueilleurs²¹. Il est courant d'entendre de la part des employés des coopératives des plaintes concernant l'absence de remboursement des avances données aux cueilleurs. Ces stratégies économiques flexibles montrent que la sécurité que représentait à la fois pour l'employeur et pour l'employé l'avance sur travail ou production, ne suffit pas aux cueilleurs qui détournent une partie de leur production. La coopérative n'assure pas son rôle social d'aide aux populations en difficulté et le caractère de réciprocité du contrat n'est pas assuré ; les cueilleurs se livrent alors à une « résistance de tous les jours », selon le concept développé par James C. Scott (1985).

Les liens entre cueilleurs et débouchés commerciaux ne se limitent pas à un raisonnement sur des critères économiques. Les relations entre cueilleurs et marchands varient beaucoup en fonction de l'histoire des groupes, du moment, des interactions des cueilleurs avec d'autres groupes sociaux, de leur implication dans d'autres emplois et de leur rapport à l'activité de cueillette. Sur le piedmont septentrional, les villageois ont vécu la réforme foncière et se sont investis dans les luttes politiques des années post-Indépendance, ils font partie de syndicats de travailleurs et, pour les *adivasi*, ont participé aux mouvements identitaires récents. Ils ont un pouvoir de négociation dans les rapports commerciaux. Pourtant, les groupes Kadar, même sur le piedmont septentrional, restent isolés et ne se sont pas impliqués dans la vie politique. Si les marchands, généralement musulmans, entretiennent des relations de proximité avec les cueilleurs en général, celles-ci deviennent des rapports de domination et de clientélisme dans le cas de ces groupes Kadar dans la région de Pothundi.

Dans le tableau 2, ces éléments sont repris et interrogés à travers la notion de « proximité », géographique et organisée (Beuret & Torre, 2012). La proximité géographique révèle l'importance des débouchés locaux pour les cueilleurs et permet à ces derniers de fonder leurs stratégies de commercialisation sur des critères économiques. La présence de la coopérative leur assure un revenu minimal et leur donne une marge de négociation. Leur participation au maintien de la structure les intègre dans une organisation qui leur est favorable et qui leur permet de s'opposer aux liens de proximité organisée qui rassemblent les *stock keepers* et marchands privés, liés par leur activité commerciale, par leur appartenance à une même communauté sociale ou par la convergence de leurs intérêts. La proximité géographique est le cadre des réseaux de commercialisation des produits

²¹ On peut faire un parallèle intéressant avec le travail asservi étudié pour les briqueteries du Tamil Nadu par I. Guérin et al. (2007 : 123-124) : les ouvriers qui s'engagent dans ce système ne négocient que leurs avances, pas leurs salaires.

forestiers non ligneux mais elle n'explique pas toutes les dynamiques des filières ; la proximité organisée assure une cohérence et une stabilité aux réseaux, mais si elle renforce les liens commerciaux entre cueilleurs et marchands, elle comprend aussi, sous une forme de proximité « subie », des relations déséquilibrées qui empêchent la transformation et la libéralisation des relations commerciales et figent les réseaux dans un archaïsme économique qui désavantage aussi bien les cueilleurs que le marché.

Tableau 2. Rôle des proximités et stratégies des acteurs dans la construction de leurs réseaux locaux

Proximité géographique	Proximité organisée
<p>- présence de plusieurs débouchés à une distance raisonnable du lieu de vie des cueilleurs => mise en concurrence des débouchés donc négociation possible des prix sur la base d'un prix minimum assuré par la présence de la coopérative</p>	<p>- le réseau des coopératives assure des débouchés stables aux cueilleurs</p> <p>- collaboration entre marchands / <i>stock keepers</i> liés par des relations d'appartenance à la même famille ou la même communauté</p>
<p>- coût économique de la distance</p>	<p>- coût social de la distance</p>
+ => préférence de la part des cueilleurs pour les débouchés locaux	
<p>- choix économiques et accessibilité géographique => prix comparativement bons pas de transformation du produit facilité de transport des produits conservation d'un débouché proche argent immédiat</p>	<p>- choix relationnels => rapports sur le long terme stabilisation d'un débouché empathie de la part du marchand endettement et besoin immédiat d'argent rapports de domination et de clientélisme</p>
<p>=> flexibilité des flux en fonction du contexte économique des cueilleurs voire instabilité</p>	<p>=> recherche d'une durabilité et d'une sécurité du débouché : organisation voulue ou subie</p>
<p>La proximité géographique est un atout qui ne suffit pourtant pas aux nouvelles dynamiques commerciales alors qu'il entretient des liens de dépendance pour les cueilleurs isolés.</p>	<p>La proximité organisée assure la cohérence et la stabilité des réseaux, elle donne du pouvoir aux marchands liés par des relations d'appartenance, elle renforce les liens commerciaux entre cueilleurs et marchands mais elle comprend aussi des relations de domination qui figent les réseaux au désavantage des cueilleurs et de l'évolution du marché.</p>

Références bibliographiques

- BEURET Jean-Eudes, TORRE André. 2012. *Proximités territoriales*. Paris : Economica, 105 p.
- BREMAN Jan. 1985. *Of Peasants, Migrants and Paupers. Rural Labour Circulation and Capitalist Production in West India*, in 2008. *The Jan Breman Omnibus*. New Delhi : Oxford University Press, 472 p.
- DORIN, Bruno, LANDY Frédéric. 2002. *Agriculture et alimentation de l'Inde : les vertes années (1947-2001)*. Paris : INRA, 253 p.
- GUÉRIN, Isabelle, ROESCH Marc, VENKATASUBRAMANIAN G. 2007. « « Ne nous libérez pas ! » L'ambiguïté du principe de l'avance sur salaire à partir de l'exemple des briqueteries en Inde du Sud ». *Autrepart*, 2007/3 n°43, pp. 121-133.
- HARILAL Madhavan S. 2008. « Linking Tribal Medicinal Plant Co-operatives and Ayurvedic Manufacturing Firms for Better Rural Livelihood and Sustainable Use of Resources ». *MPRA Paper* n°6954, 15 p. [En ligne : <http://mpra.ub.uni-muenchen.de/6954/>].
- LANDY Frédéric. 1992. « Le développement de la canne à sucre dans le sud de l'Inde : le développement pour qui ? Le cas d'un village irrigué du Karnataka ». *Annales de Géographie*, vol. 101, n°564, pp. 147-173.
- LANDY Frédéric. 1994. *Paysans de l'Inde du Sud. Le choix et la contrainte*. Paris : Karthala/Institut Français de Pondichéry (« Hommes et sociétés »), 491 p.
- MATHUR P.R.G. 1977. *Tribal Situation in Kerala*. Trivandrum : Kerala Historical Society, 219 p.
- MURALEEDHARAN P.K., SASIDHARAN N., SEETHALAKSHMI K.K. 1997. *Biodiversity in Tropical Moist Forests : A Study of Sustainable Use of Non-Wood Forest Products in the Western Ghats, Kerala*. Peechi : KFRI (« KFRI Research Report », 133), 132 p.
- PICHERIT David. 2009. *Entre villages et chantiers : circulation des travailleurs, clientélisme et politisation des basses castes*. Thèse de Doctorat, Université Paris 10 – Ouest Nanterre La Défense, Laboratoire d'Ethnologie et Sociologie Comparative, 552 p.
- SCOTT James C. 1976. *The Moral Economy of the Peasant. Rebellion and Subsistence in Southeast Asia*. New Haven & London : Yale University Press, 246 p.
- SCOTT James C. 1985. *Weapons of the weak: everyday forms of resistance*. New Haven & London : Yale University Press, 392 p.
- SCOTT James C. 1989. « Everyday Forms of Resistance ». *Copenhagen Journal of Asian Studies*, 4, pp. 33-62. [En ligne sur <http://rauli.cbs.dk>].
- SHANKAR Anjana. 1999. *A Study on the Economics of Collection, Marketing and Utilisation of Non-Timber Forest Products in Kerala*. Thèse de doctorat, Peechi, KFRI.
- SHANKAR Anjana, MURALEEDHARAN P.K. 1996. « Marketing of Non-Timber Forest Products in Kerala. An Overview ». In M.P. Shiva et R.B. Mathur, *Management of Minor Forest Produce for Sustainability*, New Delhi : Oxford & IBH Publishing Co. Pvt. Ltd., pp. 307-314.